

## Bab V

### Penutup

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui observasi, wawancara serta dokumentasi, peneliti menyimpulkan seluruh hasil penelitian sebagai berikut:

1. kondisi perekonomian negara Indonesia sedang dalam proses pemulihan, ekonomi Indonesia triwulan I-2021 terhadap triwulan I-2020 mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 0,74 persen (y-on-y). Hal ini tentu saja juga berpengaruh terhadap kondisi perekonomian warganya, perekonomian Indonesia yang sedang tidak baik-baik saja membuat seluruh masyarakat terdampak sehingga mereka harus memutar otak supaya dapat mencukupi kebutuhan hidupnya baik kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder.
2. Untuk memenuhi kebutuhannya terhadap pakaian, masyarakat harus pintar mencari cara supaya hasrat atau keinginan untuk berganti pakaian setiap hari terpenuhi, Fenomena *thrifting* bisa menjadi sebuah solusi bagi mereka yang ingin tampil modis dengan *style* yang nyentrik, dengan berbelanja pakaian namun dengan harga yang jauh lebih murah dibandingkan dari harga pakaian baru, dengan *thrifting* bisa tampil lebih modis.
3. Pasar Senen Jakarta merupakan pusatnya penjualan pakaian bekas di Jakarta, dan banyak sekali orang-orang melakukan kegiatan *thrifting*, *Thrifting* merupakan kegiatan yang menjadi tempat atau jembatan dalam komunikasi interpersonal antara penjual dengan pembeli, dalam komunikasi interpersonal yang dijadikan konten obrolan adalah kegiatan *thrifting*, bagaimana penjual melakukan komunikasi dengan pembeli dengan berdialog secara tatap muka dengan pembeli sekaligus membahas seputar produk *thrifting* yang akan dibelinya
4. Pola komunikasi yang terjalin antara penjual dengan pembeli merupakan pola komunikasi primer, selain itu juga termasuk kedalam gaya komunikasi asertif karena komunikasi yang terjalin antara penjual dengan pembeli ketika proses transaksi produk *thrifting* berlangsung secara tatap muka dan

menggunakan komunikasi verbal-dan non-verbal, selain itu penyampaian pesannya dengan nada yang jelas dan tegas, penggunaan komunikasi verbal yakni berbentuk bahasa yang di ucapkan melalui lisan dan penggunaan komunikasi non-verbal berupa penyampaian pesan yang berbentuk kode-kode atau simbol-simbol seperti gerakan tubuh, intonasi suara, dan raut wajah.

5. Komunikasi antar pedagang menggunakan pola komunikasi sekunder, proses komunikasi antar pedagang yang tergabung dalam group *whats app* bernama pedagang pakaian Pasar Senen (P3S), proses komunikasi ini bertujuan untuk saling koordinasi antar pedagang jika terdapat kerusakan pada fasilitas yang ada di Pasar Senen, supaya langsung melaporkan kepada pihak pengelola Pasar Senen.
6. Terdapat dua hambatan ketika proses penyampaian pesan yang terjadi dalam komunikasi interpersonal ketika proses transaksi produk *thrifting* di Pasar Senen Jakarta : hambatan fisik, kondisi Pasar Senen yang sangat ramai membuat proses penyampaian antara penjual dengan pembeli terganggu, hambatan psikologi, hambatan ini terjadi karena pemahaman konsumen yang salah memahami perihal barang *thrifting*, menurut banyak orang barang bekas merupakan barang yang harganya murah, namun tidak demikian semuanya tergantung merk atau *brand*, pemikiran konsumen yang seperti itulah yang akan menghambat proses komunikasi berjalan lebih jauh

## **5.2 Saran**

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang haarus diperbaiki dalam penelitian ini, berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan pada kesimpulan diatas, berikut ini adalah saran yang dapat peneliti berikan, baik secara teoritis maupun saran praktis.

### **5.2.1 Saran Teoritis**

1. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya supaya memilih pasar yang lain sebagai objek penelitian, dan menggunakan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan pola komunikasi interpersonal yang lain.

2. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi peneliti selanjutnya dalam bidang Ilmu Komunikasi secara umum, dan penelitian dibidang dan kajian yang sama. Serta dapat memberikan inspirasi baru untuk mengembangkan keilmuan mengenai pola komunikasi bagi mahasiswa khususnya fakultas ilmu komunikasi

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Diharapkan pemerintah memberikan sebuah aturan yang meringankan terhadap para pelaku usaha UMKM, khususnya dalam ranah pajak, supaya harga yang dipatok pelaku UMKM tidak tinggi sehingga memperlancar arus perekonomian Indonesia dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat Indonesia perkapita.
2. Diharapkan pihak Pasar Senen Jakarta lebih memperhatikan tata kelola pedagang pakaian *thrifting* dan menata para pedagang sesuai dengan barang dagangannya agar lebih tertata rapih dan mudah diingat lokasi masing-masing toko oleh konsumen yang baru pertama kali belanja.
3. Diharapkan pihak pengelola Pasar Senen Jakarta memberi papan petunjuk lokasi toko sesuai dengan kategori dagangannya, agar pembeli yang baru pertama kali datang berbelanja tidak merasa bingung dan langsung menuju toko barang yang diharapkan.
4. Membuat jadwal siaran untuk pengeras suara atau *speaker* beroperasi agar tidak mengganggu proses transaksi, seperti setiap dua jam atau setiap satu jam *emergency calls* akan beroperasi untuk mengumumkan informasi kepada konsumen, karena dengan adanya jadwal siaran *speaker* yang tidak terlalu padat dapat mengurangi kebisingan pasar, sehingga konsumen merasa tidak terganggu dan proses transaksi antara penjual dengan pembeli berjalan dengan lancar.
5. Diharapkan para penjual dapat lebih aktif lagi dalam berkomunikasi dengan pelanggan yang sedang lewat di depan toko, supaya konsumen merasa tertarik, seperti membuat potongan harga atau membuat promo lainnya.

6. Diharapkan para pembeli barang *thrifting* sebelum menawar harga barang, untuk terlebih dahulu mengetahui *brand* atau merk dari barang tersebut. Supaya tidak sembarangan menawar harga.

