

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Bentuk-bentuk Hiperrealitas yang dilakukan oleh pedagang ada 3 bentuk yaitu mendisplay *Thrift Shop*, penataan *Thrift Shop* dan cara mempromosikan dagangan. Proses cara memproduksi susunan atau peletakan barang dengan cara mengidentifikasi pakaian terlebih dahulu kemudian di kategorikan dari kondisi fisik pakaian yakni jenis brand, tekstur pakaian, kecerahan warna, dll. Kemudian bentuk simulacra dalam mempromosikan dagangan dari interaksi antara pedagang dan pembeli menawar dagangan produknya. Dengan cara menggunakan gestur tubuh maupun mimik wajah yang meyakinkan pembeli dan tutur bahasa. Dimana pada bentuk ini yang lebih berperan yaitu owner. Berdasarkan pendapat dari informan yakni komunikasi yang penting dalam membangun usaha, pada saat kita berinteraksi itulah kita dapat mengajak pelanggan kita dengan sembari bertutur bahasa yang santun dengan sedikit penjelasan mengenai kondisi pakaian tersebut.
2. Kondisi simulacra itu yang dimaksud sebenarnya tanpa ada unsur pemaksaan, namun yang terjadi merupakan adanya pemaksaan. Dalam artian para pedagang mengelola sebuah usaha yang berbasis *second hand*,

menjual pakaian branded membuat kondisi pakaian itu terlihat seperti baru. Dengan kondisi ini dapat terjadinya adanya unsur pemaksaan dalam menciptakan daya tarik bagi pembeli agar jualan yang dikembangkannya berkembang sebagaimana mestinya. Sehingga menciptakan sebuah hiperrealitas yang dilakukan pedagang yang dapat memanipulasi dagangannya memiliki daya tertarik sedniri. Seolaholah yang nyata menjadi tidak nyata. Sama dengan thrift shop ini a sehingga strategi yang diciptakan owner menjadi sebuah hiperrealitas. Dimana ekspektasi yang diciptakan owner berhasil membuat daya tarik pelanggan.

3. Makna *Thrift Shop* itu berasal dari pakaian yang diimport dari luar negeri kemudian diolah kembali menjadi pakaian bermerk yang bagus seperti baru. Bertentangan dengan pengertian yang sebenarnya bahwa *Thrift Shop* merupakan kegiatan amal, kegiatan membagikan pakaian bekas milik sendiri untuk orang-orang yang membutuhkan. Informan mengetahui aktivitas yang dilakukannya dalam mengonsumsi Barang *Thrifting* ini merupakan suatu tradisi yang dilakukan anak remaja Tanjung Balai namun tidak memahami apa yang mereka lakukan. Melainkan yang dilakukan mereka tersebut yaitu konsep *Thrift Shop* yang menurut dewi (2020) adalah kegiatan amal.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian hiperealitas pedagang terhadap pakaian *Thrift Shop* di kelurahan Tanjung Balai utara, ada beberapa saran yang perlu penulis sampaikan kepada beberapa pihak yaitu:

1. Kepada pedagang harus meningkatkan kemampuan teknologi dalam mempromosikan dagangan dan menyusun strategi marketing yang lebih menarik demi memberikan kepuasan pembeli agar lebih semangat dan suka berbelanja di tokonya.
2. Kepada pembeli mampu memberikan kepuasan dalam memenuhi kebutuhan dalam hal fashion yang di inginkan.
3. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang ingin meneliti kembali tentang Hiperrealitas pedagang Barang *Thrifting* .