

# Eksplorasi minat tren thrifting di kalangan generasi z: Analisis teori tindakan sosial max weber

Iva Latifa

Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
e-mail: ifaog.latifa@gmail.com

## Kata Kunci:

Thrifting, generasi z, konsumsi alternatif, max weber, trending

## Keywords:

Thrifting, generation z, alternative consumption, max weber, trending

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi minat tren thrifting di kalangan Generasi Z dengan menggunakan pendekatan teori tindakan sosial Max Weber. Fenomena thrifting, yakni membeli pakaian bekas, semakin populer di kalangan mahasiswa sebagai bentuk konsumsi alternatif yang tidak hanya bersifat ekonomis, tetapi juga mencerminkan kesadaran akan keberlanjutan lingkungan, ekspresi diri, serta pengaruh sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan grounded theory dan melibatkan delapan mahasiswa UIN Malang sebagai informan utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi mahasiswa dalam melakukan thrifting terbagi ke dalam empat kategori tindakan sosial Weber, yaitu tindakan rasional (pertimbangan harga dan kualitas), tindakan berorientasi nilai (kesadaran ekologis), tindakan afektual (dorongan emosional dan estetika), serta tindakan tradisional (pengaruh kebiasaan sosial). Temuan ini menegaskan bahwa praktik thrifting merupakan aktivitas sosial yang kompleks dan multidimensional, serta mencerminkan gaya hidup generasi muda yang adaptif terhadap isu sosial dan lingkungan.

## ABSTRACT

This study aims to explore the interest in thrifting trends among Generation Z using Max Weber's social action theory approach. The phenomenon of thrifting, which is buying second-hand clothes, is increasingly popular among university students as a form of alternative consumption that is not only economical, but also reflects awareness of environmental sustainability, self-expression, and social influence. This research uses a qualitative method with a grounded theory approach and involves eight students of UIN Malang as the main informants. The results showed that students' motivation in thrifting is divided into four categories of Weber's social action, namely rational action (price and quality considerations), value-oriented action (ecological awareness), affective action (emotional and aesthetic impulses), and traditional action (influence of social habits). The findings confirm that thrifting is a complex and multidimensional social activity, and reflects the lifestyle of young people who are adaptive to social and environmental issues.

## Pendahuluan

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang juga kerap kali menjadi bagian dari ekspresi diri melalui fashion. Dalam perkembangannya, fashion tidak hanya menjadi simbol gaya hidup individu tetapi juga mencerminkan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya pada zamannya. Seiring berjalannya waktu, gaya fashion selalu



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

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

berubah sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga istilah "mode" kini semakin populer dalam masyarakat (Agnesvy & Iqbal, 2022). Tren mode dunia terus mengalami perubahan, memperlihatkan respon dan adaptasi terhadap berbagai dinamika sosial serta kemajuan teknologi. Salah satu tren fashion yang menarik perhatian saat ini adalah fenomena thrifting, atau membeli pakaian bekas.

Thrifting merupakan bentuk perlawanan terhadap budaya konsumerisme dan menjadi bagian dari kesadaran kritis mahasiswa terhadap pola konsumsi kapitalistik. Praktik ini tidak semata dilakukan karena alasan ekonomi, melainkan sebagai upaya memilih pola konsumsi yang lebih sadar nilai dan berkelanjutan. Thrifting memungkinkan masyarakat untuk menggunakan kembali pakaian yang masih layak pakai, sehingga dapat mengurangi limbah tekstil yang semakin meningkat (Aswadana, Rahayu, & Effendy, 2022). Fenomena ini menjadi populer di berbagai kalangan, terutama di tengah generasi muda, yang melihat thrifting sebagai solusi untuk mengikuti tren fashion tanpa harus mengeluarkan biaya tinggi. Dalam praktik thrifting, keterlibatan terhadap fashion (*fashion involvement*) memainkan peran penting, terutama ketika seseorang merasa terdorong untuk mengikuti tren tanpa mengesampingkan kemampuan mengontrol diri. Terdapat pengaruh positif antara self-control dan fashion involvement, di mana mahasiswa yang memiliki kontrol diri tinggi tetap aktif dalam mengikuti tren fashion, tetapi mampu mengendalikan keputusannya secara rasional (Anggraini & Hidayati, 2019). Hal ini mendukung pemahaman bahwa sebagian pelaku thrifting, khususnya generasi Z, tetap melibatkan nilai fungsi dan pengendalian dalam konsumsi fashion, bukan semata-mata dorongan impulsif.

Selain manfaat ekonomis dan lingkungannya, thrifting juga menawarkan nilai tambah bagi konsumen, seperti kesempatan untuk menemukan pakaian unik dan berkualitas dengan harga yang lebih rendah. Hal ini menjadikan thrifting sebagai alternatif yang menarik bagi masyarakat yang ingin tampil modis tanpa harus menguras anggaran (Fadila, Alifah, Faristiana, Puspita Jaya, & Timur, 2023). Oleh karena itu, thrifting tidak hanya sekadar tren, melainkan juga bagian dari gerakan yang mencerminkan kesadaran sosial dan ekologis masyarakat modern. Dengan adanya Thrifting terbukti sangat efektif dalam mengurangi akumulasi limbah pakaian yang sudah tidak terpakai, karena dalam thrifting, pakaian bekas dapat diperjualbelikan dan digunakan kembali seperti semula. Selain itu, thrifting juga dapat berfungsi sebagai usaha jual beli (Aryaputra, Wibowo, & Stefan, 2023). Meskipun kegiatan thrifting umumnya dilakukan secara langsung, perkembangan teknologi dan digitalisasi kini memungkinkan transaksi jual beli pakaian thrifting dilakukan melalui berbagai platform e-commerce. Mahasiswa yang memiliki pemahaman ekonomi yang baik dan kontrol diri yang kuat cenderung lebih mampu menahan dorongan konsumtif yang bersifat mendadak, dan lebih rasional dalam mengambil keputusan. Dalam konteks thrifting, hal ini menunjukkan bahwa sebagian pelaku Generasi Z melakukan pembelian bukan karena dorongan impulsif semata, melainkan karena kesadaran nilai, fungsi, dan penghematan (Atunnisa' & Firdiansyah, 2022). Dalam konteks thrifting, Teori Tindakan Sosial yang dikemukakan oleh Max Weber menjadi teori yang relevan dalam menganalisis motivasi individu dalam memilih kegiatan ini. Teori ini menunjukkan bahwa tindakan manusia dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk norma dan nilai sosial yang berlaku. Dalam

thrifting, individu tidak hanya mempertimbangkan keuntungan materi, tetapi juga dampak sosial dan lingkungan dari pilihan mereka.

Penelitian ini dilakukan di kalangan mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Malang dan bertujuan untuk mengeksplorasi pengetahuan mahasiswa mengenai thrift shop. Penelitian ini mencakup motif dari masing-masing mahasiswa dalam melakukan thrifting sangat beragam, mencakup faktor ekonomi, kesadaran lingkungan, hingga keinginan untuk tampil unik. Beberapa mahasiswa mungkin termotivasi oleh harga yang lebih terjangkau, sehingga dapat memenuhi kebutuhan fashion mereka tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Sementara itu, ada juga yang tertarik pada aspek keberlanjutan lingkungan, di mana mereka melihat thrifting sebagai cara untuk mengurangi limbah tekstil dan dampak negatif industri fashion terhadap lingkungan. Selain itu, sebagian lainnya menikmati thrifting karena dapat menemukan pakaian yang unik dan langka, yang tidak mudah ditemukan di toko-toko retail konvensional. Oleh karena itu, tipologi tindakan mereka penting untuk dieksplorasi guna memahami lebih dalam mengenai latar belakang motivasi dan preferensi yang mendorong masing-masing individu dalam memilih thrifting sebagai gaya konsumsi mereka.

## **Pembahasan**

Thrifting menjadi tren yang semakin populer di kalangan mahasiswa. Aktivitas ini melibatkan pembelian barang bekas, seperti pakaian atau barang lainnya, dengan harga lebih terjangkau. Selain alasan ekonomis, thrifting juga memberikan peluang untuk menemukan barang-barang unik dan berbeda. Hal ini mencerminkan perubahan dalam pola konsumsi, di mana mahasiswa lebih memilih barang bekas sebagai alternatif yang ramah lingkungan dan lebih berkelanjutan.

### ***Motif Pemilihan Thrifting***

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat berbagai motif yang mendorong mahasiswa untuk memilih pakaian bekas atau thrifting. Motif ini terbagi ke dalam empat sub-kategori, yaitu Motif ekonomi, motif nilai, motif lingkungan, dan motif tradisional.

### ***Motif Ekonomi***

Motif ekonomi merupakan salah satu pendorong utama dalam memilih fashion bekas. Berdasarkan pernyataan beberapa informan, seperti Faizah, Nanda, dan Dina, aspek harga muncul sebagai pertimbangan utama dalam keputusan pembelian pakaian bekas. Faizah, misalnya, menegaskan bahwa thrifting memiliki harga yang jauh lebih terjangkau dibandingkan pakaian baru, meskipun kualitasnya masih tetap baik. Pandangan serupa diungkapkan oleh Rizka dan Dina yang menyoroti keterbatasan anggaran sebagai mahasiswa sebagai salah satu alasan utama. Mereka memandang aktivitas thrifting sebagai solusi efektif untuk memenuhi kebutuhan fesyen dengan biaya yang lebih hemat, tanpa mengabaikan aspek kualitas dan kepraktisan.

Dalam konteks ini, preferensi terhadap pakaian bekas mencerminkan upaya individu dalam mengalokasikan sumber daya yang dimiliki secara optimal agar tetap memenuhi kebutuhan gaya hidup mereka. Pemilihan barang yang lebih murah dengan kualitas yang masih layak pakai menunjukkan adanya rasionalisasi pengeluaran

berdasarkan kondisi finansial yang terbatas. Fenomena ini juga dapat dikaitkan dengan perilaku konsumsi dalam ekonomi mikro, di mana individu berusaha mencapai keseimbangan antara keterbatasan anggaran dan nilai manfaat yang diperoleh dari barang yang dikonsumsi (Pasien & Studi, 2024). Dengan demikian, thrifting tidak hanya berperan sebagai praktik konsumsi alternatif, tetapi juga sebagai strategi ekonomi yang memungkinkan konsumen untuk mengelola keuangan secara lebih bijaksana sesuai dengan preferensi dan kondisi ekonomi.

### **Motif Nilai**

Motif nilai, terutama yang berkaitan dengan keunikan desain dan nilai personal, juga muncul kuat dalam wawancara dengan informan. Banyak dari mereka menyebutkan bahwa pakaian bekas sering kali memiliki desain yang unik dan tidak mudah ditemukan di toko mainstream, yang memberikan kesan eksklusivitas dan individualitas.

### **Keunikan Desain**

Informan seperti Rizka dan Nanda menekankan bahwa barang thrift memiliki desain atau pola yang unik dan sering kali sudah tidak diproduksi lagi. Rizka menyebutkan bahwa keunikan ini memberikan peluang bagi konsumen untuk mengekspresikan identitas diri secara lebih personal dan berbeda dari yang lain. Fenomena ini menunjukkan kecenderungan konsumen, khususnya generasi muda, untuk mencari produk yang mendukung diferensiasi diri sebagai bagian dari upaya membangun citra dan identitas sosial mereka (Pasien & Studi, 2024). Produk thrift dengan karakteristik yang tidak umum menjadi pilihan strategis bagi individu yang ingin tampil autentik di tengah tren fashion yang cenderung seragam.

### **Nilai Personal**

Khusnul dan Hilyatun turut mengungkapkan bahwa preferensi terhadap fashion bekas tidak hanya didorong oleh nilai fungsional, tetapi juga nilai emosional dan historis yang melekat pada barang tersebut, terutama yang bersifat vintage. Hilyatun, misalnya, menyatakan bahwa pencarian sepatu bekas memberikan tantangan tersendiri dan menghadirkan kepuasan pribadi ketika berhasil menemukan barang langka atau edisi lama. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumsi fashion berhubungan erat dengan pencarian identitas dan ekspresi diri, di mana individu cenderung memilih barang yang tidak hanya memenuhi kebutuhan praktis, tetapi juga memiliki nilai simbolik (Azarah, Harpy, & Dwi Agustina, 2024). Barang-barang dengan latar belakang sejarah atau cerita tertentu semakin memperkuat ikatan emosional antara konsumen dan produk yang mereka pilih, serta menegaskan peranannya dalam membangun citra diri yang autentik.

### **Motif Lingkungan**

Motif lingkungan juga menjadi faktor pendorong bagi beberapa informan, seperti Laila, yang mengungkapkan bahwa pemilihan pakaian bekas berkontribusi pada pengurangan limbah tekstil dan mendukung praktik keberlanjutan. Laila secara tegas menyatakan bahwa thrifting merupakan salah satu cara untuk turut serta dalam upaya pengurangan limbah tekstil, sebuah isu yang kini semakin mendapat perhatian global. Pernyataan ini mencerminkan pergeseran dalam pola konsumsi masyarakat yang

semakin mengutamakan pertimbangan lingkungan, di mana konsumen mulai memperhitungkan dampak ekologis dari setiap keputusan pembelian. Praktik thrifting mencerminkan transisi menuju konsumsi yang lebih berkelanjutan, yang sejalan dengan prinsip ekonomi sirkular, di mana barang-barang digunakan kembali dan didaur ulang sebagai bagian dari upaya mengurangi limbah, menggantikan model konsumsi linier yang mengarah pada pembuangan barang yang masih memiliki nilai guna. (Decy Arwini, 2022)

### ***Motif Tradisional***

Motif tradisional turut memengaruhi keterlibatan individu dalam thrifting, sebagaimana diungkapkan oleh Rina, yang awalnya bergabung dengan teman-temannya untuk mencoba aktivitas tersebut. Meskipun awalnya sekadar mengikuti, Rina mulai merasakan kepuasan karena merasa terhubung dengan budaya konsumsi yang lebih santai dan tidak terburu-buru dalam membeli barang baru. Pengalaman ini mencerminkan bagaimana norma sosial dalam kelompok atau komunitas memengaruhi keputusan individu untuk terlibat dalam praktik thrifting. Konsumsi dalam konteks ini sering kali dipengaruhi oleh dinamika sosial yang ada dalam kelompok, di mana individu terdorong untuk mengikuti kebiasaan atau pola konsumsi yang diterima secara kolektif (Haris, Setiawan, Rendi, & Fajarwati, 2024). Praktik thrifting yang dilakukan Rina bukan hanya merupakan alternatif konsumsi yang praktis, tetapi juga menggambarkan pentingnya faktor sosial dalam membentuk keputusan konsumsi individu.

### ***Jenis Fashion Thrifting yang digemari***

Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dengan delapan informan, jenis fashion thrifting yang paling diminati adalah pakaian dengan desain yang unik dan klasik, seperti kemeja flanel, jaket denim, dan sepatu sneakers. Informan mengungkapkan bahwa pakaian-pakaian tersebut memiliki gaya yang tetap relevan sepanjang waktu dan dapat digunakan dalam berbagai situasi. Selain itu, sejumlah informan juga menyatakan ketertarikan terhadap pakaian dengan gaya vintage, seperti rok dan dress, yang mereka nilai memiliki motif khas dan dapat memberikan kesan berbeda dibandingkan dengan pakaian konvensional. Dalam hal pemilihan merek, beberapa informan menunjukkan preferensi terhadap pakaian dari merek-merek ternama seperti Levi's, Uniqlo, dan H&M, dengan pertimbangan bahwa pakaian-pakaian dari merek tersebut menawarkan kualitas yang baik serta desain yang modern dan sesuai dengan tren terkini. Temuan ini mencerminkan kecenderungan konsumen untuk memilih pakaian thrift berdasarkan kombinasi antara daya tarik estetika, kualitas, dan nilai praktis yang dapat diberikan oleh produk tersebut. modern.

### ***Kekurangan dan Kelebihan Thrifting***

Keuntungan utama dari thrifting terletak pada harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan membeli barang baru, serta potensi untuk mendapatkan produk dengan kualitas yang baik. Konsumen dapat memperoleh barang dengan harga jauh lebih rendah daripada harga barang baru, namun tetap dengan kualitas yang setara. Selain itu, faktor keberlanjutan turut mendukung praktik ini, di mana pembelian barang bekas berkontribusi pada pengurangan limbah tekstil dan mendukung ekonomi sirkular. Thrifting membantu menurunkan permintaan terhadap produksi barang baru yang

berpotensi meningkatkan jejak karbon industri fashion. Berdasarkan wawancara dengan Faizah dan Nanda, keduanya menyatakan bahwa harga yang terjangkau menjadi alasan utama mereka berbelanja di toko barang bekas.

Namun, praktik thrifting juga memiliki sejumlah kekurangan. Banyak konsumen mengungkapkan bahwa kualitas barang yang tersedia tidak selalu sempurna, dengan beberapa produk menunjukkan tanda-tanda kerusakan, seperti noda yang sulit dihilangkan, jahitan yang lepas, atau kerusakan minor lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa barang thrift sering kali tidak berada dalam kondisi sempurna dan memerlukan perhatian ekstra dalam hal kualitas. Seperti yang disampaikan oleh Khusnul dan Rina, beberapa barang yang mereka beli perlu diperbaiki terlebih dahulu, seperti mengganti kancing atau menjahit kembali bagian yang rusak. Selain itu, masalah ukuran juga menjadi kendala utama dalam thrifting. Sebagian besar barang yang tersedia tidak menawarkan variasi ukuran yang memadai, sehingga pencarian barang yang sesuai dengan ukuran tubuh menjadi lebih sulit. Oleh karena itu, meskipun thrifting menawarkan banyak manfaat, konsumen perlu lebih teliti dan siap untuk menghadapi tantangan seperti perbaikan barang atau kesulitan dalam menemukan ukuran yang sesuai.

Motivasi Minat Tren Thrifting Di Kalangan Generasi Z Pandangan Teori Social Action Max Weber. Teori Tindakan Sosial Max Weber telah digunakan dalam berbagai kajian sosial untuk memahami motif subjektif individu dalam bertindak. Salah satunya diterapkan oleh (Ahmad Muzaki, Saifullah, & Ali Hamdan, 2023) dalam menganalisis fenomena mentoring poligami di media sosial. Meskipun berbeda konteks, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa empat tipologi tindakan sosial Weber dapat menjelaskan motivasi individu secara utuh dan menyeluruh. Hal ini memperkuat landasan teoritis dalam menganalisis praktik thrifting sebagai tindakan sosial yang juga sarat dengan makna subjektif, nilai, emosi, dan kebiasaan sosial

### ***Rational Social Action (Tindakan Sosial Rasional)***

Tindakan sosial rasional, menurut Max Weber, merujuk pada tindakan yang didorong oleh pertimbangan logis untuk mencapai tujuan tertentu. (1968) Dalam konteks minat tren thrifting di kalangan Generasi Z, banyak informan mengidentifikasi alasan rasional terkait dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan membeli pakaian baru. Faizah, misalnya, menekankan bahwa harga pakaian bekas yang lebih terjangkau menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian. Dengan adanya barang-barang branded yang masih dalam kondisi baik, individu dapat memperoleh kualitas tinggi tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan pakaian bekas didorong oleh keputusan rasional untuk memaksimalkan manfaat finansial, sejalan dengan teori Weber tentang rasionalitas dalam tindakan sosial. Selain itu, manfaat dari membeli pakaian bekas yang lebih ekonomis dan efisien juga menjadi alasan mengapa konsumen lebih memilih thrifting. Beberapa informan lainnya, seperti Nanda dan Dina, menambahkan bahwa mereka memilih thrifting karena kualitas yang tetap baik meskipun harga jauh lebih murah. Keputusan ini merupakan hasil dari pertimbangan rasional tentang keuntungan materi yang bisa diperoleh tanpa mengorbankan kualitas produk.

***Value Rational Social Action (Tindakan Sosial Berdasarkan Nilai)***

Tindakan sosial berdasarkan nilai (value rational action) juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi tren thrifting di kalangan Generasi Z, yang tercermin dalam wawancara dengan informan seperti Laila dan Rizka. Mereka menekankan bahwa belanja pakaian bekas tidak hanya dilihat dari aspek material, tetapi juga dilandasi oleh nilai-nilai sosial dan moral. Laila, misalnya, menjelaskan bahwa ia memilih thrifting karena alasan keberlanjutan dan keinginan untuk mengurangi limbah pakaian, yang menjadi semakin penting di tengah kesadaran global akan dampak lingkungan dari konsumsi pakaian cepat saji. Nilai keberlanjutan ini mencerminkan orientasi pada nilai yang lebih besar daripada hanya sekadar keuntungan materi, sesuai dengan konsep value rational action yang diperkenalkan oleh Weber, di mana tindakan dilakukan untuk mencapai tujuan berdasarkan prinsip-prinsip moral atau nilai yang diyakini individu (Weber 1968). Dalam hal ini, thrifting bukan hanya dianggap sebagai alternatif konsumsi yang lebih hemat, tetapi juga sebagai bentuk aksi moral untuk mendukung gaya hidup ramah lingkungan. Ini menunjukkan bagaimana keputusan untuk memilih barang bekas dapat dipengaruhi oleh keyakinan dan komitmen terhadap nilai-nilai sosial yang lebih luas, seperti keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan.

***Affectual Social Action (Tindakan Sosial Berdasarkan Perasaan)***

Tindakan sosial berdasarkan perasaan melibatkan pengaruh emosional yang mendorong individu untuk mengambil keputusan tertentu, meskipun tidak selalu rasional atau berdasarkan pertimbangan nilai (Weber, 1968). Beberapa informan, seperti Khusnul, mengungkapkan bahwa mereka memilih barang thrift karena rasa "spesial" atau "memiliki cerita" yang ada pada barang vintage, yang memberikan kesan emosional lebih dari sekadar fungsi praktisnya. Pencarian pakaian bekas juga sering kali menjadi kegiatan yang melibatkan elemen emosional, seperti perasaan senang saat menemukan barang langka atau barang yang membawa kenangan nostalgia. Hal ini mengindikasikan bahwa tindakan thrifting juga bisa dipandang sebagai keputusan yang dipengaruhi oleh perasaan atau keinginan untuk terhubung dengan masa lalu atau nilai estetika tertentu, yang memberikan kepuasan pribadi yang lebih besar. Seperti yang diungkapkan oleh Hilyatun, thrifting memberikan pengalaman emosional yang menyenangkan, terutama saat berhasil menemukan item yang jarang ditemui di pasaran. Oleh karena itu, meskipun ada faktor rasional dalam thrifting, aspek perasaan, seperti kesenangan atau kenangan yang hadir dari barang bekas, memainkan peran penting dalam keputusan membeli.

***Traditional Social Action (Tindakan Sosial Berdasarkan Tradisi)***

Terakhir, traditional social action juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat Gen Z terhadap tren thrifting. Sebagian informan, seperti Rina dan Nanda, menyatakan bahwa mereka mulai terlibat dalam thrifting setelah diperkenalkan oleh teman-teman atau komunitas mereka. Tradisi sosial yang terbentuk di kelompok teman sebaya atau keluarga memiliki dampak signifikan terhadap kebiasaan belanja, di mana keputusan untuk berbelanja thrifting sering kali dipengaruhi oleh norma dan kebiasaan yang berlaku di dalam kelompok sosial mereka. Rina, misalnya, mengungkapkan bahwa awalnya ia hanya mengikuti teman-temannya yang gemar

berbelanja thrifting, dan seiring waktu, ia mulai menikmati proses tersebut. Hal ini mencerminkan pengaruh traditional social action, di mana individu melakukan tindakan berdasarkan kebiasaan atau tradisi yang berkembang dalam kelompok sosial mereka, meskipun tindakan tersebut mungkin tidak didorong oleh pertimbangan rasional atau nilai-nilai tertentu (Weber, 1968). Nanda yang dipengaruhi oleh teman-teman dan faktor nostalgia, memilih pakaian yang berkesan. Dalam konteks ini, tradisi sosial yang berkembang di kalangan teman sebaya dapat berperan sebagai faktor yang memperkenalkan dan mempengaruhi individu untuk terlibat dalam praktik thrifting. hasilnya, tindakan ini juga mencerminkan bagaimana norma dan kebiasaan kelompok berkontribusi dalam membentuk preferensi dan perilaku konsumsi dalam masyarakat.

**Tabel 1.** Analisis Tindakan Sosial Thrifting dalam Perspektif Max Weber.

<b>Nama</b>	<b>Rational SA</b>	<b>Value Rational SA</b>	<b>Affectual SA</b>	<b>Traditional SA</b>
Faizah	✓			
Rizka		✓		
Dina	✓			
Laila		✓		
Nanda	✓			✓
Hilyatun			✓	
Rina		✓		
Khusnul			✓	

*Sumber: Candara, ukuran 11 pt, italic, 1 spasi*

Berdasarkan hasil analisis, mayoritas mahasiswa cenderung terlibat dalam thrifting dengan motif tindakan sosial rasional (rational social action), sebagaimana terlihat pada Faizah, Dina, dan Nanda. Tindakan ini mencerminkan keputusan yang lebih didorong oleh pertimbangan ekonomi dan manfaat praktis, seperti harga yang lebih terjangkau dan kualitas barang yang memadai. Faizah, misalnya, dapat digolongkan dalam tindakan sosial rasional karena memilih thrifting sebagai solusi untuk berhemat tanpa mengorbankan kualitas, bahkan mendapatkan barang bermerek yang dianggapnya menguntungkan. Dina juga termasuk dalam kategori ini, dengan mempertimbangkan biaya yang lebih terjangkau serta fleksibilitas pakaian bekas untuk berbagai kegiatan sebagai seorang mahasiswa. Nanda, dengan alasan serupa, memilih thrifting karena harga ekonomis dan desain unik yang ditawarkan, meskipun keputusan ini juga dipengaruhi oleh faktor nostalgia, yang menyiratkan unsur tindakan tradisional dalam pengambilan keputusan.

Sementara itu, Rizka dan Laila dapat digolongkan dalam tindakan value rational social action, di mana keputusan mereka didorong oleh nilai-nilai tertentu. Rizka melihat thrifting sebagai sarana untuk mengekspresikan gaya unik dan berbeda, sementara Laila mengaitkan aktivitas ini dengan kepedulian terhadap lingkungan dan konsep



keberlanjutan. Di sisi lain, Khusnul dan Hilyatun termasuk dalam kategori tindakan afektual (*affectual social action*), yang didorong oleh dorongan sentimental dan kepuasan pribadi. Keduanya merasakan kegembiraan dan keterikatan emosional ketika menemukan barang thrift, baik dari cerita yang terkandung di dalamnya maupun tantangan dalam berburu barang langka. Rina, di sisi lain, dapat dikategorikan dalam tindakan tradisional (*traditional social action*), yang muncul dari kebiasaan dan rutinitas mengikuti teman-temannya dalam beraktivitas thrifting, sehingga hal ini menjadi bagian dari kebiasaan yang melekat dalam kehidupannya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa thrifting merupakan fenomena yang kompleks dan dinamis, mencerminkan kombinasi antara rasionalitas, nilai-nilai sosial, emosi, dan kebiasaan dalam perilaku konsumsi mahasiswa. Aktivitas ini tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan ekonomi, tetapi juga menjadi wujud gaya hidup yang responsif terhadap tantangan sosial dan lingkungan, sekaligus memperkuat identitas dan relasi sosial di kalangan generasi muda.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, fenomena thrifting di kalangan mahasiswa UIN Malang didorong oleh berbagai faktor, antara lain motivasi ekonomi, preferensi terhadap nilai estetika dan keunikan pakaian, kesadaran terhadap isu lingkungan, serta pengaruh sosial dan emosional. Praktik thrifting dipilih karena harga yang lebih terjangkau, kemampuan mengekspresikan identitas diri melalui pakaian unik, serta kontribusi dalam mengurangi limbah tekstil yang sejalan dengan prinsip keberlanjutan. Selain itu, pengaruh lingkungan pertemanan, tren gaya hidup, dan kepuasan emosional saat menemukan produk spesifik menjadi pendorong signifikan dalam aktivitas ini.

Melalui pendekatan Teori Tindakan Sosial Max Weber, ditemukan bahwa aktivitas thrifting mencerminkan berbagai bentuk tindakan, yaitu tindakan rasional instrumental yang berorientasi pada efisiensi ekonomi, tindakan berorientasi nilai yang terkait kesadaran ekologis dan keberlanjutan, tindakan afektif yang dilandasi kepuasan emosional dan kesenangan individu, serta tindakan tradisional yang muncul dari kebiasaan dan pengaruh budaya. Dengan demikian, *thrifting* tidak hanya dipandang sebagai pilihan ekonomis semata, tetapi juga sebagai bentuk kesadaran ekologis, ekspresi identitas diri, pemenuhan kepuasan emosional, serta representasi gaya hidup dan pengalaman sosial yang kompleks di kalangan generasi muda.

## Daftar Pustaka

- Agnesvy, F., & Iqbal, M. (2022). Penggunaan Trend Fashion Thrift sebagai Konsep Diri pada Remaja di Kota Bandung sebagai fashion . Dalam proses sejarahnya , perubahan gaya fashion selalu berkaitan ( Dewi , 2022 ). Penggunaan trend fashion thrift ini mulai populer sejak hadirnya pandemi I. *AVANT GARDE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(02), 254–271.
- Ahmad Muzaki, Saifullah, & Ali Hamdan. (2023). Analisis Teori Tindakan Sosial Max Weber Terhadap Mentoring Poligami Yang Viral Di Media Sosial (Studi Kasus di Pesantren Tahfidz Qur'an Ma'had Yashma Serang Banten). *Jurnal Darussalam:*

- Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 15(1), 16–36. <http://repository.uin-malang.ac.id/17518/2/17518.pdf>
- Anggraini, V., & Hidayati, F. (2019). Self-control Mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Dilihat Dari Fashion Involvement. *Repository.Uin-Malang.Ac.Id*. Retrieved from <http://repository.uin-malang.ac.id/5313/>
- Aryaputra, R. T., Wibowo, T. O., & Stefan, R. J. (2023). Fenomena Thrifting Sebagai Solusi Alternatif Terkait dengan Mengurangi Dampak Lingkungan pada Fast Fashion, 2(8), 1511–1526.
- Aswadana, P., Rahayu, D. A. S., & Effendy, M. A. A. (2022). Pandangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya Terhadap Perubahan Gaya Hidup Akibat Fenomena Thrifting. *Universitas Negeri Surabaya 2022* |, 532, 532–540.
- Atunnisa', M., & Firdiansyah, Y. (2022). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(3), 279–295. <http://repository.uin-malang.ac.id/11348/7/11348.pdf>
- Azarah, A., Harpy, M., & Dwi Agustina, R. (2024). Budaya Konsumsi Baju Lebaran Sebagai Bentuk Sosial Gaya Hidup Konsumtif Pada Desa Jubung Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember. *Aksiologi: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(1), 21–30. <https://doi.org/10.47134/aksiologi.v5i1.215>
- Decy Arwini, N. P. (2022). Sampah Plastik Dan Upaya Pengurangan Timbulan Sampah Plastik. *Jurnal Ilmiah Vastuwidya*, 5(1), 72–82. <https://doi.org/10.47532/jiv.v5i1.412>
- Fadila, N. N., Alifah, R., Faristiana, A. R., Puspita Jaya, J., & Timur, J. (2023). Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 1(3), 278–291. Retrieved from <https://doi.org/10.55606/lencana.v1i3.1836>
- Haris, I. P., Setiawan, Y. I. N., Rendi, R., & Fajarwati, N. K. (2024). Tren Terkini Dalam Ilmu Komunikasi Di Indonesia: Antara Transformasi Digital Dan Dinamika Budaya. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(1), 140–149. Retrieved from <https://doi.org/10.62383/filosofi.v1i1.73>
- Pasien, P., & Studi, H. (2024). 3 1,2,3, 4(2), 2020–2025.
- Weber, M. (1968). Weber, M. (1968). Basic Sociological Terms. Economy and Society. G. Roth and C. Wittich. Berkeley, University of California Press. 3- 62. *University of California Press*.