

## Fenomena *Thrifting Fashion* di Era Milenial (Studi pada Mahasiswa Pengguna *Thrifting Fashion* di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo)

### *The Phenomenon of Thrifting Fashion in the Millennial Era (A Study on University of Gorontalo Faculty of Social Sciences Students Who Use Thrifting Fashion)*

Ridwan Ibrahim<sup>1)</sup>, Rahmatiah<sup>2)</sup>, Sahrain Bumulo<sup>3)</sup>, Selvin Apajulu<sup>4\*)</sup>

<sup>1234</sup>Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia

\*Corresponding Author: [selvin\\_sl.sosiologi@mahasiswa.ung.ac.id](mailto:selvin_sl.sosiologi@mahasiswa.ung.ac.id)

#### ABSTRAK

Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemaknaan siswa tentang fenomena *thrifting fashion* di era milenial. Pendekatan ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan mahasiswa terhadap *fashion thrift* vintage berbeda-beda, antara lain: (1) Beberapa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial melihatnya sebagai cara untuk tetap tampil modis sambil menghemat uang; (2) ada juga yang melihat *thrifting* sebagai cara untuk berkontribusi terhadap kelestarian lingkungan dengan memanfaatkan pakaian yang sudah ada, (3) *thrifting fashion* sebagai cara untuk mengekspresikan kreativitas dan gaya pribadi melalui kombinasi unik barang bekas, (4) motif ekonomi karena harga murah sesuai dengan kondisi keuangan mahasiswa, dan (5) motif gaya hidup karena pengaruh dari teman maupun media sosial yang melatarbelakangi penggunaan *thrifting fashion*. Faktor yang melatarbelakangi *fashion thrifting* saat ini adalah adanya kebutuhan umum dalam gaya hidup berpakaian; *thrifting fashion* sedang menjadi tren dunia, khususnya di kalangan mahasiswa. Selain itu, *fashion thrifting* menjadi populer karena adanya komunitas *thrift* yang membuat acara-acara *thrift* dan membangun personal branding.

Kata Kunci: *Thrifting fashion*; Gaya hidup; Mahasiswa; Milenial

#### ABSTRACT

Using a descriptive qualitative approach, this research aims to analyze students' interpretations of the fashion thrifting phenomenon in the millennial era. This approach employs techniques such as observation, interviews, and documentation. The research results indicate that interpretations of vintage fashion thrifting vary, including: (1) Some students from the Faculty of Social Sciences view it as a way to stay fashionable while saving money, (2) others see thrifting as a means to contribute to environmental sustainability by utilizing existing clothing, (3) some interpret thrifting fashion as a way to express creativity and personal style through unique combinations of second-hand items, (4) the economic motive due to the low prices that align with students' financial conditions, and (5) the lifestyle motive influenced by friends and social media driving the use of thrifting fashion. The factors underlying the current fashion thrifting trend include a general need in clothing lifestyle; thrifting fashion is becoming a global trend, especially among students. Additionally, fashion thrifting is gaining popularity due to the presence of thrift communities that organize thrift events and build personal branding.

Keywords: *Thrifting fashion*; Lifestyle; Students; Millennials

#### PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan *fashion* di Indonesia tidak terlepas dari jejak sejarah panjang negara tersebut. Pada masa kolonial, masyarakat pribumi dipengaruhi oleh gaya pakaian Eropa. Hal ini meningkatkan minat dan kepekaan terhadap tren mode. Dengan adanya era globalisasi, laju perkembangan *fashion* di Indonesia semakin pesat. Pertukaran informasi dan budaya tidak pernah semudah ini, dan kini kita memiliki akses ke berbagai gaya pakaian dari seluruh dunia. Kombinasi pengaruh budaya dan

aksesibilitas ini telah menciptakan identitas fesyen Indonesia yang unik dan kaya. Saat ini, masyarakat Indonesia tidak hanya mengikuti tren global, namun juga mengekspresikan kreativitas dan budayanya melalui penampilan (Diana, 2019). Pakaian tidak hanya berfungsi untuk menutupi tubuh, tetapi juga memiliki makna sosial, politik, dan budaya. Di banyak masyarakat, pakaian dapat menjadi simbol identitas, status sosial, dan bahkan afiliasi politik. Hal ini dapat menyebabkan pemisahan individu menjadi kelompok eksklusif atau inklusif. Di Indonesia, perdagangan pakaian bekas impor telah menjadi bagian dari budaya masyarakat sejak zaman dahulu. Secara resmi, impor pakaian bekas dilarang, namun kenyataannya masih banyak pakaian bekas yang beredar di pasar tradisional dan toko pakaian bekas. Fenomena ini menggambarkan kompleksitas hubungan antara norma sosial, peraturan, dan praktik ekonomi di masyarakat.

Tahapan perkembangan masyarakat mengenal *fashion* sebagai sebuah fenomena mencakup berbagai aspek sosial dan budaya. Pada dasarnya, pernyataan ini mengacu pada bagaimana *fashion* di akui lebih dari sekedar penampilan fisik, tetapi juga sebagai alat komunikasi non-verbal yang kuat dalam konteks berbagai tingkat sosial dan masyarakat tradisional, modern dan postmodern. Era modern berpotensi memberikan dampak negatif baik terhadap gaya hidup maupun pilihan *fashion*, khususnya dalam hal pakaian dan aksesoris. Gaya hidup merupakan hasil interaksi antara individu dengan lingkungan. Kebiasaan berbelanja, interaksi sosial, kebiasaan sehari-hari dan preferensi seseorang dipengaruhi oleh interaksi tersebut, yang pada akhirnya mempengaruhi orang tersebut dan lingkungannya. *Fashion* tidak dapat dipisahkan dari gaya hidup. Kami mengenakan pakaian setiap hari dan kami ingin tampil modis. Kebutuhan ini menyebabkan individu berbelanja dan tren yang populer saat ini adalah *Thrifting Fashion* (Putri & Patria, 2022)

Mode berkelanjutan mengacu pada pembelian pakaian dan barang lainnya dari toko pakaian bekas, menjual pakaian bekas di pasar atau melalui *platform online*. Dalam hal ini, masyarakat membeli barang bekas yang masih bisa digunakan dan menggunakannya kembali dibandingkan membeli barang baru. Popularitas *fashion* hemat dapat menyebabkan harga barang bekas menjadi lebih tinggi karena tingginya permintaan, sehingga membuat barang bekas menjadi kurang terjangkau bagi masyarakat yang membutuhkan. Meskipun salah satu tujuan *fashion* berkelanjutan adalah untuk mengurangi limbah tekstil, barang bekas yang tidak terjual dapat berakhir di tempat pembuangan sampah. *Fashion* berkelanjutan dapat mengurangi permintaan industri terhadap produk-produk baru, yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi industri dan menciptakan ketidakstabilan tenaga kerja di pasar. *Thrifting* ini dapat mengurangi pemborosan dan mendukung keberlanjutan lingkungan. Namun, penggunaan *thrifting* dapat menimbulkan kesenjangan sosial antara mahasiswa yang mampu membeli pakaian baru dan mahasiswa yang memilih atau terpaksa menggunakan *thrifting*.

Mahasiswa seringkali merasakan tekanan untuk mengikuti tren *fashion* terkini dan tampil gaya di kampus. Hal ini dapat menimbulkan masalah bagi orang-orang yang memiliki kendala keuangan. Jika Anda tidak mampu membeli baju baru, hal itu dapat memengaruhi persepsi dan citra diri Anda di mata teman dan kolega. Banyak pelajar yang menyadari hal ini dan beralih ke busana hemat sebagai alternatif yang lebih murah, kita bisa menemukan pakaian bekas di pasar tradisional dan toko barang bekas dengan harga yang jauh lebih murah dibandingkan pakaian di pusat perbelanjaan. Selain itu, pakaian vintage seringkali memiliki desain yang unik dan edisi terbatas sehingga membuat pemakainya merasa istimewa dan berbeda dari orang lain. Namun, *fashion* hemat juga memiliki risiko. Salah satu kekhawatiran terbesar adalah meluasnya penjualan produk palsu. Konsumen yang tidak waspada bisa saja tertipu dan membeli produk palsu dengan harga yang jauh lebih tinggi dari harga aslinya. Tentu saja hal ini dapat merusak kepercayaan terhadap *Thrifting Fashion* dan membuat pembeli kurang berminat berbelanja di sana. Secara umum, ada beberapa aturan yang dilanggar saat membeli dan menjual barang bekas. Salah satunya adalah peraturan mengenai hak cipta dan desain. Pakaian bekas yang dijual tanpa izin dari pemegang hak cipta atau desainer dapat dianggap melanggar hukum. Ada juga peraturan kesehatan dan keselamatan. Pakaian bekas yang tidak dibersihkan dengan benar atau mengandung zat berbahaya dapat membahayakan kesehatan pemakainya.. Secara garis besar peraturan yang dilanggar jika membeli atau menjual barang bekas yaitu : Undang-undang nomor 8 tahun 1999, pasal 8 ayat (2) (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan

Konsumen, 1999). Undang-undang nomor 7 tahun 2006 tentang perubahan atas undang-undang nomor 10 tahun 1995 tentang kepabean pasal (1) ayat (13) (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1995). Undang-undang nomor 39 tahun 2009 tentang kesehatan pasal 178 (Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2009 Tentang Kawasan Ekonomi Khusus, 2009). Peraturan menteri perdagangan republik indonesia nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Larangan pakaian bekas impor (2) (Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang Larangan Impor Pakaian Bebas, 2015).

Dask Lady, Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara, dengan judul "Konsep Diri Pengguna *Fashion Branded Preloved* Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Usu". *Preloved branded* dapat memberikan makna mewah dan dengan mengikuti *tren* dapat menjadi role model mereka (Lady, 2019). Selanjutnya, studi Maria Stefani Putri Rizky, mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Kristen Satya Wacana Prodi, berbicara tentang "Pakaian Sebagai Komunikasi", yang berarti "Pemakaian Baju Bekas Impor Sebagai Media Untuk Mengkomunikasikan Identitas Sosial." Baju impor menyampaikan pesan aktual melalui model dan gaya yang dipakai seseorang (Stefani Putri Rizky, 2012). Berikutnya studi Randita Prihandani, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Prodi, dengan judul skripsi "Fenomenologi Fenomena Toko Online Pada Konsumen Di Instagram". Kesimpulan dari skripsi ini adalah komponen fenomena dan noumena berpengaruh satu sama lain dalam tindakan seseorang (Prihandani, 2016). Terakhir yakni studi Dewi Shinta, Universitas Negeri Islam Syarif Hidayatullah, "Rekonstruksi Makna *Thrifting* Sebagai Sebuah *Trend Fashion* Studi Mahasiswa Fisip UIN Jakarta". Kesimpulan pada skripsi ini adalah kesadaran untuk mempertahankan eksistensi dari pakaian bekas (Shinta, 2022).

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dijelaskan di atas, karena penelitian ini tidak hanya melihat eksistensi, tetapi lebih menekankan pada pemaknaan mahasiswa dalam menggunakan pakaian bekas. Sebagian besar mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial menggunakan pakaian bekas karena mengikuti fenomena ini untuk mengikuti tren yang membutuhkan modal atau uang yang tidak sedikit. Terlebih lagi, dengan pergantian mode yang relatif cepat, *thrifting* menjadi solusi bagi mahasiswa agar tidak ketinggalan tren tersebut. Bagi pelaku usaha, mahasiswa merupakan target pasar yang cukup menjanjikan. Tidak mengherankan jika mahasiswa menjadi salah satu target konsumen utama atau fokus utama bagi pelaku bisnis. Hal ini karena untuk menjadi *center trend* tidak harus memakai pakaian yang mahal, melainkan gaya yang sesuai usia sudah menjadi salah satu *center trend*.

*Thrifting Fashion* dapat membantu perekonomian masyarakat di masa depan. Meskipun ada beberapa siswa atau pelanggan yang menggunakan barang impor dari luar Indonesia yang mungkin terkontaminasi virus bawaan, risiko ini dapat diatasi dengan tindakan pencegahan yang tepat. Selain itu, karena harganya yang murah dan banyak model barang bekas yang mudah rusak, *thrifting fashion* ini juga memiliki banyak keuntungan. Selain itu, *thrifting fashion* menawarkan banyak keuntungan karena harganya yang terjangkau dan banyaknya pilihan model. Meski beberapa barang bekas mudah rusak atau sobek, banyak pelanggan tetap tertarik karena merek dan variasi yang ditawarkan. Oleh karena itu, peneliti ingin mempelajari lebih lanjut tentang konflik yang terjadi antara masyarakat dan penjual pakaian bekas berkualitas tinggi, serta mahasiswa yang mengonsumsi barang bekas di lingkungan kampus Fakultas Ilmu Sosial. Mereka ingin memahami keinginan mahasiswa untuk membeli dan memburu barang bekas yang saat ini menjadi tren menarik bagi generasi milenial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemaknaan mahasiswa terkait fenomena *Thrifting Fashion* di era milenial.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara mendalam dan kontekstual, langsung di lokasi kejadiannya. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang fokus pada pengukuran dan analisis data statistik, penelitian kualitatif lebih menekankan pada interpretasi dan penafsiran makna yang terkandung dalam fenomena yang diteliti. Peneliti kualitatif menggunakan berbagai metode pengumpulan data, seperti observasi, wawancara, dan studi dokumen. Teknik-teknik ini memungkinkan peneliti untuk

menggali informasi secara mendalam dan komprehensif dari berbagai sumber, baik dari individu maupun kelompok. Kelebihan utama dari penelitian kualitatif adalah kemampuannya untuk menghasilkan temuan yang kaya dan kompleks, yang tidak dapat ditangkap dengan metode kuantitatif. Penelitian kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan subjek penelitian, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman dan perspektif mereka (Rukin, 2019). Dalam penelitian kualitatif, objek kajian dipandang sebagai suatu sistem yang utuh. Ini berarti, objek tersebut diurai sebagai kumpulan elemen yang saling terhubung dan saling memengaruhi. Peneliti mendeskripsikan fenomena yang terjadi dalam sistem tersebut, dengan tujuan untuk memahami makna dan implikasinya secara mendalam. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang berfokus pada pengukuran dan analisis data statistik, penelitian kualitatif tidak bertujuan untuk melakukan pengukuran tersebut. Melainkan, penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan kejadian dan makna yang terkandung di balik fenomena yang diamati.

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan penelitian deskriptif adalah pendekatan yang mempelajari suatu masalah berupa fakta-fakta terkini dari suatu populasi, termasuk penilaian terhadap sikap dan pendapat tentang individu, organisasi, situasi, dan prosedur. (Sangadji & Sopia, 2010).

Lokus penelitian ini dilaksanakan di lingkungan kampus khususnya di Fakultas Ilmu Sosial selama 4 minggu. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada letaknya yang berada di pusat kota, yang menjadikan kegiatan *thrifting* sangat penting dikalangan masyarakat khususnya mahasiswa. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan enam belas informan, terdiri dari dua pengusaha yang menjual pakaian bekas dan empat belas mahasiswa aktif dari fakultas ilmu sosial. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari dokumen yang berasal dari pasar, toko, dan lingkungan kampus.

Selanjutnya data diperoleh dari karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Teknik analisis data yang digunakan antara lain pengumpulan data dari berbagai sumber, baik melalui wawancara langsung dengan informan maupun sumber lain yang relevan. Selanjutnya dilakukan reduksi data yang berarti menyederhanakan, mengelompokkan, dan membuang data yang tidak diperlukan agar lebih mudah dalam menarik kesimpulan. Kemudian dilanjutkan dengan penyajian data untuk menampilkan dan menjelaskan data yang diperoleh. Pada tahap akhir diambil kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini (Djamada et al., 2024).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Awal mula munculnya *thrifting fashion*

Istilah *thrift* dalam Bahasa Inggris merujuk pada praktik penghematan yang menjadi dasar dari konsep "belanja hemat". Istilah ini mengacu pada usaha untuk meminimalkan pengeluaran dan menghemat uang. Di Indonesia, praktik *thrifting* pertama kali muncul di wilayah pesisir pada sekitar tahun 1990. Impor pakaian bekas dimulai dari daerah-daerah yang berbatasan dengan negara lain seperti Sumatera, Batam, Kalimantan, dan Sulawesi. Fenomena *thrifting* ini bermula sebagai praktik komersial di wilayah pesisir yang berbatasan dengan negara-negara tetangga (Oktawiningsih, 2023).

Awal mula budaya hemat sebagai fenomena komersial dapat ditemukan di wilayah pesisir Indonesia yang berbatasan dengan negara-negara seperti Kalimantan, Sulawesi, Sumatra, dan Batam, yang merupakan importir utama pakaian bekas. Fenomena ini semakin meningkat dan akhirnya menyebar ke Pulau Jawa. Pedagang tidak lagi memberi label produk mereka sebagai "barang bekas", melainkan menyebut semua produk sebagai "barang impor". Gerakan daur ulang berkembang pesat berkat kemajuan informasi dan teknologi, yang membawa munculnya toko-toko barang bekas yang menekankan layanan pelanggan serta mencontohkan gagasan toko yang terorganisir dengan baik.

Barang bekas kini tidak hanya tersedia di toko online, tetapi juga di toko fisik yang tersebar di kota-kota yang diminati oleh pelajar karena menyajikan berbagai gaya dan tren mode. Sebagian besar produk yang dijual di toko barang bekas berhubungan dengan mode. Seperti yang telah disebutkan,

membeli pakaian baru sekarang hampir sama dengan membeli barang bekas. Namun, siswa harus menyadari bahwa tidak semua barang bekas tersedia dalam kondisi sempurna.

Industri *fashion* kemudian berkembang dan semakin ramai dibicarakan oleh banyak orang sehingga muncul fenomena ini, yang menghadirkan banyak penjual barang bekas di Gorontalo. Ada beberapa alasan mengapa hal ini terjadi dan bagaimana hal ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dengan baik. Pasar merupakan salah satu area yang didesain khusus untuk memfasilitasi transaksi antara pembeli dan penjual. Pasar diperlukan untuk kegiatan *thrifting*, yang melibatkan dua jenis pasar yang berbeda: pasar pakaian bekas (*cabo*) yang terletak di Pasar Andalas dan toko pakaian bekas (*Shanaya Thrift*) yang berlokasi di Jl. Jenderal Sudirman. Berikut hasil wawancara dengan informan Bapak SA:

*“awal mula di tahun 2017 cuma baku iko deng orang tidak langsung buka usaha, karena torang ini so generasi ketiga yang generasi pertama dan kedua itu so meninggal dorang jadi torang so tahitung generasi ketiga. Depe awal cuma iko-iko deng orang sampe so jadi ba buka usaha sandiri, so ada market sandiri karena mengingat juga pada penjualan cabo di pasar itu sangat banyak peminat mulai dari spatu, sandal, baju, kemeja, celana dan masih banyak lagi karna kualitas yang melibih pakaian lokal indonesia, kalau saya beli perbal itu mereknya berbeda-beda yang paling banyak merek korea, tapi sempat lalu ada larangan yang mana tidak bisa menjual pakain cabo. Tapi maksud dari larangan itu cuman pas di barang masuk, kalo sampe dipasar tidak ada lagi pelarangan cuman di perbatasan indonesia yang dilarang karena barang so tidak melalui pajak dan tidak melalui bea cukai torang lagi tidak ambe pusing deng depe larangan karena torang tau ini bisa mengurangi limbah tekstil biar banyak yang masih batawar”.*

Berdasarkan ungkapan wawancara di atas, diketahui bahwa mulai tahun 2017, beliau mulai terlibat dalam bisnis bersama teman-temannya karena generasi saat ini telah mencapai generasi ketiga. Generasi sebelumnya belum berani untuk membuka usaha langsung. Namun, dengan banyaknya minat dari konsumen, akhirnya mereka membuka usaha yang menawarkan berbagai produk seperti sepatu, sandal, baju, dan celana dengan kualitas yang melebihi produk lokal Indonesia. Biasanya dirinya membeli pakaian dari berbagai merek, di antaranya yang paling banyak dibeli adalah *brand* Korea.

Meskipun ada larangan untuk memperjual belikan barang bekas, namun bagi mereka sebagai pedagang, hal ini tidak menghentikan mereka untuk menjual pakaian bekas. Mereka menyadari bahwa barang-barang ini tidak dikenakan pajak dan bea cukai, meskipun mereka juga menyadari dampak dari penjualan pakaian bekas ini, walaupun harga jualnya masih cukup terjangkau dan sering kali diperlakukan dengan menawar. Berbeda dengan pakaian *reject* yang merupakan pakaian baru tetapi memiliki cacat seperti jahitan yang tidak rapi, kesalahan kancing, atau pakaian dari toko garmen yang ditimbun selama bertahun-tahun di gudang sebelum dijual kembali oleh pihak tertentu.

Pedagang pakaian bekas di pasar dan salah satu toko *thrift* di Gorontalo mengatakan bahwa mereka tidak perlu mengeluh karena menjual pakaian bekas dapat menghasilkan keuntungan yang besar. Pakaian yang diproduksi oleh tenaga kerja migran dan imigran dari Inggris dan Amerika dijual dengan harga yang terjangkau. Karena pakaian bekas diminati oleh masyarakat, khususnya generasi milenial, sebagai barang umum yang mudah didapatkan di mana pun, para pedagang pakaian bekas juga terlibat dalam kegiatan impor. Karena semua orang memakai pakaian dan ingin terlihat *stylish* dan modis, dunia *fashion* sangat erat hubungannya dengan kehidupan sehari-hari. Pada dasarnya, semua orang menyukai berpakaian rapi dan menarik, terutama jika dapat diperoleh dengan harga terjangkau. Tidak dapat disangkal bahwa setiap orang memiliki keinginan untuk tampil sempurna di depan umum, bukan hanya untuk terlihat modis tetapi juga untuk menarik perhatian orang lain.

Dalam beberapa tahun terakhir, banyak toko pakaian bekas bermunculan. Sebagian dari kita mungkin sudah mengenal dan menggunakan pakaian bekas, sementara yang lain mungkin belum mengetahuinya. Pakaian bekas impor dianggap ilegal di Indonesia, yang berarti tidak sesuai dengan hukum yang berlaku. Pakaian bekas ini bisa dianggap berbahaya karena beredar bebas. Stigma lain yang membuat pakaian bekas berkonotasi negatif dikalangan masyarakat yaitu dari aspek kebersihan

dan kesehatan. Seringkali pakaian bekas yang tersebar di masyarakat tidak diketahui sumber asalnya, maka meningkatkan kemungkinan pakaian tersebut tidak higienis atau bersih dan mengandung banyak bakteri yang dapat menimbulkan berbagai macam penyakit bagi pemilik barunya. Banyak masyarakat yang memandang bahwa pakaian merupakan sumber penyakit karena banyak pedagang pakaian bekas yang tidak benar-benar memperhatikan kebersihan barang dagangannya. Saat ini minat terhadap pembelian barang di kalangan masyarakat mengalami peningkatan, hal tersebut dipengaruhi oleh berbagai macam faktor seperti faktor internal dan faktor eksternal. (Maulidah & Russanti, 2021)

### **Pandangan Mahasiswa Terkait Fenomena *Thrifting Fashion***

Selera berbusana telah menjadi kebutuhan dasar bagi para remaja, sehingga muncul berbagai toko-toko yang menawarkan pakaian beragam untuk mendukung penampilan mereka. Gaya hidup untuk selalu terlihat modis telah menjadi keinginan yang melekat bagi remaja, termasuk mahasiswa. Karena kerapian dan disiplin dalam berbusana secara tidak langsung mencerminkan kepribadian mahasiswa, maka pilihan gaya mereka sangatlah penting. Namun, mahasiswa juga harus mempertimbangkan pengeluaran yang cukup besar untuk mendapatkan kombinasi pakaian yang baik. Dalam menghadapi masalah keuangan, mereka mencari cara untuk tetap tampil gaya tanpa mengeluarkan banyak uang. Salah satu metode yang populer untuk mencapai hal ini adalah dengan membeli pakaian bekas yang dianggap berkualitas tinggi dan memiliki nilai *fashion* yang tinggi.

Minat membeli adalah aktivitas psikologis yang muncul dari perasaan dan pikiran terhadap produk atau jasa yang diinginkan. Minat beli bertindak sebagai motivasi intrinsik yang mendorong seseorang untuk memandang suatu produk secara spontan, wajar, mudah, dan selektif, serta mengambil keputusan pembelian. Ini dapat dicapai dengan merespons minat siswa dan memberikan kegembiraan serta kepuasan kepada mereka. Oleh karena itu, jelas bahwa niat membeli diartikan sebagai sikap pilihan yang mencerminkan kecenderungan untuk membeli sesuai dengan keinginan.

Mahasiswa harus mengenakan pakaian yang memenuhi standar *fashion* karena mereka sangat memperhatikan gengsi. Oleh karena itu, karena produk-produk tersebut sering kali memiliki merek terkenal, belanja di toko barang bekas ternyata dapat menjadi pilihan. Produk-produk yang memenuhi spesifikasi ini umumnya lebih mahal dibandingkan dengan produk-produk biasa. Sesuai dengan status sosial mereka, mahasiswa akan memilih barang yang dapat meningkatkan nilai mereka di lingkungan sosial mereka dan juga memengaruhi gaya berpakaian mereka, sehingga banyak dari mereka memilih untuk berbelanja di toko barang bekas. Misalnya, ketika mahasiswa mengenakan pakaian yang mencerminkan individualitas mereka dan menjadi ungkapan diri. Mahasiswa sering kali memperhatikan citra yang mereka bangun ketika mereka berpakaian, karena orang-orang di sekitar mereka menafsirkan pakaian yang mereka kenakan. Hal ini didukung oleh beberapa wawancara dengan informan-informan yang berbeda.

### **Pengguna *Thrifting***

Mahasiswa, sebagai kelompok usia yang rentan terhadap tren baru, mudah terpengaruh oleh pembaruan, baik positif maupun negatif. Munculnya tren *Thrifting Fashion* merupakan salah satu contohnya. Fenomena ini tak lepas dari perkembangan zaman dan keinginan mahasiswa untuk tampil *stylish* sesuai tren terkini. Bagi banyak remaja perkotaan, *fashion* menjadi kebutuhan dasar. Hal ini mendorong munculnya berbagai pusat perbelanjaan modern yang menawarkan beragam pilihan pakaian untuk menunjang penampilan mereka. Berikut hasil wawancara dengan informan RM

*“Thrift ini sangat stay sesuai ukuran. Torang pecara juga harus kebut-kebutan dengan orang lain supaya dapa barang yang bagus, yang sesuai dengan torang pe keinginan. Barang thrift ini menurut saya adalah barang bekas yang bermerek seperti salah satu pakaian yang saya gunakan saat ini adalah pakaian dari Thailand harga di toko 250.000 yang saya beli hanya 45.000 sudah dengan warna bagus dan kualitas baik. Saya memilih menggunakan pakaian bekas ini alasannya karena tidak akan pernah menemukan orang kembar di satu momen yang sama karena thrift ini adalah pakaian impor yang produknya dari berbagai macam negara”.*

Informan di atas merupakan seorang mahasiswa jurusan sosiologi yang sering mengenakan pakaian bekas. Hal ini terlihat dari pakaian yang dipakainya, yang kebanyakan adalah pakaian bekas. Alasan di balik penggunaannya pakaian bekas ini karena barang-barang tersebut bagus, berkualitas, murah, memiliki warna yang fantastis. Selain itu, informan juga mengatakan bahwa dengan memakai pakaian bekas, ia tidak akan bertemu orang lain yang mengenakan pakaian serupa pada saat yang sama.

Peneliti menyimpulkan bahwa tidak perlu merasa malu untuk menggunakan pakaian bekas selama kita membelinya sendiri. Mereka yang menggunakan pakaian bekas ini sangat sadar akan barang yang mereka pilih untuk dipakai, sebagaimana yang dijelaskan oleh Weber dalam Teori Tindakan Rasional. Tindakan ini menunjukkan bahwa alat-alat yang tersedia hanyalah hasil dari pertimbangan dan perhitungan yang sadar. Dengan kata lain, apa yang dilakukan oleh para pengguna pakaian bekas, termasuk dalam memilih barang yang sesuai untuk digunakan, telah dipertimbangkan dengan cermat. Berikut hasil wawancara dengan informan ZE

*“saya menggunakan baju bekas ini kurang lebih sudah 2 tahun dari tahun 2021 dan sampai sekarang, pandangan saya sebagai mahasiswa tentu penting untuk menjaga penampilan kekampus, selain media sosial saya juga selalu di pengaruhi oleh teman saya dan berhubung pakaian bekas ini murah dan sangat berkualitas itulah mengapa saya lebih menyukai thrift dibanding pakaian baru. Adanya thrift ini saya bisa mengubah diri saya melalui penampilan, dulunya saya terlihat seperti culun akhirnya saya menjadi orang yang stylish seperti ala-ala korea begitu”.*

Menurut informan yang juga merupakan mahasiswa Ilkom, bahwa pakaian sangat penting bagi kehidupan manusia, untuk berpenampilan menarik dengan berbagai model yang mereka inginkan. Dalam makna ini seberapa penting *fashion* dikalangan mahasiswa, adapun makna *fashion* lebih mengarah ke kualitas pakaiannya yang memberi banyak manfaat untuk tampil beda. Mahasiswa menilai produk *thrift* dengan cukup baik dan menarik. Sebagian besar siswa mengakui produk *Thrift* memiliki model pakaian yang beragam. Toko *Thrift* menjual *sweater*, *hoodie*, kemeja, *dress*, *blezer*, dan lebih banyak lagi. Mahasiswa memiliki berbagai gaya pakaian yang berbeda. Selain pengaruh teman sebaya dan media sosial, *Thrift* telah menjadi penguasa pasar.

Berdasarkan pernyataan dari informan yang juga merupakan pengguna *thrifting*, bahwa pengalaman berbelanja pakaian bekas bisa bervariasi, ada yang menemukan kepuasan dalam item unik dan *vintage* serta merasa bahwa mereka berkontribusi pada keberlanjutan dengan memilih opsi bekas. Namun, pengalaman juga dapat tergantung pada tempat metode berbelanja, dengan orang yang menikmati toko *thrift vintage* lokal, atau pasar, sementara yang lain memilih berbelanja online. Memilih pakaian bekas sebagai bagian dari *mode* dapat melibatkan sejumlah pertimbangan, ada kecenderungan untuk mengambil gaya berkelanjutan dan mengurangi dampak lingkungan dengan memilih pakaian bekas yang merupakan solusi dari mengurangi limbah tekstil. Selain itu, beberapa orang menemukan daya tarik artistik dalam mencari item ditoko *thrift*. Aspek ekonomi juga memainkan peran, karena pakaian bekas seringkali lebih terjangkau daripada pakaian baru, dan memungkinkan seseorang untuk membuat penampilan menjadi indah.

### **Bukan Pengguna *Thrift***

*Trend Thrifting* semakin populer di kalangan masyarakat, didorong oleh pengaruh *influencer* dan *public figure* yang mengunggah hasil *thrifting* mereka di media sosial. Fenomena ini memicu munculnya berbagai *brand* yang menjadikan *thrifting* sebagai kegiatan utama mereka. Namun, perlu diingat bahwa minat terhadap *thrifting* pada generasi milenial tidak hanya didorong oleh *brand* atau pameran baju bekas. Generasi ini memiliki kesadaran tinggi terhadap efek konsumsi berlebihan dan dampaknya terhadap lingkungan. *Thrifting* menjadi alternatif yang lebih ramah lingkungan dibandingkan membeli pakaian baru yang diproduksi secara massal.

Pakaian bekas tidak dapat dijamin bersih setelah dijual, dikirim, atau dipakai oleh orang sebelumnya. Beberapa penyakit yang dapat disebabkan oleh agen infeksi adalah scabies dan eksim. (Hasibuan et al., 2024). Istilah bukan pengguna pakaian bekas adalah individu sadar memilih untuk tidak

menggunakan pakaian yang telah dipakai sebelumnya oleh orang lain. Berikut hasil wawancara dengan FI:

*“sejujurnya saya memang tidak suka dengan cabo, bukan menjatuhkan yang sering pake baju bekas. Tapi, saya lebih ke rasa takut membeli karena barang yang mungkin ilegal, apalagi kalau dipasar itu pas sudah masuk di area cabo saya bersin-bersin, itu saja cuman lewat apalagi kalau saya sudah ditempat yang banyak orang membeli itu”.*

Berdasarkan hasil wawancara di atas, diketahui bahwa pakaian bekas adalah pakaian yang sudah sering terdengar, tetapi informan bukan pengguna pakaian bekas, karena memang tidak tertarik dan takut membeli karena barang yang ilegal. Informan menyebutkan bahwa kesehatannya terganggu saat masuk pasar lalu lewat di area penjual pakaian bekas. Oleh karena itu, menurut informan bahwa pakaian bekas ini merupakan pakaian ilegal yang harus diperhatikan dalam menggunakan misalnya dari awal memilih, kemudian membeli, dan dicuci bersih sebelum digunakan agar terhindar dari penyakit yang tidak diinginkan.

### ***Thrifting Fashion* Sebagai Gaya Hidup di Era Milenial dan Dampaknya Terhadap Pengguna**

Fenomena *thrifting* sangat erat kaitannya dengan gaya hidup, yang menunjukkan bagaimana seseorang hidup, menghabiskan uang, dan mengalokasikan waktunya. Gaya hidup didefinisikan secara luas sebagai cara orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan mereka (ketertarikan), dan pandangan mereka tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitar (pendapat). Gaya hidup setiap individu berbeda satu sama lain, dan dari waktu ke waktu, gaya hidup individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak secara dinamis.

*“Iya, jadi bagini kak saya sangat aktif skali atau bisa disebut suka skali dengan baju bekas. Karena disamping murah saya juga bisa menjadi seorang yang suka stylis. Dengan memakai pakaian bekas ini sojadi salah satu bentuk saya pe gaya hidup. Karena kalo Cuma boleh mobilang dari SMA saya sopake ini baju-baju bekas”.*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, informan menyatakan bahwa gaya hidup milenial saat ini terlihat dari cara mereka mengikuti perkembangan tren. Saat ini, tren telah merasuki ideologi milenial di Gorontalo, di mana mereka menjadikan *thrifting* sebagai gaya hidup. Fenomena budaya yang dianut oleh milenial yang melakukan *thrifting* di Gorontalo adalah untuk membangun dan membentuk identitas mereka. *Thrifting* sendiri merupakan bentuk komunikasi nonverbal yang dilakukan melalui kegiatan berbelanja dan gaya berpakaian, yang menimbulkan makna, nilai, serta simbol sebagai cerminan dari gaya hidup yang mereka anut.

Pada konteks lain, dampak positif dari *thrifting fashion* yaitu dapat mengurangi limbah tekstil di bumi, karena dipergunakan kembali *reuse* dengan begitu dapat mengurangi penggunaan air berlebihan serta mengurangi limbah akibat hasil produksi. Adapun dampak negatif yang ditimbulkan dari kegiatan *thrifting* berdasarkan dari hasil laboratorium yang telah dilakukan oleh kementerian didapat bahwa produk pakaian bekas impor ternyata mengandung banyak bakteri yang bisa membahayakan kesehatan, selain berdampak pada kesehatan, penjualan barang bekas ini ternyata bisa berdampak negatif juga pada bidang ekonomi yaitu terhambatnya pembangunan negara dari bea dan cukai, maka dari itu ketika adanya dan meningkatnya pemasukan pakaian bekas tersebut, maka dapat mengurangi juga biaya untuk melaksanakan pembangunan. Menjadi kelemahan berbelanja pakaian bekas ini adalah kekhawatiran akan kebersihan dan penularan penyakit, barang tidak utuh, serta terkadang kurang mendapat informasi terkait tentang kelengkapan dari barang jika berbelanja online (Maulidah & Russanti, 2021).

Pada konteks dampak positif, diketahui bahwa para pengguna *thrifting fashion* menjadi lebih hemat dalam menggunakan keuangan, sebab kebutuhan pakaian yang mereka konsumsi tidak harus mengeluarkan anggaran yang besar, sehingga menjadi lebih hemat, terutama bagi kalangan mahasiswa yang membutuhkan dana untuk membiayai perkuliahan. Dengan adanya pakaian bekas yang harganya terjangkau, para mahasiswa dapat menghemat pengeluaran mereka untuk kebutuhan

membeli pakaian. Hal ini dikuatkan dengan wawancara bersama seorang informan mahasiswa sosiologi:

“Dengan adanya pakaian bekas ini kak, saya sendiri dapat mengatur keuangan, bisa memilih pakaian yang unik beda dari yang lain dan bisa mengembangkan lingkungan”.

Berdasarkan ungkapan wawancara di atas, informan menyebutkan bahwa pakaian bekas ini sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa memiliki anggaran yang terbatas, dan pengguna pakaian bekas dapat membantu mereka menghemat uang dalam hal pembelian pakaian bekas dan dapat memilih pakaian bekas dengan menemukan barang yang unik. Dengan memilih pakaian bekas, mahasiswa dapat memiliki kesempatan untuk menunjukkan kreativitas dan kepribadian mereka melalui gaya berpakaian mereka, yang dapat membantu mereka membedakan diri dari orang lain dan menciptakan identitas mode unik. Melalui penggunaan pakaian bekas, mahasiswa dapat belajar tentang pentingnya keberlanjutan lingkungan dalam mode dan pemakaian barang serta mendukung praktik konsumsi yang bertanggung jawab.

## KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan dan hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa fenomena *thrifting fashion* muncul sebagai respons terhadap kebutuhan akan gaya hidup hemat dan berkelanjutan di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum. Awalnya dimulai sebagai praktik ekonomis di wilayah pesisir Indonesia, *thrifting* kini telah berkembang menjadi sebuah tren yang melibatkan belanja pakaian bekas impor dengan kualitas dan gaya yang bervariasi. Meskipun ada stigma terkait kebersihan dan legalitas, minat terhadap *thrifting* terus meningkat karena memberikan pilihan yang terjangkau dan unik dalam fashion. Bagi mahasiswa, *thrifting* bukan hanya cara untuk mengekspresikan diri melalui gaya berpakaian, tetapi juga sebagai strategi mengelola keuangan yang terbatas. Pemakaian mahasiswa terkait fenomena ini tidak hanya sekedar gaya berpakaian tetapi juga mencerminkan kompleksitas. Melalui *thrifting fashion* mahasiswa mengungkapkan berbagai motif dan tujuan, termasuk pertimbangan ekonomi dan keberlanjutan lingkungan.

## Daftar Referensi

- Diana, L. (2019). Perdagangan Pakaian Bekas Impor Di Pekanbaru, Mengapa Masih Marak Terjadi? *Riau Law Jurnal*, 3(2). <https://doi.org/DOI:10.30652/rlj.v3i2.7817>
- Djamada, M., Purnama, A. O. D. A. A., Husnan, M. I., & Ibrahim, M. (2024). Persepsi Masyarakat Terhadap Pergaulan Bebas Masa Mominango di Bolangitang Barat, Bolaang Mangondow Utara. *Dynamics Of Rural Society Journal*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.37905/drsj.v2i1.44>
- Hasibuan, I. M., Erianto, R., & Batubara, C. (2024). Deterrminan Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor: Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIN Sumatera Utara. *Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i2.4386>
- Lady, D. (2019). Konsep Diri Pengguna Fashion Branded Preloved (Studi Kualitatif Konsep Diri Pengguna Fashion Branded Preloved di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU). *Skripsi*, Universitas Sumatera Utara: Medan.
- Maulidah, F., & Russanti, I. (2021). Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Pakaian Bekas. *Jurnal Online Tata Busana*, 10(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jotb.v10n3.p62-68>
- Oktawiningsih, E. (2023). Fenomena *Thrifting* terhadap Gaya Hidup Mahasiswa. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 348-353.
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang Larangan Impor Pakaian Bebas, Pub. L. No. 7 (2015). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/128974/permendag-no-51-m-dagper72015-tahun-2015>

- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1995, Pub. L. No. 10 (1995).  
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/46201/uu-no-10-tahun-1995>
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pub. L. No. 8 (1999).
- Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2009 Tentang Kawasan Ekonomi Khusus, Pub. L. No. 39 (2009).  
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/54483/uu-no-39-tahun-2009>
- Prihandani, R. (2016). Fenomena Online Shop Di Instagram (Studi Fenomenologi Online Shop Pada Konsumen Di Instagram). *Skripsi*, Universitas Pasundan: Bandung.
- Putri, A. A. M. S., & Patria, A. S. (2022). Perancangan Referensi Gaya Berpakaian Thirifting Melalui Feed Instagram. *Jurnal Barik*, 3(2).  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/46710>
- Rizky, M.S.P. (2012). Pakaian Sebagai Komunikasi (Pemakaian Baju Bekas Impor Sebagai Media Untuk Mengkomunikasikan Identitas Sosial). *Skripsi*, Program Studi Komunikasi, Universitas Kristen Satya Wacana: Salatiga.
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian (Pendekatan Praktis dalam Penelitian)*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFEST.
- Shinta, D. (2022). Merekonstruksi Makna Thirifting Sebagai Trend Fashion (Studi Kasus: Mahasiswa FISIP UIN Jakarta). *Skripsi*, Program Studi Sosiologi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta: Jakarta.