



Telaah Monza Lovers Secara Fungsional dan Aesthetic dalam Economy Civic

Eshaulin Br Sembiring*

Afiliasi: Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara, Indonesia
Email: eshaulinp@gmail.com

Yosua Gabe Maruli Sijabat

Afiliasi: Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara, Indonesia
Email: yosuasijabat589@gmail.com

Lammarito Lumban Gaol

Afiliasi: Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara, Indonesia
Email: lammaritolumbangao@gmail.com

Devi Putri Thesia

Afiliasi: Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara, Indonesia
Email: deviputrithesia@gmail.com

**Corresponding Author*

Article History

Submitted	: 2024-11-25	Accepted	: 2025-10-02
Revised	: 2025-10-02	Published	: 2025-12-01

DOI: <https://doi.org/10.31571/jpkn.v9i2.8284>

Abstrak

Makna kata *monza* berarti pakaian bekas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan pakaian bekas monza dalam nilai fungsional dan *aesthetic*, kelas sosial dan *economy civic* (ekonomi kewarganegaraan) terhadap pembelian pakaian bekas monza. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Pasar Melati berlokasi di JL. Bunga Sakura, Tanjung Selamat Kec. Medan Tuntungan, Kota Medan, Sumatera Utara. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi lapangan secara langsung dengan wawancara. Berdasarkan hasil penelitian ini, bahwa kualitas monza lebih bagus, dengan harga yang terjangkau, dan memiliki berbagai macam model yang umumnya jarang ditemukan dipasaran. Peminat monza tidak hanya berasal dari kelas bawah dan kelas menengah tetapi juga menarik perhatian kelas atas. Selain itu barang *monza* ini memiliki nilai *economy civic* yang baik dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi di komunitas lokal.

Kata Kunci: Monza, Aesthetic, Fungsional, Economy Civic

Abstract

The meaning of the word monza means used clothing. This study aims to determine the feasibility of used monza clothing in functional and aesthetic values, social class and civic economy towards the purchase of used monza clothing. This research was conducted with descriptive qualitative research methods. This research was conducted at Pasar Melati located at JL. Bunga Sakura, Tanjung Selamat Kec. Medan Tuntungan, Medan City, North Sumatra. The data collection technique in this research is direct field observation with interviews. Based on the results of this study, that the quality of monza is better, at an affordable price, and has a variety of models that are generally rarely found in the market. Monza enthusiasts not only come from the lower class and middle class but also attract the attention of the upper class. In addition, monza goods have good civic economy value in creating jobs and promoting economic growth in local communities.

Keyword: Monza, Aesthetic, Functional, Civic Economy

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya zaman juga semakin berkembang gaya hidup masyarakat. Hal itu disebabkan karena adanya pengaruh dari dalam dan luar diri untuk menjadikan seseorang



tersebut lebih berekspresi dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Dalam dunia seni ekspresi di artikan tidak hanya pada penyampaian yang dilakukan oleh jiwa emosional yang secara spontan (Rispu 2012) melainkan dari berupa penampilan yang dapat dilihat oleh orang lain seperti melalui pakaian dan lain sebagainya. Pada tahun 2000 Sebelum Masehi bangsa Mesir sudah menenun kain Linen untuk dijadikan pakaian sebagai alat pelindung diri, namun seiring berjalannya waktu pada saat ini pakaian di nilai tidak hanya untuk melindungi tubuh manusia melainkan pakaian dinilai sebagai salah satu bahan untuk menjadikan seseorang terlihat menarik di hadapan orang lain.

Mode dalam berbusana disebut juga dengan *fashion* merupakan sebuah ekspresi yang memiliki nilai *aesthetic* di dalamnya, dengan populer pada waktu, masa, dan tempat tertentu, dalam bentuk pakaian maupun aksesoris. Sehingga produk baju bekas menjadi salah satu pilihan lain membentuk suatu gaya baru yang memiliki strategi bersaing dengan produk fast fashion (industri tekstil), karena dianggap sebagai produk yang ramah lingkungan (Setyaningsih, Bahari, dan Ardiyanto 2018).

Monza sebagai istilah yang sudah dikenal sejak tahun 1991 berasal dari Medan Sumatra Utara, bermakna pakaian bekas (Sinaga 2023). Namun *monza* yang berarti pakaian bekas bukanlah makna yang sebenarnya, penyebutan *monza* sebagai pakaian bekas disebabkan adanya kenyataan sosial yang ada di masyarakat, Makna kata *monza* yang sebenarnya adalah singkatan dari pusat perbelanjaan yang banyak toko-toko yang menjual pakaian bekas yang berada di Mongonsidi Plaza, sehingga munculah istilah *monza* yang berasal dari singkatan Mongonsidi Plaza. *Monza lovers* belakangan ini menjadi trending di kalangan masyarakat, khususnya mahasiswa. *Monza* merupakan aktivitas mencari serta membeli barang bekas pakai seperti halnya dengan pakaian yang di cari berdasarkan model yang tepat berdasarkan keinginan serta harga yang pas sehingga kita bisa dengan puas membeli barang sesuai keinginan. Pakaian bekas yang terdapat di Indonesia pada umumnya merupakan hasil impor dari negara lain yang kemudian banyak digemari oleh masyarakat Indonesia.

Masyarakat dapat memperoleh pakaian bekas hasil *monza* dengan harga yang terjangkau, namun ternyata mereka bisa berpenampilan menarik dan unik, karena pakaian *monza* memiliki satu model pakaian yang menimbulkan rasa bangga tersendiri apalagi dengan memakai pakaian brand ternama di dunia seperti Nike, Adidas, Gucci, dan lain sebagainya. Pakaian bekas ini pada dasarnya lebih sering di beli oleh masyarakat yang memiliki ekonomi menengah kebawah namun semakin banyak model-model menarik pada pakaian bekas tersebut menjadikan masyarakat yang memiliki ekonomi menengah ke atas menjadi tertarik untuk membeli pakaian bekas. Hal ini dapat menghambat produk asli Indonesia atau industri tekstil dalam negeri.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan (Qalbi dan Hartini 2023) mengenai Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Keragaman Produk terhadap Minat Beli Pakaian Bekas (*Trifiting*) di Daerah Sumbawa dengan menggunakan metode kuantitatif mengatakan bahwa persepsi harga mempunyai pengaruh yang signifikan dan berpengaruh terhadap minat pembeli masyarakat Sumbawa. Hal ini dikarenakan harga *trifiting* yang sangat terjangkau untuk semua kalangan sehingga meningkatkan kemauan membeli. Persepsi kualitas tidak mempengaruhi dan tidak penting terhadap minat pembeli masyarakat Sumbawa. Hal ini dikarenakan masyarakat Sumbawa tertarik untuk membeli *trifiting* karena kualitas *trifiting* lebih menjanjikan. Variasi produk tidak mempengaruhi niat beli masyarakat Sumbawa dan tidak penting. Sebab, ketika masyarakat Sumbawa memilih pakaian bekas (*trifiting*), mereka memperhatikan model bajunya, bukan jenis produknya.

Menurut (Sitohang et al. 2024) pada penelitian terdahulu mengenai Analisis Pengaruh Pakaian Thrifiting dan Foreign Branding Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Medan mengatakan Pengaruh pakaian bekas terhadap gaya hidup konsumsi mahasiswa Universitas Negeri Medan terlihat dari meningkatnya kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya gaya hidup berkelanjutan. Mahasiswa yang membeli pakaian bekas cenderung lebih sadar akan dampak lingkungan dari konsumsi pakaian mereka. Pengaruh merek luar negeri terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Medan terlihat dari semakin meningkatnya keinginan mahasiswa untuk memiliki merek luar negeri. Mahasiswa yang memiliki barang bermerek luar negeri cenderung merasa lebih percaya diri dan diterima oleh lingkungan sosialnya.

Kehadiran *monza* ini tentunya memiliki dampak positif di tengah kalangan masyarakat, karena sudah menyerap tenaga kerja baru khususnya dalam bidang ekonomi perdagangan tekstil, bahkan pakaian bekas *monza* menjadi prioritas belanja kedua setelah makanan pokok di pusat perbelanjaan seperti Pasar Melati yang berlokasi di JL. Bunga Sakura, Tanjung Selamat Kec. Medan Tuntungan, Kota Medan, Sumatera Utara. Maraknya konsumen yang menjadikan *monza* sebagai prioritas kedua setelah makanan pokok menimbulkan dampak negatif terhadap produksi pakaian lokal asli dalam negeri. Dilansir dari Kompas, Jakarta Senin (27/05/2019) dijelaskan bahwa maraknya impor pakaian bekas di dalam negeri berdampak mematikan usaha mikro, kecil, menengah atau UMKM perajin tekstil dalam negeri, pelaku UMKM ini menjadi kehilangan pendapatan karena pasarnya tergerus produk impor pakaian bekas. Lantaran gangguan penjualan pada bagian hilir industri tekstil, bagian hulu juga akan terdampak hingga berpotensi terjadi pengurangan tenaga kerja (Yogatama 2019).

Oleh karenanya *monza lovers* yang sedang marak pada saat ini, menjadi hal yang sangat unik untuk di kulik lebih lanjut dalam nilai sisi kelayakan, fungsional, dan estetika dari pakaian

bekas monza ini, serta mengkaji pada sisi *economy civic* (ekonomi kewarganegaraan) sebagai bentuk ilmu kewarganegaraan dalam mempersipkan warga negara yang berkualitas sehingga tidak menjadi konsumen produk negara lain dan mencintai produk dalam negeri. Pada penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui kelayakan pakaian bekas monza dalam nilai fungsional dan *aesthetic*, kelas sosial dan ekonomi *monza lovers* sebagai konsumen dalam pembelian pakaian bekas, keseimbangan *economy civic* (ekonomi kewarganegaraan) terhadap pembelian pakaian bekas monza.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif berguna untuk menguraikan informasi kualitatif dan sekaligus untuk menggambarkan dengan jelas masalah yang sedang diteliti. Penelitian ini dilakukan di Pasar Melati berlokasi di JL. Bunga Sakura, Tanjung Selamat Kec. Medan Tuntungan, Kota Medan, Sumatera Utara pada 29 September 2024. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi langsung dan komunikasi langsung. Data primer yang diperoleh pada penelitian ini dari wawancara secara langsung kepada 15 narasumber sebagai konsumen di pasar Melati, dan data sekunder diperoleh dari jurnal yang terkait dengan permasalahan yang dikaji oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelayakan *Monza* Dalam Nilai Fungsional dan *Aesthetic*

Fungsional merupakan hasil pengaruh yang sangat kuat dari teori sistem umum di mana pendekatan fungsional diadopsi dari ilmu alam khususnya ilmu biologi, yang menekankan pengkajiannya tentang cara-cara mengorganisasikan dan mempertahankan sistem (Adiba 2017). Dalam konteks pecinta monja, teori fungsionalisme dalam antropologi dapat mempengaruhi pemahaman tentang bagaimana nilai-nilai, norma, dan praktik dalam masyarakat memainkan peran dalam menjaga kohesi sosial dan fungsi masyarakat secara keseluruhan. Fungsionalisme memandang bahwa setiap aspek budaya memiliki fungsi tertentu dalam menjaga keseimbangan dan kelangsungan masyarakat.

Teori fungsionalisme mempunyai pendirian bahwa segala aktivitas kebudayaan itu sebenarnya bermaksud memuaskan suatu rangkaian dari sebuah kebutuhan naluri manusia yang berhubungan dengan keseluruhan kehidupannya. Kesenian sebagai contoh dari salah satu unsur kebudayaan misalnya, terjadi karena mula-mula manusia ingin memuaskan kebutuhan nalurnya akan keindahan (Kristianto 2019). *Monza* merupakan pakaian bekas yang masih memiliki nilai kelayakan pakai seperti yang dikatakan Ibu Clara sebagai salah satu pembeli pakaian *monza* di Pasar Melati terhadap ketahanan dan kelayakan *monza* mengatakan bahwa

“kualitas bahan *monza* lebih bagus dibanding dengan barang baru, karena jahitan dari barang baru lebih gampang rusak sedangkan jahitan *monza* yang pada umumnya barang dari luar sehingga lebih tahan dan nyaman sesuai keinginan para *monza lovers*”.

Nilai Fungsional adalah nilai yang diporeleh dari atribut produk yang memberikan kegunaan (utility) fungsional kepada konsumen, nilai ini berkaitan langsung dengan fungsi yang diberikan oleh produk atau layanan kepada konsumen. Bila performa dapat memenuhi atau melampaui harapan, maka produk tersebut berkualitas. Sebaliknya, produk yang performanya di bawah harapan maka produk tersebut tidak berkualitas. Juga perlu diingat bahwa performa dan harapan ditentukan oleh konsumen sesuai dengan persepsi mereka. Berdasarkan hasil penelitian diketahui adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara nilai fungsional (harga) Dari sudut pandang konsumen, harga digunakan sebagai indikator nilai, jika harga dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Hal ini didukung dari hasil wawancara bersama saudari Ruth mengatakan bahwa “*Selain memiliki kualitas lebih bagus dibanding barang baru, harga dari monza tentu lebih murah dari barang baru sehingga membuat monza lovers lebih tertarik untuk membeli monza*”

Aesthetic adalah cabang filsafat yang menelaah dan membahas tentang seni dan keindahan serta tanggapan manusia terhadapnya dan kepekaan terhadap seni dan keindahan. Sama halnya dengan fashion yang dapat dilihat berdasarkan keindahan bagi pemakai pakaian tersebut maupun orang lain yang melihat, oleh sebab itu *aesthetic* berhubungan dengan segala sesuatu yang tercakup dalam keindahan, dan juga *Aesthetic* sebagai bagian dari bagaimana model atau bentuknya dan bagaimana seseorang akan merasakannya (Falah 2023). Menurut saudari Alisca mengatakan bahwa “*sebagian orang Indonesia termasuk saya sendiri cenderung menyukai fashion orang luar, yang mana pakaian monza pada umumnya memiliki merek terkenal seperti Uniqlo, Zahra, Chanel, H&M, Gucci, dan lain sebagainya*”.

Menurut saudara Radit sebagai pembeli di pasar Melati yang mengatakan “*monza memiliki motif dan model yang tidak pasaran sehingga tidak memungkinkan ketika memakai pakaian ini bersamaan dengan orang lain, tidak sama seperti pakaian baru yang memiliki motif dan model yang banyak di pasaran*”. Dalam ilmu filsafat, estetika menjadi salah satu cabangnya yang membahas tentang “the beauty” atau kecantikan pada suatu objek dari subjek (Natalia et al. 2022), berkaitan dengan pendapat yang diutarakan oleh saudari Radit mengkaji masalah yang berkaitan dengan keindahan, bagaimana ia terbentuk, dan bagaimana seseorang akan merasakan.

Kelas Sosial dan Ekonomi *Monza Lovers* Sebagai Konsumen Dalam Pembelian Pakaian Bekas

Kelas Sosial mempunyai arti yang relatif lebih banyak dipakai untuk menunjukkan lapisan sosial yang didasarkan atas kriteria ekonomi. Kelas sosial terbagi dalam 3 kelas yaitu

kelas atas, menengah dan bawah (Nuraedah 2015). Kelas atas (*high Class*) merupakan status sosial yang memiliki ekonomi di atas rata-rata, biasanya orang yang disebut kelas atas memiliki barang-barang termasuk rumah dengan fasilitas mewah. Kelas menengah (*middle class*), kelas menengah (*middle class*) merupakan status sosial yang memiliki pendapatan tetap baik perhari maupun perbulan, orang dengan kelas sosial menengah memiliki kehidupan yang cukup tidak berlebih dan juga tidak kekurangan. Perolehan pendapatan kelas menengah (*middle class*) rata-rata sebesar Rp. 3.500.000,- ini lebih tinggi dari rata-rata pendapatan kelas menengah kota yang ditetapkan oleh Badan Pusat Statistik Kotamadya Medan sebesar Rp. 2.500.000,- (Surya 2006). Kelas bawah (*lower class*).Kelas bawah (*lower class*) merupakan status sosial yang keadaan kehidupannya terbilang kurang,memiliki kehidupan yang cenderung tidan menentu termasuk dalam kehidupan sehari-hari. Pendapatan keluarga kelas bawah per bulan paling banyak berkisar antara Rp 500.000,00 – Rp 999.999,00. (Yulia, Sitorus, dan Asista 2022).

Menurut saudari Ernis yang mengatakan bahwa “*pencinta monza ini tidak hanya berasal kalangan menengah kebawah tetapi kalangan menengah ke atas juga ikut berburu monza hal ini dapat di lihat dari harga, merek, model, serta kualitas yang diinginkan terdapat pada monza*”. Kelas menengah ke bawah adalah mereka yang mencari monza sesuai dengan kemampuannya dengan tetap memilih dan melihat sesuai dengan gaya yang fashionable namun tetap unik, sedangkan pada kelas sosial menengah ke atas adalah mereka mereka yang akan cenderung melihat merek dari pakaian bekas dengan harga yang cukup mahal dari kalangan monza namun di bawah harga asli barang tersebut jika dibeli dengan kondisi baru.

Keseimbangan *Economy Civic* (Ekonomi Kewarganegaraan) Terhadap Pembelian Pakaian Bekas *Monza*.

Ekonomi kewarganegaraan merupakan kajian dalam spektrum civic Education sebagaimana masuk dalam komponen domain sosiokultural yakni kajian pendidikan kewarganegaraan yang dikembangkan di dalam masyarakat, media masa, mapuan gerakan civil society lainnya (Asyafiq 2019). Kebutuhan ekonomi warga negara dalam membangun pertumbuhan ekonom masyarakat merupakan bagian dasar dari nilai sosial dalam berkehidupan sebagai warga negara bangsa.

Economy civic (ekonomi kewarganegaraan) merupakan salah satu upaya untuk mempersiapkan warga negara yang berkualitas dan berdaya saing sehingga tidak hanya menjadi konsumen produk negara lain tetapi menjadi produsen yang mampu mendatangkan income (Nuraedah 2015). Kewirausahaan adalah tindakan mengambil resiko dalam mengembangkan ide dan produk baru yang inovatif, menghabiskan waktu dan energi, dengan hasil yang bermanfaat bagi wirausahawan.

Economy civic (ekonomi kewarganegaraan) merupakan dua hal yang saling berhubungan, yang mana terdapat konsep *economy* dan konsep *civic*. Konsep *economy* dimaknai sebagai kegiatan manusia dalam memproduksi, konsumsi, dan distribusi. Konsep *civic* merupakan ilmu kewarganegaraan yang isinya yaitu mempelajari hubungan antara warganegara dan hubungan antara warganegara dengan negara. *Economy civic* (ekonomi kewarganegaraan) sebagai ilmu pengetahuan yang dinamis berubah sesuai dengan kecenderungan masalah-masalah ekonomi, lingkungan, dunia dan masyarakat pada umumnya. Hal yang menonjol dalam ekonomi modern adalah kecepatan inovasi yang luar biasa dan hampir seluruh sektor, dengan bantuan teknologi komputer, internet, komunikasi yang merambah keseluruhan kehidupan termasuk dalam perdagangan. Usaha setiap manusia dalam memproduksi, konsumsi, dan distribusi, ada yang dilakukan secara individual maupun kelompok.

Konsep *economy civic* (ekonomi kewarganegaraan) atau pendidikan ekonomi kewarganegaraan dalam lingkup pendidikan formal memiliki beberapa ciri-ciri diantaranya :

- a) Meningkatkan kesadaran dan rasa nasionalisme terhadap produk lokal. Kesadaran ini dapat dilakukan melalui institusi pendidikan formal seperti sekolah dan perkantoran, atau melalui sosialisai tidak langsung seperti iklan dan jargon sehari-hari.
- b) Mengusulkan produk hukum yang tepat untuk membuat sebuah regulasi yang menguntungkan Indonesia setiap warganegara asing yang akan bekerja di Indonesia harus bisa berbahasa Indonesia, modal yang di tanam harus menggunakan mata uang rupiah
- c) Mempertahankan sikap politik luar negeri bebas aktif, sikap politik yang telah dianut bangsa Indonesia sejak merdeka.

Menurut saudari Diana sebagaimana dikatakan juga *“barang monza sebetulnya bukan saingan dari produk lokal akan tetapi yang menjadi saingan itu produk dari Bangkok yang dilakukan dengan live di TikTok atau Shopee”*. Oleh sebab itu, penjual *monza* tidak pernah merasakan saingan diantara toko lainnya, sebab konsumen telah memiliki ketetarikannya masing-masing dan tentunya setiap toko yang berada di lokasi tersebut merasakan dampak pembelian oleh konsumen. Selain itu juga, menurut responden lain saudari Lince mengatakan *“pencinta monza di Medan tergolong banyak, sehingga monza ini dapat mengurangi angka pengangguran dan dapat membuka peluang kerja, terlebih sekarang ini penjualan monza tidak harus dilakukan di lapak atau kios tetapi bisa melalui live TikTok atau Shopee”*

Pembelian pakaian bekas merupakan bagian dari model ekonomi yang bertujuan untuk mempertahankan nilai dari sumber daya, bahan, dan produk dalam perekonomian selama mungkin, ini bertujuan untuk mengurangi dampak lingkungan yaitu mengurangi limbah tekstil dan menciptakan keberlanjutan jangka Panjang. Masyarakat yang pencinta pakaian bekas *monza* dapat memberikan dukungan terhadap usaha kecil terutama melalui toko-toko thrift dan

usaha kecil. Ini menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi di komunitas lokal. *Monza lovers* ini biasanya cenderung lebih sadar akan pola konsumsi mereka, konsumen *monza* dapat menghemat uang dengan membeli pakaian bekas, yang umumnya dijual dengan harga lebih rendah dibandingkan pakaian baru. Ini memberi peluang kepada lebih banyak orang untuk mendapatkan barang berkualitas tanpa membebani anggaran.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai monza yang sedang berkembang saat ini dilihat dari segi kelayakan monza dalam nilai fungsional dan aesthetic sesuai dengan hasil wawancara dengan *monza lovers* bahwa dikatakan kualitas monza lebih bagus, harga yang terjangkau, dan memiliki berbagai macam model yang umumnya jarang ditemukan dipasaran berbanding terbalik dengan barang lokal baru yang pada umumnya memiliki model yang sama dipasaran. Oleh sebab itu, peminat monza tidak hanya berasal dari kelas bawah (*lower class*) dan kelas menengah (*middle class*) tetapi juga menarik perhatian para *monza lovers* dari kelas atas (*high class*) sebagaimana juga pernyataan ini dikatakan oleh narasumber sebagai *monza lovers*. Selain itu barang *monza* ini memiliki *economy civic* (ekonomi kewarganegaraan) yang baik terhadap Masyarakat pencinta pakaian bekas *monza* karena dapat memberikan dukungan terhadap usaha kecil terutama melalui toko-toko thrift dan usaha kecil. Hal ini menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi di komunitas lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiba Ida Zhara. (2017). Pendekatan Sosiologis Dalam Studi Islam. *INSPIRASI (Jurnal Kajian dan Penelitian Pendidikan Islam* 1: 171–84.
- Asyafiq, Sutrisno. (2019). Strategi Pertumbuhan dan Pembangunan Ekonomi Di Era Global Berbasis Pendidikan Ekonomi Kewarganegaraan. *JPIS Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial* 28(1): 18–30.
- Falah, R. Z. (2019). Nilai-nilai Estetika dalam Penataan Lingkungan Pendidikan Anak Usia Dini di Kabupaten Kudus. *ThufuLA: Jurnal Inovasi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal*, 7(1), 65-90.
- Kristianto, Imam. (2019). Kesenian reyog ponorogo dalam teori fungsionalisme. *TAMUMATRA Jurnal Seni Pertunjukan* 1(2): 69–82.
- Natalia, Destri, Elsa Magdalena, Andry Pranata, dan Nicolhas Jurdy Wijaya. (2022). Filsafat dan Estetika Menurut Arthur Schopenhauer. *Clef: Jurnal Musik dan Pendidikan Musik* 3(2): 61–77.
- Nuraedah. (2015). Kelas Sosial dalam Masyarakat di Desa Torue. *Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 1(1): 65–74.
- Qalbi, Nurul, dan Hartini. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas dan Keragaman Produk terhadap Minat Beli Pakaian Bekas (Trifiting) di Daerah Sumbawa. *Journal of Nusantara Economic Science (JNES)* 1(4): 162–168.

- Rispul, Rispul. (2012). Seni Kriya Antara Tekhnik Dan Ekspresi. *Corak* 1(1): 91–100.
- Setyaningsih, Ayuni, Nooryan Bahari, dan Deny Tri Ardiyanto. (2018). Kuasa Baju Bekas : Kode Kultural Fesyen Baju Bekas dalam Ranah Industri Kreatif. *Industri Kreatif dan Kewirausahaan* 1(1): 10–21.
- Sinaga, Raja Malo. (2023). Asal-usul Kata Monza, Istilah Medan yang ‘Diartikan’ Barang Bekas.” *detikSumut*.
- Sitohang, Gresia Septina, Frandika Situmorang, Ferozi Ramdana Irsyad, dan Bonaraja Purba. (2024). Analisis Pengaruh Pakaian Thrifting dan Foreign Branding Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Medan. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production* 2(1): 304–310.
- Surya, Aldwin. (2006). Pembentukan Kelas Menengah Kota: Peran Dan Implikasi Keberadaannya Terhadap Percepatan Pembangunan. *Industri dan Perkotaan* XI(18): 66–86.
- Yogatama, Benediktus Krisna. (2019). Impor Baju Bekas Matikan UMKM.” *Kompas*.
- Yulia, Rostiar Sitorus, dan Aruna Asista. (2022). Karakteristik Konsumen Beras Berdasarkan Harga Dan Kelas Sosial Pada Kecamatan Toboali Kabupaten Bangka Selatan.” *Akuntansi dan Pajak* 23(1): 1–7.