

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji konstruksi sosial fenomena *Thrifting* di Banyumas di tengah regulasi pelarangan impor barang bekas melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022. Adanya kesenjangan antara realitas objektif negara yang melarang impor dengan realitas intersubjektif masyarakat yang memaknai *Thrifting* sebagai gaya hidup positif menjadi tantangan yang membutuhkan pemahaman sosiologis mendalam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam bagaimana proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi membentuk realitas sosial pada konsumen *Thrift* di Banyumas. Data dikumpulkan melalui pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, wawancara semi-terstruktur, observasi langsung, dan dokumentasi terhadap delapan informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Thrifting* di Banyumas berfungsi sebagai realitas intersubjektif yang sangat kuat, di mana makna sosial dikonstruksi secara komunal melalui media sosial dan komunitas lokal. Bagi partisipan, proses eksternalisasi mentransformasi kebutuhan fashion menjadi identitas "belanja cerdas", sementara objektivasi menormalisasi *Thrifting* sebagai institusi ekonomi yang mapan melalui keberadaan toko fisik dan event. Proses internalisasi juga terbukti mengintegrasikan nilai estetika dan efisiensi ekonomi ke dalam kesadaran individu, sehingga regulasi pelarangan impor dianggap tidak relevan dengan kebutuhan identitas mereka. Studi ini memberikan wawasan praktis bahwa bertahannya ekosistem *Thrift* bukan hanya terletak pada faktor ekonomi, tetapi pada kuatnya konstruksi nilai sosial yang mengabaikan batasan hukum. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pembuat kebijakan dalam memahami realitas sosial lokal guna merancang strategi komunikasi yang lebih persuasif.

Kata kunci: Konstruksi Sosial, *Thrifting*, Pelarangan Impor, Instagram.

## **ABSTRACT**

*This study examines the social construction of the Thrifting phenomenon in Banyumas amidst the regulation banning the import of second-hand goods through the Minister of Trade Regulation Number 40 of 2022. The gap between the state's objective reality banning imports and the community's intersubjective reality, which interprets Thrifting as a positive lifestyle, presents a challenge that requires deep sociological understanding. The objective of this research is to understand in depth how the processes of externalization, objectification, and internalization shape social reality among Thrift consumers in Banyumas. Data were collected through a qualitative approach using phenomenological methods, semi-structured interviews, direct observation, and documentation involving eight informants. The results show that Thrifting in Banyumas functions as a very strong intersubjective reality, where social meaning is constructed communally through social media and local communities. For participants, the externalization process transforms fashion needs into a "smart shopping" identity, while objectification normalizes Thrifting as an established economic institution through the existence of physical stores and routine events. The internalization process is also proven to integrate aesthetic values and economic efficiency into individual consciousness, making the import ban regulation perceived as irrelevant to their identity needs. This study provides practical insight that the persistence of the Thrift ecosystem lies not only in economic factors but in the strong construction of social values that ignore legal boundaries. Thus, it is expected that this research can serve as a reference for policymakers in understanding local social realities to design more persuasive communication strategies.*

*Keywords: Social Construction, Thrifting , Import Ban, Instagram.*