

Pernak-pernik kebudayaan dalam Sudut Pandang Sosiologi

Karya ini adalah bentuk kolaborasi dosen dan mahasiswa sebagai bagian dari output perkuliahan di kelas. Tulisan-tulisan dalam buku ini sebagai sarana belajar mahasiswa dan pengampu untuk belajar menulis, mereview, berpikir kritis dan kolaborasi untuk tumbuh bersama berkarya. Karya ini melalui review dan diskusi secara intensif. Akan tetapi meski karya ini melalui proses panjang untuk dapat terselesaikan, kami menyadari masih terdapat banyak kekurangan. Karya ini kami jadikan pijakan untuk karya yang lebih baik. Semoga selain bermanfaat bagi penulis, karya ini juga bermanfaat bagi pembaca.



Agus Saputro,
Helmi Novista Amallia dkk.

Pernak-pernik Kebudayaan
dalam Sudut Pandang Sosiologi



Agus Saputro, Helmi Novista Amallia dkk.



Pernak-pernik

Kebudayaan

dalam Sudut Pandang

Sosiologi

Pernak-Pernik Kebudayaan

dalam

Sudut Pandang Sosiologi

**Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang
Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta**

1. Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (Pasal 1 ayat [1]).
2. Pencipta atau Pemegang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 memiliki hak ekonomi untuk melakukan: a. Penerbitan ciptaan; b. Penggandaan ciptaan dalam segala bentuknya; c. Penerjemahan ciptaan; d. Pengadaptasian, pengaransemenan, atau pentransformasian ciptaan; e. pendistribusian ciptaan atau salinannya; f. Pertunjukan Ciptaan; g. Pengumuman ciptaan; h. Komunikasi ciptaan; dan i. Penyewaan ciptaan. (Pasal 9 ayat [1]).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang. Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). (Pasal 113 ayat [3]).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah). (Pasal 113 ayat [4]).

Pernak-Pernik Kebudayaan

dalam

Sudut Pandang Sosiologi

Penulis

Agus Saputro | Yesi Cahyani Putri | Muhammad Arsyad Abdurahman Sidiq
Aida Marisa Boru Regar | Diah Nur Fitriana | Geizka Mendhika
Linda Permatasari | Muhammad Surya Pratama | Luqman Abdul Khakim
Ananda Aulia Fitriana | Maulana Jodi Listiawan | Lavita Nouva Rahmaningrum
Muh Ridho Al Gifari | Dani Alin | Aulia Dina Oktavia | Eni Purwaningsih
Asna Laraswati | Aisyah Rajwa Sulaeman | Ahmad Noor Dian Syah
Ita Azkiyati | Ahmad Nur Fauzi | Taqwiyah Nurul Ulfah | M. Yoga Prastiyo
Aulliya Syafa Nurandhika | Fakhruddin | Zaen Nadilla Mardlotillah
Ika Puja Ningrum | Rahmi Faradila | Permata Egi Khoirunnisa | Tri Pujianti
Dhita Restiana | Khafisah Zanuba | Azkia Hanni Aqila | Vivi Nurmala
Umi Latifah | Rofif Zuhdi Mahmud Pradana | Puspo Grenaldo Bintang S.



**PERNAK-PERNIK KEBUDAYAAN DALAM
SUDUT PANDANG SOSIOLOGI**

© Agus Saputro, dkk.

xii + 220 halaman; 15,5 x 23 cm.

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang.
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh
isi buku ini dalam bentuk apa pun juga tanpa izin tertulis dari
penerbit.

Cetakan I, Agustus 2023

Penulis : Agus Saputro, dkk.
Editor : Agus Saputro
 Helmi Novista Amallia
Sampul : @sudut_in
Layout : @sudut_in

Diterbitkan oleh:

Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI)

Jln. Jomblangan Gg. Ontoseno B.22 RT 12/30

Banguntapan Bantul DI Yogyakarta

Email: admin@samudrabiru.co.id

Website: www.samudrabiru.co.id

WA/Call: 0812-2607-5872

Pengantar Editor

Kami selaku editor mengucapkan puji syukur atas terbitnya buku Bunga Rampai “**Pernak-Pernik Kebudayaan dalam Sudut Pandang Sosiologi**”. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya editor ucapkan kepada Tuhan YME berkat rahmat dan hidayahNya karya ini dapat terbit. Tidak lupa editor ucapkan juga terimakasih kepada para penulis yang meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mempersiapkan karya ini. Kaprodi Sosiologi Dr. Muryanti S.Sos., M.A dan Prodi Sosiologi yang telah mendukung dalam proses penerbitan karya ini. Terimakasih juga kami haturkan kepada Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Humaniora yang selalu mendukung kegiatan positif mahasiswa dalam berkarya.

Karya ini berisi tentang kumpulan penelitian sederhana terkait kebudayaan. Tulisan dalam karya ini mencoba memahami bagaimana budaya dipelajari dari sudut pandang Sosiologi. Hadirnya budaya mempengaruhi masyarakat dan juga sebaliknya, masyarakat mempengaruhi budaya yang ada. Dalam karya ini juga menggambarkan bahwa budaya bukanlah sesuatu yang statis, tetapi ada masanya mengalami dinamika. Karya ini di dalamnya membahas budaya-budaya tradisional dan *pop-culture* yang sedang berkembang.

Karya ini adalah bentuk kolaborasi dosen dan mahasiswa sebagai bagian dari output perkuliahan di kelas. Tulisan-tulisan dalam buku ini sebagai sarana belajar mahasiswa dan pengampu untuk belajar menulis,

mereview, berpikir kritis dan kolaborasi untuk tumbuh bersama berkarya. Karya ini melalui review dan diskusi secara intensif. Akan tetapi meski karya ini melalui proses panjang untuk dapat terselesaikan, kami menyadari masih terdapat banyak kekurangan. Karya ini kami jadikan pijakan untuk karya yang lebih baik. Semoga selain bermanfaat bagi penulis, karya ini juga bermanfaat bagi pembaca. Jika ada kekurangan dalam karya ini kami mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Yogyakarta, 16 Juni 2023

Editor

Agus Saputro, M.Si

Helmi Novista Amallia

Pengantar Dekan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah. Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmatnya satu karya Bunga Rampai **“Pernak-Pernik Kebudayaan dalam Sudut Pandang Sosiologi”** telah terbit. Satu lagi karya civitas akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora (FISHUM) yang sangat luar biasa. Saya ucapkan selamat khususnya Agus Saputro, M.Si Dosen Sosiologi, dan Helmi Novista Amallia Mahasiswi Sosiologi FISHUM UIN Sunan Kalijaga selaku editor buku ini.

Dalam buku ini mengupas bagaimana kebudayaan sebagai unsur yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan individu dan kolektif dalam bentuk masyarakat. Yang mana, individu dan masyarakat menjadi objek dalam kajian sosiologi.

Ada beberapa poin kunci yang bisa kita lihat, *pertama* soal bagaimana kebudayaan yang secara tradisi diwariskan turun-temurun mengalami dinamika. Kebudayaan dimaknai sebagai sesuatu yang dinamis, dengan demikian dia tetap lestari karena mampu memenuhi kebutuhan manusia sesuai perkembangan jaman. *Kedua*, meski kebudayaan sebagai sesuatu yang dinamis, kebudayaan itu sendiri juga ada upaya mempertahankan nilai yang terkandung didalamnya. Hal ini menjadi penting sehingga budaya masih dapat dijadikan pedoman hidup. Diskusi antara kebudayaan yang dinamis dan mempertahankan nilai luhur dari pendahulu, menjadi isu menarik untuk didiskusikan.

Ketiga, poin menarik juga terdapat dalam isu yang diangkat. Isu kebudayaan tidak hanya sebatas budaya tradisional lama yang lekat dengan nilai moralitas, akan tetapi dalam karya buku ini juga membahas isu-isu budaya kekinian. Hal ini merespon perkembangan teknologi dan infomatika yang begitu cepat, sehingga ingin melihat bagaimana unsur-unsur budaya merespon.

Sekali lagi, saya mengucapkan selamat atas terbitnya buku bunga rampai ini. Selamat kepada semua penulis, semoga, civitas akademika FISHUM terus produktif berkarya. FISHUM Muda, FISHUM Terkemuka. Kita suka UIN Suka, UIN Suka untuk Bangsa, UIN Suka Mendunia. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Juni 2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si

Pengantar Kepala Prodi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah. Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayahnya sehingga dapat diterbitkan buku bunga rampai **“Pernak-Pernik Kebudayaan dalam Sudut Pandang Sosiologi”**. Buku ini merupakan kumpulan tulisan dari tugas mahasiswa Sosiologi Kebudayaan yang diampu sekaligus editor Bapak Agus Saputro dibantu oleh Helmi Novista Amallia yang mengkaji tentang permasalahan budaya yang berkembang di masyarakat.

Chapter book Sosiologi kebudayaan ini merupakan sebuah karya penting sebagai sebuah dokumentasi berbagai macam aktivitas budaya masyarakat dalam arti yang luas. Budaya yang dimaksud terkait dengan sistem keyakinan, pengetahuan, mata pencaharian, bahasa dan kesenian yang bernuansa lokal. Dengan adanya dokumentasi budaya tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki kekayaan budaya yang beraneka ragam sebagai sebuah ciri khas yang patut dan perlu dilestarikan keberadaannya.

Karya-karya menarik tersebut menganalisis tentang berbagai macam budaya yang berkembang di masyarakat lokal, seperti sekaten, inovasi batik yang mengakomodir tradisi lokal, dinamika kehidupan beragama atau pun budaya anak muda kekinian berupa Budaya Repost Quotes di Kalangan Remaja Sebagai Bentuk Presentasi Diri. Identitas dan konstruksi sosial budaya yang berkembang berubah seiring dengan

perkembangan teknologi, namun kebudayaan lokal di level masyarakat tetap dijaga kelestariannya sebagai sebuah identitas budaya.

Selamat atas terbitnya Buku Bunga Rampai “**Pernak-Pernik Kebudayaan dalam Sudut Pandang Sosiologi**”. Harapannya dokumentasi karya tulis mahasiswa ini berkontribusi kepada pengetahuan Sosiologi Kebudayaan, menjadi khasanah kebudayaan serta menjadi rujukan di masa depan tentang identitas dan budaya.

Terimakasih

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Februari 2023

Kepala Prodi Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Himaniora

Dr. Muryanti, M.A.

Daftar Isi

- v Pengantar Editor
vii Pengantar Dekan
ix Pengantar Kepala Prodi
xi Daftar Isi
- 1 **Fenomena Thrifting dalam Gaya Hidup Konsumsi Fashion Anak Muda Masa Kini**
Agus Saputro
- 13 **Pemaknaan Unsur Kesakralan Dan Seni Dalam Perkembangan Tradisi Kesenian Sisingaan Di Masyarakat Sunda**
Yesi Cahyani Putri, Muhammad Arsyad Abdurahman Sidiq, Aida Marisa Boru Regar
- 33 **Efektivitas Sistem Zonasi PPDB Dengan Budaya dan Sistem Pembelajaran Terhadap Sekolah Menengah Atas Yogyakarta Dan Surakarta**
Diah Nur Fitriana, Geizka Mendhika, Linda Permatasari
- 53 **Eksistensi Budaya Sekaten Sebagai Sarana Integrasi Masyarakat Muslim di Yogyakarta**
Muhammad Surya Pratama, Ananda Aulia Fitriana, Luqman Abdul Khakim

- 73 Kerentanan Sosial Pada Komunitas Keagamaan Fida' Kubro Dusun Karangtengah Desa Karangtengah Kecamatan Tuntang Kabupaten Semarang**
Maulana Jodi Listiawan, Lavita Nouva Rahmaningrum, Muh Ridho Al Gifari, Dani Alin
- 95 Budaya Srawung Anak Muda Di Tempat Ngopi (Studi Kasus Interaksi Mahasiswa di Tempat Ngopi)**
Aulia Dina Oktavia, Eni Purwaningsih, Asna Laraswati
- 117 Wanita dan Kosmetika (Studi Tentang Mahasiswi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Dalam Pemilihan Kosmetik Berlabel Halal)**
Aisyah Rajwa Sulaeman, Ahmad Noor Dian Syah, Ita Azkiyati
- 137 Remaja dan Update Status (Studi Deskriptif Budaya Repost Quotes di Kalangan Remaja Sebagai Bentuk Presentasi Diri)**
Ahmad Nur Fauzi, Taqwiyah Nurul Ulfah, M. Yoga Prastiyo
- 157 Evolusi Busana dalam Antropologi Sosial**
Aulliya Syafa Nurandhika, Fakhruddin, Zaen Nadilla Mardlotillah
- 169 Fenomena Nikah Muda Dikalangan Remaja**
Ika Puja Ningrum, Rahmi Faradila, Dhita Restiana, Permata Egi Khoirunnisa
- 191 Inovasi Batik Motif Parijoto Salak Sebagai Upaya Pelestarian Budaya dan Ciri Khas Daerah**
Khafisah Zanuba, Azkia Hanni Aqila, Vivi Nurmala
- 205 Peran Perempuan Dalam Kehidupan Bermasyarakat Sebagai Wanita Karir pada Beberapa Desa di (Bantul, Gunung Kidul dan Magelang)**
Umi Latifah, Tri Pujianti, Rofif Zuhdi Mahmud Pradana, Puspo Grenaldo Bintang.S

Fenomena *Thrifting* dalam Gaya Hidup Konsumsi Fashion Anak Muda Masa Kini

Agus Saputro

Email: agus.saputo@uin-suka.ac.id

Abstrak

Dalam membeli pakaian, anak muda tidak hanya sekedar kegunaan riilnya tetapi juga sebisa mungkin pakaian yang dikenakan menunjukkan eksistensinya. Banyak cara unik yang dilakukan anak muda dalam berekspresi melalui fashion, berusaha mencapai tujuan berbusana walau ditengah keterbatasan.

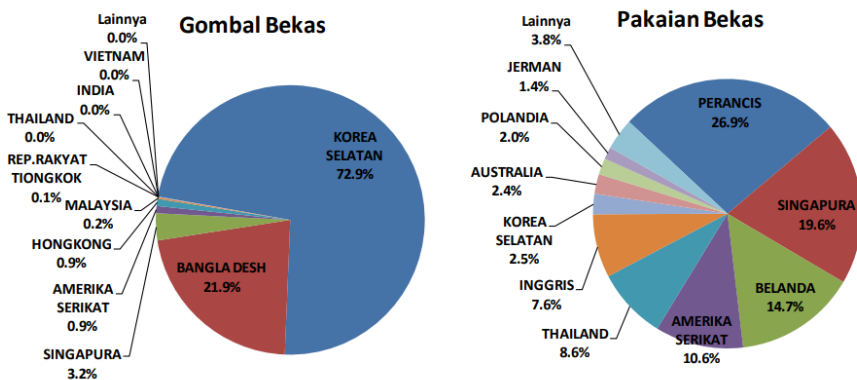
Tulisan ini bertujuan untuk melihat fenomena trend fashion anak muda dalam membeli pakaian import bekas. Teori yang digunakan adalah teori masyarakat konsumtif dari Baudrillard.

Dari penelitian yang dilakukan menemukan beberapa hasil penelitian diantaranya alasan anak muda membeli pakaian import bekas. Diantaranya karena branded, modelnya unik, tidak ada yang menyerupai, murah kualitas bagus dan ramah lingkungan. Sedangkan pihak yang mempengaruhi membeli pakaian import bekas dari pertemanan, media sosial, selebgram sebagai role model. Keuntungan yang dirasakan, bisa berhemat sehingga dapat memberi barang lainnya. Selain itu, pakaian yang dibeli dapat dijual kembali untuk memperoleh keuntungan.

Kata kunci: Thrifting, Fashion, Pemuda

Pendahuluan

Dalam gaya hidup fashion anak muda tidak asing dengan istilah *nge-thrift*. Sebenarnya istilah tersebut berasal dari kata *thrift*, yakni suatu aktivitas mencari barang bekas untuk digunakan kembali. Dalam hal fashion, tentu yang dimaksud adalah pakaian import bekas. Bukti pakaian import bekas menjadi trend dan masih banyak peminatnya dapat dilihat salah satunya dari data yang dimiliki oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Dimana ekspor pakaian bekas dunia ke Indonesia tercatat sebesar USD 31,25 juta. Akan tetapi Indonesia hanya mencatat impor Pakaian Bekas sebesar USD 203,3 ribu di tahun 2013. Dengan asumsi nilai diskrepansi merupakan impor Pakaian Bekas yang tidak tercatat mencapai USD 31,0 Juta. Adapun negara pengimpor pakaian bekas dapat dilihat pada bagan di bawah ini:



Sumber : BPS (diolah Kemendag)

Sebenarnya terkait regulasi perdagangan pakaian bekas import dilarang oleh pemerintah. Hal ini tertuang pada Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Pelarangan import pakaian bekas dikarenakan pertimbangan kesehatan dan keselamatan manusia, hewan, tumbuhan serta lingkungan hidup. Dalam sector ekonomi, pelarangan import pakaian bekas untuk melindungi industri lokal dari gempuran pakaian import.

Dalam tulisan ini ingin melihat fenomena *thrift* yang terjadi di masyarakat, khususnya dikalangan anak muda. Pemuda dipilih dikare-

nakan karakteristiknya yang unik. Posisi pemuda yang dianggap meleak digital tentu memiliki referensi gaya hidup dan fashion yang lebih luas. Kondisi ini memperkuat bahwa kebutuhan sandang dikalangan anak muda tidak hanya sebatas betuhan riil, tetapi juga eksistensi. Disisi lain, kondisi ekonomi yang belum kuat menuntut pemuda dengan berbagai cara untuk tetap terlihat *fashionable*, berbusana mengikuti jaman bahkan berbusana untuk menunjukkan kelas tertentu.

Literature Review

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Dewi Fortuna Islamati dan Putra Pratama Saputra fenomena *thrifting* yang menjadi trend pada anak muda khususnya mahasiswa. Dalam penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa mereka mengetahui *thrifting* melalui media sosial kondisi ini didukung dengan pandemi covid-19 yang membuat orang memiliki waktu lebih dalam penggunaan gadget. Faktor pendorong lain *thrifting* juga diakibatkan oleh *life style* dan serta lingkungan sosial yang pada akhirnya menciptakan kebiasaan baru bagi mahasiswa di Universitas Bangka Belitung dalam bentuk gaya hidup, yang menurut mereka *thrifting* sebagai bentuk aktivitas konsumsi yang ramah lingkungan. Kemunculan *trend* ini, pada akhirnya menunjukkan cara baru seorang individu untuk lebih sadar terhadap kelestarian lingkungan. Dianggap lebih ramah lingkungan dikarenakan memberikan sesuatu hal baru untuk mengurangi timbunan sampah industry khususnya sampah dalam bentuk pakaian.

Terkait pelarangan *import* pakaian bekas serta alasan mengapa dilarang, seperti tertuang pada penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Indah Krisna Dewi, Ida Ayu Putu Widiati dan I Nyoman Sutama. Dalam penelitian tersebut menunjukkan sebenarnya pemerintah sudah melakukan pelarangan melalui perundang-undangan diantaranya dengan terbitnya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, terkhusus pada Pasal 47 dalam butir 1 menjelaskan barang yang diimport harus dalam kondisi baru. Ini diperkuat dengan terbitnya Permendag RI Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 tentang Larangan Impor Pakaian Bekas. Penelitian ini menyebutkan pelarangan import pakaian bekas disebabkan oleh dampak yang ditimbulkan, yakni dampak bagi ekonomi masyarakat dan kesehatan. Dalam hal ekonomi,

pakaian bekas import dianggap mampu mematikan IKM (Industri Kecil Menengah) karena produk import dapat dijual dengan harga yang setara dengan produk IKM. Selain itu, konveksi kecil dan penjahit lokal akan menurun pasarnya karena harus bersaing dengan produk impor. Sedangkan dalam hal Kesehatan pakaian bekas import dianggap dapat mengakibatkan penyakit seperti gatal-gatal, panu, flu, sebagai akibat bakteri atau mikroba yang menempel pada pakaian bekas tersebut. Dalam penelitian ini menganjurkan adanya Razia sebagai tindakan tegas kepada gudang-gudang penadah yang mendistribusikan pakaian bekas impor kepada penjual, sebagai upaya perlindungan pada konsumen.

Meski dilarang, perdagangan pakaian import bekas masih banyak kita temui. Alasan mengapa masih marak pedagang yang menjanjikan perdagangan pakaian import bekas salah satunya dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Ledy Diana. Peneliti mengambil contoh kasus di Pekanbaru. Dalam penelitiannya, menemukan hasil bahwa banyaknya perdagangan pakaian bekas impor di Pekanbaru dikarenakan kurangnya pengawasan dari Pemkot Pekanbaru, kurangnya penegakan hukum, kondisi geografis Pekanbaru yang strategis, kondisi industri dalam negeri dan masyarakat. Selain itu, dari sudut pandang pembeli pakaian impor bekas dapat memenuhi kebutuhan akan sandang. Adapun alasan dari pembeli, bagi mereka memakai pakain import bekas akan terlihat lebih berkelas dan tidak kalah dengan yang lainnya. Menurut pembeli, harga yang ditawarkan murah dan barang yang bermerk menjadi pilihan utama bagi para pembeli pakaian bekas. Fator-faktor tersebut yang menyebabkan banyaknya perdagangan pakaian bekas impor yang masih dapat ditemui di Pekanbaru.

Tentang trend pakaian bekas import sebagai budaya populer anak muda tergambar pada penelitian yang dilakukan oleh Rivaldi L. Saputro. Dalam penelitiannya, gaya hidup masa kini dalam hal *trend fashion* tidak dapat diikuti oleh semua masyarakat. Karena tidak semua masyarakat memiliki anggaran yang berlebih untuk membeli pakaian sesuai dengan fashion yang mereka inginkan. yang sesuai membeli pakain bekas sebagai alternatif. Mereka tetap terlihat stylish dengan

pengeluaran yang masih terjangkau. Dalam penelitian ini, bukti trend pakaian bekas salah satunya dapat dilihat dari masih eksisnya thrift store seperti, “Badkidstore” dan “Tempat Biasa” yang ada di Surabaya.

Metode Penelitian

Penelitian ini kualitatif dengan menggunakan daftar pertanyaan dengan jawaban terbuka yang dikirimkan ke informan dengan media google form. Data primer dalam penelitian ini adalah isian google form yang telah diisi oleh informan. Sedangkan untuk sumber data sekunder berupa buku, artikel jurnal, majalah, koran maupun dokumen-dokumen yang didapatkan baik offline maupun online yang berkaitan dengan penelitian. Penulis menggunakan teknik analisis adalah model analisis interaktif empat komponen komponen, yaitu pengumpulan data, reduksi data (reduction), sajian data (display) dan penarikan kesimpulan serta verifikasinya. Dan adapun teknik validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi data (triangulasi sumber), yakni dengan mempertimbangkan jawaban-jawaban yang diberikan masing-masing sumber data atau informan.

Dengan triangulasi sumber, data yang sejenis atau sama akan lebih mantap kebenarannya bila digali dari beberapa sumber data yang berbeda. Data yang telah diperoleh dari sumber yang satu, bisa teruji kebenarannya bila dibandingkan dengan data sejenis yang diperoleh dari sumber lain yang berbeda. Dalam penelitian ini terdapat 12 informan, yang dipilih dengan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan kategori pemuda yang menjadi pelaku dari fenomena *thrifting*. Sedangkan untuk triangulasi metode, dilakukan dengan menggunakan metode atau teknik pengumpulan data yang berbeda, untuk mendapatkan data yang sama atau sejenis dalam penelitian ini selain menggunakan daftar pertanyaan terbuka melalui google form, juga menggunakan studi pustaka untuk memperkuat data primer. Adapun metode atau teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu literatur buku terkait, melalui kepustakaan dan literatur online berupa e-book, artikel/e-journal dan surat kabar

Hasil dan Temuan Lapangan

1. Profil Informan “Pelaku Thrifting”

Dalam penelitian ini penulis melibatkan 12 pelaku *thrifting* yang juga. Semua masuk dalam kategori pemuda sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan. Perlu diketahui dalam regulasi kepemudaan tersebut, seseorang dikategorikan sebagai pemuda jika memiliki usia dengan rentang 16-30 tahun.

Adapun alasan pemuda dipilih dalam penelitian ini dikarenakan dianggap sebagai golongan yang melek media digital. Dalam teori masyarakat konsumsi yang diutarakan oleh Baudrillard, media memiliki peran penting dalam menentukan seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang. Dalam suatu data menyebutkan sebanyak 98 persen dari anak dan remaja mengaku tahu tentang internet, dan 79,5 persen di antaranya adalah pengguna internet.

Dari semua pelaku *thrifting*, 6 laki-laki dan 6 lainnya perempuan. Ini bertujuan untuk melihat perspektif tentang fashion dan gaya hidup dari sudut pandang jenis kelamin. Diharapkan akan mendapatkan data yang *variative* karena selera terkait fashion dan gaya hidup biasanya tidak bisa terlepas dari jenis kelamin. Mayoritas pelaku *thrifting* merupakan mahasiswa dari beberapa kota di Indonesia.

2. Pengalaman Pertama Menjadi Pelaku *Thrifting*

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, pelaku yang membeli barang impor bekas memiliki usia diantara 19-21 tahun. Pengalaman pertama sebagai konsumen pakaian import bekas bervariasi dalam hal waktu dan perasaan. Ada yang menyebutkan pengalaman pertama membeli pakaian import bekas dilakukan pada usia 17 tahun, pada saat duduk di kelas 10 SMA, ada yang menyebutkan dikisaran tahun 2017-2020, selepas SMA dan yang menarik beberapa yang menjawab era covid atau pandemic menjadi awal mula mereka menikmati membeli pakaian import bekas. Dari keseluruhan jawaban, dapat disimpulkan

pengalaman pertama membeli pakaian import bekas, pelaku lakukan ketika mereka beranjak menjadi seorang remaja atau pemuda secara usia.

Terkait dengan hal yang dirasakan ketika pertama kali berkunjung ke thrift store untuk membeli pakaian import bekas juga bervariasi. Ada yang awalnya hanya coba-coba. Ada yang merasa senang karena barang-barang yang dijual walau bekas tapi kualitas melebihi dari ekpektasi. Kaget karena barang-barang branded dijual dengan harga miring. Senang karena barang yang dijual variative dan original. Tapi ada juga yang merasa seperti belanja baju di toko biasa, dan ada juga di awal yang merasa takut jika tidak sesuai dengan harapan.

3. Alasan Memilih Jalur *Thrifting*

Data yang diperoleh, ada berbagai alasan mengapa seseorang membeli pakaian import bekas. Diantaranya pakaian yang dijual yang jarang ada di tempat lain bisa dikatakan *limited*. Sehingga Ketika dipakai kemungkinan tidak ada yang menyamai. Lalu jelas harga lebih murah, dibanding ketika membeli dalam kondisi baru. Brand dari produk-produk terkenal dan modelnya dianggap keren. Ada yang menyebutkan, “*dengan harga dibawah 100 ribuan sudah mendapat barang yg original dan brand yg terkenal*”. Selain alasan yang telah disebutkan, pelaku *thrifting* merasa barang yang dijual sangat berkualitas, unik dan *fashionable*. Ada juga, yang membeli barang import dikarenakan ukuran pakaian susah ditemukan jika membeli produk-produk local atau pakaian baru.

Tetapi ada alasan yang cukup menarik ditemukan. Seseorang membeli pakaian import bekas bukan karena ingin memakainya sebagai tujuan utama. Akantetapi, lebih dikarenakan alasan melindungi alam. Mereka beranggapan dengan *thrifting* dapat mengurangi limbah pakaian dan melindungi alam dikarenakan bahan pembuat pakaian bersumber dari alam.

Sedangkan terkait pihak atau media yang mempengaruhi seseorang untuk membeli pakaian import bekas ditemukan be-

berapa data. Seseorang membeli pakaian import bekas selain keinginian sendiri, juga dipengaruhi hubungan pertemanan, Instagram, adanya selebgram yang dijadikan *role model* dan pemberitaan terkait *pe-thrifting-an* yang sempat viral di media massa.

Keuntungan setelah membeli pakaian import bekas diantaranya pelaku merasa lebih menghemat pengeluaran. Karena dirasa hemat, uang bisa digunakan untuk membeli kebutuhan selain kebutuhan sandang. Disisi lain, pakaian import bekas tersebut menurut pelaku thrifting juga dapat dijual kembali untuk memperoleh keuntungan.

4. Antara Barang Thrifting dengan Pakaian Baru Lokal

Beberapa memilih barang thrifting, dikarenakan dapat dikoleksi dan dijual kembali. Ada juga anggapan bahwa barang lokal kualitasnya kurang bagus, jika ada yang kualitasnya bagus tapi harganya mahal. Berbeda dengan barang import bekas yang kualitasnya bagus dan harga miring. Jenis pakaian yang dibeli adalah model blouse dan cardigan karena melihat dari bentuknya yang unik. Barang tersebut jarang dapat ditemui di produk lokal. Model pakaiannya unik, sehingga jarang orang memiliki dalam model yang sama. Pakaian bekas biasanya terdapat merk-merk vintage dan jika dijual kembali harganya akan mahal.

Akantetapi beberapa pelaku yang membeli pakaian import bekas, mengaku juga membeli produk pakaian baru lokal dan ada juga yang lebih suka membeli pakaian baru.

Diskusi

Menurut Chaney gaya hidup adalah didirikan sebagai proyek individu dan kolektif. Melalui transformasi simbolik gambar, objek dan teks, individu secara aktif berkontribusi pada produksi makna budaya baru yang dipahami secara kolektif dan bentuk praktik budaya yang terkait. Chaney membedakan antara cara hidup dan gaya hidup. Bagi Chaney, **cara hidup** biasanya melihat kelebihan atau kekurangan pada komunitas yang dianggap stabil. Ini ditampilkan dalam bentuk seperti norma bersama, ritual, pola tatanan sosial dan mungkin dialek yang khas.

Sedangkan **gaya hidup**, di sisi lain berkonotasi '*proyek kreatif, yang secara tidak langsung menampilkan kompetensi konsumen*' (Chaney 1996: 92, 97). Dalam pengertian ini, gaya hidup dapat dilihat sebagai sarana di mana individu bernegosiasi cara hidup tradisional, menggunakan sumber daya budaya untuk membangun identitas baru baik tingkat individu dan kolektif. Dengan demikian, gaya hidup, seperti yang diamati Chaney, secara inheren kreatif memang, seperti yang coba diilustrasikan oleh sejumlah sosiolog budaya.

Dari definisi gaya hidup oleh Chaney diatas, jika gaya hidup dipandang sebagai proyek kreatif yang secara tidak langsung menunjukkan kompetensi konsumen fenomena *thrifting* menjadi salah satu kasus yang mewakili pernyataan tersebut. *Thrifting* sebagai usaha kreatif bagaimana seorang individu atau kelompok mengkonsumsi sumberdaya budaya berupa simbol-simbol untuk menciptakan dan menunjukkan identitasnya.

Sebelum Chaney, ada tokoh sosiologi bernama Jean Baudrillard yang menjelaskan bagaimana konsumsi symbol hadir pada masyarakat konsumtif. Baudrillard melihat masyarakat kontemporer sebagai masyarakat yang tidak lagi didominasi oleh produksi, namun oleh "media, model sibernetika dan sistem pengendali, komputer, proses informasi, hiburan dan industri pengetahuan". Bergeser dari masyarakat produksi menuju pada masyarakat yang dikontrol oleh kode produksi. Tujuan beralih dari eksploitasi dan laba, ke arah dominasi tanda dan system yang menghasilkan. Yang pada akhirnya pemisahan tanda dan realitas ini mengalami *implosi*.

Menurut Baudrillard, masyarakat postmodern hidup di dunia *simulasi*. Mungkin alasan terpenting dari diciptakannya simulasi adalah mengubah fenomena yang riil menjadi simulasi, karena dengan simulasi dapat dibuat lebih spektakuler dibanding autentik atau aslinya. Sehingga lebih memiliki daya tarik yang besar bagi konsumen. Proses simulasi ini mengarah pada terciptanya *simulacra* atau "reproduksi objek atau peristiwa". Ketika pemisahan antara tanda dengan realitas mengalami implosi, sulit memperkirakan hal-hal yang sifatnya riil, dari hal-hal yang menyimulasikan hal-hal riil tersebut.

Nampak dalam fenomena *thrifting* yang dilakukan oleh anak muda masa kini. Bagaimana media sosial khususnya Instagram ingin dipindahkan pada kehidupan riilnya, dengan jalan mengikuti gaya hidup *fashion* berpakaian yang sedang trend tetapi dengan finansial yang terbatas. Kehidupan selebgram (selebritis Instagram) yang dijadikan *role model* dalam fashion. Dan implosi sebagai kondisi yang merepresentasikan semacam tontonan yang mengarahkan konsumen dan menggiring untuk mengkonsumsi barang. Dalam hal ini pemuda digiring melalui media sosial terkait brand atau merk apa yang memiliki prestise jika dikenakan untuk menunjukkan kelas tertentu melalui simulacra dan hiperealitas yang ditampilkan oleh media. Dalam kondisi tanda, simulacra dan hiperialitas media. Media dituntut untuk memenuhi permintaan akan objek dan dan tontonan yang terus meningkat, yang tujuannya untuk membuat masyarakat semakin konsumtif.

Mengkonsumsi barang yang sifatnya limited juga menunjukkan hal prestisius. Hal ini ditangkap oleh media, banyak produk menawarkan barang limited sehingga terlihat eksklusif dan hanya orang tertentu yang memiliki. Ke-limited-an atau special edition dijadikan alat untuk menciptakan simulacra dan hiperialitas yang membedakan dengan barang yang sifatnya umum. Keeksklusifan ini menjadi salah satu alasan seseorang mengkonsumsi suatu barang, untuk menunjukkan kelas prestisnya dalam istilah Baudrilard disebut sebagai pertukaran simbol.

Kesimpulan

Dalam gaya berpakaian atau *fashion* anak muda mempertimbangkan beberapa hal branded atau merek, keunikan model, keterbatasan barang (limited). Thrifting dilakukan anak muda sebagai jawaban akan kebutuhan berpakaian. Kebutuhan berpakaian bagi anak muda sendiri tidak hanya sebatas menutup badan dan menjaga kesehatan. Tetapi berpakaian sebagai sarana menunjukkan eksistensi dan posisi sosial. Hadirnya simbol-simbol yang dikenakan dalam pakaian menjadi penting, karena dengan simbol menyimpan makna yang menunjukkan status sosial. Symbol di produksi melalui media, sehingga

kemampuan media menciptakan simulacra dan hiperialitas dalam berbusana menggiring masyarakat khususnya anak muda untuk mengkonsumsi suatu barang dalam kasus ini pakaian.

Referensi

- Dewi Fortuna Islamiati dan Putra Pratama Saputra. “*Analisis Fenomena Tren Green Lifestyle Pada Mahasiswa Universitas Bangka Belitung*” (Bandung: Jurnal Studi Inovasi Vol. 1 No. 2. 2021). Hal. 30-38
- George Ritzer & Douglas J Goodman. *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Social Post-modern*. (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004) Hal. 677-678
- Haris Herdiansyah. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2010) Hal. 164
- Jean Baudrillard. *Simulacra and Simulation*. (Amerika: The University of Michigan Press, 1994)
- Ledy Diana. *Perdagangan Pakaian Bekas Impor Mengapa Masih Marak Terjadi?* (Riau: Riau Law Journal Vol. 3 No.2, 2019) Hal. 285-299
- Les Back dkk. *Cultural Sociology An Introduction*. (UK: Cultural Sociology An Introduction, 2012) Hal. 25
- Ni Made Indah Krisna Dewi, Ida Ayu Putu Widiati, I Nyoman Sutama. “*Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor Bagi Konsumen Di Kota Denpasar*” (Bali: Jurnal Interpretasi Hukum Vol. 1 No. 1, 2020) Hal. 216-221
- Pusat Kebijakan Perdagangan Luar Negeri Badan Pengkajian Dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan Kementerian Perdagangan. *Laporan Analisis Impor Pakaian Bekas*, 2015.
- Rivaldi L. Saputro. *Thriftstore Surabaya: Studi Deskriptif Tentang Upaya Mempertahankan Eksistensi Pakaian Bekas Sebagai Budaya Populer di Surabaya*. (Surabaya: AntroUnairdotNet Vol.VII No.3, 2018) Hal. 335-349

Sumber Online:

https://tekno.kompas.com/read/2014/02/19/1623250/Hasil_Survei.Pemakaian.Internet.Remaja.Indonesia?page=all