

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL BAHASA INDONESIA.....	i
HALAMAN JUDUL BAHASA INGGRIS.....	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Tinjauan Pustaka.....	10
F. Kerangka Teoritik.....	14
G. Metodologi Penelitian.....	19
BAB II DESKRIPSI PAKAIAN BEKAS <i>PRELOVED</i> DAN PROFIL INFORMAN.....	26
A. Perkembangan Pakaian Bekas dulu hingga kini.....	26
A.1 Sekilas Tentang Pakaian Bekas <i>Preloved</i>	28
A.2 Keunikan Pakaian Bekas <i>Preloved</i> Daripada Pakaian Baru.....	29
A.3 Pakaian Bekas <i>Preloved</i> Banyak Dicari Selama Pandemi Covid-19.....	31
B. Eksistensi Pakaian Bekas <i>Preloved</i> pada Masa Pandemi Covid-19.....	32
<i>B.1</i> Peran Media Sosial Instagram sebagai Sarana Jual-Beli Pakaian Bekas <i>Preloved</i>	33
<i>B.2</i> Peralihan Penjualan dari Toko Konvensional ke Instagram.....	37
<i>B.3</i> Alur Pembelian Pakaian Bekas <i>Preloved</i> di Instagram.....	40
C. Konsumsi Pakaian Bekas <i>Preloved</i> oleh Mahasiswi selama masa Pandemi Covid-19	43

C.1 Mahasiswi sebagai Unit Konsumsi Pakaian Bekas <i>Preloved</i>	44
D. Dinamika Keterlekatan pada Mahasiswi dengan Penjual Pakaian Bekas <i>Preloved</i>	46
D.1 Keterlekatan Sosial Mahasiswi dengan Penjual Pakaian Bekas <i>Preloved</i> di Instagram	48
E. Profil Informan Penelitian	49
E.1 Universitas Gadjah Mada sebagai Cakupan Wilayah Informan	49
E.2 Karakteristik Informan Berdasarkan Latar Belakang Ekonomi	54
BAB III PENGALAMAN KONSUMSI PAKAIAN BEKAS <i>PRELOVED</i> MAHASISWI UGM DI MASA PANDEMI COVID-19	58
A. Persepsi Mahasiswa Eksakta dan Non-Eksakta UGM Terhadap Pakaian Bekas <i>Preloved</i>	59
B. Sisi Keunikan dari Konsumsi Pakaian Bekas <i>Preloved</i>	66
B.1 <i>Sustainable Fashion</i>	67
B.2 Sensasi Kesenangan Tersendiri	69
B.3 Percaya Diri	72
B.4 Model Pakaian Bekas <i>Preloved</i> ‘Tidak Pasaran’	73
B.5 Padupadan Gaya Berpakaian dan Modifikasi Pakaian Bekas <i>Preloved</i>	75
B.6 Tidak Terkesan Jadul	77
C. Pengalaman Membeli Pakaian Bekas <i>Preloved</i> selama Masa Pandemi Covid-1979	
C.1 Sebagai Penunjang Tampilan Berpakaian	80
C.2 Konsumsi Pakaian Bekas <i>Preloved</i> Sebagai Pelarian di kala Pandemi Covid-19	82
C.3 Ekspektasi dan Kenyataan dalam Membeli Pakaian Bekas <i>Preloved</i>	84
C.4 Jenis Pakaian Bekas <i>Preloved</i> yang Sering Dibeli	88
C.5 Pengeluaran dalam Sekali Membeli Pakaian Bekas <i>Preloved</i>	90
C.6 Keluarga dan Teman sebagai Agen Sosialisasi Konsumsi Pakaian Bekas <i>Preloved</i>	93
C.7 Transaksi Jual-Beli Dilakukan Secara <i>Online</i> Dan <i>Offline</i>	94
C.8 Kendala saat Membeli Pakaian Bekas <i>Preloved</i> secara Langsung dan <i>Online</i> ..	98
D. Pengalaman Membeli Pakaian Bekas <i>Preloved</i> di Instagram	102
D.1 Pemanfaatan Instagram	103
D.2 Alasan Memilih Instagram sebagai <i>Platform</i> untuk Membeli Pakaian Bekas <i>Preloved</i>	105
D.3 Penggunaan Akun Instagram Samaran ‘ <i>Fake Account</i> ’	108

D.4 Keunggulan dan Kelemahan Instagram sebagai <i>Platform</i> Jual-Beli Pakaian Bekas <i>Preloved</i>	111
D.5 Pilihan Rasional Ketika Pertama Kali Membeli Pakaian Bekas <i>Preloved</i> di Instagram	113
BAB IV KETERLEKATAN SOSIAL MAHASISWI DENGAN PENJUAL PAKAIAN BEKAS <i>PRELOVED</i> DI INSTAGRAM	118
A. Interaksi Sosial Mahasiswi dengan Penjual Pakaian Bekas <i>Preloved</i> di Instagram	119
A.1 Penggunaan Fitur Sosial di Instagram : <i>Direct Message</i>	119
A.2 Komunikasi Mahasiswi dengan Penjual Pakaian Bekas <i>Preloved</i> melalui <i>Direct Message</i>	121
A.3 Pemanfaatan WhatsApp Sebagai Media Komunikasi Lanjutan.....	125
A.4 Respon Penjual Pakaian Bekas <i>Preloved</i> menurut Mahasiswi	129
B. Keterlekatan Sosial dalam Jalinan Interaksi Antara Mahasiswi dengan Penjual Pakaian Bekas <i>Preloved</i> di Instagram.....	131
B.1 Keterlekatan Struktural dan Keterlekatan Relasional.....	133
B.2 Keterlekatan Lemah dan Kuat Mahasiswi dengan Penjual Pakaian Bekas <i>Preloved</i> di Instagram	136
B.3 Kepercayaan Menjadi Basis Institusi Sosial dalam Pembelian Pakaian Bekas <i>Preloved</i>	144
BAB V PENUTUP	148
A. Kesimpulan	148
B. Catatan Kritis	151
DAFTAR PUSTAKA	154