

ABSTRAK

Septi Setyo Wandani. 220531100156. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosisal dan Ilmu Budaya Universitas Trunodjoyo Madura. Presentasi Diri Gen Z melalui *Fashion Thrift*: Studi Kualitatif pada Komunitas UTM Kalcer.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami cara Generasi Z dalam Komunitas UTM Kalcer melakukan presentasi diri melalui penggunaan *fashion thrift*. *Thrifting fashion* telah menjadi salah satu tren yang tumbuh di kalangan Generasi Z dan digunakan sebagai cara untuk menunjukkan identitas dan citra diri.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, pengumpulan dokumen, dan analisis dokumen sebelumnya. Subjek penelitian adalah individu dari Generasi Z yang berusia 18 hingga 25 tahun dan merupakan bagian dari Komunitas UTM Kalcer. Penelitian ini menggunakan teori *Self-Presentation* yang dikemukakan oleh Erving Goffman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *fashion thrift* berperan sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, membentuk identitas, dan menciptakan kesan sebagai bagian dari komunitas. Selain memberikan harga yang ekonomis dan kualitas yang bagus, *fashion thrift* juga berfungsi sebagai sarana kreativitas, kesempatan bisnis, serta bentuk belanja yang membantu mengurangi limbah dari *fast fashion*. Pemakaian *fashion thrift* juga dapat menambah kenyamanan, rasa percaya diri, dan pengakuan sosial dalam masyarakat. Oleh karena itu, *fashion thrift* tidak hanya berfungsi sebagai alternatif berbusana, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan diri bagi Generasi Z dalam Komunitas UTM Kalcer.

Kata Kunci: Presentasi Diri, *Fashion Thrift*, Generasi Z, Komunitas UTM Kalcer.

ABSTRACT

Septi Setyo Wandani. 220531100156. Department of Communication Studies, Faculty of Social and Cultural Sciences, Trunodjoyo University of Madura. *Gen Z Self-Presentation through Thrift Fashion: A Qualitative Study of the UTM Kalcer Community.*

The purpose of this study is to understand how Generation Z members in the UTM Kalcer Community present themselves through the use of thrift fashion. Thrift fashion has become a growing trend among Generation Z and is used as a way to express identity and self-image.

This study employs a descriptive qualitative method. Data collection was conducted through observation, in-depth interviews, document collection, and analysis of prior documents. The research subjects are Generation Z individuals aged 18 to 25 who are part of the UTM Kalcer Community. This study utilizes the Self-Presentation theory proposed by Erving Goffman.

Research findings indicate that thrift fashion serves as a means of self-expression, identity formation, and creating a sense of belonging within a community. In addition to offering affordable prices and good quality, thrift fashion also functions as a vehicle for creativity, a business opportunity, and a form of shopping that helps reduce waste from fast fashion. Wearing thrift fashion can also enhance comfort, self-confidence, and social recognition within society. Therefore, thrift fashion not only serves as an alternative to conventional clothing but also as a means of self-expression for Generation Z within the UTM Kalcer Community.

Keywords: *Self-Presentation, Thrift Fashion, Generation Z, UTM Kalcer Community.*