

Fenomenologi Gaya Hidup Mahasiswa UNESA Pengguna Pakaian Bekas

Arik Dwiyantoro

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya

arik.dwiyantoro@gmail.com

Sugeng Harianto

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya

harianto1964@yahoo.com

Abstrak

Pakaian bekas masih sering dianggap tabu oleh sebagian masyarakat karena mempunyai dampak negatif, sehingga tidak banyak masyarakat menggunakannya. Pakaian bekas semakin populer dengan kehadiran sebuah ‘garage sale’ dari toko pakaian bekas atau toko *online*. Di dalam penelitian ini, penulis menjelaskan bahwa terdapat faktor-faktor yang melatarbelakangi mahasiswa UNESA dalam penggunaan pakaian bekas. Penelitian ini juga menjelaskan bagaimana mahasiswa UNESA memaknai penggunaan pakaian bekas dan cara gaya hidup yang dikembangkan oleh mahasiswa UNESA sebagai pengguna pakaian bekas. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Di dalam pendekatan ini terdapat ‘because of motive’ dan ‘in order to motive’ dari tindakan mahasiswa UNESA dalam penggunaan pakaian bekas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa UNESA memaknai penggunaan pakaian bekas adalah sebagai gaya hidup dari *trend fashion*. Mereka memilih pakaian bekas karena harganya terjangkau, *brand* ternama, unik, edisi terbatas, bahan berkualitas, menambah koleksi pakaian dan terlihat *fashionable*. Di dalam penggunaan pakaian bekas, mereka dipengaruhi oleh lingkungan keluarga dan sosial, adanya toko-toko pakaian bekas dan media massa. Pakaian bekas menjelma sebagai objek dari pengguna yang dicari oleh mahasiswa UNESA untuk memenuhi kebutuhan sandang mereka dan sebagai gaya hidup mereka.

Kata kunci : Pakaian bekas, Gaya hidup, *Fashion*, *Because Of Motive*, *In Order To Motive*

Abstract

The second-hand clothing often regarded as ‘taboo’ by some society. Second-hand clothing is regarded as ‘taboo’ because it has negative impacts. The negative impact is a bad image of the wearers. Thus, there are no many people to wear the second-hand clothing. The second-hand clothing is increasingly popular by the presence of a garage sale of second-hand store or online shop. In this research, the writer explains the factors that influence UNESA students in wearing second-hand clothing. This research also discuss how the UNESA students to interpret in wearing second-hand clothing and way of the lifestyle that developed by UNESA students as wearer second-hand clothing. This research uses qualitative research by using descriptive approach. The approach used in this research is an approach phenomenology of Alfred Schutz. This approach is there is ‘because of motive’ and ‘in order to motive’ of UNESA students’ action in wearing second-hand clothing. This approach is analyzed by using rationality theory of Weber. This results of this research show that the interpretation of UNESA students in wearing second-hand clothing is as a life style of trend fashion. They chose it because second-hand clothing is affordable, famous brand, unique, limited edition, high quality materials, adding their collection and looks fashionable. In wearing second-hand clothing, they are influenced by their family and social environment, the presence of second-hand clothing shops and mass media. The second-hand clothing manifests as an object of wearer are sought after by UNESA students to fulfil their need and as their lifestyle.

Keywords: The secondhand clothing, life style, *Fashion*, *Because Of Motive*, *In Order To Motive*

PENDAHULUAN

Pakaian bekas atau *secondhand* mulai diminati oleh sebagian remaja khususnya kaum remaja kota Surabaya. Hal ini tentu saja erat kaitannya dengan gaya hidup modern yang selalu mengejar *prestige*. Membeli barang bekas adalah *trend* yang semakin digemari. Bila dilihat dari motivasi membeli barang bekas tentu saja karena harganya yang terjangkau. Selain itu juga karena modelnya yang menurut sebagian orang unik atau masih terlihat masih bagus. Hal tersebut kemudian yang menjadi munculnya toko dan pasar yang menjual barang *secondhand* yang semakin digemari oleh kaum remaja.

Kini para remaja yang ingin tampil *fashionable* tidak harus berbelanja di mall karena ada alternatif yang menawarkan harga lebih murah yaitu berbelanja barang bekas di pasar ataupun toko yang menjual pakaian bekas. Sehingga perkembangan barang *secondhand* ini menyebabkan munculnya fenomena gaya hidup baru yang menjamur pada kalangan remaja di Surabaya. Terjadi nilai pergeseran gaya hidup dalam bentuk pola belanja di pusat perbelanjaan beralih ke pasar, toko, dan tempat-tempat yang penjualan pakaian bekas. Beberapa tempat di Surabaya yang ramai dikunjungi adalah Tugu Pahlawan (TP pagi), pasar maling DTC, pasar maling PMK, pasar barang bekas sekitar RS AL Irsyad, pasar gembong, dan wilayah sekitar Masjid Agung. Selain itu ada beberapa toko yang berada di sekitar kawasan wilayah Surabaya antara lainnya seperti Kamar Shop, Ruang Tamu, Tempat Biasa. Sehingga kemunculannya mempengaruhi pola konsumsi anak muda.

Sebagai kota metropolis, Surabaya juga memiliki penduduk dari ras yang beragam dan jumlah yang banyak sehingga dapat memberikan gambaran terhadap gaya hidup yang beragam. Gaya hidup itu sendiri merupakan sebuah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini.

Banyaknya mall besar yang menjamur menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Adanya mall di Surabaya membuat masyarakat cenderung menjadi konsumtif. Kondisi ini tentunya mampu membentuk gaya hidup dalam kehidupan masyarakat perkotaan. Salah satu aspek yang menunjukkan keeratan hubungan diantara perilaku manusia dan lingkungan adalah pemanfaatan ruangan. Pemanfaatan ruang oleh

manusia mengacu pada latar belakang organisasi sosial yang memiliki dasar pada latar belakang sosial budaya, seperti nilai-nilai sosial, gradasi relasi sosial konflik sosial dan dinamika kelompok. (Hanurawan, 2010:23)

Didalam memahami motive gaya hidup pengguna pakaian bekas, peneliti menggunakan fenomenologi. Alfred Schutz menyatakan bahwa tindakan para aktor tidak muncul begitu saja, tetapi ada yang melalui suatu proses panjang untuk dievaluasi dengan mempertimbangkan kondisi sosial, ekonomi, budaya, dan norma etika agama atas dasar tingkat kemampuan pemahaman sendiri sebelum tindakan itu dilakukan. Sebelum masuk pada tahapan *in order to motive*, menurut Schutz ada tahapan *because of motive* yang mendahului. Rasionalitas dan kesadaran melakukan tindakan ini dilakukan oleh mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas agar tujuan yang ingin dicapai dapat terlaksana. Mahasiswa UNESA menggunakan tindakan rasionalnya dalam mengambil keputusan untuk menggunakan pakaian bekas, sehingga dari rasionalitas tersebut memunculkan motif dari tindakan mereka.

Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Selain itu, gaya hidup merupakan sebuah cara individu yang diidentifikasi oleh orang yang menghabiskan waktu mereka dan apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya. Gaya hidup merupakan hal yang paling berpengaruh pada sikap dan perilaku seseorang, khususnya pada remaja, salah satunya adalah sikap konsumtif. Kini remaja mengenal dunia mereka melalui lingkungan sekitarnya, yang terkesan dirangsang oleh pengaruh media. Dalam periode belakangan ini unifikasi homogenisasi kultur pada skala global umumnya ditampilkan melalui media massa terutama melalui TV. "imperealisme media" makin lama mengubah dunia menjadi "dusun global" dimana lingkup pengalaman *cultural* dan produknya pada dasarnya adalah sama. Pengaruh serupa ditimbulkan oleh kenaikan arus wisatawan yang menyebarkan kultur masyarakat Barat di tempat mereka berasal. (Sztompka, 2004:59)

Budaya konsumtif itu sendiri sangat melekat pada remaja. Remaja merupakan individu yang dalam kategori sosial paling mudah menerima pembaruan, positif maupun negatif. Kemunculan budaya konsumtif ini terjadi tanpa disadari seiring dengan gerak zaman yang semakin modern. Gaya hidup yang mewah semakin diminati oleh para

remaja. Mereka yang telah termakan dengan budaya konsumtif akan rela melakukan apa saja demi memenuhi perburuan akan fashion terbaru.

Informasi mengenai *fashion* telah menjadi sebuah kebutuhan dasar masyarakat remaja di perkotaan. Sehingga tak heran apabila menjamurnya mall, butik, dan toko-toko yang menyuguhkan beragam pakaian untuk menunjang penampilan. Surabaya sebagai kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta merupakan pasar yang sangat potensial untuk memenuhi kebutuhan masyarakat untuk memenuhi gaya hidup dalam hal *fashion*. Industri *fashion* telah berkembang dan semakin ramai dibicarakan banyak orang karena bermunculan hal-hal baru yang penting untuk selalu *up-date*.

Di zaman modern ini, tuntutan gaya hidup pada masyarakat remaja di perkotaan semakin tinggi. Tak heran bagi para pecinta *fashion*, kota-kota besar seperti Surabaya merupakan surga untuk memenuhi kebutuhan *fashion*. Upaya untuk tersebut cukup dirasa mahal manakala melihat *brand-brand* terkenal luar negeri mematok harga yang cukup mahal. Tetapi lain halnya dengan mereka para pecinta *fashion*, pasti mereka lebih menyukai busana dari *brand* pakaian ternama yang dirancang oleh para perancang dunia. *Brand-brand* tersebut pun kini menjadi daya tarik bagi para penikmat pakaian terutama bagi para pecinta *fashion*. Harga yang ditawarkan pun beragam, tetapi bagi para pecinta fashion hal tersebut tak menjadi masalah selama model, nyaman, dan prestis didapatkan dalam busana tersebut.

Dewasa ini, munculnya beragam *brand* luar negeri dengan harga yang fantastis tak menyurutkan bagi para pecinta *fashion* untuk tampil dengan pakaian merk luar negeri. Sebagai pecinta *fashion*, tampil *fashionable* merupakan suatu keharusan. Mereka rela mengeluarkan uang yang banyak demi menunjang penampilan. Mereka lebih memilih berbelanja di butik yang biasanya menyediakan pakaian hanya satu macam model atau berbelanja di mall-mall besar dengan *brand-brand* milik luar negeri. Gaya hidup untuk selalu tampil *fashionable* ini tentu diciptakan oleh masyarakat perkotaan yang terpengaruh oleh arus globalisasi. Bagi sebagian para remaja tampil *fashionable* merupakan sebuah *trend* masa kini yang harus diikuti, tak terkecuali bagi mereka yang tidak memiliki uang yang cukup banyak karena tampil *fashionable* merupakan salah satu gaya hidup baru yang menunjukkan sebuah *prestise*.

Kebanyakan remaja di kota Surabaya berupaya menunjukkan sebuah *prestise* dari pakaian yang mereka gunakan.

Kini, untuk terlihat *Fashionable* tidak harus mahal. Banyak alternative lainnya yang menawarkan berbagai produk-produk demi menunjang penampilan tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Gaya hidup untuk tampil selalu *up to date* menuntut sebagian remaja di Surabaya untuk selalu tampil *fashionable* sehingga mereka memilih membeli pakaian bekas dikarenakan harganya yang terjangkau. Membeli pakaian bekas merupakan sebuah alternative untuk tampil *fashionable* bagi sebagian para remaja yang ingin mengikuti gaya hidup masyarakat *modern* perkotaan.

Tampil dengan *prestise* tinggi dengan harga yang murah sudah menjadi hal yang baru. Pakaian bekas tersebut bisa didapatkan di emperan pasar maupun toko. Hal tersebut terbukti dengan munculnya tempat-tempat yang menjual pakaian bekas, sehingga menjadi *trend* tersendiri di kalangan para remaja di Surabaya, sama halnya yang terjadi pada beberapa mahasiswa UNESA. Fenomena barang bekas ini juga mulai digemari oleh para mahasiswa UNESA. Kini, para mahasiswa UNESA mulai menggandrungi pakaian bekas. Pakaian bekas kini telah menjadi salah satu gaya hidup pada remaja yang sedang dialami juga oleh sebagian para mahasiswa UNESA. Berbagai penjabaran di atas, terdapat sebuah persoalan yang difokuskan dalam penelitian ini, yakni : bagaimana gaya hidup mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas dan mengapa mahasiswa UNESA mengembangkan gaya hidup pakaian bekas.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan agar peneliti mampu memahami hal apa saja yang dilakukan oleh subjek penelitian saat berada di lapangan. Metode penelitian kualitatif yang digunakan pada penelitian sengaja dipilih karena dalam penelitian ini, peneliti membutuhkan informasi yang sifatnya mendalam dari subjek. Di samping hal tersebut, metode penelitian kualitatif yang diterapkan peneliti pada penelitian ini dirasa fleksibel dan mampu menyesuaikan keadaan subjek selama proses penelitian berlangsung. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif merupakan sebuah indikasi studi kasus. Pada penelitian ini lebih mencari hasil dari data yang mendukung, kemudian data tersebut diolah sehingga menghasilkan temuan data. (Sugiyono, 2011:139)

Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Surabaya (UNESA). Lokasi ini dipilih menggunakan purposive berdasarkan pertimbangan bahwa UNESA merupakan salah satu universitas negeri di Surabaya yang berada di tengah pusat kota sehingga gaya hidup mayoritas para mahasiswa mengikuti arus modern di perkotaan Surabaya. Di dalam penelitian ini, yang menjadi informan adalah mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari sampai selesai.

Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi. Hal ini dilakukan peneliti agar informasi yang didapatkan oleh peneliti dari subjek bisa lebih dalam dan lebih jelas karena proses wawancara sendiri merupakan teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui subjek dan berbagai macam kegiatannya.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Peneliti dapat mengetahui *because of motif* dan *in order to motif* dari subjek penelitian yang akan diteliti hal ini dimaksud untuk memperjelas apa yang melatarbelakangi rasionalitas individu yang telah terjadi. Sedangkan untuk teknik analisa data, peneliti menerapkan konsep rasionalitas Weber. Konsep rasionalitas merupakan kunci bagi suatu analisa obyektif mengenai arti-arti subjektif dan juga merupakan dasar perbandingan mengenai jenis-jenis tindakan sosial yang berbeda.

Tindakan sosial yang dimaksud Weber dapat berupa tindakan yang nyata diarahkan kepada orang lain dapat berupa tindakan yang bersifat abstrak atau bersifat subyektif yang mungkin terjadi karena pengaruh positif dari situasi tertentu. Weber berpendapat bahwa individu melakukan suatu tindakan berdasarkan atas pengalaman, persepsi, pemahaman dan atas suatu objek stimulus atau situasi tertentu. Tindakan individu ini merupakan tindakan rasional untuk mencapai tujuan atau sasaran dengan sarana – sarana yang paling tepat.

PEMBAHASAN

Berkembangnya gaya *fashion* di kalangan remaja memang tidak dapat dihindari lagi. Berbagai kalangan menjadikan *fashion* sebagai salah satu hal yang terpenting dalam kehidupannya, mulai dari produk *fashion* yang memiliki *brand* ternama sampai dengan *brand* lokal. Masuknya sandang sebagai salah satu kebutuhan pokok manusia, tak lepas pula dengan perkembangan *fashion* yang ada.

Saat ini banyak orang membeli pakaian berdasarkan keinginan yang muncul seiring dengan perubahan mode *fashion* yang selalu berubah, hal ini pula yang menjadi dasar pertimbangan awal mahasiswa UNESA untuk menggunakan pakaian bekas.

Mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas memiliki gaya hidup yang merupakan refleksi dari identitasnya. Gaya hidup yang dimiliki oleh mereka berbeda-beda antara yang satu dengan yang lain. Perbedaan inilah yang menunjukkan bagaimana identitas serta karakter dari mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas. Gaya hidup yang dimiliki oleh setiap subjek menyangkut tentang pola berbelanja dan pola pergaulan, hal yang menjadi aspek dari kedua pola tersebut tercermin dari kebiasaan sehari-hari, interaksi dengan orang lain, serta kegemaran terhadap suatu hal. Menurut Blumer tindakan manusia bukan disebabkan oleh “kekuatan luar” tidak pula disebabkan oleh “kekuatan dalam”. Blumer menyanggah individu bukan dikelilingi oleh lingkungan obyek-obyek potensial yang mempermainkannya dan membentuk perilakunya. Gambaran yang benar ialah dia membentuk obyek-obyek itu, individu sebenarnya sedang merancang obyek-obyek yang berbeda, memberinya arti, menilai kesesuaiannya dengan tindakan dan mengambil keputusan berdasarkan penilaian tersebut. (Poloma, 2003:91)

Beberapa orang berpandangan bahwa pakaian bekas merupakan bagaian dari gaya masa kini untuk bernostalgia pada gaya berpakaian masa lalu, sementara yang lain menafsirkannya sebagai cara untuk memasukkan sejarah kedalam masa kini yang bersifat ahistoris. Penelitian ini menemukan bahwa pakaian bekas telah menciptakan pola-pola budaya, kemudian hal tersebut dikomunikasikan terhadap orang sekitarnya sehingga pakaian bekas bukan hanya sekedar barang yang bersejarah dan tidak berguna lagi tetapi memiliki nilai guna bagi mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas.

Gaya Hidup Pengguna Pakaian Bekas

Gaya hidup anak muda masa kini tercermin dari perilaku bagaimana mereka mengikuti *trend* yang sedang berkembang. Kini *trend fashion* menyusup ke dalam ideologi mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas sehingga cara pandang mereka melihat *fashion* adalah sebagai gaya hidup. Fenomena kultural yang digunakan oleh mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas adalah untuk mengonstruksi dan mengomunikasikan identitasnya, karena pakaian bekas mempunyai

cara nonverbal untuk memunculkan makna dan nilai-nilai melalui orang yang memakainya. Pakaian bekas sebagai aspek komunikatif yang juga dipergunakan sebagai simbol untuk membaca status subjek dan cerminan budaya yang dibawa. Pola gaya hidup yang diterapkan oleh mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas meliputi pola berbelanja dan pola pergaulan.

Pola berbelanja yang dimiliki oleh mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas tergolong unik, hal yang termasuk dalam pola berbelanja mahasiswa UNESA adalah intensitas belanja, tempat belanja, serta alasan membeli barang-barang tersebut. Mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas membeli atribut *fashion* hanya seputar pada kaos, kemeja, celana, rok, jaket, dan sepatu. Umumnya mereka menyukai gaya berpakaian simpel tetapi tetap terlihat menarik sehingga pemakaian asesoris yang digunakan tidak terlalu banyak.

Intensitas mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas dalam berbelanja cukup sering yaitu dalam sebulan sekitar 2-3 kali. Mereka rela menghabiskan uang jajan yang diberikan oleh orang tuanya untuk membeli pakaian bekas. Pembelian pakaian bekas biasanya di pasar loak seperti di pasar gembong, daerah Tugu Pahlawan Surabaya, dan pasar maling (depan DTC), tetapi ada juga sebagian dari mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas membelinya di toko-toko *secondhand*.

Mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas umumnya cenderung berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini terlihat dari intensitas mereka berbelanja. Perilaku konsumtif ini muncul dari kebanyakan dari mereka juga memiliki hobi untuk mengoleksi pakaian bekas. Sebagian mahasiswa pengguna pakaian bekas beralasan bahwa dengan membeli pakaian bekas yang banyak ia dapat mengganti pakaiannya dengan bermacam-macam model dan dapat mempermudah untuk di *mix and match* supaya pakaian yang digunakan bisa bervariasi dan tidak terkesan monoton.

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pola berbelanja pengguna pakaian bekas yaitu faktor latar belakang keluarga, pekerjaan orang tua dan pemilihan tempat belanja. Latar belakang keluar merupakan faktor utama bagi mahasiswa pengguna pakaian bekas karena dari latar belakang keluarga tersebut mereka diajarkan bagaimana caranya untuk berpakaian maupun membelanjakan pakaian sedangkan dari faktor pekerjaan orang tua

adalah terkait dengan kondisi perekonomian karena yang menjadi salah satu hal yang membuat mahasiswa menggunakan pakaian bekas adalah dari segi ekonomi.

Faktor lain yang juga berperan sebagai penentu dalam hal pengambilan keputusan untuk membeli banyak barang adalah dari faktor tempat. Mahasiswa UNESA lebih cenderung konsumtif ketika membelinya di Tugu Pahlawan karena harga yang ditawarkannya sangat terjangkau dan dapat di tawar, sehingga mereka memutuskan untuk membeli banyak barang, lain halnya dengan ketika membeli pakaian bekas di toko-toko *secondhand* atau di *onlineshop* cenderung memiliki harga yang tinggi sehingga mereka hanya membeli yang benar-benar mereka sukai.

Beberapa pengguna pakaian bekas melakukan pembelian pakaian bekas dengan cara memesan melalui internet dan dibayar dengan menggunakan kartu kredit, hal ini sebagai simbol bahwa mereka bisa membeli barang menyerupai sistem pembayaran yang modern dan masuk kedalam stratas kelas atas, meskipun pembeliannya hanya berupa pakaian bekas. Perilaku tersebut juga merupakan bentuk resistensi dari *trend fashion* yang selalu berubah-ubah, dimana *trend fashion* cenderung membuat orang memiliki gaya hidup konsumtif selalu tergoda untuk membelinya lagi.

Selanjutnya adalah pola pergaulan. hubungan sosial yang terjalin diantara sesama pengguna pakaian bekas cukup erat. Mereka tidak memiliki ikatan kelompok atau komunitas sebagai pengguna pakaian bekas, meskipun tidak memiliki komunitas tetapi kelompok-kelompok sosial mereka saling bertukar informasi seputar perkembangan pakaian bekas di Surabaya. Para pengguna pakaian bekas saling bertukar informasi seputar perkembangan dunia fashion yang mana biasanya mereka dapatkan dari media massa seperti internet maupun media cetak.

Secara sosiologis istilah kelompok mempunyai pengertian sebagai suatu kumpulan dari orang-orang yang mempunyai hubungan dan interaksi, dimana dapat mengakibatkan tumbuhnya perasaan bersama. Melalui kelompok dapat bersama-sama dalam usaha memenuhi kepentingannya. (Abdulsyani, 2002:98)

Ikatan sosial yang terjalin diantara mereka dibangun dengan cara mengadakan pertemuan. Pertemuan yang sering mereka adakan ini biasanya disebut dengan istilah *nongkrong* dan *ngopi*. Kegiatan *ngopi* merupakan kegiatan yang secara

rutin dilakukan oleh anak laki-laki saja karena budaya *ngopi* bagi laki-laki merupakan kebiasaan dari lingkungan pergaulan mereka, disebut dengan istilah *ngopi* karena mereka meminum kopi atau minuman kemasan yang berada di warung-warung emperan pinggir jalan pada malam hari.

Kegiatan *nongkrong* berlaku bagi semua kalangan pergaulan antara anak laki-laki maupun perempuan, disebut istilah *nongkrong* karena mereka hanya bersantai bersama. Perbedaan *nongkrong* dan *ngopi* ini terletak pada tempatnya saja, biasanya *ngopi* dilakukan di warung-warung emperan pinggir jalan yang hanya buka pada malam hari saja sedangkan untuk *nongkrong* dilakukan di *café-café* yang memberikan kenyamanannya.

Salah satu alasan dari kegiatan *ngopi* maupun *nongkrong* adalah untuk mempererat tali pertemanan diantara mereka, hal tersebut juga dapat menambah wawasan mengenai pakaian bekas serta teman baru bagi mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas. Intensitas pertemuan yang cukup tinggi dari kegiatan tersebut mengakibatkan mereka memiliki paham yang sama mengenai gaya hidup anak remaja.

Gaya pakaian bekas yang mendasarkan eksistensinya pada unsur konsumerisme yang merupakan ciri khas dari masyarakat kontemporer. Pola-pola selera dan deskriminasi sama-sama menciptakan hasrat dikalangan pembeli pakaian bekas sebagaimana pada mereka yang memilih jalanan pusat kota dan ruang pameran *fashion*. (Angela, 2011:240)

Penelitian ini menemukan motif sebab dan motif tujuan yang menjadi alasan subyek menggunakan pakaian bekas yang dikategorikan kedalam beberapa tipifikasi. Menurut Alfred Schutz, kehidupan manusia didasari oleh tipifikasi-tipifikasi dan asumsi melalui interpretasi dan klasifikasi seseorang terhadap orang lain dalam kehidupan sehari-hari. Asumsi memungkinkan individu bisa terlibat dalam proses tipifikasi, yakni berdasarkan tipe-tipe atau pola tingkah laku yang sudah ada.

Konsumerisme pasar loak pada praktiknya sangat selektif terhadap apa saja yang ditawarkan dan yang akan dibeli, hal ini berkaitan dengan tindakan seseorang cenderung mempunyai pilihan rasional ketika hendak melakukan sebuah keputusan. Penelitian ini akan menguraikan tindakan subyek pengguna pakaian bekas yang

telah ditipifikasi, kemudian dikaitkan dengan menggunakan rasionalitas Webber.

Motif Menggunakan Pakaian Bekas

Sebelum memahami motif dan makna perilaku dari individu sebelumnya terdapat alasan yang melatarbelakangi seseorang melakukan tindakan tersebut, karena pada dasarnya tindakan seseorang dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya sehingga terdorong rasa keinginan untuk melakukannya. *Because of motif* merujuk pada masa yang lampau dengan kata lain pengalaman dimasa lalu akan menjadi sebuah motifasi untuk sebuah tindakan. Pada penelitian ini, terdapat motif-motif yang dimunculkan dari tindakan yang subyek lakukan ketika memutuskan untuk menggunakan pakaian bekas. Setiap subyek memiliki motif sebab yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Perbedaan motif sebab tersebut tentunya memiliki perbedaan latar belakang dari setiap individu-individu yang berbeda.

Terdapat *because of motive* yang mendorong subyek untuk menggunakan pakaian bekas, yaitu:

1. Pengaruh lingkungan pergaulan. Minat ketertarikan mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas terhadap pakaian bekas merupakan *because of motif* berdasarkan kesamaan yang terjalin dari lingkungan yang sama
2. Pengaruh lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keseharian subyek karena keluarga merupakan orang terdekat yang sehari-hari berada pada lingkungan yang sama.
3. Pengaruh media massa. Media massa sangat memiliki andil besar dalam memperkenalkan pakaian bekas. Promosi pakaian bekas melalui media massa biasanya dilakukan di media elektronik maupun media cetak sehingga dengan mudah diakses.
4. Berdekatan dengan toko *secondhand*. Kehadiran toko *secondhand* diapresiasi oleh mahasiswa UNESA sebagai salah satu alternatif membeli pakaian bekas tetapi tetap memiliki *prestise* yang tinggi karena subjek membelinya di toko yang memiliki tempat yang nyaman dan bersih. Hadirnya toko *secondhand* memberikan pengaruh terhadap subjek dalam memotivasi menggunakan pakaian bekas.

Selanjutnya yang terjadi adalah *in order to motive*. *In order to motive* merupakan alasan seseorang yang merujuk kepada suatu keadaan pada masa yang akan datang, dimana aktor berkeinginan untuk mencapainya melalui beberapa tindakan seseorang pada masa kini dan masa yang akan datang. Singkatnya, *in order to motive* adalah tujuan yang ingin dicapai oleh para mahasiswa UNESA dalam menggunakan pakaian bekas. *In order to motive* dari tindakan menggunakan pakaian bekas mahasiswa UNESA dalam menggunakan pakaian bekas, yaitu:

1. Harga yang terjangkau. Tindakan instrumental terjadi ketika mahasiswa UNESA menginginkan pakaian yang memiliki kualitas yang tinggi agar dapat berpenampilan menarik dan dapat dipandang orang sebagai sesuatu yang dapat dibanggakan.
2. *Brand* ternama. Tindakan mahasiswa UNESA dengan mengutamakan *brand* ternama ketika menggunakan pakaian bekas tergolong tindakan rasionalitas instrumental. Tindakan ini menggunakan pakaian bekas sebagai alat untuk mencapai tujuan berpenampilan menarik.
3. Unik dan *limited edition*. Tindakan mahasiswa UNESA memilih pakaian bekas dengan alasan unik dan *limited edition* tergolong tindakan rasionalitas instrumental. Tindakan rasionalitas instrumental berdasarkan alasan mahasiswa UNESA menggunakan pakaian bekas bertujuan untuk terlihat beda dengan memakai pakaian bekas yang model pakaiannya berjumlah terbatas.
4. Bahan yang berkualitas. Tindakan mahasiswa UNESA dalam memilih kualitas pakaian ditentukan oleh bahan yang memiliki kualitas yang bagus tergolong dalam tindakan rasionalitas berorientasi nilai. Subyek memilih menggunakan pakaian bekas karena alasan bahan berkualitas agar pakaian yang ia kenakan tidak terlihat bekas.
5. Menambah koleksi pakaian. Tindakan ini termasuk dalam golongan rasionalitas yang berorientasi kearah tradisional karena dorongan dari kebiasaan yang gemar mengkoleksi pakaian. Kegiatan mengkoleksi pakaian bekas merupakan tindakan yang secara tidak sengaja telah menjadi sebuah kebiasaan sejak lama.

6. Terlihat *fashionable*. Tindakan instrumental dilakukan oleh seseorang demi mementingkan tujuan yang akan dicapai dan menggunakan alat yang akan dipakai untuk mencapai tujuan tersebut. Terlihat bahwa mahasiswa UNESA menggunakan pakaian bekas sebagai alat dan tujuan yang ingin dicapai dengan menggunakan pakaian bekas adalah ingin terlihat lebih menarik. Salah satu tujuan mahasiswa UNESA menggunakan pakaian bekas adalah untuk mengikuti perkembangan jaman atau mengikuti mode agar lebih bisa diterima oleh lingkungan sekitarnya.

PENUTUP

Pakaian menjadi salah satu kebutuhan yang kian hari semakin meningkat, terutama bagi mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas sebagai salah satu penanda eksistensi diri dalam pergaulan teman sebaya. Kebutuhan atas sandang sering kali tidak diimbangi dengan ketersediaan uang yang cukup sehingga pakaian bekas menjadi salahsatu alternatif bagi mahasiswa UNESA untuk memenuhi kebutuhan sandangnya. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat beberapa faktor yang menjadi alasan mahasiswa UNESA dalam hal memutuskan untuk mengkonsumsi pakaian bekas sehingga membentuk pola konsumsi pakaian bekas, selanjutnya dimaknai dengan pentingnya konsumsi pakaian bagi status mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas sebagai anak muda yang mengikuti *trend* masa kini. Di Surabaya sendiri terdapat beberapa pusat tempat penjualan pakaian bekas, dipasar loak misalnya terdapat beberapa tempat yang menjual pakaian bekas diantara lainnya yaitu pasar gembong, TP pagi, dan pasar maling yang paling favorit bagi pecinta pakaian bekas. Toko *secondhand* merupakan konsep baru dalam penjualan pakaian bekas seiring semakin populernya pakaian bekas dikalangan mahasiswa UNESA.

Menurut hasil penelitian ditemukan gaya hidup yang dimiliki oleh setiap subjek menyangkut pola berbelanja dan pola pergaulan, hal yang menjadi aspek dari kedua pola tersebut tercermin dari kebiasaan sehari-hari, interaksi dengan orang lain, serta kegemaran terhadap suatu hal. Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pola berbelanja pengguna pakaian bekas yaitu faktor latar belakang keluarga, pekerjaan orang tua dan jenis tempat pemilihan model belanja, selain itu gaya hidup

berbelanja mahasiswa pengguna pakaian bekas cenderung konsumtif, sedangkan pola pergaulan mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas dibangun dari kegiatan *ngopi* maupun *nongkrong* yang bertujuan untuk mempererat tali pertemanan diantara mereka, hal tersebut juga dapat menambah wawasan mengenai pakaian bekas.

Penelitian ini menemukan motif sebab dan motif tujuan yang menjadi alasan mahasiswa UNESA menggunakan pakaian bekas yang dikategorikan kedalam beberapa tipifikasi. Pertama yaitu *because of motive* ditipifikasi menjadi beberapa kategori yaitu pengaruh lingkungan pergaulan, pengaruh lingkungan keluarga, pengaruh media massa, dan berdekatan dengan toko *secondhand*. Pada penelitian ini, terdapat motif-motif yang dimunculkan dari tindakan yang dilakukan oleh mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas ketika memutuskan untuk menggunakan pakaian bekas. Setiap subjek memiliki motif sebab yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Perbedaan motif sebab tersebut tentunya memiliki perbedaan latar belakang dari setiap individu-individu yang berbeda. Sebelum memahami motif dan makna perilaku dari mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas, terdapat alasan yang melatarbelakangi mereka melakukan tindakan tersebut karena pada dasarnya tindakan seseorang dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya sehingga termotivasi untuk melakukannya.

Kedua, Penelitian ini menemukan alasan dari mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas yang berkeinginan untuk tampil menarik didepan umum melalui cara menggunakan pakaian bekas sebagai salah satu alternative pilihannya. Motif tujuan yang dipakai oleh mahasiswa UNESA merupakan *in order to motive* yang muncul dari penggunaan pakaian bekas. Tindakan *in order to motive* yang muncul dari tindakan mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas ditipifikasi menjadi beberapa kategori yaitu harga yang terjangkau, *brand* ternama, unik dan *limited edition*, bahan yang berkualitas, menambah koleksi pakaian, dan terlihat *fashionable*. Motif-motif tersebut digunakan oleh mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas ini merupakan motif untuk terlihat menarik didepan umum, selain itu dari tipifikasi-tipifikasi tersebut digolongkan pada tindakan rasionalitas yang dikemukakan oleh Weber.

Citra negatif yang ditimbulkan oleh pakaian bekas sebagai pakaian yang tidak sehat, tidak menyurutkan mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas untuk menggunakannya. Mahasiswa UNESA pengguna pakaian bekas menjadikan pakaian bekas sebagai media bagi pencapaian atas kebanggaan, *prestise*, serta peniruan atas mode. Pakaian bekas yang murah menjadi kebutuhan sedangkan keunikannya dicari untuk memunculkan identitas gaya hidup masyarakat modern yang erat dengan fashion. Mengonsumsi pakaian bekas bukan masalah bagi mahasiswa UNESA meskipun beberapa orang masih menganggapnya sebagai hal yang tidak wajar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani. 2002. *Sosiologi Skematika Teori dan terapan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hanurawan Fattah. 2010. *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Mc.Robbie Angela. 2011. *Posmoderisme dan budaya pop*. Bantu: Kreasi Wacana Offset
- Poloma, Margaret. 2003. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung
- Sztompka Piotr. 2004. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada Media Group