

## ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi penggunaan *secondhand streetwear fashion* oleh anak muda *hypethrift* di Surabaya untuk menunjukkan identitas mereka melalui berbagai praktik sosial, gaya hidup, dan media sosial. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena *thrifting* pakaian *streetwear* bekas yang sedang berkembang dalam masyarakat urban, khususnya di Kota Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode etnografi, karena metode ini dianggap dapat mengurangi jarak di antara peneliti dan subjek yang diteliti. Penelitian ini menemukan bahwa anak muda *hypethrift* di Surabaya memahami dan menjadikan *secondhand streetwear fashion* sebagai gaya hidup dan identitas budaya mereka sebagai subkultur urban anak muda. Anak muda *hypethrift* melakukan berbagai pembedaan untuk membentuk identitas mereka dan menjadi dasar mereka untuk membangun narasi budayanya. Mereka bersikap aktif dan bersifat kreatif dalam partisipasinya mengembangkan subkultur. Sikap dan sifat anak muda *hypethrift* dalam perkembangan subkulturnya menjadikan mereka sebagai prosumer, yaitu konsumen sekaligus produsen yang melahirkan berbagai teks budaya, dalam hal fashion dan pop culture. Hal ini dilihat dari proses produksi, konsumsi, dan distribusi yang dilakukan oleh anak muda *hypethrift*. Penelitian ini juga menemukan bahwa pada saat ini terjadi sebuah kontradiksi di mana *secondhand streetwear fashion* saat ini telah menjadi produk massa dan budaya populer, namun anak muda *hypethrift* tetap menunjukkan resistensinya sebagai subkultur.

Kata kunci : identitas kultural, *thrifting*, *second hand streetwear fashion* , subkultur anak muda

## ABSTRACT

This study explores the use of secondhand *streetwear* fashion by *hypethrift* youths in Surabaya to show their identity through various social practices, lifestyles, and social media. This research is motivated by the *thrifting* phenomenon that is developing in urban society, especially Surabaya. This research is using ethnographic methods in collecting data, because this method is considered to reduce the distance between the researcher and the subject. This research shows that *hypethrift* youths in Surabaya understand and make secondhand *streetwear* fashion as their lifestyle and cultural identity. *Hypethrift* youths make various distinctions to shape their identity and become the basis for them to build their cultural narrative. They are active and creative in their participation in developing subcultures. Their attitude and traits in the development of their subcultures make them prosumers, that is consumers and producers who generate various cultural texts. This can be seen from the production, consumption and distribution processes carried out by *hypethrift* youths. This research also found that there was a contradiction where secondhand *streetwear* fashion had now become a mass product and popular culture, but *hypethrift* youths still showed their resistance as a subculture.

Key word : cultural identity, thrifting, second hand streetwear fashion, youth subculture.