Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 Number 7, Tahun, 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



PEMAKNAAN *FASHION THRIFTING* SEBAGAI KOMUNIKASI SIMBOLIK DALAM MEMBENTUK EKSISTENSI DIRI MAHASISWA

(Studi Fenomenologi pada Mahasiswa Pengguna *Fashion thrifting* Di Kota Bandung)

Firda Alifah Nasywa[1], Asep Dion Nugraha Rachmatulloh[2], Nantia Rena Dewi Munggaran[3]
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Langlangbuana

A R T I C L E I N F O

Article history:
Received November 2026
Revised November 2026
Accepted November 2026
Available November 2026

firdaalifahnasywa1@gmail.com
dionsiliwangi@gmail.com
nantiavenus@unla.ac.id

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu Bangsa Institute

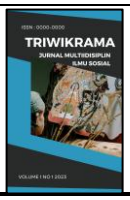
A B S T R A K

Fashion *thrifting* tidak hanya menjadi alternatif dalam memenuhi kebutuhan berpakaian, tetapi juga sarana bagi mahasiswa untuk mengekspresikan gaya, karakter, dan identitas diri. Penelitian ini bertujuan memahami pemaknaan mahasiswa di Kota Bandung terhadap *fashion thrifting* sebagai komunikasi simbolik, perannya dalam membentuk eksistensi diri, serta pengaruh lingkungan sosial terhadap penggunaannya. Penelitian ini menggunakan Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead dengan konsep *mind, self,* dan *society*. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap lima mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai *fashion thrifting* berdasarkan pengalaman, pengetahuan, selera, kebutuhan, dan interaksi sosial. Pilihan ini dinilai unik, terjangkau, nyaman, serta sesuai dengan karakter diri. Penggunaannya juga membantu mahasiswa mengeksplorasi penampilan, meningkatkan kepercayaan diri, dan membentuk identitas diri. Selain itu, keluarga, teman, dan lingkungan pergaulan turut memberikan informasi, referensi, serta respons terhadap pilihan berpakaian mahasiswa. Namun, mahasiswa tetap memiliki pertimbangan dalam menerima atau menyaring pengaruh sosial. Dengan demikian, *fashion thrifting* menjadi media komunikasi simbolik untuk merepresentasikan karakter, selera, kreativitas, dan eksistensi diri dalam kehidupan sosial.
Kata kunci: *fashion thrifting*, komunikasi simbolik, eksistensi diri, interaksi simbolik, mahasiswa.

A B S T R A C T

Fashion thrifting is not only an alternative for meeting clothing needs but also a means for students to express their style, character, and self-identity. This study aims to understand how students in Bandung interpret fashion thrifting as symbolic communication, its role in shaping self-existence, and the influence of the social environment on its use. This research applies George Herbert Mead's Symbolic Interaction Theory, which encompasses the concepts of mind, self, and society. A qualitative method with a phenomenological approach was employed. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving five students selected through purposive sampling. The findings show that students interpret fashion thrifting based on their experiences, knowledge, preferences, needs, and social interactions. It is considered a unique, affordable, comfortable clothing choice that reflects their personal character. Its use also helps students explore their appearance, build self-confidence, and develop their self-identity. Furthermore, family, friends, and social circles provide information, references, and responses to students' clothing choices. However, students maintain their own judgment in accepting or filtering social influences. Thus, fashion thrifting serves as a medium of symbolic communication through which students express their character, preferences, creativity, and self-existence in social life.
***Keywords**: fashion thrifting, symbolic communication, self-existence, symbolic interaction, students.*

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7,, Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



1. PENDAHULUAN

Perkembangan *fashion* pada era globalisasi tidak lagi terbatas pada pemenuhan kebutuhan dasar manusia dalam berpakaian, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup dan dinamika sosial masyarakat. Pakaian tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tubuh, tetapi juga menjadi media untuk mengekspresikan identitas, karakter, dan nilai yang dimiliki seseorang. Melalui *fashion*, individu dapat membangun kesan tertentu di hadapan orang lain sehingga pakaian dapat dipandang sebagai salah satu media komunikasi dalam kehidupan sosial (Hartono, 2023).

Salah satu fenomena yang berkembang dalam dunia *fashion* adalah praktik *fashion thrifting*, yaitu aktivitas membeli dan menggunakan kembali pakaian bekas yang masih layak pakai. Pada awalnya, *thrifting* dikenal sebagai alternatif untuk memperoleh pakaian dengan harga lebih terjangkau. Istilah *thrifting* dikaitkan dengan kata *thrive* yang bermakna tumbuh atau berkembang, sehingga praktik ini juga dipahami sebagai upaya memanfaatkan sumber daya secara lebih efisien (Ranadireksa, 2025). Seiring perkembangannya, *thrifting* mengalami pergeseran makna. Aktivitas ini tidak lagi semata-mata didasarkan pada pertimbangan ekonomi, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup dan cara individu mengekspresikan dirinya (Rasyidina et al., 2025).

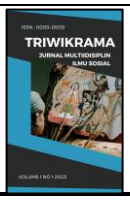
Di balik perkembangannya, praktik *fashion thrifting* juga menimbulkan perhatian terkait keamanan pakaian bekas bagi kesehatan. Penelitian Rakhshanpour et al. (2021) terhadap 800 sampel pakaian bekas di Teheran yang dipublikasikan dalam *Iranian Journal of Public Health* menemukan adanya kontaminasi parasit secara signifikan pada pakaian yang belum dicuci, sedangkan pada pakaian yang telah dicuci tidak ditemukan kontaminasi tersebut. Selain itu, kajian disinfeksi tekstil dari Leicester School of Pharmacy dan De Montfort University menunjukkan bahwa pencucian pada suhu sekitar 60°C selama sepuluh menit efektif membunuh bakteri resisten seperti MRSA dan mikroorganisme patogen lainnya. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa proses pencucian dan pembersihan merupakan aspek penting sebelum pakaian bekas digunakan kembali.

Perkembangan praktik *fashion thrifting* di Indonesia juga dapat dilihat melalui data perdagangan dan perilaku konsumsi masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), impor pakaian bekas di Indonesia mencapai 26,22 ton pada tahun 2022, meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya mencapai 8 ton (BPS, dalam Hidayah, 2023). Sementara itu, survei GoodStats yang dilaksanakan pada 5–16 Agustus 2022 terhadap 261 responden menunjukkan bahwa sebanyak 49,4% anak muda Indonesia pernah membeli produk *fashion* bekas melalui *thrifting*. Sebanyak 34,5% responden menyatakan belum pernah mencoba, sedangkan 16,1% lainnya menyatakan tidak tertarik (Hidayah, 2023). Data tersebut menunjukkan bahwa praktik *thrifting* telah dikenal dan diminati oleh sebagian besar responden anak muda dalam survei tersebut.

Perkembangan impor pakaian bekas juga masih terlihat pada tahun-tahun berikutnya. Volume impor pakaian bekas tercatat mencapai 3.865 ton sepanjang tahun 2024. Selanjutnya, pada periode Januari–Agustus 2025, volume impor mencapai 1.242,8 ton dengan nilai sekitar Rp25,7 miliar. Hong Kong dan Taiwan tercatat sebagai pemasok utama pakaian bekas tersebut (Philia et al., 2026). Kondisi ini berlangsung meskipun pemerintah memperketat larangan impor pakaian bekas melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 47 Tahun 2025 yang menggantikan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022 (Philia et al., 2026). Rangkaian data tersebut memperlihatkan bahwa fenomena pakaian bekas tetap menjadi bagian dari dinamika konsumsi *fashion* di Indonesia.

Kota Bandung menjadi salah satu lokasi yang relevan untuk mengkaji fenomena *fashion thrifting*. Kota ini dikenal dengan julukan *Paris van Java* karena perkembangan dunia *fashion* yang didukung oleh industri kreatif, komunitas *fashion*, serta berbagai pusat penjualan pakaian bekas, salah satunya Pasar Cimol Gedebage (Tyaswara et al., 2017). Mahasiswa di Kota Bandung memiliki akses terhadap aktivitas *thrifting* melalui pasar pakaian bekas, *thrifting shop*, media sosial,

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7,, Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



maupun *e-commerce*. Kemudahan akses tersebut turut membuka kesempatan bagi mahasiswa untuk memilih pakaian yang sesuai dengan kebutuhan, selera, dan gaya personal mereka.

Mahasiswa menjadi kelompok yang menarik untuk dikaji karena berada pada fase pencarian dan pembentukan identitas diri. Keterbatasan finansial, perubahan tren *fashion* yang cepat, serta lingkungan kampus yang beragam mendorong mahasiswa memilih alternatif berpakaian yang tidak hanya terjangkau, tetapi juga mampu menampilkan karakter dan gaya personal. Dengan demikian, keputusan menggunakan *fashion thrifting* tidak selalu berkaitan dengan kebutuhan ekonomi, tetapi dapat pula mengandung makna tertentu dalam upaya mahasiswa menunjukkan identitas dan eksistensi dirinya.

Dalam perspektif komunikasi, pakaian dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi nonverbal. Mulyana (2023) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan untuk menciptakan kesamaan makna melalui simbol verbal maupun nonverbal. Penampilan dan cara berpakaian menjadi salah satu bentuk penyampaian pesan tanpa menggunakan kata-kata. Melalui pilihan pakaian, individu dapat memberikan informasi mengenai identitas, karakter, serta nilai yang ingin ditampilkan kepada lingkungan sosialnya (Mulyana, 2023). Simbol-simbol tersebut memperoleh makna melalui proses interaksi dan pemahaman bersama dalam kehidupan sosial (Prasetyawati & Sitinjak, 2022). Rahmadani (2021) juga menjelaskan bahwa komunikasi simbolik berkaitan dengan proses individu dalam menafsirkan, menyepakati, dan mempertukarkan makna suatu simbol.

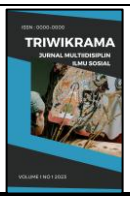
Pemahaman tersebut sejalan dengan Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead yang menjelaskan bahwa makna suatu simbol terbentuk melalui interaksi sosial. Proses tersebut melibatkan kemampuan individu untuk berpikir (*mind*), memahami dirinya (*self*), serta berhubungan dengan lingkungan sosial (*society*) (Ritzer, 2021). Dalam konteks penelitian ini, *fashion thrifting* dapat dipandang sebagai simbol yang memiliki makna berbeda bagi setiap mahasiswa berdasarkan pengalaman, pemahaman diri, dan interaksi sosialnya. Hal ini juga sejalan dengan pernyataan Umberto Eco dalam Barnard (2007), yaitu “I speak through my clothes”, yang menunjukkan bahwa pakaian dapat menjadi media untuk menyampaikan identitas, nilai, dan karakter seseorang.

Penelitian Nugroho (2023) berjudul “Thrifting: Budaya Konsumsi Pakaian Bekas pada Mahasiswa” menunjukkan bahwa *thrifting* telah mengalami pergeseran dari alternatif ekonomis menjadi bagian dari gaya hidup dan budaya populer mahasiswa. Aktivitas tersebut memungkinkan mahasiswa mengikuti perkembangan tren *fashion* sekaligus menegaskan identitas dirinya. Meskipun demikian, penelitian mengenai *fashion thrifting* masih banyak berfokus pada gaya hidup, budaya populer, dan perilaku konsumsi. Kajian yang secara khusus membahas pemaknaan *fashion thrifting* sebagai komunikasi simbolik dalam membentuk eksistensi diri mahasiswa masih relatif terbatas.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis bagaimana mahasiswa di Kota Bandung memaknai *fashion thrifting* sebagai komunikasi simbolik dalam membentuk eksistensi diri, serta bagaimana lingkungan sosial berperan dalam proses pemaknaan tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai komunikasi simbolik, komunikasi nonverbal, dan Teori Interaksi Simbolik dalam memahami hubungan antara *fashion*, identitas, dan eksistensi diri mahasiswa.

*Corresponding author
E-mail addresses: emailpenulis@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7,, Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai dasar untuk melihat persamaan, perbedaan, serta posisi penelitian yang dilakukan. Nugroho (2023) dalam penelitian berjudul "*Thrifting*: Budaya Konsumsi Pakaian Bekas pada Mahasiswa" menemukan bahwa *thrifting* tidak hanya menjadi alternatif ekonomi, tetapi berkembang sebagai bagian dari gaya hidup dan budaya populer mahasiswa untuk mengikuti tren serta membentuk identitas diri. Pratiwi (2025) melalui penelitian "*Thrifting Online* sebagai Tren *Fashion* Anak Muda di Media Sosial TikTok" menunjukkan bahwa *thrifting* berkembang menjadi tren *fashion* melalui proses konstruksi sosial di media digital, meskipun juga dapat mendorong perilaku konsumtif dan pembelian impulsif.

Selanjutnya, Rasyidina et al. (2025) dalam penelitian mengenai motivasi *thrifting* pada kalangan dewasa muda di Indonesia menemukan tiga faktor utama yang mendorong aktivitas tersebut, yaitu faktor ekonomi, sosial, dan produk. Farhani dan Kurniadi (2022) juga menjelaskan bahwa penggunaan produk *fast fashion* dapat menjadi sarana membentuk citra diri, meningkatkan kepercayaan diri, serta memperoleh perhatian dalam lingkungan sosial. Sementara itu, Yessica dan Utami (2025) menemukan bahwa *fashion* tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetika, tetapi juga menjadi media komunikasi nonverbal yang mencerminkan identitas, nilai, dan budaya individu.

Berdasarkan penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa *fashion* dan *thrifting* memiliki keterkaitan dengan gaya hidup, identitas, serta interaksi sosial. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang secara khusus membahas pemaknaan *fashion thrifting* sebagai komunikasi simbolik dalam membentuk eksistensi diri mahasiswa dengan menggunakan Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead dan pendekatan fenomenologi.

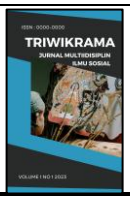
Teori Interaksi Simbolik

Teori Interaksi Simbolik merupakan landasan utama dalam memahami bagaimana individu memberikan makna terhadap simbol melalui proses interaksi sosial. Morissan (2013) menjelaskan bahwa teori ini berkaitan dengan konsep pikiran (*mind*), diri (*self*), dan masyarakat (*society*). Melalui interaksi, manusia saling berbagi makna yang kemudian memengaruhi tindakan dan pemahaman terhadap lingkungan sosialnya.

Teori ini berakar dari pemikiran George Herbert Mead yang dituangkan dalam buku *Mind, Self, and Society* (1934). Mead menjelaskan bahwa manusia memiliki kemampuan menggunakan simbol dalam interaksi sosial. Simbol tersebut memiliki makna yang dipahami bersama sehingga memungkinkan individu berkomunikasi, memahami tindakan orang lain, dan membentuk pemahaman terhadap dirinya sendiri. Selanjutnya, Herbert Blumer mengembangkan pemikiran tersebut dengan memperkenalkan tiga premis utama interaksi simbolik, yaitu manusia bertindak berdasarkan makna yang dimiliki suatu hal, makna terbentuk melalui interaksi sosial, serta makna dapat dikembangkan dan diubah melalui proses interpretasi individu.

Menurut Ritzer (2014), terdapat tiga konsep utama dalam Teori Interaksi Simbolik. Pertama, *mind* atau pikiran, yaitu kemampuan individu menggunakan simbol yang memiliki makna sosial dan mengembangkan pemikirannya melalui interaksi dengan orang lain. Dalam penelitian ini, konsep tersebut berkaitan dengan cara mahasiswa memahami pakaian *thrifting* sebagai simbol yang dapat mencerminkan perasaan, keyakinan, dan penilaian terhadap dirinya. Kedua, *self* atau diri, yaitu kemampuan individu merefleksikan dirinya berdasarkan sudut pandang dan penilaian orang lain. Ketiga, *society* atau masyarakat, yaitu lingkungan sosial yang menjadi tempat individu berinteraksi dan membentuk makna bersama.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7,, Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Dengan demikian, teori ini digunakan untuk memahami bagaimana mahasiswa memaknai *fashion thrifting*, membentuk pemahaman mengenai identitas dirinya, serta mempertimbangkan tanggapan lingkungan sosial terhadap penampilan yang ditampilkan.

Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal merupakan proses penyampaian pesan tanpa menggunakan kata-kata, melainkan melalui gerakan tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, simbol, penampilan, pakaian, potongan rambut, serta intonasi dan kualitas suara. Menurut Argyle dalam Hadiyat (2012), komunikasi nonverbal adalah penyampaian pesan yang diekspresikan secara sengaja maupun tidak sengaja melalui gerakan, tindakan, perilaku, dan suara yang berbeda dari penggunaan kata-kata dalam komunikasi verbal. Sementara itu, Rakhmat (2018) menjelaskan bahwa komunikasi nonverbal memberikan informasi penting mengenai suatu situasi dan perasaan seseorang.

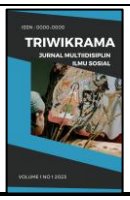
Secara umum, komunikasi nonverbal memiliki beberapa tujuan, yaitu mendukung pesan verbal, menyampaikan pesan dan maksud tertentu, mengungkapkan kondisi atau niat seseorang, menyampaikan perasaan, memberikan dukungan, serta menunjukkan kepribadian. Adapun manfaatnya meliputi melengkapi dan memperjelas pesan verbal, mempermudah penyampaian informasi, menggantikan pesan verbal ketika komunikasi lisan mengalami hambatan, memberikan penekanan, mengulang pesan, serta membantu penyampaian informasi kepada orang yang memiliki keterbatasan dalam membaca atau mendengar. Selain itu, komunikasi nonverbal dapat membuat penyampaian pesan lebih menarik dan cepat dipahami melalui penggunaan gerakan, gambar, serta simbol.

Bentuk komunikasi nonverbal meliputi sentuhan, gerakan tubuh, vokalik, dan kronemik. Sentuhan dapat berupa berjabat tangan, menggenggam tangan, atau sentuhan lainnya yang menyampaikan makna tertentu. Gerakan tubuh mencakup kontak mata, ekspresi wajah, isyarat, dan sikap tubuh. Vokalik berkaitan dengan cara seseorang berbicara, seperti nada, intonasi, volume, dan kecepatan suara, sedangkan kronemik berhubungan dengan penggunaan waktu dalam komunikasi. Rakhmat (1994) juga mengklasifikasikan pesan nonverbal menjadi pesan kinesik, proksemik, artifaktual, paralinguistik, sentuhan, dan bau-bauan. Pesan kinesik mencakup pesan fasial, gestural, dan postural yang dapat menunjukkan perasaan, sikap, serta respons seseorang. Pesan proksemik disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang yang mencerminkan tingkat keakraban. Pesan artifaktual ditunjukkan melalui penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik. Sementara itu, pesan paralinguistik berkaitan dengan cara mengucapkan pesan verbal, sedangkan sentuhan dan bau-bauan dapat menyampaikan perasaan, membentuk citra, serta menarik perhatian orang lain. Dengan demikian, penampilan dan pakaian merupakan bagian dari komunikasi nonverbal yang dapat digunakan seseorang untuk menyampaikan identitas dan membentuk persepsi orang lain terhadap dirinya.

Komunikasi Simbolik

Komunikasi simbolik merupakan proses penyampaian pesan melalui simbol-simbol yang telah disepakati dan dipahami bersama oleh pelaku komunikasi. Simbol tersebut dapat berbentuk bahasa verbal, perilaku nonverbal, maupun objek tertentu, seperti pakaian dan gaya berpenampilan. Simbol berfungsi sebagai unsur pembentuk pesan dan gagasan, sehingga komunikasi dapat berlangsung apabila simbol yang digunakan mampu dipahami serta dimaknai oleh penerima pesan. Oleh karena itu, komunikasi simbolik tidak hanya berkaitan dengan pertukaran pesan, tetapi juga dengan proses pembentukan makna melalui interaksi sosial. Makna

*Corresponding author
E-mail addresses: emailpenulis@gmail.com



suatu simbol dapat muncul, disepakati, dan terus mengalami negosiasi melalui percakapan serta interaksi antarindividu dalam lingkungan sosiokultural.

Fashion

Fashion merupakan mode atau gaya berpakaian yang mencakup berbagai unsur penampilan, seperti pakaian, aksesori, dandanan, hingga aroma tubuh. Thomas Carlyle berpendapat bahwa pakaian merupakan perlambang jiwa yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan sejarah kehidupan dan budaya manusia. Sejalan dengan pandangan tersebut, Prasetyawati dan Sitinjak (2022) menjelaskan bahwa pakaian berfungsi sebagai penunjuk identitas pemakainya sekaligus memengaruhi persepsi dan penilaian orang lain terhadap citra seseorang. Menurut Soekanto, *fashion* menunjukkan gaya hidup yang bersifat sementara dan terus berubah mengikuti perkembangan zaman. Meskipun demikian, seseorang perlu menyesuaikan gaya berpakaian dengan karakter, kebutuhan, dan kenyamanan dirinya.

Fashion memiliki beberapa fungsi, yaitu sebagai sarana komunikasi nonverbal melalui pesan artifaktual, media untuk merefleksikan suasana hati, bagian dari fenomena budaya, sarana untuk menunjukkan kesopanan sekaligus daya tarik, serta media untuk mengungkapkan identitas pemakainya. Dengan demikian, gaya berpakaian tidak hanya berkaitan dengan penampilan fisik, tetapi juga menjadi sarana seseorang dalam mengekspresikan diri dan menunjukkan karakteristiknya di lingkungan sosial.

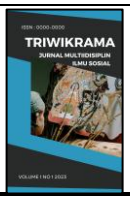
Thrifting

Thrifting merupakan kegiatan membeli barang bekas dengan mempertimbangkan nilai dan manfaat barang secara ekonomis sehingga seseorang dapat memperoleh barang yang diinginkan dengan pengeluaran lebih efisien. Secara khusus, *thrifting* berkaitan dengan praktik mengumpulkan dan menjual kembali barang-barang bekas yang masih layak digunakan. Menurut Nurpriyanti dan Hartono (2023), praktik tersebut memungkinkan barang bekas tetap dimanfaatkan oleh pemilik baru sehingga masa pakai barang menjadi lebih panjang dan tidak langsung berakhir sebagai sampah. Istilah *thrifting* sering disamakan dengan *preloved*, meskipun keduanya memiliki perbedaan. Barang *thrifting* umumnya merupakan barang bekas yang diimpor dari luar negeri, sedangkan *preloved* merupakan barang bekas milik pribadi yang dijual kembali oleh pemilik sebelumnya. Dengan demikian, *thrifting* dapat dipahami sebagai aktivitas membeli barang bekas yang masih memiliki kondisi dan kualitas layak untuk digunakan kembali.

Ekspresi Diri

Ekspresi merupakan proses mengungkapkan maksud, perasaan, gagasan, hasil pemikiran, maupun pandangan yang dapat terlihat melalui tindakan dan ekspresi wajah. Sementara itu, ekspresi diri merupakan dorongan individu untuk menunjukkan identitasnya secara terbuka melalui berbagai cara, baik untuk meneguhkan keberadaan diri maupun menunjukkan posisi dalam kelompok sosial. Ekspresi diri dapat dibedakan menjadi ekspresi positif dan negatif. Ekspresi positif berkaitan dengan penerimaan terhadap diri sendiri, pengungkapan perasaan secara positif, pemberian semangat, serta kemampuan menerima dan memahami orang lain. Sebaliknya, ekspresi negatif mencakup perasaan tidak nyaman, penolakan terhadap diri sendiri, perilaku agresif secara langsung maupun tidak langsung, kecenderungan menjauhi orang lain, serta pertentangan dengan keadaan. Dalam konteks *fashion*, pilihan berpakaian dapat menjadi salah satu bentuk ekspresi diri karena melalui penampilan seseorang dapat memperlihatkan perasaan, pemikiran, dan identitas yang ingin ditampilkan kepada lingkungan sosial.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7,, Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Eksistensi Diri

Eksistensi diri merupakan keinginan individu untuk memperoleh pengakuan atas keberadaannya dalam lingkungan sosial, terutama lingkungan tempat individu berinteraksi dan menjalankan aktivitas sehari-hari. Smith menjelaskan beberapa ciri eksistensi diri, yaitu kesadaran terhadap kelebihan dan kekurangan diri, kemampuan berpikir positif, kepercayaan diri, kemampuan mengevaluasi diri, kesadaran terhadap peran diri, memiliki daya tarik dan keunikan, serta konsisten terhadap keputusan dan prinsip yang diyakini. Sementara itu, Frankl mengemukakan empat aspek eksistensi diri, yaitu moralitas, penerimaan diri, spontanitas, dan hubungan interpersonal. Moralitas berkaitan dengan kemampuan memandang kehidupan secara realistis, penerimaan diri merupakan sikap tenang dan puas terhadap keadaan diri, spontanitas berkaitan dengan respons pikiran dan perasaan yang diwujudkan melalui perilaku, sedangkan hubungan interpersonal menunjukkan kemampuan individu dalam beradaptasi dan bersosialisasi dengan orang lain. Dalam penelitian ini, eksistensi diri berkaitan dengan bagaimana mahasiswa menggunakan *fashion thrifting* untuk menunjukkan keunikan, membangun kepercayaan diri, dan memperoleh pengakuan dari lingkungan sosialnya.

Mahasiswa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mahasiswa merupakan individu yang sedang belajar di perguruan tinggi. Pada umumnya, mahasiswa program sarjana berada dalam tahap remaja akhir. Monks (2002) menjelaskan bahwa masa remaja merupakan masa peralihan dari kanak-kanak menuju dewasa yang ditandai dengan perkembangan fisik, seksual, dan sosial, serta berkurangnya ketergantungan terhadap orang lain. Pada tahap ini, individu mulai berusaha menemukan identitas diri dan menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. Levinson dalam Monks (2002) menggolongkan mahasiswa berusia 17–22 tahun ke dalam masa remaja akhir, sedangkan International Planned Parenthood Federation menyebutkan rentang usia remaja antara 10–24 tahun. Sebagai makhluk sosial, mahasiswa membutuhkan interaksi dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan fisik maupun psikis serta membangun hubungan sosial. Oleh karena itu, kemampuan menyesuaikan diri dan kepercayaan diri menjadi aspek penting dalam perkembangan mahasiswa, termasuk dalam menentukan identitas dan mengekspresikan diri melalui gaya berpakaian.

2. METODE PENELITIAN

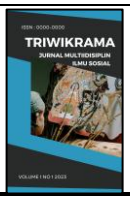
Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme atau interpretatif, yaitu paradigma yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang terbentuk melalui pengalaman, interaksi, dan interpretasi individu terhadap lingkungannya. Rahmawati (2019) menjelaskan bahwa realitas sosial merupakan hasil konstruksi manusia melalui pengalaman dan interaksi sosial. Sementara itu, Iqtishaduna (2025) menyatakan bahwa pengetahuan bersifat subjektif karena dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, nilai, dan sudut pandang setiap individu. Oleh karena itu, suatu fenomena dapat memiliki makna yang berbeda bagi setiap orang.

Paradigma ini digunakan untuk memahami bagaimana mahasiswa memaknai *fashion thrifting* berdasarkan pengalaman pribadi dan interaksi sosialnya. Dalam penelitian ini, *fashion thrifting* tidak hanya dipandang sebagai aktivitas membeli atau menggunakan pakaian bekas, tetapi juga sebagai simbol untuk mengekspresikan identitas, membangun citra diri, serta memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial.

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, yaitu metode yang bertujuan memahami dan menginterpretasikan fenomena sosial secara mendalam berdasarkan pengalaman,

*Corresponding author
E-mail addresses: emailpenulis@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7,, Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



pandangan, serta makna yang dibangun oleh individu. Menurut Sugiyono (2023), penelitian kualitatif berlandaskan pada filsafat postpositivisme atau interpretatif, digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi alamiah dengan peneliti sebagai instrumen utama. Metode ini lebih menekankan pemahaman terhadap makna suatu fenomena dibandingkan pengukuran atau generalisasi hasil penelitian.

Metode kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pengalaman subjektif mahasiswa dalam menggunakan dan memaknai *fashion thrifting*, termasuk alasan pemilihan pakaian, motivasi, serta makna yang terbentuk melalui interaksi sosial. Melalui wawancara mendalam dan interaksi langsung dengan informan, peneliti berupaya memperoleh pemahaman mengenai bagaimana *fashion thrifting* digunakan sebagai komunikasi simbolik dalam membentuk eksistensi diri mahasiswa di lingkungan sosialnya.

Pendekatan yang digunakan adalah fenomenologi, yaitu pendekatan dalam penelitian kualitatif yang bertujuan memahami pengalaman hidup (*lived experience*) individu terhadap suatu fenomena. Creswell dan Creswell (2018) menjelaskan bahwa penelitian fenomenologi bertujuan menggambarkan makna umum dari pengalaman hidup beberapa individu terhadap suatu fenomena sehingga peneliti dapat memahami esensi pengalaman tersebut. Sejalan dengan itu, Yusuf (2021) menjelaskan bahwa fenomenologi digunakan untuk menggali pengalaman subjektif individu agar suatu fenomena dapat dipahami berdasarkan perspektif orang yang mengalaminya secara langsung.

Pendekatan fenomenologi dipilih untuk menggali bagaimana mahasiswa di Kota Bandung mengalami, memahami, dan memberikan makna terhadap penggunaan *fashion thrifting* sebagai komunikasi simbolik. Penelitian ini juga memperhatikan proses interaksi sosial yang membentuk pemaknaan tersebut serta bagaimana pakaian yang digunakan menjadi simbol untuk mengekspresikan identitas diri. Dengan demikian, fokus penelitian tidak hanya terletak pada penggunaan pakaian bekas, tetapi juga pada pengalaman dan makna yang dirasakan mahasiswa dalam kehidupan sosialnya.

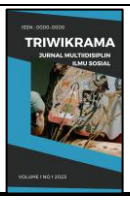
Teknik penentuan subjek penelitian menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Lenaini (2021), *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria tertentu sesuai kebutuhan penelitian. Teknik ini digunakan agar informan yang dipilih memiliki pengalaman, informasi, dan pemahaman yang relevan sehingga mampu memberikan data secara mendalam.

Pemilihan informan dalam penelitian ini didasarkan pada pengalaman langsung mahasiswa dalam menggunakan *fashion thrifting* serta kemampuan mereka menjelaskan makna penggunaan pakaian tersebut dalam kehidupan sosial. Adapun kriteria informan meliputi; Mahasiswa yang berdomisili di Kota Bandung, berusia antara 18–25 tahun, pernah atau sedang menggunakan produk *thrifting* dalam kurun waktu minimal 6 bulan hingga 1 tahun terakhir, aktif menggunakan *fashion thrifting* dalam kehidupan sehari-hari, bersedia menceritakan pengalaman, pandangan, serta pemaknaannya selama menggunakan *fashion thrifting*.

Menurut Sugiyono (2023), subjek penelitian merupakan pihak yang menjadi sumber data dan memiliki keterkaitan dengan fenomena yang dikaji. Ardiansyah, Risnita, dan Jailani (2023) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, pemilihan subjek didasarkan pada pengalaman dan kemampuan informan dalam memahami fenomena sehingga data yang diperoleh dapat lebih mendalam. Sejalan dengan itu, Lenaini (2021) menyatakan bahwa pemilihan informan bertujuan memperoleh sumber data yang sesuai dengan fokus penelitian.

Subjek dalam penelitian ini adalah lima mahasiswa pengguna *fashion thrifting* yang berdomisili di Kota Bandung, Kelima informan berasal dari beberapa perguruan tinggi di Kota Bandung dan memiliki pengalaman menggunakan *fashion thrifting* antara 1,5 hingga 7 tahun.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7,, Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Pemilihan mereka didasarkan pada pengalaman langsung dalam menggunakan pakaian *thrifting* serta kemampuan memberikan informasi mengenai makna, gaya berpakaian, dan interaksi sosial yang berkaitan dengan pembentukan eksistensi diri.

Objek penelitian merupakan hal yang menjadi fokus kajian untuk memperoleh informasi sesuai dengan permasalahan penelitian. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa objek penelitian kualitatif tidak hanya mencakup sesuatu yang diamati, tetapi juga situasi sosial yang terdiri atas pelaku, aktivitas, dan konteks tempat fenomena berlangsung. Sementara itu, Fadli (2021) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif berupaya mengungkap makna fenomena sosial berdasarkan pengalaman dan interpretasi subjek penelitian.

Objek penelitian ini adalah penggunaan *fashion thrifting* sebagai komunikasi simbolik dalam membentuk eksistensi diri mahasiswa di Kota Bandung. Fokus kajian diarahkan pada cara mahasiswa memaknai *fashion thrifting*, menggunakan pakaian sebagai simbol untuk menampilkan identitas diri, serta membangun eksistensi melalui interaksi dengan lingkungan sosial.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah pengalaman dan pemaknaan mahasiswa terhadap penggunaan *fashion thrifting* sebagai komunikasi simbolik dalam membentuk eksistensi diri. Analisis diarahkan pada alasan mahasiswa memilih gaya berpakaian tertentu, makna yang diberikan terhadap pakaian yang digunakan, serta bagaimana interaksi sosial berperan dalam membentuk pemahaman dan identitas diri mereka.

Teknik pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2023), pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi.

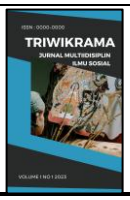
Teknik analisis data merupakan proses pengolahan dan penafsiran data secara sistematis untuk memperoleh makna serta kesimpulan penelitian. Menurut Sugiyono (2023), analisis data dalam penelitian kualitatif bersifat induktif, yaitu dilakukan berdasarkan data lapangan yang kemudian dikembangkan menjadi pola, kategori, dan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, yang terdiri atas empat tahapan; Pengumpulan Data (*Data Collection*), Reduksi Data (*Data Reduction*), Penyajian Data (*Data Display*), Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing*). Dalam pelaksanaannya, hasil wawancara terlebih dahulu ditranskripsikan ke dalam bentuk tulisan. Selanjutnya, peneliti melakukan *coding* dengan memberikan kode pada bagian data yang memiliki makna sesuai fokus penelitian. Kode-kode yang memiliki kesamaan kemudian dikelompokkan ke dalam kategori atau tema. Tahap akhir dilakukan melalui interpretasi terhadap setiap tema untuk memahami pengalaman informan dan menarik kesimpulan mengenai fenomena *fashion thrifting* sebagai komunikasi simbolik dalam membentuk eksistensi diri.

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan berbagai sumber, metode, dan perspektif untuk memperoleh data yang lebih akurat serta dapat dipercaya. Menurut Sugiyono (2023), triangulasi digunakan untuk meningkatkan kredibilitas penelitian dengan membandingkan informasi dari berbagai sudut pandang. Penelitian ini menggunakan dua bentuk triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Dengan demikian, triangulasi dilakukan untuk memperkuat kredibilitas hasil penelitian melalui perbandingan informasi dari sumber maupun teknik pengumpulan data yang berbeda.

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bandung, Jawa Barat. Pemilihan lokasi didasarkan pada karakteristik Kota Bandung sebagai salah satu kota pendidikan dengan jumlah mahasiswa yang besar dan latar belakang yang beragam. Selain itu, perkembangan tren *fashion* yang dinamis menjadikan Kota Bandung relevan untuk mengkaji penggunaan *fashion thrifting* sebagai komunikasi simbolik dalam membentuk eksistensi diri mahasiswa.Adapun penelitian dilaksanakan

*Corresponding author
E-mail addresses: emailpenulis@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7,, Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



pada periode Januari hingga Agustus 2026. Rentang waktu tersebut mencakup penyusunan proposal, seminar proposal dan revisi, penyusunan instrumen wawancara, pengumpulan data, transkripsi dan analisis data, penyusunan laporan penelitian, hingga sidang skripsi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemaknaan Mahasiswa di Kota Bandung terhadap *Fashion Thrifting* sebagai Bentuk Komunikasi Simbolik

Dalam teori interaksi simbolik George Herbert Mead, konsep *mind* menjelaskan kemampuan individu dalam berpikir dan memberikan makna terhadap suatu simbol melalui pengalaman, pengetahuan, serta interaksi dengan lingkungan. Mead (dalam Morissan, 2013) menjelaskan bahwa *mind* berkembang melalui proses sosial, yaitu kemampuan individu menafsirkan simbol berdasarkan pengalaman dan interaksi dengan orang lain. Dalam penelitian ini, *fashion thrifting* tidak hanya dimaknai sebagai aktivitas membeli pakaian bekas, tetapi juga sebagai simbol yang memiliki arti berbeda bagi setiap mahasiswa dan dapat digunakan untuk menyampaikan makna mengenai dirinya.

Pengalaman awal kelima informan dalam mengenal *fashion thrifting* memiliki latar belakang yang berbeda. Informan 1 telah terbiasa membeli pakaian bekas bersama ibunya sejak SMP, tetapi baru mengenal istilah *thrifting* ketika memasuki masa kuliah. Informan 2 mengenal kegiatan tersebut melalui ayahnya yang sering membeli pakaian bekas berkualitas dengan harga terjangkau. Informan 3 mengenalnya melalui teman yang berjualan pakaian bekas secara daring, sedangkan Informan 4 mulai tertarik setelah diajak teman mengunjungi tempat *thrifting*. Sementara itu, Informan 5 pertama kali mengenal *thrifting* melalui media sosial dan kemudian mencoba berbelanja secara langsung bersama temannya.

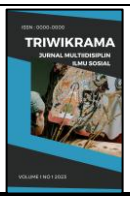
Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa keluarga, teman, dan media sosial menjadi sumber awal mahasiswa dalam mengenal *fashion thrifting*. Namun, ketertarikan dan pemaknaan terhadap kegiatan tersebut tetap berkembang berdasarkan pengalaman serta kebutuhan masing-masing individu. Hal ini sejalan dengan konsep *mind* Mead, bahwa individu tidak sekadar menerima informasi dari lingkungan, tetapi juga menafsirkan dan menghubungkannya dengan pengalaman serta pemahaman pribadi.

Pemaknaan mahasiswa terhadap fashion secara umum juga menunjukkan perbedaan. Informan 1 dan Informan 4 lebih memandang fashion sebagai persoalan selera pribadi. Informan 2 memaknainya sebagai sarana mengekspresikan diri sekaligus membentuk kesan pertama (*first impression*) di hadapan orang lain. Informan 3 menghubungkan fashion dengan upaya menjaga penampilan agar tidak memperoleh penilaian negatif dari lingkungan sosial. Sementara itu, Informan 5 memandang fashion sebagai sarana merepresentasikan karakter dan identitas diri.

Pemaknaan tersebut kemudian berkembang menjadi pandangan yang lebih khusus terhadap *fashion thrifting*. Informan 1 memaknainya sebagai pilihan untuk memperoleh pakaian unik dengan harga terjangkau dan sesuai gaya pribadi. Informan 2 melihatnya sebagai kesempatan untuk menemukan pakaian yang berbeda dan tidak pasaran, sekaligus sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan. Informan 3 menekankan pertimbangan harga, variasi model, dan kualitas pakaian. Informan 4 lebih mengutamakan variasi model, kenyamanan, serta kesesuaian dengan selera pribadi. Sementara itu, Informan 5 memandang *thrifting* sebagai cara memperoleh pakaian berkualitas tanpa harus terpaku pada merek tertentu serta sebagai alternatif dari budaya *fast fashion*.

Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa karakteristik *fashion thrifting*, seperti harga terjangkau, keunikan, variasi model, dan kualitas pakaian, memperoleh arti yang berbeda setelah dihubungkan dengan kebutuhan serta cara pandang masing-masing individu. Dengan demikian,

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7,, Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



fashio n thrifting tidak hanya dipahami sebagai aktivitas konsumsi, tetapi juga berkaitan dengan nilai personal, kenyamanan, kreativitas, dan kepedulian terhadap lingkungan.

Pemilihan pakaian *thrifting* juga melibatkan pertimbangan reflektif yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakter masing-masing mahasiswa. Informan 1 mengutamakan harga terjangkau serta kondisi pakaian yang masih layak digunakan. Informan 2 lebih memperhatikan motif, desain, dan detail unik, seperti bentuk kancing serta potongan pakaian. Informan 3 mempertimbangkan kualitas, harga, dan model, sekaligus membayangkan cara memadukannya dengan pakaian atau aksesori yang telah dimiliki. Informan 4 memperhatikan bahan, kondisi, ukuran, model, dan kenyamanan, sedangkan Informan 5 lebih mengutamakan *cutting* atau potongan pakaian serta kesesuaiannya dengan bentuk tubuh dibandingkan merek.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa tidak menerima pengaruh tren maupun lingkungan secara pasif. Mereka menyaring berbagai referensi dan mempertimbangkan kesesuaiannya dengan diri sendiri sebelum menentukan pilihan. Dalam perspektif *mind* Mead, proses tersebut memperlihatkan kemampuan individu memberikan makna terhadap suatu objek sebelum diwujudkan melalui tindakan. Oleh karena itu, pilihan pakaian menjadi cerminan dari cara mahasiswa memahami dan menilai dirinya.

Pemaknaan tersebut selanjutnya diwujudkan melalui gaya berpakaian yang menjadi simbol visual untuk berkomunikasi dengan lingkungan sosial. Informan 1 cenderung menggunakan gaya sederhana dengan motif *leopard* sebagai ciri khas penampilannya dan menunjukkan kreativitas dengan memodifikasi pakaian *thrifting* menjadi aksesori lain. Informan 2 mengeksplorasi gaya *downtown*, *earth tone*, dan Y2K, termasuk menggunakan aksesori seperti *scarf* sebagai rok. Informan 3 lebih konsisten menampilkan gaya *clean look* yang sederhana dan rapi dengan penggunaan *belt* sebagai salah satu detail khas. Informan 4 memilih gaya sederhana, nyaman, dan rapi sesuai selera pribadi. Sementara itu, Informan 5 menampilkan gaya yang dipengaruhi oleh skena *skateboard*, musik, dan fashion tahun 2000-an dengan memadukan unsur formal dan kasual.

Dalam perspektif interaksi simbolik Mead, pakaian dapat dipahami sebagai simbol yang memperoleh makna melalui pengalaman dan interpretasi individu. Gaya berpakaian juga berkaitan dengan *significant symbol*, yaitu simbol yang maknanya dapat dipahami oleh individu maupun orang lain dalam interaksi sosial. Ketika karakter penampilan mulai dikenali oleh lingkungan, simbol yang awalnya bersifat personal memperoleh makna sosial. Dengan demikian, *fashion thrifting* menjadi salah satu bentuk komunikasi nonverbal yang memungkinkan mahasiswa menyampaikan selera, karakter, kreativitas, dan keinginan untuk tampil berbeda melalui penampilan.

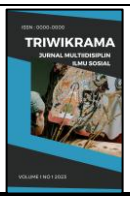
Peran *Fashion Thrifting* dalam Membentuk Eksistensi Diri Mahasiswa di Kota Bandung

Konsep *self* dalam teori interaksi simbolik George Herbert Mead menjelaskan bahwa diri seseorang terbentuk melalui proses berkelanjutan yang dipengaruhi oleh pengalaman dan respons lingkungan sosial. Dalam penelitian ini, penggunaan *fashion thrifting* berperan dalam proses mahasiswa mengenali, membentuk, dan menampilkan eksistensi dirinya. Peran tersebut terlihat melalui pembentukan gaya berpakaian, perubahan cara pandang terhadap diri sendiri, keterkaitan *thrifting* dengan identitas, pembentukan ciri khas, serta pengalaman dikenali oleh lingkungan sosial.

Gaya berpakaian *thrifting* mahasiswa terbentuk melalui pengalaman dan interaksi sehari-hari. Media sosial, teman, dan lingkungan sekitar menjadi sumber referensi dalam mengenal berbagai gaya berpakaian sebelum akhirnya disesuaikan dengan selera dan karakter masing-masing. Informan 1 memperoleh referensi melalui konten media sosial hingga menemukan

*Corresponding author
E-mail addresses: emailpenulis@gmail.com

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7,, Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



ketertarikan pada motif *leopard*. Informan 2 mendapatkan inspirasi dari media sosial dan lingkungan pertemanan yang memiliki minat serupa. Informan 3 memperoleh referensi melalui konten *outfit of the day* (OOTD) dan teman yang pertama kali mengenalkannya pada *thrifting*. Sementara itu, Informan 4 dan Informan 5 lebih menekankan proses penyaringan referensi berdasarkan selera pribadi. Informan 4 tidak selalu mengikuti tren, sedangkan Informan 5 mengolah inspirasi dari Pinterest dan berbagai skena fashion dengan memasukkan karakter pribadinya.

Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa lingkungan menyediakan berbagai referensi, tetapi mahasiswa tetap menentukan gaya yang dianggap sesuai dengan dirinya. Hal ini sejalan dengan konsep *self* Mead, bahwa diri berkembang melalui pengalaman sosial yang kemudian diolah menjadi pemahaman personal. Dengan demikian, pembentukan gaya berpakaian bukan hanya mencerminkan pengaruh lingkungan, tetapi juga proses pengenalan dan pembentukan diri.

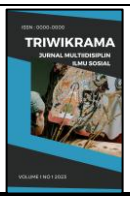
Penggunaan *fashion thrifting* juga memberikan perubahan dalam cara mahasiswa memandang dan menampilkan dirinya. Informan 1 merasakan peningkatan kepercayaan diri serta kebebasan dalam bereksperimen dengan gaya berpakaian. Informan 2 mengalami perubahan yang lebih besar karena *thrifting* membantunya keluar dari zona nyaman dan lebih berani mengekspresikan diri. Informan 3 merasakan bahwa *thrifting* bukan menjadi awal terbentuknya kepercayaan diri, tetapi semakin memperkuat rasa percaya diri yang telah dimiliki sekaligus membantunya mengenali gaya pribadi. Informan 4 mengalami perubahan dalam cara memilih pakaian sehingga menjadi lebih memahami model yang sesuai dengan dirinya. Sementara itu, Informan 5 menghubungkan kepercayaan diri dengan kesesuaian pakaian terhadap *cutting*, bentuk tubuh, dan penampilan yang ingin ditampilkan.

Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa perubahan diri setelah menggunakan *fashion thrifting* tidak dialami secara seragam. Ada informan yang mengalami peningkatan kepercayaan diri secara signifikan, ada yang merasakan penguatan dari kondisi sebelumnya, serta ada yang mengalami perubahan dalam cara berpikir dan memilih pakaian. Dalam perspektif *self* Mead, perubahan tersebut berlangsung melalui proses individu mencoba, menilai, dan merefleksikan pengalaman berpakaian. Oleh karena itu, *fashion thrifting* menjadi salah satu ruang bagi mahasiswa untuk mengenali dirinya, mengembangkan kepercayaan diri, dan menentukan cara menampilkan diri dalam lingkungan sosial.

Keterkaitan *fashion thrifting* dengan identitas diri juga memiliki tingkatan yang berbeda pada setiap informan. Informan 1 memandang *thrifting* sebagai salah satu cara menunjukkan dirinya melalui gaya berpakaian, tetapi belum sepenuhnya menjadi identitas karena masih menggunakan pakaian baru maupun pakaian yang telah dimiliki sebelumnya. Informan 2 merasa gaya yang diperoleh melalui *thrifting* sangat menggambarkan dirinya karena mampu menemukan pakaian unik yang sesuai dengan karakter pribadinya. Informan 3 juga menganggap *thrifting* telah menjadi bagian dari identitas diri karena digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Sementara itu, Informan 4 memandang *thrifting* sebagai cara menunjukkan gaya yang disukai dan memperoleh kenyamanan tanpa harus mencari perhatian orang lain. Informan 5 mengakui bahwa *thrifting* belum sepenuhnya menjadi identitas dirinya, meskipun beberapa pakaian yang dimiliki telah sesuai dengan karakter dan gaya pribadinya.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa identitas tidak terbentuk hanya karena seseorang menggunakan pakaian tertentu, tetapi berkembang melalui pengalaman, kebiasaan, dan kesesuaian antara pilihan pakaian dengan pemahaman mengenai diri. Dalam konsep *self* Mead, mahasiswa melakukan refleksi terhadap pengalaman dan menentukan sejauh mana *fashion thrifting* mampu merepresentasikan dirinya. Dengan demikian, *thrifting* menjadi bagian dari identitas ketika pilihan tersebut dipahami sebagai sesuatu yang mencerminkan karakter, selera, dan kebiasaan individu.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7„ Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Selain berkaitan dengan identitas, *fashion thrifting* juga memberikan ruang bagi mahasiswa untuk membentuk ciri khas penampilan. Informan 1 membentuk ciri khas melalui konsistensi penggunaan motif *leopard* yang kemudian mulai dikenali oleh teman-temannya. Informan 2 memilih pakaian yang unik dan berbeda, tetapi tetap mempertimbangkan kenyamanan. Informan 3 merasa ciri khasnya muncul dari karakteristik pakaian *thrifting* yang umumnya tersedia dalam jumlah terbatas sehingga kecil kemungkinan memiliki pakaian yang sama dengan orang lain. Informan 4 juga merasakan bahwa pakaian *thrifting* membuat penampilannya berbeda karena memiliki keunikan tersendiri. Sementara itu, Informan 5 memandang ciri khas tidak hanya berasal dari barang yang digunakan, tetapi juga dari kemampuan mengolah dan memadukan pakaian bekas menjadi tampilan yang menarik.

Pembentukan ciri khas tersebut memperlihatkan bahwa keunikan tidak hanya ditentukan oleh karakteristik barang *thrifting*, tetapi juga oleh cara individu memilih, mengolah, dan menggunakannya. Dalam perspektif *self* Mead, ciri khas berkembang melalui hubungan antara pilihan personal, pengalaman menggunakan pakaian, dan respons sosial. Ketika pilihan tertentu digunakan secara konsisten dan mulai dikenali lingkungan, mahasiswa semakin menyadari karakter penampilan yang membedakan dirinya.

Eksistensi diri melalui *fashion thrifting* juga terlihat dari pengalaman ketika gaya berpakaian mahasiswa mulai dikenali oleh lingkungan sosial. Informan 1 merasa mulai dikenali melalui motif *leopard* yang sering digunakan dan kemudian dianggap sebagai ciri khas oleh teman-temannya. Informan 2 merasakan pengenalan melalui pujian dan pengakuan teman terhadap pakaian yang dikenakan, salah satunya ketika menggunakan blazer hasil *thrifting* dalam kegiatan kampus. Informan 3 menganggap *fashion thrifting* menjadi salah satu faktor yang membuat dirinya lebih dikenal oleh lingkungan sosial. Informan 4 merasakan bahwa beberapa temannya mulai mengetahui kebiasaannya menggunakan pakaian *thrifting*, meskipun pengakuan tersebut masih terbatas. Sementara itu, Informan 5 tidak menganggap *fashion thrifting* sebagai faktor utama yang membuat seseorang dikenal karena pengenalan terhadap seseorang dapat terbentuk melalui berbagai hal.

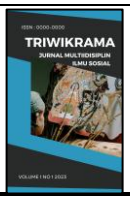
Dalam teori Mead, pengalaman tersebut berkaitan dengan konsep *significant others* dan *taking the role of the other*. Orang-orang terdekat memberikan respons yang membantu individu memahami bagaimana dirinya dilihat oleh orang lain. Sementara itu, konsep *generalized other* menjelaskan kesadaran individu terhadap penilaian dan harapan yang berkembang lebih luas dalam lingkungan sosial. Dengan demikian, pengalaman dikenali melalui *fashion thrifting* memperlihatkan hubungan antara pilihan personal dan pengakuan sosial. Eksistensi diri tidak hanya ditunjukkan melalui penggunaan pakaian, tetapi juga melalui kesadaran bahwa karakter penampilan yang dibangun mulai dikenali oleh orang-orang di sekitarnya.

Peran Lingkungan Sosial dalam Penggunaan *Fashion Thrifting* pada Mahasiswa di Kota Bandung

Konsep *society* dalam teori interaksi simbolik George Herbert Mead menjelaskan bahwa pembentukan diri individu tidak dapat dilepaskan dari interaksi dengan lingkungan sosial. Melalui hubungan dengan teman, keluarga, dan orang-orang di sekitarnya, individu menerima berbagai respons, penilaian, serta pengalaman yang turut membentuk cara memaknai dirinya dan menentukan tindakan. Dalam penelitian ini, lingkungan sosial berperan sebagai sumber informasi, referensi, sekaligus pemberi respons terhadap penggunaan *fashion thrifting*.

Pengalaman kelima informan menunjukkan bahwa respons lingkungan sosial terhadap penggunaan *fashion thrifting* secara umum lebih banyak bersifat positif, meskipun terdapat pula pandangan yang kurang mendukung. Informan 1 memperoleh pujian dan pertanyaan dari teman-

*Corresponding author
E-mail addresses: emailpenulis@gmail.com



temannya, terutama ketika mengenakan pakaian yang unik dan sulit ditemukan. Informan 2 juga mendapatkan respons positif, bahkan gaya berpakaian yang ditampilkan membuat beberapa temannya tertarik untuk mencoba *thrifting*. Informan 3 banyak menerima pujian dari teman-temannya, tetapi memperoleh respons berbeda dari lingkungan keluarga. Ibunya menunjukkan kekhawatiran terhadap penggunaan barang bekas karena adanya pandangan tertentu mengenai kebersihan dan hal-hal mistis yang berkaitan dengan barang tersebut. Informan 4 memperoleh pertanyaan mengenai tempat dan rekomendasi *thrifting* dari teman-temannya. Sementara itu, Informan 5 menerima respons positif atas kemampuannya memadupadankan pakaian, tetapi juga menemukan pandangan negatif dari sebagian orang yang menganggap pakaian *thrifting* terlihat lusuh dan kurang rapi.

Respons tersebut menunjukkan bahwa penerimaan terhadap *fashion thrifting* tidak sepenuhnya seragam, melainkan dipengaruhi oleh nilai, latar belakang, dan cara pandang masing-masing individu. Dalam perspektif *society* Mead, lingkungan sosial memberikan penilaian dan harapan yang dapat memengaruhi tindakan individu. Namun, setiap mahasiswa tetap memiliki kemampuan untuk menafsirkan respons tersebut sebelum menentukan sikap.

Pengaruh respons lingkungan sosial terhadap cara berpakaian juga berbeda pada setiap informan. Informan 1 menjelaskan bahwa tanggapan orang lain tidak terlalu memengaruhi pilihannya karena lebih mengutamakan selera pribadi. Informan 2 menjadikan pujian dari lingkungan sosial sebagai motivasi untuk semakin bereksplorasi, melakukan *mix and match*, serta mencari pakaian *thrifting* yang lebih unik. Informan 3 mengakui bahwa respons keluarga, khususnya ibu, cukup memengaruhi keputusan dalam berpakaian sehingga ia cenderung mempertimbangkan kembali pakaian yang dianggap kurang cocok. Informan 4 menerima pujian dari teman sebagai bentuk apresiasi, tetapi tetap menjadikan kenyamanan pribadi sebagai pertimbangan utama. Sementara itu, Informan 5 mendengarkan dan mempertimbangkan masukan orang lain, tetapi keputusan akhir tetap didasarkan pada kesesuaian pakaian dengan selera, bentuk tubuh, dan kenyamanan dirinya sendiri.

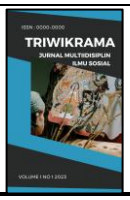
Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan sosial tidak berlangsung secara seragam. Pujian dari teman dapat memberikan penguatan dan motivasi, sedangkan pendapat keluarga dapat memiliki pengaruh lebih besar karena kedekatan emosional. Hal ini berkaitan dengan konsep *significant others*, yaitu orang-orang terdekat yang memiliki peran dalam membentuk pemahaman individu terhadap dirinya. Di sisi lain, penilaian yang berkembang dalam lingkungan sosial yang lebih luas berkaitan dengan konsep *generalized other*. Meskipun demikian, mahasiswa tidak menerima seluruh respons secara otomatis, tetapi menyaring dan menentukan sejauh mana masukan tersebut digunakan untuk mempertahankan atau menyesuaikan penampilan.

Hasil Observasi dan Triangulasi

Berdasarkan hasil observasi terhadap lima informan pengguna *fashion thrifting*, terlihat bahwa masing-masing memiliki karakteristik penampilan yang berbeda. Informan 1 cenderung menggunakan gaya sederhana dengan warna gelap dan motif *leopard* sebagai detail penampilan. Informan 2 lebih eksploratif melalui perpaduan motif, *layering*, dan aksesori. Informan 3 menampilkan gaya sederhana, rapi, dan *clean look* dengan tambahan *belt*. Informan 4 cenderung memilih pakaian sederhana dengan warna netral, sedangkan Informan 5 menampilkan gaya kasual melalui perpaduan cardigan, kaos, dan celana jeans.

Hasil observasi tersebut memperlihatkan kesesuaian antara karakteristik gaya berpakaian yang disampaikan informan dengan penampilan yang diamati. Pakaian *thrifting* tidak digunakan secara seragam, tetapi dipadukan dengan elemen fashion lain untuk membentuk tampilan yang dianggap sesuai dan nyaman. Hal ini memperkuat temuan bahwa *fashion thrifting* tidak hanya

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7,, Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



berfungsi sebagai pakaian, tetapi juga menjadi simbol penampilan yang menunjukkan gaya personal setiap informan.

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari informan utama dengan keterangan orang-orang terdekat yang mengenal kebiasaan berpakaian mereka. Wawancara pembanding dilakukan terhadap tiga teman dari Informan 1, Informan 2, dan Informan 3. Sementara itu, teman Informan 4 dan Informan 5 belum bersedia diwawancarai sehingga data keduanya tidak memperoleh pembanding melalui wawancara teman.

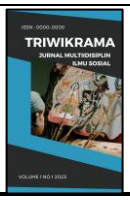
Hasil triangulasi pada Informan 1 menunjukkan kesesuaian antara keterangan informan dan temannya mengenai gaya berpakaian sederhana dan kasual, terutama penggunaan motif *leopard* yang telah dikenal sebagai ciri khas penampilannya. Temannya juga mengetahui kebiasaan *thrifting* melalui interaksi langsung dan pernah menunjukkan ketertarikan untuk mencoba kegiatan tersebut. Pada Informan 2, hasil wawancara dengan temannya menunjukkan bahwa gaya berpakaian informan cenderung mengarah pada estetika 2000-an atau Y2K, dengan perpaduan warna, model pakaian, aksesori, dan *layering* yang unik. Temannya juga mengamati adanya perubahan dalam cara Informan 2 menampilkan diri, termasuk meningkatnya kepercayaan diri. Sementara itu, triangulasi pada Informan 3 menunjukkan bahwa gaya berpakaian informan cenderung sederhana, rapi, dan elegan, dengan penggunaan kemeja, cardigan, sweater, serta aksesori seperti *belt* dan kalung.

Secara keseluruhan, hasil triangulasi sumber menunjukkan kesesuaian antara keterangan informan utama dan pengamatan teman, khususnya mengenai karakteristik gaya berpakaian, penggunaan *fashion thrifting*, dan ciri penampilan yang mudah dikenali. Informan 1 dikenal melalui motif *leopard*, Informan 2 melalui gaya bernuansa 2000-an, sedangkan Informan 3 melalui penampilan sederhana dan elegan dengan perpaduan aksesori. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa lingkungan pertemanan turut memberikan penguatan terhadap ciri penampilan mahasiswa. Namun, hasil pembanding ini hanya berlaku bagi Informan 1, Informan 2, dan Informan 3, sedangkan pengalaman Informan 4 dan Informan 5 tetap didasarkan pada keterangan informan utama.

Selain triangulasi sumber, penelitian ini juga menggunakan triangulasi teknik dengan membandingkan data hasil wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informasi mengenai pengalaman informan dalam menggunakan *fashion thrifting* dibandingkan dengan hasil pengamatan terhadap penampilan serta dokumentasi berupa foto pakaian dan kegiatan wawancara. Perbandingan tersebut digunakan untuk melihat kesesuaian antara informasi yang disampaikan informan dengan kondisi yang diamati dan bukti dokumentasi. Melalui penggunaan beberapa teknik pengumpulan data, kredibilitas hasil penelitian dapat diperkuat.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa *fashion thrifting* memiliki makna yang lebih luas daripada sekadar aktivitas membeli dan menggunakan pakaian bekas. Melalui proses pemaknaan personal, pengalaman sosial, dan refleksi terhadap diri sendiri, mahasiswa menjadikan *fashion thrifting* sebagai media untuk mengekspresikan karakter, membentuk identitas, mengembangkan ciri khas, serta menunjukkan eksistensi diri. Proses tersebut berlangsung melalui hubungan antara *mind*, *self*, dan *society* dalam teori interaksi simbolik George Herbert Mead. Ketiganya memperlihatkan bahwa makna pakaian terbentuk melalui proses berpikir individu, berkembang dalam pembentukan diri, serta memperoleh penguatan melalui interaksi dengan lingkungan sosial.

*Corresponding author
E-mail addresses: emailpenulis@gmail.com



4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *fashion thrifting* dimaknai mahasiswa di Kota Bandung sebagai bentuk komunikasi simbolik yang tidak hanya berkaitan dengan penggunaan pakaian bekas, tetapi juga memiliki makna personal yang dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, selera, kebutuhan, dan interaksi sosial. Makna tersebut mencakup keunikan, keterjangkauan, kenyamanan, kreativitas, eksplorasi gaya, kesesuaian dengan karakter diri, serta kepedulian terhadap lingkungan. Melalui pilihan dan cara memadukan pakaian, mahasiswa dapat menyampaikan karakter, selera, dan gambaran dirinya kepada lingkungan sosial. Hal ini menunjukkan konsep *mind*, yaitu proses individu dalam menafsirkan dan mengolah makna sebelum mewujudkannya dalam tindakan.

Selain itu, *fashion thrifting* berperan dalam membentuk eksistensi diri mahasiswa melalui proses mengenali selera, mengeksplorasi penampilan, meningkatkan kepercayaan diri, dan membangun ciri khas berpakaian. Tingkat keterkaitannya dengan identitas diri berbeda pada setiap mahasiswa, mulai dari menjadi bagian penting dalam menggambarkan diri hingga sekadar menjadi salah satu pilihan berpakaian. Pengakuan dari lingkungan pertemanan juga menjadi bagian dari proses pembentukan eksistensi diri, sebagaimana terlihat pada tiga informan yang ciri khas penampilannya dapat dikenali oleh teman mereka. Temuan ini berkaitan dengan konsep *self*, yang terbentuk melalui pengalaman personal, refleksi, dan interaksi sosial.

Sementara itu, lingkungan sosial, terutama keluarga dan teman, berperan sebagai sumber informasi, referensi, serta pemberi respons terhadap penggunaan *fashion thrifting*. Respons yang diterima beragam, mulai dari pujian, ketertarikan, dan dukungan hingga pandangan yang kurang mendukung. Meskipun respons tersebut dapat memengaruhi pengalaman dan eksplorasi gaya berpakaian mahasiswa, keputusan akhir tetap dipengaruhi oleh selera, kenyamanan, serta pertimbangan pribadi. Hal ini memperlihatkan konsep *society*, yaitu hubungan antara individu dan lingkungan sosial dalam membentuk pemaknaan serta tindakan berpakaian.

Secara akademis, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian *fashion thrifting* sebagai komunikasi simbolik dengan menggunakan perspektif atau teori komunikasi lainnya. Penelitian juga dapat dilakukan pada lingkungan sosial dan kelompok yang berbeda agar menghasilkan pemahaman yang lebih luas mengenai hubungan antara *fashion*, identitas, dan interaksi sosial.

Secara praktis, mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan *fashion thrifting* sebagai ruang untuk mengeksplorasi gaya dan mengekspresikan diri secara kreatif dengan tetap memperhatikan kenyamanan serta kesesuaian pakaian dengan karakter pribadi. Bagi pelaku usaha *fashion thrifting*, penting untuk memperhatikan keberagaman model, kualitas barang, harga, dan kebutuhan konsumen. Sementara itu, masyarakat diharapkan memiliki pandangan yang lebih terbuka terhadap *fashion thrifting* sebagai pilihan berpakaian yang mengandung nilai ekonomi, kreativitas, dan simbolik, sehingga penggunaannya tidak hanya dinilai berdasarkan status pakaian sebagai barang bekas, tetapi juga dari makna dan cara pemakainya mengekspresikan diri.

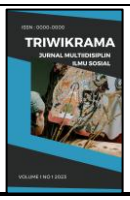
DAFTAR PUSTAKA

Agatha, F., & Winduwati, S. (2023). *Persepsi perempuan muda terhadap komunikasi nonverbal artifaktual pada fenomena fashion style cewek mamba, bumi, dan kue*.

Bachtiar. (2006). *Sosiologi klasik*. Remaja Rosdakarya.

Creswell. (2016). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran* (Edisi ke-4). Pustaka Belajar.

Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial
Volume 12 No 7,, Tahun 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Dima Sampurno, R., Triayudi, A., & Titi Komala Sari, R. (2022). Analisis pengaruh faktor penggunaan baju baru (*fast fashion*) ke pengguna baju bekas (*thrifting*) menggunakan metode K-Means Clustering (Studi kasus: Toko Thriftingboys.id). *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi, 6*(1). https://doi.org/10.35870/jti

Ghilmansyah, R., Nursanti, S., & Utamidewi, W. (2022). *Fenomena thrifting sebagai gaya hidup milenial Bogor*. 8(1).

Hadiyat. (2012). *Bahasa komunikasi nonverbal: Pengirim pesan tanpa kata*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Hasbullah. (2022). Penerapan teori interaksi simbolik dan perubahan sosial di era digital. *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam dan Muamalah, 10*(1), 36–49.

Hidayah. (2023, 2 Juni). *Ada 49,4% masyarakat Indonesia pernah melakukan thrifting*. GoodStats.

Moleong. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.

Mulyana. (2018). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.

Nugroho. (2023). Thrifting: Budaya konsumsi pakaian bekas pada mahasiswa. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya, 25*(2), 20–27. https://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb

Nurapriyanti, T., & Hartono, F. C. (2023). Pemaknaan *fashion thrifting* sebagai komunikasi. *JBSI: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia, 3*(1), 112–128. https://doi.org/10.47709/jbsi.v3i01.2772

Prasetyawati, H., & Sitinjak, Y. V. (2022). Fashion sebagai media komunikasi nonverbal dalam menunjukkan identitas diri. *Widya Komunika: Jurnal Komunikasi Pendidikan, 12*(1), 15–33.

Rakhmaniar, A. (2023). Dinamika komunikasi nonverbal dalam interaksi sosial di lingkungan kerja (Studi kasus pada perusahaan startup). *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora, 1*(3), 285–297.

Rakhmat. (2018). *Psikologi komunikasi*. Remaja Rosdakarya.

Ramadhan, F. H., Faizatuz Zuhriyah, N., Marlina, N. S., & Maulani, I. E. (2023). Menggali potensi komunikasi nonverbal dalam interaksi manusia pada pola komunikasi lingkaran. *Jurnal Edunity: Kajian Ilmu Sosial dan Pendidikan, 2*(2). https://edunity.publikasikupublisher.com

Ranadireksa. (2025). *Fashion style sebagai komunikasi nonverbal dalam membentuk identitas diri (Kajian komunikasi interaksi simbolik pada penggunaan tren fashion era 90-an dan 2000-an di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Lampung angkatan 2021–2023)*.

Rasyidina, M., Rachma, S. M., Nailassalama, N., & Susanti, R. N. (2025). Motivasi *thrifting* pada kalangan dewasa muda di Indonesia. *Almufi Jurnal Sosial dan Humaniora, 2*(3), 381–391. https://almufi.com/index.php/ASH

Ritzer. (2014). *Teori sosiologi modern* (Edisi ke-8). Kencana.

Sahrub, S. M. P. (2019). Pemaknaan fashion: Studi gaya hidup pada komunitas Indonesia Sneakers Team Surabaya. *Jurnal Sosiologi Dialektika, 14*(2), 103–110. https://doi.org/10.20473/jsd.v14i2.2019.103-110

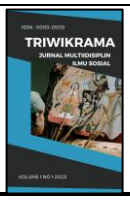
Sugiono. (2018). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Syarafa, D. A., Adhrianti, L., & Sari, E. V. (2020). Fashion sebagai komunikasi identitas sosial mahasiswa FISIP Universitas Bengkulu. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora, 4*(2), 20–29.

Triantoro, T. D. S. A., Budiana, D., & Aritonang, A. I. (2024). *Fashion as communication: Costume Dasiyah at film series Gadis Kretek*. *Journal of Content and Engagement*, 41–53. https://doi.org/10.9744/joce.2.1.41-53

Tyaswara, B., Rizkina Taufik, R., Suhadi, M., & Danyati, R. (2017). Pemaknaan terhadap *fashion style* remaja di Bandung. *Jurnal Komunikasi, 3*.

*Corresponding author
E-mail addresses: emailpenulis@gmail.com



Wijaya. (2018). *Analisis data kualitatif ilmu pendidikan: Teori dan praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

Yasim, F. A., Kusumadinata, A. A., & Purnomo, A. M. (2024). Pemilihan gaya berpakaian sebagai pesan nonverbal. *Karimah Tauhid, 3*(9), 10537–10543. https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i9.15408