

***Thriftig* Sebagai Presentasi Diri Mahasiswa di Pasar Putih Bukittinggi**

Mishbahhul Hayati¹, Nora Susilawati²
^{1,2}Universitas Negeri Padang

Email: mishbahhul.hayati30@gmail.com, susilawatinora@gmail.com

Abstrak

Saat ini anak-anak muda mengandrungi aktivitas berbelanja barang vintage untuk mendapatkan harga barang yang lebih murah serta barang yang tidak biasa seperti selera pasar saat ini atau dikenal juga dengan *thriftig*. Konsumen terbesar pakaian bekas adalah anak-anak muda seperti mahasiswa, salah satunya di Pasar Putih Bukittinggi. Adanya berbagai larangan dari pemerintah mengenai pakaian bekas ditambah lagi dengan masa pandemi Covid-19, tidak membuat Pasar Putih sepi oleh pengunjung, bahkan semakin hari semakin banyak peminatnya khususnya mahasiswa. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan faktor-faktor penyebab mahasiswa melakukan *thriftig* sebagai presentasi diri. Penelitian ini dinalisis menggunakan teori Fenomenologi dari Alfred Schutz. Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan Kualitatif dengan tipe penelitian fenomenologi. Pemilihan informan penelitian ini menggunakan teknik *observasi partisipasi*, dengan 7 orang mahasiswa sebagai informan utama, dan 4 orang pedagang Pasar Putih, 1 orang pedagang biasa serta 1 orang Dinas Pengelolaan Pasar Bukittinggi. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dari Miles dan Huberman berupa pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian ini disimpulkan faktor-faktor penyebab mahasiswa melakukan *thriftig* sebagai presentasi diri yakni: 1) Representasi *stylish* dengan menggunakan barang bermerk. 2) Kebutuhan *fashion* dengan harga terjangkau. 3) Mendapatkan tampilan berbeda dari lingkungan. 4) Mengikuti trend agar tidak ketinggalan jaman.

Kata kunci: Mahasiswa, Presentasi Diri, *Thriftig*

Abstract

Currently, young people love the activity of shopping for vintage goods to get cheaper prices and unusual items such as current market tastes or also known as *thriftig*. The biggest consumers of used clothing are young people such as students, one of which is the Bukittinggi White Market. The existence of various prohibitions from the government regarding used clothing coupled with the Covid-19 pandemic, did not make the White Market deserted by visitors, even more and more devotees, especially students. The purpose of this study is to explain the factors that cause students to do *thriftig* as a self-presentation. This study was analyzed using the phenomenological theory of Alfred Schutz. This research was conducted through a qualitative approach with the type of phenomenological research. The selection of informants in this study used participatory observation techniques, with 7 students as the main informants, and 4 traders from the White Market, 1 ordinary trader and 1 from the Bukittinggi Market Management Office. Data collection techniques carried out in this study used observation, interviews and documentation techniques. Data analysis from Miles and Huberman in the form of data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. Based on the results of this study, it can be concluded that the factors that cause students to do *thriftig* as a self-presentation are: 1) Stylish representation using branded goods. 2) Fashion needs at affordable prices. 3) Get a different view of the environment. 4) Follow the trend so as not to be out of date.

Keywords: *Thriftig*, Self Presentation, Student



Received: August 8, 2021

Revised: September 28, 2021

Available Online: September 30, 2021

Pendahuluan

Presentasi diri (*self-presentation*) atau manajemen kesan (*impression management*) ialah tindakan yang dilakukan guna menampilkan kesan yang menyenangkan serta ideal bagi seseorang (Widyaastuti, 2014). Tindakan ini memiliki tujuan untuk mempengaruhi orang lain agar disukai, untuk itu mereka memiliki cara tersendiri dalam mempresentasikan diri salah satunya melalui pakaian. Pakaian merupakan kesan pertama saat terjadinya interaksi tatap muka mengenai citra yang dipantulkan sesuai dengan yang dikenakan saat itu. Dalam Trisnawati (2016) bagi sebagian orang pakaian diartikan sebagai obyek untuk menyampaikan sesuatu, sebagaimana yang dikemukakan oleh Barthes tentang “*the language of fashion*”, dengan maksud setiap *fashion* mengandung pesan yang ingin disampaikan oleh si pemakainya. Pakaian juga bisa memperlihatkan seseorang mengenai status sosial, karakter, serta kehidupan yang dijalannya (Nordholt, 2013).

Pakaian ialah salah satu kebutuhan mahasiswa dalam menunjang penampilannya serta mengekspresikan hidupnya dengan cara berpakaian. Sebagai mahasiswa yang membutuhkan pakaian untuk menunjang penampilannya, mereka melakukannya dengan berbagai cara baik itu dengan menggunakan pakaian baru maupun melakukan *thrifting* untuk mendapatkan pakaian dengan harga terjangkau. Sebagian mahasiswa sering kali memilih melakukan *thrifting* ketimbang membeli pakaian baru, karena mahasiswa masih belum menghasilkan uang dan masih mengharabkan uang dari orang tua. Untuk mengatasi pengeluaran mahasiswa dalam mengelola keuangan sering kali mahasiswa memilih melakukan *thrifting* untuk menunjang penampilannya.

Thrifting ialah aktivitas berbelanja barang vintage untuk mendapatkan harga barang lebih murah serta barang yang tidak biasa seperti selera pasar saat ini. *Thrifting* juga dijelaskan sebagai 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. *Thrifting* diartikan sebagai kegiatan mencari *secondhand stuff* di tempat-tempat tertentu yang menjual barang bekas (Gulfira, 2015). Sedangkan *Vintage* merupakan barang yang dibuat pada masa lampau, setidaknya 20 tahun dari saat ini, yang biasanya barang ini sudah pernah dipakai sebelumnya.

Thrifting dilakukan untuk memberikan penampilan menarik serta untuk mencuri perhatian orang-orang yang melihatnya dengan harga terjangkau serta mendapatkan tampilan menarik. Menggunakan pakaian baru membutuhkan biaya besar dan mendapatkan kuantitas yang sedikit. Sehingga mahasiswa yang berusaha untuk lebih hemat dalam mengelola keuangan untuk keperluan yang lainnya mendorong mereka untuk mencari jalan alternatif guna mencapai kepuasannya dengan cara *Thrifting*, sehingga mereka akan puas dengan banyaknya stok pakaian untuk di *mix and match* yang dapat dikenakan secara bergantian.

Aktivitas *thrifting* identik dengan kelas bawah dengan harganya yang terjangkau dan kondisinya yang bekas membatasi orang untuk mengkonsumsinya. Salah satunya Ingvar Kampard yang merupakan salah satu orang terkaya di dunia dengan kekayaan US\$ 71,8 diungkapkan oleh *Business Insider United Kingdom* mengambil film dokumenternya yang diputar seden's TV 4 ia menggunakan pakaian bekas untuk berhemat dan membentuk contoh

yang baik dalam (Rizky, 2018). Kemudian Sonia Eryka asal Indonesia yang merupakan salah satu fashion blogger yang membeli pakaian bekas sejak SMP di berbagai tempat seperti pasar senen, pasar baru sampai Tokyo Jepang untuk mendapatkan kepuasan tersendiri dalam *mix* dan *match* pakaian yang ia kenakan (Rizky, 2018). Seorang *Blogger* selanjutnya yang menggunakan pakaian bekas yakni Heidy Kalalo yang memulai menggunakan pakaian bekas sejak tahun 2015 ia mengaku bahwa adanya kepuasan tersendiri ketika menemukan barang-barang yang sebageaian besar tidak pasaran dan terkesan unik (Gulfira, 2015). Pakaian bekas memiliki ketertarikan tersendiri bagi setiap orang dengan motif yang berbeda-beda, dimana tidak hanya dari kelas bawah tetapi juga dari kelas atas.

Thrifting mendapatkan penggemarnya yakni anak muda terkhususnya mahasiswa, seperti yang dikemukakan Anugrahati dalam (Syafriyeni, 2017) bahwasannya mahasiswa merupakan mangsa pasar tersendiri yang menjanjikan terhadap pelaku bisnis. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan yang semakin meningkat sejak masuk kuliah, dimana pakaian sebagai penanda eksistensi diri di kampus dalam pergaulan dengan teman sebaya (Syafriyeni, 2017).

Mahasiswa melakukan *thrifting* karena dengan harga yang terjangkau serta memiliki model yang tidak pasaran mereka akan memiliki *style* yang berbeda dengan yang lainnya. Bila 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. Dengan begitu ketika mahasiswa menggunakan pakaian hasil *thrift* dengan harga yang murah mereka bisa berpenampilan menarik dan unik karena biasanya pakaian bekas memiliki 1 model pakaian yang kemudian menimbulkan rasa bangga tersendiri ketika membeli pakaian dengan harga yang murah menjadikannya berpenampilan menarik, apalagi dengan respon positif berupa pujian terhadap apa yang dikenakan yang akhirnya menjadi kebiasaan membeli pakaian bekas karena menyukainya.

Thrifting juga bisa ikut melindungi lingkungan serta mendukung program *zero waste lifestyle* (gaya hidup nol sampah) merupakan upaya yang dapat kita tempuh untuk memberikan dampak baik bagi lingkungan. Menurut sumber berita dari detiknews.com produksi berlebihan dalam memenuhi kebutuhan pasar dunia mengakibatkan permasalahan lingkungan yang serius. Kelebihan produksi berdampak pada pembakaran stok pasaran yang tidak terjual, seperti halnya yang dilakukan oleh pelaku ritel h&m tahun 2017 dimana membakar sembilan ton (50.000) jeans, serta Burberry tahun 2018 sebesar 38 juta dollar AS (detiknews.com). Dengan demikian masalah lingkungan yang diakibatkan oleh industri *fast fashion* ialah masalah yang sangat serius, yang karena itu harus dicarikan jalan keluarnya. Salah satunya yaitu *slow fashion* seperti membeli pakaian bekas, mendesain ulang, mendaur ulang (*recycle/upcycle*), membeli produk dari produsen kecil menengah, meminimalisasi budaya konsumtif, menghargai lingkungan, serta menunjang tinggi nilai-nilai etis. *Zero waste fashion* yang menjadi salah satu prinsip utama dalam *slow fashion*. *Zero waste* ialah konsep desain *fashion* dalam meniadakan maupun meminimalisir limbah produksi pakaian. Cara *zero waste* dilakukan dengan mendesain pola serta *cutting* busana sedemikian rupa agar dapat dimanfaatkan materialnya semaksimal mungkin bahkan bisa meminimalisir maupun mengtiadakan sampah hasil sisa material. *Zero waste* ini dapat diterapkan dalam memanfaatkan limbah perca sisa hasil potongan industri produksi masal yang tidak terpakai (Ghitapradana, 2018).

Namun berbeda halnya dengan Pemerintah yang justru menempatkan persoalan pakaian bekas ini sebagai pelanggaran, baik dari segi ekonomi, Pemerintah telah melarang masyarakat mengkonsumsi pakaian bekas, karena dapat mematikan industri pakaian dalam

negeri, dari segi hukum pakaian bekas sendiri masuk ke Indonesia secara ilegal. Pada tahun 2015 kementerian Perdagangan Republik Indonesia mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-dag/PER/7/2015 tentang larangan Impor Pakaian Bekas. Larangan pakaian impor bekas bukanlah hal yang baru, dimana aturan tersebut tertuang dalam SK Mendakop No. 28 tahun 1982 mengenai Ketentuan Umum di Bidang Impor. Kemudian dalam Menteri Perindustrian dan Perdagangan (Menperindag) Nomor 642/MPP/Kep/9/20021 pada tanggal 23 September mengenai barang yang diatur tata niaga impornya atas produk gombal atau kain perca. Selanjutnya Pemerintah juga mengeluarkan Undang-Undang No 7 tahun 2014 dimana Pemerintah melarang impor pakaian bekas, karena dikatakan mengandung virus (kuman) yang membahayakan yang dapat menularkan penyakit, disamping itu juga dapat mematikan industri garmen dan tekstil dalam negeri.

Masyarakat Sumatera Barat khususnya Bukittinggi memiliki pasar menjual pakaian bekas yang lebih dikenal Pasar Butik/ Pasar Putih. Dimana Pasar Putih ini merupakan salah satu tempat tujuan yang banyak dikunjungi masyarakat, pasar ini lebih banyak dikunjungi pada akhir pekan apalagi pada saat hari-hari tertentu "Buka Bal" yakni pada hari Rabu dan Sabtu, model barang-barangnyapun banyak sehingga konsumen lebih leluasa dalam memilihnya. Ramainya Pasar Putih ini dikarenakan letaknya yang strategis dekat dengan Jam Gadang sebagai ikonnya Bukittinggi. Bukittinggi juga dikenal sebagai kota wisata sehingga banyak orang yang berada di daerah maupun luar Sumatera Barat sambil berwisata dan juga banyak membeli pakaian dari Pasar Putih ini.

Dari pengamatan awal konsumen dari Pasar Putih ini adalah anak-anak muda seperti mahasiswa dan pelajar, selain itu juga ada orang tua. Hal ini terlihat dari pengunjungnya yang mayoritas anak-anak muda serta barang-barang yang diperjual belikan lebih banyak untuk kalangan muda. Seperti halnya dengan temuan yang dilakukan oleh Novi Widya Syafriyani bahwasannya, Pasar Putih atau Butik menjadi pilihan berbelanja mahasiswa yang diminati, terlihat dari jumlah pengunjung muda (mahasiswa) yang lebih ramai ke Pasar Putih dibandingkan dengan toko yang menjual baju baru di Pasar Atas Bukittinggi (Syafriyeni, 2017).

Tabel 1. Jumlah blok Pasar Putih Bukittinggi

Nama	Jumlah Petak
E1	23 Petak
E2	16 Petak
F1	50 Petak
F2	46 Petak

Sumber: Dinas Pengelolaan Pasar Bukittinggi

Tabel 2 Data Pengunjung Dan Pedagang Pasar putih

Tahun	Jumlah Pedagang	Jumlah Konsumen
2013	50	12.800
2014	85	18.600
2015	100	21.750
2016	150	25.500
2017	150	30.000

Sumber: Dinas Pengelolaan Pasar Bukittinggi

Berdasarkan data diatas dapat dilihat adanya kenaikan pengunjung di Pasar Putih Bukittinggi dari data tahun 2013 sampai 2017. Salah satu faktor yang meningkatkan jumlah

konsumen yang melakukan *thrifting* ialah karena memiliki harga yang terjangkau. Hanya dengan uang Rp.100.000,- konsumen sudah bisa membeli helai pakaian. Rata-rata omset penjualan pedagang berkisaran antara Rp 2.000.000 – Rp 8.000.000/harinya. Dalam motif-motif perilaku ekonomi terdapat dua perspektif berupa perspektif *utilitarian* bahwasannya seorang aktor bertindak secara rasional yang berusaha memaksimalkan keuntungan, sehingga dapat menekan serendah mungkin risiko dan biaya yang harus ditanggung. Selanjutnya ada perspektif *embeddedness* bahwasannya perilaku ekonomi seorang aktor selalu terlekat di dalamnya latar social (Haryanto, 2011). Seperti halnya dengan mahasiswa yang harus mengelola keuangan dengan baik, sehingga mereka mencari alternatif lainnya dengan *Thrifting* mahasiswa dapat memaksimalkan keuntungan dengan mendapatkan harga pakaian yang berkualitas dengan harga terjangkau.

Penelitian yang terkait dengan penelitian ini yakni dari Arik Dwiyanitori yang berjudul Fenomenologi Gaya Hidup Mahasiswa Unesa Pengguna Pakaian Bekas. Dimana penelitian ini berisi tentang menjelaskan faktor-faktor yang melatar belakangi mahasiswa Unesa dalam penggunaan pakaian bekas. Penelitian ini juga menjelaskan bagaimana mahasiswa Unesa memaknai penggunaan pakaian bekas serta cara hidup yang dikembangkan oleh mahasiswa Unesa sebagai penggunaan pakaian bekas (Dwiyanitro & Hartianto, 2014). Penelitian mengenai pakaian bekas sudah banyak dilakukan, namun penelitian sebelumnya lebih banyak meneliti mengenai pakaian bekas kepada gaya hidup serta perilaku dari pemakai pakaian bekas itu sendiri. Karena itu peneliti merasa tertarik untuk melihat dari *thrifting* sebagai presentasi diri mahasiswa.

Didalam memahami faktor-faktor penyebab mahasiswa melakukan *thrifting* sebagai presentasi diri, maka peneliti menggunakan fenomenologi Alfred Schutz yang mengatakan bahwasannya tindakan para aktor tidak muncul begitu saja, melainkan dengan proses panjang dengan mempertimbangkan kondisi sosial, ekonomi, budaya, serta norma etika agama atas dasar tingkat kemampuan pemahaman sendiri sebelum tindakan itu dilakukan. Sebelum masuk pada tahap *in order to motive*, terlebih dahulu ada tahapan *because of motive*, yang dilakukan oleh mahasiswa dalam mengambil keputusan guna melakukan *thrifting* sebagai presentasi diri mereka.

Disisi lain ada dampak negatif yang di timbulkan dari pakaian bekas. Seperti yang dikatakan oleh Dr Evi Novitasari kepala Klinik Pratama Prima Husada, Amanah (Suci), Alivia Medika, Sararea Kota Bandung menuturkan bahwasannya pembeli pakaian bekas sangat rentan mengalamai infeksi kulit, pencernaan sampai infeksi saluran kemih. Selain itu saat melakukan pengujian data terdapat beberapa jenis mikroorganisme seperti Bakteri *S.aureus* yang dapat menyebabkan bisul, jerawat dan infeksi luka pada kulit manusia. Kemudian bakteri *E.coli* yang menimbulkan gangguan pencernaan (diare), serta jenis jamur seperti kapang (*Aspergillus spp*) dan khamir dapat menyebabkan infeksi pada saluran kelamin. (Sumber:([Http://Jabar.Tribunnews.com](http://Jabar.Tribunnews.com))).

Apalagi saat ini sedang terjadinya pandemi Covid-19 yang membuat pemerintah mengambil beberapa kebijakan diantaranya menerapkan *Work From Home*, *Learning From Home*, menutup tempat wisata, juga menutup pasar untuk sementara waktu, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Setelah PSBB di hentikan Khususnya Bukittinggi pada tanggal 29 mei 2020 masyarakat Bukittinggi mulai menerapkan kehidupan new normal, sehingga bukittinggi sebagai tempat wisata sudah mulai ramai. Pasar pun sudah memiliki pengunjung namun untuk Pasar Putih sendiri mengalami pengurangan konsumen. Bagi sebagian mahasiswa tetap membeli pakain bekas di *Thrif Shop* online. Sedangkan Sebagian lagi masih tetap melakukan *Thrifting* di Pasar Putih Bukittinggi untuk membeli pakaian guna

memiliki tampilan yang menarik. Untuk itu tujuan dari penulisan ini untuk mengetahui faktor-faktor penyebab mahasiswa melakukan *thrifting* sebagai presentasi diri.

Metode Penelitian

Adapun pendekatan yang peneliti gunakan dalam penelitian ini berupa pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif diartikan sebagai metode penelitian yang mengumpulkan serta menganalisis data berupa kata (lisan maupun tulisan) perbuatan manusia yang tidak berusaha menghitung maupun mengkuantifikasi data kualitatif tidak menganalisis angka (Afrizal, 2015). Sedangkan untuk tipe penelitian yang digunakan adalah Fenomenologi dari Alfred Schutz. Fenomenologi mencoba mengungkap makna secara psikologis dari pengalaman individu terkait fenomena melalui penelitian yang mendalam dalam konteks kehidupan sehari-hari subjek yang diteliti (Herdiansyah, 2010).

Pemilihan informan penelitian ini menggunakan teknik mekanisme disengaja (*purposive sampling*) yang artinya sebelum peneliti melakukan penelitian sebelumnya sudah ditetapkan kriteria yang harus dipenuhi oleh orang yang dijadikan sebagai informan. Jumlah informan dalam penelitian ini sejumlah 13 orang yang terdiri dari 7 orang mahasiswa, 4 orang pedagang Pasar Putih, 1 orang pedagang biasa, serta 1 orang Dinas Pengelolaan Pasar Bukittinggi. Teknik pengumpulan datanya berupa: 1) Observasi Partisipasi observasi merupakan salah satu alat penting dalam pengumpulan data kualitatif. Mengamati serta memperhatikan fenomena yang ada di lapangan dengan menggunakan kelima indra peneliti dengan menggunakan instrument maupun perangkat serta merekamnya yang bertujuan untuk ilmiah menurut Angrosindo dalam (Creswell, 2015). 2) Wawancara mendalam, dimana peneliti mendapat data secara langsung melalui tatap muka dengan para informan. 3) Dokumentasi merupakan mengumpulkan data dengan menggumpulkan dokumen guna menjawab pertanyaan terarah mengenai *thrifting*.

Hasil dan Pembahasan

Representasi Stylish dengan barang bermerk

Setiap mahasiswa mempunyai kebutuhan hidupnya tersendiri, mereka akan berusaha untuk mencukupinya dengan cara yang berbeda. Ada yang mencukupi dengan wajar, ada juga secara berlebihan dalam mencukupi kebutuhannya. Apalagi jika saat membeli sesuatu lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan. Umpamanya saat seseorang membeli pakaian bermerk untuk representasi agar terkesan *stylish* yang didapatkan saat mengkonsumsinya.

Representasi ialah sesuatu yang muncul serta menampilkan kehadiran yang berada di luar dirinya (Dewi, 2018). Sedangkan *stylish* merupakan kata gaul untuk mengikuti jaman, tetapi bukan *glamour* yang menunjukkan sikap, tindakan, *fashion*, pengikat emosi kelompok serta komunitas yang mengikuti tren yang ada (Marta, 2009). Sedangkan pakaian bermerk diartikan pakain dengan harga yang mahal serta membawa efek prestisius yang meneguhkan posisi sosial dan ekonomi yang tinggi bagi yang mampu membelinya. Merek berasal dari perancang yang menciptakan nama tersebut yang kemudian direfleksikan dalam pakaian yang dibuatnya. Sedangkan *fashion* merupakan komunikasi non verbal yang tidak diungkapkan melalui lisan melainkan merk atau slogan yang memperkuatnya. Sehingga makna tersebut tercipta saat merk digunakan oleh seseorang saat berpenampilan (Mutmainah, 2014).

Seperti halnya saat mahasiswa memakai pakaian yang dapat menggambarkan kepribadian serta sebagai penanda identitas dirinya. Orang-orang di sekitar akan memberikan penafsiran terkait pakaian yang digunakan. Karena itu seringkali mahasiswa saat berpakaian lebih memperhatikan citra yang akan mereka dapat saat mengenakan pakaian. Seperti halnya

saat mahasiswa memilih menggunakan pakaian bermerk untuk membangun identitas yang melekat pada diri mereka seperti terlihat berkelas, elit, serta memiliki selera yang tinggi yang diberikan oleh orang-orang yang melihatnya. Dengan kata lain ketika mahasiswa membeli pakaian bermerk tertentu yang digunakan tidak hanya untuk menutupi tubuhnya, melainkan digunakan untuk menyatakan dirinya serta ekspresi diri pribadi mereka.

Bagi sebagian mahasiswa barang bermerk merupakan barang yang memiliki harga yang mahal, sehingga bagi beberapa mahasiswa yang memiliki keuangan yang tidak mencukupi untuk membeli barang bermerk, mereka akan mencari solusi untuk hal tersebut, salah satunya mereka akan melakukan *thrifting*. Seperti halnya dengan informan SM dan GMF yang peneliti temui pada bulan Maret 2021 bahwasannya mereka melakukan *thrifting* untuk mendapatkan penampilan yang *stylish* dengan menggunakan barang bermerk, sehingga mereka akan mendapatkan penilaian yang terkesan seperti orang yang berada, mewah, serta berkelas.

SM perempuan (22) tahun, dimana SM merupakan salah satu mahasiswa yang memilih pakaian yang hendak ia kenakan untuk memiliki tampilan yang *stylish*, dengan menggunakan barang bermerk, Seperti Zahra, Uniqlo, H&M, Royal, Other Stories, Urban Outfitters, Sabisa Limited, Hummel Denmark. Menggunakan barang bermerk merupakan suatu kebanggaan yang ia peroleh saat ia memakai pakaian bermerk. Menurut SM pakaian bermerk memiliki nilai lebih dibandingkan dengan pakaian yang tidak bermerk. SM membandingkan saat seseorang menggunakan pakaian bermerk dengan yang tidak jelas menurunnya akan terlihat jelas, seperti dari bahan maupun modelnya. Ditambah lagi ketika ia memakai pakain yang bermerk membuat ia lebih merasa percaya diri dan tidak canggung saat berada di lingkungan iteraksinya. Apalgi jika SM mendapat respon yang bagus serta sama dengan teman-temannya yang juga menggunakan pakaian bermerk, terlepas dari tahu atau tidaknya asal pakaian bermerk yang digunakan oleh SM.

“Saya nge-thrift supaya bisa membeli dan memakai barang-barang bermerk. Supaya saya bisa punya nilai yang sama dengan teman-teman yang memakia baju bermerk yang dibelinya di mall. Dan saya juga mau dipandang mampu, dan teman-teman saya tidak memandang saya remeh” (Wawancara tanggal 28 Maret 2021).

Hal senada juga di ungkapkan sendiri oleh GMF laki-laki (21) tahun sebagai pelanggan Pasar Putih Bukittinggi. GMF juga merupakan salah satu penikmat barang bermerk dengan harga yang terjangkau dan berkualitas. Bagi GMF sendiri membeli barang bermerk dengan harga terjangkau dan mendapatkan hasil yang hampir sama dengan barang yang memiliki harga yang lebih mahal, adalah sesuatu yang membanggakan dan patut untuk diapresiasi. Beberapa barang bermerk yang dibeli GMF seperti sepatu merk Nike, Adidas yang menjadi pilihan GMF sebgai sepatu olahraga. Sedangkan untuk baju seperti kemeja GMF lebih menyukai merk Uniqlo, untuk baju kaos GMF sering membeli H&M dan kalau beruntung, ia bisa membeli merk Supreme.

“...karna saya menapat respon positif dari teman-teman dengan sepatu bermerk yng saya beli di thrift shop, membut saya lebih percaya diri ketika saya membeli pakaian juga dengan barang bermerk seperti Uniqlo, Supreme, H&M, Supreme, Levis dan lain sebagainya. Saya merasa saat menggunakan pakaian bermerk kelihatan seperti orang yang berada dan mewah dan itu membuat saya lebih percaya diri karena pakaian yang saya pakai, saya juga merasa puas dan senang

setiap kali saya memakai pakaian bermerk dengan harga yang terjangkau, namun terkesan mahal”. (Wawancara tanggal 28 Maret 2021).

Berdasarkan pernyataan informan bahwa salah satu faktor penyebab mahasiswa melakukan *thrifting* adalah untuk mendapatkan barang bermerk dengan harga terjangkau. Apabila dianalisis dengan menggunakan teori fenomenologi dari Alfred Schutz yang memperkenalkan dua istilah motif. Motif yang pertama merupakan motif “sebab” (*because of motive*). Kemudian motif yang kedua ialah motif “tujuan” (*in order to motive*). Motif “sebab” yang melatarbelakangi seseorang melakukan tindakan tertentu. Sedangkan motif “tujuan” yang hendak ingin dicapai oleh seseorang yang melakukan tindakan tertentu (Wirawan, 2012). Terdapatnya motif sebab (*because of motif*) dari pakaian bermerk dijadikan sebagai presentasi dirinya untuk menampilkan kesan yang *stylish* dan menambah kepercayaan diri saat berinteraksi dengan lingkungan pergaulannya. Serta mendapatkan penilaian identitas dirinya berupa terlihat seperti orang yang berada, mewah, serta berkelas, yang merupakan dari motif tujuan (*in order to*).

Kebutuhan Fashion dengan harga Terjangkau

Faktor ekonomi terutama terkait dengan faktor ekonomi keluarga, adanya sebuah korelasi antara tingkat pendapatan dengan tingkat konsumsi, semakin tinggi pendapatan individu akan semakin banyak pula konsumsi yang dibutuhkan. Baik itu untuk memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder, bahkan terkadang barang yang tidak begitu diperlukan pun dikonsumsi. Dalam penelitian ini terdapat hubungan antara besarnya pendapatan orang tua dengan jumlah uang saku pada anak. Semakin besar pendapatan orang tua semakin besar uang saku yang diberikan kepada anak serta semakin tinggi pula tingkat konsumsinya. Namun berbeda halnya dengan pendapatan orang tua yang sedang sehingga uang saku yang diberikan kepada anak tidak terlalu besar, sehingga itu juga mempengaruhi pola konsumsinya.

Demikian juga dengan mahasiswa yang memiliki uang saku yang tidak besar dari orang tuanya, akan memiliki pola konsumsi lebih rendah dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki uang saku besar. Seperti halnya untuk memenuhi kebutuhan akan pakaian bagi mahasiswa yang memiliki uang saku tidak besar akan memenuhi kebutuhan pakaian yang sesuai dengan kemampuannya masing-masing. Beberapa mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan tersebut beli mereka akan melakukan *thrifting* untuk membeli pakaian keren dengan harga yang terjangkau.

Seperti halnya dengan WS perempuan (21) tahun yang mendapatkan uang saku sebesar Rp 500.000/bulannya. WS merupakan salah satu mahasiswa pelanggan Pasar Putih Bukittinggi, dimana ia sudah melakukan *thrifting* sejak ia masuk ke perguruan tinggi tahun 2018. WS pun melakukan *thrifting* sekali sebulan, ataupun tergantung kebutuhan pakaian yang ingin dia kenakan. Karena WS sendiri tidak terlalu memiliki banyak pakaian yang akan ia gunakan untuk pergi ke kampus karena selama ini ia hanya membeli pakaian cuman sekali setahun pada saat lebaran ataupun jika ada acara-acara tertentu yang mengharuskan ia untuk membeli baju. Ketika memasuki bangku perkuliahan WS melihat teman-temannya memiliki banyak pakaian yang digunakan, terlihat setiap hari baju yang pakai teman-teman berganti-ganti. Sedang WS sendiri sering memakai baju yang sama karena tidak memiliki stok baju. Sehingga WS sering kali merasa minder dengan teman-temannya, apalagi ketika pergi main dan berfoto akan terlihat WS sangat sering menggunakan baju yang sama. Karena itu WS memilih melakukan *thrifting* untuk bisa membeli baju dengan harga terjangkau, sehingga WS memiliki banyak stok pakaian yang bisa sering ia ganti-ganti dan WS tidak lagi sering

memakai baju yang sama., sehingga membuat WS tidak merasa minder lagi dan merasa kalau ia menarik.

“Saat kuliah saya melihat teman-teman saya memiliki banyak pakaian yang dikenakan untuk kekampus maupun untuk main. Itu terlihat pakaian yang mereka kenakan berganti-ganti. Sedangkan saya sering kali menggunakan baju yang sama, karena memang tidak memiliki stok baju. Kadang saya merasa minder dengan teman-teman, apalagi ketika pergi main dan berfoto akan terlihat jelas, baju yang saya gunakan pasti itu itu aja, karena itu saya melakukan thrifting untuk bisa membeli banyak baju dengan harga terjangkau”. (Wawancara tanggal 3 April 2021).

Hal senada juga di ungkapkan oleh Bapak P Laki-laki (52) tahun yang juga merupakan pelanggan Pasar Putih Bukittinggi, juga mengungkapkan bahwasannya ia dan keluarganya selalu membeli pakaian di Pasar Putih, karena harganya yang terjangkau untuknya yang memiliki ekonomi menengah kebawah.

“Sangat perlu kalau ada pasar putiah di sini nak, apak sekeluarga membeli baju untuk anak-anak apa disini. Harganya murah, bajunya pun bagus-bagus, kalau membeli baju baru lebih baik disini, tahan-tahan, celana yang dipakai saat ini, belinya pun juga disini dengan harga 25 ribu”. (Wawancara tanggal 3 April 2021).

Berdasarkan pernyataan informan tersebut, salah satu faktor penyebab mahasiswa melakukan *thrifting* ialah karena masalah ekonomi. Informan yang tidak terlalu memiliki banyak pakaian, setelah masuk bangku perkuliahan membutuhkan banyak pakaian yang digunakan sehari-hari. Karena informan terlalu sering menggunakan pakaian yang sama, sehingga ia merasa berkecil hati dengan teman-temannya yang sering berganti-ganti pakaian yang mereka kenakan. Karena hal tersebut informan memilih melakukan *thrifting* guna mendapatkan pakaian yang banyak, sehingga ia merasa lebih percaya diri dan menarik dengan pakaian yang ia gunakan berganti-ganti.

Sesuai dengan pernyataan informan tersebut terdapat motif sebab (*because of motive*) yang menyebabkan mahasiswa melakukan *thrifting* ialah karena kebutuhan *fashion*. Informan yang awalnya tidak terlalu memiliki banyak pakaian, setelah memasuki bangku perkuliahan, yang membutuhkan banyak pakaian yang digunakan sehari-hari. Ditambah lagi ketika informan melihat teman-temannya sering mengganti-ganti pakaian yang dikenakan, sedangkan informan terlalu sering menggunakan baju yang sama, sehingga ia merasa berkecil hati. Karena hal tersebut informan memilih melakukan *thrifting* guna mendapatkan pakaian yang banyak, sehingga ia merasa lebih percaya diri dan menarik dengan pakaian yang ia gunakan berganti-ganti sebagai motif tujuan (*in order to motive*) dari *thrifting* yang ia lakukan. Salah satu *style* pakaian yang membuat ia merasa menarik dan sama dengan lingkungan sekitarnya yakni *casual style*.

Mendapatkan Tampilan Berbeda dengan Lingkungan Sekitar

Lingkungan menjadi salah satu alasan seseorang memilih tindakan yang ia lakukan, salah satunya lingkungan pertemanan yang merupakan salah satu alasan seseorang dalam mengambil keputusan. Salah satunya IDN Perempuan (21) tahun yang juga memilih melakukan *thrifting* sebagai daya tarik tersendiri terhadap lingkungan interaksi terutama lingkungan pergaulan.

IDN merupakan orang yang memperhatikan penampilan yang digunakan sebagai ciri maupun untuk identitas dirinya. Ia sangat tertarik dengan dunia *fashion* sejak ia berada di bangku perkuliahan. Melihat orang-orang disekitarnya memiliki tampilan yang menarik atau sering disebut-sebut berpenampilan *stylish* membuat ia juga menginginkan berpenampilan seperti itu. IDN juga membeli apa yang sedang tren baik itu melalui *online* maupun *offline* sehingga ia merasa orang-orang akan menganggapnya menarik dengan pakaian yang dikenakannya tidak ketinggalan jaman. IDN mengatakan juga bahwasannya ia lebih tertarik dengan beberapa *style fashion* seperti *korean style*, karena ia termasuk penggemar K-Drama sehingga ketika ia melihat pemain yang memakainya menarik sehingga ia merasa tertarik. Selain itu IDN juga menyukai *casual style*, karena terkesan santai namun terlihat menarik.

“Bagi saya memperhatikan penampilan yang dipakai itu penting, soalnya orang-orang akan lebih mudah mengingat kita kalau kita punya ciri khas tertentu. Saya tertarik dengan fashion semenjak kuliah, melihat orang-orang yang punya penampilan bagus-bagus, saya jadi ingin seperti itu. Style yang saya suka korean style karna saya juga termasuk penggemar K-Drama, saat melihat pakaian yang dipakai pemainnya bagus-bagus, saya juga suka casual style karna simpel dan menarik”. (Wawancara tanggal 7 April 2021)

Hal yang sama juga dilakukan oleh WF Perempuan (21) tahun yang merupakan salah satu mahasiswa yang juga sangat memperhatikan penampilan yang ia pakai. WF sendiri memiliki alasan yang sama dengan IDN melakukan *thrifting* untuk mendapatkan tampilan yang berbeda dengan yang lainnya. WF sendiri juga mengikuti perkembangan *fashion* semenjak kuliah karna melihat dari lingkungannya yang memiliki tampilan menarik. Ia memilih melakukan *thrifting* karna ia yakin bahwasannya pakaian yang di jual di *thrift shop* memiliki model yang tidak banyak dipakai oleh orang lain, sehingga ia memiliki tampilan yang berbeda dengan yang lainnya.

saya lebih memperhatikan fashion yang dipakai semenjak kuliah, melihat teman-teman punya style yang bagus-bagus saya juga ingin seperti teman. Tapi saya tidak mau punya pakaian yang persis sama seperti yang dipakai dengan teman saya. Saya pgn beda tapi tetap mengikuti tren. Menurut saya kalau thrift shop itu kan barang-barangnya dari luar negeri, tidak banyak orang yang memakainya, jadi saya bisa lebih PD memakainya, karna tidak ada yang sama”. (Wawancara tanggal 7 April 2021) .

Berdasarkan pernyataan informan diatas, salah satu faktor penyebab mahasiswa melakukan *thifting* yakni untuk memiliki tampilan yang unik atau berbeda dengan yang lainnya. Menurut informan bahwasannya, saat menggunakan pakaian yang sedang tren informan sering kali menemukan pakaian yang sama juga digunakan oleh orang disekitarnya. Sehingga informan merasa malu ketika memiliki model yang sama dengan lingkungannya, ditambah lagi jika hal tersebut ditertawakan oleh orang disekitarnya, yang menjadi motif sebab (*because of motif*). Sedangkan motif tujuan (*in order to motive*) informan berupa pakaian *thrifting* memiliki model yang unik serta kekinian, sehingga informan mendapatkan pakaian yang berbeda dengan dengan selera pasar. Salah satu *style* pakaian yang mereka sukai ialah *korean style*, *vintage*, dan *oldies*.

Mengikuti Tren Agar Tidak Ketinggalan Jaman

Teknologi informasi saat ini berkembang sangat cepat sehingga membawa perubahan pada perilaku masyarakat. Seperti halnya perkembangan sosial media seperti *WhatsApp*,

Instagram, Facebook, Twitter, dll sehingga memudahkan seseorang dalam menerima informasi dengan cepat. Seperti halnya pada tahun 2018 munculnya gerakan Zero Waste Indonesia (ZWID) yang merupakan komunitas berbasis online yang didirikan oleh Maurilla Imron dan Kirana Agustina yang memiliki maksud mengajak masyarakat Indonesia untuk menjalani gaya hidup nol sampah (zero waste lifestyle).

Salah satu gerakan dari ZWID ini yakni *Buy Nothing New* (tidak membeli barang baru). Mereka mengajak orang-orang untuk berkomitmen tidak membeli pakaian baru sebagai upaya untuk mengurangi sampah *fashion* serta limbah tekstil terhadap gerakan mulai dari lemari. Dari gerakan ini banyak bagi pengguna sosial media yang juga ikut meramaikan gerakan *buy nothing new*. Bahkan banyak juga *influencer* yang juga menyarankan orang-orang untuk melakukannya, salah satunya dengan melakukan *thrifting*.

Gerakan ini menimbulkan adanya tren *thrifting* dikalangan anak muda salah satunya mahasiswa. Sebagian dari mereka yang selama ini tidak pernah membeli ataupun menggunakan pakaian bekas, merasa tertarik dan bangga saat mencoba melakukan *thrifting*. Seperti halnya dengan SY perempuan (21) tahun sebagai pelanggan Pasar Putih Bukittinggi.

“Tau pakaian bekas sudah lama, tapi saya tidak pernah membeli maupun memakainya. Takut dengan berita-berita yang ada. Padahal saya pengen untuk membelinya karna melihat penampilan teman-teman saya yang bagus ditambah lagi dengan banyak online shop yang menjual pakain thrift, pas dilihat foto-fotonya bagus, tapi karna takut nanti gimana dengan tubuh saya, lebih baik cari aman. Tapi saat saya nge-thrift dan memakainya tidak ada yang terjadi, justru membuat saya ketagihan karena menemukan baju yang menurut saya bagus-bagus”.
(Wawancara tanggal 10 April 2021).

Hal yang sama juga disampaikan oleh VA perempuan (21) tahun yang juga merupakan salah satu pelanggan Pasar Putih Bukittinggi. Dimana ia baru melakukan *thrifting* pada tahun 2019 dikarenakan adanya beberapa postingan terkait hasil OOTD (*Outfit Of The Day*) *thrift* yang dilihatnya melalui media sosial milik VA. Pada awalnya VA sama sekali tidak tertarik untuk melakukan *thrifting*, karena selama ini VA sering kali mendengar citra negatif dari pakaian bekas salah satunya, adanya virus yang terkandung dalam pakaian bekas membuat ia merasa takut untuk memakainya.

Setelah melihat OOTD (*Outfit of The Day*) *thrift* ditambah lagi dengan munculnya gerakan Zero Waste Indonesia (ZWID) yang merupakan komunitas untuk menjalani gaya hidup nol sampah (zero waste lifestyle), VA pun merasa teman-temannya banyak yang melakukan *thrifting* sehingga citra negatif yang ia pikirkan mengenai pakian bekas memudar, karena VA juga tidak mau ketinggalan dengan tren *thrifting* yang juga banyak dilakukan oleh teman-temannya. Apalagi ketika teman-temannya membicarakan pakaian *thrifting* yang dibeli oleh temannya, ia juga bisa membicarakan hal yang sama.

“sebenarnya dari awal saya tidak tertarik sama sekali dengan thrifting, tapi karna melihat-lihat postingan OOTD yang dipakai orang dengan menggunakan pakaian thrifting kok bagus, tapi saya takut sama citra negatif ketika saya memakai baju thrift. Terus ada gerakan ZWID yang komunitas untuk menjalani gaya hidup nol sampah (zero waste lifestyle). Istilahnya kan keren, jadi kalau orang-orang nanya kenapa nge-thrift tinggal jawan aja, kita itu harus menetapkan zero waste lifestyle. Sehingga orang-orang yang mendengarkan kagum dengan pemikiran saya, apalagi untuk anak-anak muda kalau kita sudah menggunakan istilah-istilah asing kita dianggap keren”.
(Wawancara tanggal 10 April 2021).

Berdasarkan pernyataan informan diatas terdapat motif sebab (*because of motif*) mahasiswa melakukan *thrifting* ialah ikut-ikutan serta pengaruh informasi sosial media. Dengan adanya tren *thrifting* yang sedang digandrungi oleh anak-anak muda, sehingga mereka juga melakukannya agar dianggap tidak ketinggalan jaman. Ditambah lagi ketika mereka melakukan *thrifting* mendapatkan pujian karena memiliki tampilan yang menarik serta juga melakukan salah satu gerakan untuk mengurangi sampah industri tekstil agar terlihat keren yang merupakan motif tujuan (*in order to motive*) mahasiswa saat melakukan *thrifting*.

Kesimpulan

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan mahasiswa dalam menunjang penampilannya untuk mengekspresikan hidupnya melalalui pakaian, baik itu dengan menggunakan pakaian *thrifting*, yang merupakan aktivitas belanja barang *vintage* untuk mendapatkan harga barang yang lebih murah serta barang yang tidak biasa seperti selera pasar saat ini. Karena itu sebagian mahasiswa memilih melakukan *thrifting* guna mempresentasikan dirinya, karena sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Meskipun adanya larangan mengenai penggunaan pakaian bekas, namun pada kenyataan bagi konsumen tidak merasakan dampak yang diakibatkan dari pakaian bekas. Ditambah lagi dengan adanya penggunaan pakaian bekas dapat mengurangi sampak yang diakibatkan oleh industri tekstil.

Daftar Pustaka

- Afrizal, A. (2015). *Metode penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, M. C. (2018). *Representasi Pakaian Muslimah Dalam Iklan (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Iklan Kosmetik Wardah di Tabloid Nova)*. 06(2), 63–82.
- Dwiyantoro, A., & Hartianto, S. (2014). Fenomenologi Gaya Hidup Mahasiswa UNESA Pengguna Pakaian Bekas. *Paradigma*, 02(03), 2–8.
- Ghitapradana, D. M. W. (2010). *Kajian Desain Zero Waste Daniel Sebagai Produk Sustainable Fashion*. 41–50.
- Gulfira, N. (2015). *The Art Of Thrifting* (1st ed.). Yogyakarta: PT Benteng Pustaka.
- Haryanto, S. (2011). *Sosiologi Ekonomi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- Marta, D. (2009). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Berstatus Sales Promotion*. 1–6.
- Mutmainah, A. (2014). *Representasi Fashion Sebagai kelas Sosial Dalam Film The Devil Wears Prada Dan Confessions Of A Shopaholic*. 1–14.
- Nordholt, H. S. (2013). *Outward Appearances Trend, Identitas, Kepentingan*. Yogyakarta: LKIS Yogyakarta.
- Rizky, H. S. (2018). *Presentasi diri dan Health Belief berpengaruh pada keputusan membeli pakaian bekas mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung*. 1–12.
- Syafriyeni, N. W. (2017). *Mahasiswa Dan Pakaian Bekas Suatu Kajian Budaya Konsumsi Kalangan Mahasiswa Pelanggan Boutique Second di Kota Bukittinggi*. 66, 37–39.
- Trisnawati, T. Y. (2016). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 36. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.268>
- Widyaastuti, Y. (2014). *Psikologi Sosial* (Cet. 1). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wirawan, I. . (2012). *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma (Fakta Sosial, Definisi Sosial, dan Perilaku Sosial)* (Edisi Pert). Jakarta: Prenadamedia Group.