
Generasi Milenial dan Generasi Z Surabaya: Perbedaan Persepsi dan Motivasi Trend *Fashion Thrifting*

Reka Mala Rmadhani¹, Izza Dennisa Amalia², Nezalia Putri Rachmah³
Universitas Negeri Surabaya^{1,2,3}

24041184315@mhs.unesa.ac.id¹, 24041184132@mhs.unesa.ac.id²,
24041184090@mhs.unesa.ac.id³

Abstrak: Penelitian ini meneliti pendekatan thrifting yang berbeda antara generasi Milenial dan Generasi Z, menggunakan metode kualitatif. Melalui observasi, wawancara, dan analisis secara keseluruhan, penelitian ini mengungkapkan perbedaan signifikan dalam motivasi, praktik, dan nilai yang terkait dengan thrifting di antara kedua generasi ini. Meskipun kedua generasi terlibat dalam thrifting karena alasan ekonomi, Generasi Z menunjukkan penekanan yang lebih kuat pada keberlanjutan dan kesadaran lingkungan, memandang thrifting sebagai cara untuk estetika pada *fashion* dan mempromosikan konsumsi yang etis. Sebaliknya, Milenial sering memprioritaskan gaya unik dan temuan vintage, mengaitkan thrifting dengan rasa nostalgia dan individualitas, serta untuk mengurangi adanya pemborosan. Penelitian ini juga meneliti peran media sosial dalam membentuk tren thrifting, menyoroti bagaimana *Generation Z* menggunakan platform seperti Instagram dan TikTok untuk memamerkan temuan thrifting mereka dan mendorong rasa komunitas. Pada akhirnya, penelitian ini menyoroti lanskap thrifting yang berkembang, menunjukkan bagaimana perbedaan generasi mempengaruhi perilaku konsumen dan berkontribusi pada meningkatnya popularitas praktik mode berkelanjutan.

Kata Kunci: *Thrifting fashion*; Gaya hidup; Millennial ; Generasi Z

PENDAHULUAN

Fashion atau busana adalah segala sesuatu yang dapat dikenakan pada tubuh, baik yang dimaksud seperti melindungi tubuh maupun sekedar memperindah tubuh. Busana yang pada umumnya adalah bentuk ekspresi atau suatu ungkapan pribadi yang tidak selalu sama untuk setiap orang. Dalam dunia *fashion* sendiri, terdapat istilah *fashionable* atau *unfashionable* untuk menjelaskan apakah seseorang tersebut dapat mengikuti perkembangan *fashion* dengan model terbaru ataupun tidak.

Sejak jaman dahulu, manusia telah mengenal busana atau pakaian yang merupakan salah satu kebutuhan primer, dimana manusia membutuhkan pakaian untuk menutupi tubuhnya dari terik matahari dan dinginnya udara (Godam, 2015). Pakaian yang berfungsi sebagai pelindung tubuh dan juga sebagai penutup tubuh agar seseorang dapat terlihat sopan (*modesty function*). Dalam proses sejarahnya, perubahan *fashion* di dunia selalu berkaitan dengan kondisi sosial,

ekonomi dan budaya pada masa ke masa. Oleh karena itu, hal inilah yang menyebabkan adanya trend *fashion* yang terus mengalami perubahan dari zaman - ke zaman, sehingga dapat disebut dengan mode (Misbahuddin & Sholihah, 2018) Selain itu, *Fashion* juga dapat sebagai sarana komunikasi yang dapat menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat *non - verbal*. *Fashion* bisa merefleksikan, meneguhkan, mengekspresikan suasana hati seseorang. Hal ini disampaikan oleh Bernad (2009 : 3) yang dimana dapat didefinisikan sebagai bentuk penggambaran diri.

Fashion yang terus berkembang seiring berjalannya waktu, yang menjadikannya sebagai makanan sehari - hari masyarakat dengan berbagai macam keunikan di setiap pemakainya lah yang menjadikan *fashion* sendiri sebagai trend. Dimana trend *fashion* yaitu cara berpakaian yang up to date dan dapat diaplikasikan dalam mengenakan pakaian, aksesoris, atau bahkan dalam bentuk model rambut hingga *make up*. Trend yang bersifat dinamis karena selalu berubah - ubah. Trend juga yang merupakan suatu gerakan atau kecenderungan naik dan turun dalam jangka panjang yang didapat dari rata - rata perubahan dari waktu ke waktu. Rata - rata tersebut bisa berupa penambahan maupun pengurangan. Dimana apabila rata - rata tersebut bertambah, maka dapat dinamakan trend positif atau trend yang kecenderungannya naik. Dan sebaliknya, apabila rata - rata perubahannya berkurang, maka dapat disebut trend negatif atau trend yang mempunyai kecenderungan menurun (Maryanti, 2010).

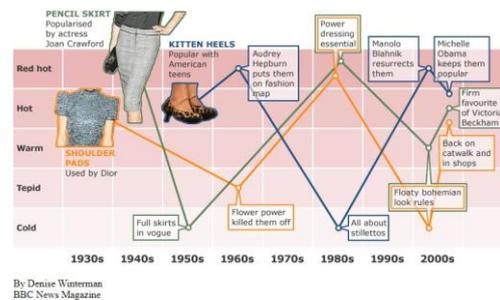
Trend fashion yang menjadi gaya hidup masyarakat, terutama pada generasi muda yang menjadi trigger pada generasi muda untuk menunjukkan status sosialnya dan masalah gengsi yang dapat diartikan sebagai pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu dimilikinya (Surmawan, 2010).

Gaya hidup dapat terbentuk melalui interaksi sosial. Gaya hidup yang merupakan cara seseorang untuk menjalani hidupnya, yang meliputi aktivitas, minat, sikap, konsumsi dan harapan. Hal ini juga mendorong adanya kebutuhan dan sikap individu yang mempengaruhi aktivitas produk (Sahir & Ddk, 2006).

Gaya dan penampilan yang merupakan pemilihan secara tidak langsung dan memberikan identitas bagi pemiliknya. Gaya hidup yang merupakan hasil interaksi antara individu dengan lingkungan yang menjadikan kebiasaan berbelanja pada akhirnya sebuah *fashion* tidak dapat dipisahkan dari gaya hidup. Dengan mengenakan pakaian setiap harinya dan berpenampilan

modis menyebabkan individu berbelanja sesuai dengan trend yang sedang populer, salah satunya adalah *thrifting fashion* (Putri & Patria, 2022). Inspirasi penggunaan gaya sebagai ciri khas atau identitas diri, berasal dari media massa, seperti saat ini Instagram, tiktok, pinterest, ataupun media massa lainnya. Oleh karena itu, masyarakat mengikuti trend yang sedang diminati oleh banyak orang, meski berasal dari negara - negara yang berbeda. Trend yang dibawakan oleh ikon - ikon selebritis papan atas, seperti *Hollywood*. apa yang dilakukan oleh mereka yang dianggap modis, menawan ataupun mewah oleh masyarakat (Roger, 2009:166)

Istilah *thrifting* sendiri berasal dari bahasa Inggris dari kata *thrift* atau *thrifting* yang artinya hemat atau penghematan. Pengertian ini mengacu pada perilaku hemat terhadap uang yang dikeluarkan. Namun saat ini, istilah *thrifting* sendiri telah bergeser menjadi sebuah aktivitas dalam mencari dan membeli barang-barang bekas. Biasanya, *thrifting* dilakukan dengan tujuan untuk dipakai kembali atau dijual kembali. Hal ini disebabkan, barang dari hasil *thrifting* memiliki harga yang jauh lebih murah, tapi kualitas yang didapatkan tetap bagus. Oleh karena itu, tidak heran kalau *thrifting* sempat menjadi kegiatan yang banyak diminati sehingga dimanfaatkan sebagai sebuah bisnis. Dalam dunia *fashion* pun, *thrifting* menjadi tempat untuk mengeksplor kreatifitas konsumen yang memiliki gaya unik dari berbagai macam gaya. *Thrifting* sendiri, memberikan kesempatan kepada masyarakat luas untuk dapat bernostalgia pada era *fashion* di tahun – tahun sebelumnya.



Sumber: ozzakonveksi.com

Siklus mode sendiri, mengacu pada pengulangan tren – tren yang terjadi pada pakaian secara umum di beberapa tahun setelah trend *fashion* tersebut populer. Siklus ini sering kali muncul dengan beberapa sentuhan agar lebih sesuai dengan tren saat ini. Sebagai contoh; Denim yang dulunya menjadi simbol pemberontakan masyarakat pada tahun 70 – an, kini menjadi trend yang sedang kembali populer dalam mode saat ini. Tren fashion yang lebih longgar dan

berukuran besar pada era 80 – an juga kembali populer di kalangan desainer dan konsumen beberapa tahun terakhir sebagai contohnya, model - model yang kembali naik seperti *Retro* ataupun *Vintage*. *Retro* dan *Vintage* sendiri dapat didefinisikan sebagai benda - benda atau atribut pakaian yang memiliki style 70 - an hingga 90 -an berupa *Clutch*, *Trouser*, Sepatu *Oxford*, Coat berbulu, Rok model A - Line, Dres model bunga dan masih banyak lagi. *Retro* sendiri berasal dari kata *Retrospevtive*, yang memiliki arti menengok kembali ke belakang (Jamaludin & DKK. n.d). Oleh karena itu *thrifting* memberikan kesempatan besar untuk bernostalgia dan mengeluarkan ide – ide kreatifnya. Beberapa item barang *Retro* dan *Vintage* ini berhubungan dengan trend fashion, seperti *fashion blogger* ataupun dari media massa lainnya, yang memperoleh informasi baru tentang jenis *fashion* tertentu.

Thrift Store yang memperjualkan barang - barang dengan berbagai model dan salah satunya model - model era 80 - an hingga 90 -an dengan bentuk sudah terpakai atau baju bekas namun, dikemas dengan bersih dan sedemikian rupa. Pakaian bekas yang lebih rapi, bersih, dan berkualitas serta memiliki keunikannya sendiri. Sehingga salah satunya berada di Tunjungan *Electronic Center*. Dimana dapat kita lihat para pengusaha *thrifting* yang memproduksi barang - barang bekas dengan kualitas yang masih terbilang layak digunakan, serta dapat langsung dikenakan oleh para konsumen.

Fashion thrifting atau pakaian bekas yang saat ini menjadi trend yang sedang populer dikalangan masyarakat, dimana pada kegiatan ini sudah menjadi alternatif bagi sebagian individu yang menganggap penampilan adalah gaya hidupnya. *Fashion thrift* sendiri merupakan gaya busana dengan menggunakan pakaian bekas yang masih layak untuk digunakan (Dewi, 2022). Penggunaan *fashion thrift* yang mulai populer pesat sejak adanya pandemi Covid - 19 yang salah satunya menimpa Indonesia. Disaat sebagian sektor perekonomian Indonesia melemah, namun *fashion thrift* justru mengalami peningkatan penjualan hingga menjadikannya sebuah trend baru dengan menawarkan gaya berpakaian yang sudah diterbitkan pada tahun 80 - an dan 90 - an (Permatasari et al, 2021).

Perkembangan *fashion* ini dibuktikan dengan data yang diperoleh oleh *ThredUp* dalam (Chow, Marissa dan Gurdus, 2021) dimana dapat dijelaskan bahwa kuantitas toko barang bekas dan pembelian *online*, mengalami peningkatan sebanyak 50% selama adanya pandemi. Menurut Medalla et al dalam (Rizkilla et al, 2021) *thrift shop* terdapat dampak yang sudah dirasakan hingga saat ini. Hampir 11% pendapatan perekonomian di sepanjang tahun 2021,

diperoleh dari hasil penjualan industri *thrift shop* sebesar \$33 miliar. Meskipun penjualan diperoleh dari barang-barang bekas, namun barang bekas yang ditawarkan terkadang berasal dari *brand-brand* ternama luar negeri atau barang impor yang tentunya dijual dengan harga yang terjangkau. Bahkan sebagian besar barang yang diperjualkan sudah tidak diproduksi lagi oleh perusahaan, sehingga bersifat *limited edition* (A. Putri, 2022).

Bukan hanya barang-barang impor saja, tetapi kualitas dari barang tersebut dan keunikan desain bajunya lah yang menjadikan motivasi utama dalam mempengaruhi seseorang untuk mengonsumsi *fashion thrift*. Dari hasil asumsi tersebut, trend *fashion thrift* diperkirakan akan terus mengalami peningkatan, terutama pada tahun 2029. Dimana angka penjualan produk barang bekas secara global dapat mencapai \$80 miliar dolar (ThredUp dalam Fadli et al. 2021).

Salah satu wilayah di Indonesia yang kaya dalam *thrift shop* maupun *fashion thrift* adalah kota Bandung. Kota Bandung sendiri sudah populer dengan julukan *Fashion Trendsetter*, karena memiliki daya tarik dan selera yang tinggi mengenai dunia mode (Afifurrahman & Saputri, 2021).

Dahulunya, penggunaan *fashion thrift* seringkali diartikan dengan konsumsi masyarakat menengah kebawah, dapat dilihat dari kualitas barang yang masih terbilang bagus, namun memiliki harga yang masih terjangkau oleh masyarakat terutama pada generasi milenial. Berbeda dengan generasi pada saat ini atau dapat disebut sebagai generasi - Z. Menurut Dsk Lady, prodi Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara, dengan judul “Konsep Diri Pengguna *Fashion Branded Preloved* Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU”. *Preloved Branded* dapat memberikan makna mewah dengan dapat mengikuti trend yang menjadi *role model* (Lady, 2019).

Thrifting fashion sendiri dapat membantu perekonomian masyarakat, meskipun terdapat kemungkinan barang bekas tersebut memiliki virus atau risiko kesehatan. Namun hal ini dapat diatasi dengan tindakan pencegahan yang tepat. Selain itu, karena harga yang terjangkau dan adanya berbagai model barang bekas yang dapat dilihat keunikannya.

Secara umum terdapat beberapa aturan yang dianggap melanggar disaat membeli dan menjual pakaian bekas. Salah satunya adalah peraturan mengenai hak cipta dan desain. Pakaian bekas yang dijual tanpa izin dari pemegang hak cipta atau desainer, dapat dianggap sebagai melanggar hukum. Ada juga peraturan kesehatan dan keselamatan, dimana pakaian yang dijual kembali tidak dibersihkan dengan benar atau mengandung zat berbahaya yang

dapat membahayakan kesehatan bagi penggunaanya.

Secara garis besar, peraturan yang dilanggar jika membeli atau menjual barang bekas yaitu, Undang-undang nomor 8 tahun 1999, pasal 8 ayat (2) (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, 1999). Undang-undang nomor 7 tahun 2006 tentang perubahan atas undang-undang nomor 10 tahun 1995 tentang kepabeaan pasal (1) ayat (13) (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1995). Undang-undang nomor 39 tahun 2009 tentang kesehatan pasal 178 (Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2009 Tentang Kawasan Ekonomi Khusus, 2009). Peraturan menteri perdagangan republik indonesia nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Larangan pakaian bekas impor (2) (Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang Larangan Impor Pakaian Bebas, 2015).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara mendalam dan kontekstual, langsung di lokasi kejadiannya. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang fokus pada pengukuran dan analisis data statistik, penelitian kualitatif lebih menekankan pada interpretasi dan penafsiran makna yang terkandung dalam fenomena yang diteliti. Peneliti kualitatif menggunakan berbagai metode pengumpulan data, seperti observasi, wawancara, dan studi dokumen. Teknik-teknik ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara mendalam dan komprehensif dari berbagai sumber, baik dari individu maupun kelompok. Kelebihan utama dari penelitian kualitatif adalah kemampuannya untuk menghasilkan temuan yang kaya dan kompleks, yang tidak dapat ditangkap dengan metode kuantitatif. Penelitian kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan subjek penelitian, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman dan perspektif mereka (Rukin, 2019).

Peneliti mendeskripsikan fenomena yang terjadi dalam sistem tersebut, dengan tujuan untuk memahami makna dan implikasinya secara mendalam. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang berfokus pada pengukuran dan analisis data statistik, penelitian kualitatif tidak bertujuan untuk melakukan pengukuran tersebut. Melainkan, penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan kejadian dan makna yang terkandung di balik fenomena yang diamati.

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memperdalam pemahaman tentang perilaku generasi muda dalam menggunakan pakaian terjangkau dan apa yang mereka lakukan untuk mencegah penyakit menular dalam kehidupan sehari-hari.

Partisipasi Penelitian

Partisipan penelitian ini adalah masyarakat pengguna pakaian thrift. Pemilihan peserta dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti memiliki pengalaman menggunakan pakaian *thrift*. Jumlah peserta diperkirakan antara 10 hingga 15 orang, atau hingga mencapai titik jenuh data.

Instrumen Penelitian

Instrumen utama penelitian ini adalah pedoman wawancara terstruktur. Panduan wawancara dikembangkan untuk mengeksplorasi beberapa tema utama, seperti:

- Motivasi dan alasan perempuan mengenakan pakaian murah.
- Kesadaran perempuan akan risiko penyakit menular yang terkait dengan pakaian murah.
- Pencegahan penyakit menular telah dilakukan sebelum dan sesudah penggunaan pakaian terjangkau.
- Pengalaman dan pendapat pribadi remaja tentang kesehatan dan kebersihan saat menggunakan pakaian murah.

Metode Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis tematik. Langkah analisisnya, seperti:

- Deskripsi data kueri: Proses ini dilakukan untuk mengubah data audio menjadi teks.
- *Encoding*: Mengidentifikasi simbol atau simbol untuk peristiwa yang muncul di data.
- Definisi topik: Pengelompokan indikator ke dalam topik utama yang menunjukkan perilaku remaja dalam penggunaan pakaian kecil dan upaya pencegahan penyakit menular.
- Interpretasi: Buat pernyataan interpretatif untuk menghubungkan temuan baru dengan teori dan konsep terkait.

Validitas Data

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan metode triangulasi sumber, yaitu membandingkan data dari partisipan yang berbeda dan memverifikasi keakuratan informasi. Selain itu juga dilakukan member check, yaitu peserta diminta memeriksa hasil wawancara untuk memastikan kesesuaian dan kesesuaian dengan pengalamannya.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini berpegang pada prinsip-prinsip metodologi penelitian, antara lain memperoleh informed consent, menjaga kerahasiaan identitas partisipan, dan memberikan kesempatan kepada partisipan untuk mengundurkan diri dari penelitian kapan saja tanpa konsekuensi. Bagian metodologi ini menjelaskan pendekatan kualitatif yang digunakan untuk memperdalam pemahaman tentang perilaku generasi muda mengenai penggunaan pakaian yang terjangkau dan langkah-langkah untuk mencegah penyakit menular, dengan fokus pada wawancara

HASIL DAN PEMBAHASAN

Munculnya Kembali Trend *Thrifting*

Belakangan ini trend *thrifting* menunjukkan angka peningkatan yang signifikan, seiring dengan semakin meluasnya penggunaan media sosial. Tren mode yang cepat berubah, ditambah dengan paparan konten yang terus menerus di berbagai platform, menjadi salah satu faktor pendorong. Terutama di kalangan anak muda, tren mode terbaru semakin menarik perhatian, sehingga memunculkan tekanan sosial untuk selalu tampil mengikuti tren. Namun, perubahan tren yang cepat ini juga berdampak pada pola konsumsi masyarakat, khususnya di dunia mode.

Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memegang peran penting dalam membentuk selera busana masyarakat. *Influencer, selebritas*, hingga konten kreator sering kali mempromosikan gaya berpakaian yang terbaru, mendorong para pengikut mereka untuk ikut serta dalam tren yang sedang berkembang. Hal ini memicu rasa cemas akan ketertinggalan (FOMO), yang akhirnya membuat banyak orang terjebak dalam lingkaran konsumsi berlebihan. *Fast fashion*, yang lahir dari perubahan tren yang cepat, menjadi pilihan utama bagi konsumen yang ingin selalu *up-to-date* tanpa harus merogoh kocek dalam. Sayangnya,

kebiasaan ini menyebabkan banyak pakaian hanya dikenakan beberapa kali sebelum akhirnya dibuang, menciptakan masalah limbah tekstil yang semakin membesar.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan dampak buruk *fast fashion* terhadap lingkungan, *thrifting* mulai dipandang sebagai alternatif yang lebih berkelanjutan. Melalui *thrifting*, konsumen dapat membeli pakaian bekas dengan harga lebih murah, sehingga mengurangi permintaan akan pakaian baru yang memerlukan banyak sumber daya dalam produksinya. *Thrifting* juga berperan dalam mengurangi limbah tekstil dan menekan jejak karbon yang dihasilkan oleh industri mode. Dengan memilih barang-barang bekas, konsumen tidak hanya berhemat, tetapi juga berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan.

Sudut Pandang Masyarakat Terhadap Thrifting

Thrifting, atau membeli pakaian bekas, semakin diminati oleh anak muda. Menurut April, salah satu mahasiswa semester satu Universitas Negeri Surabaya yang menjadi responden, alasan utama orang banyak beralih ke *thrifting* adalah faktor ekonomi. Ia mengatakan bahwa daya tarik utama adalah harga yang terjangkau, terutama untuk barang-barang yang sebelumnya mahal dan sulit diakses jika dibeli baru. Pakaian yang biasanya mahal dijual di toko dapat dibeli dengan harga lebih terjangkau melalui *thrifting*. Selain itu, banyak barang bekas berasal dari luar negeri, menawarkan pilihan unik yang tidak tersedia di pasar lokal, memberikan nilai tambah bagi pembeli.

Namun, berbelanja barang bekas juga memiliki tantangan. Beberapa responden mengungkapkan ketidakpuasan terhadap produk yang mereka beli. Ada konsumen yang mendapat pakaian dengan cacat tersembunyi, seperti noda atau sobekan, yang baru terlihat setelah dibeli. Ini menunjukkan betapa pentingnya melakukan pemeriksaan teliti sebelum membeli barang. Ketidakpuasan sering terjadi karena pembeli kurang teliti dalam memeriksa kualitas barang, sehingga menimbulkan kekecewaan setelah barang dibawa pulang. Namun, sebagian besar responden juga menyatakan bahwa jika beruntung, mereka bisa menemukan barang berkualitas dengan harga murah, bahkan barang-barang bermerek yang masih dalam kondisi baik.

Selain dari segi harga, *thrifting* juga memberi kebebasan dalam mengekspresikan gaya pribadi. Banyak orang menyukai *thrifting* karena koleksi barang yang tersedia sangat beragam, mulai dari model *vintage* hingga pakaian kasual. Keanekaragaman pilihan ini

memberikan kesempatan untuk bereksperimen dengan gaya yang lebih kreatif dan unik, sesuatu yang sulit didapatkan di toko-toko biasa. Beberapa responden menyebutkan bahwa *thrifting* memungkinkan mereka menemukan pakaian yang cocok untuk gaya tertentu. Mereka bahkan dapat meniru gaya dari era tertentu yang sudah tidak tersedia di toko-toko *modern*. Faktor ekonomi tetap menjadi salah satu alasan kuat mengapa anak muda memilih *thrifting*. Saat keuangan sedang sulit, membeli barang bekas lebih bijaksana daripada membeli pakaian baru. Namun, ketika keuangan membaik, mereka lebih suka membeli pakaian baru di toko reguler. Terdapat pula yang mengakui bahwa mereka lebih sering mencari barang-barang *thrift* bermerek, karena meskipun bekas, barang-barang tersebut tetap menawarkan kualitas yang baik dan lebih tahan lama.

Keseluruhan pengalaman dalam *thrifting* sangat bervariasi tergantung pada keberuntungan dan ketelitian masing-masing individu. Namun, bagi banyak orang, berbelanja barang bekas bukan hanya tentang harga yang terjangkau, melainkan juga tentang gaya hidup. Hal ini menunjukkan cara anak muda beradaptasi dengan tantangan ekonomi, sambil mengekspresikan diri melalui gaya berpakaian yang lebih bebas dan kreatif.

Pandangan Non - Pengguna *Thrifting* terhadap *Thrifting*

Meskipun trend *thrifting* semakin populer di kalangan masyarakat, tidak semua orang menyambutnya dengan antusias. Berdasarkan survei yang dilakukan, ada sebuah kelompok orang yang tidak setuju dengan praktik ini karena beberapa alasan. Kekhawatiran utama mereka adalah mengenai kesehatan. Bagi sebagian orang, membeli pakaian bekas menimbulkan ketakutan akan risiko potensial seperti gatal-gatal atau paparan virus yang mungkin menempel pada pakaian tersebut. Mereka yakin bahwa menggunakan pakaian bekas, terutama yang tidak diketahui asal-usulnya, dapat meningkatkan risiko kesehatan daripada menggunakan pakaian baru. Meskipun ada cara-cara yang dianjurkan untuk mencuci dan membersihkan pakaian bekas sebelum digunakan, ketakutan akan hal ini masih menjadi penghalang bagi mereka untuk tertarik pada *thrifting*.

Di samping masalah kesehatan, persoalan lain yang diangkat oleh non-pengguna *thrifting* adalah kualitas dan ukuran pakaian. Beberapa orang menganggap berbelanja pakaian bekas lebih berisiko mendapatkan barang yang tidak sesuai ekspektasi. Ukuran pakaian yang tidak sesuai, misalnya terlalu kecil atau terlalu besar, seringkali menyulitkan. Selain itu, ada

kekhawatiran tentang beberapa jenis bahan yang lebih rentan mengalami penyusutan setelah dicuci, terutama jika bahan tersebut sudah sering dipakai dan dicuci sebelumnya. Hal ini menyebabkan beberapa orang menganggap bahwa kualitas pakaian bekas umumnya lebih rendah, karena kondisinya yang sudah tidak optimal setelah digunakan oleh pemilik sebelumnya. Faktor lainnya adalah kepuasan yang dirasakan saat membeli pakaian baru. Penggunaan yang tidak terbiasa menganggap bahwa memperoleh pakaian baru memberikan kepuasan psikologis, karena mereka yakin bahwa barang itu tidak pernah digunakan oleh orang lain sebelumnya. Kebersihan dan kualitas pakaian baru memberikan jaminan yang lebih baik, meningkatkan rasa percaya diri saat digunakan, dibandingkan dengan pakaian bekas. Hal ini menjadi salah satu alasan mengapa beberapa orang lebih memilih untuk tidak membeli pakaian bekas meskipun trend *thrifting* sedang marak.

Dari perspektif ekonomi, beberapa orang yang tidak mendukung tren *thrifting* juga menekankan bahwa membeli pakaian baru tidak selalu lebih mahal. Diskon dan flash sale yang ditawarkan oleh platform e-commerce seperti Shopee, TikTok, Lazada, dan Blibli membuka peluang bagi konsumen untuk membeli pakaian dengan harga yang terjangkau. Banyak orang yang pandai memanfaatkan diskon berpikir bahwa mereka dapat membeli barang baru dengan kualitas baik, tetapi dengan harga yang hampir sama atau bahkan lebih murah daripada barang bekas yang dijual murah. Mereka yakin bahwa dengan sedikit usaha mencari penawaran terbaik, membeli barang baru bisa lebih ekonomis tanpa mengorbankan kualitas dan kebersihan.

Selain itu, non-pengguna *thrifting* juga memperhitungkan ketahanan pakaian. Mereka percaya bahwa pakaian baru lebih awet dan tahan lama dibandingkan dengan pakaian bekas yang mungkin sudah rusak atau aus. Oleh sebab itu, biarpun pakaian baru mungkin sedikit lebih mahal pada mulanya, dalam jangka panjang, mereka menganggapnya sebagai investasi yang lebih baik karena pakaian itu dapat digunakan untuk jangka waktu yang lebih lama.

Pandangan tersebut mencerminkan bahwa walaupun *thrifting* menjadi tren yang menarik bagi banyak individu, terdapat sekelompok yang tetap skeptis dan memilih metode yang lebih tradisional dalam hal berbelanja pakaian. Kekhawatiran terhadap kesehatan, kualitas, dan nilai ekonomi pakaian bekas adalah alasan utama mengapa beberapa orang lebih memilih untuk membeli pakaian baru.

***Thrifting* Dari Segi Kesehatan**

Membeli pakaian bekas atau *thrifting* saat ini semakin populer karena harganya yang lebih terjangkau dan dampaknya yang lebih ramah lingkungan. Namun dari sisi kesehatan, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan terkait risiko yang muncul dari pembelian pakaian tersebut. Salah satu kekhawatiran yang muncul adalah potensi paparan alergen, iritasi kulit, dan risiko penularan penyakit.

Ketika pakaian *thrifting* dipajang di toko-toko atau pasar, pakaian tersebut terpapar langsung udara luar yang mungkin mengandung polusi, debu, dan partikel-partikel lainnya. Polusi udara di sekitar area penjualan, terutama di tempat-tempat yang terbuka atau ramai, bisa menempel pada serat-serat pakaian. Debu dan partikel ini dapat membawa alergen seperti tungau, atau bahan kimia tertentu yang dapat menimbulkan reaksi alergi pada sebagian orang, terutama mereka yang memiliki kulit sensitif. Paparan terhadap bahan-bahan tersebut dapat memicu gatal-gatal, ruam, dan bahkan eksim jika tidak segera dibersihkan dengan baik.

Selain itu, pakaian yang dipajang di toko *thrifting* sering kali disentuh oleh banyak orang, bahkan dicoba oleh beberapa pembeli sebelum dibeli. Kontak fisik yang berulang kali ini meningkatkan risiko penularan bakteri, jamur, atau bahkan virus melalui permukaan kain. Meskipun risikonya tidak selalu tinggi, terutama jika pakaian tersebut dicuci dan dirawat dengan baik setelah dibeli, kemungkinan adanya mikroorganisme yang menempel pada pakaian bekas tetap ada. Hal ini menjadi perhatian khusus jika pakaian tersebut tidak langsung dicuci dengan benar sebelum dipakai.

Beberapa kasus juga melaporkan adanya risiko penularan penyakit kulit seperti kudis (*scabies*) atau infeksi jamur melalui pakaian bekas. Kondisi seperti ini bisa terjadi jika pakaian tersebut sebelumnya digunakan oleh seseorang yang menderita penyakit kulit dan pakaian tidak dibersihkan dengan baik sebelum dijual kembali. Meskipun kasus-kasus seperti ini jarang terjadi, penting bagi konsumen untuk lebih berhati-hati dan memastikan bahwa pakaian yang dibeli melalui *thrifting* selalu dicuci dan disterilkan sebelum dikenakan untuk meminimalkan risiko kesehatan.

Untuk meminimalkan risiko ini, penting untuk mencuci pakaian *thrifting* dengan cara benar sebelum digunakan. Salah satu cara yang efektif adalah dengan merendam pakaian dalam air panas bersuhu sekitar 60 derajat *Celcius* selama 10 menit. Perendaman ini bisa dilakukan dengan menambahkan deterjen ke dalam air panas, atau bisa juga pakaian direndam terlebih

dahulu lalu dicuci dengan deterjen setelahnya. Suhu panas ini akan membantu membunuh bakteri, kuman, atau parasit yang mungkin masih ada pada pakaian, serta membersihkan alergen yang menempel pada pakaian. Setelah proses perendaman dan dicuci, pakaian harus dibilas hingga bersih dan dikeringkan secara sempurna, baik menggunakan pengering dengan suhu tinggi atau di bawah sinar matahari langsung. Dengan langkah-langkah ini, pakaian bekas bisa tetap digunakan tanpa khawatir terhadap risiko kesehatan yang mungkin ditimbulkan.

KESIMPULAN

Tren *thrifting* ini semakin populer terutama di kalangan anak muda karena faktor-faktor seperti harga yang terjangkau, kesadaran lingkungan, dan kemampuan untuk mengekspresikan gaya pribadi. Media sosial dan perubahan trend mode yang cepat turut mendorong peningkatan minat terhadap *thrifting*, di mana banyak orang melihat *thrifting* sebagai cara yang lebih berkelanjutan dibandingkan *fast fashion*.

Namun, pandangan masyarakat terhadap *thrifting* beragam. Beberapa orang mengapresiasi *thrifting* karena dapat menghemat biaya dan menawarkan barang-barang unik dengan harga lebih murah. Sebaliknya, ada juga kelompok yang skeptis terhadap *thrifting* karena masalah kesehatan, kualitas produk, dan ketahanan pakaian bekas. Mereka menganggap bahwa pakaian baru menawarkan kualitas yang lebih baik dan kepuasan psikologis.

Dari segi kesehatan, risiko allergen, iritasi kulit, dan penularan penyakit menjadi kekhawatiran utama bagi sebagian orang yang enggan membeli pakaian bekas. Untuk mengurangi risiko tersebut, langkah-langkah pembersihan yang tepat, seperti merendam pakaian dalam air panas dan mencuci dengan benar, disarankan agar pakaian bekas tetap aman untuk digunakan.

Secara keseluruhan, meskipun *thrifting* telah menjadi alternatif yang lebih populer dan berkelanjutan, masih ada tantangan yang perlu diperhatikan, terutama dari segi kualitas dan kesehatan, serta perbedaan preferensi antara pengguna dan non-pengguna *thrifting*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnesvy, F. (2022). *Penggunaan trend fashion thrift sebagai konsep diri pada remaja di Kota Bandung* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).

- Firjatulloh, M. I., & Sinduwiatmo, K. (2024). Mengungkap Tren Remaja dan Motivasi Konsumen dalam Budaya Hemat. *CONVERSE Journal Communication Science*, *1*(2), 16-24.
- Ghilmansyah, R., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2022). Fenomena thrifting Sebagai Gaya hidup milenial bogor. *Jurnal Nomosleca*, *8*(1), 1-16.
- Ibrahim, R., Bumulo, S., & Apajulu, S. (2024). Fenomena Thrifting Fashion di Era Milenial (Studi pada Mahasiswa Pengguna Thrifting Fashion di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo. *SOSIOLOGI: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(3 Mei), 136-145.
- Nugroho, L. S. (2023). Thrifting Budaya Konsumsi Pakaian Bekas Pada Mahasiswa. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, *25*(2), 20-27.
- Syaraahiyya, A., & Rusadi, E. Y. (2023). Fenomena Thrift Shopping Di Kalangan Masyarakat Akibat Perubahan Gaya Hidup Modern (Studi Globalisasi Di Wilayah Jawa Timur). *Abdi Masyarakat*, *5*(1), 2087-2093.