

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era perkembangan zaman yang mengarah pada kemoderan seperti saat ini kehidupan masyarakat yang sering kali berubah-ubah tanpa ada yang bisa mengontrolnya. Setiap masyarakat seperti dipaksa untuk menuju masyarakat post-modern yang diiringi dengan perkembangan dan perubahan yang terjadi dimasyarakat akibat konsumsi yang berlebihan. Salah satu perubahan sosial yang menyertai kemajuan ekonomi di Indonesia belakangan ini adalah perkembangan berbagai gaya hidup, sebagai fungsi dari diferensiasi yang tercipta dari relasi konsumsi. Konsumsi pada era ini menjadi aktivitas yang sering dilakukan oleh setiap masyarakat pada setiap harinya. Konsumsi sebagai sistem diferensiasi sosial yaitu sistem pembentukan perbedaan-perbedaan simbol dan prestise sosial adalah sistem yang menandai kedatangan masyarakat konsumen (Yasraf, 2011:145)

Salah satu objek konsumsi dari masyarakat yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah pakaian karena pakaian merupakan salah satu produksi yang sering digunakan oleh masyarakat setiap harinya. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer yang harus dipenuhi oleh manusia, karena pakaian dapat melindungi dan menutup tubuh manusia itu sendiri dari cuaca yang tidak menentu.

Oleh karena itu pakaian adalah produksi yang paling dibutuhkan oleh masyarakat setiap hari. Maka begitu banyaknya pakaian yang diproduksi dengan berbagai merek terkenal. Hal ini dapat mempengaruhi perilaku konsumen karena masyarakat membeli produk dalam hal ini pakaian yang bisa menggambarkan dirinya. Untuk mendapatkan pakaian yang sesuai dengan dirinya masyarakat rela untuk mencari berbagai tempat perbelanjaan, entah mall ataupun dipasar-pasar tradisional. Masyarakat yang mengkonsumsi simbol dan tanda, seperti yang dijelaskan diatas tidak peduli produk yang baru atau bekas yang penting mereka mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginannya, seperti halnya pakaian

masyarakat tidak peduli pakaian baru atau bekas yang paling penting adalah masyarakat bisa menemukan pakaian yang mengambarkannya dirinya yang merupakan simbol pada dirinya.

Perkembangan dunia fashion merupakan sebuah dunia yang penuh dengan sebuah imajinasi yang selalu menyajikan sebuah keindahan pada penikmatnya. Dunia fashion nyatanya sangat dekat dengan kehidupan kita sehari-hari sebut saja setiap hari kita memakai baju dan sangat ingin tampil *trendy* dan *stylist*, seperti yang kita ketahui bahwa beberapa tahun belakangan ini banyak menjamur lapak-lapak baju bekas impor. Sebagian dari kita pasti ada yang sudah paham dengan baju bekas, atau bahkan memakainya, namun, tidak sedikit pula yang tidak mengetahui pakaian bekas ini.

Setelah beberapa kali penemuan di lapangan dengan penjual baju bekas sebagai sumber, diketahui bahwa sebenarnya baju-baju bekas itu bukanlah baju bekas pakai orang lain. Kalaupun ada baju bekas pakai orang lain jumlahnya sangatlah sedikit. Baju bekas merupakan baju-baju sisa penjualan yang berasal dari pabrik garmen atau *departement store* kemudian ditumpuk didalam gudang bertahun-tahun lamanya. Hal ini dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu untuk diperjual belikan kembali ketika baju-baju itu keluar kembali dari timbunannya untuk diperjual belikan kembali baju-baju itu menjadi unik karena faktor waktu yang berbeda apalagi ketika baju menjadi satu-satunya tidak ada kembarannya maka eksklusifitas pun didapat dari baju-baju itu. Dengan adanya proses penimbunan selama bertahun-tahun itu tidak heran jika aroma baju bekas beraroma khas apeknya dan berdebu. Dalam penjualannya baju-baju ini dikemas dalam karung-karung besar (bal) baru kemudian dipasarkan sehingga setiap pembeli dalam partai yang berjumlah besar tidak tauh pasti isi pakaian didalam bal-bal tersebut. Karena dikemas secara random dan tidak dapat dilihat terlebih dahulu tentang baju-baju bekas tersebut.

Menurut hasil pengamatan di lapangan secara keseluruhan dengan mengkonsumsi baju bekas juga dapat memancing sisi kreatifitas individu khususnya dalam konteks *fashion*. Karena dalam pemakaiannya sering kali baju-baju bekas di

mix n match dengan baju-baju baru maupun baju-baju yang sudah dimilikinya sebelumnya ataupun dapat dengan kreatifitas memanfaatkan baju-baju bekas dengan fungsi yang berbeda

Inilah kenyataan yang terjadi dalam realita sehari-hari dalam banyak kajian kita bisa sekilas tahu tentang *fashion* mulai dari peran dan maknanya dalam banyak hal termasuk tindakan sosial, tanpa kita sadari *fashion* adalah alat komunikasi non verbal yang dapat dilihat dari cara kita berpakaian, *fashion* yang kita kenakan akan mencerminkan tentang siapa diri kita. *Fashion* bukanlah sesuatu yang nyata, tetapi dapat kita ungkapkan dengan nyata melalui pakaian. *Fashion* sendiri merupakan suatu cara yang kita lakukan untuk penampilan kita ketika kita melihat orang. Hal pertama yang akan kita lihat adalah penampilannya, penampilan itu merupakan keadaan diri dari ujung rambut sampai ujung kaki yang tampak dan dapat dilihat dari mata kita. Bahkan ketika orang kita temui bukanlah orang yang *fashionable* maka kita akan tetap mencoba untuk mendeskripsikan keadaan dirinya melalui pakaian yang dikenakan dan begitu juga sebaliknya. Pada dasarnya setiap orang senang berpakaian bagus dan keren. Terlebih jika dapat memperolehnya dengan harga yang murah. Tidak dapat dipungkiri pula bahwa setiap orang mempunyai hasrat untuk tampil sempurna dimuka umum. Bukan hanya ingin terlihat *fashionable* tetapi juga ingin menonjol untuk lebih diperhatikan jika menggunakan pakaian-pakaian dengan barang *branded* dan mempunyai merk serta kualitas barang bagus dan trendy. Manusia sebagai makhluk sosial yang kerab bergaul dan berinteraksi membutuhkan pakaian yang layak pakai untuk memenuhi kebutuhan sandangnya. Namun agaknya kebutuhan itu sudah tidak bisa dibedakan lagi dengan keinginan sering kali pembeli baju oleh seseorang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan secara fungsional melainkan pemenuhan keinginan disadari maupun tidak budaya konsumerisme ikut berperan dalam hal ini setiap orang memandang pakaian bekas mempunyai kualitas dan brand pada baju yang lebih dikarenakan pakaian bekas identik dengan barang-barang kualitas luar negeri seperti dari amerika serikat, korea, jepang dll. Itu semua merupakan pusat-pusat barang-barang bermerk khususnya pakaian bisa dilihat dari

bentuk-bentuk pakaiannya yang terlihat bagus serta terlihat berkelas bagi setiap pemakai jika pakaian itu mempunyai kualitas *branded*

Pakaian bekas ikut membentuk budaya anak muda dalam hal ini para mahasiswa yang khusus dan unik pada awalnya konsumen terbesar baju-baju bekas adalah para anak-anak muda karena selain soal *knowledge* anak muda tentu lebih terinspirasi dengan kultur luar negeri, dalam konteks ini mereka lebih memilih membeli pakaian bekas karena ingin meniru gaya luar negeri serta sesuai dengan kantong parang anak muda masa kini yang ingin tampil trendi dengan harga yang murah tetapi kualitas baju bagus, serta mengamburkan gaya-gaya pakaian *retro, ventage, old school*, yang otentik tidak ada kembarannya. Disisi lain khlayak umum yang ikut meramaikan pasar pakian bekas pada akhirnya memiliki alasan tersendiri, diantaranya adalah tuntutan untuk tampil maksimal disetiap kesempatan disamping alasan ekonomi yang kerap mengurungkan niatan-niatan untuk belanja merk-merk ternama. Pada dasarnya setiap orang senang berpakaian bagus dan keren. Terlebih jika dapat memperolehnya dengan harga yang murah. Tidak dapat dipungkiri pula bahwa setiap orang mempunyai hasrat untuk tampil sempurna dimuka umum. Bukan hanya ingin terlihat *fashionable* tetapi juga ingin menonjol untuk lebih diperhatikan jika menggunakan pakaian-pakaian dengan barang *branded* dan mempunyai merk serta kualitas barang bagus dan trendy. Manusia sebagai makhluk sosial yang kerap bergaul dan berinteraksi membutuhkan pakaian yang layak pakai untuk memenuhi kebutuhan sandangnya. Namun agaknya kebutuhan itu sudah tidak bisa dibedakan lagi dengan keinginan sering kali pembeli baju oleh seseorang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan secara fungsional melainkan pemenuhan keinginan disadari maupun tidak budaya konsumerisme ikut berperan dalam hal ini setiap orang memandang pakaian bekas mempunyai kualitas dan brand pada baju yang lebih dikarenakan pakaian bekas identik dengan barang-barang kualitas luar negeri seperti dari amerika serikat, korea, jepang dll. Itu semua merupakan pusat-pusat barang-barang bermerk khususnya pakaian bisa dilihat dari bentuk-bentuk pakaiannya yang terlihat bagus serta terlihat berkelas bagi setiap pemakai jika pakaian itu mempunyai kualitas *branded*.

Pandangan lain yang muncul yakni, bahaya yang terdapat pada baju bekas, secara medis baju bekas dianggap menjadi biang perantara penyakit menular, janganakan baju bekas, baju baru saja banyak baterinya. Peneliti depertemen *microbiology and immunologi universitas new York* melakukan uji bakteri pada 14 potong baju bekas. Mulai dari atasan, celana, dan baju-baju sejenis hasilnya mereka menemukan jejak partikel regi, feses, bekas ludah, bakteri kulit, dan bakteri vagina yang melekat pada baju. Paling banyak ditemukan didaera ketiak dan pangkal paha. Kata Dr. Philip Tiern yang memimpin penelitian itu.

Dari hasil observasi awal peneliti, dapat kita ketahui bahwa sudah pasti bakteri juga tumbuh subur dibaju-baju bekas namun, hal itu kembali lagi kepada kita sebagai konsumen cerdas yang dapat mengatasi hal semacam ini, karena kebersihan adalah pangkal dari kesehatan. Baju baru maupun baju bekas yang baru saja dibeli harus segera dicuci dengan baik dan benar sebelum dipakai perendaman beberapa waktu sebelum dicuci seperti biasa akan juga bisa mematikan bakteri-bakteri pada baju-baju tersebut, panas penyetrikaan juga membantu mematikan bakteri sebelum menggunakannya. (www.independent.co.uk/student/student-life/fashion/old-school-fashion-1659767.html)

Kini para remaja yang ingin tampil *fashionable* tidak harus berbelanja di mall karena ada alternatif yang menawarkan harga yang lebih murah yaitu berbelanja pakaian bekas yaitu berbelanja barang bekas dipasar ataupun tokoh yang menjual pakaian bekas. Sehingga perkembangan barang *secondhand* ini menyebabkan munculnya fenomena fashion baru yang menjamur dikalangan remaja saat ini khususnya para mahasiswa dilingkungan universitas trunojoyo Madura. Terjadi pergeseran gaya hidup dalam pola belanja di pusat perbelanjaan beralih ke pasar, tokoh, dan tempat-tempat yang berjualan pakaian bekas, beberapa tempat disurabaya yang berjualan pakian bekas yang bisa dikunjungi adalah tuguh pahlawan (TP pagi) di royal plaza, marvell city, pasar maling DTC, pasar maling PMK, pasar gembong,

Fashion menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkunganya selain itu fashion juga merupakan suatu cara individu yang

diidentifikasi oleh orang yang menghabiskan waktu mereka dan apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya, fashion merupakan hal yang paling berpengaruh pada sikap dan perilaku seseorang khususnya pada remaja salah satunya adalah sikap konsumtif. Kini remaja mengenal dunia mereka melalui lingkungan sekitarnya, dan terkesan dirangsang oleh media massa. Dalam periode belakangan ini unifikasi homogenisasi kultur pada skala global pada umumnya yang ditampilkan melalui media massa melalui TV “imperealisme media” maka lama mengubah dunia menjadi “dusun global” dimana lingkup pengalaman cultural dan produknya pada dasarnya adalah sama. Pengaruh serupa ditimbulkan oleh arus wisatawan yang menyebarkan kultur masyarakat barat ditempat mereka bersal. (sztopka,2004:59)

Budaya konsumtif itu sangat melekat pada diri remaja, remaja merupakan individu yang dalam kategori sosial yang paling mudah menerima pembaharuan positif maupun negative kemunculan budaya konsumtif ini terjadi tanpa disadari seiring dengan gerak zaman yang semakin modern yang semakin digemari oleh para remaja khususnya para mahasiswa yang telah termakan oleh budaya konsumtif akan relah melakukan apa saja demi memuhi perburuan akan *fashion* terbaru.

Sekarang ini untuk melihat *fashionable* tidak harus mahal, banyak alternative lain yang menawarkan berbagai produk-produk demi menunjang penampilan tanpa harus menggunakan banyak biaya. Fashion untuk tampil selalu *up to date* menuntut setiap mahasiswa untuk selalu tampil *fashionable* sehingga mereka memilih membeli pakaian bekas branded dikarenakan harganya yang terjangkau dan sesuai dengan kantong para mahasiswa yang ingin selalu berpenampilan menarik dengan berbagai merk pakaian yang bagus.

Tampil dengan prestise tinggi dengan harga yang murah sudah menjadi hal yang baru. Pakaian bekas branded bisa didapatkan diemperan pasar atau tokoh, hal tersebut terbukti dengan mucunya tempat-tempat yang menjual pakaian bekas, sehingga menjadi trend dikalangan para mahasiswa di universitas trunojoyo Madura. Fenomena fashion baju bekas branded ini menjadi digemari mahasiswa UTM, kini para mahasiswa UTM mulai mengandrungi pakaian bekas branded, pakaian bekas kini sudah menjadi fashion remaja yang sedang dialami sebagian mahasiswa UTM.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas dapat disimpulkan suatu permasalahan yakni: mengapa mahasiswa UTM menggunakan pakaian bekas branded?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui mengapa mahasiswa UTM menggunakan pakaian bekas branded.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini juga mempunyai beberapa yang terbagi dalam dua jenis yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1.4.1 Manfaat teoritis:

- a. Untuk memberikan bukti empiris, bahwa pakaian bekas branded mampu merubah fashion mahasiswa UTM dalam kehidupan keseharian dilingkungan kampus.
- b. Untuk memberikan wawasan keilmuan dibidang sosiologi, tentang fenomena fashion mahasiswa UTM yang menggunakan pakaian bekas branded dalam keseharian perkuliaan.
- c. Sebagai bahan pembandingan dalam studi penelitian berikutnya mengenai “fenomena fashion mahasiswa yang menggunakan pakaian bekas branded”

1.4.2 Manfaat praktis

- a. Memberikan pengetahuan bagi pembaca tentang fashion mahasiswa UTM yang menggunakan pakaian bekas branded
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai dalam penambahan pengetahuan dalam bidang fashion berpakaian bekas dan sebagainya.