KONSEP DIRI PENGGUNA *FASHION* PAKAIAN BEKAS LAYAK PAKAI DI KALANGAN MAHASISWA

(Studi Kualitatif Konsep Diri Pengguna *Fashion* Pakaian Bekas Layak Pakai di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya)

Proposal Penelitian

Diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Konsentrasi: *Broadcasting*

Oleh :
Bimo Bati Sidiq
07031381823145

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2022

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

"KONSEP DIRI PENGGUNA FASHION PAKAIAN BEKAS LAYAK PAKAI DI KALANGAN MAHASISWA"

(Studi Kualitatif Konsep Diri Pengguna Fashion Pakaian Bekas Layak Pakai di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya)

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam Menempuh

Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi

Oleh :

Bimo Bati Sidiq

07031381823145

Pembimbing I	Tanda Tangan	Tanggal
1. Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si		
NIP. 196406061992031001	----------	22-07-2022
Pembimbing II		
2. Krisna Murti, S. Ikom, MA		
NIP. 198807252019031010	----------	19-07-2022

Mengetahui,
Ketua Jurusan,

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

"Konsep Diri Pengguna *Fashion* Pakaian Bekas Layak Pakai di Kalangan Mahasiswa (Studi Kualitatif Konsep Diri Pengguna *Fashion* Pakaian Bekas Layak Pakai di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya"

Skripsi
Oleh :
Bimo Bati Sidiq
07031381823145

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 26 Juli 2022

Pembimbing :	Tanda Tangan
1. Dr. Muhammad Husni Thamrin. M.Si NIP. 196406061992031001	----------
2. Krisna Murti. S.I.Kom., MA NIP. 198807252019031010	----------

Penguji :	Tanda Tangan
1. Erlisa Saraswati. S.KPM., M.Sc NIP. 199209132019032015	----------
2. Harry Yogsunandar, S.IP., M.I.Kom NIP.	----------

Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,	Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Prof. Dr. Alfitri, M.Si NIP. 196601221990031004	**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si** NIP. 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Bimo Bati Sidiq
NIM	:	07031381823145
Tempat dan Tanggal Lahir	:	Medan, 21 April 2001
Program Studi/Jurusan	:	Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	:	Konsep Diri Pengguna *Fashion* Pakaian Bekas Layak Pakai di Kalangan Mahasiswa (Studi Kualitatif Konsep Diri Pengguna *Fashion* Pakaian Bekas Layak Pakai di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 14 Juli 2022
Yang membuat pernyataan,

Bimo Bati Sidiq
NIM. 07031381823145

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"*Apapun yang menjadi takdirmu,*
akan mencari jalannya menemukanmu"
Ali Bin Abi Thalib

-

"*Hiduplah seakan-akan kamu akan mati hari esok*
dan belajarlah seolah kamu akan hidup selamanya"
Mahatma Ghandi

"Tidak ada sesuatu yang mustahil untuk dikerjakan,
Hanya saja tidak ada sesuatu yang mudah"
Napoleon Bonaparte

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua dan kakak saya yang selalu memberikan semangat, motivasi, nasehat, do'a dan kasih sayang baik yang selalu ada dalam mengiringi setiap langkah perjuangan penulis hingga detik ini dan skripsi ini saya persembahkan untuk almamater ku Universitas Sriwijaya serta untuk teman-teman yang mendukung dan menyemangati saya dalam pengerjaan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat melakukan penelitian ini. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita menuju jalan yang lurus untuk mencapai kebahagiaan di dunia juga di akhirat.

Penelitian ini merupakan penelitian mengenai Konsep Diri Pengguna Fashion Pakaian Bekas Layak Pakai Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya, penulis menyadari bahwa proses melakukan penelitian ini tentu tidak terlepas dari adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih sebesarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya Palembang.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya Palembang, dan juga selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu, tenaga dan fikirannya untuk memberikan bimbingan, nasihat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini, beserta jajarannya.
4. Bapak Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si selaku Sekertaris Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya Palembang, beserta jajarannya.
5. Bapak Krisna Murti, S.Ikom., MA selaku Dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu, tenaga dan fikirannya untuk memberikan bimbingan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Mbak Sertin Agustina Amina dan Mbak Shelvianty Yoansyah selaku Staf administrasi jurusam Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang selalu membantu mengarahkan dalam tahapan pemyusunan skripsi ini.

7. Segenap dosen dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah mendidik dan membagikan ilmunya sehingga penulis dapat melakukan penyusunan skripsi ini.
8. Kedua orang tua saya Ibu Sutiwi, Bapak Yuda Afrizal serta Mamas saya Akbar Dewantoro yang saya cintai dan seluruh keluarga yang tiada hentinya memberikan dukungan, segala kasih sayang, pengorbanan serta do'a.
9. Untuk kedua orang terdekat Rachmita Amira Ichwany dan M Rezki Martanizar yang selalu membantu dan menjawab pertanyaan yang dibutuhkan.
10. Seluruh teman-teman dari Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang memberi motivasi dalam penyelesaian penelitian ini.
11. Semua pihak yang telah berjasa atas terselesaikannya penelitian ini, yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu. Semoga senantiasa mendapatkan limpahan rahmat dari-Nya.
12. Untuk saya sendiri yang selalu semangat dan pantang menyerah dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai guna mengejar gelar S1 untuk mencapai cita-citanya.

Palembang, 19 September 2022

Bimo Bati Sidiq
(07031381823145)

ABSTRAK

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Konsep Diri Pengguna *Fashion* Pakaian Bekas Layak Pakai di Kalangan Mahasiswa (Studi Kualitatif Konsep Diri Pengguna *Fashion* Pakaian Bekas Layak Pakai di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep diri yang terbentuk saat menggunakan *fashion* pakaian bekas layak pakai di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya. Untuk membahas penelitian ini, teori yang digunakan yaitu teori Konsep Diri (*Self Concept)* yang dikemukakan oleh Calhoun & Accocella yang didalamnya terdapat 3 (tiga) dimensi konsep diri. Dimensi tersebut meliputi: Pengetahuan, Pengharapan dan Penilaian. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode analisis kualitatif deskriptif yaitu suatu bentuk penelitian yang meliputi proses pengumpulan data dan penyusunan data. Proses pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi dan studi pustaka serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ke-tiga dimensi pada teori Calhoun dan Accocella telah dilaksanakan dengan baik didukung oleh hasil wawancara mendalam pada informan penelitian sehingga menunjukkan timbulnya rasa kepercayaan diri dari diri mereka saat menggunakan *fashion* pakaian bekas layak pakai. Munculnya epercayaan diri merupakan terbentuknya konsep diri yang positif dalam menggunakan *fashion* pakaian bekas layak pakai.

Kata Kunci : Konsep Diri (*Self Concept),* Kepercayaan Diri, *Fashion*, Pakaian Bekas Layak Pakai

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. M. Husni Thamrin, S.IP., M.Si	**Krisna Murti, S.I.Kom., MA**
NIP. 196406061992031001	**NIP. 198807252019031010**

Palembang, 20 Juli 2022

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya

Dr. M. Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

ABSTRACT

ABSTRACT

This research is entitled "Self-Concept of Appropriate Used Clothing Fashion Users among Students" (Qualitative Study of Self-Concept of Appropriate Used Clothing Fashion Users on Communication Science Students at Sriwijaya University". This study aims to determine the self-concept that is formed when using second-hand fashion clothing that is suitable for use among students of Sriwijaya University Communication Studies. To discuss this research, the theory used is the Self Concept theory proposed by Calhoun & Accocella in which there are 3 (three) dimensions of self-concept. These dimensions include: Knowledge, Expectations and Assessment The research method used is descriptive qualitative analysis method, which is a form of research that includes the process of collecting data and compiling data. The process of collecting data is carried out by in-depth interviews, observations and literature studies and documentation. The results show that the three dimensions of p there is a theory of Calhoun and Accocella has been carried out properly supported by the results of in-depth interviews with research informants so that it shows the emergence of a sense of self-confidence when using fashion . The emergence of self-confidence is the formation of a positive self-concept in using fashion decent used clothing

Keywords: Self Concept, Confidence, Fashion, Thrift, Secondhand Clothes, Used Clothing

Advisor I

Dr. M. Husni Thamrin, S.IP., M.Si
NIP. 196406061992031001

Advisor II

Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010

Palembang, July 20th 2022
Head of the Department of Communication,
Faculty of Social and Political Sciences,
Sriwijaya University

Dr. M. Husni Thamrin, S.IP., M.Si
NIP. 196406061992031001

DAFTAR ISI

Contents

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI i

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI ii

PERNYATAAN ORISINALITAS iii

MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv

KATA PENGANTAR v

ABSTRAK vii

ABSTRACT viii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 17

1.3 Tujuan Penelitian 17

1.4 Manfaat Penelitian 17

1.4.1 Manfaat Teoritis 17

1.4.2 Manfaat Praktis 17

BAB II 18

TINJAUAN PUSTAKA 18

2.1 Landasan Teori 18

2.2 Komunikasi 18

2.3 Komunikasi Nonverbal 18

2.3.1 Jenis-Jenis Komunikasi Nonverbal.....19

2.3.2 Komunikasi Artifaktual Pakaian.....20

2.5 Teori Konsep Diri.....21

2.5.1 Pengertian Konsep Diri Menurut Para Ahli.....21

2.5.2 Komponen-Komponen Konsep Diri 22

2.5.3 Faktor–Faktor yang Memepengaruhi Konsep Diri 23

2.5.4 Pembagian Konsep Diri 25

2.6 Teori Konsep Diri Menurut Calhoun dan Acocella.....26

2.6.1 Dimensi Konsep Diri 26

2.7 Hubungan antara Konsep Diri dan Komunikasi 27

2.8 *Trend Fashion* 29

2.8.1*Trend* atau Gaya Hidup 29

2.8.2Fesyen atau *Fashion*.....30

2.9 Pakaian Bekas Layak Pakai 32

2.9.1Pakaian.....32

2.9.2Pakaian Bekas.....32

2.10 Kerangka Pemikiran.....33

2.11 Penulis Terdahulu 34

BAB III 36

METODE PENELITIAN 36

3.1 Desain Penelitian 36

3.2 Definisi Konsep.....37

3.3 Fokus Penelitian 37

3.4 Unit Analisis.....38

3.5 Informan Penelitian 39

3.5.1 Kriteria Informan 39

3.5.2 Key Informan.....40

3.5.3 Informan Pendukung.....41

3.6 Data dan Sumber Data 41

3.6.1 Data ….……41

3.6.2 Sumber Data 42

3.7 Teknik Pengumpulan Data.....43

3.7.1 Wawancara 43

3.7.2 Studi Pustaka dan Dokumentasi.....43

3.8 Teknik Keabsahan Data 44

3.9 Teknik Analisis Data.....45

3.9.1 Pengumpulan Data.....45

3.9.2 Kondensasi Data.....45

3.9.3 Penyajian Data.....46

3.9.4 Penarikan Kesimpulan 46

BAB IV 47

GAMBARAN UMUM.....47

4.1 Sejarah *Trend Fashion* Pakaian Bekas Layak Pakai 47

4.2 Dampak Positif dan Negatif Mengkonsumsi Pakaian Bekas Layak Pakai 49

4.3 Sejarah Perkembangan *Fashion*.....50

4.4 Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya 52

BAB V.....56

HASIL DAN ANALISIS 56

5.1 Dimensi Pengetahuan.....64

5.2 Dimensi Pengharapan 68

5.3 Dimensi Penilaian 70

BAB VI 98

KESIMPULAN DAN SARAN.....98

6.1 Kesimpulan 98

6.2 Saran 100

6.2.1Saran Akademis.....100

6.2.2Saran Praktis 100

DAFTAR PUSTAKA 101

LAMPIRAN 98

HASIL PENGECEKAN TURNITIN 129

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Nama dan Pengikut Tenant Akun Instagram yang Berpartisipasi dalam *Event* Palembang *Thrift Fest*.....13

Tabel 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran 32

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....33

Tabel 3.1 Rincian Variabel Penelitian 37

Tabel 3.2 Profil Informan Wawancara..... 39

Tabel 5.1 Profil Informan Wawancara 86

Tabel 5.2 Klasifikasi Tabel Hasil Penelitian..... 86

Tabel 5.3 Poin-Poin Ciri Konsep Diri yang Dimilii Setiap Informan..... 89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Observasi melalui *Press Release* 2

Gambar 1.2 Hasil Diagram dari *Survey* Ringan Terhadap Mahasiswa..... 7

Gambar 1.3 Pasar Lemabang yang Menjual Pakaian Bekas Layak Pakai 12

Gambar 1.4 Akun Instagram Penjual Pakaian Bekas Layak Pakai yang Berpartisipasi Mengikuti *Event* Palembang *Thrift Fest* 14

Gambar 5.1 Observasi Akun Instagram Temoean Mata 58

Gambar 5.2 Observasi Akun Instagram Informan 1 58

Gambar 5.3 Observasi Akun Instagram Informan 2 59

Gambar 5.4 Observasi Akun Instagram Informan 4 60

Gambar 5.5 Observasi Akun Instagram Informan 5 62

DAFTAR LAMPIRAN

Dokumentasi Penelitian 99

Pedoman Wawancara 101

Transkrip Wawancara 102

Hasil Turnitin 123

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan nyata industri *fashion* yang disertai adanya suatu ancaman dari limbah tekstil yang menyebabkan kerusakan lingkungan. Menurut *UN Climate Change News*, kontribusi 10% diberikan oleh industri *fashion* terhadap emisi gas rumah kaca melalui rantai pasokan yang panjang dan produksi yang intensif energi. Menurut data pada 2018, 2,1 miliar ton CO2eq dihasilkan oleh industri *fashion* yang berarti menyumbang 4% dari emisi karbon global dengan negara-negara seperti Jerman, Prancis, dan negara Inggris sebagai 3 (tiga) negara non-emitor teratas. Seiring dengan ancaman tersebut, masyarakat tersadarkan dengan berkembangnya *trend thrifting* atau mengkonsumsi pakaian bekas layak pakai.

Pakaian merupakan kebutuhan primer manusia dimana kebutuhan primer yaitu kebutuhan pokok yang mutlak dipenuhi oleh semua manusia. Kebutuhan primer ini merupakan hal yang paling penting untuk dipenuhi guna melanjutkan keberlangsungan hidup. Berbeda dalam memenuhi keinginan *trend* dan *fashion* dalam berpakaian tentunya sudah tidak termasuk kedalam kebutuhan primer. Pastinya yang kebanyakan orang ketahui dalam mengikuti suatu *trend fashion* harus memiliki ekonomi yang cukup karena harganya yang mahal. Tetapi seiring berkembangnya zaman sudah ada *fashion* pakaian bekas layak pakai sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan *trend fashion* seseorang dengan harga yang murah.

Pakaian bekas layak pakai memang sudah diminati oleh sebagian kalangan remaja khususnya pelajar di kota Palembang dimana memiliki kaitan yang erat dengan gaya hidup *modern* yang mengutamakan gengsi. Pakaian merupakan sarana komunikasi yang penting dan juga merupakan bentuk komunikasi non-verbal, yaitu komunikasi non-verbal artifaktual. Menurut Stone, bahwa pakaian menyampaikan suatu pesan. Pakaian terlebih dahulu terlihat sebelum mendengar kata-kata. Pesan yang disampaikan oleh pakaian tergantung pada banyak variabel seperti latar belakang budaya, pengalaman dan lain sebagainya. Pakaian dapat menyampaikan pesan yang membedakan satu orang dengan yang lain. Kita dapat mengetahui apakah seseorang adalah anggota musik dangdut, music keroncong atau music *rock* dari pakaiannya, atau kita dapat mengetahui dari seragamnya apakah mereka masih duduk di kursi SD, SMP, ataupun SMA.

Gambar 1.1

Hasil Observasi melalui Press Release

Sumber: Tempo.co & Kompas Fotografi

Dapat dilihat pada Gambar 1.1 diatas bahwa adanya Tren pakaian bekas layak pakai dimana sebagian besar yang dijual di pasaran merupakan pakaian bekas impor yang megakibatkan industri pakaian di Indonesia terkalahkan oleh keberadaaannya. Pakaian bekas layak pakai juga merupakan salah satu tujuan masyarakat untuk mendapatkan gaya yang berbeda dengan yang lain, rata-rata pakaian bekas layak pakai memiliki merek terkenal dari luar negeri dan model pakaiannya tidak pasaran. Pakaian bekas layak pakai yang dijual di pasaran biasanya yaitu pakaian yang merupakan produk gagal atau reject, pakaian yang sudah digunakan orang, atau produk dari luar negeri yang tidak laku dijual, seperti dari Singapura, Malaysia, Korea, Eropa, dan Thailand. Pelanggan yang membeli pakaian bekas layak pakai berpendapat bahwa pakaian bekas layak pakai memiliki model yang unik, harga yang murah, *branded*, dan merupakan barang impor (Fatimah, 2016).

Manusia pada kehidupan sehari-harinya tak dapat dipisahkan dari komunikasi. Sebagai makhluk hidup sosial, manusia hidup berkembang serta berperan memiliki hubungan dan bekerja sama dengan orang lain melalui komunikasi. Komunikasi menjadi bagian terpenting dari kehidupan yang membantu dalam memberikan pesan kepada sesama manusia. Pesan bukan hanya kata-kata melainkan simbol, isyarat, pakaian dan bahasa tubuh itu merupakan cara melakukan aktivitas komunikasi dengan cara verbal maupun non verbal yang digunakan untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan manusia.

Komunikasi nonverbal interaksi yang dilakukan antara si pengirim dan juga penerima pesan dengan tidak menggunakan kata-kata secara sengaja atau tak sengaja. Pengirim dan juga penerima pesan seringkali tak menyadari akan hal tersebut. Secara teori, jenis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan dan saling jalin menjalin dan melengkapi pada komunikasi yang dilakukan sehari-hari (Afdjani, 2014:65). Ada beberapa jenis dari komunikasi nonverbal, salah satunya adalah komunikasi nonverbal artifaktual yang didefinisikan sebagai komunikasi yang terjadi melalui pakaian dan pengaturan seperti pakaian, *make-up*, tindakan atau benda lain (Bernard, 2011).

Pakaian merupakan kebutuhan pokok yang berfungsi untuk melindungi tubuh manusia. Seseorang dapat mengekspresikan cara hidupnya melalui pakaian karena pakaian adalah hal terpenting yang mendukung penampilan mereka. Dengan berpakaian, seseorang mendapatkan kepercayaan pada orang lain. Gaya berpakaian kalangan masyarakat kelas menengah ke bawah dan ke atas memiliki perbedaan gaya yang terlihat dari tingkat sosialnya. Melalui pakaian juga dimungkinkan untuk menyampaikan pesan sehingga pakaian menjadi bagian dari komunikasi nonverbal.

Pada era sekarang ini pakaian atau dunia *fashion* merupakan sebuah fenomena baru bahkan menjadi suatu kebutuhan utama dalam hal bersosial. Fenomena sosial merupakan segala sesuatu yang terjadi dalam masyarakat. Pakaian bekas layak pakai ini dikatakan fenomena, sebagian masyarakat yang berpandangan negatif terhadap pakaian bekas karena pakaian tersebut sudah bekas pakai orang lain yang dianggap kotor dan menjadi sarang penyakit, tetapi sekarang justru diminati oleh sebagian masyarakat melihat kualitas pakaiannya yang masih bagus dan harga yang terjangkau sebagai *fashion* mereka. Menurut Malcolm (2016), pakaian juga memiliki peran sebagai alat komunikasi berupa adat, identitas serta sifat individu dari pemakainya. Pakaian dianggap sebagai media komunikatif yang seiring berjalannya waktu fungsinya bergeser menjadi penunjuk identitas diri dan kepercayaan diri seseorang.

Seiring perkembangan zaman, tuntutan akan gaya hidup masyarakat semakin meningkat, khususnya dalam gaya hidup berbusana. Gaya hidup merupakan tindakan dan pola yang membedakan seseorang dan orang yang lain. ‘Gaya’ pada kamus bahasa Indonesia merupakan arti kata ‘*style’* dalam bahasa Inggris. Istilah gaya sering digunakan saat seseorang ingin mengkategorikan ekspresinya dalam menunjukkan kepribadiannya. Gaya dapat menjadi suatu wadah yang digunakan untuk mengungkapkan pesan ataupun suatu makna tertentu yang menggambarkan perasaan.

Gaya hidup suatu masyarakat sesekali didasarkan pada pengaruh orang lain yang berasumsi bahawa gaya atau *style* orang lain itu sesuai dengan preferensi mereka. Misalnya saat masyarakat menengah ke bawah ingin menciptakan gaya sebagai identitasnya tetapi tidak bisa membeli *fashion* kelas atas, maka mereka akan mencari cara untuk tetap menjaga *trend fashion* dengan kualitas yang lebih rendah tetapi tetap serupa seperti aslinya. Karena itu, apa yang dilakukan orang-orang ini lebih bergantung pada *trend* yang dikembangkan oleh pecinta *fashion*. Gaya hidup mencakup banyak jenis seperti musik, pakaian, makanan, dll. Penulis membahas tentang pakaian *trend* pakaian menjadi suatu budaya yang dinamis, perubahan *trend fashion* ini mengikuti perkembangan zaman dan minat individu serta kelompok pembuat serta pengguna *fashion*.

Penulis melihat *trend fashion* ini sangat menarik untuk dibahas, ketika terjadinya perputaran *trend* di kalangan masyarakat tertentu. Dengan kemudahan masyarakat mengakses suatu informasi, informasi mengenai *fashion* menjadi penting bagi masyarakat. Masyarakat dengan mudah mengikuti *fashion* yang sedang populer disaat itu. Mereka akan melakukan apapun untuk mengikuti *trend fashion* khususnya terutama para remaja di Indonesia. Kebutuhan masyarakat dalam memenuhi gaya hidup berpakaian saat ini berbeda-beda mengikuti *trend fashion* sesuai masanya. Kebutuhan pakaian saat ini kurang lebih ditandai dengan barang bermerk serta berkualitas. Dengan tersedianya pakaian bekas layak pakai dapat sedikit membantu masyarakat untuk mendapatkan pakaian yang bermerk dan berkualitas serta harganya terjangkau bagi semua kalangan.

Fashion merupakan cara berpakaian yang sesuai dengan *trend* terkini, perkembangan *fashion* saat ini selalu diharapkan oleh sebagian kalangan. Beberapa orang berlomba-lomba memakai pakaian sesuai dengan *tren* saat ini, dalam dunia *fashion*, pakaian merupakan simbol perubahan budaya yang selalu berkembang seiring dengan kemajuan pola pikir masyarakat di dunia mengenai *fashion*. Dengan mengikuti perkembangan *trend fashion*, seseorang menjadi sosok yang *fashionable* dilihat dari cara berpakaian serta gaya hidup seseorang tersebut.

Perkembangan *fashion* khusunya di Indonesia telah berkembang pesat. Masyarakat Indonesia semakin terbuka terhadap pengetahuan global semenjak adanya kemajuan arus informasi dan teknologi. Di negara Indonesia *trend fashion* banyak dipengaruhi oleh *fashion* gaya barat. Dilihat dari pertumbuhan pasar *fashion global* di pusat perbelanjaan pada kota-kota besar di negara Indonesia. Berdasarkan data Badan

Ekonomi Kreatif (BEKRAF) mengenai jumlah usaha/perusahaan ekonomi kreatif tahun 2016 dari 10 wiliyah di Indonesia, *fashion* menduduki peringkat kedua berjumlah 1.230.988 usaha. Pulau Sumatera berada di peringkat teratas yaitu memiliki 232.118 usaha atau perusahaan dibidang *fashion* (data.bekraf.go.id). Ditambah lagi saat ini banyaknya toko *online* di media sosial yang menjual fashion branded yang membuat masyarakat semakin mudah mendapatkan *fashion* yang dikategorikan eksklusif ini.

Trend fashion internasional belum mampu kuat diikuti oleh perekonomian di negara Indonesia. Masyarakat Indonesia yang tertarik untuk membeli pakaian bekas dengan harga yang lebih murah karena berdampar dari keringinan mereka untuk mengkonsumsi *fashion* berkualitas dengan *brand* ternama membuat sebagian besar. Perilaku membeli pakaian bekas sudah marak di ranah fashion bahkan menjadi suatu *trend* di masyarakat. Namun, istilah barang bekas tentu meninggalkan kesan negatif. Pada akhirnya muncul istilah *preloved* atau *thrift* yang memberi nilai lebih pada pakaian bekas layak pakai (Fatima, 2016).

Terkait hal diatas pakaian bekas layak pakai dapat dijadikan solusi bagi mereka yang ingin tetap tampil mengikuti *trend fashion* yang bermerk dengan harga murah. Di kota Palembang peminat pada pakaian bekas layak pakai atau biasa disebut BJ (BeJe) di kalangan masyarakat kota Palembang sangat meningkat. Semakin banyaknya peminat pakaian bekas di kota palembang menciptakan pertumbuhan ekonomi, terdapat banyak toko yang menjual pakaian bekas baik secara *offline* atau *online*. Pasar atau toko yang menjual pakaian atau barang bekas biasanya tidak diproduksi dalam jumlah banyak, sehingga dianggap *limited edition*. Di kota Palembang ada tempat-tempat yang menjual pakaian bekas layak pakai diantaranya yaitu: pasar Perumnas, pasar Lemabang, pasar Cinde, pasar Sekojo, pasar KM 5 dan pasar 16 Ilir Palembang. Keberadaan pasar pakaian bekas atau tempat jual BJ ini telah menjadi *trend* bagi masyarakat kota Palembang.

Gaya hidup ber-*fashion* susah untuk dilepaskan dari pola perilaku masyarakat modern, khusunya dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang dimaksudkan dalam penelitian ini merupakan masyarakat yang berdomisili di kota Palembang dan sedang dalam masa menempuh pendidikan di Universitas Sriwijaya. Memakai pakaian bekas layak pakai menjadi suatu cara dalam menunjukkan status sosial dan citra diri mahasiswa Universitas Sriwijaya. Hal itu menjadi *trend fashion* yang digunakan untuk mengekspresikan citra diri dan komunikasi non-verbal dari pemakainya (Trisnawati,

2012). Citra diri sendiri adalah komponen kognitif dari konsep diri (Rakhmat, 2007).

Konsep diri menurut Chaplin (dalam Lidya, Devi jatmika 2018) adalah penilaian individu terhadap dirinya sendiri. Menurut Papalio, Olds dan Feldman (2009), konsep diri terbentuk berdasarkan interaksi atau hubungan individu terhadap orang-orang di sekitarnya, persepsi orang lain tentang diri seseorang tak dapat lepas dari suatu peran, struktur dan juga status sosial orang tersebut. Konsep diri bukan merupakan faktor yang dibentuk dan dipelajari oleh pengalaman suatu individu yang memiliki hubungan dengan individu lain (Subadi, 2008).

Pada penelitian ini penulis menggunakan teori konsep diri yang dikemukakan oleh Calhoun dan Acocella (2002) yang mendefinisikan konsep diri sebagai pandangan individu atau seseorang terhadap dirinya sendiri, yang terdiri dari tiga dimensi yaitu dimensi pengetahuan yang artinya apa yang individu ketahui tentang dirinya, dimensi pengharapan yaitu individu memiliki seperangkat perspektif yang berbeda mengenai suatu kemungkinan individu akan menjadi apa di masa depan, dan dimensi penlilaian di mana individu menjadi evaluator terhadap dirinya setiap hari dan mengukur apakah individu sesuai atau tidak dengan harapan untuk dirinya. Ketiga dimensi ini akan dikaitkan oleh penulis dengan pengetahuan, pengaharapan serta penilaian mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya saat menggunakan *fashion* pakaian bekas layak pakai.

Konsep diri dan citra diri merupakan hal penting untuk diperlihatkan ketika seorang individu hidup bermasyarakat, dimana individu menjadi suatu penilaian dalam sebuah hubungan atau interaksi. Konsep diri ini membuat individu memiliki pandangan terhadap dirinya sendiri. Berawal dari padangan mengenai dirinya sendiri maka mereka juga akan menentukan kepercayaan diri mereka ketika mereka bisa menggunakan pakaian bekas layak pakai tersebut. Dengan keberadaan *trend fashion* pakaian bekas layak pakai ini dapat membantu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya menambah kepercayaan diri dan merasakan kepuasan dalam memakai pakaian bekas. Konsep diri erat hubungannya dengan komunikasi. Terdapat dua jenis konsep diri, yaitu konsep diri positif serta konsep diri negatif yang akan mempengaruhi suatu keberhasilan komunikasi antarpribadi pada suatu individu.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis ingin membahas lebih jauh tentang "Konsep Diri Pengguna *Fashion* Pakaian Bekas Layak Pakai Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya". Untuk memberi jawaban pada permasalahan tersebut, dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif

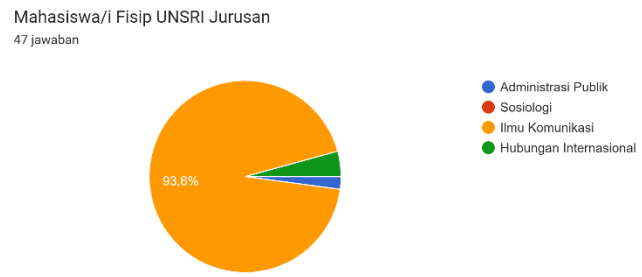
deskriptif melalui teori konsep diri agar dapat mengungkapkan bagaimana konsep diri yang terbentuk saat menggunakan *fashion* pakaian bekas layak pakai di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.

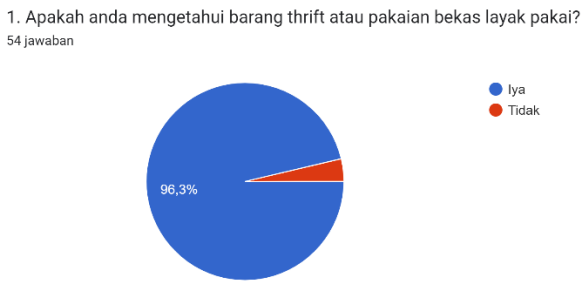
Terdapat beberapa alasan mengapa penulis melakukan penelitian ini, dengan alasan pertama yaitu penulis melihat berdasarkan *survey* ringan bahwa *fashion* pakaian bekas layak pakai banyak diminati oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.

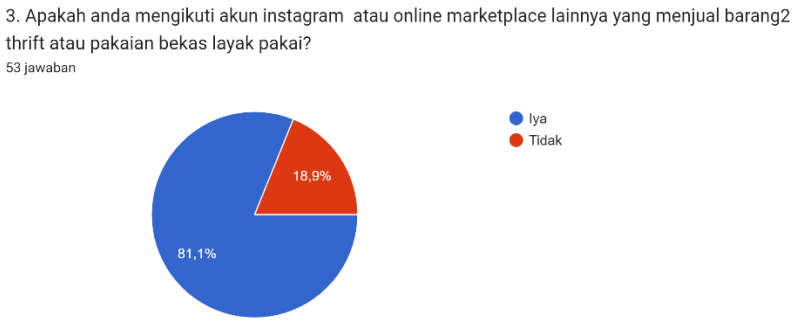
Peminat *fashion* pakaian bekas layak pakai di sebagian kalangan masyarakat pada era ini semakin meningkat, khususnya pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya. Mengkonsumsi pakaian bekas layak pakai merupakan suatu hal baru dan di gemari oleh sebagian masyarakat. Penulis melakukan *survey* ringan pada penelitian ini menggunakan GoogleForm yang disebar luaskan kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Fisip), Universitas Sriwijaya. Dari ke-empat jurusan dari Fisip Universitas Sriwijaya, rata-rata mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi yang paling banyak mengisi survey dan memiliki minat terhadap pakaian bekas layak pakai. Setelah *survey* ringan disebarluaskan, penulis mendapatkan 54 mahasiswa yang mengisi *survey* ringan tersebut dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 1.2

Hasil Diagram dari Survey Ringan Terhadap Mahasiswa







Sumber: Google Form

Dapat dilihat pada gambar diatas bahwa dari total 54 mahasiswa Fisip Universitas Sriwijaya yang mengisi survey ini, terdapat 47 jawaban dimana 93,6% nya merupakan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Sriwijaya yang paling banyak mengetahui serta memiliki minat terhadap *fashion* pakaian bekas layak pakai. Sehingga penulis menjadikan mahasiswa Ilmu Komunikasi, Universitas Sriwijaya sebagai objek pada penelitian ini.

Kemudian pada pertanyaan pertama dari hasil *survey* ringan diatas dapat dilihat dari total 54 jawaban 96,3% mahasiswa mengetahui keberadaan *fashion* pakaian bekas layak pakai, lalu pada pertanyaan kedua dengan total yang sama 81,5 mahasiswa juga mengkonsumsi pakaian bekas layak pakai dan pada pertanyaan terakhir terlihat jelas bahwa 81,1% mahasiswa selain dari sekedar mengetahui dan mengkonsumsi pakaian bekas layak pakai, mereka juga mengikuti akun-akun Instagram ataupun *online marketplace* lainnya yang menjual pakaian bekas layak pakai. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa sekitar 80% mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya memiliki minat terhadap *fashion* pakaian bekas layak pakai.

Alasan penelitian kedua yaitu penulis ingin melihat bagaimana pakaian sebagai komunikasi dimana pakaian bekas yang berkonotasi negatif dapat membentuk konsep diri yang didukung dari keyakinan mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap dirinya sendiri menjadi positif saat menggunakan pakaian bekas layak pakai.

Pakaian dikatakan sebagai komunikasi karena telah menjadi fenomena kultural yang berproses dengan caranya sendiri dialami dan sebagai komunikasi tatanan sosial, *fashion* dan pakaian secara simbolis mengikat suatu komunitas (Roach & Eicher, 1979:18). Salah satu jenis komunikasi yaitu komunikasi artifaktual yang merupakan salah satu jenis pesan dari komunikasi nonverbal merupakan komunikasi yang berlangsung melalui pakaian dan penataan (Duncan dalam Rakhmat, J:1985).

Sebagai sebuah fenomena budaya dan juga komunikasi, *fashion* dapat mengkomunikasikan banyak hal mengenai penggunanya. Pakaian yang seseorang gunakan dapat membuat pernyataan mengenai diri kita seolah-olah seseorang tersebut secara sengaja ingin menyampaikan suatu pesan. *Fashion* bisa menjadi cara untuk menunjukkan identitas seseorang atau kelompok kepada orang lain dan kelompok lain. *Fashion* dapat menjadi identitas, dan *fashio*n juga dapat mengekspresikan diri seseorang dalam berbagai. Individu yang masih muda ataupun sudah tua ingin tampil menarik, maka kebanyakan orang akan mengaku kurang percaya diri jika tidak menggunakan fashion yang menarik yang kini sedang trend dan terkenal atau ditandai dengan brand-brand ternama saat hendak bepergian.

Para remaja khususnya mahasiswa merupakan suatu individu yang sangat mudah untuk dipengaruhi, khususnya oleh modernitas karena tingginya gengsi mereka dan juga karena tuntutan kelompok sosialnya, maka dari itu remaja selalu mengikuti perkembangan *fashion* agar selalu terlihat *fashionable*. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, mereka tidak harus membeli barang-barang baru *branded* di mal, karena ada pakaian bekas yang kondisi barangnya sudah pernah dipakai oleh orang lain, tetapi masih sangat layak untuk dijual kembali karena kualitasnya sama ketika membeli barang di mal. Perbedaannya terlihat pada harga, pakaian bekas jauh memiliki harga yang lebih murah daripada harga di mal.

Pakaian bekas layak pakai memiliki keunikan tersendiri, orang-orang menilai bahwa pakaian bekas layak pakai memiliki daya tarik dan daya jual tersendiri. Karena pakaian bekas layak pakai tidak memiliki model yang sama atau pasaran seperti produk *fast fashion*, hal ini membuat pengguna pakaian bekas layak pakai lebih percaya diri untuk memakainya. Keunikan dari pakaian bekas layak pakai tentunya karena brangnya hanya ada satu, setiap individu mempunyai selera terhadap *fashion* yang pasti berbeda dan menjadikan seni tersendiri saat menggunakan pakaian bekas layak pakai.

Sebagai contoh sebagian orang merasa lebih percaya diri dan eksis jika menggunakan pakaian bekas layak pakai terutama yang bermerk atau impor, salah satu

alasan yang melatarbelakanginya adalah keunikan baju, karena menjadi baju satu – satunya (eksklusifitas). Belakangan ini pakaian bekas layak pakai telah menjadi sesuatu yang popular dan dianggap sebagai alternatif untuk dikonsumsi karena sudah menjadi sebuah *trend* dengan harganya yang murah dan barangnya unik dan ekslusif, keunggulan yang paling utama adalah dari segi lingkugan karena tidak harus mengorbankan bumi yang merupakan tempat tinggal manusia satu-satunya. Pakaian bekas layak pakai berperan dan menjadi salah satu solusi dalam berbelanja pakaian sekaligus meminimalisir dampak negatif lingkungan.

Konsep diri dapat dikatakan sebagai pandangan dan perasaan seseorang tentang dirinya (Rakhmat, 1996: 99). Konsep diri memiliki 2 komponen yaitu komponen afektif atau disebut harga diri, dan komponen kognitif yaitu citra diri. Hal ini mendukung keyakinan seseorang mengenai dirinya sendiri, apakah seseorang itu merasa negatif atau positif. Dalam konteks ini, pengguna pakaian bekas layak pakai memiliki keyakinan secara positif bahwa dengan memakai baju bekas impor, ada perasaan unik, eksklusif, dapat dengan bangga menunjukkan identitas yang dibentuk. Disini pemakai baju bekas impor menghiraukan anggapan negatif yang berkembang disekitarnya.

Kepercayaan diri yang muncul seperti seseorang akan lebih percaya diri ketika dirinya memakai pakaian yang menarik dan nyaman, sehingga rasa percaya diri juga memberikan pengaruh semangat dalam menjalankan aktivitas dan melakukan pekerjaan. Selain menumbuhkan rasa percaya diri, fashion yang menarik dan terlihat nyaman juga memiliki daya tarik tersendiri, dengan itu membuat orang lain merasa nyaman ketika berinteraksi dekat dengan kita.

Kepercayaan diri merupakan salah satu jenis konsep diri positif dimana kepercayaan diri akan kemampuan terbaik seseorang cukup dan pengetahuan tentang kemampuan seseorang dapat digunakan secara tepat untuk memecahkan dan mengatasi masalah dengan cara terbaik. yang lain tolong Rasa percaya diri terbentuk tidak dengan sendirinya, tetapi memiliki kaitan pada kepribadian suatu individu dan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor yang muncul dari pengalaman masa kecil suatu individu tersebut.

Menurut Anthony (M. Nur Ghufron dan Rini Risnawati S, 2012: 37), pembentukan harga diri seorang individu diawali dengan berkembangnya konsep diri yang berasal dari suatu pergaulan pada kelompok tertentu. Sebagai hasil dari interaksi yang berlangsung, maka terciptalah suatu konsep diri. Konsep diri yang positif juga bisa menjadi citra diri maupun harga yang positif. Harga diri ada dalam evaluasi diri. Harga diri seseorang dapat mempengaruhi kepercayaan diri seseorang.

Alasan penelitian terakhir yaitu alasan penelitian ketiga penulis juga melihat *trend* pakaian bekas layak pakai memiliki model pakaian yang terus berubah setiap waktunya yang membuat pengguna dapat bereksplorasi dengan *fashion* sesuai yang diinginkan sehingga pakaian bekas diminati oleh sebagaian mahasiswa yang memiliki gaya tersendiri tetapi tidak memerlukan biaya yang besar untuk mewujudkan gaya tersebut serta ramainya pasar yang menjual pakaian bekas layak pakai seperti pada pasar-pasar serta toko-toko kecil di Kota Palembang hingga toko-toko *online* di Instagram yang berbasis di Palembang.

Mengkonsumsi pakaian bekas layak pakai dianggap cocok untuk kalangan remaja yang gemar bereksperimen pada outfit nya dengan harga yang seminimalnya. Selain itu thrift juga menjadi kesempatan untuk menemukan pakaian hingga barang-barang unik dan langka sehingga berbelanja pakaian bekas layak pakai sering dijuluki mencari harta karun karena selain unik juga terdapat pakaian bermerk yang original tetapi didapatkan dengan harga murah.

Sejarah budaya konsumsi pakaian bekas pakai, dikutip dari ussfeed.com, asal awanya dari abad ke-18 sampai dengan awal abad ke-19, ketika revolusi industri memungkinkan pakaian menjadi banyak. Saat itu, harga pakaian menjadi sangat murah sehingga orang mengubah persepsi mereka tentang pakaian menjadi barang sekali pakai (pakai dan buang). Hal ini mengakibatkan banyak limbah yang ditambahkan ke pakaian bekas karena pakaian merupakan salah satu limbah yang paling mudah rusak.

Krisis ekonomi besar-besaran di Amerika pada 1920-an membuat sebagian besar warganya kehilangan pekerjaan. Hal ini juga mempengaruhi ketidakmungkinan membeli baju baru, sehingga sebagian besar dari mereka sudah terbiasa membeli baju bekas. Praktek ini menyebabkan pertumbuhan bisnis ritel pakaian bekas. Buffalo Exchange menjadi toko barang bekas pertama yang berhasil dibuka di 17 negara bagian di seluruh AS, dengan total 49 lokasi.

Saat ini, orang memutuskan untuk membeli furnitur terutama karena lebih murah. Dengan kata lain, itu bisa menjadi alternatif untuk menghemat uang. Pakaian bekas yang layak dijual dengan harga lebih murah daripada saat dibeli di mal atau butik. Harga yang ditawarkan murah karena barang tersebut bekas dan sudah digunakan. Meski begitu, kualitasnya tetap terjaga. Padahal, saat seseorang berbelanja pakaian bekas, seseorang tersebut bisa menemukan merek ternama jika seseorang tersebut memiliki kesabaran untuk menemukannya.

Seperti namanya, membeli pakaian bekas juga menawarkan seseorang kesempatan untuk membeli pakaian yang kurang trendi atau bergaya. Namun, melihat fashion yang sudah berjamur sekarang, banyak remaja yang menggunakan pakaian dengan bereksperimen dengan warna-warna gaya. Belanja hemat memungkinkan seseorang untuk lebih berkreasi dengan pakaian yang dikenakan. Mungkin juga seseorang dapat mencoba gaya baru yang belum pernah dipikirkan sebelumnya. Oleh karena itu, pakaian bekas layak pakai harus dijadikan sebagai alternatif penting untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Aktivitas *thrifting* atau membeli *fashion* pakaian bekas layak pakai kini ramai digandrungi banyak orang. Tempat-tempat membeli pakain bekas layak pakai tersebar luas di negara Indonesia terkhusus di Kota Palembang. Di Palembang masyarakat bisa menemukan pakaian bekas layak pakai yang unik dan bagus seperti pada Pasar 16 Ilir, Pasar Perumnas, Pasar Lemabang, Pasar Sekojo, Pasar Cinde dan lain sebagainya. Selain bisa didapat di pasar, pakaian bekas layak pakai juga banyak dijual di toko-toko kecil yang tersebar di Kota Palembang.

Pasar-pasar hingga toko-toko tersebut menjual berbagai macam pakaian *vintage*, mulai dari kemeja bergaya *oxford* hingga topi bergaya *retro*. Dalam membeli pakaian bekas layak pakai sebaiknya berhati-hati dalam memilih barang, mulai dari kondisi dan kualitasnya. Jika beruntung, seseorang bisa mendapatkan barang branded original dengan kualitas yang bagus. Tidak hanya pakaian, tetapi juga berbagai macam jeans, tas, topi serta aksesoris unik lainnya.

Gambar 1.3

Pasar Lemabang yang Menjual Pakaian Bekas Layak Pakai

Sumber : Hasil Observasi Penulis

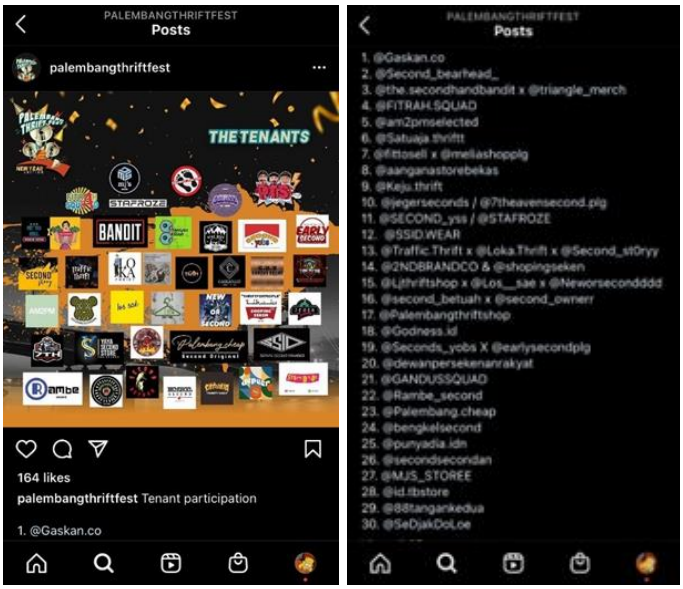
Berdasarkan gambar 1.2 diatas, dapat dilihat kondisi ramainya Pasar Lemabang yang menjual beragam pakaian bekas layak pakai. Kebanyakan barang dijual dengan harga yang serupa seperti kaos yang dijual, kisaran harganya terjangkau mulai dari Rp. 5.000,- sampai dengan Rp. 50.000,- tergantung dengan kualitas dan merek pakaiannya. Banyak juga bal yang dijual dengan harga pukul rata sehingga bisa beruntung mendapatkan pakaian yang bagus dengan harga yang sangat miring.

Selain pasar-pasar dan toko-toko sekarang ini juga banyaknya *online shop* di Instagram yang menjual pakaian bekas layak pakai khususnya yang berdomisili di Kota Palembang. Beberapa dari mereka bekerja sama dengan beberapa influencer untuk membantu mempromosikan toko *online* mereka dan influencer tersebut tampak percaya diri ketika mereka menggunakannya. Ini mematahkan gagasan bahwa pakaian bekas layak pakai tidak bagus atau keren untuk dipakai. Hal ini dikarenakan adanya keunikan dari fashion pakaian bekas layak pakai itu sendiri. Jika melihat toko *online* di *platform* Instagram, banyak yang menjual baju seperti jaket, kemeja, celana dan aksesoris dari brand ternama di seluruh dunia. Oleh karena itu, adanya *trend fashion* pakaian bekas yang dikenakan dapat memberikan peluang bisnis untuk komunikasi yang sedang memasuki dunia bisnis. Selain mengeluarkan modal yang tidak sedikit, minat dan bakat para pengusaha di bidang fashion juga bisa tersalurkan.

Para penjual pakaian bekas layak pakai melalui *online shop* di Instagram seringkali dikumpulkan dalam suatu *event* besar seperti bazaar atau pameran khusus menjual pakaian bekas layak pakai. Seperti pada *event* “Palembang *Thrift Fest*” yang diadakan oleh salah satu penjual yaitu Palembang *Trift Shop* (@palembangthriftshop) yang berlangsung dari 13 Desember 2021-19 Desember 2021 silam. Sebagian dari banyaknya toko *online* yang menjual *fashion* pakaian bekas layak pakai di Instagram bergabung dalam *event* tersebut, diantaranya yaitu :

Gambar 1.4

Akun Instagram Penjual Pakaian Bekas Layak Pakai yang Berpartisipasi Mengikuti Event Palembang Thrift Fest



Sumber : Akun Instagram @palembang*thrift*fest

Berdasarkan Gambar 1.3 diatas, dapat dilihat data sebagian dari banyaknya toko *online* yang menjual *fashion* pakaian bekas layak pakai melalui media sosial Instagram di Kota Palembang. Termasuk pada yang mengadakan acara Palembang *Thrift Fest* juga salah satu owner @palembangthrift_shop selaku pemilik bisnis *online shop* di Instagram yang juga menjual pakaian bekas layak pakai. Dari beberapa akun Instagram yang menjual pakaian bekas layak pakai di kota Palembang, secara merinci dilihat dari tabel berikut :

Tabel 1.1

Daftar Nama dan Pengikut Tenant Akun Instagram yang Berpasrtisipasi dalam *Event* Palembang *Thrift Fest*

No	Akun Instagram	Pengikut
1	@Gaskan.co	1.740
2	@Second_bearhead_	5.092
3	@the.secondhandbandit	9.384
4	@triangle_merch	1.853
5	@fitrah.squad	5.536
6	@am2pmselected	9.262
7	@satuaja.*thrift*	6.303
8	@fittosell	369
9	@melias*hop*plg	11,3k
10	@aanganastorebekas	382
11	@keju.*thrift*	4.219
12	@jegerseconds	2.822
13	@Second_yss	2.821
14	@stafroze	3.036
15	@ssid.wear	8.498
16	@traffic.*thrift*	2.697
17	@loka.*thrift*	3.267
18	@second_st0ryy	757
19	@2ndbrandco	1.196
20	@*shop*ingseken	5.059
21	@lj*thriftshop*	12,8k
22	@los__sae	1.275
23	@neworsecondddd	3.529
24	@second_betuah	3.990
25	@second_ownerr	4.278
26	@palembang*thrift_shop*	4.330
27	@godness.id	5.867
28	@seconds_yobs	9.103
29	@earlysecondplg	2.119
30	@dewanpersekenanrakyat	3.870
31	@gandussquad	21

32	@rambe_second	10,3k
33	@palembang.cheap	3.766
34	@bengkelsecond	31,4k
35	@punyadia.idn	3.068
36	@secondsecondan	15,2k
37	@mjs_storee	2.393
38	@id.tbstore	298
39	@88tangankedua	2.698
40	@sedjakdoloe	2.857

Sumber : Instagram.com

Pada Tabel 1.1 di terlihat banyaknya *online thrift store* yang berada di kota Palembang yang memiliki puluhan hingga puluhan ribu pengikut di masing-masing akun Instagramnya. Selain dari *online thrift store* yang mengikuti *event* Palembang *Thrift Fest*, masih banyak lagi toko-toko yang menjual *fashion* pakaian bekas layak pakai di Palembang, mulai dari *online* hingga *offline store*.

Ketiga alasan penelitian diatas mendorong penulis untuk melakukan penelitian selanjutnya dan mendalam untuk dapat mengetahui jenis konsep diri yang terbentuk pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya saat menggunakan *fashion* Pakaian Bekas Layak Pakai. Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul "Konsep Diri Pengguna *Fashion* Pakaian Bekas Layak Pakai di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya"

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini berangkat dari judul penelitian yaitu: "Bagaimana Konsep Diri Pengguna *Fashion* Pakaian Bekas Layak Pakai di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya?"

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan dari penelitian ini yaitu ingin mengetahui bagaimana konsep diri yang terbentuk pada pengguna fashion pakaian bekas layak pakai di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat teoritis serta manfaat praktis, terhadap ilmu pengetahuan dan juga jurusan Ilmu Komunikasi.

1.4.1 Manfaat Teoritis

a) Diharapkan hasil penelitian dapat dijadikan sebagai masukan bagi kontribusi dalam kajian ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan Konsep Diri Pengguna Fashion Pakaian Bekas Layak Pakai di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.

b) Diharapkan hasil penelitian ini menjadi sebuah referensi dan bahan masukan bagi pembaca pada penelitian Konsep Diri Pengguna Fashion Pakaian Bekas Layak Pakai di Kalangan Mahasiswa.

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi sebuah referensi dan bahan masukan bagi mahasiswa atau masyarakat yang ingin mempelajari lebih lanjut mengenai Konsep Diri Pengguna Fashion Pakaian Bekas Layak Pakai di Kalangan Mahasiswa .

b) Diharapkan untuk penulis agar dapat lebih memahami perilaku sosial yang ditimbulkan oleh remaja saat ini khususnya mahasiswa Universitas Sriwijaya sehingga terbentuk konsep diri setelah mereka mengikuti *trend fashion* menggunakan pakaian bekas layak pakai.

DAFTAR PUSTAKA

Anggito, Albi, and Johan Setiawan. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.

Barlian, Eri. 2016. *Metodelogi Kuantitatif dan kualitatif.* Padang : Sukabinas Press.

Barnard, Malcolm. 2011. Fashion sebagai Komunikasi. Yogya: Jalan Sutra

Baron, R. A., dan Byrne, D. 2004. Psikologi Sosial. Edisi Kesepuluh, Jilid 1. Jakarta : Erlangga. Alih Bahasa : Dra. Ratna Juwita, Dipl. Psychl, dkk. Bungin, Burhan. 2006. Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. Jakarta: Kencana

Burhan,2007: Prof. Dr. H.M Burhan Bungin, S.Sos. M.Si, Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat, 2007

Calhoun, J. F., dan Acocella, J. R. 1990. *Psikologi tentang Penyesuaian dan Hubungan Kemanusiaan.* Alih bahasa:Satmoko. Semarang: IKIP Semarang Press

Deddy, Mulyana. 2011. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Devito, Joseph A. 2013. The Interpersonal Communication Book 13th Edition. Pearson

Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek,* Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Fitts, William H. 1971. *The Self Concept and Self Actualization.* Los Angeles, California, Western Psychological Services A Division of Manson Western Corporation.

Fajar, Marhaeni. 2009. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Yogyakarta: Graha Ilmu

Hakim, Thursa. 2007. *Mengatasi Rasa Tidak Percaya Diri*. Jakarta : Purwa Swara.

Hardjana, M. Agus. 2003. *Komunikasi Intrapersonal dan Komunikasi Interpersonal*.

Malcoln Barnard, Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial,Seksual, Kelas dan Gender, (Yogyakarta: Jalasutra, 2016)

Moleong, Lexy. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulyana, 2007: Prof. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D., Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, 2007

Onong, Uchjana Effendy. 2006. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya

Pujileksono, Sugeng. 2015. Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. Malang : Intrans Publishing

Rakhmat, Jalaludin. 2007. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Roudhonah, Ilmu Komunikasi, (Jakarta: UIN Press, 2007)

Siti Tyastuti, S.Kep, NS, Komunikasi dan Konseling (Yogyakarta: PT. Fitramaya,2009)

Sugiono. 2007. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Penerbit Alvabeta

Jurnal :

Armelia, Rizka. 2018. *Konsep Diri Wirausahawan Muda.* Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara

Dian Savitrie. 2008. *Pola perilaku pembelian produk Fashion pada konsumen Wanita*. FE UI.

Kusumaningtyas, R. 2009. *Hubungan Konsep Diri dengan Minat Membeli Produk Fashion Bermerek Terkenal Pada Remaja*. Semarang: Fakultas Psikologi UNNES.

Lady, Dask. 2009. "Konsep Diri Pengguna *Fashion Branded Preloved* (Studi Kualitatif Konsep Diri Pengguna *Fashion Branded Preloved* di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU". Safrin

Lubis, Fatimah. 2016. *Peran Sikap, Nornma Subjektif, dan Perceived Behavioral Control terhadap Intensi Membeli Pakaian Bekas.* Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara

Lydia, Devi Jatmika. 2018. *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Intensi Membeli Produk Bermerek Pada Remaja Di Jakarta*. Program Studi Psikologi Universitas Bunda Mulia.

Maryam, Siti. 2019. "Analisis Busana Muslim sebagai Busana Populer Menolak Modernisasi

Tri Yulia Trisnawati. 2012. *Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi*.Ilmu Komunikasi Universitas Semarang.

Virgina, Gha Sesaria. 2022. Fenomena thrifting sebagai budaya populer masyarakat pasar pagi Tugu Pahlawan kota Surabaya. Undergraduate thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya

Wahyu, Yesi Indra. 2018. Faktor-Faktor Pendorong Orang Membeli Pakaian Bekas di Yogyakarta (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Konsumen Pakaian).

Website :
https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/2721/2/T1_362006009_BAB%20I.pdf
http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/3622
https://data.bekraf.go.id
https://id.wikipedia.org/wiki/Mode
https://prelo.co.id/blog/penasaran-sama-arti-barang-preloved-ini-dia- penjelasannya/
https://swa.co.id/swa/trends/transaksi-barang-preloved-makin-digemari
https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3335741/generasi-millennial-gemar-membeli-produk-fashion-bekas-ini-alasannya
http://www.organisasi.org/kegunaan-manfaat-fungsi-pakaian-bagi-manusia-orang/
https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/06/10/industri-pakaian-lokal-terancam-tren-pakaian-bekas-impor
https://bisnis.tempo.co/read/1246820/pabrik-tekstil-gulung-tikar-akibat-marak-pakaian-bekas-impor