

**FASHION THRIFT SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL DALAM
PEMBENTUKAN IDENTITAS SOSIAL MAHASISWI FISIP
UNIVERSITAS RIAU**

Oleh: Kessy Pamela

Email: Pamelakessy0@gmail.com

Pembimbing: Dr. Yasir, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jalan H.R Soebrantas Km 12,5 Simpang Baru Pekanbaru 28294

Telp/Fax: 076163277

Abstrak

Fashion dan pakaian digunakan sebagai penyampaian pesan non verbal tentang diri seseorang kepada orang lain. Hal itu juga membuat bagaimana penyuka *fashion Thrift* mengkomunikasikan diri mereka ketika mengenakan *fashion Thrift*. Berbagai macam anggapan tentang *Thrift* menarik perhatian peneliti untuk mengulik lebih dalam pemaknaan *fashion* sebagai komunikasi dalam *fashion Thrift*. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil dari penelitian ini menunjukkan *because of motive* yang mempengaruhi mahasiswa FISIP Universitas Riau menggunakan *Fashion Thrift* dalam gaya keseharian adalah faktor lingkungan pergaulan, social media atau media massa dan tempat yang berdekatan dengan toko *secondhand*. Sedangkan *in order to motive* mahasiswa FISIP Universitas Riau menggunakan *thrift* yaitu untuk tampil *fashionable*, mengurangi limbah pakaian bekas dan sebagai gerakan *sustainable fashion* atau *fashion* berkelanjutan.

Kata Kunci: Komunikasi Artifaktual, Thrift, Because Of Motive, In Order To Motive

Abstract

Fashion and clothing are used as the delivery of non-verbal messages about one's self to others. It also makes how Thrift fashion enthusiasts communicate themselves when wearing Thrift fashion. Various kinds of assumptions about Thrift attract the attention of researchers to dig deeper into the meaning of fashion as communication in fashion Thrift. This research is a descriptive qualitative research using data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Data were analyzed using the Miles and Huberman models. The results of this study indicate that because of motives that influence FISIP University of Riau students to use Fashion Thrift in their daily style are social environment factors, social media or mass media and places close to secondhand shops. Meanwhile, in order to motive, FISIP University of Riau students use thrift, namely to appear fashionable, reduce used clothing waste and as a sustainable fashion movement or sustainable fashion

Keywords: Artifactual Communication, Thrift, Because Of Motive, In Order To Motive

PENDAHULUAN

Fashion merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari penampilan dan gaya keseharian seorang mahasiswi. 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 bagi mereka. Fashion tidak hanya menyangkut soal pakaian 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.

Tren gaya berpakaian dengan nuansa vintage atau retro kini kembali diminati masyarakat, terutama kawula muda yang Ditandai dengan berjayanya kembali pakaian gaya 90-an. Pakaian seperti itu, seperti celana jeans, jaket training, printed shirt, oversized vintage jacket, dan jenis pakaian bertema vintage lainnya menjadi barang yang diminati. Namun untuk mengikuti tren, mencari pakaian semacam itu bukan hal mudah karena termasuk barang langka, terutama koleksi retro baru dari label-label ternama. Untuk mendapatkan pakaian semacam itu, para peminatnya biasanya melakukan *thrifting* atau aktivitas berburu barang seken.

Pakaian *Thrift* adalah baju – baju sisa penjualan dari pabrik garmen dan *department store* yang di timbun bertahun – tahun di gudang, baju – baju timbunan inilah yang kemudian dijual kembali oleh pihak – pihak tertentu. Penampilan pakaian *Thrift* kerap diidentikkan dengan salah satunya kelompok bergaya *vintage*. Di Inggris, gaya berpakaian bekas (*second hand dress*) ini banyak dipakai juga oleh kelompok *indie* (*independent*) dan para mahasiswa di tahun 1980-an dan 1990-an. Mereka biasanya memakai t-shirt bekas, *junper*, atau jaket bekas dari kain wol. Di

Indonesia, konsumen terbesar baju-baju bekas adalah anak-anak muda.

Jenis barang yang dijual di toko seperti ini bermacam-macam, mulai dari kaos, hem, jaket, celana panjang, bahkan tas - tas sampai selimut-selimut tebal dan *bed cover*. Harga barang-barang yang dijual di kota-kota yang paling dekat dengan pelabuhan biasanya lebih murah daripada di kota-kota lain.

Busana vintage adalah istilah generik yang digunakan untuk pakaian baru atau pakaian tangan kedua yang berasal dari era sebelumnya. Kata vintage disalin dari penggunaan kata terminologi anggur, sebagai eufemisme yang lebih elegan dan tampak “tua” untuk pakaian. Secara umum, pakaian yang diproduksi sebelum tahun 1920-an disebut sebagai pakaian antik, dan pakaian dari tahun 1920 sampai tahun 1960-an dianggap sebagai pakaian vintage. Retro, kependekan dari retrospektif, atau “*gaya vintage*” biasanya merujuk ke pakaian yang meniru gaya dari era sebelumnya.

Reproduksi pakaian merupakan salinan pakaian yang dibuat baru, namun mengacu dari garmen yang lebih tua. Pakaian yang dihasilkan lebih baru-baru ini biasanya disebut mode *modern* atau *kontemporer*. Sedangkan pakaian yang dianggap benar – benar vintage adalah pakaian yang sebelumnya telah dipakai, tapi representasinya sangat kecil. Pakaian vintage seringkali diperoleh dari stok gudang lama, dan lebih berharga dari pakaian (model) vintage yang telah direproduksi, terutama jika pakaian vintage masih mempunyai tag asli mereka. Hal ini disebut dengan dead stock atau stok lama baru (*new old stock*), walaupun kebanyakan pakaian ini memiliki kekurangan, karena faktor waktu. Dan salah satu tempat yang menyediakan banyak pakaian vintage adalah lapak baju bekas impor

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 dikenal 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). *Thrifting* adalah sebuah kegiatan atau metode dalam berbelanja yang bertujuan untuk penghematan dan supaya biaya yang dikeluarkan untuk berbelanja keluar seminimal mungkin.

Status *fashion thrift* yang dikategorikan sebagai barang bekas pada kenyataannya memang memiliki perbedaan dengan barang bermerk yang dibeli. Statusnya sebagai barang impor bekas namun tetap layak pakai jelas berbeda dengan pakaian baru yang berada di toko. Dari segi model dan merk meskipun tergolong masih layak dan bagus digunakan namun pakaian baru yang dijual di *store* lebih kekinian dengan kondisi dan warna yang tetap terjaga namun demikian perkembangan *fashion thrift* di kalangan mahasiswi tetap mendominasi karena faktor harga dan kualitas yang dianggap masih layak digunakan.

Di wilayah Riau sendiri, keberadaan *fashion thrift* bisa ditemukan di sejumlah lokasi. Pertama, Pasar PJ Central Plaza. Kemudian di beberapa kios yang berada di Jalan Soekarno Hatta. Seperti tepatnya di samping Jalan Lobak atau Ardath dan di kawasan Rajawali. Menjamurnya lokasi *thrift store* ini didukung oleh kebiasaan mahasiswi khususnya mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau yang menjadikan *fashion thrift* sebagai alternatif model pakaian yang digunakan dalam kegiatan perkuliahan.

Identitas dalam masyarakat akan terbentuk ketika kita berinteraksi dengan orang lain, dan identitas akan terbentuk

saat seseorang mendapat pandangan atau reaksi orang lain terhadap kita. Maka bisa dikatakan bahwa *fashion* merupakan implementasi penting dalam menyampaikan simbol dalam komunikasi nonverbal yang menjadikan komunikasi makna dari citra diri secara pribadi, dan juga *fashion* menjadi cara untuk membuka secara lebar untuk setiap orang memberikan kesan saat berkomunikasi dengan orang lain. Karena *fashion* bisa menjadi alat komunikasi untuk menyampaikan identitas sosial seseorang dengan menunjukkan siapa diri orang tersebut yang bisa dikategorikan dalam kelompok atau komunitas sosial yang ada berdasarkan pandangan (Laksmi; 2017).

Fashion yang menjadi bagian dari komunikasi nonverbal dan membentuk identitas sosial merupakan hasil dari pengakuan dari orang yang melihat untuk menunjukkan eksistensinya di kalangan masyarakat, maupun di kalangan mahasiswa. Istilah *fashion* kerap digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya dan busana. *Fashion* dan gaya berpakaian sendiri berfungsi sebagai daya tarik selain menjadi penutup dan sebagai kesopanan dan untuk mendeskripsikan dirinya di depan publik secara khusus dan menunjukkan citra pribadinya.

Berdasarkan hasil pra survey penulis menunjukkan bahwa sebagian mahasiswi terutama pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau selalu menunjukkan perkembangan mode yang semakin hari semakin pesat telah banyak mengubah dan mempengaruhi perilaku sebagian mereka yang memilih dan memakai busana. Bagi sebagian besar mereka adalah berpenampilan menarik, cantik, dan mempesona. Dalam perkembangan *fashion*, Pemakaian *fashion thrift* di Tengah Arus Modernisasi ini mau tidak mau telah terbentuknya dengan sendiri identitas sosial yang merupakan pengelompokan status sosial dikalangan mahasiswi. Budaya semacam ini nampaknya telah mem-booming di era

modern saat ini terutama dikalangan mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.

Penelitian yang mengacu pada gaya berpakaian mahasiswa FISIP yang bisa dikatakan lebih mengarah pada gaya berpakaian yang *fashionable* dan memiliki berbagai macam gaya berpakaian sehingga membentuk identitas sosial mereka di lingkungan perkuliahan mereka melalui gaya berpakaian mereka. Urgensi penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana *fashion thrift* sebagai media komunikasi artifaktual dalam pembentukan identitas sosial mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian kualitatif yaitu sebuah penelitian dengan pendekatan yang menggunakan sebuah data berupa kalimat-kalimat tertulis ataupun secara lisan, fenomena, perilaku, peristiwa-peristiwa, dan pengetahuan objek studi. Penelitian ini memfokuskan kepada pemikiran dan pemahaman peneliti.

Lokasi penelitian ini ialah pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Pada penelitian ini peneliti memilih mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau karena umumnya dalam keseharian mahasiswi pada fakultas FISIP Universitas Riau adalah mereka kelompok wanita muda yang tidak mau ketinggalan zaman dengan selalu mengikuti perkembangan mode. Waktu penelitian ini dilakukan selama kurang lebih delapan bulan, terhitung dari bulan November 2022-Juni 2023.

Subjek penelitian dengan memakai purposive sampling, yakni teknik pengambilan subjek penelitian sebagai sumber data lewat pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015). Dalam mencari

informan peneliti bertitiktuju ke tujuan penelitian, yaitu informan yang dinilai bisa memberi informasi mengenai kebutuhan penelitian, Sehingga dari informasi sang informan penelitian bisa menjabarkan dengan menyeluruh hal-hal berhubungan dengan *Fashion Thrift*.

Informan dalam penelitian ini berjumlah tujuh orang yaitu lima di antaranya adalah Mahasiswi FISIP Universitas Riau yang menggunakan pakaian *thrift* yaitu Inisial Y, E, D, DS dan S, penjual pakaian *Thrift* inisial PA dan mahasiswi yang tidak menggunakan *thrift* inisial A sebagai perbandingan triangulasi.

Objek penelitian ini didasarkan pada rutinitas penggunaan *Fashion Thrift* oleh mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan Miles dan Heberman (dalam Pattilima, 2005: 100) yakni pengumpulan data, penyajian data, reduksi data dan terakhir verifikasi data. Pemeriksaan keabsahan data menggunakan metode triangulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Motif mahasiswi FISIP Universitas Riau menggunakan Thrift sebagai fashion dalam gaya dan keseharian.

Teori yang digunakan adalah teori fenomenologi yang dikemukakan oleh Alfred Schutz. Inti pemikirannya adalah bagaimana memahami tindakan sosial (yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang) melalui penafsiran. Untuk menggambarkan seluruh tindakan seseorang, maka Schutz mengelompokkan dalam dua tipe motif, yaitu Motif tujuan (*In order to motive*), dan Motif karena (*Because motive*). (Schutz, 1967).

Because of motive merujuk pada masa yang lampau dengan kata lain pengalaman di masa lalu akan menjadi sebuah motifasi untuk sebuah tindakan. Pada penelitian ini, terdapat motif-motif yang dimunculkan dari tindakan yang subyek lakukan ketika memutuskan untuk menggunakan pakaian bekas. Setiap subyek memiliki motif sebab yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Perbedaan motif sebab tersebut tentunya memiliki perbedaan latar belakang dari setiap individu-individu yang berbeda.

Terdapat *because of motive* yang mendorong subyek untuk menggunakan pakaian bekas yang pertama adalah motif lingkungan pergaulan karena minat ketertarikan mahasiswi FISIP Universitas Riau pengguna pakaian bekas terhadap pakaian bekas merupakan *because of motive* berdasarkan kesamaan yang terjalin dari lingkungan yang sama pola pergaulan hubungan sosial yang terjalin diantara sesama pengguna pakaian bekas cukup erat. Mereka tidak memiliki ikatan kelompok atau komunitas sebagai pengguna pakaian bekas, meskipun tidak memiliki komunitas tetapi kelompok-kelompok sosial mereka saling bertukar informasi seputar perkembangan pakaian bekas di Pekanbaru. Para pengguna pakaian bekas saling bertukar informasi seputar perkembangan dunia fashion yang mana biasanya mereka dapatkan dari media massa seperti internet maupun media cetak.

Salah satu alasan dari kegiatan *ngopi* maupun *nongkrong* adalah untuk mempererat tali pertemanan diantara mereka, hal tersebut juga dapat menambah wawasan mengenai pakaian bekas serta teman baru bagi mahasiswi FISIP Universitas Riau pengguna pakaian bekas. Intensitas pertemuan yang cukup tinggi dari kegiatan tersebut mengakibatkan mereka memiliki paham yang sama mengenai gaya hidup anak remaja. Seperti yang disampaikan informan Y:

“Kalau tahu *thrift* udah lama sekitar SMA, itu awalnya karena ngeliat temen waktu hangout outfitnya keren gitu terus aku tanya beli di mana, *thrift* katanya. Setelah itu mulai deh aku ikutan *nge-thrift*.” (Wawancara Y, 01 Maret 2023)

Because of motive selanjutnya adalah dipengaruhi karena factor media massa dan social media. Media massa dan social media sangat memiliki andil besar dalam memperkenalkan pakaian *thrift*. Promosi pakaian bekas melalui media massa biasanya dilakukan di media elektronik maupun media cetak sehingga dengan mudah diakses, sedangkan promosi melalui social media biasa melalui postingan Instagram, facebook, twitter dan tiktok.

Salah satu pengaruh social media terbesar yaitu melalui postingan artis-artis ibukota yang belakangan ini menjadikan pakaian *thrift* sebuah *trend fashion* yang ramai diikuti oleh pengguna social media lainnya. Seperti yang disampaikan oleh informan D:

“Salah satu yang mempengaruhi aku beli pakaian *thrift* karena ngeliat di postingan Iqbaal mantan CJR dia sering posting hunting baju-baju *thrift* di pasar gitu kayaknya seru dan bagus-bagus outfitnya vintage seperti tahun-tahun 90-an jadi aku tertarik .” (Wawancara D, 08 Maret 2023)

Faktor lain yang juga berperan sebagai *because of motive* yang mempengaruhi mahasiswi menggunakan pakaian *thrift* adalah karena berdekatan dengan toko *secondhand*. Kehadiran toko *secondhand* diapresiasi oleh mahasiswi FISIP Universitas Riau sebagai salah satu alternative membeli pakaian bekas tetapi tetap memiliki *prestise* yang tinggi karena subjek membelinya di toko yang memiliki tempat yang nyaman dan bersih. Hadirnya toko *secondhand* memberikan pengaruh

terhadap subjek dalam memotivasi menggunakan pakaian bekas.

Mahasiswi FISIP Universitas Riau lebih cenderung konsumtif ketika membelinya di Pasar PJ Central Plaza karena harga yang ditawarkannya sangat terjangkau dan dapat di tawar, sehingga mereka memutuskan untuk membeli banyak barang, lain halnya dengan ketika membeli pakaian bekas di *online shop* cenderung memiliki harga yang tinggi sehingga mereka hanya membeli yang benar-benar mereka sukai.

Dari beberapa kutipan yang diambil dari hasil wawancara dengan para informan yang peneliti sudah lakukan sebelumnya dapat membantu peneliti dengan meyakinkan bahwa *because of motive* yang mempengaruhi mahasiswi FISIP Universitas Riau menggunakan *Fashion Thrift* dalam gaya keseharian adalah factor lingkungan pergaulan, social media atau media massa dan tempat yang berdekatan dengan toko *secondhand*.

Selanjutnya yang terjadi adalah *in order to motive*. *In order to motive* merupakan alasan seseorang yang merujuk kepada suatu keadaan pada masa yang akan datang, dimana aktor berkeinginan untuk mencapainya melalui beberapa tindakan seseorang pada masa kini dan masa yang akan datang. Singkatnya, *in order to motive* adalah tujuan yang ingin dicapai oleh para mahasiswi FISIP Universitas Riau dalam menggunakan pakaian bekas. *In order to motive* dari tindakan mahasiswi FISIP Universitas Riau dalam menggunakan pakaian bekas, yaitu untuk terlihat *fashionable*.

Tindakan instrumental dilakukan oleh seseorang demi mementingkan tujuan yang akan dicapai dan menggunakan alat yang akan dipakai untuk mencapai tujuan tersebut. Terlihat bahwa mahasiswi FISIP Universitas Riau menggunakan pakaian bekas sebagai alat dan tujuan yang ingin dicapai dengan menggunakan pakaian bekas adalah ingin terlihat lebih menarik. Salah satu tujuan

mahasiswi FISIP Universitas Riau menggunakan pakaian bekas adalah untuk mengikuti perkembangan jaman atau mengikuti mode agar lebih bisa diterima oleh lingkungan sekitarnya. Seperti yang dikutip dari hasil wawancara yang dilakukan dengan informan S yang mengatakan:

“lebih untuk diriku sendiri sih, bikin keren diri sendiri dan juga punya macam-macam outfit gitu.” (Wawancara S, 08 Maret 2023)

Hal yang serupa juga disampaikan oleh informan D pada saat wawancara beliau mengatakan:

“Soalnya aku emang suka fashion sih. Fashion penting bagiku, soalnya dengan fashion mungkin orang lain bisa suka sama kita, sama sekarang penerimaan kerja juga banyak yang milih dari penampilan fashionable.” (Wawancara D, 08 Maret 2023)

Dari beberapa kutipan yang diambil dari hasil wawancara dengan para informan yang peneliti sudah lakukan sebelumnya dapat membantu peneliti dengan meyakinkan bahwa *because of motive* yang mempengaruhi mahasiswi FISIP Universitas Riau menggunakan *Fashion Thrift* dalam gaya keseharian adalah factor lingkungan pergaulan, social media atau media massa dan tempat yang berdekatan dengan toko *secondhand*. Hal tersebut juga dibenarkan oleh Informan A yaitu merupakan seorang penjual pakaian *thrift* yang mengatakan:

“Iya, banyak mahasiswi yang datang beli pakaian thrift di sini biasanya mereka dapat informasi dari teman-temannya, ada juga yang datang karena melihat postingan promo kita di social media, makanya tiap hari selalu rame karena kan lokasinya cukup strategis dekat dengan kos-kosan dan lingkungan kampus .”

Selanjutnya *In order to motive* dari tindakan mahasiswi FISIP Universitas Riau dalam menggunakan pakaian bekas, yaitu

untuk mengurangi sampah atau limbah pakaian.

In order to motive dari tindakan mahasiswi dalam menggunakan pakaian *thrift* yang berikutnya adalah untuk *sustainable fashion*. *Sustainable fashion* (fashion berkelanjutan) adalah sebuah penerapan dalam fashion yang mementingkan nilai-nilai dari berbagai pihak yang terlibat, khususnya lingkungan dan kemanusiaan (www.zerowaste.id). Tujuannya yaitu untuk meninggalkan kerugian seminim mungkin baik itu dalam gaya hidup pribadi hingga ranah bisnis.

Gerakan *sustainable fashion* ini mengajak para konsumen agar lebih peduli dengan lingkungan, karena limbah pakaian menjadi penyumbang polusi paling besar pada lingkungan. Data yang tertulis menjelaskan bahwa 10% emisi karbondioksida global dihasilkan oleh industri *fashion*. Isu-isu lain yang marak terdengar dalam industri fashion yaitu adanya dampak buruk yang dihasilkan oleh *fast fashion*.

Pemaknaan gaya berpakaian sebagai identitas diri mahasiswi FISIP Universitas Riau

Menurut Devito Komunikasi artifaktual merupakan penyampaian pesan melalui benda-benda yang dibuat oleh tangan manusia. Misalnya estetika, warna, pakaian, perhiasan, gaya rambut serta aroma seperti parfum dan dupa dianggap sebagai artifaktual

Pakaian menyampaikan sebuah pesan, Pakaian terlihat sebelum suara terdengar. Pakaian tertentu berhubungan dengan perilaku tertentu juga. Pada umumnya pakaian berfungsi untuk menyampaikan sebuah identitas diri, untuk menyampaikan kepada orang lain siapa kita. Menyampaikan identitas kita kepada orang lain berarti menunjukkan bagaimana cara perilaku kita dan harus

bagaimana orang lain memperlakukan kita. Selain itu pakaian juga berfungsi untuk menyampaikan perasaan seperti “pakaian serba hitam di pakai saat keadaan berduka dan pakaian yang motif dipakai saat dalam keadaan ceria”, status dan peranan “seperti seragam pegawai kantor”, dan formalitas “seperti memakai sandal untuk menunjukkan informasi dan pakaian batik dipakai saat acara formal”.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa pemaknaan *fashion thrift* sebagai pembentukan identitas mahasiswi FISIP Universitas Riau yaitu agar terlihat *fashionable* tanpa orang lain harus tau pakaian yang dikenakan adalah pakaian bekas. Walaupun menggunakan pakaian bekas mahasiswi ini tetap bisa tampil beda dengan fashion yang unik dan menarik.

Gaya hidup anak muda masa kini tercermin dari perilaku bagaimana mereka mengikuti *trend* yang sedang berkembang. Kini *trend fashion* menyusup ke dalam ideologi mahasiswi FISIP Universitas Riau pengguna pakaian bekas sehingga cara pandang mereka melihat *fashion* adalah sebagai gaya hidup. Fenomena kultural yang digunakan oleh mahasiswi FISIP Universitas Riau pengguna pakaian bekas adalah untuk mengonstruksi dan mengomunikasikan identitasnya, karena pakaian bekas mempunyai cara nonverbal untuk memunculkan makna dan nilai-nilai melalui orang yang memakainya. Pakaian bekas sebagai aspek komunikatif yang juga dipergunakan sebagai simbol untuk membaca status subjek dan cerminan budaya yang dibawa. Pola gaya hidup yang diterapkan oleh mahasiswi FISIP Universitas Riau pengguna pakaian bekas meliputi pola berbelanja dan pola pergaulan.

Pola berbelanja yang dimiliki oleh mahasiswi FISIP Universitas Riau pengguna pakaian bekas tergolong unik, hal yang termasuk dalam pola berbelanja mahasiswi FISIP Universitas Riau adalah intensitas belanja, tempat belanja, serta

alasan membeli barang-barang tersebut. Mahasiswi FISIP Universitas Riau pengguna pakaian bekas membeli atribut *fashion* hanya seputar pada kaos, kemeja, celana, rok, jaket, dan sepatu. Umumnya mereka menyukai gaya berpakaian simpel tetapi tetap terlihat menarik sehingga pemakaian asesoris yang digunakan tidak terlalu banyak.

Intensitas mahasiswi FISIP Universitas Riau pengguna pakaian bekas dalam berbelanja cukup sering yaitu dalam sebulan sekitar 2-3 kali. Mereka rela menghabiskan uang jajan yang diberikan oleh orang tuanya untuk membeli pakaian bekas. Pembelian pakaian bekas biasanya di pasar loak seperti di Pasar PJ Central Plaza. Kemudian di beberapa kios yang berada di Jalan Soekarno Hatta. Seperti tepatnya di samping Jalan Lobak atau Ardath dan di kawasan Rajawali tetapi ada juga sebagian dari mahasiswi FISIP Universitas Riau pengguna pakaian bekas membelinya di toko-toko *secondhand*.

Mahasiswi FISIP Universitas Riau pengguna pakaian bekas umumnya cenderung berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini terlihat dari intensitas mereka berbelanja. Perilaku konsumtif ini muncul dari kebanyakan dari mereka juga memiliki hobi untuk mengkoleksi pakaian bekas. Sebagian mahasiswa pengguna pakaian bekas beralasan bahwa dengan membeli pakaian bekas yang banyak ia dapat mengganti pakaiannya dengan bermacam-macam model dan dapat mempermudah untuk di *mix and match* supaya pakaian yang digunakan bisa bervariasi dan tidak terkesan monoton.

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pola berbelanja pengguna pakaian bekas yaitu faktor latar belakang keluarga, pekerjaan orang tua dan pemilihan tempat belanja. Latar belakang keluarga merupakan faktor utama bagi mahasiswa pengguna pakaian bekas karena dari latar belakang keluarga tersebut mereka diajarkan bagaimana caranya untuk berpakaian maupun

membelanjakan pakaian sedangkan dari faktor pekerjaan orang tua adalah terkait dengan kondisi perekonomian karena yang menjadi salah satu hal yang membuat mahasiswa menggunakan pakaian bekas adalah dari segi ekonomi.

Beberapa pengguna pakaian bekas melakukan pembelian pakaian bekas dengan cara memesan melalui internet dan dibayar dengan menggunakan kartu kredit, hal ini sebagai simbol bahwa mereka bisa membeli barang menyerupai sistem pembayaran yang modern dan masuk kedalam stratas kelas atas, meskipun pembelannya hanya berupa pakaian bekas. Perilaku tersebut juga merupakan bentuk resistensi dari *trend fashion* yang selalu berubah-ubah, dimana *trend fashion* cenderung membuat orang memiliki gaya hidup konsumtif selalu tergoda untuk membelinya lagi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, dapat membantu peneliti dengan meyakinkan bahwa *because of motive* yang mempengaruhi mahasiswi FISIP Universitas Riau menggunakan *Fashion Thrift* dalam gaya keseharian adalah faktor lingkungan pergaulan, social media atau media massa dan tempat yang berdekatan dengan toko *secondhand*. Sedangkan *in order to motive* mahasiswi FISIP Universitas Riau menggunakan *thrift* yaitu untuk tampil *fashionable*, mengurangi limbah pakaian bekas dan sebagai gerakan *sustainable fashion* atau *fashion* berkelanjutan.

Dan hasil penelitian ini ditemukan bahwa pemaknaan *fashion thrift* sebagai pembentukan identitas mahasiswi FISIP Universitas Riau yaitu agar terlihat *fashionable* tanpa orang lain harus tau pakaian yang dikenakan adalah pakaian bekas. Walaupun menggunakan pakaian

bekas mahasiswi ini tetap bisa tampil beda dengan fashion yang unik dan menarik. Sehingga *fashion thrift* dijadikan sebagai alternatif untuk menunjang gaya hidup mahasiswi dengan keterbatasan ekonomi karena sebagian besar hidup di rantau namun dengan keterbatasan ini mereka tetap bisa bergaya dan menemukan jati diri lewat *fashion thrift*, dan hal tersebut menjadi berkelanjutan sebagai gaya hidup mahasiswi FISIP Universitas Riau.

REFERENSI

Sumber Buku

- Adetya, C. (2020). *Fashion Sebagai Media Komunikasi Arti Faktual Dalam Pembentukan Identitas Sosial Islam (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)*.
- Asmita, D. (2019). Perilaku Konsumtif Mahasiswi Dalam Mengikuti Trend Fashion masa Kini (Studi Kasus Mahasiswi Sosiologi FIS UNP). *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan*, 2(2), 91–96.
- Fiske, J. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga*. PT Raja Grafindo Persada.
- Lexy J. Moleong, D. M. A. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. PT. Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cetakan Ke 18*. PT Remaja Rosda Karya,.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi (Edisi Revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Suciati. (2017). *Teori Komunikasi Dalam Multi Perspektif*. Litera Yogyakarta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.

Sumber Jurnal/Skripsi

- Bhardwaj, V., & Fairhurst, A. (2014). *Fast Fashion : Response To Changes In The Fashion Industry. February 2010*.
- Evans, F. (2022). *Consumer Orientations Of Secondhand Fashion Shoppers: The Role Of Shopping Frequency And Store Type*. *Journal Of Retailing And Consumer Services*.
- Fagasto, G. (2021). *Makna Gaya Berpakaian Sebagai Identitas Diri (Studi Pada Generasi Z Pengelola Akun Instagram Bertema Fashion Korean Wave)*. Universitas Media Nusantara.
- Ghani, & Budiati. (2016). Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa Fkip Uns. *Sosialitas*, 5(2).
- Kognisia. (2022). *Thrift Shop Pakaian Bekas Yang Amat Berharga*. Kognisia.
- Lestari, F. A., & Asmarani, R. (2021). Thrifting Culture During The Covid-19 Pandemic And Its Impact On The Environment. *ICENIS*, 01006.
- Priyandono, T. E. (2014). *Komunikasi Dalam Keberagaman*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Putra, A. D., & Nasution, R. A. (2017). Young-Adult Fashion Costumer Psychographics Segmentation ; Bandung Case Study. *Journal Of Bussiness Management*, 6(1), 1–20.
- Rinzanjani, M. F. (2021). *Identitas Diri Melalui Fashion Sebagai Komunikasi Non-Verbal (Studi Kasus Deskriptif Pada Pemilik Account Instagram @Siviazizah)*. Universitas Telkom.

- Rusyani, E. (2019). *Bahan Ajar Sistem Komunikasi Anak Tuna Rungu*. Departemen Pendidikan Khusus Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia Bandungdepartemen Pendidikan Khusus Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia Bandung.
- Sari, Y. M. (2021). Komunikasi Non Verbal Artifaktual Melalui Pakaian Sebagai Media Pembentukan Identitas Diri Pada Mahasiswi Bercadar Di Universitas Bengkulu. *JOISCOM(Journal Of Islamic Communications)*, 2(2), 1–9.
- Syarafa, D. A. (2020). Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu. *Jurnal Kangaga*, 4(2).
- Umayyah, U. (2018). *Social Support As A Mediator Between Social Identity And College Student ' S Stress*. 1(1), 32–41.
- Vignoles, V. L. (2017). *Identity : Personal AND Social Identity : Personal AND Social*. May.

Sumber Internet

- Steele, V. (2021). *Fashion Industry*. Britannica.
<https://www.britannica.com/art/fashion-industry>
- Utami, Sri Fadhillah. Mengenal Fast Fashion dan Dampak yang Ditimbulkan.
[\(https://zerowaste.id/zero-waste-lifestyle/mengenal-fast-fashion-dan-dampak-yangditimbulkan/\)](https://zerowaste.id/zero-waste-lifestyle/mengenal-fast-fashion-dan-dampak-yangditimbulkan/)
- Zahra, Amanda. Apa Itu Fesyen Berkelanjutan (Sustainable Fashion)?
[\(https://zerowaste.id/zero-waste-fashion/apa-itu-fesyen-berkelanjutan-sustainablefashion/\)](https://zerowaste.id/zero-waste-fashion/apa-itu-fesyen-berkelanjutan-sustainablefashion/)