

Upaya Mempertahankan Eksistensi Pakaian Second Brand Sebagai Budaya Populer Di Bengkulu

¹⁾; Intan Dwi Putri; Anzori ²⁾
^{1,2)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹ intandwiputri980@gmail.com; ² anzori@unived.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [08 Agustus 2023]
Revised [20 September 2023]
Accepted [26 September 2023]

KEYWORDS

life style, fashion, thrift store

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



ABSTRAK

Minat seseorang terhadap gaya hidup juga tidak terlepas dari trend fashion yang sedang berkembang. Fashion adalah gaya berpakaian dan dandanan yang sedang populer dan mengikuti jaman. Fashion adalah benda – benda dan atribut yang dipakai manusia untuk mengidentifikasi diri seseorang secara khusus dan kelompok sosialnya sebagai salah satu kesatuan dirinya atau pernyataan pencitraan diri dan kepribadian seseorang. Masyarakat pada umumnya memiliki daya beli yang berbeda – beda satu dengan yang lain dalam hal pemenuhan akan atribut fashion yang mereka butuhkan. Memang kebutuhan setiap orang berbeda satu dengan yang lain. Thrift Store adalah salah satu pilihan yang banyak dipilih masyarakat. Segmentasi pasar yang mereka pasarkan hingga kualitas barang yang mereka tawarkan tidak kalah dengan barang baru pada umumnya. Pakaian bekas saat ini bukan hanya komoditi yang dipandang sebelah mata saja, akan tetapi memiliki nilai tersendiri bagi penikmatnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya hidup terjadi pada generasi muda untuk berpenampilan menarik sesuai dengan trend fashion, yang saat ini dipengaruhi oleh teknologi informasi social media seperti blogger, website fashion. Gaya hidup menjadi satu antara kebutuhan dan keinginan / minat. untuk mendapatkan status di masyarakat luas. Penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara kepada para informan yang dipilih oleh peneliti dan juga penelitian ini dilakukan dengan cara observasi secara langsung kedalam pedagang pasar panorama, thrift store, dan konsumen pakaian bekas. Teori yang dipakai dalam penelitian memakai teori Gaya hidup dari Chaney yang menggambarkan pola perilaku manusia yang tidak akan pernah puas.

ABSTRACT

People has different interest about fashion trend issue. Fashion is a how ro syled up your style and make up which what becoming a trend right now, fashion is an attribute that we as a human, wearing it to define who we are specifically as a different person with the others and from what different social group from the others. Society in general have a different buy capacityone with the others to reach what fashion attribute they want to buy., surely people has a different taste and need. Thrift store is one of the choise that people needed, the market segmentation, quality that they offer is not different from new fashion attributes that sell in department store in general. A secondhand clothes right now is not just about commodity that we just underestimated, but it has a different value for their devotee. This research is for knowing how lifestyle in young generation for having a good looking with fashion trends right now. Life style in feberal is a something that connected with trend fashion and from social media like blogger, website fashion and zine. This research is doing with interview with the informant that has been choose by researcher. Researcher also doing this with direct observation into local traders in Pasar Panorama Tebasan, thrift store, and second hand clothes consumer. The theory that has been use in this research is life style theory from Chaney that represent human habbits that never desire to do.

PENDAHULUAN

Minat seseorang terhadap gaya hidup juga tidak terlepas dari trend fashion yang sedang berkembang. Fashion adalah gaya berpakaian dan dandanan yang sedang populer dan mengikuti jaman. Fashion adalah benda – benda dan atribut yang dipakai manusia untuk mengidentifikasi diri seseorang secara khusus dan kelompok sosialnya sebagai salah satu kesatuan dirinya atau pernyataan pencitraan diri dan kepribadian seseorang. Fashion pun kini juga bergeser manfaatnya. Dahulu kita menggunakan pakaian sesuai kegunaanya untuk menutupi bagian tubuh kita, menghangatkan tubuh ketika dingin, memberi kenyamanan saat udara panas. Menurut Barnard, (2009: 3) disamping itu pakaian merupakan ekspresi identitas pribadi. Berarti mendefinisikan dan menggambarkan diri kita sendiri.

Kebanyakan masyarakat kini memakai baju hanya berdasarkan merek dagang tertentu agar terlihat lebih di mata orang lain. Seseorang yang mengerti fashion pasti akan membeli barang dengan merek dan jenis fashion keluaran terbaru. Fashion, pakaian, dan busana dapat dianggap sebagai salah satu makna yang digunakan oleh

kelompok sosial dalam mengkomunikasikan identitas mereka sebagai kelompok sosial ke kelompok sosial lainnya (Barnard, 2009: 104). Barang bekas saat ini mulai diminati oleh sebagian masyarakat khususnya pakaian bekas atau secondhand oleh sebagian masyarakat yakni generasi muda kota Surabaya. Hal ini tentu saja erat kaitannya dengan gaya hidup modern yang selalu mengejar prestige dan faktor range harga yang lebih terjangkau. Karena membeli pakaian bekas adalah trend yang semakin digemari. Kepopuleran pakaian bekas semakin laris karena dianggap sebagian orang memiliki mode yang bagus dan dianggap sebagian orang unik, sesuai dengan trend fashion saat ini yang mengarah kepada fashion yang cenderung retro atau vintage.

Retro atau vintage adalah benda – benda atau atribut pakaian yang memiliki style 70-an hingga 90-an berupa outfit item seperti; clutch, trousers, sepatu oxford, coat berbulu, rok model A-line, dres motif bunga, Beberapa item barang vintage dan retro ini berhubungan dengan trend fashion, seperti fashion blogger ataupun dari majalah fashion, akan memperoleh informasi baru tentang jenis fashion tertentu. Trend bersifat dinamis karena selalu berubah – ubah. Karena penampilan dengan gaya yang mereka pilih, memberikan identitas pada diri mereka. Inspirasi penggunaan gaya sebagai sebuah ciri khas atau identitas diri berasal dari media massa, seperti fashion blogger ataupun dari majalah fashion akan memperoleh informasi baru tentang jenis fashion tertentu, maka masyarakat mengikuti trend yang sedang diminati oleh banyak orang meski berasal dari negara – negara yang berbeda, trend tersebut dibawa oleh ikon – ikon selebritis papan atas, seperti selebritis Hollywood. apa yang dilakukan merupakan hal yang dianggap modis, menawan ataupun mewah (Rogers, 2009: 166). Pencitraan tersebut membawa sebuah trend fashion yang selalu berubah – ubah, merupakan sebuah strategi pemasaran bahwa semua merek atau jenis fashion item yang dibawa oleh seorang public figure tersebut akan ditiru oleh idolanya yang tersampaikan oleh teknologi informasi saat ini seperti majalah fashion, website fashion, hingga fashion blogger. Sehingga pengertian trend berarti suatu pergerakan kearah mana pasar sedang bergerak. Hal tersebut menjelaskan bahwa trend bersifat dinamis karena selalu berubah – ubah (Susanti, 2011: 23).

Keberadaan pasar Panorama menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat yang ingin memenuhi hasrat untuk berbelanja dan tampil dengan gaya sesuai dengan idolanya yang diketahui dari blooger, website fashion hingga majalah fashion. Pasar Panorama menjadi salah satu pasar yang menawarkan fashion item seperti tas, sepatu, celana, baju, kemeja, rok, dres, kacamata, topi dengan merek dagang seperti: roxy, rusty, polo, adidas, Dr. martens, wrangler, lee cooper, levi's, dickies, new balance, nike, reebok, uniqlo, zara, Giordano, GAP, H&M. Namun pada jaman globalisasi saat ini masyarakat telah memasuki jaman yang disebut dengan jaman modern ditandai oleh berkembangnya teknologi komunikasi yang sangat cepat. menimbulkan perubahan, contohnya dari segi ekonomi, masyarakat dapat memanfaatkan untuk memasarkan dan menginformasikannya, terkait dengan munculnya sebuah industri trend penjualan toko baju thrift store.

Thrift store juga bisa dikatakan sebagai sebuah lahan bisnis baru yang berkembang dikalangan generasi muda saat ini. Thrift store adalah sebuah toko atau tempat belanja baju bekas yang sudah dibersihkan dan dikemas sedemikian rupa dari segi tempat, pakaian bekas yang lebih rapi, bersih, dan berkualitas serta memiliki keunikannya sendiri, serta masih memiliki nilai branded. Sehingga pasar Panorama, kemudian menjadi salah satu tempat yang terkenal sebagai grosir “pengkulakan” para pengusaha Thrift store ini. Toko – toko Thrift Store semakin banyak di kota surabaya, karena para konsumen beranggapan bahwa Thrift Store menjual barang bekas yang sudah dibersihkan juga terlihat bagus, serta dapat langsung dipakai oleh konsumen.



Gaya hidup kini tidak dapat dilepaskan dari masyarakat modern, terlebih lagi para remaja yang ingin tampil fashionable namun tidak mengeluarkan budget yang berlebihan, tidak harus berbelanja di shopping mall untuk mendapatkan barang fashion yang diinginkannya, karena ada sebuah alternatif yang menawarkan harga lebih murah yakni dengan berbelanja pakaian bekas yang saat ini mudah untuk didapatkan dengan kemunculan sebuah toko yang menawarkan kenyamanan untuk berbelanja dan memiliki spesialisasi barang bekas yang lebih bersih dan berkualitas, Thriftstore. Sehingga eksistensi pakaian bekas menjadi fenomena baru yang populer di generasi muda Bengkulu. Bagi remaja menggunakan gaya tertentu ataupun menggunakan barang – barang branded dapat mencerminkan jati diri mereka. Tidak sedikit dari remaja menggunakan pakaian – pakaian tertentu untuk meniru gaya sosok idola yang mereka dambakan, atau mereka ingin dibilang fashionable oleh kelompok sosialnya. Sebab gaya merupakan bagian terpenting dari sebuah gaya hidup. Ada sebuah pandangan yang berbunyi “you are what you wear” kamu adalah yang kamu pakai. Seseorang membuat kesimpulan tentang siapa anda, sebagian juga lewat apa yang anda pakai (Barnard, 2009: 9).

Gaya hidup juga bisa disebut sebagai sebuah “budaya tontonan”. Budaya tontonan adalah seseorang yang berpenampilan menarik, modis dengan gaya mereka yang trendi akan diperhatikan banyak orang dan selalu dianggap ada di masyarakat sementara bagi mereka bagi mereka yang tidak modis, berpenghasilan cukup, bergaya biasa, akan dianggap tidak ada. Bahkan mungkin mereka yang tidak berpenampilan modis akan dilecehkan, diabaikan, serta diremehkan. Inilah bentuk dari fenomena sosial yang ada di masyarakat berupa anggapan seperti: kamu bergaya juga kamu yang dianggap ada dan kamu yang tidak bergaya juga dianggap “tidak ada” (Chaney, 1992: p.16).

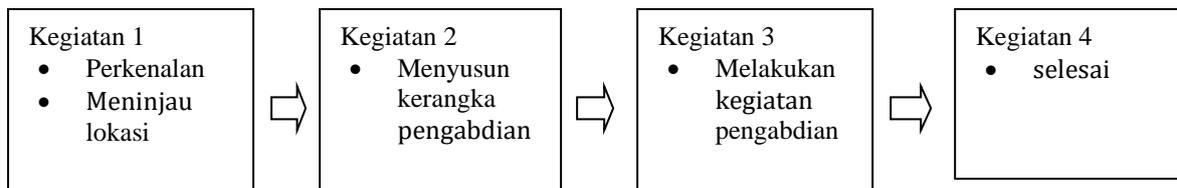
Gaya hidup menjadi trigger pada generasi muda untuk menunjukkan status sosialnya dan gengsi. Para remaja saat ini ingin tampil trendy karena adanya rangsangan gaya hidup tersebut, sehingga para remaja mengikuti trend fashion secara terus – menerus sesuai dengan kepopulerannya yang mengikuti jaman. Contohnya adalah retro dan vintage. Mode atau style sendiri tak pernah berhenti dan akan terus menerus selalu berubah, maka dari itu para remaja tidak akan pernah puas dengan hal tersebut dan selalu mengikuti.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Penelitian ini dapat dideskripsikan dan digambarkan hal – hal yang menjadi pokok permasalahan. Salah satu cara peneliti untuk mendapatkan, mengumpulkan sesuai keperluan penelitian yakni mengenai eksistensi pakaian bekas sebagai budaya populer di Surabaya, penelitian jenis deskriptif. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian jenis deskriptif. Ciri penelitian deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata – kata, gambar dan bukan angka – angka (Moleong, 2000: 6).

Peneliti menggunakan jenis deskriptif dan pendekatan kualitatif, karena dengan cara tersebut proses proses pengumpulan data dapat dilakukan dengan mudah dan lebih efektif. Menurut Moleong (1998:4), metode penelitian kualitatif adalah sebuah cara dalam penelitian untuk memahami apa yang dialami oleh subyek yang diteliti seperti tindakan, persepsi, dan lain- lain secara holistik serta menyeluruh dalam bentuk kata, bahasa atau cara khusus yang alamiah dengan memanfaatkan metode ilmiah.

Lokasi penelitian dilakukan Pasar Panorama Lingkar Timur di Jalan Semangka, toko “Triple_qsecond” di Jl. Semangka, Blok FF, No. 17, dan thrift store “Secondwomenbkl_” Jl. Salak 2 No. 22 Panorama, kota Bengkulu. tempat ini merupakan toko dan pasar yang menjual barang – barang fashion seperti : baju, celana, sepatu dan aksesoris fashion. Pada penelitian ini informan tidak dipilih secara acak, melainkan dengan ketentuan bahwa informan yang dipilih merupakan informan yang paham dan terlibat langsung mengenai objek penelitian ini. Pada penelitian ini informan yang dipilih yakni, (1). Pedagang / penjual di Pasar Gembong sebanyak 1 orang, sudah berjualan lebih dari 3 tahun. Jenis data, barang bekas apa saja yang sering terjual, dan mengetahui barang bekas thrift store tersebut benar adanya mendapat barang bekas dari para pedagang Pasar Panorama. (2). Owner toko Thrift Store Bengkulu, yakni toko” triple_qsecond“ dan “Secondwomenbkl_”. (3). Konsumen yang datang / pengunjung ke toko Thrift Store sebanyak 2 pengunjung, merupakan orang yang sudah sering berbelanja di Thrift Store dengan jumlah kunjungan 2 kali seminggu. Data wawancara diharapkan dari konsumen tersebut dapat memberikan keterangan mengenai spesialisasi barang – barang penjualan barang dari jenis pakaian hingga non- pakaian style fashion retro dan vintage. Untuk mendapatkan data maksimal peneliti menggunakan metode dari Spradley (1997:61-70) diantaranya adalah sebagai berikut : 1). Enkulturasasi penuh 2). Keterlibatan langsung 3). Suasana budaya yang tidak dikenal 4). Waktu yang cukup 5). Nonanalitis Pada penelitian ini, peneliti melakukan berbagai tahapan analisis mulai dari observasi atau turun lapangan, wawancara mendalam dengan para informan, serta didukung dengan literasi dari berbagai sumber mulai dari penelitian terdahulu atau penelitian serupa, buku, website, dan juga jurnal ilmiah.



Gambar 1. Alur Aktivitas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Aktivitas

Pakaian bekas adalah bahan baku yang kompleks. Di satu sisi, pakaian bekas itu adalah anonim dan di sisi lain, mereka membawa tanda dan kenangan akan orang-orang yang menggunakannya atau memakainya, dari masyarakat yang menciptakannya, dari kejadian yang mereka saksikan.

Perdagangan pakaian bekas telah menjadi mode yang sangat populer di zaman sekarang. Tetapi belum sampai setenar ini pakaian bekas memiliki sejarah panjang yang bisa dilacak kembali ke pertengahan 1300 Eropa (Seidel, 1991). Pada saat itu, Eropa mengalami tekanan ekonomi yang dalam, meningkatnya populasi, pemberontakan politik dan sosial, serta kelaparan massal yang parah (Smitha, 2015). Karena situasi ekonomi dan kehidupan yang memburuk ini, pakaian bekas menjadi alternatif penting untuk memenuhi kebutuhan pakaian sehari-hari.

Pakaian bekas memasuki Indonesia

Tidak dapat dipungkiri bahwa pakaian bekas memasuki Indonesia dengan cara selundupan melalui beberapa pelabuhan. Pakaian-pakaian bekas tersebut berasal dari negara-negara lain yang memiliki 4 musim. Perdagangan baju bekas tersebut menjamur

juga karena didukung oleh permintaan masyarakat. Pakaian bekas mulai masuk ke Indonesia sejak masa reformasi atau sekitar tahun 1997 saat krisis moneter, dan disaat itulah masyarakat Indonesia lebih memilih membeli pakaian bekas yang dijual bebas dimana-mana karena tuntutan ekonomi. Kemunculan pasar pakaian bekas ini menyebar tidak secara merata. Penjualan pakaian bekas lebih dulu ada di Sumatra, Batam, Kalimantan, dan Sulawesi daripada di kota besar seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya dan sekitarnya.

Walaupun ada pelarangan keras terhadap pakaian bekas impor masuk ke Indonesia, namun penyeludupan pakaian bekas masih tetap marak. Pakaian bekas itu kebanyakan memang masih layak pakai, seringkali berasal dari Singapur atau Malaysia, dan harganya memang jauh lebih murah dibandingkan pakaian baru. Jenis barang yang dijual produk ini pun bermacam-macam, mulai dari sepatu, sandal, kaos, jaket, celana dan bahkan pakaian dalam.

Perilaku penjual pakaian bekas

Penjual harus memiliki keahlian dalam berdagang jika ingin toko yang di milikinya menjadi laris, selaku penjual barang maka pemilik toko dituntut untuk memiliki strategi untuk menunjang penjualan seperti memiliki sosial media untuk pemasaran, dan sarana online shop, bersikap ramah dan sabar pada konsumen. Tindakan yang mendukung kelangsungan berdirinya atau bisa sebagai mempertahankan eksistensi toko merupakan hasil dari perilaku penjual. “Toko Tempat Biasa” dan “Badkidstore” merupakan toko yang menjual barang bekas. barang – barang bekas yang dimaksudkan disini ialah barang fashion, contohnya pakaian, sepatu, tas. Toko – toko ini eksis karena permintaan dan peminat barang – barang bekas tersebut semakin banyak. Kedua toko ini juga memiliki pasarnya masing – masing.

Perilaku penjual toko “triple_qsecond”

Toko “triple_qsecond” merupakan sebuah toko barang-barang bekas yang memenuhi atribut fashion di kalangan remaja saat ini. Barang bekas yang dijual antara lain baju, celana, rok, gaun, jaket dan jeans dengan mengutamakan barang yang memiliki merek terkenal ataupun copytag rare. Toko ini mulai beroperasi pada pukul 07.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB. “triple_qsecond” melayani jual-beli secara langsung dan juga melalui online dengan memanfaatkan jaman modernitas saat ini dimana teknologi komunikasi berkembang dengan cepat yakni social media seperti, instagram, whatsapp, terkadang menggunakan facebook.



**Gambar 1. Suasana toko “triple_qsecond”
Perilaku penjual toko “secondwomenbkl_”**

Toko *Secondwomenbkl_* berdiri pada tahun 2015 dengan persiapan yang menghabiskan waktu 1 tahun. Mas harris memiliki ide untuk membuat toko semenjak tahun 2014, Toko “*secondwomenbkl_*” menyuplai pakaian bekas dari beberapa tempat, namun mas haris sebagai pemilik toko, mencari barang untuk di dagangkan di tokonya dari pasar – pasar pakaian bekas yang ada di Bengkulu. Seperti Pasar Panorama, Toko “*secondwomenbkl_*” memiliki kenyamanan tersendiri bagi konsumen karena suasana toko terlihat oldest dengan dekorasi ruangan vintage, menjadi ciri khas toko. Pada transaksi penjualan online atau sering disebut sebagai online shop, calon pembeli dapat menghubungi kontak yang tertera di akun sosial media tersebut, sehingga pemilik toko dapat menyisahkan barang tersebut dari catalog online dalam akun sosial akun instagram.



Gambar 2. toko “*triple_qsecond*”

Penyelesaian Masalah

Modernisasi suatu masyarakat ialah suatu proses transformasi, suatu perubahan masyarakat dalam segala aspek-aspeknya. Sehingga modernisasi yang dimaksudkan menjadi lebih menyeluruh dan mencakup semua aspek mengelilingi manusia (Schoori, 1980: 1). Revolusi menjadi titik awal dari munculnya modernisasi, dengan kata lain awal mula proses transformasi. Setiap masyarakat memiliki kebudayaan masing-masing, sehingga modernisasi secara langsung maupun tidak langsung memberikan pengaruh terhadap kebudayaan.

Perkembangan gaya hidup di Indonesia membuat masyarakat yang hidup dalam lingkungan perkotaan memiliki kepribadian konsumtif. Banyaknya masyarakat Indonesia yang tertarik dengan perkembangan gaya hidup membuat industri yang menggeluti bidang gaya hidup bersaing untuk membuat beragam jenis mode untuk menarik minat masyarakat. Dalam jaman yang lebih mementingkan gaya hidup, penampilan menjadi hal utama.

Masyarakat modern sekarang ini tidak lepas oleh gaya hidup dari segi fashion, agar menunjukkan dirinya selalu mengikuti perkembangan fashion terlihat stylist selalu



mementingkan gengsi atas apa yang mereka pakai. Yakni remaja, remaja merupakan salah satu individu yang sangat mudah dipengaruhi oleh modernitas.

Namun dibalik hal tersebut muncul suatu alternatif untuk menuruti gengsi agar tidak ketinggalan trend fashion dan dapat memenuhi hasrat terlihat fashionable serta tidak harus membeli barang branded di shopping mall. Yaitu pakaian bekas, pakaian bekas merupakan sebuah barang-barang fashion meliputi baju, celana, kemeja, jaket, sepatu, yang memiliki kondisi barang yang sudah dipakai orang lain dan jual kembali atau dapat dibidang mode, namun merek dagang dan kualitasnya sama seperti saat membeli barang di shopping mall, itu kelebihan dari pakaian bekas.

Pada saat itu pakaian bekas hanya dapat diperoleh dari pasar-pasar yakni pasar panorama. Suasana pasar yang sempit, bau, membuat ketidaknyamanan konsumen. Hingga muncullah sebuah toko yang menjual pakaian bekas yakni thrift store, thrift store merupakan toko baju bekas yang sudah dibersihkan dan dikemas seemikian rupa seperti distro atau sering dijumpai sebagai online shop.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Gaya hidup masa kini serta di ikuti dengan trend fashion yang berlangsung. tidak semua masyarakat memiliki budget yang berlebih untuk membeli atribut fashion yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Dewasa ini begitu banyak pilihan dan tempat untuk mendukung minat belanja seseorang tak terkecuali dengan barang bekas. barang bekas import yang masuk ke Indonesia ini menjadi salah satu alternatif berbelanja dengan harga minim, akan tetapi diharapkan membuat pemakainya terlihat maksimal dalam mengikuti tren fashion yang sedang berlangsung saat ini. saat ini barang bekas pun diangkat kelasnya oleh pedagang seperti kalangan anak muda yang jeli melihat peluang dari bisnis baju bekas ini. sekumpulan anak muda yang memburu barang bekas ini, mencuci dengan bersih barang bekas ini lalu menjualnya menjadi trend kembali saat ini. Seiring dengan berkembangnya dunia fashion saat ini peminat fashion cenderung memilih fashion yang cenderung retro dan vintage dan tidak semua barang retro dan vintage bisa ditemukan dengan mudah. salah satu alternatifnya adalah pasar gembong tebasan. Kehadiran pasar gembong tebasan juga menjadikan sebuah trend thrift store yaitu sebuah toko yang pakaian bekas yang biasanya di kulak di pasar Gembong Tebasan, Trend – trend tersebut menjadi populer, saat semakin banyak generasi muda yakni remaja hingga remaja dewasa yang menginginkan tampil modis, stylish dengan mengenakan barang fashion. Pakaian bekas menjadi salah satu alternatif untuk berpenampilan stylish dengan harga yang lebih terjangkau, hal ini dibuktikan dengan masih bertahnya toko yang menjual pakaian bekas seperti, “Badkidstore” dan “Tempat Biasa”. Surabaya adalah kota metropolitan tinggi yang memiliki gaya hidup dan trend fashion yang mengikuti jaman, jumlah anak muda yang mayoritas besar di kota ini menjadikan sebuah komoditi baru. Anak muda cenderung memiliki pemikiran – pemikiran yang kritis dan selalu ingin memiliki identitas yang berbeda satu sama lain. mereka cenderung tidak mau dicap sama oleh pribadi lainnya. Fashion dan gaya berpakaian adalah salah satu mendapatkan look yang berberbeda setiap satu orang lainnya. Fashion membuat pandangan berbeda tentang jati diri kita sebenarnya tanpa menjelaskan siapa diri kita kepada orang lain, fashion juga menjelaskan kelas sosial kita di mata masyarakat lain.

Saran

Usaha thrift saat ini sudah sangat banyak tentunya kita harus bersaing, bersaing tak melulu tentang harga banyak seller dengan harga yang lebih tinggi justru lebih laku, yang penting bersaing dalam promosi, feed/model agar pembeli tertarik, interaksi yang bagus dengan pembeli, dan promo-promo, tentu saja tidak ada usaha tidak besar namun jika diimbangi konsistensi dan ketekunan dan berani keluar lebih semua akan terbayarkan. Secondwomenbkl_ dan triple_qsecond juga perlu terus mengembangkan kreativitas untuk menarik minat konsumen dan menjaga kelangsungan bisnis mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan dengan baik dan lancar berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Universitas Dehasen Bengkulu, yang telah memberikan petunjuk dan arahan dalam menyelesaikan laporan pengabdian ini
2. owner triple_qsecond dan seconwomenbkl_ yang telah mengizinkan dan membimbing saya dalam melakukan pengabdian masyarakat.
3. Kepada teman-teman yang telah membantu kegiatan PKM

DAFTAR PUSTAKA

- Bernad, M 1996 Fashion Sebagai Komunikasi: *Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Yogyakarta Jalasutra
- Erin Kwan, (2017). *Clother Make the (Wo) Man: Interpreting Evidence of the Secondhand Clothing Trade in Late Word, Vol. 16, page 114-130.*
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). *Pemanfaatan fitur media sosial instagram dalam membangun personal branding Miss Internasional 2017*. Jurnal Kajian Komunikasi, 8(1). <https://doi.org/10.24198/jkk.v8il.23365>.
- Hujadnikajennong, A 2006 "Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realistis." *In Resistensi Gaya hidup: Teori dan Realistis.*
- Strinati, D 2009 Populer Culture: *Pengantar Menuju Budaya Populer*, Yogyakarta: Ar Ruzz Media.