



THRIFT SHOPPING SEBAGAI GAYA HIDUP MAHASISWA TANJUNGPINANG

Eka Putri Lestari¹, Siti Arieta², Sri Wahyuni³

^{1,2,3}Universitas Maritim Raja Ali Haji

ekaputrilestari696@gmail.com¹, arietsiti@gmail.com², sriwahyu@umrah.ac.id³

Abstract

The phenomenon that is happening now is that female students are competing to show an attractive appearance through thrift shopping. The purpose of this study was to find out Thrift Shopping as a Lifestyle for Tanjungpinang Students and in this study used Chaney's theory (2009:41). The method in this study the authors used a qualitative descriptive research type where in this study used 10 informants with interview and observation data collection techniques. Based on the results of the research, it is known that it is found that the attitude of students buys goods because the prices are much cheaper and the benefits they get are the same as buying new clothes. Students feel lucky because they get goods with well-known brands, students believe that what they wear will be a concern and identity for themselves, therefore some prefer branded items, rather than buying new clothes that are not branded. The conclusion in this study is thrift shopping as a lifestyle for Tanjungpinang students. In this case, students carry out thrifting with the aim of getting clothes with well-known brands besides that clothes with well-known brands are considered to have good quality. Therefore, in doing thrifting, it is clear to get branded and quality clothing, regardless of the main function of clothing is to cover and protect the body.

Keywords: *Exploration, Lifestyle, Thrift Shopping*

Abstrak

Fenomena yang terjadi saat ini adalah mahasiswi berlomba-lomba untuk tampil menarik melalui belanja barang bekas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Thrift Shopping sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Tanjungpinang dan dalam penelitian ini menggunakan teori Chaney (2009:41). Metode dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dimana dalam penelitian ini menggunakan 10 informan dengan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa sikap siswa membeli barang karena harga jauh lebih murah dan keuntungan yang didapat sama dengan membeli baju baru. Siswa merasa beruntung karena mendapatkan barang dengan merek terkenal, siswa percaya bahwa apa yang mereka kenakan akan menjadi perhatian dan identitas bagi diri mereka sendiri, oleh karena itu sebagian lebih memilih barang bermerek, daripada membeli baju baru yang tidak bermerek. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah thrift shopping sebagai gaya hidup mahasiswa Tanjungpinang. Dalam hal ini mahasiswa melakukan penghematan dengan tujuan untuk mendapatkan pakaian dengan merek terkenal selain itu pakaian dengan merek terkenal dianggap memiliki kualitas yang baik. Oleh karena itu, dalam melakukan penghematan sudah jelas untuk mendapatkan pakaian yang bermerk dan berkualitas, terlepas dari fungsi utama pakaian adalah menutupi dan melindungi tubuh.

Kata Kunci: Eksplorasi, Gaya Hidup, Thrift Shopping

PENDAHULUAN

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. (Dhimas, 2020)

Industri *Fashion* selalu menghadirkan tampilan baru yang ragamnya bermacam macam. Mahasiswa berbondong-bondong untuk terlihat modis dengan mengikuti tren *Fashion* sesuai dengan perkembangan yang dihadirkan oleh industri *Fashion*. Sebagian orang akan mencari cara untuk tetap terlihat modis namun dengan modal yang minimal untuk memaksimalkan pencapaian tujuan yang telah mereka tetapkan. Alternatif atau cara yang ditempuh yakni melalui konsumsi pakaian bekas atau *Fashion thrift* yang lebih dikenal dengan istilah *thrift shopping*. (Suarningsih, dkk, 2022)

Kondisi fenomena *thrifting* di Indonesia sedikit berbeda dengan yang terjadi di luar negeri, dimana jika diluar negeri menggunakan barang *thrift* karena meminimalisir sampah yang akan merusak lingkungan namun di Indonesia bukan masalah tersebut yang menjadi penyebab melainkan sebuah gaya hidup masyarakat menengah kebawah yang memilih memakai pakaian bekas impor karena latar belakang perekonomian (Aswadana, 2022).

Untuk memenuhi kebutuhan *Fashion* agar tidak tertinggal dengan mahasiswa lainnya, maka saat ini mahasiswa membeli barang *thrift*, dimana tren ini sangat menarik bagi para penikmat *Fashion*, mereka mampu mendapatkan pakaian yang unik, dengan kualitas bagus, serta mereka bisa mendapatkan pakaian merek dengan harga yang lebih murah. Fakta tersebut yang menjadikan *thrift shopping* dirasa sebagai alternatif konsumsi yang paling tepat dilakukan sehingga kini aktivitas ini menjadi semakin populer.

Tren *thrift shopping* ini bermula dari meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap barang-barang yang tidak terpakai. Dapat dikatakan dalam hal ini, masyarakat telah memahami bahwa baju *thrift* merupakan sumber limbah dunia yang sangat besar. Melalui aktivitas ini, maka baju *thrift* yang seharusnya dibuang oleh pemiliknya, kini dapat digunakan kembali oleh orang lain (Suarningsih, 2020).

Banyaknya orang yang menyadari bahwa untuk mengikuti perkembangan mode terbaru dibutuhkan uang atau modal yang tidak sedikit. Pergantian mode yang relatif cepat dan tidak terduga, membuat beberapa orang yang akhirnya mencari

jalan pintas atau jalan lain untuk memenuhi perkembangan mode yaitu dengan cara melakukan *thrift shopping* ini.

Thrift shopping kini bahkan memasuki media sosial online. Kegiatan jual belinya pun kini sudah merambah dunia maya. Tidak sedikit para penjual-penjual *online* tersebut menjual dengan harga yang jauh lebih mahal dibandingkan harga yang asli. Tetapi memang harga tersebut sesuai dengan kualitas yang didapatkan karena barang sudah dicuci dan dipilih dengan kualitas yang baik oleh penjualnya.

Saat ini, *Fashion* dan busana yang dipakai oleh mahasiswi digunakan untuk menunjukkan nilai sosial atau status seseorang. Keputusan mahasiswa dalam mengkonsumsi suatu barang juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi mahasiswa, yang meliputi usia kehidupan ekonomi, gaya hidup, gengsi, dan konsep diri yang berbeda pada setiap mahasiswa menyebabkan bedanya persepsi akan informasi yang didapat dari media (Astriana, 2015: 4).

Salah satu pemenuhan kebutuhan *Fashion* ini adalah membeli baju bekas dengan merek-merek terkenal. Di Kota Tanjungpinang saat ini beberapa toko *thrift* menjadi incaran mahasiswi baik itu toko *offline* maupun *online* di media sosial, salah satunya adalah instagram. Penggunaan jasa *Onlineshop* saat ini sedikit banyak mampu mengubah pola cara mengkonsumsi mahasiswa, yang pada mulanya mengkonsumsi barang atau jasa adalah suatu kebutuhan yang harus dipenuhi karena berkaitan dengan aktivitas yang sesuai dengan fungsinya namun saat ini berubah atau beralih pada pola untuk membentuk suatu identitas yang didukung oleh objek sekitarnya atau komunitasnya. Para pengguna *Onlineshop* melihat permasalahan seperti adanya rasa kepuasan tersendiri dalam melakukan pembelian barang-barang yang berbagai macam pilihan yang menarik, dan diskon yang menarik, ataupun rasa yang ingin tahu ketika sudah masuk ke dalam jasa *onlineshop* (Randy, 2021). Toko-toko yang menyediakan *thrift* ini menjual baju bekas pakai dengan harga mulai dari 45.000 sampai dengan 70.000. penjualan ini sangat diminati mahasiswi saat ini, karena bagi mereka dengan harga yang murah, para mahasiswi tetap tidak ketinggalan *trend Fashion*. Berdasarkan penelitian Mitha (Panjaitan, 2018) dijelaskan bahwa fenomena yang terjadi saat ini mahasiswi berlomba untuk memperlihatkan penampilan yang menarik melalui *thrift shopping*. Bagi mahasiswi yang melakukan *thrifting*, pakaian bekas dapat memberikan nilai guna ekonomis untuk mereka yang memerlukan pakaian guna kebutuhan sehari-hari seperti untuk

kuliah dan sekedar berkumpul bersama teman-temannya tanpa mengeluarkan uang lebih untuk membeli pakaian baru yang tentunya lebih mahal

STUDI LITERATUR

Gaya Hidup

Chaney (2009:41) mencerminkan gaya hidup dan juga kelas sosial tertentu. Ketika busana memasuki dunia *Fashion* akan membuat ketertarikan lebih pada masyarakat. Gaya hidup yang seperti itu pada akhirnya akan menandakan karakteristik pada identitas sosial.

Gaya hidup merupakan sebuah identitas seseorang maupun kelompok, di mana hal tersebut mampu memberikan perbedaan pada status sosial, gaya hidup bukan hanya representasi dari individual dalam hal pencarian identitas, akan tetapi hal tersebut semacam karakteristik pendefinisi akan sebuah modernita. Pengaruh dunia modern berasal dari luar negeri menjadikan fenomena muncul dalam kalangan masyarakat khususnya pada wanita muslimah.

Tidak hanya hal tersebut dalam sosial pun berpengaruh, karena bagaimana interaksi terjadi yang pada akhirnya akan menimbulkan dampak bagi orang lain. Dengan media sosial yang berkembang pesat, masyarakat mampu mengakses dunia mode serta bagaimana perkembangan gaya pada dunia. Gaya hidup lebih condong bersifat modis, dimana perkembangan dan penyebarannya bukan hanya melalui media sosial, media cetak dan sebagainya, namun juga melalui komunikasi massa yang tidak mementingkan akan stratifikasi sosial.

Chaney (2009:92) mengatakan bahwa: "Gaya hidup selanjutnya merupakan cara-cara terpola dalam menginvestasikan aspek-aspek tertentu kehidupan sehari-hari dengan nilai sosial atau simbolik; tapi ini juga berarti bahwa gaya hidup adalah cara bermain dengan identitas." Atau dengan kata lain: "Gaya hidup adalah suatu cara terpola dalam pergaulan, pemahaman, atau penghargaan artefak-artefak budaya material untuk mengasosiasikan permainan kriteria status dalam konteks yang tidak diketahui namanya

Dalam teorinya David Chaney menjelaskan bahwa bagaimana gaya hidup bisa memperlihatkan pada sikap, nilai moral, kekayaan dan status sosial. Hal tersebut saling berkaitan mengingat dalam era modern status sosial dan identitas diri seseorang menjadi penting, di mana hal tersebut memperlihatkan akan gaya hidupnya. Tidak di pungkiri apa yang menjadi kebiasaan seseorang dalam pola

kehidupannya menjadikan hal tersebut sebagai sebuah keharusan. Misalnya pada kalangan kelas menengah ke atas pola kehidupannya penuh dengan nuansa glamour, apa saja yang dipakai atau barang apa saja yang digunakan selalu mempunyai nilai jual yang tinggi. Di mulai dari pakaian, celana, sepatu, tas serta aksesoris yang digunakan merupakan *Fashion* terbaru, modis serta lagi di sukai oleh masyarakat.

Tidak hanya barang yang bermerek dan keluaran terbaru, akan tetapi hal tersebut juga memperlihatkan kelas sosial. Kegandrungan kelas menengah atas pada gaya hidup yang mewah serta *Fashion* terbaru, dengan begitu tidak terlepas dari banyaknya pusat perbelanjaan bermunculan yang menyediakan produk barang dari dalam maupun luar negeri. Banyaknya majalah *Fashion*, kecantikan serta buku tentang tips untuk memakai pakaian yang tidak terlihat kuno dan norak.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Kualitatif merupakan data yang berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka (Moleong, 2011: 11). Penelitian kualitatif yang hasilnya dideskripsikan berdasarkan pada tujuan penelitian. Dalam penelitian ini menggambarkan fenomena yang terjadi berkaitan dengan *thrift shopping*. Analisis data yang digunakan untuk menganalisa data-data yang didapat dari penelitian ini adalah analisis kualitatif. Menurut Moleong (2011:6) adalah data dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Pada suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Sedangkan kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena, tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik

Dalam penelitian ini dilakukan wawancara, observasi, dokumentasi., Dalam penelitian ini, observasi yang dilakukan dengan mengamati secara langsung tentang *thrift shopping* sebagai pilihan bagi mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan *Fashion*, kemudian dalam penelitian ini di observasi sikap mahasiswa dalam menggunakan *thrift shopping* dimana melihat aktivitas pemilihan dan pembelian terhadap *thrift shop* terjadi karena adanya minat atau ketertarikan seseorang terhadap pakaian bekas, ketertarikan seseorang terhadap pakaian bekas muncul karena di dorong oleh banyaknya faktor terutama faktor internal maupun eksternal untuk observasi melihat

sikap mahasiswa adalah melihat dimana mereka membeli, aktivitas mereka, cara mereka membeli dan memilih barang *thrift*.

Penelitian ini dilakukan dengan mengunjungi mahasiswa. Dalam penelitian ini dimana peneliti melakukan wawancara terhadap objek yang telah ditentukan sebelumnya dan memberi pertanyaan terhadap subjek yang akan diteliti. Dalam melakukan wawancara peneliti menyiapkan instrument pedoman wawancara, adapun alat pendukung yang digunakan peneliti yaitu alat tulis dan alat perekam. Menurut Sugiyono (2017:124) adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah, jalur distribusi *thrift shopping*, kemudian seberapa sering pakaian bekas itu masuk ke Tanjungpinang.

PEMBAHASAN

A. Pemahaman mahasiswa tentang gaya *Fashion*

Sikap menunjukkan penilaian, perasaan, serta tindakan terhadap suatu objek. Sikap yang berbeda-beda terjadi karena adanya pemahaman, pengalaman, dan pertimbangan yang sudah pernah dialami seseorang dalam suatu objek. Tindakan memilih barang *thrift*. Pakaian bekas atau *thrift* mulai diminati oleh sebagian mahasiswa khususnya mahasiswa yang ada di kota Tanjungpinang. Hal ini tentu saja erat kaitannya dengan gaya hidup modern yang selalu mengejar prestige.

Membeli barang bekas adalah *trend* yang semakin digemari. Bila dilihat dari motivasi membeli barang bekas tentu saja karena harganya yang terjangkau. Selain itu juga karena modelnya yang menurut sebagian orang unik atau masih terlihat masih bagus. Hal tersebut kemudian yang menjadi munculnya toko dan pasar yang menjual barang *thrift* yang semakin digemari oleh kaum mahasiswa. Wawancara dilakukan kepada Dayang Nurjanah, berikut petikan wawancara yang di dapatkan :

“kalau saya memang berusaha untuk tidak ketinggalan masalah Fashion, saya memahami apa yang saat ini sedang banyak di bicarakan banyak orang sekarang senang pakai merek, saya memilih barang thrift ini karena lebih murah, harga jauh dari yang baru, kualitas sama, kemudian kalau bisa pandai milih bisa dapat baju-baju bagus, kondisinya juga bagus, saya mendapatkan barang ini dari online, awalnya lihat teman pakai, kemudian saya mencari di instagram, ada juga yang toko offlinenya, kalau saya berpendapat dan menilai thrift ini sangat bagus, karena kita bisa merasakan juga merasakan baju bagus dengan merek yang bagus, saya biasanya beli baju aja, biasanya saya benar-benar minta detail foto, kalau langsung datang biasanya saya lihat pelanpelan. Untuik mengikuti Fashion agar tidak terkesan ketinggalan zaman tentu saja perlu modal, merek-merek ternama banyak

beredar di pasaran, khususnya media sosial, saya banyak juga mencari refrensi dan melihat berita terkini mengenai Fashion di Instagram, namun kalau dilihat memang baju saja harganya cukup mahal. Maka dari itu Ketika ada fenomena thrift langsung banyak diminati karena untuk mahasiswa Fashion adalah hal penting karena setiap hari harus berpakaian rapi, namun kita juga harus menyesuaikan kemampuan dan thrift adalah salah satu solusinya”

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa mahasiswa sangat memahami tentang gaya *Fashion* terbaru, sikap mahasiswa membeli barang karena harga jauh lebih murah dan keuntungan yang mereka dapatkan juga sama dengan membeli baju baru. Gaya hidup generasi milenial saat ini dapat dilihat dari cara mereka mengikuti *trend* perkembangan. Kini *trend Fashion* telah menyusup ke mahasiswa. Mereka melakukan kegiatan *thrifting* sebagai sebuah gaya hidup. Menurut Chaney (2003) gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang yang lainnya. Lebih lanjut Chaney menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan seperangkat praktik dan sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu.

Berdasarkan hasil wawancara maka diketahui bahwa Makna *thrifting* yang dikatakan informan memiliki kesamaan serta bermacam-macam. Umumnya makna tersebut dapat dipengaruhi oleh adanya interaksi yang mereka jalani dengan area sekitarnya, dan pengalaman di masa kemudian serta konteks tertentu. makna pula dapat hadapi proses modifikasi sejauh pengalaman mereka dikala melaksanakan *thrifting*, sehingga arti yang diungkapkan juga berbeda-beda. Informan yang merasa bahwa *thrifting* sudah menjadi passion. Selain itu, *thrifting* telah menjadi sebuah kebiasaan hingga gaya hidup baru dalam beberlanja. Informan yang menganggap bahwa *thrifting* sudah menjadi identitas dalam berpakaian memaknai *thrifting* menjadi identitas diri. Adapun hasil wawancara terkait makna *thrifting* itu sendiri bagi kalangan mahasiswa di Kota Tanjungpinang mengungkapkan makna *thrifting* sudah menjadi passion untuk dirinya.

B. Nilai Mahasiswa dalam memilih Thrift Shopping Sebagai Gaya Hidup

Perubahan-perubahan *Fashion* yang cepat ini membuat banyak sekali mode dalam berpakaian dan kini muncul fenomena dalam industri *Fashion* adalah pakaian dengan nuansa lawas (*Vintage*), namun untuk mendapatkan pakaian bernuansa lawas tersebut hanya bisa didapatkan di toko yang menjual pakaian bekas atau yang saat ini sering di sebut dengan pakaian *thrifting*. Nilai ialah suatu gagasan yang dimiliki seseorang maupun kelompok mengenai apa yang layak, apa yang

dikehendaki, serta apa yang baik dan buruk. Penilaian terhadap barang *thrift*. wawancara dilakukan kepada Amel, berikut petikan wawancara yang di dapatkan:

“Saya selalu mencari tahu di tentang Fashion di Instagram, kemudian menilai yang mana yang cocok ke saya yang mana tidak cocok, baju atau cara berpakaian adalah mencerminkan diri kita, maka saya sendiri tidak mau sembarangan pakai baju karena dari cara berpakaian orang memandang kita, makad ari itu bagi saya barang thrift ini bagus dan dipakai juga bagus, hemat serta katanya memang untuk mengurangi sampah, bisa di gunakan kembali, dan barang ini layak digunakan, tergantung kita memilihnya, tapi sepengetahuan saya tidak ada barang yang koyak atau jelek yang di jual, paling Cuma minus pemakaian saja”.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa Para informan memiliki pandangan yang berbeda-beda dalam melakukan *thrifting*. Perbedaan pemaknaan tersebut didasarkan oleh pengalaman yang berda-beda dalam melakukan aktivitas *thrifting*. Seperti *thrifting* dimaknai sebagai sebuah passion, *thrifting* sebagai sebuah gaya hidup dalam berbelanja, hingga *thifting* dimaknai sebagai sebuah habit baru yang dapat menghasilkan uang. Sehingga adanya pengaruh pengalaman dalam aktivitas *thrifting* sangat mempengaruhi pemaknaan seseorang terhadap *thrifting* yang dilakukan. Hal itu, memperlihatkan adanya alasan dan tujuan mahasiswa melakukan *thrifting*. Di antaranya alasan lingkungan pertemanan, alasan lingkungan keluarga, alasan hobi, alasan ekonomi, dan alasan pengalaman belanja baru.

C. Status Ekonomi Mahasiswa menjadi alasan memilih *Thrift Shopping*

Produk *thrift* pun sering ditemui yang memiliki identifikasi barang tidak asli/kw. Untuk mengantisipasi tertipu membeli barang kw dalam konteks *Fashion* individu, kebanyakan orang-orang yang membeli barang *thrifting* alasannya tidak ingin barang yang ia pakai sama dengan kebanyakan orang lain. Hal ini bergantung pada rasa persaingan dalam bidang *Fashion* masing-masing orang secara tidak langsung.

Wawancara dilakukan kepada Dayang Nurjanah, berikut petikan wawancara yang di dapatkan :

“harga yang biasanya saya keluarga 20 sampai 50 ribu saja, diatas itu saya tak mau beli, karena kalau mahal bagus beli baju baru, malah kadang ada yang 15 ribu, membeli barang ini untuk, pilih yang bagus, maka untung, baju bisa di pakai lama, merek bagus, tapi harganya murah, ya saya punya patokan harga di atas 50 ribu saya tidak akan beli”.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa mahasiswa percaya bahwa apa yang di pakainya akan menjadi perhatian dan identitas dirinya, maka dari itu sebagian lebih memilih barang bermerek, dari pada membeli baju baru yang tidak

bermerek, Dengan harga yang terjangkau para penggemar baju preloved dan thrift kemungkinan bisa mendapatkan pakaian bermerek dari brand-brand ternama.

D. Lingkungan Sosial Mahasiswa Dalam mendorong membeli *Thrift Shopping*

Mode atau gaya busana dibuat untuk diterima dan dapat diikuti masyarakat luas di tempat tertentu. Pada pakaian *thrifting* yang dijual di pasar maupun secara online memiliki karakteristik yang berbeda di setiap pakaiannya, bahkan dalam suatu toko belum tentu terdapat pakaian yang memiliki corak yang sama, warna yang sama atau bentuk pakaian yang sama. Hal ini lah yang menjadi salah satu latar belakang mahasiswa melakukan *thrifting* bertujuan untuk mendapatkan pakaian yang berbeda dengan orang lain. Tempat atau posisi seseorang dalam suatu kelompok sosial, sehubungan dengan kelompok-kelompok lain di dalam kelompok yang lebih besar lagi, indikatornya adalah Alasan menggunakan barang thrift. Wawancara dilakukan kepada Dayang Nurjanah. Berikut petikan wawancara yang di dapatkan :

“Saya menggunakan beberapa media sosial untuk mencari info, berita dan lain sebagainya, teman-teman saya banyak yang menggunakan Instagram, jadi setidaknya bisa bertukar cerita, melihat informasi bahkan untuk berbelanja, saya juga begitu, saya senang melihat produk dari media khususnya Instagram. Di Instagram sendiri banyak penjual thrift, tinggal pilih yang mana yang cocok, beberapa pengusaha menggunakan Instagram”.

Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa mahasiswa dalam menghadapi suatu *trend* pakaian yang kerap kali mendapatkan pakaian yang sama di suatu tempat dengan orang lain maka pilihan melakukan *thrifting* dapat menjadi alasan. Bagi sebagian orang menggunakan pakaian yang sama dengan orang lain atau orang yang tidak dikenal merupakan hal yang sedikit canggung dan memalukan. Oleh karena itu *thrifting* dijadikan pilihan karena pakaian yang dijual acak dan sedikit kemungkinan untuk menggunakan pakaian yang sama dengan orang lain.

Para informan memiliki pola pikir dan cara pandang tersendiri untuk memahami *trend Fashion* thrift. Dari keseluruhan informan, beberapa diantaranya memandang *Fashion thrift* dari segi ekonomis dan kualitas pakaiannya. *Fashion thrift* dinilai dapat menjadi pilihan utama bagi remaja untuk terlihat *Fashionable* namun tetap berhemat. Informan menganggap *Fashion thrift* sebagai alternatif untuk mengeksplorasi penampilannya agar tetap *Fashionable* dan tidak ketinggalan zaman. Sehingga, *Fashion thrift* direkomendasikan sebagai fenomena yang patut

untuk diikuti oleh para remaja, mengingat eksistensi remaja yang kerap kali dinilai dari cara berpakaianya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan *Thrift Shopping* Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Tanjungpinang ditemukan bahwa sikap mahasiswa membeli barang karena harga jauh lebih murah dan keuntungan yang mereka dapatkan juga sama dengan membeli baju baru. Mahasiswa yang merasa bahwa *thrifting* sudah menjadi passion. Selain itu, *thrifting* telah menjadi sebuah kebiasaan hingga gaya hidup baru dalam beberlanja. Mahasiswa yang menganggap bahwa *thrifting* sudah menjadi identitas dalam berpakaian memaknai *thrifting* menjadi identitas diri.

Mahasiswa menilai membeli barang *thrift* jauh lebih hemat dan kualitas yang di dapatkan juga tidak berbeda, Kualitas merupakan karakteristik atau sifat suatu produk yang dapat memberi kepuasan terhadap pembelinya. Tidak hanya dilihat dari bahan terdapat pula barang *thrifting* yang memiliki merek terkenal namun dijual dengan harga yang terjangkau. Mahasiswa merasa beruntung jika saat melakukan *thrifting* mendapatkan barang dengan merek terkenal, disamping mendapatkan merek yang terkenal bahan yang didapatkan pun memiliki kualitas yang baik. Dalam hal ini mahasiswa melakukan *thrifting* bertujuan mendapatkan pakaian dengan merek terkenal selain itu pakaian dengan merek terkenal dianggap memiliki kualitas yang baik. Maka dari itu dalam melakukan *thrifting* sudah jelas untuk mendapatkan pakaian bermerek dan berkualitas tidak melihat dari fungsi utama dari pakaian adalah untuk menutupi dan melindungi tubuh..

REFERENSI

- Astriana, S. (2015). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Sosiologi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji*. Tanjungpinang.
- Dhimas, dkk. (2020). *Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu*. JURNAL KAGANGA, VOL.4 NO. 2, AGUSTUS 2020
- Chaney, D. (2009). *Life Style, Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra
- Dwiyantoro, & Sugeng (2014). *Fenomenologi gaya hidup mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas*. Jurnal Ilmu Sosial, 4 (2),. 342-361.
- Gulfira. (2006). *The Art of Thrifting*, Yogyakarta : PT Bentang Pustaka



- Islamiati, D.F (2021) *Analisis Fenomena Tren Green Lifestyle Pada Mahasiswa Universitas Bangka Belitung*. Vol 1 No 2 (2021): Jurnal Studi Inovasi
- Philip, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1, edisi. Ketiga Belas*, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lilis A. (2020). *Fenomena Thrift Shopping Fashion Sebagai Gaya Hidup Di Kalangan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa di Kota Malang)*. Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
- Listyorini, S, (2012), "Analisis Faktor-faktor Gaya Hidup dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Rumah Sehat Sederhana", Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 1, No. 1, Universitas Brawijaya, Malang.
- Padri. P.P. (2017). *Perubahan Gaya Hidup Mahasiswi Perantau Di Kota Tanjungpinang (studi pada mahasiswi perantau kabupaten kepulauan anambas yang kuliah di kota tanjungpinang)*. Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang
- Paul & Jerry (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen. 2nd. ed. 4* Jakarta: .Penerbit Erlangga.
- Paul & Jerry. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran. Edisi 9*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Moleong (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung : Rosdakarya*
- Mowen, dan Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Ritzer,G. (2011). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, jakrta. :Rajawali Pers
- Rismiati dan Bondan (2001). *Pemasaran Barang dan Jasa*, Kanisius. Yogyakarta
- Rivaldi L. S (2018) *Thriftstore Surabaya (Studi Deskriptif Tentang Upaya Mempertahankan Eksistensi Pakaian Bekas Sebagai Budaya Populer di Surabaya)*. Skripsi thesis, Universitas Airlangga.
- Sabran. B. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke Tigabelas*, Terjemahan. Jakarta. Erlangga.
- Saputro, R.L. 2018. *Thriftstore Surabaya (Studi Deskriptif Tentang Upaya Mempertahankan Eksistensi Pakaian Bekas Sebagai Budaya Populer di Surabaya)*.Vol.VII/No.3/Oktober
- Silvy L.M. (2009). *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan. Pembelian Konsumen*. Vol. 6. No. 1.
- Suarningsih, dkk *Thrift Shopping Sebagai Alternatif Konsumsi Fashion Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Udayana*. Jurnal ilmiah sosiologi: soroT, [S.I.], v. 1, n. 02, mar. 2022



- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Edisi 2*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suntoyo, D.(2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sunarto. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. Handphone Xiommi Redmi 3S. Vol. 5 No.1.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Virgina (2020) *Fenomena thrifting sebagai budaya populer masyarakat pasar pagi Tugu Pahlawan kota Surabaya*. Universitas Islam Negri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Sosial Program Studi Sosiologi
- Wirawan. (2012). *Evaluasi Teori, Model, Standar, Aplikasi dan Profesi*. Jakarta: Rajawali Pers. Yuyun.