

ABSTRAK

Bentuk konsumsi busana memiliki beragam variasi yang menjadikan masyarakat tertarik untuk menggunakannya. Namun tidak hanya sebatas alasan kualitas produk yang menentukan bentuk konsumsi tersebut, ada alasan lain yang ternyata memiliki korelasi pada kelas sosial seseorang. Salah satunya konsumsi simbolis. Konsumsi ini memfokuskan pada nilai estetis dan mengesampingkan kegunaan dan nilai fungsional barang itu sendiri. Pelaku konsumsi simbolis ini pun terbagi pada beberapa kelas sosial, karena sejatinya setiap kelas memiliki identifikasinya masing-masing. Tujuan utama dari penelitian ini dapat lebih memahami dan mendiskripsikan hal-hal yang melatarbelakangi pemilihan konsumsi pakaian impor bekas pada lingkup mahasiswa UGM. Untuk menjawab pertanyaan yang diajukan, penelitian ini dilakukan dengan melihat data pendidikan dan pendapatan orangtua sebagai penentu kelas sosial masing-masing mahasiswa sejumlah 60 orang. Juga dilakukan metode wawancara mendalam pada narasumber yang telah ditentukan kelas sosial dengan didukung data awal dari hasil penelitian survey, observasi dan juga kajian pustaka.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga pengelompokan kelas mahasiswa yakni *pseudo middle class* dan *genuine middle class*. Kedua kelas tersebut terbagi berdasar pada kemampuan ekonomi, tingkat pendidikan dan jugapola konsumsi yang mereka lakukan. Adanya pembagian kelas sosial ini menunjukkan bahwa pada masing-masing kelas memiliki aspirasi dan motivasi yang berbeda dalam melakukan konsumsi pakaian impor bekas. Wacana *eco-friendly*, kebutuhan *side hobby*, dan perilaku meniru menunjukkan bahwa mahasiswa masih memiliki keterkaitan pada *purchasing power* orangtua sehingga mereka terdefinisi sebagai *leisure class*. Dari penelitian diketahui bahwa tingkat kelas sosial dan pendidikan berpengaruh besar pada perilaku dan pengetahuan mereka dalam melihat konsumsi pakaian impor bekas. Sehingga konsumsi tidak hanya semata-mata karena aspek ekonomi, namun perspektif antropologi melihat adanya aspirasi yang mewakili para konsumen dalam melakukan konsumsinya.

Kata kunci: **konsumsi, kelas, pakaian bekas impor, konsumsi simbolis**

ABSTRACT

The form of consumption of clothing has various variations that make people interested in being treated. However, it is not only the reason for the quality of the product that determines the consistency, there are other reasons that it turns out to have a feature on a person's social class. One of them is symbolic consumption. Consumption is focused on aesthetic value and overrides the function and functional value of the goods themselves. This symbolic consumption actor is also divided into several social classes, because in fact each class has its own identification. The main objective of this research is to better understand and describe the reasons behind the consumption of imported used clothes within the scope of UGM students. To answer the questions posed, this investigation was carried out by looking at education data and income as a determinant of the social class of each student totaling 60 people. In-depth interviews were also carried out on resource persons who had been determined by social class with preliminary data from the results of survey research, observation and literature review.

The results of the study indicate that there are three groupings of students, namely the pseudo middle class and genuine middle class. The two classes are divided based on their economic ability, level of education and also their consumption patterns. The existence of this social class division shows that each class has different aspirations and motivations in consuming imported used clothes. Eco-friendly discourse, the need for side hobbies, and behavior show that students still have a relationship with purchasing power so that they are defined as recreation classes. From the research, it is known that social and educational levels have a big influence on their behavior and knowledge in seeing important clothing consumption. So that the conception is not solely due to economic aspects, but an anthropological perspective sees the aspirations that represent consumers in making their consumption.

Key words: consumption, class, imported used clothes, symbolic consumption