

# FENOMENA THRIFT SHOPPING FASHION PADA PEMUDA KEC. MULYOREJO SURABAYA

<sup>1</sup>M. Arif Siradjudin, <sup>2</sup>Maulana Arief, <sup>3</sup>Widyatmo Ekoputro

<sup>123</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[didinm351@gmail.com](mailto:didinm351@gmail.com)

## **Abstract**

*This study analyzes the Thrift Shopping Fashion Phenomenon in Youth in Kec. Mulyorejo Surabaya. This study uses a qualitative approach in order to describe the phenomenon of the meaning of thrifting in depth and researchers use interviews, observation and study of documents in collecting data. By using the theory of Edmund Husserl and Martin Heidegger, the researcher tries to examine in depth the phenomenological process of thrifting meaning. The purpose of this study is to try to describe how the status of thrifting phenomenology so that it becomes a fashion trend. The results of this study indicate that there is awareness among students and sellers to maintain the existence of used clothing. This indirectly erodes the exclusivity of thrifting. Therefore, the informants and sellers of used clothing made various outpourings of themselves through various means and methods so that this could be said to be a process. Then there is a habituation for students in doing thrifting so that it forms a pattern that occurs through a forum, namely social media as a process of objectivation. Where in this socialization, sellers and influencers are a significant order in the formation of thrifting fashion trends, while secondary socialization is an advanced socialization where they not only absorb but also make it their own and express it to the surrounding environment so that the existence of used clothes does not disappear.*

**Keywords:** *phenomenon, thrifting, fashion trends, used clothes*

## **Abstrak**

Penelitian ini menganalisis tentang Fenomena Thrift Shopping Fashion Pada Pemuda Kec. Mulyorejo Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif agar dapat menggambarkan fenomena makna thrifting secara mendalam dan peneliti menggunakan wawancara, observasi dan studi dokumen dalam pengambilan data. Dengan menggunakan teori Edmund Husserl dan Martin Heidegger peneliti berusaha mengkaji secara mendalam proses fenomenologi makna thrifting. Tujuan dari penelitian ini adalah berusaha mendeskripsikan bagaimana status mengenai thrifting fenomenologi sehingga menjadi sebuah trend fashion. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kesadaran dari para mahasiswa dan penjual untuk mempertahankan eksistensi dari pakaian bekas. Hal demikian secara tidak langsung mengikis sifat eksklusifitas dari thrifting. Maka dari itu informan dan penjual pakaian bekas melakukan berbagai pencurahan diri melalui berbagai wadah dan cara sehingga hal ini dapat dikatakan sebagai proses. Lalu terjadi suatu pembiasaan bagi mahasiswa dalam melakukan thrifting sehingga membentuk suatu pola yang terjadi melalui sebuah wadah yaitu media sosial sebagai proses dari objektivasi. Dimana dalam sosialisasi ini penjual dan influencer merupakan significant order dalam terbentuknya trend fashion thrifting, sedangkan sosialisasi sekunder sebagai sosialisasi lanjutan dimana tidak hanya menyerap tetapi juga menjadikannya sebagai miliknya dan mengekspresikannya kepada lingkungan sekitar agar eksistensi dari pakaian bekas tidak menghilang.

**Kata kunci:** *fenomena, thrifting, trend fashion, pakaian bekas*

## **Pendahuluan**

Thrift Shopping sendiri merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris, untuk kata 'Thrift' itupun mempunyai arti sebuah kegiatan yang meminimalisir atau mengurangi pemborosan atau yang singkatnya disebut penghematan keuangan. 'Thrift Shopping' ini sebenarnya adalah sebutan masa kini dari kata barang bekas atau pakaian bekas. Pakaian bekas merupakan pakaian yang sudah pernah dipakai sebelumnya. Biasanya pakaian-pakaian bekas ini diimpor dari luar negeri, yaitu dari Korea, Malaysia, dan Singapura.

Pada pemuda di Surabaya khususnya di Kec. Mulyorejo Surabaya, thrift shopping bukanlah hal yang asing. Selain ada banyak penjualan thrift melalui sosial media juga banyak dijumpai toko-toko yang menjual pakaian bekas tersebut dimulai dari beli persatuannya hingga ada paket usaha yang isinya bisa lebih dari sepuluh pakaian. Salah satu pasar yang menjual banyak barang thrift adalah pasar Tugu Pahlawan Pagi Surabaya dan Pasar Gembong yang berada di Jl. Gembong Tebasan, Kapasari, Genteng, Surabaya.

Namun, tidak sedikit juga yang melakukan *thrift shopping* dikarenakan barang-barangnya yang memiliki harga yang rendah, dan masih memungkinkan juga untuk mendapatkan barang yang bagus. Biasanya orang-orang yang melakukan *thrift shopping* untuk mencari barang-barang yang unik ini merupakan orang-orang yang ingin tampil beda dari *fashion* yang sedang ramai pada saat itu. Bisa disangkutkan juga dengan orang-orang yang menyukai tema *vintage* untuk *fashionnya*, pasti lebih suka untuk melakukan *thrift shopping*, karena pada *thrift shop* banyak sekali baju-baju *vintage* yang unik untuk didapat oleh penyuka tema *vintage* tersebut. Karena jika selalu membeli barang baru mungkin orang tersebut pun merasa tidak mampu dan akan mengeluarkan budget yang sangat besar. Sama halnya dengan orang yang menganut gaya hidup hemat, thrift shopping ini bisa menjadi pilihan untuk menekan angka budget yang dikeluarkan untuk sandang. Thrifting semakin diterima oleh masyarakat karena influencer dan beberapa public figure mulai mengunggah hasil thrifting mereka di media sosial. Munculnya berbagai macam brand pada kegiatan Thrift atau awul-awul menciptakan pengaruh yang besar untuk pamor baju bekas. Namun tanpa adanya nama brand tersebut, sebenarnya tidak akan mengurangi minat untuk melakukan thrifting bagi generasi milenial.

Penelitian ini di latar belakang oleh fenomena *thrift shopping* atau penjualan barang bekas seperti *preloved*, *second hand* atau pasar loak. Belakangan ini, *thrift shop* dikenal sebagai salah satu fenomena yang cukup populer di Indonesia, terutama di wilayah perkotaan. Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui apa penyebab fenomena ramainya *thrift shopping* ini dan bagaimana identitas budaya dapat direpresentasikan melalui pengguna *thrift* pada masyarakat urban, khususnya pada Pemuda di Kecamatan Mulyorejo, di Kota Surabaya.

## **Metode Penelitian**

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif bersifat mendeskripsikan “makna data” atau fenomena yang dapat ditangkap oleh peneliti, dengan menunjukkan bukti-buktinya. Pemaknaan terhadap fenomena itu banyak tergantung pada kemampuan dan ketajaman peneliti dalam menganalisisnya. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deksriptif.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kec. Mulyorejo Surabaya, peneliti pun memiliki keterbatasan untuk bertemu langsung dengan seluruh orang yang menjadi informan dalam penelitian ini, terlebih lagi para infroman juga memiliki kesibukan masing-masing seperti bekerja dan sebagainya maka metode wawancara melalui daring menggunakan panggilan suara WhatsApp menjadi opsi dan alternative satu-satunya saat ini. Begitupun untuk waktu penelitian juga peneliti harus mengikuti waktu luang peluang informan. Penelitian ini dilakukan kurang lebih terhitung mulai 01 Mei 2023 – 04 Mei 2023.

### **Hasil dan Pembahasan**

Toko atau lapak pakaian bekas di Kota Surabaya kini dapat dijumpai di kawasan Jalan Tugu Pahlawan, Jalan Gembng, serta di berbagai titik lokasi thrift shop lainnya. Thrift gencar dipopulerkan oleh para publik figur melalui media sosial berdasarkan informasi bahwa thrift memiliki sisi unik yang lebih, ditambah harga yang di bandrol ramah di kantong. Media sosial memiliki peran penting dalam penyebaran beragam informasi seperti informasi terkait thrift shopping. Hal tersebutlah yang menjadi salah satu alasan mengapa thrift shopping menjadi sebuah tren di kalangan remaja pada kecamatan mulyorejo selaku informan. Informasi mengenai thrift kini mulai menjamur hingga dapat diperoleh dari beragam media. Masing-masing individu memiliki alasan tersendiri mengapa memilih thrift shopping sebagai pemenuh kebutuhan akan pakaian.

Meski merupakan barang bekas kualitas dari pakaian thrift masing terjamin. Selain harga yang terjangkau, tampilan old style vintage menjadi nilai tambah sehingga pakaian ini menjadi tren yang menjamur di kalangan remaja pada Kecamatan Mulyorejo, Surabaya. Mengonsumsi pakaian bekas tentu tidak luput dari adanya resiko yang bisa dirasakan oleh konsumennya. Maka sebab itu adanya wawasan serta pemahaman terkait cara mencegah risiko tersebut muncul telah dipahami oleh Remaja pada Kecamatan Mulyorejo. Perawatan tersebut dilakukan dengan merendam pakaian bekas yang baru dibeli menggunakan air panas selama beberapa jam, kemudian dicuci bersih. Hingga saat ini risiko kesehatan akibat penggunaan pakaian bekas tidak pernah dirasakan oleh informan. Secara garis besar, menurut Remaja Pada Kecamatan Mulyorejo thrift shopping menjadi tren yang menjamur saat ini karena thrift mulai di kenalkan kembali melalui berbagai macam media oleh para publik figur dengan ribuan pengikut, melalui konten yang menarik seperti memperkenalkan jenis pakaian thrift dengan beragam model yang menarik perhatian khalayak. Harga yang ramah dikantong mulai dari pakaian tidak brand sampai pakaian brand, ditambah sisi unik yang dimiliki pakaian thrift, maka tentu saja pakaian thrift dapat menjadi tren sebagai produk budaya populer yang menjamur di kalangan masyarakat.

Menurut beberapa pemuda mereka mengonsumsi pakaian bekas selain mendapatkan harga yang lebih murah dari pakaian di Mall, pakaian yang didapatkan cenderung lebih unik dan limited edition. Hal tersebut karena baju-baju yang di jual di pasar loak ataupun thrift

store pun hanya terdapat satu dan jarang diproduksi secara massal sehingga mereka merasa lebih eksklusif. Dari hasil dari wawancara menyatakan pelaku thrifting tidak hanya digunakan untuk diri sendiri, melainkan untuk dijual kembali karena harganya yang sangat murah, pakaian yang ditawarkan pun tidak pasaran atau tidak banyak dimiliki orang lain sehingga dapat meningkatkan peluang bisnis yang biasanya dipasarkan melalui media social. Media massa menjadi sebuah wadah untuk menyalurkan berbagai macam informasi baik melalui informasi tercetak maupun elektronik. Dengan melalui media massa, trend fashion dapat menyebar luas ke berbagai penjuru dunia dan seakan mensosialisasikan trend fashion yang harus di ikuti oleh masyarakat.

## **Penutup**

Sebagai hasil temuan dan pembahasan di penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya berbelanja thrifting dapat menghemat biaya pelaku thrifting. Munculnya aktivitas fashion thrift shopping di Kota Surabaya khususnya Kecamatan Mulyorejo sebetulnya tidak dapat dijelaskan secara pasti. Informan dalam penelitian yang ditunjukkan oleh konsumsi thrift shopping ini menyatakan bahwa awal mula muncul serta dikenalnya pasar pakaian bekas di Surabaya yaitu bermula dari Pasar Gembong yang berada di Jalan Gembong Tebasan, Kapasari Surabaya. Hadirnya pakaian bekas di Surabaya ini menjadi usaha yang banyak dikunjungi dan diminati oleh masyarakat.

Fenomena Thrift shopping saat ini menjadi gaya hidup yang semakin populer yang banyak diminati oleh kaum pemuda. Thrift shopping merupakan alternative konsumsi fashion yang paling tepat dilakukan terutama bagi kalangan pemuda, sesuai dengan latar belakang aktifitas ini dilakukan. Wawasan terkait fenomena thrift shopping wajib dipahami oleh para pelaku thrifting sebelum memutuskan mengambil tindakan thrift shopping sebagai pemenuhan kebutuhan gaya hidup yang hemat dalam berpakaian. Maka pada penelitian ini, wawasan tersebut telah dipahami oleh informan.

Berdasarkan pertimbangan dari hasil informan bahwa pasar pakaian bekas menjadi peluang usaha yang menjanjikan menyebabkan banyak pihak dari daerah lain kemudian mulai mengikuti penjualan pakaian bekas tersebut, dengan memperoleh barang dari Pasar Gembong. Para pelaku usaha pakaian bekas di Kota Surabaya yang telah penulis wawancarai sebagian besar menyatakan bahwa mereka merupakan pelaku usaha fashion thrift yang dulunya berjualan di Pasar Gembong maupun Tugu Pahlawan. Kedatangan mereka di Kota Surabaya dan menjalankan usaha tersebut di Kota Surabaya berdasarkan pertimbangan bahwa peluang usaha di Kota Surabaya lebih menjanjikan.

Setiap pelaku thrifting memiliki kebebasan untuk memilih tindakan yang akan diambil, sesuai dengan sumber daya dan modal yang dimiliki oleh setiap pelaku thrifting. Sumber daya berupa kemampuan finansial menjadi faktor utama dalam terwujudnya praktik sosial ini. Gaya hidup yang hemat masa kini serta di ikuti dengan trend fashion yang berlangsung. tidak semua masyarakat memiliki budget yang berlebih untuk membeli fashion yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Sepanjang ini begitu banyak pilihan dan tempat untuk mendukung minat belanja seseorang tak terkecuali dengan barang bekas. barang bekas import yang masuk ke Indonesia ini menjadi salah satu alternatif berbelanja dengan harga minim, akan tetapi diharapkan membuat pemakainya terlihat maksimal dalam mengikuti tren fashion yang sedang berlangsung saat ini. saat ini barang bekas pun diangkat kelasnya oleh pedagang

seperti kalangan anak muda yang jeli melihat peluang dari bisnis baju bekas ini. sekumpulan anak muda yang memburu barang bekas ini, mencuci dengan bersih barang bekas ini lalu menjualnya menjadi trend kembali saat ini. Seiring dengan berkembangnya dunia fashion saat ini peminat fashion cenderung memilih fashion yang cenderung retro dan vintage dan tidak semua barang retro dan vintage bisa ditemukan dengan mudah.

Pakaian thrift merupakan pakaian bekas impor yang sejatinya dilarang diedarkan di Indonesia. Hal tersebut sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan No 51 tahun 2015. Peraturan tersebut menyatakan bahwa pakaian bekas impor dapat membahayakan kesehatan konsumen, serta dapat mengganggu pasar kosmetik. Namun faktanya, aturan tersebut tidak dapat menjamin berhentinya pakaian bekas dipasaran. Hal ini karena thrift shopping dianggap memiliki sisi positif yang lebih dominan dibandingkan dari sisi negatife bagi kaum pemuda.

Berdasarkan berbagai macam jawaban para informan bagaimana mereka memaknai fashion thrift sebagai komunikasi membuat peneliti bertanya apakah para informan berbelanja thrift sebagai gaya hidup atau berbelanja dengan hemat murah sebagai fashion gaya hidup. Dari semua informan yang peneliti wawancara, satu dari mereka mengakui telah menjadikan Thrift sebagai berbelanja dengan hemat murah sebagai fashion gaya hidup karena dapat menggunakan barang branded dengan harga yang jauh lebih murah.

### **Daftar Pustaka**

- Dewi, Ratisa Yudawati, 'Perancangan Informasi Thrift Shop Melalui Media Board Game', *Fakultas Desain, Universitas Komputer Indonesia, Bandung, 2020, 6–38*  
<[https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3575/5/UNIKOM\\_Ratisa\\_Y\\_Dewi\\_12.BAB2.pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3575/5/UNIKOM_Ratisa_Y_Dewi_12.BAB2.pdf)>
- Ii, B A B, and Dalam Penelitian, 'Bab II Fenomenologi Sebagai Teori Dan Metode', 1999, 13–24
- Moleong, Lexy, 'Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya', *Metode Penelitian*, 2015, 22–34
- Saputro, Rivaldi L, 'Thriftstore Surabaya (Studi Deskriptif Tentang Upaya Mempertahankan Eksistensi Pakaian Bekas Sebagai Budaya Populer Di Surabaya)', *AntroUnairdotNet*, 7.3 (2018), 335–49
- Suarningsih, Kadek, Wahyu Nugroho, and Gusti Aditya, 'Thrift Shopping Sebagai Alternatif Konsumsi Fashion', *Jurnal Ilmiah Sosiologi*, 1.2 (2021), 1–12
- Trisnawati, Tri Yulia, 'Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri Dalam Komunikasi', *Jurnal The Messenger*, 3.2 (2016), 36 <<https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.268>>
- Yaniawati, Indrawan Rully Poppy, 'Metodologi Penelitian', *PT. Refika Aditama*, 2017
- Sobur, Alex. (2013). *Filsafat Komunikasi Tradisi Dan Metode Fenomenologi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Bertens, K. 1981. *Filsafat Barat dalam Abad XX*. Jakarta: PT. Gramedia
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Panjaitan, Ronaldo. (2018). Sejarah Singkat Penjualan Pakaian Bekas. **PENGARUH SOCIAL MEDIA TERHADAP FENOMENA PENJUALAN PAKAIAN BEKAS SECARA ONLINE**. Vol. 18, No. 1, pp. 1-15.

Nazura, G. (2015). *The Art of Thrifting*. Jogjakarta: B-First  
(PT Bentang Pustaka).

Trisnawati, Tri Yulia. 2011. *Fashion sebagai bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi*. *The Messenger*. Vol 3, 1: 36.

Moustakas, Clark. 1994. *Phenomenological Research Methods*. California:  
Sage Publications

Moeryadi, Denny. 2009. *Pemikiran Fenomenologi Menurut Edmund Husserl* *Jurnal Studi*.