

TREND THRIFTING SEBAGAI ALTERNATIF OUTFIT KULIAH MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL UIN SUMATERA UTARA

Edward Fadly¹, Elina Herawaty Hrp², Hafizur Kahfi Adnan³, Erwan Effendi⁴

¹Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Email : edwardfadly52@uinsu.ac.id

²Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Email:elinaharahap14@uinsu.ac.id

³Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Email : khfidnn@uinsu.ac.id

⁴Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Email : erwanefendi@uinsu.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 8 – Januari - 2024

Received in revised form : 15 – Januari - 2024

Accepted : 21 – Februari - 2024

Available online : 1 – Maret - 2024

ABSTRACT

Thriftling, or purchasing second-hand items, has become a popular cultural phenomenon in Indonesian society, particularly among budget-constrained students. This research employs a qualitative descriptive approach using in-depth interviews, observations, and literature studies to comprehend the impact and motivations of students adopting the thrifting lifestyle. The findings reveal that thrifting not only serves as an economic solution for students but also fosters unique and creative fashion styles. Additionally, this activity positively influences the environment by reducing waste and supporting charitable causes through the sale of second-hand items by non-profit organizations. Thrifting emerges as an alternative that allows students to stay up-to-date with fashion trends without compromising their budget balance. In conclusion, thrifting is more than a shopping activity; it is a lifestyle that reflects creativity, social responsibility, and the need to adapt to changing fashion trends.

.Keywords: *Tripting, Altenative outfits, Students*

1. PENDAHULUAN

Saat ini, praktik thrifting umumnya terfokus pada destinasi penjualan barang bekas, seperti kunjungan ke pasar loak atau platform e-commerce yang menyajikan produk kategori thrift. Dampaknya, para pengikut gaya hidup thrifting memperoleh barang yang mereka perlukan atau sukai dengan harga yang terjangkau. Di Indonesia, kegiatan thrifting dilakukan dengan tujuan mendapatkan pakaian bermerk dengan harga yang lebih terjangkau. Ragam pakaian yang dicari meliputi kaos, kemeja, celana, rompi, topi, sepatu, dan berbagai jenis lainnya. Jumlah individu yang terlibat dalam thrifting di Indonesia menjadikannya semacam tren gaya hidup baru di dunia fashion. Thrifting tidak hanya berkaitan dengan fashion semata, melainkan telah menjadi salah satu sektor industri yang diminati. Semakin banyak perhatian masyarakat terhadap thrifting, semakin meningkat pula kritik terhadap gaya hidup ini.

Sebenarnya, keterkaitan antara fashion thrift dan budaya populer tak dapat dipisahkan, karena fashion merupakan hasil dari ekspresi budaya populer. Barker (2004), dalam karyanya, menyatakan bahwa budaya populer dapat diartikan sebagai segala yang tersisa setelah segala unsur yang dianggap sebagai budaya tinggi telah ditetapkan. Pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa suatu fenomena dapat dianggap sebagai bagian dari budaya populer ketika fenomena tersebut diproduksi secara masif. Oleh karena itu, dengan melihat

bahwa kegiatan thrift shopping semakin populer di kalangan masyarakat, dapat disimpulkan bahwa aktivitas ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dari budaya populer.[1].

Kebutuhan setiap individu tidak terlepas dari sandang atau pakaian, yang melibatkan berbagai jenis dan awalnya hanya berfungsi sebagai penutup tubuh. Pakaian, yang sering dikaitkan dengan konsep fashion, menjadi salah satu simbol yang sangat digemari, terutama di kalangan remaja, terutama mahasiswi. Secara sederhana, fashion dapat diartikan sebagai pakaian atau busana. Makna fashion sebenarnya bersifat sangat luas, di mana bagi konsumen fashion, pakaian telah menjadi suatu keharusan dan juga sebagai sarana untuk memuaskan jiwa dengan menikmati produk komersial (Lestari, 2014).[2].

Pada era modern saat ini, fashion menjadi suatu kebutuhan dengan perkembangannya yang tak terbatas. Bahkan, dalam satu tahun saja, beberapa tren fashion dapat muncul dan digunakan oleh kita dalam waktu yang relatif singkat. Namun, disayangkan bahwa bagi kalangan mahasiswa dengan keterbatasan anggaran, cukup sulit untuk mengikuti perkembangan fashion yang terus berubah dan tentu saja disertai dengan harga yang dapat Sebagai alternatif, mahasiswa dapat memanfaatkan kegiatan thrifting. Thrifting merupakan kegiatan berbelanja barang vintage dengan tujuan mendapatkan harga yang lebih terjangkau serta barang yang unik, di luar selera pasar saat ini. Definisi thrifting mencakup aktivitas mencari barang bekas di lokasi-lokasi tertentu yang menyediakan produk secondhand. (Trisnawati, 2011).[3]. Mahasiswa tak perlu khawatir, karena masih dapat tetap mengikuti perkembangan mode tanpa merusak kantong melalui gaya fashion thrifting. Dengan mengikuti tren thrifting, mahasiswa dapat terus memperbarui gaya mereka dengan anggaran yang terjangkau, sambil memiliki model yang unik dan berbeda dari yang lain. Dengan sedikit keberuntungan, mahasiswa juga bisa menemukan barang-barang bermerk atau langka yang jarang ditemui, bahkan mungkin mendapatkan barang edisi terbatas yang sudah tidak diproduksi lagi (Rifky Ghilmansyah, Siti Nursanti, 2022).[4].

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Thrifting

Thrifting memiliki arti seni mengeksplorasi fashion dengan gaya menyelusuri tumpukan atau ladang kreativitas barang bekas, namun bukan sekedar mencari dan berbelanja melainkan perjalanan mencari sebuah harta karun yakni barang yang langka dan tersembunyi seperti barang yang memiliki brand dan tentu saja barang tersebut original diantar pakaian – pakaian dan aksesoris yang memiliki nilai sejarah, menciptakan koneksi unik antara pengguna dan benda yang telah memiliki kehidupan sebelumnya. Dalam esensinya thrifting adalah upaya memunculkan narasi baru bagi barang-barang yang ditinggalkan oleh pemilik sebelumnya sehingga pemilik yang baru mengubahnya menjadi bahan untuk bergaya pribadi yang unik dan berkelanjutan.

2.2. Outfit

Outfit adalah karya seni bergerak yang digunakan oleh tubuh manusia, dengan menciptakan suatu sinergi antara kain dan identitas. Lebih dari sekedar kombinasi pakaian semata. Outfit ini sendiri merupakan narasi visual yang meresapi kehidupan sehari-hari dengan tekstur, warna, dan siluet yang membangkitkan emosional. Bukan hanya itu outfit bisa jadi gaya pribadi yang menyelami ekspresi diri melalui sentuhan modifikasi dan detail cerdas. Setiap outfit adalah gambaran bergerak yang menggambarkan seorang individu sebagai kanvas berjalan, mengekspresikan lebih dari kata-kata melalui harmoni material dan pola.

2.3. Fashion

Fashion merupakan bentuk seni yang hidup, menciptakan jembatan antara kreativitas dan identitas. Bukan hanya sekedar menilai pakaian, fashion juga bisa dikatakan narasi visual yang merangkul perkembangan budaya, zaman, dan ekspresi diri. Fashion juga menggambarkan perubahan sosial dan individualitas melalui warna, desain, dan gaya. Fashion adalah bahasa universal tanpa kata memungkinkan setiap orang untuk berbicara tanpa mengeluarkan suara, mengaitkan sejarah, citra diri, dan inovasi dalam setiap jahitan pada pakaian itu sendiri.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi pendekatan deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam terhadap responden sebagai sumber data primer. Hasil wawancara kemudian dijabarkan dalam bentuk deskripsi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, di mana responden dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Proses pengumpulan informasi melibatkan wawancara dengan lima mahasiswa dari Fakultas Ilmu Sosial UINSU, yang secara konsisten mengikuti tren fashion dalam berpakaian. Selain itu, penelitian ini juga merangkul studi literatur dengan merujuk pada sumber-sumber jurnal terdahulu.

a) Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi di antara dua individu, melibatkan seseorang yang bertujuan untuk memperoleh informasi dari orang lain melalui serangkaian pertanyaan yang dirancang berdasarkan tujuan penelitian (Mulyana, 2004).[5]. Dengan menggunakan wawancara, peneliti dapat mengeksplorasi dan memahami makna dari fenomena fashion thrifting yang diterapkan oleh sejumlah subjek penelitian. Dalam konteks penelitian ini, lima mahasiswa dari UINSU akan diwawancarai untuk menggali pemahaman mendalam terkait penggunaan fashion thrifting dalam gaya berpakaian mereka.

b) Observasi

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa observasi adalah teknik pengumpulan data yang memiliki karakteristik khusus dibandingkan dengan teknik lainnya. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan memperhatikan situasi di kampus UINSU, terutama di gedung Fakultas Ilmu Sosial. Kami fokus mengamati aktivitas di kantin Fakultas Ilmu Sosial, tempat di mana banyak anak muda atau remaja berkumpul dan berdiskusi. Observasi tidak hanya terbatas pada manusia, tetapi juga mencakup pengamatan terhadap objek-objek alam dan lingkungan sekitarnya.[6]

c) Dokumentasi

Sugiyono (2018) mendefinisikan dokumentasi sebagai metode untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka, dan gambar, termasuk laporan dan keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dalam pencarian data melalui dokumentasi, peneliti menggunakan berbagai sumber, seperti catatan jurnal, transkrip, buku, dan sejenisnya. Penelitian ini juga mengandalkan referensi dari jurnal-jurnal sebelumnya untuk memastikan akurasi data dan informasi mengenai fashion thrifting.[7].

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam era modern dan berkecepatan tinggi seperti sekarang, gaya hidup dan pola berpakaian mengalami pengaruh yang signifikan. Dwiyanoro (dalam Maharani, 2021) menyatakan bahwa gaya hidup masyarakat modern adalah hasil dari interaksi sosial individu dengan lingkungannya. Fashion menjadi elemen yang melekat erat dalam kehidupan sehari-hari, terlihat dari penggunaan pakaian setiap hari dan keinginan untuk tampil bergaya.[8].

Thrift Fashion menjadi salah satu tren gaya busana meskipun sering diidentifikasi sebagai busana bekas (Monja). Thrift Fashion dianggap sebagai tren yang ekonomis karena melibatkan kegiatan mencari dan membeli barang bekas, terutama pakaian yang masih dalam kondisi layak pakai. Di era modern saat ini, gaya hidup menjadi semacam tuntutan, terutama bagi anak kota dan mahasiswa. Hal ini diperkuat oleh perkembangan industri fashion yang menghasilkan perbincangan luas dalam masyarakat, mendorong kebutuhan untuk selalu mengikuti perkembangan fashion terkini.

Belanja barang bekas memiliki dampak positif tidak hanya bagi individu, tetapi juga bagi lingkungan. Dampak positifnya mencakup pengurangan tumpukan sampah di bumi serta kontribusi dalam mengurangi penggunaan air dan limbah dari proses produksi pakaian. Meskipun terdapat dampak positif, kegiatan belanja barang bekas juga dapat menimbulkan dampak negatif. Sebagai contoh, hasil laboratorium yang dilakukan oleh kementerian menunjukkan bahwa barang bekas impor, khususnya produk pakaian, dapat mengandung banyak bakteri yang berpotensi membahayakan kesehatan (Aljukhadar, 2011).[9]. Selain itu ketika terlalu terbawa suasana dan berakhir dengan membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan hanya karena harganya terjangkau. Terkadang, proses perburuan bisa memakan waktu, dan jika tidak hati-hati, ini dapat menyebabkan pengeluaran waktu yang tidak efisien. Oleh karena itu, perlu bijak dalam berbelanja thrifting agar tetap mendapatkan manfaat positifnya tanpa terjebak pada dampak negatif yang mungkin muncul.

1. Menghemat Uang

Saat ini, segala sesuatu memiliki nilai atau harga yang tidak terjangkau. Bagi mahasiswa dengan anggaran terbatas, sulit untuk terus mengikuti perkembangan zaman dan tren. Namun, mahasiswa kini tidak perlu khawatir tentang anggaran untuk tetap tampil trendi. Fashion menjadi alternatif bagi mahasiswa, memungkinkan mereka mendapatkan barang atau pakaian bekas yang masih layak pakai dengan harga terjangkau. Dengan upaya dan keberuntungan, mahasiswa bahkan dapat menemukan pakaian dengan merek ternama tanpa menguras anggaran. Selain itu, belanja second-hand juga mendukung konsep berkelanjutan dengan mengurangi limbah tekstil. Dengan mengikuti tren thrifting,

Mahasiswa tidak hanya merasakan kepuasan menemukan item fashion yang unik, tetapi juga mengambil bagian dalam perubahan positif untuk lingkungan dan dompet.

2. Thrifting Sebagai Gaya

Thrifting sebagai gaya hidup merupakan fenomena yang meleburkan kreativitas fashion dengan keberlanjutan. Dalam konteks gaya hidup, thrifting muncul sebagai bentuk ekspresi diri yang menciptakan identitas melalui pilihan unik dari barang bekas. Ini bukan hanya cara berbelanja, melainkan juga pernyataan tentang kepekaan terhadap lingkungan dan keberlanjutan mode. Gaya hidup generasi milenial pada masa kini dapat diamati dari cara mereka mengikuti perkembangan tren. Saat ini, tren fashion telah meresap ke dalam pemikiran mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara, yang tercermin dalam keterlibatan mereka dalam kegiatan thrifting sebagai elemen penting dalam penerapan gaya hidup mereka.

Dengan mencari barang-barang vintage, individu yang mengadopsi gaya thrifting tidak hanya mengejar penampilan yang unik, tetapi juga berkontribusi pada pergerakan untuk mengurangi limbah dan mendukung siklus hidup barang. Gaya thrifting memunculkan citra pribadi yang berkelanjutan, menciptakan semacam narasi mode yang menggabungkan estetika dan nilai-nilai berkelanjutan.

Fenomena ini dimanfaatkan oleh para mahasiswa untuk membentuk dan menyampaikan identitas mereka, karena thrifting mempunyai dimensi nonverbal yang terlihat melalui partisipasi individu dalam aktivitas tersebut. Aspek komunikatif thrifting berfungsi sebagai sarana untuk menciptakan makna dan nilai, berperan sebagai simbol dan refleksi interpretasi identitas.

3. Mahasiswa

Mahasiswa, sebagai bagian dari generasi milenial, dikenal sebagai individu yang selalu mengikuti perkembangan zaman, terutama dalam mengikuti tren fashion yang sedang populer di kalangan milenial saat ini. Fenomena thrifting menjadi sorotan akhir-akhir ini di antara para penggemar fashion, termasuk mahasiswa, yang merangkul berbagai gaya berpakaian seperti vintage, casual, dan streetwear. Gaya berbusana tersebut kembali booming dan digunakan oleh para fashionista dengan memanfaatkan pakaian dari thrift shop (Olivia, 2013).[10].

4. Mendukung Amal

Beberapa toko barang bekas atau yayasan nirlaba memanfaatkan penjualan barang bekas untuk mendukung tujuan amal atau menyumbangkan keuntungan mereka untuk kegiatan sosial yang bermanfaat. Dengan melakukan pembelian di tempat-tempat tersebut, mahasiswa tidak hanya memenuhi kebutuhan mereka sendiri tetapi juga memberikan kontribusi positif kepada masyarakat atau tujuan sosial tertentu. Melibatkan diri dalam aktivitas ini tidak hanya memberikan peluang untuk menemukan fashion dengan harga terjangkau, tetapi juga mendukung tujuan mulia. Saat membeli pakaian dari penjualan thrifting yang mengalirkan pendapatannya untuk amal, tidak hanya memperoleh barang dengan nilai sentimental yang tinggi, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi orang-orang yang membutuhkan bantuan. Inilah cara yang luar biasa untuk bersenang-senang dengan gaya fashion sambil membantu mewujudkan dampak positif dalam masyarakat.

5. Menjadi Lebih Kreatif

Thrifting juga dapat menjadi sumber inspirasi dan tantangan kreatif bagi mahasiswa. Mahasiswa memiliki kesempatan untuk mengembangkan keterampilan mereka dalam merestorasi, mengubah, atau mengkombinasikan pakaian bekas sehingga menciptakan gaya yang baru dan unik. Kegiatan thrifting ini dapat membantu mahasiswa mengasah keterampilan desain mereka, menjadikan pengalaman ini sebagai suatu tantangan yang menyenangkan, dan pada akhirnya, mendukung perkembangan kreativitas mereka. Thrifting memberikan tantangan positif untuk mencari kombinasi yang belum pernah terpikirkan sebelumnya, dan hal ini membuka peluang eksplorasi kreatif. Dengan memiliki pilihan pakaian yang beragam dari thrift store, saya merasa memiliki kanvas yang lebih besar untuk mengekspresikan diri dan merayakan keunikan fashion secara lebih berani dan kreatif.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan thrifting, atau berbelanja barang bekas, telah menjadi tren gaya hidup baru di kalangan masyarakat Indonesia, terutama di kalangan mahasiswa dengan budget terbatas. Aktivitas ini tidak hanya berdampak positif terhadap keuangan, tetapi juga mengakar dalam budaya populer, menjadi salah satu bentuk dari fenomena budaya pop yang diproduksi secara massal. Dalam konteks mahasiswa, thrifting memberikan alternatif yang memungkinkan mereka tetap up to date dengan fashion tanpa harus menguras dompet. Selain itu, thrifting memberikan dampak positif terhadap lingkungan dengan mengurangi sampah dan mendukung tujuan amal.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan wawancara mendalam, observasi, dan studi literatur sebagai metode penelitian. Dengan mengambil sampel mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UINSU, penelitian ini berhasil menggambarkan bahwa thrifting bukan hanya sekadar kegiatan belanja, tetapi juga menciptakan gaya hidup yang kreatif dan berdampak positif bagi individu serta lingkungan. Selain itu, thrifting menjadi solusi bagi mahasiswa dengan budget terbatas untuk tetap eksis dalam dunia fashion yang selalu berubah dengan cepat.

6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Barker, C. (2004). Cultural Studies. Kreasi Wacana.
- [2] Lestari, S. B. (2014). Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Humaniora*, 14(3), 227.
- [3] Trisnawati, Y. (2011). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *THE MESSENGER*, 3(2), 36–47.
- [4] Rifky Ghilmansyah, Siti Nursanti, W. U. (2022). Fenomena Thrifting Sebagai Gaya Hidup Milenial Bogor. *JURNAL NOMOSCELA*, 8(1), 1–16.
- [5] Mulyana, D. (2004). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya.
- [6] Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Penerbit Alfabeta.
- [7] Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Penerbit Alfabeta.
- [8] Maharani, S. D. (2021). Hubungan Antara Persepsi Kosumen Dengan Keputusan Pembelian Thrift Clothes Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya. Universitas Negeri Surabaya.
- [9] Aljukhadar, M. and Senecal, S. (2011). Segmenting the Online Consumer Market. *Marketing Intelligence & Planning*. 421–435.
- [10] Olivia, Y. (2013). Level Analisis Sistem dan Teori Hubungan Internasional. *Jurnal Transnasional*, 5(1), 896–774.