

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan pada Bursa_Secondbranded, Nggak Nyesel dan Broken Pants ID. dapat diambil kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Segmenting Pasar

Pada Bursa Second Branded, Bursa second branded adalah pembeli yang mengerti barang branded, dan kolektor barang barang branded yaitu remaja sampai dewasa dari umur 15-35 tahun, biasanya orang-orang sekitaran kota Yogyakarta. Segmentasi pemilik akun Nggak Nyesel mahasiswa berumur 18-24 tahun dan suka produk-produk thrift dan dengan harga murah khususnya daerah Yogyakarta. Segmentasi pemilik akun Broken Pants yaitu anak-anak muda, orang tua, dan kebanyakan unisex, kisaran umur 12 tahun hingga 40 tahun, yang konsumennya berasal dari Yogyakarta dan Solo

2. Targeting

Bursa second branded targetignya berfokus pada konsumen yang mengerti barang dan yang mencari barang branded tetapi murah seperti Hoodie crewneck jaket, varsity, kaos, jersey, Celana, Topi, dan mereka yang ingin terlihat keren, dalam keadaan nyata, dengan target umur 15-35 tahun. Bursa second branded sudah memiliki pelanggan tetap yaitu orang-orang yang memperhatikan barangnya, sebelumnya membeli topi akan membeli topi lagi dan untuk pasarnya sendiri walaupun beberapa konsumennya dari kalangan mahasiswa namun target pasar untuk konsumennya adalah para konsumen yang merupakan kolektor berpenghasilan di atas RP. 5.000.000-, dan berdomisili Yogyakarta. Broken Pants memiliki Konsumen

dengan kisaran umur 12-40 tahun dan tertarik mempunyai ketertarikan dengan berbagai jenis celana seperti jeand, tapi ada juga kulot tartan dan demin dan Broken Pants sudah memiliki pelanggan tetap dikenakan sudah memiliki toko offline juga sehingga pelanggan sering repeat order ke toko, pelanggan biasanya sebelum datang menghubungi terlebih dahulu melalui dm Instagram. Selain itu target konsumennya adalah dari jenis kelamin pria dan wanita dan dari kalangan dengan kelas ekonomi menengah kebawah berpenghasilan di kisaran RP. 1.000.000 Ganyesel berfokus pada target konsumen wanita dari kalangan Mahasiswa yang berusia 18-24 tahun dengan barang-barang yang dijual seperti Tank top, rok panjang, rok pendek, hot pants, blazer, jaket, blus, kemeja, jeans, korduroi, vest, dress, outer. Ganyesel sudah memiliki pelanggan tetap yaitu selebgram dan seleb tiktok dan pembeli lain biasanya pada event pelanggan tetap datang untuk membeli secara repeat. Selain itu karena harga produk mulai dari RP. 35.000-, sehingga Ganyesel tidak nyesel untuk target konsumennya dari segi penghasilan adalah yang berpenghasilan RP. 1.000.000-, ke atas atau dari kalangan ekonomi menengah kebawah

3. Positioning

Positioning Bursa second branded berfokus pada fokus jualan Thrifting sport, seperti Baseball dan Hoki di Eropa, basket, yang menjadi iconic dan posisi jualannya di masyarakat yaitu Sport, konten yang sering diupload adalah fashion bertema sport. Broken Pants membuat iconic celana yang punya merk mahal dan orang-orang bisa dapetin dengan harga murah dan brand yang sama namun thrifting dan masih layak pakai, Broken Pants sering melakukan upload celana Jeans, tapi ada juga kulot tartan dan demin. Ganyesel menonjolkan jualan nya yaitu baju summer, baju-baju yang cenderung pakaian cewe dan banyak motif summer, motif summer adalah baju-baju dengan motif floral motif-motif yang heboh dan otomatis jualannya memiliki posisinya sendiri walaupun thrifting, pemilik akun Ganyesel tidak ingin berjualan semua jenis pakaian thrift dan ingin walaupun berjualan thrift namun memiliki ruang sendiri dan punya value sendiri, konten akun Ganyesel biasanya adalah feminisme-feminim seperti

Tank top, rok panjang, rok pendek, hot pants, blazer, jaket, blus, kemeja, jeans, korduroi, vest, dress, outer.

5.2 Saran

Setelah peneliti melakukan di Instagram (Studi fenomenologi pada followers Instagram Bursa second branded, Ganyesel, Broken Pants). peneliti menyarankan khususnya kepada peneliti yang ingin mengangkat tema serupa untuk menggali informasi mendalam dari informan agar hasil pemaknaan yang didapat mendalam dan dapat digunakan untuk memperkuat hasil penelitian. Peneliti juga berharap agar pengguna media sosial Instagram agar bersikap bijak menggunakan sosial media ini, khususnya followers akun media sosial Instagram Bursa second branded, Ganyesel, Broken Pants dapat menentukan, memilih dan memilah konten yang *diposting* oleh pada instagramnya.