

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Toko *Onlyonefrien* adalah sebuah usaha jual dan beli pakaian bekas impor (toko *thrifting*), contohnya seperti *hoodie*, *crewneck*, *cardigan*, *t-shirt*. toko *Onlyonefrien* didirikan oleh Intannia atikah pada tahun 2020 tepatnya pada tanggal 12 bulan januari, toko *Onlyonefrien* dahulu memiliki *offline store* di daerah Cikarang tetapi sejak adanya *coronavirus disease 2019* (Covid-19) kini toko *Onlyonefrien* hanya melakukan transaksi *online* yang bisa dilihat melalui Instagram nya yaitu *Onlyonefrien*. “Toko *Onlyonefrien* sudah berjalan cukup lama, rata – rata penjualan kami adalah 3 sampai 8 pakaian bisa lebih, kami bisa menjual melalui ekspedisi dan bisa juga melalui *cash on delivery*” kata Pemilik *Onlyonefrien* Intannia atikah.



Gambar 1.1 Profil Instagram Toko *Onlyonefrien*

Sumber : Instagram @*Onlyonefrien*

Thrifting adalah praktik membeli barang bekas yang masih berfungsi baik untuk menghemat uang & mengurangi limbah tekstil. Pandemi corona ini juga memberikan peluang untuk melakukan kegiatan *thrifting*. Intannia Atikah mengatakan ada tiga faktor yang membuat masyarakat suka *thrifting* (jual beli baju bekas impor). “Yang pertama, membeli pakaian bekas impor itu menguji kreativitas *stylist*. Ada unsur kejutan & keseruan dalam berbelanja barang bekas, alasan kedua, dia mencontohkan, barang bekas lebih murah daripada barang baru, yang terakhir, semakin banyak orang yang mulai menyadari pentingnya menggunakan kembali dan mendaur ulang karena pakaian bekas merupakan sumber limbah yang sangat besar. Pemilik toko *Onlyonefrien* Intannia Atikah (21) mengaku bisa menghasilkan pendapatan bulanan hingga Rp 20 juta dari bisnisnya. “Awal saya membuka toko *thrifting* karena saya dulu menyukai *thrifting* pakaian di pasar senen pada tahun 2019, pada saat itu ketika berbicara tentang *thrifting*, masih dianggap sebagai hal yang tabu, karena banyak orang yang belum mengetahui tentang pakaian bekas impor. Karena masih sedikit orang yang mengetahui pakaian bekas impor, saya melihat peluang usaha menjual pakaian bekas impor karena persaingan yang tidak terlalu banyak dan pada awal tahun 2020 saya memutuskan membuka usaha toko *thrifting* yang saya beri nama *Onlyonefrien*”, ujarnya.

Banyak orang yang percaya bahwa membeli pakaian *second branded*, meskipun dalam kondisi bekas, adalah menguntungkan karena masih berkualitas tinggi & dapat dipakai. Salah satu manfaat utama dari membeli pakaian *second branded* adalah jaminan barang yang mereka beli menerima memiliki merek terkenal & dalam kondisi seperti baru. Karena merek terkenal tersebut pasti sudah memiliki citra yang baik di mata *customer*, baik itu kualitas yang bagus, tahan lama dan lain sebagainya. Ketika orang membeli pakaian secara lokal, itu adalah cerita lain. Mendapatkan merek terkenal dalam kondisi *original* adalah kemungkinan yang sangat kecil. Pasalnya, banyak merek ternama seperti misalnya pakaian *outdoor* terkenal seperti *The North Face*, *Arc'teryx*, *Deuter*, dan lain-lain sudah banyak menjual replika merek yang sama di tanah air.

Manusia perlu berkomunikasi satu sama lain karena kita adalah makhluk sosial yang bergantung satu sama lain untuk pengetahuan. Tidak ada orang yang tidak terlibat dalam komunikasi, itu adalah aktivitas manusia yang mendasar. Manusia berkembang setiap hari sebagai hasil dari komunikasi, dan karena

komunikasi menciptakan sistem sosial yang bergantung satu sama lain, komunikasi dan masyarakat terkait erat.

Komunikasi menurut *Dr. Everett Kleinjan dari East West Center Hawaii*, komunikasi merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernafas (Cangara,2010). Dua orang atau lebih biasanya diminta untuk melakukan komunikasi. Hal ini juga dapat menjadi sebab manusia menjadi makhluk sosial. Baik dengan orang yang tidak dikenal, rekan kerja, maupun keluarga. Manusia mungkin melakukan komunikasi beberapa kali, bahkan tidak diketahui karena terlalu sering.

Komunikasi adalah transfer pengetahuan, konsep, atau pesan dari satu lokasi ke lokasi lain dengan tujuan meningkatkan komunikasi. Komunikator, atau orang yang menyampaikan pesan, pesan itu sendiri, yang merupakan informasi dalam bentuk sinyal verbal atau non-verbal, media, atau metode atau alat yang digunakan untuk mengirim pesan, dan penerima pesan adalah semua komponen penting dari komunikasi. Penerima adalah komponen yang paling penting dalam komunikasi karena mereka adalah audiens yang dituju untuk pesan tersebut.

Hubungan dapat dikomunikasikan secara efektif ketika Bagi komunikator, pertemuan itu menyenangkan (Jalaludin, 1986: 147). Kita akan menyukai mereka jika kita bersatu dalam kelompok dan menemukan sesuatu yang sama. Selain itu, komunikasi menjadi lebih informal, menyenangkan, dan terbuka. Namun, ketika kita berkumpul dengan orang-orang yang tidak kita sukai, suasananya akan menjadi cemas, tidak menyenangkan, dan membuat stres. Kami sering menutup diri dan menghindari percakapan.

Mengirim dan menerima pesan dengan respons langsung antara dua orang atau sekelompok kecil orang disebut sebagai komunikasi antar pribadi. Komunikasi antar pribadi berdampak pada hubungan dan komunikasi dengan orang lain. Sebuah pesan pertama kali dikomunikasikan kepada diri sendiri (muhammad, 1995: 158)

Penelitian ini juga memiliki referensi dari penelitian terdahulu yang berjudul, “Perencanaan komunikasi interpersonal Pemilik toko omah vape dalam memberikan pelayanan *customer*”, yang diteliti oleh shinta khusnul fadilah pada tahun 2021. Perbedaan peneliti terdahulu dengan penelitian ini terletak pada apa

yang ingin diteliti, peneliti terdahulu ingin meneliti perencanaan komunikasi interpersonal pada Pemilik toko omah vape sedangkan penelitian ini ingin meneliti teknik komunikasi antar pribadi toko *Onlyonefrien*, menariknya pada penelitian ini adalah teknik komunikasi antar pribadi yang dilakukan oleh toko *Onlyonefrien* sehingga membuat pakaian bekas impor lebih diminati dibandingkan dengan pakaian baru, selain itu juga pakaian bekas impor sedang banyak disukai oleh kalangan anak muda sehingga membuat penelitian ini menarik.

Alasan memilih toko *Onlyonefrien* sebagai tempat penelitian karena Pemilik toko *Onlyonefrien* Intannia Atikah menggunakan teknik komunikasi antar pribadi untuk menyampaikan informasi tentang pakaian bekas impor kepada calon yang belum maupun sudah mengetahui tentang menariknya pakaian bekas impor. Selain itu, banyak anak muda yang lebih tertarik kepada pakaian bekas impor dibandingkan dengan pakaian *branded* lokal, karena banyak influencer yang melakukan kegiatan *thrifting* dan membahas tentang *thrifting*.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengetahui seperti apa teknik komunikasi antar pribadi yang digunakan toko *Onlyonefrien* dalam membuat pakaian bekas impor menjadi lebih diminati. Sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul, "Teknik Komunikasi Antar Pribadi Toko *Onlyonefrien* Dalam Membuat Pakaian Bekas Impor Diminati Publik (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Toko *Onlyonefrien* Di Cikarang Utara)".

1.2 Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah menganalisis teknik komunikasi antar pribadi toko *Onlyonefrien* dalam membuat pakaian bekas impor menjadi diminati publik.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Menurut penelitian diatas, bahwa identifikasi persoalan penelitian adalah

1. Bagaimana teknik komunikasi antar pribadi toko *Onlyonefrien* dalam membuat pakaian bekas impor menarik banyak Pelanggan?

2. Hambatan/ kendala apa saja yang ada pada saat proses melakukan komunikasi antar pribadi kepada *customer* toko *Onlyonefrien*?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana toko *Onlyonefrien* menarik banyak Pelanggan dengan memanfaatkan teknik komunikasi antar pribadi untuk menjual pakaian bekas impor dan hambatan/ kendala apa saja yang terjadi pada saat proses melakukan komunikasi antar pribadi kepada *customer* toko *Onlyonefrien*.

1.5 Kegunaan Penelitian Praktis & Teoritis

Semoga penelitian ini bermanfaat baik dalam arti praktis maupun teoritis.

1.5.1 Kegunaan Praktis

1. Sebagai bahan bacaan untuk orang yang ingin mengetahui cara memanfaatkan teknik komunikasi antar pribadi dalam membuat pakaian bekas impor menjadi banyak diminati
2. Memberi gambaran bagi pedagang lain tentang pentingnya teknik komunikasi antar pribadi dalam membuat pakaian bekas impor menjadi diminati publik

1.5.2 Kegunaan Teoretis

Penelitian ini untuk memperdalam ilmu teknik komunikasi antar pribadi dalam mengenalkan pakaian bekas impor dan semoga penelitian ini memberikan sebuah contoh untuk karya tulis lainnya.