

# KONTRUKSI SOSIAL IDENTITAS REMAJA DALAM KOMUNITAS JATIMTHRIFT

<sup>1</sup> Muhammad Misbakh Firmansyah, <sup>2</sup>Jupriono, <sup>3</sup>Amalia Nurul Muthmainnah  
<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[Firmansyahmisbah@gmail.com](mailto:Firmansyahmisbah@gmail.com)

## **Abstract**

*Fashion thrift, the practice of buying used clothes for less than new clothes, has become an increasingly popular trend in recent years. This is due to the increasing cost of new clothing and increasing concern about the environmental impact of the production of new items. The social identity of adolescents, as individuals who are in transition to adulthood, is important in the context of the JatimThrift community. This study uses a descriptive qualitative approach based on James Spradley's theory, which is known as ethnographic qualitative research. The social identity of adolescents in the East Java community is reflected in the fashion thrift practices they choose. Through the used clothes they buy, these teenagers actively create and construct their identity. The social construction of adolescent identity in the JatimThrift community can be understood through their interactions with fellow community members, their perceptions of used clothing, and the values they place on Fashion Thrift practices. This identity not only influences how adolescents see themselves, but also how they interact with society at large. Through this research, it is hoped that it can be understood how teenagers in the JatimThrift community construct their social identity through the practice of Fashion Thrift. This research can also provide insight into the role of identity construction in shaping social relationships and adolescents' attachment to their communities.*

**Keywords:** *Social construction, youth identity, Fashion Thrift, community.*

## **Abstrak**

Fashion Thrift, yaitu praktik membeli pakaian bekas dengan harga lebih murah daripada pakaian baru, telah menjadi tren yang semakin populer dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini disebabkan oleh peningkatan biaya pakaian baru dan kepedulian yang semakin meningkat terhadap dampak lingkungan dari produksi barang-barang baru. Identitas sosial remaja, sebagai individu yang sedang dalam masa transisi menuju dewasa, menjadi penting dalam konteks komunitas JatimThrift. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif berdasarkan teori James Spradley, yang dikenal sebagai penelitian kualitatif etnografi. Identitas sosial remaja dalam komunitas JatimThrift tercermin dalam praktik Fashion Thrift yang mereka pilih. Melalui pakaian bekas yang mereka beli, remaja ini secara aktif menciptakan dan menyusun identitas mereka. Kontruksi sosial identitas remaja dalam komunitas JatimThrift dapat dipahami melalui interaksi mereka dengan sesama anggota komunitas, persepsi mereka terhadap pakaian bekas, dan nilai-nilai yang mereka letakkan pada praktik Fashion Thrift. Identitas ini tidak hanya mempengaruhi cara remaja memandang diri mereka sendiri, tetapi juga cara mereka berinteraksi dengan masyarakat luas. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dipahami bagaimana remaja dalam komunitas JatimThrift mengkonstruksi identitas sosial mereka melalui praktik Fashion Thrift. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan tentang peran kontruksi identitas dalam membentuk hubungan sosial dan keterikatan remaja terhadap komunitas mereka.

**Kata kunci:** Konstruksi sosial, identitas remaja, Fashion Thrift, komunitas.

## Pendahuluan

Diketahui ada Banyak sekali macam jenis Dari industri kreatif seperti industri musik, industri perfilman, dan industri kreatif lainnya yang berkembang seiring dengan berjalannya waktu dan kemajuan zaman, Tentunya seperti yang kita ketahui bersama, industri fashion selalu berkembang, berubah mengikuti perkembangan zaman dan trend, selalu menarik perhatian para fashionista yang biasa dikenal dengan sebutan “fashionista”. Kata “fashion” sendiri berasal dari bahasa Inggris yang berarti “*fashion*”, “*style*”, “*variety*”, atau dapat disimpulkan bahwa fashion adalah gaya berpakaian yang dirancang untuk menunjang penampilan orang yang menggunakannya setiap hari (GHEA, 2022) baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam peristiwa-peristiwa tertentu. Thomas Carlyle percaya bahwa pakaian adalah simbol atau tanda jiwa. Busana merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dalam sejarah kehidupan manusia dan perkembangan kebudayaan. Dengan kata lain, fashion didefinisikan sebagai kulit sosial yang berisi informasi tentang kehidupan individu dan kelompok yang menjadi bagian dari budaya suatu masyarakat. (Dewi, 2018)

Fashion *Thrift* adalah praktik membeli pakaian bekas dengan harga lebih murah daripada pakaian baru. Tren ini telah meningkat popularitasnya dalam beberapa tahun terakhir karena biaya pakaian telah meningkat dan dampak lingkungan dari pembuatan barang-barang baru telah menjadi lebih banyak dibahas. Orang-orang yang mempraktikkan fashion *Thrift* sering menikmati tantangan untuk menemukan potongan-potongan unik dan kepuasan memberikan kehidupan baru pada pakaian yang dibuang. Fenomena *Thrift* sendiri menjadi sebuah gaya hidup yang marak dipopulerkan oleh anak muda urban. Gaya hidup ini menjadi gaya hidup “kekinian” di kalangan anak muda, (Ghilmansyah et al., 2022) Fashion *Thrift* telah eksis sebagai toko online maupun offline yang menjual barang-barang fashion seperti pakaian, aksesoris, dan sepatu second-hand. Toko-toko tersebut telah berkembang di berbagai kota di Indonesia Sidoarjo contohnya. Sidoarjo sendiri sudah lama digandrungi komunitas *Thrift* namun tidak *sehype* di Surabaya dan Malang. (Saputro, 2018)

Penelitian ini akan difokuskan pada kontruksi sosial yang terjadi di komunitas JatimThrift, karena peneliti ingin mengkaji tentang kontruksi sosial komunitas jadi terdapat beberapa penelitian yang serupa sebagai rujukan peneliti, yaitu dari Ghilmansya Riski, Siti Nursanti dan Wahyu Utamidewi dari Universitas Singaperbangsa Karawang dengan judul “FENOMENA *THRIFTING* SEBAGAI GAYA HIDUP MILENIAL BOGOR “, Dhimas Abdillah Syarafa, Lisa Adhrianti, Eka Vuspa Sari dari Universitas Bengkulu dengan judul “Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu“, Sri Budi Lestari yang dimana beliau staf Universitas Diponegoro dengan judul penelitian “Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa, Netty Lisdiantini, Subiyantoro, dan Yosi Afandi dari Politeknik Negeri Madiun dengan judul penelitian “PERANAN FASHION DAN PAKAIAN SEBAGAI KOMUNIKASI IDENTITAS SOSIAL “.

Dari penelitian terdahulu tersebut, terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitiannya. Persamaan dapat dilihat dari pemilihan tema yang berfokus pada konstruksi sosial. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi khalayak dan menghadirkan kebaruan dari penelitian-penelitian terdahulu.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dari James Spradley menurut (bungin, 2015) atau lebih dikenal sebagai penelitian kualitatif etnografi adalah studi kualitatif terhadap diri individu atau sekelompok dengan tujuan mendeskripsikan karakteristik kultural lebih mendalam secara sistematis dalam ruang dan waktu mereka sendiri. Metodologi kualitatif didefinisikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh) seperti halnya anggota komunitas *JatimThrift*. (Sugiyono, 2016)

Dengan penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang memahami fenomena-fenomena yang hasil penelitian tersebut kemudian dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2017). Sedangkan penulisan penelitian ini bersifat deskriptif, dimana deskriptif diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subyek atau obyek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada (Nawawi, 2007). Peneliti yang berjudul "Konstruksi Identitas Sosial Remaja dalam Komunitas *JatimThrift*" menggunakan metode kualitatif deskriptif karena peneliti ingin mendeskripsikan faktor remaja yang tergabung dalam komunitas dan bagaimana identitas yang dimunculkan pada remaja tersebut secara ilmiah dengan kata-kata deskriptif dan mudah dipahami. Yang dimana disini berfokus kepada konstruksi sosial identitas budaya komunitas *JatimThrift*.

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu komponen terpenting dalam melaksanakan suatu penelitian. Tujuan utama dalam teknik pengumpulan data adalah untuk mendapatkan data yang diinginkan. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi:

1. **Observasi (pengamatan)**
2. **Wawancara**
3. **Dokumentasi**

Dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi dapat dilakukan juga teknik analisis data dengan metode model Spradley yaitu analisis domain. Analisis domain pada umumnya dilakukan untuk memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh tentang situasi sosial yang diteliti atau objek penelitian, analisis taksonomi analisis taksonomi yang dimana melakukan analisis domain, maka ditemukan domain-domain atau kategori dari situasi sosial tertentu, selanjutnya domain yang dipilih oleh peneliti dan selanjutnya dipilih sebagai fokus penelitian dan lalu komponensial dan menjadikan klasifikasi data agar bisa menarik kesimpulan dari ketiga teknik analisis Spradley. (Littlejohn & Foss, 2017)

## **Hasil dan Pembahasan**

Proses konstruksi yang terjadi didalam komunitas *JatimThrift* tidak terjadi begitu saja karena komunitas ini bisa dibilang komunitas yang baru dibangun. Namun ada beberapa hal yang dilakukan agar ada pembeda antara komunitas *JatimThrift* dalam pengaruh anggotanya dengan komunitas lain seperti halnya membangun sebuah keluarga. Komunitas menerapkan beberapa hal yang dapat dilakukan oleh anggotanya seperti kegiatan, *event* dan juga kumpul. Dengan harapan agar anggotanya bisa menjalin hubungan yang positif. Anggota terbagi menjadi 50% golongan tua dan 50% golongan muda (Remaja) dari 150 lebih anggota terdapat juga anggota wanita. Beberapa dari remaja yang masuk dalam komunitas sudah paham akan *Thrift* namun belum bisa belajar akan relasi dan sebagainya. Maka dari itu

dengan adanya komunitas ini anggota yang masih remaja bisa belajar akan hal yang belum mereka pelajari dan bisa dipraktikkan untuk kedepannya.

“banyak kok yang masih sma tapi punya semangat yang tinggi, bisa dibilang masih berapi-api. Itu kita bimbing untuk menjadi seller yang baik dengan belajar harga, relasi, dan banyak lagi. Juga bisa dibilang mereka sangat termotivasi karena yang sebelumnya tidak berani ngomong didepan umum menyuarakan suaranya jadi berani. Juga yang awalnya tidak bisa berorganisasi sekarang jadi bisa. Maka dari itu kami mengadakan *familygathering* dan juga kobdar supaya masih ada kebersamaan antar anggota. Terkadang juga saat acara event Jfest yang diadakan setiap taun, kami selalu mencoba untuk meroliing kepanitian agar apa? Agar semua anggota termasuk yang remaja bisa belajar yang Namanya menghandle sebuah *Event/Eo*. Itu ilmu yang sangat mahal mas“(Informan 1, wawancara, 2 Juni 2023)

Dari sana mulai ada konstruksi yang terjadi dalam komunitas dengan adanya indikator seperti faktor lingkungan, faktor sosial media dan juga faktor budaya *Thrifting* itu sendiri. Peneliti akan membahas secara menyeluruh mengenai proses konstruksi sosial yang terjadi di komunitas *JatimThrift*.

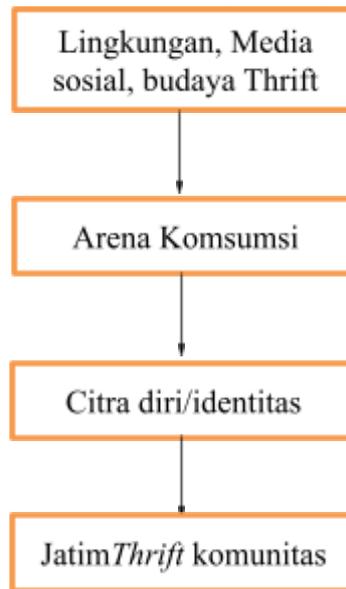
### **1. *Thrift* sebagai arena konsumsi Remaja yang berfokus pada faktor Lingkungan**

Remaja dalam kehidupan masyarakat Sidoarjo (Jawa Timur) tidak dapat lepas adanya budaya konsumen fashion yang mana sekarang Dengan adanya *Thrifting*. Urusan Hal ini karena fashion adalah Penampilan dan gaya hidup remaja sehari-hari. Fashion bisa menjadi pajangan kecil tentang diri Anda satu orang ke orang lain dan satu gaya berpakaian atau pakaian adalah bahan penilaian awal seseorang. Berdasarkan Perkembangan zaman tidak hanya fashion Tentang pakaian dan aksesoris Aneka perhiasan seperti kalung dan gelang, Tetapi objek fungsi lainnya adalah Dapat dikombinasikan dengan elemen desain Canggih dan unik, alat yang ampuh dapat menampilkan dan mendongkrak Penampilan pemakainya (Hendariningrum & Susilo 2008).

Style menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi anggota komunitas *JatimThrift* dalam menggunakan barang *Thrift*. Style para anggota komunitas terbentuk karena adanya pola pergaulan antar anggota yang menjadikan style *Thrift* menjadi fashion trend, Seiring dengan perkembangan zaman, secara otomatis membawa perubahan juga kearah fashion seseorang. Semakin banyak desainer mengambil setiap kesempatan untuk meluncurkan tema varian fashion mereka untuk membuat orang tertarik untuk mengikutinya. Fashion menawarkan berbagai model dan bahan untuk membangun identitas. Juga tentang komunitas *JatimThrift* yang menghadirkan fashion scene mereka sebagai modal sosial dalam kehidupan masyarakat. Anggota komunitas mampu membentuk diri mereka menjadi budaya yang menampilkan fashion mereka. Setiap anggota *JatimThrift* pasti memiliki pemahaman tentang fashion. Dalam hal dimana anggota masyarakat memahami hal tersebut dapat dijadikan sebagai modal sosial bagi masyarakat untuk dapat bertahan dan mempertahankan identitas yang mereka miliki. Masyarakat dapat membangun citra diri terhadap budaya fashion yang dimilikinya (Budi et al., 2014)

Sama halnya dengan komunitas *JatimThrift* yang memiliki anggota dengan menjadikan *Thrift* sebagai identitas yang ditampilkan dalam kehidupan sehari-hari. Namun *Thrift* yang ada pada komunitas ini mampu menggeser perspektif kebutuhan biasa menjadi fashion sebagai wadah konsumsi *style* dan modal sosial dalam komunitas *JatimThrift* terhadap brand-brand *Thrift* lokal maupun luar. Hal ini dapat dianalisa dengan adanya konstruksi yang di bangun oleh parah anggota *JatimThrift*.

(sumber buatan peneliti)



Dari skema di atas terlihat bahwa anggota *JatimThrift* memiliki tahapan konsumsi. Pertama, tahap konsumsi ini menceritakan bagaimana *Style* mengharuskan anggotanya untuk menggunakan *Thrift*. barang *Thrift* tidak hanya dikonsumsi untuk apa yang digunakan, tetapi barang *Thrift* memiliki beberapa merek populer dan klasik di masyarakat. Kedua, konsumsi fashion dijadikan sebagai basis eksistensi anggota masyarakat. Mode penggunaan busana hemat dalam kehidupan sehari-hari dapat menunjukkan bahwa komunitas itu ada dalam masyarakat. Pada akhirnya, gaya dalam interaksi anggota dan fashion yang menjadi modal sosial anggota menjadi tahapan yang harus dikonsumsi oleh anggota *JatimThrift*. *Style* dan *Fashionable* kemudian menjadi citra diri yang ingin kami bangun, komunitas *JatimThrift* memiliki identitas dengan memiliki *Thrift* dan juga baju khas *JatimThrift*. Dan juga adanya symbol J (yang artinya *JatimThrift*) sebagai pembeda dengan anggota kelompok komunitas lain. (wardani, 2018)

## 2. Kontruksi identitas pada komunitas *JatimThrift*

Pemahaman tentang brand *Thrift* sebagai identitas komunitas *JatimThrift* adalah keberhasilan kontruksi identitas komunitas. Proses yang mendukung keberhasilan kontruksi identitas kelompok tersebut terdiri dari pelebagaan dan internalisasi. Proses pelebagaan ditandai dengan adanya tindakan manusia akan mengalami proses pembiasaan. Tindakan yang akan menjadi kebiasaan manusia, pada akhirnya pelaku akan memahami sebagai pola yang dimaksudkan. (Aimie Sulaiman, 2017)

Perilaku manusia dalam proses yang dilembagakan ini akan dilegitimasi. Fungsi dari legitimasi ini adalah untuk membuat perilaku manusia yang dilembagakan tersedia secara objektif dan bermakna secara subjektif. Proses pelebagaan pembentukan identitas komunitas *JatimThrift* berlangsung di Facebook dengan komunitas milik Mas Nuh Satrio selaku pimpinan/*founder* *JatimThrift* yang dibentuk melalui website Facebook. (karim, 2016)

Komunitas ini merupakan salah satu komunitas fashion yang berfokus pada ribuan item branded yang awalnya berfokus pada barang tribun. Anggota komunitas menganggap setiap anggota media sosial Facebook dan siapa pun yang memiliki pakaian mode sebagai bagian dari komunitas tersebut. Begitu pula di masyarakat, khususnya masyarakat Jawa

Timur, memahami bahwa siapa saja yang memiliki barang koleksi atau memakai busana *Thrift* Nribun adalah anggota dari komunitas tersebut. Asumsi-asumsi tersebut dipahami dan menjadi kebiasaan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. (Ngangi, 2011)

### 3. Identitas yang dimiliki Komunitas *JatimThrift*

*JatimThrift* sendiri mempunyai berbagai kegiatan yang bias menunjang komunitas ini bisa lebih dikenal dan dapat dikonsumsi oleh anggotanya hingga masyarakat umum dengan adanya *FamilyGathering* yang diadakan setiap awal bulan dengan agenda keluar kota atau hanya sekedar menyewa villa untuk saling mempererat kekeluargaan dalam komunitas *JatimThrift* (Mudiawati et al., 2020)

Dengan adanya kegiatan seperti itu konstruksi yang terjadi dalam komunitas semakin terbentuk seiring berjalannya dan berkembangnya komunitas *JatimThrift*. Ada juga tontonan/panggung untuk memaparkan atau mengenalkan *Thrift* dengan lebih luas. Dengan adanya *JatimFestival* (Jfest) yang diadakan setiap tahunnya terkadang di awal tahun terkadang juga di akhir tahun. Yang dimana itu menampung semua bentuk kreativitas tidak hanya sekedar seputar jualan barang *Thrift* namun juga ada acara music Band, Cosplay, Catwalk, Sholawatan, dll

Selain kegiatan yang langsung dikenal masyarakat, hal terpenting dalam identitas yang ditampilkan oleh komunitas ini adalah kehadiran media massa itu sendiri yang mendukung brand hemat tontonan, dan anggota komunitas *EastThrift* memposting barang bekas mereka. Kemudian buat grup di media sosial sebagai tempat berbagi informasi dan saling berbagi. Bahkan penggunaan media sosial akhirnya menghadirkan kepada publik identitas atau citra yang sudah terkonstruksi dalam kehidupan masyarakat, seperti istilah-istilah seperti gaul, kekinian, populer, prestise, dll. (Ngangi, 2011)

Pada Akhir analisis ini dapat diambil skema. 1) pertama adanya identitas sosial yang ingin di bentuk oleh *JatimThrift* yakni ciri khas yang menjadi karakteristik komunitas dengan menggunakan Barang-barang *Thrift* yang menjadi arena konsumsi bagi anggota supaya lebih fashionable dan menjadi style bagi anggota komunitas. Identitas atau citra diri ini dibentuk melalui panggung yang dipertontonkan terhadap masyarakat jawa timur khususnya Surabaya dan Sidoarjo dengan adanya acarah Jfest. Dan juga adanya *Familygathering*, kobdar , buka Bersama dan kegiatan lainnya.



foto buka bersama Sumber: pemberian Infroman 1

Terus, 2) Kedua, makna yang bisa digali dari komunitas *JatimThrift* ini adanya citra diri yang ingin di bangun oleh komunitas bahwa mereka tidak hanya sekedar mengkonsumsi suatu barang karena kebutuhannya saja, namun ada makna yang ingin dibangun dimana fashion dan style menjadi arena konsumsi baru bagi para anggota-anggota khususnya remaja komunitas *JatimThrift*. dengan ini ada Kemiripan dengan teori sosiokultural, yang menjelaskan bagaimana identitas mendorong kita untuk eksis sebagai individu, anggota masyarakat, dan budaya dalam peran sosial. (Arisai Olga Hakase Pasaribu, 2017)

## Penutup

Dari rumusan masalah yang menjadi titik persoalan dalam penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pertama kontruksi identitas yang terjadi dalam komunitas *JatimThrift* yakni adanya arena konsumsi terhadap *style* yang menuntut anggota harus paham dan menggunakan barang *Thrift*. Tidak hanya konsumsi terhadap barang *Thrift* sebagai kegunaannya saja, namun bahwa barang-barang *Thrift* memiliki beberapa *brand* yang populer dan berkelas di tengah masyarakat walaupun barang bekas namun masih sangat bisa bersaing dan digunakan untuk *style*. Selain *style* identitas *JatimThrift* juga terbentuk karena Fashion yang dijadikan sebagai model bahwa eksistensi keberadaan anggota di tengah-tengah masyarakat. *Fashion Thrift* dan baju *JatimThrift* juga lambing J sebagai lambang komunitas yang digunakan saat berakifitas menunjukkan bahwa komunitas memiliki eksistensi dalam masyarakat. Dengan ini bahwasannya *JatimThrift* memiliki identitas diri dengan memiliki *style* dan fashion terhadap *Brand Thrift* dan Baju *JatimThrift* sebagai pembeda dengan anggota kelompok masyarakat lain.

## Rekomendasi

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai analisis Kontruksi identitas sosial dalam diri remaja komunitas *JatimThrift*, peneliti memiliki beberapa saran yang dapat diimplementasikan baik dalam bidang akademik maupun masyarakat dan diharapkan dapat berguna bagi seluruh kalangan.

1. Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan kurang mendalam, oleh karena itu, bagi peneliti lain yang memiliki topik serupa hendaknya dapat menggunakan metode analisis lain seperti studi kasus, fenomenologi agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal dan mendalam.
2. Bagi komunitas *JatimThrift*, sebagainya lebih cermat dalam mengenakan fashion secara menyeluruh. Terlebih dalam menampilkan identitas sosial pribadi kepada sesama anggota komunitas maupun masyarakat sehingga tidak menimbulkan berbagai macam persepsi,

## Daftar Pustaka

- Aimie Sulaiman. (2017). *MEMAHAMI TEORI KONSTRUKSI SOSIAL PETER L. BERGER*. 1–8.
- Arisai Olga Hakase Pasaribu. (2017). *KONSTRUKSI IDENTITAS DIRI REMAJA PENGGUNA MEDIA INSTAGRAM DI KOTA MEDAN* Arisai Olga Hakase Pasaribu 100904116.
- Budi, S., Staf, L., Jurusan, P., Komunikasi, I., & Undip, F. (2014). Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa. In *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora* (Vol. 14, Issue 3).
- bungin, burhan. (2015). *teori james Spradley*.
- Dewi, y R. (2018). *FENOMENA THRIFT SHOPPING FASHION DI KALANGAN REMAJA*. 1–33.

- GHEA, S. (2022). *FENOMENA THRIFTING SEBAGAI BUDAYA POPULER MASYARAKAT PASAR PAGI TUGU PAHLAWAN KOTA SURABAYA SKRIPSI*.
- Ghilmansyah, R., Nursanti, S., Utamidewi, | Wahyu, Studi, P., Komunikasi, I., Karawang, S., Ronggo Waluyo, J. H., Puseurjaya, K., Telukjambe, T., Karawang, K., & Barat, J. (2022). *FENOMENA THRIFTING SEBAGAI GAYA HIDUP MILENIAL BOGOR* (Vol. 8, Issue 1).
- karim, auliyaul. (2016). pesan busana dan pakaian. In *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan* (Vol. 14, Issue 1). Lawrence Erlbaum Associates. Inc., Hillsdale. Alimul, Hidayat A.A. <http://roi-radio.com>
- Littlejohn & Foss. (2017). *Tradisi Sosiokultural*. 1–17.
- Moleong. (2017). *Kualitatif Deskriptif*.
- Mudiawati, R., Sunan Gunung Djati Bandung, U., & Nurhayati, S. Z. (2020). *Penggunaan Outfit Terhadap Rasa Percaya Diri Mahasiswa Pendidikan Semester 7 Sri Nur A Iwan Ridwan Yusup*.
- Ngangi, C. R. (2011). *KONSTRUKSI SOSIAL DALAM REALITAS SOSIAL* (Vol. 7).
- Saputro, R. L. (2018). Thriftstore Surabaya (Studi Deskriptif Tentang Upaya Mempertahankan Eksistensi Pakaian Bekas Sebagai Budaya Populer di Surabaya). *AntroUnairdotNet* , 7(3).
- sugiyono. (2016). analisis data kualitatif. 6, 1–13.
- wardani, kusuma, laksmi. (2018). *Fungsi, makna dan simbol*.