

FENOMENA *THRIFTING FASHION* DI MASA PANDEMI COVID-19: STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG

Nevi Ristiani^{1)*}, Usman Raidar²⁾, Damar Wibisono³⁾

^{1) 2) 3)} Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung

*Korespondensi: nevi.ristiani10346@students.unila.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengkaji fenomena *thrifting fashion* di masa pandemi COVID-19 yang melibatkan mahasiswa Universitas Lampung. *Thrifting* (berhemat) merupakan kosakata baru yang muncul untuk menandai aktivitas membeli (mengonsumsi) pakaian bekas layak pakai. Fenomena *thrifting fashion* sebagai modus konsumsi pakaian bekas layak pakai menjadi alternatif bagi mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan berpakaian karena harga pakaian yang murah. Meski demikian, aktivitas ini cenderung membuat mahasiswa lebih konsumtif. Penelitian ini menggunakan metode tipe penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam dan dokumentasi dengan melibatkan sembilan orang informan. Temuan data dianalisis menggunakan teori konsumerisme dari Jean Baudrillard. Hasil penelitian menunjukkan adanya lima motif mahasiswa dalam melakukan *thrifting* yaitu: harga yang terjangkau, kualitas yang baik dan pakaian bermerek, mode tidak pasaran, hiburan (kegiatan yang menyenangkan) dan misi menjaga lingkungan. Di samping itu, terdapat dampak dari perilaku *thrifting* bagi mahasiswa. Dampak positifnya, yaitu hemat, peduli terhadap lingkungan, dan dapat membuka peluang usaha. Sedangkan dampak negatif, yaitu menimbulkan sikap konsumtif, pakaian tidak higienis, dan meluangkan relatif banyak waktu serta tenaga.

Kata kunci: *Thrifting Fashion*, Mahasiswa, Konsumsi, Pandemi COVID-19

PENDAHULUAN

Zaman yang modern dan cepat seperti sekarang ini tentu mempengaruhi gaya hidup serta gaya dalam berpakaian atau pemenuhan kebutuhan *fashion*. Menurut Dwiyanoro (dalam Maharani, 2014) gaya hidup dari masyarakat modern ini adalah suatu hasil dari proses interaksi sosial seorang individu terhadap lingkungannya. *fashion* sangat lekat dengan kehidupan sehari-hari hal ini dapat di lihat setiap hari kita menggunakan pakaian dan ingin tampil *stylish*. *Fashion* merupakan sesuatu yang mudah didapatkan oleh semua orang dan cenderung bersifat musiman, sehingga dapat dengan cepat mengalami perubahan. Perubahan-perubahan *fashion* yang cepat ini membuat banyak sekali mode dalam berpakaian dan kini muncul fenomena dalam industri *fashion* adalah pakian dengan nuansa lawas (*Vintage*), namun untuk mendapatkan pakaian bernuansa lawas tersebut hanya bisa didapatkan di toko yang menjual pakaian bekas atau yang saat ini sering di sebut dengan pakaian *thrifting*.

Di era 2000-an istilah *thrifting* menjadi tidak asing bagi para pecinta barang lawas (*Vintage*). Sejak tahun 2013 perdagangan barang bekas mulai masuk ke Indonesia, dimulai dari barang langka hingga barang dengan *brand* terkenal. Peningkatan import ini bersamaan

dengan terjadinya penyebaran wabah di seluruh dunia yang menjadi pandemi yaitu virus corona yang berasal dari kota Wuhan, China. Pandemi yang terjadi melahirkan banyak kebijakan baru di Indonesia. Kebijakan dan keterbatasan yang terjadi tidak menghalangi perkembangan *thrifting* di Indonesia, saat pandemi terjadi kegiatan *thrifting* tetap berkembang dan menjadi trend dikalangan anak muda. Hal ini dapat di lihat dari data import pakaian bekas dan banyaknya penjual pakaian bekas (*thrifting shopping*) yang muncul tidak hanya menjual di pasar atau pinggir jalan terdapat juga penjualan secara online.

Terjadinya fenomena *thrifting* tidak terlepas dari pengaruh media sosial sebagai media pemasaran dan informasi *thrifting* melalui berbagai platform. Cakupan media sosial yang sangat luas juga mempengaruhi anak muda di Lampung khususnya daerah kota Bandar Lampung. Seiring berjalannya waktu kini anak muda mulai tertarik dengan kegiatan *thrifting* terlebih saat terjadi pandemi membuat anak muda lebih mengetahui hal yang memiliki nilai efisien untuk situasi saat pandemi. Munculnya pengusaha pakaian bekas di kota Bandar Lampung membuat terbentuknya sebuah komunitas yang menaungi pengusaha pakaian bekas di kota Bandar Lampung dengan sebutan lampung thrift market. komunitas lampung thrift market menyelenggarakan bazar *thrifting* pertama di Bandar Lampung pada bulan maret 2020 lalu dan terus menyelenggarakan event untuk menarik pengunjung. Dalam sebuah event *thrifting* yang di adakan di kota Bandar Lampung pengunjung event tersebut adalah anak-anak muda mulai dari yang sudah berkerja hingga mahasiswa, tidak hanya berkunjung namun terdapat juga mahasiswa yang ikut serta menjual pakaian bekas.

KAJIAN PUSTAKA

Fenomena

Fenomena berasal dari bahasa Yunani yaitu (*Phainomenon*) yang artinya “apa yang terlihat” sedangkan dalam bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai gejala alam atau kejadian-kejadian yang dapat dirasakan dan dapat di lihat dengan panca indera. Menurut Campbell (Wirawan, 2012: 133) fenomenologi yang berangkat dari aliran subjektivisme tidak hanya memandang dari satu gejala yang tampak, melainkan berusaha menggali makna di balik gejala fenomena tersebut. Dapat di ketahui bahwa fenomena hadir di dalam kehidupan manusia disetiap kesadaran manusia itu sendiri, fenomena merupakan sesuatu yang dapat dilihat, diamati, dimaknai sebagai bagian dari kehidupan manusia dan pada setiap manusia memiliki perspektif yang berbeda dalam memaknai sebuah fenomena yang terjadi pada kehidupan sosial manusia.

Thriftig Fashion

Kata *Thriftig* merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris, kata '*Thrift*' diambil dari kata *thrive* yang berarti berkembang dan maju. Sedangkan kata *thrifty* dapat diartikan sebagai cara menggunakan uang dan barang secara baik dan efisien (Gafara, 2019). Benda-benda dan pakaian bekas memiliki banyak julukan yang berbeda di setiap daerah seperti di Lampung pakaian bekas dikenal dengan nama *Baju Batam*, sedangkan di Palembang dikenal dengan *BJ (Buru'an Jambi)* sedangkan di Kalimantan Utara pakaian bekas ini di kenal dengan sebutan baju *Cakar (Cap Karung)*, kemudian di Sumatra Utara pakaian bekas dikenal dengan sebutan *Monza* yang merupakan akronim dari Monginsidi Plaza yaitu tempat penjual pakaian bekas di Medan. Di daerah Surabaya memiliki sejumlah sebutan yang paling terkenal adalah *cakaran* atau *obok-obok* (Virginia, 2022: 2). *Thriftig* adalah sebuah kegiatan atau metode dalam berbelanja yang bertujuan untuk penghematan dan supaya biaya yang dikeluarkan untuk berbelanja keluar seminimal mungkin.

Ada beberapa jenis toko barang bekas yang dapat dibedakan menurut fungsi dan tujuannya. Terdapat pula tempat menjual barang menurut Gulfra (2015). Berikut jenis-jenis toko barang bekas yang perlu diketahui:

- a. *Thriftig shopping*
- b. *Garage sale*
- c. *Vintage shop*
- d. *Second-hand stuff shop*
- e. *Car boot sale*
- f. *Charity shop*

Menurut Agustina (2010) *fashion* digambarkan sebagai gaya hidup yang konsumtif, dimana gaya hidup tersebut dipengaruhi oleh "perilaku membeli" di lingkungan sosialnya, kehadiran perkembangan *fashion* membuat perilaku boros para remaja saat ini. Arti kata *fashion* memiliki banyak sisi seperti pendapat menurut Troxell dan Stone (1981) *fashion* didefinisikan sebagai gaya yang diterima dan digunakan mayoritas anggota sebuah kelompok dalam satu waktu tertentu. Dari pengertian di atas dapat terlihat bahwa *fashion* erat kaitannya dengan gaya yang digemari, kepribadian seseorang dan rentang waktu yang berarti *fashion* bulan lalu akan terlihat ketinggalan zaman di bulan ini. Pakaian dapat digunakan sebagai salah satu media mengekspresikan diri dan menunjukkan identitas yang dapat kita sebut dengan mode berpakaian atau *fashion* sebagai alat komunikasi diri.

Pandemi

Menurut *World Health Organization* (WHO, 2020) pandemi COVID-19 adalah menyebarnya penyakit korona virus 2019 di seluruh dunia dan sampai bulan April telah menginfeksi lebih dari 210 negara. Penularan COVID-19 terjadi sangat pesat dan sumber utama dari penularan yang pesat tersebut berasal dari manusia ke manusia. Penyakit ini dapat menyebar melalui tetesan kecil (*droplet*) dari hidung atau mulut pada saat batuk atau bersin (Kemenkes RI, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif disebut juga penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi alamiah (*natural setting*), disebut juga sebagai etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih sering digunakan untuk penelitian antropologi budaya (Sugiyono, 2013 : 8). Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa Universitas Lampung sebagai representasi dari kelompok sosial mahasiswa terbesar di kota Bandar Lampung. Penentuan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive*, yakni pemilihan informan dilakukan secara sengaja dengan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dan sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan 9 orang informan, terdiri dari 8 orang informan merupakan mahasiswa di Universitas Lampung yang telah peneliti pilih dan sesuai dengan kriteria yang di tentukan, kemudian peneliti menggunakan 1 orang pengusaha pakian *thrifting* untuk menunjang data dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi di lapangan untuk mengamati aktivitas di lokasi penelitian, wawancara mendalam dilakukan untuk menggali informasi dengan mempersiapkan pertanyaan dan dokumentasi untuk mendapatkan data dengan cara mencari informasi dari berbagai sumber yang terkait dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Latar Belakang Mahasiswa Melakukan *Thrifting fashion* Dimasa Pandemi COVID-19

Dalam pembahasan penelitian ini, peneliti akan mengaitkan teori yang dipilih dengan hasil temuan di lapangan. Mahasiswa merupakan seseorang yang tidak hanya mempelajari ilmu di bidangnya tetapi harus bisa mengaplikasikan pada kehidupan, memberi inovasi dan kreatifitas. Menyandang sebutan sebagai mahasiswa merupakan suatu kebanggaan dan tantangan, karena mahasiswa memikul ekspektasi dan tanggung jawab yang besar.

Mahasiswa adalah agen perubahan, mahasiswa adalah seseorang yang dapat memberikan solusi permasalahan yang di hadapi masyarakat, bangsa bahkan di berbagai belahan dunia.

Sebagai agen perubahan dan seseorang yang dapat memberikan solusi bagi masalah yang sedang dihadapi khalayak ramai tentu terdapat berbagai macam cara, salah satunya masalah *fashion* yang saat ini sudah menjadi gaya hidup. Menurut (Dwiantoro, 2014) gaya hidup dari masyarakat modern adalah hasil dari proses interaksi sosial individu terhadap lingkungannya. Konsumsi *fashion* yang tinggi di saat pandemi dapat diatasi dengan melakukan *thrifting*. Sesuai dengan teori konsumerisme oleh Baudrillard yaitu yang dikonsumsi oleh masyarakat konsumeris (*consumer society*) bukanlah kegunaan dari suatu produk melainkan citra atau pesan yang disampaikan dari suatu produk. Berikut latar belakang apa saja yang mempengaruhi mahasiswa membeli atau mengkonsumsi pakaian *thrifting* dimasa pandemi yaitu:

1. Harga Terjangkau

Harga merupakan suatu nilai yang diberikan atas barang dan jasa yang digunakan atau di beli, dengan kata lain harga adalah nilai tukar yang diberikan oleh penjual kepada pembeli. Pakaian *thrifting* memiliki kualitas yang baik atau bahkan masih terlihat layaknya pakaian baru meski pun begitu harga yang di tawarkan sangat murah. Hal ini yang menjadikan latar belakang mahasiswa membeli pakaian-pakaian *thrifting* karena harganya lebih terjangkau. Pertimbangan akan harga pakaian *thrifting* digunakan untuk melakukan penghematan.

Pilihan alternatif ini sesuai dengan teori tindakan sosial yang dicetuskan oleh Max Weber dimana pada teori tindakan sosial mengkaji mengenai motif serta perilaku dari seorang manusia. Dengan menggunakan teori tindakan sosial dari Max Weber peneliti dapat melihat alasan-alasan mengapa mahasiswa melakukan *thrifting fashion*. Salah satu alasan dibalik tindakan membeli pakaian *thrifting* adalah berhemat. Tindakan berhemat ini dapat peneliti kategorikan dalam tindakan rasionalitas instrumental, dimana hemat ini dilakukan oleh mahasiswa memiliki tujuan tertentu yaitu untuk meminimalisir pengeluaran sehingga uang yang dimiliki dapat digunakan untuk keperluan lainnya dan upaya yang dilakukan adalah dengan membeli pakaian *thrifting*.

2. Kualitas yang Baik dan Pakaian Bermerek (*Branded*)

Kualitas merupakan karakteristik atau sifat suatu produk yang dapat memberi kepuasan terhadap pembelinya. Tidak hanya dilihat dari bahan terdapat pula barang *thrifting* yang memiliki merek terkenal namun dijual dengan harga yang terjangkau. Mahasiswa merasa beruntung jika saat melakukan *thrifting* mendapatkan barang dengan

merek terkenal, disamping mendapatkan merek yang terkenal bahan yang didapatkan pun memiliki kualitas yang baik.

Berdasar pada teori konsumerisme dari Jean Baudrillard yang dikatakan masyarakat konsumeris mengkonsumsi bukan berdasar kepada fungsi melainkan pada citra yang disampaikan oleh suatu produk. Dalam hal ini mahasiswa melakukan *thrifting* bertujuan mendapatkan pakaian dengan merek terkenal selain itu pakaian dengan merek terkenal dianggap memiliki kualitas yang baik. Maka dari itu dalam melakukan *thrifting* sudah jelas untuk mendapatkan pakaian bermerek dan berkualitas tidak melihat dari fungsi utama dari pakaian adalah untuk menutupi dan melindungi tubuh.

3. Mode Tidak Pasaran

Mode atau gaya busana dibuat untuk diterima dan dapat diikuti masyarakat luas di tempat tertentu. Pada pakaian *thrifting* yang dijual di pasar maupun secara online memiliki karakteristik yang berbeda di setiap pakaiannya, bahkan dalam suatu toko belum tentu terdapat pakaian yang memiliki corak yang sama, warna yang sama atau bentuk pakaian yang sama. Hal ini lah yang menjadi salah satu latar belakang mahasiswa melakukan *thrifting* bertujuan untuk mendapatkan pakaian yang berbeda dengan orang lain.

Teori yang digunakan untuk melihat tindakan mahasiswa melakukan *thrifting* yang memiliki tujuan untuk meminimalisir dari menggunakan pakaian yang sama dengan orang lain adalah teori pilihan rasional. Dalam teori pilihan rasional oleh Cloeman terdapat dua unsur yaitu aktor dan juga sumber daya. Unsur aktor merupakan seseorang yang melakukan tindakan sedangkan sumberdaya adalah potensi yang telah disediakan baik sumber daya alam atau sumber daya manusia. Melihat motif dalam melakukan *thrifting* pada penelitian ini lebih menekankan pada aktor dimana aktor dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menentukan pilihannya dalam melakukan *thrifting*.

Aktor memegang peran utama dalam teori pilihan rasional untuk menentukan pilihannya mahasiswa dalam menghadapi suatu *trend* pakaian yang kerap kali mendapatkan pakaian yang sama di suatu tempat dengan orang lain maka pilihan melakukan *thrifting* dapat menjadi alasan. Bagi sebagian orang menggunakan pakaian yang sama dengan orang lain atau orang yang tidak dikenal merupakan hal yang sedikit canggung dan memalukan. Oleh karena itu *thrifting* dijadikan pilihan karena pakaian yang dijual acak dan sedikit kemungkinan untuk menggunakan pakaian yang sama dengan orang lain.

4. Hiburan (Kegiatan Yang Menyenangkan)

Tidak sedikit orang menganggap bahwa berbelanja atau hanya sekedar melihat-lihat barang yang dijual di pasar suatu hal yang menyenangkan. Mencari pakaian *thrifting* dianggap menyenangkan dan seru bagi para pecinta *trifling* hal ini dikarenakan proses untuk mencari pakaian yang diinginkan berada pada tumpukan pakaian yang kondisinya kurang baik, jadi ketika pakaian yang di dapat dirasa cukup sesuai dengan yang diinginkan perasaan pembeli akan merasa puas dan senang.

Kegiatan *thrifting* yang dianggap menyenangkan tersebut sama dengan orientasi motif menurut Blumer, Blumer menyebutkan terdapat tiga orientasi motif yaitu motif kognitif atau motif eksploratif kebutuhan dalam mendapatkan informasi, motif diversifikasi atau dorongan dari dalam diri untuk memenuhi kebutuhan hiburan dan yang terakhir adalah motif identitas personal atau kebutuhan untuk menonjolkan sesuatu yang penting dalam diri sendiri. Hiburan dalam melakukan *thrifting* menjadi motif diversifikasi bagi mahasiswa, yaitu suatu dorongan dari dalam diri mahasiswa untuk mendapatkan rasa senang dan kebebasan dari tekanan sehingga membutuhkan hiburan yang di realisasikan dengan melakukan *thrifting*.

5. Misi Menjaga Lingkungan

Dibalik kegiatan *thrifting* atau membeli pakaian bekas yang menjadi trend saat ini terdapat sebuah misi lingkungan yang terselip di dalamnya. Kesadaran terhadap lingkungan akibat limbah pakaian, orang-orang menyebutkan melakukan *thrifting* selain dilihat dari harga yang terjangkau sekaligus dapat membantu mengurangi limbah pakaian akibat produksi *fast-fashion*.

Berbelanja pakaian bekas berkaitan dengan teori konsumerisme yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard seorang sosiolog asal perancis, konsumerisme adalah keharusan masyarakat untuk merasa hidup. Masyarakat akan merasa hidup dan eksis saat memiliki barang-barang yang sudah dibelanjakan. Berbelanja adalah perilaku konsumtif baik berbelanja barang ataupun makanan, berbelanja sudah menjadi kebutuhan untuk mendapatkan kesenangan atau kebahagiaan. Konsumerisme yang telah menjadi kebiasaan menghilangkan makna atau nilai dari barang yang telah dibelanjakan, karena pada dasarnya berbelanja saat ini dilakukan karena keinginan bukan karena sebuah kebutuhan. Perilaku konsumtif juga berlaku pada mahasiswa yang melakukan pembelian pakaian secara *thrifting*, meskipun tujuan dalam melakukan *thrifting* adalah penghematan namun jika dilihat dari tenggang waktu untuk melakukan *thrifting* yang mencapai 2-3 kali dalam satu bulan sudah termasuk perilaku konsumtif yang dilakukan berdasarkan pada

keinginan bukan kebutuhan. Hal ini sejalan dengan ungkapan Umanailo (2018 : 49) bahwa konsumerisme adalah suatu pola pikir serta tindakan dimana orang melakukan tindakan membeli barang bukan karena ia membutuhkan barang itu tetapi dikarenakan tindakan membeli itu sendiri memberikan kepuasan bagi dirinya.

Dengan melakukan *thrifting* mahasiswa akan mendapatkan pakaian dengan *brand* tertentu dan harga yang terjangkau itu menggunakan pakaian bermerek akan merasa lebih bangga atau percaya diri meski pun pakaian yang didapat dari hasil *thrifting*. Mahasiswa *thrifting* dianggap sebagai suatu kegiatan yang menyenangkan dan seru karena terdapat sensasi yang menyenangkan dari pilihan pakaian yang berbagai macam warna dan bentuk bahkan terdapat seorang mahasiswa menyebutkan bahwa dari memilih pakaian *thrifting* itulah seni dari melakukan *thrifting*. Faktor mode atau dalam bahasa Indonesia disebut fasyen, *thrifting* digemari karena mode setiap pakaian yang berbeda-beda baik dari segi bentuk, warna atau *brand*. Menurut mahasiswa menggunakan pakaian yang sama dengan orang lain terlebih orang yang tidak dikenal di satu tempat merupakan hal yang canggung dan sedikit memalukan.

Dampak *Thrifting fashion* Bagi Mahasiswa

Di balik pakaian *thrifting* menyimpan pesan yang memiliki misi menjaga lingkungan dari limbah pakaian yang semakin bertambah. *Thrifting* pun berdampak pada kesadaran anak muda untuk menjaga lingkungan serta menjadikan mahasiswa lebih efisien dalam mengatur keuangan dengan *thrifting*. Berikut terdapat dampak dari melakukan *thrifting fashion* bagi mahasiswa:

Dampak Positif

1. Hemat

Penghematan dilakukan dengan *thrifting* membuat mahasiswa sadar akan kelebihan dari melakukan *thrifting* selain dari segi ekonomi tetapi juga mahasiswa dapat mengerti efisien untuk menggunakan uang sehingga keuangan dapat diatur sesuai kebutuhan.

2. Peduli terhadap lingkungan

Membuat mahasiswa sadar akan lingkungan yang telah menumpuk limbah pakaian dan menggunakan pakaian *thrifting* bertujuan untuk membuat pakaian ber usia lebih panjang.

3. Membuka peluang usaha

Thrifting memiliki harga murah serta kualitas yang baik sehingga mahasiswa dapat memanfaatkan *thrifting* untuk berwirausaha untuk mendapatkan penghasilan.

Dampak Negatif

1. Timbul sikap konsumtif

Harga yang murah membuat mahasiswa lebih sering melakukan *thrifting* sehingga tanpa disadari mahasiswa menjadi konsumtif terhadap pakaian *thrifting*.

2. Pakaian tidak higienis

Pakaian *thrifting* yang merupakan pakaian bekas tentu pernah digunakan oleh orang lain dan berasal dari luar negeri oleh karena itu pakaian *thrifting* tidak terjamin kebersihannya.

3. Memakan waktu dan tenaga

Membeli pakaian *thrifting* memerlukan waktu yang luang karena untuk mendapatkan pakaian yang layak perlu memilih pakaian dengan cermat dan detail serta tempat menjualnya pun terdapat yang tidak nyaman.

Thrifting yang dilakukan juga menunjukkan keunikan dari pakaian yang didapatkan yang bertujuan untuk menghindari pakaian yang sama dengan orang lain selain itu *thrifting* juga dilakukan sebagai salah satu hiburan karena mencari pakaian *thrifting* yang dianggap menyenangkan.

SIMPULAN

Di masa pandemi kegiatan *thrifting* menjadi fenomena dikalangan anak muda tak terkecuali mahasiswa, *fashion* telah melekat di kehidupan setiap orang dijadikan sebuah media untuk berkomunikasi dan menunjukkan ekspresi diri, begitu pun dengan mahasiswa. *Fashion* yang telah menjadi gaya hidup mahasiswa mengakibatkan mahasiswa menjadi lebih konsumtif terhadap pakaian akan tetapi keadaan ekonomi yang menurun saat pandemi menjadikan mahasiswa mencari alternatif dalam memenuhi kebutuhan *fashion* yaitu dengan pakaian *thrifting*. Mahasiswa memiliki beberapa alasan untuk membeli pakaian *thrifting* diantaranya sebagai berikut:

1. Harga terjangkau
2. Kualitas yang baik dan bermerek (*branded*)
3. Mode tidak pasaran
4. Hiburan (kegiatan yang menyenangkan)
5. Misi menjaga lingkungan

Alasan – alasan diatas berkaitan dengan teori konsumerisme yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Alasan yang digunakan oleh mahasiswa sesuai dengan pendapat Jean

bauldriillard dimana yang dikonsumsi oleh mahasiswa bukanlah kegunaan dari pakaian namun terdapat citra dan pesan yang dapat disampaikan dari pakaian yang di beli secara *thrifting*. Latar belakang mahasiswa melakukan *thrifting fashion* di dukung oleh beberapa faktor yaitu keadaan keuangan yang menurun saat pandemi, kondisi lingkungan mahasiswa yang melakukan *thrifting* sangat mendukung adanya *thrifting*. *Thrifting* pun berdampak pada kesadaran anak muda untuk menjaga lingkungan serta menjadikan mahasiswa lebih efisien dalam mengatur keuangan dengan *thrifting*.

Thrifting dilakukan dengan menyuarakan menjaga lingkungan dari limbah pakaian yang menumpuk akan tetapi dari kegiatan *thrifting* yang dilakukan mahasiswa tetap memiliki akibat atau dampak dari tindakan membeli pakaian bekas. *Thrifting* berdampak secara positif dalam arti menghemat pengeluaran, menimbulkan kepedulian terhadap lingkungan, dan bisa membuka peluang usaha. Sedangkan dampak negatifnya yakni dapat memicu sikap konsumtif, potensi masalah kesehatan akibat pakaian tidak higienis, serta aktivitas yang menyita banyak waktu dan tenaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. (2010). *Gaya Hidup Konsumtif Remaja Dalam Prilaku Berpakaian*. Skripsi Sarjana Program Studi Sosiologi Fakultas ISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. (2019). *Frequently asked questions penularan COVID-19*.<https://www.kemendes.go.id/folder/view/full-content/struktur-faq.html>
- Maharani, S. D., dan Puspitadewi, N. W. S. *Hubungan Antara Persepsi Kosumen Dengan Keputusan Pembelian Thrift Clothes Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Troxell, M. D., dan Stone, E. (1981). *Fashion Merchandising*. Gregg Division, McGraw-Hill.
- Umanailo, M. C. B. (2019). *Pemikiran-Pemikiran Karl Marx*. DOI: 10.31219/Osf.Oi/5q2ts.
- Virginia, G. A. (2022). *Fenomena Thrifting Sebagai Budaya Populer Masyarakat Pasar Pagi Tugu Pahlawan Kota Surabaya*. Skripsi Sarjana Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Wirawan, D. I. (2012). *Teori-teori sosial dalam tiga paradigma (fakta sosial, definisi sosial, dan prilaku sosial)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- World Health Organization. (2021). *Update penyakit corona di Indonesia*. <http://www.who.int/Indonesia/news/novel-coronavirus> (diakses pada 5 januari 2022)