

DEKONSTRUKSI MAKNA KONSUMSI DALAM BUDAYA THRIFTING TERHADAP ANALISIS WACANA DI KALANGAN REMAJA

M.Afiansyah Dafa¹, Farhan Rasyid²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

ARTICLE INFO

Article history:

Received Juli 2025

Revised Juli 2025

Accepted Juli 2025

Available online Juli 2025

Email:

Afiansyahdafa78@gmail.com,

rasyidfarhan121@gmail.com



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2025 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

Abstrak

Budaya thrifting telah berkembang menjadi fenomena sosial yang signifikan di kalangan remaja. Aktivitas membeli pakaian bekas ini tidak lagi sekadar berkaitan dengan alasan ekonomi, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern dan sarana ekspresi identitas diri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana semiotik Roland Barthes untuk mengungkap makna konsumsi dalam budaya thrift. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi barang thrift di kalangan remaja memiliki makna simbolik yang merepresentasikan keunikan, status sosial, serta penolakan terhadap budaya konsumsi massal. Media sosial memainkan peran penting dalam menyebarluaskan tren ini, menjadikan thrifting sebagai bagian dari budaya populer dan aktivitas sosial yang membentuk komunitas. Budaya thrift kini dipahami sebagai praktik konsumsi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi ruang pencarian makna, eksistensi, dan penegasan gaya hidup yang lebih personal.

Kata Kunci: Budaya Thrifting, Remaja, Identitas Diri, Gaya Hidup, Analisis Wacana Semiotik, Media Sosial

Abstract

Thrifting culture has developed into a significant social phenomenon among teenagers. The activity of buying second-hand clothes is no longer simply related to economic reasons, but has become part of a modern lifestyle and a means of self-identity expression. This research uses a qualitative approach with Roland Barthes' semiotic discourse analysis method to reveal the meaning of consumption in thrift culture. The results show that thrift consumption among teenagers has symbolic meanings that represent uniqueness, social status, and rejection of mass consumption culture. Social media plays an important role in spreading this trend, making thrifting a part of popular culture and a social activity that forms communities. Thrift culture is now understood as a consumption practice that not only fulfills needs, but also becomes a space for finding meaning, existence, and affirming a more personal lifestyle.

Keywords: Thrifting Culture, Teenagers, Self-Identity, Lifestyle, Semiotic Discourse Analysis, Social Media

Pendahuluan

Budaya thrifting kini telah menjadi fenomena sosial yang berkembang pesat di Indonesia, khususnya di kalangan anak muda. Toko thrift, yang dahulu identik dengan jual beli pakaian bekas yang masih layak pakai, saat ini telah berubah menjadi bagian dari gaya hidup modern yang mengutamakan keunikan, keberlanjutan, serta ekspresi identitas pribadi (Syaraahiyya & Rusadi, S.T., M. Eng., 2023). Fenomena ini tidak semata-mata didorong oleh alasan ekonomi, seperti keinginan memperoleh barang bermerek dengan harga yang lebih terjangkau, tetapi juga dipengaruhi oleh pergeseran pola konsumsi masyarakat yang semakin bersifat konsumtif dan terpengaruh oleh arus globalisasi. (Firjatulloh & Sinduwiatmo, 2024)

Fenomena thrift shop telah berkembang secara signifikan dari sekadar alternatif ekonomis menjadi gaya hidup serta simbol identitas diri. Di Indonesia, tren thrift shopping mulai populer sejak awal 2000-an dan semakin berkembang pesat di era digital, khususnya melalui platform media sosial dan e-commerce (Firjatulloh & Sinduwiatmo, 2024) Fenomena ini tidak hanya

sekedar mencerminkan perubahan dalam pola konsumsi, tetapi juga mengindikasikan adanya pergeseran makna dalam praktik fashion dan pembentukan identitas.

Fenomena thrifting yang berkembang di Indonesia memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan negara lain. Jika di negara lain didorong oleh kepedulian lingkungan, di Indonesia justru lebih dipicu oleh gaya hidup masyarakat yang bertujuan meningkatkan status sosial. Hal ini terlihat dari dominasi remaja, khususnya mahasiswa, sebagai konsumen utama thrift store. Namun, pada 20 Maret 2023, Presiden Joko Widodo secara resmi melarang aktivitas impor pakaian bekas karena dinilai dapat mengancam keberlangsungan industri tekstil lokal. Larangan ini juga mengacu pada regulasi yang tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Barang Bekas Elektronik dan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 terkait Pengelolaan Sampah.

Berdasarkan peraturan tersebut, impor barang bekas, termasuk barang elektronik yang sudah tidak terpakai, diwajibkan memenuhi standar tertentu dan hanya dapat dilakukan oleh perusahaan yang telah mendapatkan izin khusus dari pemerintah. Kebijakan ini bertujuan untuk meminimalisir dampak buruk terhadap lingkungan serta menjaga kesehatan masyarakat dari bahaya limbah elektronik yang mengandung racun (Larangan Thrifting di Indonesia, 2023). Fenomena ini menjadi hal yang menarik dan menjadi dasar yang kuat bagi peneliti untuk mengkaji lebih dalam mengenai praktik thrifting.

Dalam penelitian ini, pendekatan dekonstruksi menjadi penting untuk mengupas dan memahami beragam makna yang tersembunyi dalam budaya thrifting. Melalui dekonstruksi, kita dapat mengeksplorasi bagaimana makna konsumsi dalam budaya thrifting terbentuk, diperdebatkan, dan disusun ulang melalui wacana yang berkembang di kalangan remaja. Pendekatan analisis wacana memberikan peluang untuk menelusuri bagaimana remaja memaknai dan menampilkan budaya thrifting sebagai bagian dari praktik sosial yang memuat unsur ekonomi, estetika, dan politik identitas.

Penelitian ini bertujuan untuk membongkar makna konsumsi dalam budaya thrifting dengan menggunakan analisis wacana di lingkungan remaja. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai bagaimana budaya thrifting berfungsi tidak hanya sebagai aktivitas konsumsi, tetapi juga sebagai ruang negosiasi makna dan pembentukan identitas dalam dinamika sosial budaya remaja saat ini.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana semiotik yang dikembangkan oleh Roland Barthes. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji bagaimana makna konsumsi dalam budaya thrift terbentuk dan disusun melalui teks, simbol serta praktik yang berkembang di thrift shop. Menurut Barthes, bahwa setiap teks dan objek budaya tidak hanya mengandung makna denotatif tetapi juga makna konotatif yang berkaitan ideologi dan konstruksi sosial. Dalam penelitian ini, proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung secara dokumentasi dan narasi yang ditemukan dalam lingkungan thrift shop, baik secara offline maupun di media sosial. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menguraikan makna denotatif untuk mengetahui arti permukaan dari teks dan simbol tersebut.

Setelah itu, analisis dilanjutkan pada tingkat makna konotatif untuk menggali makna-makna tersembunyi yang berkaitan dengan aspek sosial, budaya, dan ekonomi yang membentuk praktik konsumsi dalam budaya thrift. Dengan menerapkan pendekatan analisis wacana semiotik yang dikembangkan oleh Roland Barthes, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan lebih mendalam mengenai budaya thrift yang tidak hanya dipandang sebagai aktivitas membeli barang bekas, melainkan juga sebagai sarana pembentukan identitas, penanda status sosial, serta bagian dari gaya hidup masyarakat.

Hasil dan Pembahasan

Perubahan Makna Konsumsi dalam Budaya Thrift di Kalangan Remaja

Budaya thrift shop di kalangan remaja saat ini tidak lagi dipahami semata sebagai aktivitas membeli barang bekas karena alasan kebutuhan ekonomi. Konsumsi dalam budaya thrift telah mengalami pergeseran makna menjadi salah satu cara untuk mengekspresikan identitas diri dan gaya hidup. Remaja memandang barang thrift sebagai simbol prestise, keunikan, serta nilai estetika yang tidak dapat ditemukan pada produk-produk baru di pasar umum (Firjatulloh & Sinduwiatmo, 2011).

Fenomena ini mengindikasikan bahwa konsumsi thrift memiliki makna yang berlapis tidak hanya sebagai strategi untuk berhemat, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun citra diri yang unik dan autentik. Banyak remaja dengan sengaja mencari barang thrift bermerek atau vintage guna menunjukkan status sosial dan membentuk cerita personal melalui gaya berpakaian mereka (Haryanti & Falah, 2023).

Kondisi ini menunjukkan bahwa budaya thrift tidak bisa dipahami secara sederhana sebagai pilihan konsumsi yang berbeda dari arus utama. Di balik kesan "hemat" dan "anti-mainstream", terdapat makna-makna simbolik yang berkaitan dengan upaya pencarian eksistensi, kebutuhan akan pengakuan sosial, serta proses pembentukan identitas. Melalui pendekatan dekonstruksi, penting untuk mengkaji ulang makna-makna yang selama ini dianggap stabil dan mengungkap bahwa budaya thrift juga dapat menjadi bagian dari pola konsumsi yang terbungkus dalam wacana yang berbeda (Nugroho, 2023).

Budaya thrift di kalangan remaja juga dapat dilihat sebagai bentuk resistensi terhadap keseragaman yang ditawarkan oleh fast fashion dan pola konsumsi massal. Melalui thrifting, remaja mendapatkan akses pada produk yang unik, bernilai historis, dan memiliki cerita tersendiri, sehingga membuka ruang bagi mereka untuk menunjukkan kreativitas serta menegaskan identitas diri. Dalam hal ini, konsumsi barang thrift tidak sekadar untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi bagian dari pencarian makna serta pengalaman pribadi yang berbeda dari pola konsumsi pada umumnya.

Aktivitas thrifting juga mencerminkan kesadaran remaja terhadap permasalahan lingkungan. Dengan memutuskan untuk membeli pakaian bekas, mereka berkontribusi dalam mengurangi jumlah sampah tekstil serta mendukung konsep slow fashion yang lebih ramah lingkungan dan beretika. Pilihan ini memberikan pemahaman baru bahwa konsumsi thrift merupakan bentuk perilaku konsumsi yang lebih bijaksana dan mendukung prinsip keberlanjutan.

Wacana Identitas dan Gaya Hidup Budaya Thrifting

Wacana mengenai identitas dan gaya hidup dalam makna konsumsi budaya thrift shop di kalangan remaja mengindikasikan bahwa kegiatan thrifting telah melampaui fungsi dasarnya sebagai pemenuhan kebutuhan pakaian. Thrifting kini dipahami sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dan membangun identitas sosial. Bagi remaja, produk thrift memiliki makna simbolik yang merepresentasikan keunikan dan nilai estetika yang membedakan mereka dari tren mode arus utama (Syaraahiyya & Rusadi, S.T., M. Eng., 2023). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa konsumsi barang thrift di kalangan mahasiswa kelas menengah atas tidak semata-mata bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pakaian, melainkan juga menjadi upaya dalam memenuhi bagian yang berkaitan dengan simbol, tanda, serta citra diri yang mencerminkan status gaya hidup dan kelas sosial tertentu.

Budaya thrift shop memberikan pengalaman yang berkesan dan membentuk ingatan penting bagi remaja, di mana mereka terlibat dalam proses bermain dengan tanda dan simbol yang melekat pada pakaian, sehingga pola konsumsi mereka lebih didorong oleh keinginan makna simbolik (sign value) (Soenaryo et al., 2024). Dengan demikian, pakaian thrift digunakan sebagai sarana untuk menampilkan gambaran diri yang ingin diperlihatkan dalam kehidupan sosial

sehari-hari, sekaligus menjadi bentuk penolakan terhadap budaya konsumsi massal yang seragam. Melalui pilihan fashion thrift, remaja berusaha membangun identitas diri yang khas serta mengungkapkan preferensi gaya hidup yang lebih individual, ramah lingkungan, dan tidak terikat pada standar mode komersial yang umum.

Thriftling menjadi salah satu tren yang digemari oleh generasi muda. Hal ini disebabkan tidak hanya karena harganya yang ramah di kantong, tetapi juga karena mereka dapat menemukan pilihan fashion yang unik, seperti model vintage dan barang langka. Saat ini, pakaian thrift tidak lagi sekadar dipandang sebagai kebutuhan berpakaian, melainkan telah menjadi media untuk menampilkan identitas diri dan mengekspresikan kepribadian melalui gaya berbusana (Nur Sella & Banowo, 2023).

Selain itu, perkembangan fenomena thriftling turut dipengaruhi oleh peran media sosial serta lingkungan pergaulan yang secara tidak langsung membentuk pola konsumsi remaja. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada kalangan remaja, pakaian thrift sering dimanfaatkan sebagai sarana untuk membentuk citra diri dan menunjukkan keunikan pribadi. Remaja cenderung memberikan perhatian besar pada bagaimana penampilan mereka, khususnya pilihan busana, agar dinilai dan diterima oleh orang-orang di sekitar mereka (Ibrahim et al., 2024).

Thriftling Sebagai Bentuk Aktivitas Sosial Dan Fenomena Budaya Populer

Thriftling atau aktivitas membeli barang bekas kini telah berkembang menjadi sebuah fenomena budaya yang semakin digemari, khususnya di kalangan remaja dan anak muda. Kegiatan ini tidak lagi semata-mata dipandang sebagai upaya untuk menghemat biaya, melainkan telah menjadi bagian dari ekspresi sosial dan gaya hidup yang memiliki makna yang lebih mendalam. Perkembangan pesat fenomena ini turut dipengaruhi oleh kehadiran media sosial dan tren global, seperti maraknya budaya K-Pop, yang ikut mendorong popularitas thrift shop di Indonesia (Ghilmansyah et al., 2022).

Fenomena thriftling sebagai budaya populer tidak lepas dari peran media sosial seperti Instagram dan TikTok yang berperan penting dalam menyebarkan tren serta informasi seputar thriftling. Melalui media sosial, aktivitas thriftling semakin diminati dan berkembang menjadi media untuk menampilkan identitas diri melalui pilihan busana. Lewat thriftling, individu dapat menunjukkan gaya dan identitasnya, baik dengan memilih pakaian bermerek, memilih gaya fashion tahun 80-an atau 90-an, maupun karena pertimbangan harga yang lebih ramah di kantong. (Ananto & Pramono, 2023)

Selain itu, thriftling juga berperan sebagai aktivitas sosial yang mendorong terjadinya interaksi dan membentuk komunitas di dalamnya. Remaja dan anak muda tertarik mengikuti tren ini karena adanya dorongan sosial, seperti pengaruh dari teman, keluarga, serta keinginan untuk tampil berbeda. Kegiatan ini kemudian dilakukan secara berulang hingga akhirnya menjadi bagian dari rutinitas dan gaya hidup mereka.

Dalam ranah budaya populer, makna thriftling telah berubah secara signifikan. Jika sebelumnya membeli pakaian bekas sering diasosiasikan dengan kondisi ekonomi yang terbatas, kini thriftling justru menjadi bagian dari tren fashion dan gaya hidup masa kini yang dianggap menarik dan berbeda. Barang-barang thrift dipandang memiliki nilai keindahan dan cerita sejarah yang tidak dapat ditemukan pada produk baru. Kaum muda dan remaja kini menggunakan thriftling sebagai sarana untuk mengekspresikan jati diri, menunjukkan keunikan, dan menampilkan gaya yang berbeda dari arus utama.

Thriftling juga sering dikaitkan dengan budaya DIY (Do It Yourself), di mana pembeli tidak hanya memakai barang bekas apa adanya, tetapi juga mengkreasi ulang, memodifikasi, atau memadupadankan pakaian tersebut agar sesuai dengan gaya pribadi mereka.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa makna budaya thrift shop di kalangan remaja Indonesia telah mengalami perubahan yang cukup signifikan. Aktivitas thrifting saat ini tidak lagi hanya dipahami sebagai upaya membeli pakaian bekas untuk menghemat pengeluaran, melainkan telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup modern serta menjadi sarana penting dalam menunjukkan identitas diri. Bagi remaja, barang thrift dipandang sebagai lambang keunikan, status, dan nilai estetika yang sulit ditemukan pada produk baru yang tersedia di pasaran. Lebih dari itu, budaya thrift juga menjadi ruang bagi remaja untuk membentuk citra diri yang asli, mendapatkan penerimaan sosial, dan membangun komunitas yang memiliki kesamaan gaya hidup dan nilai.

Media sosial turut berperan besar dalam memperluas keberadaan budaya thrift ini, mendorongnya menjadi tren sosial yang semakin diminati, membuka peluang interaksi sosial, serta menciptakan ruang baru bagi remaja untuk menampilkan jati diri dan selera fashion yang lebih personal serta berbeda dari tren fashion yang dominan. Budaya thrifting kini telah menjadi bagian dari praktik konsumsi yang bersifat simbolik, di mana membeli barang tidak lagi semata-mata berdasarkan kebutuhan, melainkan sebagai sarana pencarian makna, pembentukan eksistensi diri, dan penegasan gaya hidup.

Saran

Melihat perkembangan budaya thrifting yang semakin meluas di kalangan remaja, penting bagi semua pihak, baik pemerintah, pendidik, maupun masyarakat umum, untuk memberikan edukasi tentang konsumsi yang bijak dan berkelanjutan. Remaja perlu didorong untuk memahami bahwa meskipun thrifting menjadi media ekspresi diri, mereka juga harus mempertimbangkan aspek keberlanjutan lingkungan dan tidak semata-mata terjebak pada konsumsi simbolik yang berorientasi pada gengsi. Selain itu, pemerintah diharapkan dapat menerapkan regulasi yang tegas namun adaptif terkait impor barang bekas untuk melindungi industri tekstil lokal tanpa mematikan kreativitas pelaku usaha thrift shop dalam negeri.

Para pelaku usaha thrift juga diharapkan mampu berinovasi dengan memperkuat produk lokal agar mampu bersaing dengan barang impor, sekaligus membangun kesadaran tentang pentingnya mendukung produk dalam negeri. Media sosial yang menjadi penggerak utama budaya thrift sebaiknya tidak hanya dijadikan ruang untuk memamerkan gaya, tetapi juga sebagai sarana berbagi informasi positif dan membangun komunitas yang mendukung konsumsi berkelanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji dampak jangka panjang budaya thrifting terhadap lingkungan dan pola konsumsi remaja agar dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif bagi pengambilan kebijakan di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananto, N. P., & Pramono, D. (2023). Konstruksi Media Sosial Terhadap Trend Thrifting pada Generasi Z di Kecamatan Boja Kabupaten Kendal. *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture*, 12(1), 69-80. <https://doi.org/10.15294/solidarity.v12i1.71464>
- Firjatulloh, M. I., & Sinduwiatmo, K. (2011). *Phenomenological Study of Thrifty Culture Sidoarjo City Adolescents [Studi Fenomenologi tentang Thrift Culture pada Remaja Kota Sidoarjo]*. 1-7.
- Firjatulloh, M. I., & Sinduwiatmo, K. (2024). Mengungkap Tren Remaja dan Motivasi Konsumen dalam Budaya Hemat. *CONVERSE Journal Communication Science*, 1(2), 16-24. <https://doi.org/10.47134/converse.v1i2.2983>
- Ghilmansyah, R., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2022). Fenomena Thrifting sebagai Gaya Hidup Milenial. *Bogor. Jurnal Nomosleca*, 8(1), 1-16. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v8i1.6308>

- Haryanti, I., & Falah, A. M. (2023). Fenomena Thrifting Sebagai Fashion Lifestyle: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 11(2), 205-221. <https://doi.org/10.26742/atrat.v11i2.3188>
- Ibrahim, R., Rahmatiah, 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), 136-145.
- Nugroho, L. S. (2023). Thrifting Budaya Konsumsi Pakaian Bekas Pada Mahasiswa. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(2), 20-27. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i3.4624>
- Nur Sella, N., & Banowo, E. (2023). Eksistensi Anak Muda Pada Fenomena Trend Thrifting Dalam Pembentukan Identitas Sosial. *BroadComm*, 5(1), 87-96. <https://doi.org/10.53856/bcomm.v5i1.253>
- Soenaryo, T. F., Bakti, M. I. P., Gleetus, A., & Yanto, H. D. (2024). Budaya Thrifting dalam Membentuk Daya Konsumsi Remaja. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 324-335. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.765>
- Syaraahiyya, A., & Rusadi, S.T., M. Eng., E. Y. (2023). Fenomena Thrift Shopping Di Kalangan Masyarakat Akibat Perubahan Gaya Hidup Hidup Modern (Studi Globalisasi Di Wilayah Jawa Timur). *Abdi Masyarakat*, 5(1), 2087. <https://doi.org/10.58258/abdi.v5i1.3564>