

FENOMENA *FASHION THRIFT* DIKALANGAN MAHASISWA FISIPKOM UNIDA SEBAGAI BENTUK MENGEKSPRESIKAN DIRI

Bayu Agustian¹, Muhamad Supriatno², Muhammad Ripjan³, Sekar Trikesumawardani⁴, Siti Fitriah Nursita⁵, Maha Raisha Diviana⁶, Ahmad Rafi Fauzi⁷.

¹⁻⁷Program Studi Sains Komunikasi, Universitas Djuanda Bogor

¹ bayu.agustian2020@unida.ac.id, ² muhamadsupriatno25@gmail.com,

³ripjanmochamad@gmail.com, ⁴trikesumasekar@gmail.com, ⁵sitifitriahn16@gmail.com,

⁶raishaviana@gmail.com, ⁷araffw215@gmail.com

Abstrak

Pada zaman modern saat ini, thrifthing sudah menjadi fashion di kalangan mahasiswa. Thrift merupakan kegiatan membeli barang bekas dengan harga yang murah mengikuti keinginan masing-masing. Sedangkan fashion merupakan bentuk komunikasi artifaktual, yaitu komunikasi yang berlangsung dari artefak, seperti busana, dandanan, barang perhiasan, dan hal itu membentuk komunikasi nonverbal. Dari latar belakang tersebut, peneliti ingin meneliti mengenai fenomena fashion thrift dikalangan mahasiswa sebagai bentuk mengekspresikan diri dari berbagai sudut pandang. Dengan begitu terdapat tujuan yang ingin diperoleh yaitu mengetahui bagaimana pandangan mahasiswa tentang fenomena thrifthing yang sedang marak saat ini, mengetahui kelayakan berpakaian gaya thrifthing di zaman sekarang dari sudut pandang mahasiswa dan tentunya mengetahui bagaimana mahasiswa mengekspresikan dirinya terhadap gaya berpakaian thrift. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu dengan cara melakukan observasi yang langsung turun mengamati aktivitas mahasiswa mengenai fenomena thrift dan melakukan wawancara mendalam terhadap lima narasumber yang sudah kita pilih sesuai dengan kriteria data yang kita butuhkan guna mendapatkan data primer dan data sekunder juga diambil lewat dokumentasi guna melengkapi data dan informasi yang sudah didapatkan dari data primer. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan memilih narasumber sesuai dengan kriteria yang sesuai guna mendapatkan data yang valid dan akurat, dengan melakukan analisis data menggunakan analisis kualitatif. Adapun hasil yang telah didapat dari penelitian ini bahwa dalam kegiatan thrifthing tentunya menimbulkan pandangan baru atau makna dari masing-masing alasan serta tujuan fashion thrifthing baik itu bagi penjual maupun pemakai yaitu thrifthing sebagai gaya hidup, thrifthing sebagai hobi, thrifthing sebagai motif usaha dan faktor ekonomi.

Kata kunci: fenomena thrifthing, fashion, komunikasi nonverbal, ekspresi diri.

I. PENDAHULUAN

Fenomena Fashion Thrift belakangan ini menjadi trending di kalangan anak muda, khususnya mahasiswa. Thrifting merupakan aktivitas mencari serta membeli barang bekas pakai seperti halnya dengan pakaian yang dicari berdasarkan model yang tepat berdasarkan keinginan serta dengan harga yang pas sehingga kita bisa dengan puas membeli barang sesuai dengan keinginan. Biasanya mahasiswa menggunakan pakaian hasil thrift dengan harga yang murah, namun ternyata mereka bisa berpenampilan menarik dan unik, karena biasanya pakaian thrift memiliki satu model pakaian yang kemudian menimbulkan rasa bangga tersendiri apalagi dengan memakai pakaian brand ternama dunia seperti Nike, Adidas, Puma, Gucci, Chanel, Balenciaga dan lain sebagainya dengan harga yang terjangkau.

Pada zaman modern sekarang fashion menjadi kebutuhan yang perkembangannya semakin tidak terbatas, bahkan dalam setahun saja bisa beberapa trend yang sudah tercipta dan digunakan oleh kita dalam kurun yang sangat singkat. Namun sayangnya, bagi kalangan mahasiswa dengan budget pas-pasan cukup sulit untuk bisa mengikuti perkembangan fashion yang semakin hari semakin terkini dan tentunya diiringi harga yang menguras dompet (Ghilmansyah, 2021).

Terdapat alternatif yang bisa mahasiswa gunakan yaitu thrifting. Thrifting ialah aktivitas berbelanja barang vintage untuk mendapatkan harga barang lebih murah serta barang yang tidak biasa seperti selera pasar saat ini. Thrifting diartikan sebagai kegiatan mencari secondhand stuff di tempat-tempat tertentu yang menjual barang bekas (Trisnawati, 2011).

Mahasiswa tidak perlu risau karena masih bisa tetap update dengan budget yang tidak akan membuat kantong jebol yaitu dengan mengikuti fashion thrifting. Mahasiswa bisa terus update dan tentunya memiliki model yang tidak pasaran mereka akan memiliki style yang berbeda dengan yang lainnya. Jika beruntung mahasiswa bisa menemukan barang-barang bermerk serta barang-barang langka yang jarang dijumpai, bahkan mahasiswa juga bisa mendapatkan barang limited edition yang sudah tidak diproduksi lagi (Ghilmansyah, 2021).

Pakaian merupakan objek yang bisa menyampaikan sesuatu sebagaimana yang dikemukakan oleh Barthes mengenai "the language of fashion", bahwa setiap bentuk fashion pasti mengandung pesan tertentu yang kemudian ingin disampaikan oleh pemakainya hal ini dianggap benar dan diakui oleh sebagian besar orang fashion dianggap bisa menginformasikan makna dan maksud-maksud tertentu dari pemakainya (Trisnawati, 2011). Oleh karena itu dengan pakaian yang dikenakan diharapkan orang bisa menilai dan memahami tanda-tanda yang ditampilkan dengan pakaian yang dikenakannya. Misalnya saja gaya busana anak punk, yang selalu memakai baju dan celana warna hitam-hitam, ingin menunjukkan pesan yakni kebebasan.

Fashion merupakan bentuk komunikasi artifaktual, yaitu komunikasi yang berlangsung dari artefak, seperti busana, dandanan, barang perhiasan, dan hal itu membentuk komunikasi nonverbal, karena komunikasi artifaktual merupakan bagian dari komunikasi nonverbal (Syarafa, 2020). Oleh karena itu fungsi komunikatif dalam

fashion membuat individu memberikan komunikasi nonverbal melalui pilihan warna, corak, atau model pakaian yang digunakan. Komunikasi nonverbal yang menempatkan fashion menjadi kekuatan komunikasi yang mudah untuk menjadi perhatian orang, karena secara pandangan hanya melalui fashion yang dikenakannya sehari-hari, digunakan untuk memberikan nilai sosial, komunikasi adalah penyampaian pesan oleh pengirim yang dapat diterima dengan baik oleh si penerima pesan. Pesan dapat disampaikan dengan baik tidak hanya terbatas pada satu cara. Pesan juga dapat disampaikan melalui bahasa isyarat, gerakan tubuh, pertukaran simbol dan komunikasi non verbal lainnya. Hal yang terpenting adalah bagaimana pesan dapat dipahami oleh semua orang secara universal (Pratiwi, 2019).

Adapun tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana pandangan mahasiswa tentang fenomena thrifting yang sedang marak saat ini, mengetahui kelayakan berpakaian gaya thrifting di zaman sekarang dari sudut pandang mahasiswa dan tentunya mengetahui bagaimana mahasiswa mengekspresikan dirinya terhadap gaya berpakaian thrift.

II. METODOLOGI

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu dengan cara mewawancarai subjek secara mendalam yang dijadikan sebagai sumber data primer untuk kemudian dari hasil wawancara tersebut kami tuangkan dalam bentuk deskripsi (Walgito, 2010). Kemudian, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik pengambilan dari sumber data dengan pertimbangan tertentu (Gulo, 2010). Proses pengambilan informasi yaitu dengan mewawancarai satu orang pemilik usaha thrifting dan dua orang pengguna fashion. Penelitian ini menggunakan studi litelatur dari sumber buku dan jurnal terdahulu. Berikut adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari orang lain dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan penelitian (Mulyana, 2004). Melalui wawancara, peneliti dapat mengetahui makna dari fenomena fashion thrifting yang digunakan oleh beberapa subjek penelitian. Adapaun subjek yang akan diwawancarai berjumlah lima orang, diantaranya dua pemilik usaha, dua pengguna thrifting dan dua orang mahasiswa awam. Wawancara tersebut dilakukan dengan mengikuti draft pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya sehingga dari proses wawancara tersebut tidak keluar dari tema yang kami bahas.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan tujuan untuk menambahkan sumber data selain dari wawancara yang dimana dari hasil observasi yang peneliti lakukan dapat menambahkan makna selain daripada keemam subjek diatas. Observasi

dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu pertama observasi tempat, observasi aktifitas jual beli *thrifting* dan fenomena dikalangan mahasiswa *fisipkom* secara umum. Hal tersebut sesuai bahwa dalam penelitian kualitatif melalui bagian observasi harus terdiri dari tiga komponen yaitu tempat, pelaku serta aktifitas (Sugiyono, 2013).

Denzin & Lincoln menjelaskan bahwa, pengamat dapat melakukan observasi di luar, meski keberadaan mereka diketahui, ataupun tidak. Kedua, partisipan sebagai pengamat. Observer pada kegiatan partisipasi sebagai pengamat berarti masuk menjadi bagian dari kelompok yang diteliti, namun membatasi diri untuk tidak terlibat secara mendalam dalam aktivitas kelompok yang diamati. Peneliti hanya terlibat secara marginal. Ketiga, pengamat sebagai partisipan (Lincoln, 2009).

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lain yang tertulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2010). Cara untuk mencari data melalui dokumentasi ini dengan melalui catatan, jurnal, transkrip, buku dan sebagainya. Namun pada pada penelitian ini peneliti banyak menggunakan jurnal-jurnal terdahulu untuk memperoleh data dan informasi yang akurat mengenai *fashion*, *thrifting*, ekspresi diri, dan komunikasi nonverbal.

Teknik analisis data yaitu salah satu cara untuk menentukan suatu penelitian yang berfungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian. Analisis data kualitatif adalah supaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moeleong, 2010).

Dalam proses analisis data, peneliti menelaah semua sumber data yang tersedia, yang bersumber dari hasil wawancara dengan informan yang telah disebutkan diatas. Setelah mendapatkan data dari hasil wawancara, peneliti menganalisis kembali data dari hasil wawancara tersebut, kemudian langkah selanjutnya peneliti mengecek keabsahan data yang ada dengan keadaan sebenarnya, agar menghasilkan data-data yang kongkrit tentang penelitian ini.

Dalam penelitian ini guna mendapatkan data maupun informasi yang valid peneliti melakukan penelitian langsung. Peneliti melakukan wawancara langsung atau tatap muka dengan narasumber yang tentunya sudah kami pilih sesuai dengan tolok ukur yang sudah ditentukan sebelumnya dari hasil pengamatan melalui observasi guna bisa menjawab dan mendapatkan informasi yang relevan dengan masalah yang dibahas. Narasumber pada penelitian ini berjumlah lima orang dengan latar belakang yang berbeda. Pertama Daffa Khoiron sebagai pemilik usaha *thrift shop* (@not.seen) dan pecinta *thrifting* berusia 22 tahun dan seorang mahasiswa. Kedua ada Alif Rizky seorang mahasiswa berusia 22 tahun yang baru memulai usaha *thrift*. Ketiga ada Dika Aryatama

seorang mahasiswa berusia 22 tahun yang baru-baru ini asik dalam memakai pakaian thrift. Keempat ada Yandi Febrian berusia 22 tahun yang sudah tahu mengenai maraknya fashion thrift namun belum ada ketertarikan membelinya. Kelima ada muhammad Rizki seorang mahasiswa berusia 22 tahun yang tidak tahu dan tidak mengikuti akan fenomena maraknya thrifting. Berikut profil dan data narasumber:

Tabel 1.1 Tabel data informan

No.	Nama	Status	Usia	Pekerjaan
1	Daffa Khoiroon	Pemilik usaha <i>thrift shop</i> dan pecinta thrift	22 tahun	Wirausahawan dan mahasiswa
2	Alif Rizky	Pemilik Usaha Thrift shop	22 tahun	Wirausahawan dan mahasiswa
3	Dika Aryatama	Pecinta Thrif Shop	22 tahun	Mahasiswa
4	Yandi Febrian	Mengetahui Thrift	22 tahun	Mahasiswa
5	Muhammad Rizki	Awam terhadap Thrift	22 Tahun	Mahasiswa

Tabel diatas merupakan nama-nama narasumber yang memiliki keterhubungan dari penyusunan penelitian mengenai fashion thrifting. Empat diantara kelima narasumber tersebut telah mengikuti dan paham akan dunia fashion thrifting sehingga ketika peneliti mewawancarai keempat narasumber tersebut. Mereka menjawab secara cepat dan langsung berdasarkan dengan pengalaman serta pengetahuan mereka dalam dunia fashion, sehingga mereka bisa memaknai sesuai dengan pandangannya masing-masing berdasarkan statusnya, sedangkan satu diantaranya awam terhadap hal tersebut dan memaknai dunia fashion thrifting itu sebagai bentuk mengekspresikan diri. Lokasi penelitian ini dilakukan di lingkungan Universitas Djuanda Bogor.

Hasil dari penelitian didapatkan sebuah pandangan atau makna dari masing-masing narasumber yang peneliti wawancarai secara mendalam dan ditemukan alasan serta tujuan mereka terjun ke dunia fashion thrifting baik itu bagi penjual maupun pemakai.

Pada tahap ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian yang sudah dilakukan. penjelasannya didasarkan pada observasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi yang dilakukan selama penelitian sejak bulan Desember sampai tanggal 10 januari 2023. Penjelasan ini dibuat guna mendapatkan data maupun informasi yang

mendukung selama penelitian. Berdasarkan wawancara mendalam yang sudah dilakukan kepada lima informan.

III. HASIL DAN DISKUSI

Fashion merupakan sesuatu yang sering disinonimkan dengan busana, padahal pengertian sesungguhnya fashion bisa mencakup segala sesuatu yang berkaitan dengan adornment, style maupun dress (Featherstone, 2001).

Fashion merupakan sesuatu bagian yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian. Benda-benda seperti baju dan aksesoris yang dikenakan bukanlah sekadar penutup tubuh dan hiasan, lebih dari itu juga menjadi sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi. Dalam perkembangan selanjutnya fashion tidak hanya menyangkut soal busana dan aksesoris semacam perhiasan seperti kalung dan gelang, akan tetapi benda-benda fungsional lain yang dipadukan dengan unsur-unsur desain yang canggih dan unik menjadi alat yang dapat menunjukkan dan mendongkrak penampilan si pemakai (Hendariningrum, 2008).

Perkembangan fashion saat ini sudah tidak bisa dibendung, berbagai macam jenis fashion menjadi konsumsi masyarakat dikehidupannya sehingga tak mungkin mereka rela mengeluarkan budget guna memenuhi hasrat zaman globalisasi. Hal ini tentunya berlaku bagi semua orang termasuk para mahasiswa kaula muda yang asik mengekspresikan diri dan eksistensi namun tidak semua mahasiswa bisa melakukan hal tersebut karena biaya untuk membeli suatu pakaian memerlukan terbilang mahal apalagi barang ternama (brandid) (Fauzan, 2020)

Namun kini para mahasiswa bisa bernapas lega karena tidak perlu merogoh kantung terlalu dalam guna mendukung fashion yakni mengikuti fashion thrifting, anda bisa mendapatkan barang second dengan harga yang murah bahkan jika anda beruntung bisa mendapatkan barang brandid dan tentunya tidak terlalu pasaran dalam segi model.

1. Thrift Sebagai Gaya Hidup

Mahasiswa menjadi generasi milenial yang selalu update tentang perkembangan zaman, hal itu pun terlihat dari bagaimana mereka mengikuti trend fashion yang ramai digemari kalangan milenial saat ini. Thrifting menjadi fenomena akhir-akhir ini dikalangan pecinta fashion termasuk mahasiswa dengan diringin beberapa gaya berpakaian seperti vintage, casual, streetwear yang booming kembali dipakai oleh para fashionista dengan memanfaatkan pakaian thrift (Olivia, 2013).

Gaya hidup adalah cara hidup individu yang di identifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya (Plumer, 1983).

Pakaian thrift bukan hanya sekedar barang bekas saja namun bisa digunakan untuk menunjang gaya kita berpakaian diberbagai situasi, sehingga tidak heran mahasiswa menganggap fashion thrift ini menjadi gaya hidup mereka dengan berbagai alasan. Hal ini pun sesuai dengan apa yang disampaikan kelima informan yang sudah kami wawancarai.

Daffa khoiron selaku pemilik usaha thrift sekaligus pecinta thrift yang diwawancarai di depan kampus universitas djuanda menyampaikan, “memang thrift sudah menjamur dikalangan anak muda terutama mahasiswa. Alasan utama saya memulai usaha thrift ini karena melihat ramainya di media sosial banyak sekali orang-orang yang membuat konten terkait dengan thrift, sehingga saya juga tertarik untuk menjadikan sebuah peluang usaha. Jauh sebelum itu saya memang suka tentang fashion apalagi setelah mengikuti tentang thrifting ini membuat saya jatuh hati, karena kita bisa mendapatkan barang yang berkualitas, merk ternama dan tentunya mendapatkan barang langka dengan harga yang murah.

Hal ini sedikit berbeda dengan apa yang disampaikan oleh Alif Rizky, ia hanya memanfaatkan peluang bisnis yang menjanjikan karena melihat antusiasme masyarakat terutama mahasiswa terhadap fashion thrift, “alasan utama saya membuka usaha thrift shop karena melihat banyak orang memakai pakaian thrift seperti knitwear, crewneck, hoodie, vest, dan celana hal itu membuat saya tertarik untuk menjualnya apalagi sangat cocok untuk dijual dikalangan mahasiswa, yang seacra tidak langsung sayapun mulai mencoba memakai pakaian thrift”.

Adapun pendapat serupa yang di kemukakan oleh mahasiswa yang bernama Dika Aryatama, dia menyukai dan menggunakan pakaian thrift sebagai gaya pakaian sehari-harinya, ia termotivasi setelah melihat orang-orang menggunakan pakaian thrift yang menurutnya mempunyai penampilan menarik dan keren. “Semenjak budaya thrift ini ramai kembali, saya tidak lagi malu untuk memakai barang bekas dari kegiatan thrifting ini. Dengan harga yang murah, kita bisa mendapatkan barang branded walaupun second”

Berbeda dengan pendapat dari 2 orang informan kami yaitu Yandi Febrian dan Rizki, keduanya mengatakan bahwa fenomena thrift dikalangan mahasiswa ini hanya fenomena biasa.

2. Thrift Sebagai Hobi

Hobi merupakan suatu hal yang terus melekat di setiap individu manusia yang terdiri dari berbagai macam jenis atau kesukaan. Salah satu hobi yang peneliti temukan dalam penelitian ini yaitu mengenai fashion Thirifting yang dimana hobi tersebut merupakan suatu hal yang tidak asing dikalangan anak milenial saat ini. Ketika peneliti mewawancarai narasumber Daffa Khoiron sebagai subjek yang suka mengoleksi baju-baju thirif, karena menurutnya dengan melakukan hal itu membuat ia merasa senang dan menggemarnya. “Ketika pertama kali saya memakai baju thirift kesannya biasa aja ga jauh beda dari baju-baju pada umumnya namun ketika saya memakai baju-baju thirift banyak dari teman yang memuji soal penampilan saya, seiring dengan berjalannya waktu ketika saya sudah terbiasa dipuji maka saya beralih dari penampilan yang memakai pakaian biasa menjadi pakaian thirifting yang selalu membuat saya percaya diri ketika berada di lingkungan sosial, maka saya terus mengumpulkan dan mengoleksi pakaian thirifting khusus dilemari baju dan saya selalu membuka media sosial seperti instagram untuk mencari akun yang selalu update soal pakaian thirifting dan saya hampir tidak pernah terlewatkan kalo ada give away mengenai pakaian thirift dan sebagian koleksi baju thirifting juga saya dapatkan dari itu”

Begitupun dengan Dika Aryatama keisengannya membuka media sosial dan tiktok membawanya jatuh hati pada pakaian thrift. “Sebenarnya waktu itu iseng buka instagram dan tiktok dan saya lihat beberapa pakaian yang bagus dengan harga murah alhasil saya langsung beli, barang pertama yang saya beli itu jaket running ketika barang sudah sampai ternyata masih bagus dan cocok dipake oleh saya. Dari itu saya mulai terus membeli barang-barang thrift hingga menjadi hobi yang tiap minggu nya saya selalu pergi ke thrift shop yang ada di Bogor dan Jakarta.

Dari pernyataan dua narasumber dan berpacu pada pengertian hobi dari Kamus Besar Bahasa Indonesia bahwa Hobi merupakan kegemaran atau kesenangan ketika seseorang melakukan suatu hal yang keluar dari pekerjaan atau kewajiban yang harus ia lakukan dalam hidupnya. Jadi apa yang Daffa nyatakan bahwa mengoleksi baju-baju thirif itu membuat ia senang dan menggemarnya maka peneliti nyatakan bahwa tindakan yang subjek lakukan itu adalah hobi yang masuk pada kategori hobi fashion atau gaya hidup.

Oleh karena itu maka pakaian thirift merupakan suatu bentuk eksistensi diri setiap individu untuk mengenalkan dirinya kepada lingkungan sosial dengan cara berpenampilan yang kekinian sehingga dengan begitu seseorang dapat diakui keberadaanya di lingkungan tempat dimana ia berinteraksi meskipun tidak selamanya yang individu lakukan untuk diakui oleh lingkungan sosial karena mengenai dunia fashion thirift tidak semua masyarakat paham akan hal tersebut. Jadi itu semua dikembalikan pada setiap individu.

3. Thrift Sebagai Motif Usaha

Di zaman modern ini banyak inovasi yang dilakukan oleh manusia untuk membuka usaha baru yang dapat menarik konsumen sesuai dengan kebutuhan mereka. Trend yang berkembang dikalangan masyarakat sekarang ini, salah satunya yaitu usaha fashion thirifting.

Menurut Winkel, menyatakan motif adalah daya penggerak dalam diri seseorang untuk melakukan kegiatan tertentu demi mencapai suatu tujuan tertentu.

Pada hasil wawancara yang kami lakukan ditemukan bahwa thirifting itu bisa dijadikan peluang usaha besar yang dapat diminati oleh kaum milenial, terutama yang menggemari gaya hidup pakaian yang kekinian. Thirifting menjadi salah satu hal yang terus diminati di kalangan anak muda saat ini, sehingga banyak pelaku usaha yang memanfaatkan fashion thirifting ini meskipun tidak semua anak muda minat terhadap hal tersebut.

Sebagaimana yang dikatakan oleh narasumber yang merupakan seorang penjual thirifting, bahwa usaha yang dibukanya sangatlah menguntungkan dan hampir setiap minggu ia melakukan re-stock ke penjual thirifting yang sudah bekerja sama dalam usaha tersebut. Berikut pernyataan narasumber dari Alif Rizki seorang mahasiswa universitas djuanda yang diwawancarai di halte universitas Djuanda.

“Nah iyaa, sayakan ditahun 2020 sama sekali tidak tahu soal beginian namun kebutulan saya punya teman yang gaya hidupnya kekinian dan kayak enak aja dipandangny, terus saya penasaran dan bertanya gaya hidup apa yang dipakenaya dan terus kemudian kata dia pakaian yang digunakannya itu adalah jenis pakaian fashion

thrifting dan saya penasaran dan mencoba membeli salah satu baju thrifting dari teman saya itu ketika pas saya menggunakannya ada teman saya yang lain bertanya bahwa pakaian thrifting yang saya pake itu bagus dan ia ingin membelinya dengan harga yang lumayan gede daripada ketika pas saya membelinya. Nah darisanalah saya mencoba untuk membeli beberapa pakaian thrifting buat dijual lagi keteman saya yang lain dan alhamdulillah sampai saat ini apa yang saya lakukan dapat memberikan keuntungan yang gede.”

Dari pernyataan narasumber tersebut, jelas memberikan gambaran bahwa fashion thrift itu layak dan mempunyai potensi besar untuk dijadikan sebagai usaha di zaman milenial ini. Oleh karena itu, tidak heran kenapa fashion thrift dijadikan sebagai motif usaha. Hal ini pun sejalan dengan Daffa Khoiron yang mengungkapkan alasan, ia membuka usaha thrift atas kesukaannya terhadap fashion terlebih setelah maraknya fashion thrift.

“Awalnya emang tidak ada niatan untuk membuka usaha thrift, karena emang saya mengoleksi pakaian thrift dan melihat banyak konsumen pakaian thrift saya pikir ini usaha yang mempunyai peluang yang tinggi terutama dikalangan mahasiswa. Saya memberanikan diri membuka usaha yang awalnya khusus menjual vest atau rompi pada tahun 2020, alhamdulillah bisa laku dengan target yang sudah ditargetkan. Sekarang, saya bisa menambah modal dan menambah jenis pakaian yang dijual seperti crewneck, knitwear, dan celana. Dalam proses penjualannya menggunakan media instagram”.

Fashion thrift menjadi peluang usaha yang menjajikan karena sifatnya tidak akan pernah redup dan tidak ada habisnya sebab fashion akan selalu mengalami perkembangan dan perubahan.

4. Faktor Ekonomi

Pada saat ini hal apapun memiliki nilai ataupun harga yang tidak murah, jika kita terus mengikuti zaman ataupun trend maka tidak akan pernah ada habisnya apalagi bagi mahasiswa dengan budget yang terbatas akan cukup sulit untuk bisa terus mengikuti perkembangan zaman.

Namun saat ini mahasiswa sudah tidak perlu memikirkan budget untuk bisa tampil trendi, fashion menjadi alternatif ataupun pilihan bagi para mahasiswa karena bisa mendapatkan barang ataupun pakaian bekas layak pakai dengan harga yang murah. Jika kita beruntung dan terus berusaha bisa mendapatkan pakaian dengan merek ternama, hal ini pun sering dirasakan oleh Daffa Khoiron ketika thrifting di jakarta. “Saya selalu thrift ke jakarta untuk mendapatkan barang yang langka dan masih seger-seger, pernah saya mendapatkan hoodie nike yang langka dan vintage itu membuat saya senang karena kalau beli baru itu sudah tidak ada dan kalau ada harganya mahal bisa berjuta-juta. Dan ketika dipakai sangat percaya diri karena bisa seperti orang kaya yang memakai barang branded”.

Dika aryatama pun mengungkapkan hal yang sama bahwa kita masih bisa eksis dengan budget seadanya. “Ketika saya melihat media sosial instagram dan tiktok yang banyak memperlihatkan atau menampilkan barang-barang bagus yang sangat cocok untuk dipakai sehari-hari dan yang paling saya bikin kaget adalah harganya murah dan ternyata itu pakaian thrift. Dengan melihat harga yang tidak membuat kantong jebol,

saat ini saya pun menggunakan pakaian thrift seperti jaket, celana dan topi dalam keseharian termasuk saat kuliah”.

Pada zaman sekarang orang-orang khususnya anak muda dapat memiliki atau memakai salah satu fashion thrift yang ternama merknya, tapi tidak menguras uang yang banyak. Zaman sekarang juga dengan adanya fashion thrift bisa menguntungkan untuk orang-orang yang ingin tampil trending dan ingin menghemat uang. Maka orang-orang atau pemuda zaman sekarang lebih memilih fashion thrift daripada fashion yang lainnya.

IV. KESIMPULAN

Perkembangan fashion saat ini sudah tidak bisa dibendung, berbagai macam jenis fashion menjadi konsumsi masyarakat dikehidupannya sehingga tak mungkin mereka rela mengeluarkan budget guna memenuhi hasrat zaman globalisasi. Kini para mahasiswa bisa bernapas lega karena tidak perlu merogoh kantung terlalu dalam guna mendukung fashion yakni mengikuti fashion thrifting, karena bisa mendapatkan barang second dengan harga yang murah bahkan jika beruntung bisa mendapatkan barang brandid dan tentunya tidak terlalu pasaran dalam segi model.

Dalam kegiatan trifting tentunya menimbulkan pandangan baru atau makna dari masing-masing alasan serta tujuan fashion thirifting baik itu bagi penjual maupun pemakai yaitu:

1. Thrifting sebagai gaya hidup
2. Thrifting sebagai hobi
3. Thrifting sebagai motif usaha
4. Faktor ekonomi

Untuk itu. pada zaman sekarang orang-orang khususnya anak muda dapat memiliki atau memakai salah satu fashion thrift yang ternama merknya, tapi tidak menguras uang yang banyak. Sehingga orang-orang atau pemuda zaman sekarang cenderung lebih memilih fashion thrift.

REFERENSI

- Fauzan, K. R. (2020). Kualitatif Interpretatif Merleau Ponty Dalam Fenomena Perkembangan Fashion Remaja di Indonesia. *Jurnal Publisitas*, 6.
- Featherstone, M. (2001). *Posmodernisme dan Budaya*. Jakarta: Pustaka pelajar.
- Ghilmansyah, R. N. (2021). Fenomena Thrifting sebagai gaya hidup milenial Bogor. *Jurnal Nomosleca*, 8.
- Gulo. (2010). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Hendariningrum, R. (2008). Fashion dan Gaya Hidup : Identitas dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11.
- Herdiansyah. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Lincoln, N. (2009). *Handbook of Qualitative*. Sage Publication, Inc, 34.
- Moeleong, L. J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana. (2004). *Metologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Ssosal Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Olivia, M. K. (2013). Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi. *Journal Acta Diurna Vol II/No.2/2013*.
- Plumer, R. (1983). *Life Span Development Psychology: Personality and Socialization*. New York: Academic Press.
- Pratiwi, M. R. (2019). Komunikasi Non Verbal Anak Autis pada Masa Adaptasi Pra Sekolah. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 8.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syarafa, D. A. (2020). Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa Fisip Universitas Bengkulu. *Jurnal Kangaga, VOL.4 NO. 2*, 5.
- Trisnawati, T. Y. (2011). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *The Mesengger, Volume III, Nomor 1*, 17.
- Walgito. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: C.V Andi.