

**POLA KOMUNIKASI PENJUAL DALAM MEYAKINKAN PEMBELI  
TENTANG KEHIGIENISAN PAKAIAN BEKAS DI PAJAK MONZA KOTA  
TANJUNG BALAI**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**FRANS MICHAEL SAMOSIR  
208530021**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2025**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 28/7/25

Access From (repository.uma.ac.id)28/7/25

**POLA KOMUNIKASI PENJUAL DALAM MEYAKINKAN PEMBELI  
TENTANG KEHIGIENISAN PAKAIAN BEKAS DI PAJAK MONZA KOTA  
TANJUNG BALAI**

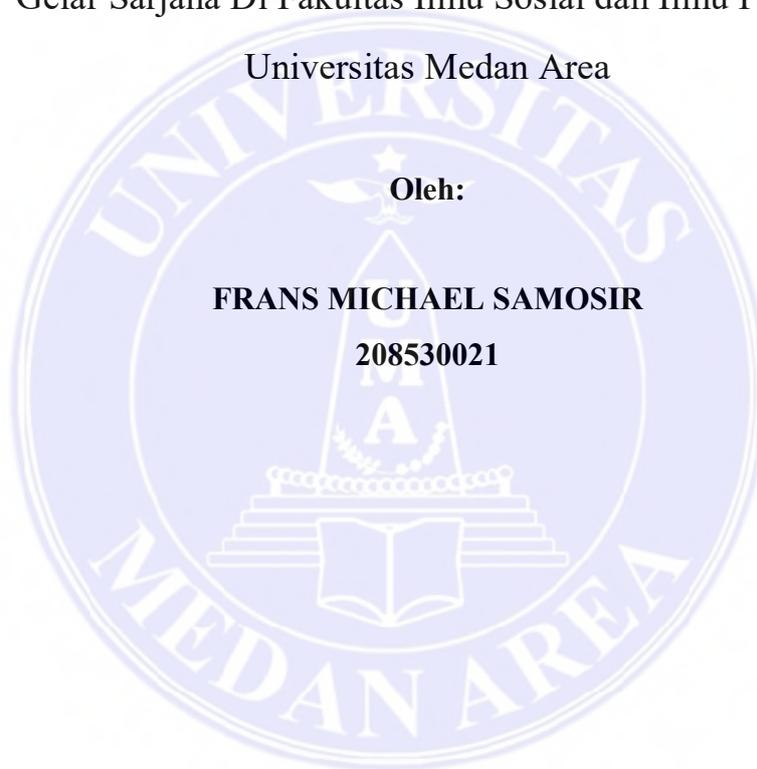
**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area

Oleh:

**FRANS MICHAEL SAMOSIR**

**208530021**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2025**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 28/7/25

Access From (repository.uma.ac.id)28/7/25

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pola Komunikasi Penjual Dalam Meyakinkan Pembeli Tentang  
Kehigienisan Pakaian Bekas di Pajak Monza Kota Tanjung  
Baiai

Nama : Frans Michael Samosir

Npm : 208530021

Prodi : Ilmu Komunikasi

Disetujui Oleh,

  
**(Dr. Nina Siti Salmaniah Siregar, M.Si)**  
Pembimbing

  
**Dr. Masthafa, S.Sos. M.IP**  
Dekan

  
**Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP**  
Kaprodi

**Tanggal Lulus : 18 Maret 2025**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Frans Michael Samosir

Npm : 208530021

Tempat/Tanggal Lahir : TanjungBalai, 23 September 2000

Alamat : Jln. H.Adlin Siddin GG.Merak LK.VI Kel.Gading,  
Kec.Datuk Bandar, Kota Tanjung Balai Sumatera  
Utara

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul: *“Pola Komunikasi Penjual Dalam Meyakinkan Pembeli Tentang Kehigienisan Pakaian Bekas di Pajak Monza Kota Tanjung Balai”* adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat, materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya termasuk pencabutan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi yang nanti saya dapatkan.

Medan, 18 Maret 2025



Frans Michael Samosir  
208530021

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Frans Michael Samosir  
Npm : 208530021  
Program Studi : Ilmu komunikasi  
Fakultas : Ilmu sosial dan Ilmu politik  
Jenis Karya : Skripsi

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pola Komunikasi Penjual Dalam Meyakinkan Pembeli Tentang Kehigienisan Pakaian Bekas di Pajak Monza Kota Tanjung Balai beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih, merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Di buat di Medan  
Pada Tanggal : 18 Maret 2025  
Yang Menyatakan



Frans Michael Samosir)

## ABSTRAK

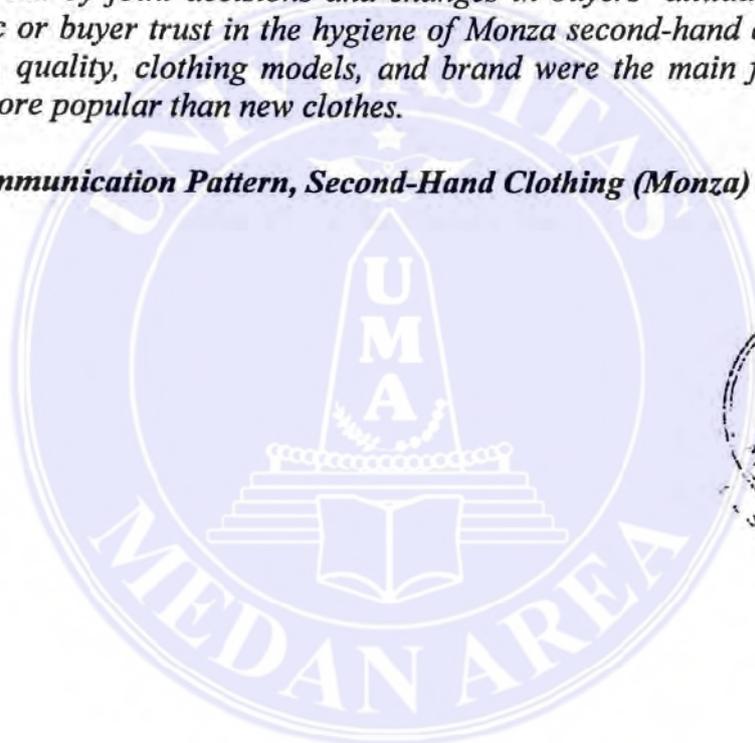
Meningkatnya isu yang beredar bahwasanya pakaian monza menjadi media kuman dan penyakit yang berasal dari luar negeri sejak 2020 membuat masyarakat khawatir dan ragu dengan ke higienisan pakaian bekas monza. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi penjual dalam meyakinkan pembeli tentang ke higienisan pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai serta faktor-faktor apa saja yang menjadikan monza lebih digemari. Metode yang digunakan oleh peneliti yakni metode deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan oleh peneliti adalah teori interaksionisme simbolik oleh George Herbert Mead. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara dengan 10 informan, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi yang terjadi antara penjual dan pembeli adalah pola komunikasi sirkular dimana komunikasi terjadi secara berulang-ulang, dan dapat berhenti kapanpun yang ditandai dengan terjadinya keputusan bersama serta perubahan sikap pembeli dengan kembalinya kepercayaan masyarakat atau pembeli terhadap ke higienisan pakaian bekas monza, selain itu faktor harga, kualitas, model pakaian dan merk menjadi faktor utama monza lebih digemari daripada pakaian baru.

**Kata Kunci : Pola Komunikasi, Pakaian Bekas (Monza)**

## ABSTRACT

*The increasing issue that Monza clothing has become a medium for germs and diseases from abroad since 2020 has made the public concerned and doubtful about the hygiene of Monza second-hand clothing. This research aimed to determine the communication patterns of sellers in convincing buyers about the hygiene of Monza second-hand clothing at the Monza Market in Tanjung Balai City and to find out the factors that made Monza more popular. The method used by the researcher was a qualitative descriptive method. The theory used by the researcher was symbolic interactionism by George Herbert Mead. Data collection techniques used were observation, interviews with 10 informants, and documentation. The results of this research showed that the communication pattern that occurred between sellers and buyers was a circular communication pattern where communication occurred repeatedly and could stop at any time, which was marked by joint decisions and changes in buyers' attitudes with the return of public or buyer trust in the hygiene of Monza second-hand clothing. In addition, price, quality, clothing models, and brand were the main factors that made Monza more popular than new clothes.*

**Keywords:** *Communication Pattern, Second-Hand Clothing (Monza)*



## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kota Tanjung Balai Pada tanggal 23 September 2000 dari Ayah Renol Samosir dan Ibu Nelty Helena Simangunsong. Penulis merupakan Putra Pertama dari dua bersaudara. Tahun 2018 Penulis lulus dari SMA Negeri 3 Tanjung Balai, selama 2 tahun penulis mengikuti Tes TNI tetapi belum Rezeki, dan pada tahun 2020 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Pada bulan Agustus 2023 penulis mengikuti program KKL yang diwajibkan oleh Universitas Medan Area di PDAM Tirtanadi Sei Agul. Dengan keyakinan, keteguhan, motivasi, dan adanya bimbingan dari pihak-pihak yang berjasa, penulis mampu untuk menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir pada jenjang perkuliahan. Penulis berharap, kelak skripsi ini akan bermanfaat dan dapat memberikan pengetahuan secara tidak langsung, khususnya kepada pembaca.

## KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur dan Hormat kepada Tuhan Yesus Kristus atas cinta kasih dan rahmatNya yang telah memberi kekuatan dan memampukan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“Pola Komunikasi Penjual Dalam Meyakinkan Pembeli Tentang Kehigienisan Pakaian Bekas Di Pajak Monza Kota Tanjung Balai”**. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat diselesaikan atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, terutama dari orangtua saya Ayahanda Renol Samosir dan Ibunda Nelty Helena Simangunsong yang senantiasa berjuang, memberikan doa, kasih sayang, dukungan, motivasi, nasihat, pengorbanan dan memberikan semangat serta mengupayakan banyak hal untuk saya selama proses perkuliahan dan dalam pengerjaan skripsi ini. Adapun tujuan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bimbingan, saran, motivasi, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc., selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Walid Musthafa S, S.Sos, M.IP., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

3. Bapak Dr. Selamat Riadi, SE, M.I.Kom., selaku Wakil Dekan Bidang Penjaminan Mutu Akademik.
4. Bapak Dr. Taufik Wal Hidayat, S. Sos, MAP., selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi yang penuh perhatian kepada Mahasiswa Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Dr. Nina Siti Salmaniah Siregar, M.Si., Sebagai Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan, masukan, saran dan arahan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Syafruddin Ritonga, M.AP., selaku Dosen Penguji, Ibu Dr. Nadra Ideyani Vita, M.Si., selaku Sekretaris, dan Bapak Dr. Dedi Sahputra, MA., selaku Ketua Penguji yang telah memberikan saran, masukan dan kritikan dalam menyempurnakan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area yang telah membagi ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Pegawai dan Staff Administrasi Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area yang telah membantu saya dalam penyelesaian kelengkapan administrasi.
9. Kepada adik saya Syeba Yohana Samosir yang selalu mendukung, mendoakan dan menjadi bagian dari alasan penulis terus berjuang menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada partner saya, Sarah Hadasa Suryono yang selalu mendukung, menemani dan memotivasi saya dalam proses perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini.

11. Sahabat-sahabat saya “*The Five Men*” yaitu Aidil Pratama, Frances Aditya Ginting, Jodi Setiawan dan Heru Sugama yang selalu bersama-sama mengurus segala urusan kampus, menemani, memberikan semangat, memotivasi dan mendukung saya dalam menjalani perkuliahan selama beberapa semester dan terima kasih juga atas bantuannya selama penyelesaian skripsi ini serta telah menjadi sahabat yang hebat bagi penulis.
12. Rekan-rekan seperjuanganku Ilmu Komunikasi 2020, Terimakasih banyak telah menjadi bagian dalam hidupku dan sudah memberikan semangat dalam perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini.
13. Senua keluarga, teman-teman dan berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu saya dalam penyelesaian skripsi saya

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis berharap ada kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, dengan segala hormat, rasa syukur dan sukacita penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, besar harapan saya, semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi kita semua

Medan, Maret 2025

Penulis

( Frans Michael Samosir)

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	
<b>ABSTRACT</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Komunikasi.....	10
2.2 Pola Komunikasi.....	12
2.3 Komunikasi Interpersonal.....	17
2.4 Komunikasi Persuasif.....	21
2.5 Teori Interaksionisme Simbolik.....	23
2.6 Kehigienisan.....	26
2.7 Monza.....	27
2.8 Penelitian Terdahulu.....	30
2.9 Kerangka Berpikir.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	37
3.2.2 Waktu Penelitian.....	37
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.1 Sumber Data.....	38
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4 Teknik Analisis Data.....	41
3.5 Pengujian Kredibilitas Data.....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>44</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	44

4.2	Hasil Penelitian .....	49
4.2.1	Pola komunikasi penjual dalam meyakinkan pembeli .....	50
4.2.2	Faktor-faktor monza lebih digemari .....	61
4.3	Pembahasan .....	69
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>74</b>
5.1	Kesimpulan .....	74
5.2	Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>76</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>78</b>



## DAFTAR TABEL

2.1	Penelitian Terdahulu.....	30
3.1	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	37



## DAFTAR GAMBAR

1.1	Pajak Monza Tanjung Balai .....	4
2.1	Pola Komunikasi Linear .....	14
2.2	Pola Komunikasi Sirkular.....	15
2.3	Kerangka Berpikir .....	34
4.1	Pola Komunikasi Sirkular Penjual dan Pembeli Monza.....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara .....	78
Lampiran 2. Surat Izin Riset.....	80
Lampiran 3. Surat Selesai Riset.....	81
Lampiran 4. Transkrip Wawancara .....	82
Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara.....	99



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Kegiatan jual beli merupakan suatu kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas manusia. Hal ini tentunya berkaitan dengan kebutuhan manusia sehari-hari sebagai makhluk sosial. Kebutuhan tersebut diantaranya seperti kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi seperti kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Di era globalisasi sekarang ini, sektor yang mendominasi pasar tradisional maupun *e-commerce* ialah transaksi jual beli pada kebutuhan sandang. Pakaian atau *fashion* menjadi salah satu objek konsumsi penting bagi masyarakat. *Fashion* itu sendiri merupakan salah satu ekspresi tentang cara hidup. Pada umumnya manusia membutuhkan pakaian untuk menutupi tubuhnya dari terik matahari dan dinginnya udara. Akan tetapi seiring perkembangan zaman, menurut Godam (2015) pakaian juga berguna sebagai simbol status, jabatan, ataupun kedudukan orang yang memakainya. Pakaian dibeli bukan hanya sebagai fungsi dari pakaian tersebut melainkan sebagai keinginan seseorang untuk mencapai trend fashion yang berkembang pesat (Fatimah, 2016).

Dengan kondisi yang terjadi saat ini kebutuhan sandang menuntut masyarakat untuk memilih jenis *fashion* yang cenderung memiliki nama brand besar atau ciri khas gaya *fashion* dengan keunikannya tersendiri. Sebagian masyarakat beranggapan bahwa pemilihan baju atau pakaian yang dikenakan itu dapat menunjukkan bagaimana status sosial dari pemakainya itu sendiri.

Masyarakat dengan status perekonomian yang rendah cenderung untuk mencari pakaian yang memiliki harga murah namun tetap memiliki nama brand terkenal baik dalam dan luar negeri sebagai sesuatu yang menunjukkan identitas diri penggunanya. Berdasarkan hal tersebut dengan membeli pakaian bekas menjadi solusi yang tepat dan semakin digemari. Kepopuleran pakaian bekas semakin laris karena dianggap oleh sebagian orang memiliki model yang bagus dan bisa didapatkan dengan harga yang terjangkau. Hampir semua kalangan masyarakat baik dari kalangan ekonomi rendah, menengah hingga tinggi berburu pakaian bekas ini. Melihat keadaan ini, pelaku usaha memandang suatu peluang untuk melakukan kegiatan usaha perdagangan pakaian impor bekas dengan harga-harga yang murah dan terjangkau, yang bisa didapatkan melalui pemasok pakaian impor bekas. Berdasarkan (*Badan Pusat Statistik, 2019*) mencatat nilai impor pakaian bekas di Indonesia mencapai US\$ 6.08juta dengan volume 417,73 ton yang merupakan titik tertinggi dalam 10 tahun terakhir. Tingginya animo tersebut hingga menciptakan sebuah pasar "khusus" yang menjual berbagai produk impor pakaian bekas.

Kota Tanjung Balai adalah salah satu kota yang memiliki sebuah pasar khusus yang menjual berbagai produk impor pakaian bekas. Kota ini dikenal dengan sebutan "Kota Kerang" yang terletak di pesisir pantai perairan Selat Malaka yang berhadapan dengan negara Jiran Malaysia. Hampir bertahun lamanya kota ini dikenal menjadi pusat perbelanjaan pakaian bekas terbesar di Sumatera Utara. Khusus di daerah Sumatera Utara penyebutan pakaian bekas sering dikenal dengan nama **Monza**, akronim inisial dari *Mongonsidi Plaza* dan pasar khusus yang menjual barang monza ini lebih akrab disebut dengan "**Pajak**

**TPO atau Pajak Monza Tanjung Balai**". Hingga saat ini singkatan TPO sendiri tidak memiliki arti yang jelas karena tidak diketahui asal usul penyebutan nama tersebut, hanya saja masyarakat sudah terbiasa menyebut pajak ini dengan sebutan Pajak Monza kota Tanjung Balai. Pajak monza ini berlokasi di Jalan DI Panjaitan, Kelurahan Matahalasan, kota Tanjung Balai. Pajak ini merupakan salah satu pusat penjualan pakaian bekas terbesar di Sumatera Utara. Hampir seluruh penjual pakaian bekas yang telah berjualan di luar kota Tanjung Balai seperti Pajak Melati, Pajak Sambu, Pajak Simalingkar, Pajak USU, dll mengambil barang dari pajak ini. Pajak Monza Tanjung Balai ini sudah ada sejak awal tahun 90-an dan jadi surga bagi masyarakat pencari pakaian bekas berkelas dari luar negeri (ballpress) karena dengan harga yang terjangkau bisa mendapatkan pakaian impor yang berkualitas.

Ada sekitar 800 pedagang yang menggantungkan kehidupan dari penjualan barang bekas impor di sini. Pajak Monza Tanjung Balai ini bersempadan langsung dengan bibir sungai Asahan yang muaranya ke Selat Malaka. Pajak monza ini banyak diminati masyarakat baik itu dari dalam maupun luar kota Tanjung Balai. Minat orang untuk hadir dan berbelanja monza di pajak monza ini dikarenakan barang-barang yang diperjualbelikan di pajak ini sesungguhnya memiliki kualitas dan merk yang tinggi, walaupun barang itu bersifat bekas pakai. Umumnya barang-barang yang dijual di pajak ini seperti baju, celana, sepatu, tas, gorden, selimut, sarung bantal, pakaian dalam, topi dll namun lebih didominasi oleh penjual baju dan celana. Melihat fakta tersebut, hal inilah yang menjadikan Pajak monza kota Tanjung Balai menjadi sumber mata pencaharian bagi masyarakat kota Tanjung Balai, dan banyak berdampak baik bagi masyarakat,

mulai dari pedagang/penjual, pekerja buruh, tukang becak, warung makan sampai tukang parkir pun merasakan dampak itu.



**Gambar 1.1**  
**Pajak Monza Tanjung Balai**

*Sumber : Dibuat oleh Peneliti (2024)*

Namun pada tahun 2020 penjualan pakaian bekas monza cenderung menurun drastis dan tidak stabil dikarenakan desas-desus yang meragukan kehygienisan produk monza seiring dengan munculnya pandemi Covid-19. Isu yang berembus bahwa produk monza disinyalir berpotensi menjadi media kuman dan penyakit yang berasal dari luar negeri. Adapun dasar hukum yang menggaris bawahi permasalahan yang timbul dalam kehidupan masyarakat di bidang peredaran pakaian bekas impor sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No 40 Tahun 2022. Pada pasal 2 ayat 3 disebut bahwa barang dilarang impor, antara lain kantong bekas, karung bekas, dan pakaian

bekas. Barang-barang bekas itu dilarang diimpor karena berdampak buruk bagi ekonomi domestik, terutama UMKM serta buruk untuk kesehatan penggunanya. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021 Pasal 2 Ayat 3(d) yakni “*Barang Dilarang Impor berupa kantong bekas, karung bekas, dan pakaian bekas*”, dan larangan juga tertuang dalam Pasal 2 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 tentang Larangan Impor Pakaian Bekas, dimana pakaian bekas tersebut dilarang untuk di impor ke dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia yakni “*bahwa pakaian bekas asal impor berpotensi membahayakan kesehatan manusia sehingga tidak aman untuk dimanfaatkan dan digunakan oleh masyarakat*”. Direktorat Jendral Standardisasi dan Perlindungan Konsumen Kementerian Perdagangan telah melakukan pengujian terhadap contoh pakaian bekas beredar di pasar-pasar monza beberapa jenis pakaian yaitu pakaian anak, pakaian pria dewasa, pakaian wanita, selimut, dan lain lain. Pengujian dilakukan terdapat beberapa jenis mikroorganisme yang dapat bertahan hidup di pakaian yaitu bakteri *Staphylococcus Aureus*, bakteri *Escherichia Coli*, dan jamur. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, ditemukan sejumlah koloni bakteri dan jamur yang ditunjukkan oleh parameter pengujian angka lempeng. Total dan kapang pada semua contoh pakaian bekas yang nilainya cukup tinggi. Kandungan mikroba pada pakaian bekas memiliki nilai total mikroba sebesar 216.000 koloni/g dan kapang sebesar 36.000 koloni/g. Pakaian bekas impor yang dijual kembali oleh pedagang ini dapat berpotensi menimbulkan penyakit menular yang ditimbulkan oleh bakteri yang terkandung di dalam pakaian bekas impor tersebut dikarenakan baju bekas tersebut sudah dipakai dan tersimpan hingga bertahun-tahun lamanya. Penyakit menular

(*communicable disease*) adalah penyakit yang dapat ditularkan dari satu orang ke orang yang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung yang menyebabkan gatal-gatal, reaksi alergi pada kulit, iritasi akibat racun, dan infeksi karena pakaian menempel langsung pada tubuh. Peraturan Menteri Perdagangan No.12 Tahun 2020 sendiri juga menetapkan dalam Pasal 2 Ayat 1 (c) yakni “*untuk melindungi kesehatan dan keselamatan manusia, hewan, ikan, tumbuhan, dan lingkungan hidup*”. Berdasarkan surat dari Kementerian Perdagangan tentang bahaya pakaian pakaian bekas impor semakin membuat masyarakat khususnya para konsumen khawatir akan kandungan bakteri yang terdapat pada setiap pakaian bekas impor tersebut. Keadaan seperti inilah yang menjadi konsentrasi utama para penjual untuk membangun komunikasi yang baik kepada pembeli agar pembeli tidak meragukan kualitas barang yang dijual.

Secara garis besar, komunikasi adalah proses penyampaian pikiran, perasaan, atau pesan dari seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Menurut Littlejohn dan Foss (2009:5), komunikasi merupakan pertukaran sebuah pikiran atau gagasan. Lasswell juga menganggap bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendy 1986:10). Dengan adanya komunikasi, orang dapat berhubungan satu sama lain dalam penyampaian maupun penerimaan pesan. Untuk itu perlunya komunikasi agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh penerima pesan atau komunikator. Selain itu untuk memudahkan dalam memahami pesan yang disampaikan, terdapat juga pola komunikasi. Pola komunikasi merupakan suatu proses komunikasi atau interaksi komunikasi baik secara individu dengan individu,

individu dengan kelompok, ataupun kelompok dengan kelompok. Menurut Soejanto dalam Santi & Ferry (2015) bahwa pola komunikasi merupakan suatu gambaran sederhana dari suatu proses komunikasi yang memperlihatkan keterkaitan satu komponen komunikasi dengan komponen komunikasi yang lain. Dengan pola komunikasi yang baik, seorang komunikator mampu mempengaruhi komunikasi dan pesan yang disampaikan dapat dipahami sesuai dengan makna-makna yang terkandung di dalamnya.

Dengan demikian, pada penelitian ini penjual dan pembeli adalah penentu terjadinya praktik komunikasi dan pemahaman pesan yang dikomunikasikan. Pola komunikasi akan berhasil apabila pikiran yang disampaikan oleh penjual dan pembeli dapat dipahami secara tepat dan sama oleh kedua pihak. Dimana antara komunikator dengan komunikan saling berganti peran, dan proses komunikasi akan terus berjalan secara memutar dapat berhenti kapan saja. Dan dalam hal ini, proses komunikasi yang terjadi secara berulang-ulang seperti yang telah dijabarkan, dapat diketahui bahwa pola komunikasi yang terjadi antara penjual dan pembeli pakaian bekas di Pajak Monza kota Tanjung Balai termasuk kedalam jenis pola komunikasi sirkular. Pola komunikasi sirkular yang berarti proses komunikasi yang terjadi secara terus menerus dan berulang secara melingkar adanya feedback dari pelanggan kemudian penjual memberikan tanggapan terkait umpan balik dari pelanggan tersebut dan dapat berhenti kapan saja dan dimana saja seperti misalnya proses komunikasi tersebut dapat berhenti ketika terdapat suatu keputusan bersama.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pola Komunikasi Penjual dalam**

## **Meyakinkan Pembeli Tentang Kehigienisan Pakaian Bekas di Pajak Monza kota Tanjung Balai”.**

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pola komunikasi penjual dalam meyakinkan pembeli bahwa pakaian bekas monza higienis dan layak untuk dipakai?
2. Apa saja faktor-faktor yang menjadikan monza lebih digemari pembeli dari pakaian baru?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka dapat diambil tujuan penelitian sebagai berikut :

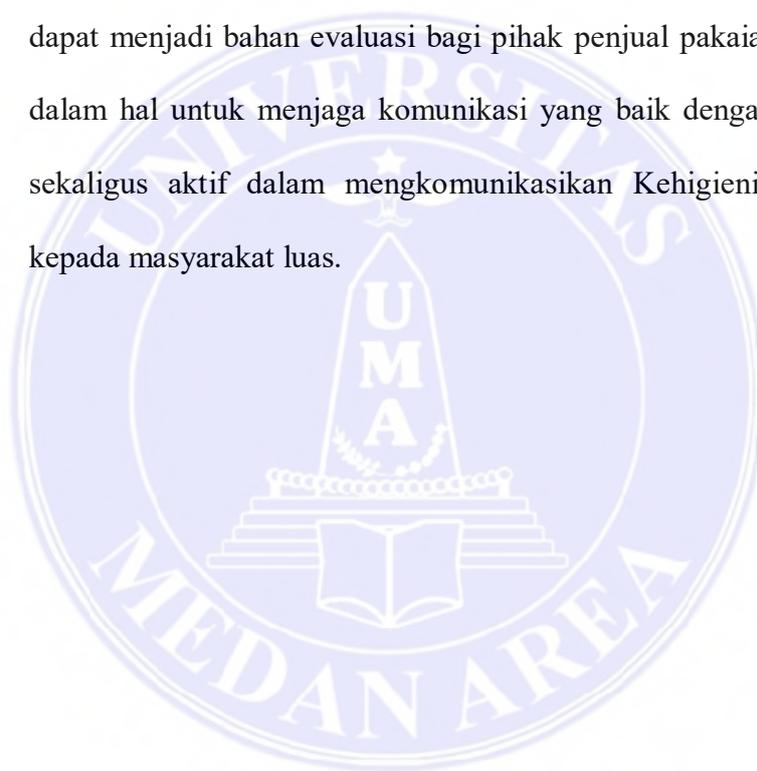
1. Untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi penjual dalam meyakinkan pembeli bahwa pakaian bekas monza higienis dan layak untuk dipakai.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadikan monza lebih digemari pembeli dari pakaian baru.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak ilmu pengetahuan terkait proses komunikasi dan sebagai bahan referensi atau dapat dijadikan perbandingan pada penelitian skripsi berikutnya dengan bentuk kajian yang serupa.

2. Secara Akademis, penelitian ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana bagi mahasiswa dan juga menjadi sumbangan ilmiah kepada FISIP UMA khususnya Program Studi Ilmu komunikasi sebagai bahan referensi untuk mahasiswa selanjutnya yang berkepentingan.
3. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan edukasi positif bagi masyarakat khususnya kepada pembeli agar tidak perlu ragu dengan Kehigienisan pakaian bekas monza. Selain itu dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak penjual pakaian bekas monza dalam hal untuk menjaga komunikasi yang baik dengan para pembeli sekaligus aktif dalam mengkomunikasikan Kehigienisan produknya kepada masyarakat luas.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Komunikasi

Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio*, yang bersumber dari kata *communis* yang berarti “sama” dalam arti kata “sama makna”. Deddy Mulyana (2015 : 11) “Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan non verbal yang dilakukan oleh dua orang atau lebih”. Komunikasi bertujuan untuk menciptakan kesamaan makna atau pengertian tentang suatu hal, dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Sedangkan secara terminologi ada banyak ahli yang mencoba mendefinisikan diantaranya seperti yang dikemukakan oleh Forsdale bahwa “komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain”. Laswell juga mengemukakan bahwa “komunikasi itu merupakan jawaban terhadap *who says what in which medium to whom with what effect* (siapa mengatakan apa dalam media apa kepada siapa dengan apa efeknya). John B. Hoben ikut mengasumsikan bahwa komunikasi itu (harus) berhasil “komunikasi adalah pertukaran verbal pikiran atau gagasan”.

Sebagai makhluk sosial komunikasi sangatlah penting bagi kehidupan manusia. Kegiatan komunikasi tentu saja diperlukan, mulai dari interaksi dalam kehidupan sehari-hari hingga dalam memperoleh ilmu pengetahuan di berbagai bidang. Semua manusia dilandasi kapasitas untuk menyampaikan maksud, hasrat,

perasaan, pengetahuan, dan pengalaman dari orang yang satu kepada orang lainnya. Sederhananya, komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang dapat berupa pesan informasi, ide, emosi, keterampilan, pengetahuan dari satu individu ke individu lainnya. Komunikasi pada dasarnya merupakan perhatian utama dari situasi perilaku dimana pengirim mengirimkan pesan kepada penerima dengan tujuan mempengaruhi perilaku penerima. Carl I. Hovland mendefinisikan proses komunikasi sebagai proses yang memungkinkan seseorang menyampaikan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain (Nurudin, 2016:37). Dalam buku *Komunikasi Antarbudaya* karya Dedy Mulyana dan Jalaluddin Rakhmat, mereka mengatakan bahwa pesan adalah apa yang harus sampai dari sumber ke penerima bila sumber bermaksud mempengaruhi penerima. Pesan atau *Message*, di dalam penyampaiannya terdiri dari tiga bentuk, yaitu pesan informatif (memberikan keterangan berupa fakta-fakta), pesan persuasif (berupa bujukan), dan pesan koersi (bersifat memaksa).

Aktivitas komunikasi, harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, melainkan agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain. Menurut Onong Uchjana Effendy (2015:28) komunikasi memiliki tujuan-tujuan komunikasi sebagai berikut :

- Mengubah Sikap (*To Change The Attitude*)

Komunikasi bertujuan untuk mengubah bagaimana seseorang berperilaku yakni mengubah sikap komunikasi melalui pesan yang disampaikan oleh komunikator, sehingga komunikasi dapat mengubah sikapnya sesuai dengan

apa yang diharapkan oleh komunikator. Setiap pesan di balik itu berupa berita dan informasi yang disampaikan secara luar baik secara antarpersonal dapat merubah sikap sasarannya secara bertahap.

- Mengubah Opini/Pendapat/Pandangan (*To Change The Opinion*)

Mengubah opini dimaksudkan pada diri komunikan terjadi adanya perubahan opini/pandangan/mengenai suatu hal, yang sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator. Komunikasi pada tahap ini bertujuan untuk mengubah pendapat atau keyakinan seseorang sesuai yang diharapkan oleh seorang komunikator yang dimana memberikan berbagai informasi pada seseorang dengan tujuan akhir supaya seseorang mau mengubah pendapat dan persepsinya terhadap informasi yang disampaikan.

- Mengubah Perilaku (*To Change The Behavior*)

Kegiatan memberikan berbagai informasi pada komunikan dengan tujuan supaya komunikan memiliki perilaku sesuai dengan stimulus yang diberikan atau dengan kata lain berperilaku sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator.

- Mengubah Masyarakat (*To Change The Society*)

Mengubah masyarakat yaitu dimana cakupannya lebih luas, diharapkan dengan komunikasi tersebut dapat merubah pola hidup masyarakat sesuai dengan keinginan komunikator.

## 2.2 Pola Komunikasi

Menurut Djamarah (dalam Pusungula et al, 2015), pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, yakni dapat diartikan sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan

dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Dengan kata lain pola komunikasi merupakan bentuk-bentuk komunikasi untuk mempengaruhi sinyal atau simbol yang dikirimkan dengan cara mengajak secara bertahap maupun sekaligus. Berbagai macam model pola komunikasi adalah bagian dari proses komunikasi sehingga komunikator dan komunikan dapat menemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi. Proses komunikasi menciptakan pola, model, bentuk bahkan bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi. Dalam proses komunikasi yang sedang berlangsung terdapat pola komunikasi yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana caranya agar seseorang dapat menyampaikan pesan kepada lawan bicaranya hingga dapat dimengerti pesan apa yang dimaksud oleh komunikator.

Terdapat beberapa macam kategori pola komunikasi diantaranya sebagai berikut :

- Pola Komunikasi Primer

Pola Komunikasi Primer adalah suatu proses penyampaian informasi atau ide-ide komunikasi oleh komunikator pada komunikan dengan menggunakan suatu simbol sebagai media atau saluran. Terdapat dua lambang dalam pola komunikasi ini yaitu lambang verbal atau bahasa yang sering digunakan karena dianggap mampu mengungkapkan pikiran komunikator. Sedangkan lambang nonverbal yaitu identik dengan isyarat seperti gambar dan warna.

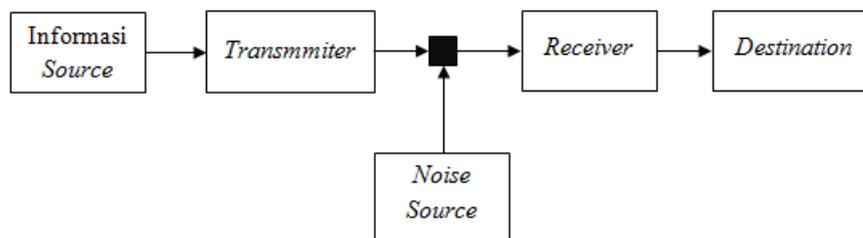
- Pola Komunikasi Sekunder

Pola Komunikasi Sekunder merupakan suatu proses dimana penyampaian oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana

sebagai media kedua setelah menggunakan simbol pertama. Penggunaan media biasanya didasari pertimbangan jarak yang jauh maupun audiens yang terbilang banyak. Komunikasi pada proses sekunder ini semakin efektif karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin maju.

- Pola Komunikasi Linear

Linear dapat diartikan sebagai satu arah atau lurus (*oneway view of communication*). Dalam hal ini pola komunikasi linear merupakan bentuk pola komunikasi dimana dalam proses komunikasinya hanya terjadi komunikasi satu arah atau lurus dari komunikator kepada komunikan, dengan kata lain komunikator mengirimkan pesan kepada komunikan tanpa adanya feedback atau umpan balik dari komunikan. Pada pola komunikasi ini, proses komunikasi biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka, namun terdapat pula komunikasi dilakukan melalui media. Menurut (Hidayat 2012:43), proses komunikasi melalui pola komunikasi ini pesan yang disampaikan dapat efektif apabila terdapat perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi. Komunikasi linear ini berlangsung dengan baik dalam situasi komunikasi tatap muka (*face to face communication*) maupun dalam situasi bermedia (*medited communication*).

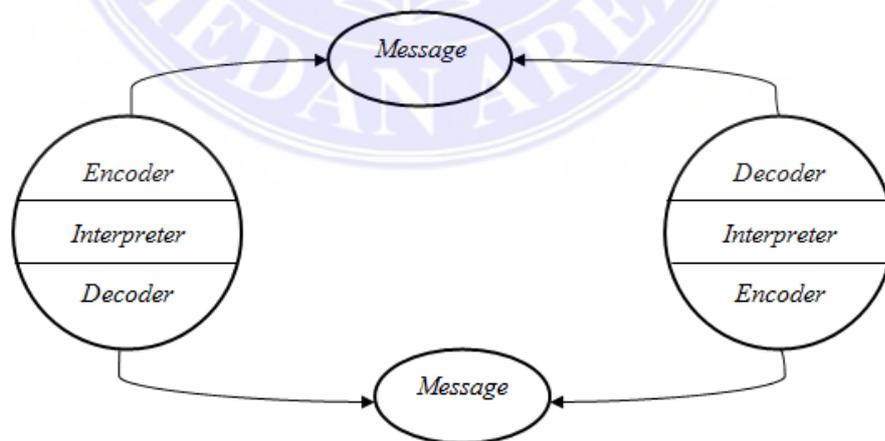


**Gambar 2.2c**  
**Pola Komunikasi Linear**

Pada umumnya, jenis pola komunikasi linear terjadi satu arah dikarenakan salah satunya bisa jadi terdapat suatu gangguan atau noise dalam pengiriman pesan dari komunikator kepada komunikan. Dalam pola komunikasi linear, biasanya komunikator merupakan seorang yang aktif mengirimkan pesan, sedangkan komunikan merupakan pasif.

- Pola Komunikasi Sirkular

Pola Komunikasi Sirkular dapat disebut juga sebagai pola komunikasi interaksional. Model sirkular pada umumnya bermula dari paradigma antarpribadi, dimana sebuah kedudukan komunikator dan komunikan relatif setara. Kata ‘*Sirkular*’ secara harafiah berarti bulat, bundar atau keliling sebagai lawan kata dari kata linear yang bermakna lurus. Pola komunikasi sirkular merupakan proses komunikasi yang berbentuk bulat artinya bahwa proses komunikasi yang terjadi terdapat adanya feedback atau umpan balik dari komunikan atas pengiriman atau penyampaian pesan dari komunikator.



**Gambar 2.2d**  
**Pola Komunikasi Sirkular**

Pola ini menggambarkan komunikasi sebagai proses yang dinamis, di mana pesan ditransmisikan melalui proses *encoding* yakni transilasi yang dilakukan oleh sumber atas sebuah pesan, dan *decoding* yakni transilasi yang dilakukan oleh penerima terhadap pesan yang berasal dari sumber. Hubungan antara *encoding* dan *decoding* adalah hubungan antara sumber dan penerima secara simultan dan saling mempengaruhi satu sama lain. Jika dikaitkan dengan proses komunikasi penjual dan pembeli pada penelitian ini adalah terkadang penjual menjadi seorang komunikator dan pembeli sebagai komunikan. Begitu pula sebaliknya, terkadang pembeli sebagai komunikator dan penjual sebagai komunikannya.

Pola komunikasi sirkular antara komunikator dengan komunikan biasanya dapat terjadi secara terus menerus dan dapat berhenti dimanapun serta kapan saja. Hal ini dikarenakan, komunikator yang mengirim pesan kepada komunikan, selanjutnya komunikan dapat memberi respon atau *feedback* kepada komunikator dan dapat terjadi dalam pola melingkar secara terus menerus selama masih ada yang memberikan respon terhadap pesan-pesan yang telah disampaikan. Dengan kata lain, komunikan dapat memberi respon terhadap pesan yang dikirim oleh komunikator, dan komunikator pun dapat memberikan balasan kembali terhadap respon dari komunikan. Pola komunikasi dua arah karena terdapat suatu umpan balik dari komunikan terhadap pesan yang disampaikan komunikator.

Bentuk komunikasi pada pola ini menunjukkan bahwa proses komunikasi berjalan melalui suatu siklus, yaitu komunikator (penjual) menyampaikan kepada komunikan (pembeli). Dengan mempelajari proses komunikasi, penjual dapat mempelajari model komunikasi seperti apa yang akan dapat mereka gunakan dalam proses transaksi penjualan untuk meyakinkan pembeli.

## 2.3 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal memiliki kata dasar “*inter*” yang berasal dari awalan *antar* yang berarti “antara” dan *personal* yang berarti “orang”, dimana komunikasi antarpribadi atau komunikasi interpersonal merujuk kepada sebuah komunikasi yang terlihat cenderung berlangsung secara dialogis atau terjadinya interaksi komunikasi. Menurut (Devito, 2016) dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book* bahwa komunikasi interpersonal adalah suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang dengan beberapa efek dan umpan balik (*the process of sending and receiving messages between two persons or among a small group of person, with effect and some immediate feedback*). Mereka yang terlibat dalam komunikasi ini merupakan komunikasi yang berbentuk ganda, dimana mereka secara bergantian sebagai pembicara dan pendengar. Komunikasi ini dianggap lebih efektif untuk mengubah sikap, persepsi, pendapat atau perilaku seseorang.

Menurut Walgito (2001:77) komunikasi interpersonal tidak hanya dapat berlangsung satu arah, akan tetapi dapat juga berlangsung dua arah. Komunikasi dua arah adalah komunikasi yang melibatkan pihak komunikator dan komunikan yang terlibat secara aktif dalam proses komunikasi. Komunikasi dua arah memungkinkan pihak komunikan untuk memberikan respon, berupa umpan balik dari pesan yang telah diterima kepada komunikator. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara komunikan dan komunikator secara tatap muka yang memungkinkan orang untuk menunjukkan reaksi secara langsung baik verbal maupun nonverbal. Reaksi verbal maupun nonverbal (Mulyana 2001:73). Komunikasi antara penjual dan pembeli di pasar tradisional merupakan bentuk

komunikasi interpersonal karena keduanya bertemu secara langsung dengan tujuan bertransaksi jual beli.

Menurut Purwanto (2006:5) komunikasi interpersonal digolongkan menjadi dua jenis, yakni komunikasi verbal dan nonverbal yaitu :

- **Komunikasi Verbal**

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol-simbol atau kata-kata baik yang dinyatakan secara oral, lisan maupun tulisan (Muhammad 2019:45). Komunikasi verbal dapat dibedakan atas komunikasi lisan dan komunikasi tulisan. Komunikasi lisan dapat diartikan sebagai suatu proses dimana seorang komunikator berinteraksi secara lisan dengan komunikan untuk mempengaruhi tingkah laku penerima (komunikan). Sedangkan komunikasi tulisan dilakukan secara tidak langsung dimana proses penyampaian informasi dilakukan dalam simbol-simbol tertulis. Komunikasi verbal paling banyak digunakan dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata, seseorang dapat mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan atau ide, menyampaikan fakta, data, dan informasi, serta saling bertukar perasaan dan pendapat untuk saling mempengaruhi dan meyakinkan.

Terdapat beberapa unsur penting dalam komunikasi verbal yakni kata dan bahasa. Kata merupakan lambang terkecil dari bahasa yang mewakili objek tertentu yang pada dasarnya bersifat parsial tidak melukiskan sesuatu secara eksak. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan langsung antara kata dan hal, yang berhubungan langsung hanyalah kata dan pikiran orang. Sedangkan bahasa itu sendiri merupakan sistem simbol yang digunakan

untuk menamai berbagai peristiwa untuk dapat mudah diingat oleh memori, juga dengan mudah menggambarkan apa yang berasal dari pengalaman kita.

- Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah proses penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain tanpa menggunakan bahasa (lisan maupun tulisan) tetapi dilakukan melalui sikap badan, ekspresi wajah, gerak isyarat, pandangan, sentuhan dan penampilan. Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi nonverbal jauh lebih banyak dipakai daripada komunikasi verbal. Tanpa disadari ketika berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi nonverbal ikut terpakai. Studi Albert Mehrabian (1971) menyimpulkan bahwa tingkat kepercayaan orang hanya 75% berasal dari komunikasi verbal, 38% dari vocal suara, dan 55% dari ekspresi muka. Terlihat bahwa orang-orang cenderung mempercayai hal-hal yang bersifat nonverbal. Oleh sebab itu Mark Knapp (1978) mengemukakan beberapa fungsi dari penggunaan komunikasi nonverbal antara lain :

- a. Meyakinkan apa yang diucapkan
- b. Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata
- c. Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya
- d. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempurna.

Dalam buku Komunikasi Antar Manusia karya Joseph A. Devito, Komunikasi interpersonal yang efektif adalah penting bagi komunikator dan komunikan diharapkan dapat membawa hasil pertukaran informasi dan saling

pengertian (mutual understanding). Efektivitas komunikasi interpersonal memiliki karakteristik-karakteristik yang ditinjau dari perspektif humanistik. Dalam perspektif ini, efektivitas komunikasi interpersonal dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan, antara lain:

1. Keterbukaan (*openness*)

Sifat keterbukaan yang dimaksud (De Vito 1997:259) adalah pertama, bahwa kita harus terbuka pada orang-orang yang berinteraksi yakni membuka diri pada masalah-masalah umum, maka orang lain akan mengetahui pendapat, pikiran, dan gagasan kita sebagai komunikator sehingga komunikasi dapat dilakukan. Kedua, keterbukaan menunjukkan pada kemauan diri untuk memberikan tanggapan terhadap orang lain dengan jujur dan begitu juga sebaliknya, orang lain memberikan tanggapan secara jujur dan terbuka tentang segala sesuatu yang dikatakan

2. Empati (*emphaty*)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk menempatkan dirinya pada peranan atau posisi orang lain.

3. Sikap mendukung (*supportiveness*)

Artinya seseorang dalam menghadapi suatu masalah tidak bersikap bertahan (defensif).

4. Sikap positif (*possitiviness*)

Komunikasi akan berkembang bila ada pandangan positif terhadap diri sendiri dan mempunyai perasaan positif terhadap orang lain dan berbagai situasi komunikasi.

## 5. Kesetaraan (*equality*)

Kesetaraan bidang pengalaman dalam komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila para pelakunya memiliki nilai, sikap, perilaku dan pengalaman yang sama. Tidak hanya itu kesetaraan dalam percakapan diantara para pelaku komunikasi juga diperlukan dalam hal mengirim dan menerima pesan. Namun hal ini tidak berarti bahwa ketidaksamaan tidaklah komunikatif.

### 2.4 Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan salah satu teknik komunikasi yang sangat erat kaitannya dengan psikologi. Dalam psikologi komunikasi, persuasif diartikan sebagai proses mempengaruhi dan mengendalikan perilaku orang lain melalui pendekatan psikologis. Menurut Soleh Soemirat (2007:15) komunikasi persuasif berasal dari istilah *persuasion* (Inggris). Sedangkan istilah *persuasion* berasal dari bahasa Latin *persuasio*. Bentuk kata kerja *to persuade* yang dapat diartikan sebagai membujuk, merayu, dan meyakinkan. Komunikasi persuasif sebagai suatu proses, yaitu proses mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal. Proses itu sendiri adalah setiap gejala atau fenomena yang menunjukkan suatu perubahan yang terus menerus dalam konteks waktu, setiap pelaksanaan atau perlakuan secara terus-menerus. Dalam hal ini seseorang perlu meyakinkan orang lain terlebih dahulu agar orang lain dapat mengikuti pesan-pesan yang disampaikan. Agar lebih meyakinkannya terkadang pesan tersebut juga dilengkapi dengan data-data yang konkrit atau dengan gaya bahasa yang menggebu-gebu. Hal tersebut memiliki tujuan agar komunikator (khalayak) akan lebih mudah percaya dengan apa yang telah disampaikan.

Komunikasi persuasif merupakan suatu usaha untuk meyakinkan orang lain agar publik berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan membujuk tanpa memaksa atau tanpa kekerasan. Komunikasi persuasif juga dapat merubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai apa yang diharapkan komunikator. Kepercayaan atau pengetahuan seseorang tentang sesuatu dipercaya dapat mempengaruhi sikap seseorang dan pada akhirnya mempengaruhi perilaku dan tindakan seseorang tersebut terhadap sesuatu. Mengubah pengetahuan seseorang akan sesuatu dipercaya dapat mengubah perilaku.

Menurut K. Anderson yang dikutip oleh Deddy Mulyana (2011:17), komunikasi persuasif diartikan sebagai perilaku komunikasi yang mempunyai tujuan mengubah keyakinan, sikap atau perilaku individu atau kelompok lain melalui transmisi beberapa pesan. Komunikasi persuasif sendiri memiliki beberapa tujuan diantaranya :

- Komunikasi persuasif diharapkan dapat mengubah pola pikir yang membuat komunikator mengubah sikapnya terhadap apa yang diterima.
- Komunikasi persuasif sebagai alat mengubah pola pikir komunikator yang membuat untuk mengikuti pendapat yang disampaikan oleh komunikator.
- Perubahan perilaku (*behavior change*) dimana ketika sikap berubah, maka perilaku pada komunikator akan ikut berubah mengikuti pola pikir dari pesan yang diterima.

- Komunikator yang menggunakan bahasa persuasif akan membawa perubahan dalam lingkungan masyarakat, pola pikir, hingga perilaku masyarakat.

## 2.5 Teori Interaksionisme Simbolik

Dalam penelitian ini teori yang digunakan peneliti adalah teori *Interaksionisme Simbolik* oleh George Herbert Mead (1863-1931). Karya tunggal Mead yang sangat berpengaruh terdapat dalam bukunya yang berjudul *Mind, Self dan Society*. Mead mengambil tiga konsep kritis yang diperlukan dan saling mempengaruhi satu sama lain untuk menyusun sebuah teori interaksionisme simbolik. Dengan demikian, pikiran manusia (*mind*), dan interaksi sosial (*self*) digunakan untuk menginterpretasikan dan memediasi masyarakat (*society*).

Secara ringkas teori interaksionisme simbolik didasarkan pada tiga garis besar yakni pertama, individu merespon suatu situasi simbolik, dimana merespon lingkungan termasuk objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia) berdasarkan media yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka. Kedua, makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melihat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa, negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu mewarnai segala sesuatu bukan hanya objek fisik, tindakan atau peristiwa (bahkan konsep abstrak meskipun tidak ada objek fisik tindakan atau peristiwa). Ketiga, yakni makna yang interpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sebagai respon terhadap perubahan situasi yang mereka hadapi dalam interaksi sosial. Hakekatnya, teori interaksionisme simbolik menekankan pada hubungan antara

simbol dan interaksi, serta inti dari pandangan pendekatan ini adalah individu (Soeprapto. 2007). Bagi perspektif ini, dalam membentuk makna bagi perilaku manusia, teori interaksionisme simbolik tidak bisa dilepaskan dari proses komunikasi, karena awalnya makna itu tidak ada artinya, sampai pada akhirnya di konstruksi secara interpretatif oleh individu melalui proses interaksi, untuk menciptakan makna yang dapat disepakati secara bersama.

Menurut kamus komunikasi (Effendy 1989:184) definisi interaksi adalah proses saling mempengaruhi, meyakinkan dalam bentuk perilaku atau kegiatan di antara anggota-anggota masyarakat, dan definisi simbolik menurut Effendy (1989:352) adalah bersifat melambangkan sesuatu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa interaksionisme simbolik adalah suatu faham yang menyatakan bahwa hakekat terjadinya interaksi sosial antara individu dan antar individu dengan kelompok, kemudian antara kelompok dengan kelompok dalam masyarakat, ialah karena komunikasi, suatu kesatuan pemikiran di mana sebelumnya pada diri (Effendy 1989:352). Sehingga dapat diartikan bahwa interaksionisme simbolik adalah segala hal yang saling berhubungan dengan pembentukan makna dari suatu benda atau lambang atau simbol, baik benda mati, maupun benda hidup, melalui proses komunikasi baik sebagai pesan verbal maupun perilaku nonverbal, dan tujuan akhirnya adalah memaknai lambang atau simbol (objek) tersebut berdasarkan kesepakatan bersama yang berlaku di wilayah atau kelompok komunitas masyarakat tertentu.

Dalam interaksi sosial terjadi hubungan saling mempengaruhi diantara individu satu dengan yang lain, dan akan terjadi hubungan timbal balik yang turut mempengaruhi pola perilaku masing-masing individu sebagai anggota

masyarakat. Interaksi sosial akan meliputi hubungan antara individu dengan lingkungan fisik maupun lingkungan psikologis disekelilingnya. Menurut Robbins (1993) maupun Saifudin (1995), bahwa dalam interaksi sosialnya berbagai kondisi yang mempengaruhi pembentukan sikap adalah pengalaman pribadi, orang lain yang dianggap penting, kebudayaan, media massa, lembaga pendidikan dan lembaga agama, serta kondisi emosional. Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dalam sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka.

Konsep definisi situasi (*The definition of the situation*) merupakan implikasi dari konsep interaksi simbolik mengenai interaksi sosial yang dikemukakan oleh William Isac Thomas (1968) dalam Hendariningrum (2009). Konsep definisi situasi merupakan perbaikan dari pandangan yang mengatakan bahwa interaksi manusia merupakan pemberian tanggapan (*response*) terhadap rangsangan (*stimulus*) secara langsung. Konsep definisi situasi menganggap bahwa setiap individu dalam memberikan suatu reaksi terhadap rangsangan dari luar, maka perilaku dari individu tersebut didahului dari suatu tahap pertimbangan-pertimbangan tertentu, dimana rangsangan dari luar tidak "langsung ditelan mentah-mentah", tetapi perlu dilakukan proses selektif atau proses penafsiran situasi yang pada akhirnya individu tersebut akan memberi makna terhadap rangsangan yang diterimanya

Alasan penulis menggunakan teori ini karena teori ini dapat memberikan penjelasan mengenai permasalahan yang sedang diteliti oleh peneliti. Dalam

menanggapi dikotomi-dikotomi yang berkembang dimasyarakat, dimana ada dikotomi menggunakan simbol-simbol yang mengatakan bahwa pakaian bekas atau monza tidak layak digunakan karena mengandung bakteri dan dapat membahayakan kesehatan pengguna. Penulis beranggapan bahwa di era modern seperti saat ini, sudah tidak tepat lagi jika masih terlalu sempit memandang dan mengukur kesehatan dari segi pakaian bekas itu sendiri. Penjual harus mampu menunjukkan bahwa sudah perlu adanya "pergeseran" saat ini, bahwa simbol-simbol yang ada dari dikotomi selama ini, sudah waktunya mengalami perubahan, dan masyarakat perlu mendapatkan informasi yang benar terkait isu tersebut, dimana sudah tidak tepat lagi untuk menilai kebersihan dan Kehigienisan pakaian dari pandangan yang sempit.

## 2.6 Kehigienisan

Kehigienisan berawal dari kata "higienis" yang merupakan istilah dari bahasa inggris yaitu "*higiene*" yang berarti usaha kesehatan preventif yang menitikberatkan kegiatannya kepada usaha kesehatan individu, maupun usaha kesehatan pribadi manusia. Kata *higiene* berasal dari bahasa yunani yaitu "*hugicine*" yang berarti sehat dan bersih, dan jika kita terjemahkan lebih luas lagi maka dapat disimpulkan bahwa seseorang bisa sehat karena seseorang tersebut bersih (Sihite 2011). Kebersihan merupakan hal utama dalam menjaga kesehatan dimana suatu keadaan yang terbebas dari kotoran baik itu debu dan sampah serta tidak adanya bau yang tidak sedap. Kebersihan menjadikan hal penting bagi kesehatan pada setiap orang. Menjaga kebersihan diri dan lingkungan menjadikan salah satu cara untuk menghindari berbagai penyakit dari adanya virus dan kuman. Kebiasaan baik dalam menjaga kebersihan diri tentu membantu sistem

kekebalan tubuh tetap terjaga. Kulit manusia menjadi bagian terluar dari struktur tubuh manusia yang berhubungan langsung dengan lingkungan sekitar, oleh karena itu berbagai virus maupun kuman tentu akan mudah menempel pada kulit.

Pakaian adalah barang yang selalu melekat ditubuh orang dengan tujuan untuk menutupi bagian-bagian sensitif serta melindungi tubuh terutama kulit dari paparan sinar matahari ataupun rasa dingin. Pola kebiasaan buruk dalam menjaga ke higienisan pakaian dapat menjadi tempat berkembangnya virus dan bakteri terutama pakaian yang kotor dan lembab seperti menyimpan pakaian berkeringat didalam lemari, malas mencuci, menjemur baju di tempat yang mudah terkena debu dan kotoran, menggunakan kembali pakaian yang sudah dipakai sebelumnya, menjemur handuk basah didalam rumah, dan tidak memisahkan pakaian yang kotor maupun yang bersih. Selain itu pemilihan jenis pakaian dan cara mencuci pakaian juga berdampak besar dalam ke higienisan pakaian. Ke higienisan pakaian yang buruk dapat mendatangkan penyakit seperti penyakit infeksi jamur, scabies, dermatitis, gatal-gatal ataupun kanker kulit. Dikarenakan peran pakaian sangat signifikan dengan kesehatan tubuh, maka hampir semua orang sangat sensitif dengan kualitas dan ke higienisan pakaian.

## 2.7 Monza

Monza merupakan salah satu istilah khusus atau bahasa yang sering dianggap bermakna pakaian bekas di Sumatera Utara. Pakaian bekas bermula dari bahasa monza yang berasal dari singkatan “Mongonsidi Plaza”. Namun kalimat monza telah mengental dan sudah membudaya bagi kalangan masyarakat kota Medan sebagai pengertian dari pakaian bekas. Sebenarnya pakaian bekas ini

sudah lama ada di setiap daerah di Indonesia. Di setiap daerah penyebutan pakaian bekas ini beragam dari mulai “awul-awul” hingga istilah “cakar” yang artinya “cap karung” dan “beje” yang artinya “bekas Jepang”, di Palembang sendiri dikenal dengan istilah BJ (bekas Jambi), dan di zaman modern sekarang penyebutan pakaian bekas di kalangan anak muda adalah “Thrifting”. Kata thrifting sendiri berasal dari kata thrift yang berarti penghematan. Jadi, bisa disimpulkan bahwa thrifting adalah kegiatan mencari barang bekas yang masih layak pakai atau mencari barang dengan merek-merek tertentu dengan murah dan masih layak untuk digunakan. Berbeda dengan pakaian reject yang merupakan pakaian baru namun terdapat cacat, seperti jahitan yang tidak rapi, salah kancing, atau pakaian germent store yang ditimbun selama bertahun-tahun digudang kemudian dijual kembali oleh pihak-pihak tertentu. Memang tidak bisa dipisahkan dari sejarah sosial dan budaya Sumatera Utara. Berbagai pusat monza dapat ditemui khususnya di wilayah Sumatera Utara bagian timur, seperti Medan, Berastagi, Kabanjahe, Tanjung Balai, dan Kisaran. Pada awalnya, istilah monza sendiri berasal dari fenomena sekelompok pedagang yang menjual barang bekas di sepanjang Jalan Mongonsidi kota Medan di era 1970-an. Lama-kelamaan pasar tersebut kian ramai digandrungi kalangan kelas menengah layaknya pusat perbelanjaan mewah. Sebutan Monginsidi Plaza pun muncul sebagai sindiran atas fenomena ini. Istilah plaza di Medan identik dengan mall dan pusat perbelanjaan mewah, yang mana sebenarnya kontradiktif dengan si Monginsidi Plaza itu sendiri. Perihal siapa yang memulai, Monginsidi Plaza lalu disingkat menjadi monza. Sebutan monza kemudian menjadi kata baru untuk menyebut pasar dan produk barang bekas bagi masyarakat Sumatra Utara.

Ada beberapa pusat monza yang luasnya berpotensi mengalahkan Stadion Gelora Bung Karno, antara lain Pajak Monza kota Tanjung Balai, pajak Melati, pajak Sukaramai, pajak Simalingkar, pajak Sambu, dan sebagian pajak Petisah. Berdasarkan riset di lapangan rata-rata barang yang dijual berasal dari Hong Kong, Malaysia, Korea dan bahkan Turki sebab pakaian bekas yang berasal dari negara-negara ini memiliki kelebihan yaitu ukurannya hampir sama dengan ukuran orang Indonesia. Barang-barang ini didatangkan dari seluruh dunia melalui pelabuhan Belawan dan Tanjung Balai. Sejak berpuluh tahun lalu, hingga saat ini berhasil membentuk kultur monza di Sumatra Utara. Praktik monza memang menarik, monza sebagai solusi banyak gaya, sedikit daya. Bagi orang yang berasal dari kalangan menengah ke atas, ia adalah *guilty pleasure*. Di tempat inilah situasi masyarakat mulai dari eksekutif muda dengan kendaraan Pajero Sport, pasangan suami-istri yang berprofesi sebagai dosen, hingga tukang becak dan inang parengge-rengge berkumpul dalam keriuhan berburu monza. Selain bersatu, mereka juga melebur. Tidak terlihat adanya simbol-simbol perbedaan kelas yang berarti. Segala atribut dan habitus yang menunjukkan strata sosial dibuang jauh-jauh. Aturan harga pasar disepakati oleh kelas proletar. Lautan manusia yang berasal dari berbagai latar belakang melebur menjadi sebuah kesatuan monza.

## 2.8 Penelitian Terdahulu

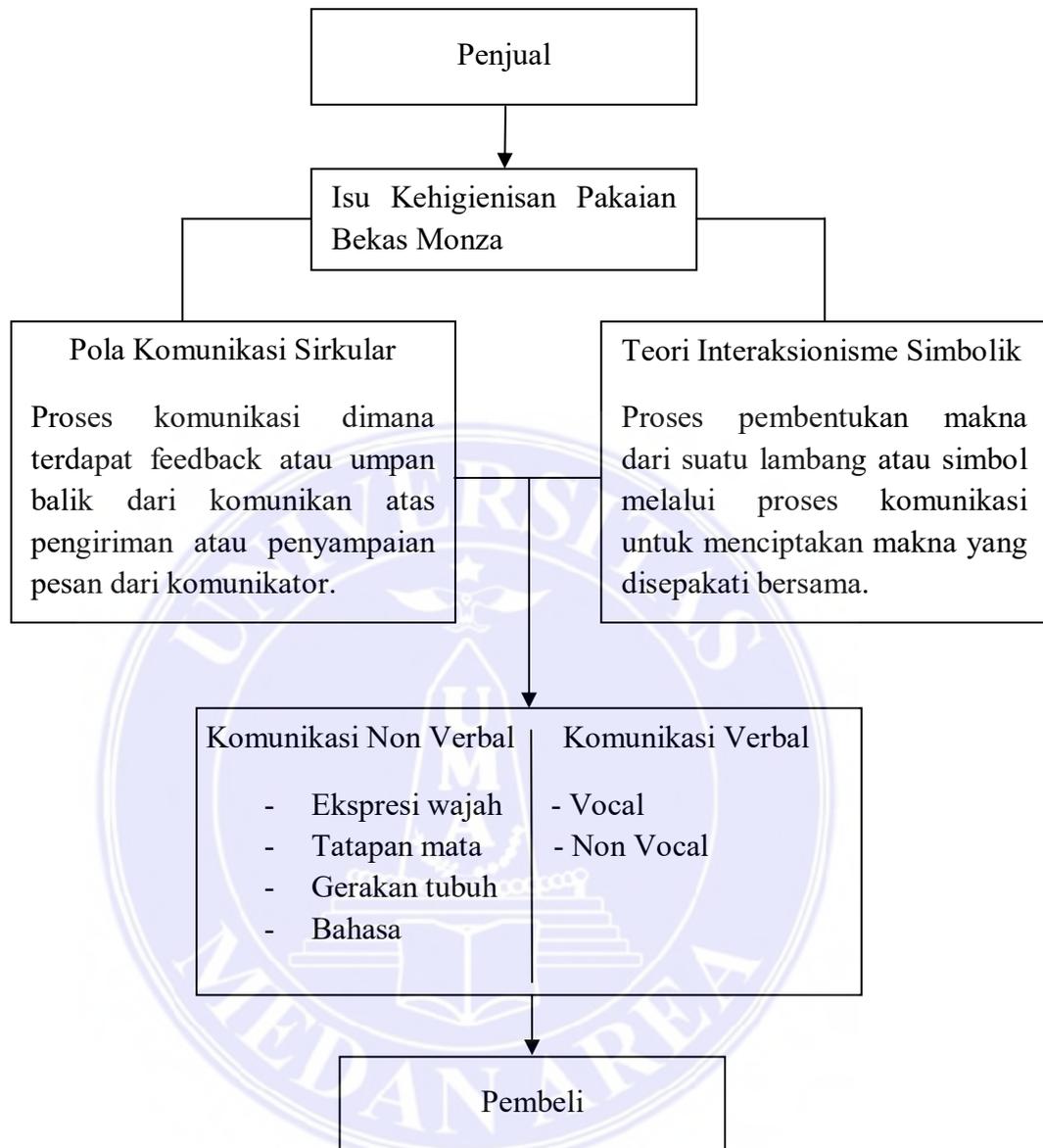
No	Judul, Nama, dan Tahun	Teori dan Metode	Hasil Penelitian	Relevansi	
				Perbedaan	Persamaan
1.	“Pola Komunikasi Pedagang Etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat”  Dinda Pratiwi (2020)	Teori yang digunakan adalah Teori Komunikasi dan Teori Komunikasi Antar Budaya sedangkan metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif.	Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi pedagang etnis Tionghoa dengan pembeli pribumi menggunakan dua pola komunikasi yaitu pola komunikasi satu arah dan pola komunikasi dua arah.	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah penggunaan teori yang berbeda yakni penulis menggunakan teori Interaksionisme Simbolik dan Teori Konsistensi Afektif - Kognitif.	Persamaan adalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi antar pedagang dan pembeli dalam menarik minat pembeli.
2.	“Pola Komunikasi Pedagang dan Pembeli di Pasar Tradisional di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pedagang Sayur Pasar Tradisional Ciluar)”  Aditya Rivaldi, Layung Paramesti Martha, Roni Jayawinangun (2022)	Teori yang digunakan adalah Teori Komunikasi Verbal & Non Verbal serta menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus.	Penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang sayur melakukan pola komunikasi kepada pembeli dengan menggunakan komponen-komponen pola komunikasi primer, pola komunikasi sekunder, pola	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah penggunaan teori yang berbeda yakni penulis menggunakan teori Interaksionisme Simbolik dan Teori Konsistensi Afektif - Kognitif.	Persamaan adalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi antar pedagang dan pembeli dalam meyakinkan produk yang dijual.

			komunikasi linear, dan pola komunikasi sirkular sehingga adanya komunikasi timbal balik antara pedagang dan pembeli.		
3.	<p>“Pola Komunikasi Budaya dalam Aktivitas Jual Beli pada Pasar Tradisional Limbung Kabupaten Gowa”</p> <p>Nurmawaddah, Muliadi, Zelfia (2022)</p>	<p>Teori yang digunakan adalah teori Interaksionisme Simbolik, Teori Pengelolaan Makna, dan Teori Tindakan Tutar Austin, serta menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode komunikasi etnografi</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa penjual dan pembeli dalam bertransaksi menggunakan pola komunikasi diadik, terdapat komponen komunikasi unik pada pesan verbal (bahasa) dan non verbal (pakaian), sentuhan, bahasa tubuh) dan efek serta konteks komunikasi. Pengaruh komunikasi dalam proses transaksi jual beli yang dapat melahirkan keakraban</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah dalam penggunaan metode yang berbeda yakni penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus.</p>	<p>Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang pola komunikasi antar penjual dan pembeli dalam proses transaksi di pasar tradisional.</p>

			antara penjual dan pembeli untuk meyakinkan pembeli.		
4.	<p>“Pola Komunikasi Driver Ojek Online dan Konsumen di Kota Parepare”</p> <p>Zulkarnain T. (2022)</p>	<p>Teori yang digunakan adalah Teori Determinisme Teknologi dan Teori Interaksionisme Simbolik dengan metode penelitian</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan Pola komunikasi driver ojek online dan konsumen di Kota Parepare menggunakan pola komunikasi sirkular bahwa dalam pola komunikasi yang seperti ini proses komunikasi berjalan terus, yaitu adanya umpan balik antara driver dan konsumen. Dimana alat atau sarana (media) yang digunakan driver dan konsumen adalah aplikasi ojek online untuk bertukar informasi.</p>	<p>Pada penelitian ini untuk memperkuat analisis, peneliti menggunakan teori determinisme teknologi, lokasi dan waktu penelitian berbeda.</p>	<p>Persamaan adalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi antar driver ojek dengan konsumen.</p>
5.	<p>“Pola Komunikasi Pedagang</p>	<p>Teori yang digunakan adalah Teori</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian</p>	<p>Persamaan dengan penelitian</p>

	<p>Lemang dengan Konsumen dalam Meningkatkan Penjualan Produk Khas Tebing Tinggi” Diyana Faradita (2022)</p>	<p>Komunikasi Interpersonal, Teori Pertukaran Sosial dan Teori Kesopanan, serta menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.</p>	<p>n bahwa dalam berkomunikasi pedagang leang menggunakan dua pola komunikasi ketika berkomunikasi dengan pembeli. Pola komunikasi pertama yaitu pola komunikasi satu arah dimana pedagang leang menggunakan pola tersebut untuk menarik pembeli. Kedua, pola komunikasi dua arah dimana pola ini digunakan untuk saling bertukar pesan antar pedagang dengan pembeli.</p>	<p>sebelumnya adalah dalam penggunaan Teori Interaksionisme Simbolik dan Teori Konsistensi Afektif – Kognitif serta metode yang berbeda dimana penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus.</p>	<p>ini adalah sama-sama membahas dan meneliti tentang pola komunikasi antar pedagang leang dengan konsumen dalam meningkatkan penjualan.</p>
--	--	--	--	--	--

## 2.9 Kerangka Berpikir



**Gambar 2.9**  
**Kerangka Berpikir**

*Sumber : Dibuat oleh Peneliti (2025)*

Jika dilihat dari bagan kerangka berpikir diatas menunjukkan bahwa adanya isu larangan dari pemerintah terkait ke higienisan pakaian bekas monza akan mempengaruhi kepercayaan masyarakat untuk membeli pakaian bekas monza. Maka dari itu peneliti menggunakan pola komunikasi sirkular dan teori

interaksionisme simbolik untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi yang terjadi antara penjual dan pembeli sehingga dapat kembali meyakinkan atau membangun kepercayaan pembeli terhadap kehygienisan pakaian bekas monza. Tentunya dalam implementasinya untuk meyakinkan pembeli, penjual menggunakan komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal yang selaras dengan teori interaksionisme simbolik dalam proses komunikasi sirkular .



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis metode penelitian kualitatif deskriptif, dimana menekankan pada penelitian observasi di lapangan dan data yang didapat dianalisa secara non statistik. Menurut Sugiyono (2017:213) penelitian kualitatif, yaitu suatu penelitian yang ditunjukkan untuk mendeskripsikan dan menganalisa fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Metode kualitatif ini dapat menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, kata-kata atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati, sehingga dapat menjelaskan fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data yang lebih mendalam (Hikmat 2011:37-38). Melalui penelitian kualitatif ini, peneliti dapat menganalisa subjek dan merasakan apa yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa penelitian kualitatif yang dapat diartikan sebagai penelitian lapangan dimana peneliti langsung terjun ke lapangan untuk memperoleh data yang benar-benar dapat dipercaya sebagai bahan kajian data untuk mendeskripsikan fenomena tertentu sesuai apa adanya yang ditemukan di lapangan. Penerapan dengan metode ini ditujukan untuk memahami kondisi suatu konteks secara alami (natural setting). Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang konkrit mengenai “Pola Komunikasi penjual dalam meyakinkan pembeli tentang Kehigienisan pakaian bekas monza di Pajak Monza Kota Tanjung Balai”.

## Lokasi dan Waktu Penelitian

### 3.1.1 Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan studi lapangan dengan beberapa penjual dan pembeli pakaian monza yang berada di kota Tanjung Balai yakni dengan mengunjungi langsung Pajak Monza kota Tanjung Balai agar menambah informasi terkait lokasi penelitian. Peneliti melakukan pengumpulan data di lokasi penelitian di Pajak Monza yang berada di Jl. DI Panjaitan LK-V Kelurahan Matahalasan Kecamatan Tanjung Balai Utara, Kota Tanjung Balai.

### 3.1.2 Waktu Penelitian

Dalam melakukan penelitian, lama waktu yang peneliti gunakan adalah sekitar 3 bulan, dimulai dari bulan April 2024 pasca seminar proposal.

No.	Uraian Kegiatan	Tahun 2023		Tahun 2024						Tahun 2025		
		Okt	Nov - Des	Jan	Feb	Mar	Apr - Jul	Ags - Nov	Des	Mar		
1.	Pengajuan/ ACC Judul	■										
2.	Penyusunan Proposal		■									
3.	Seminar Proposal				■							
4.	Revisi Seminar Proposal				■	■						
5.	Penelitian						■	■	■			
6.	Bimbingan Skripsi								■	■		
7.	Seminar Hasil									■		
8.	Sidang Meja Hijau											■

## Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

### 3.1.3 Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2014:172), yang dimaksud dengan data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Sumber data bisa berupa benda, perilaku manusia, tempat dan sebagainya. Sumber data dalam penelitian ini disesuaikan dengan fokus dan tujuan peneliti. Adapun 2 macam sumber data dalam penelitian ini antara lain :

#### 1. Data Primer

Subjek penelitian dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah informan, yaitu orang yang memberikan informasi mengenai data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan (Suliyanto 2018:19). Informasi ini dapat berupa situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Dalam penelitian kualitatif, sampel sumber data dipilih dan mengutamakan perspektif emic, artinya. mementingkan pandangan informan, yakni bagaimana mereka memandang dan menafsirkan dunia dari pendiriannya. Menurut (Moleong, 2002:97), Informan adalah seseorang yang benar-benar mengetahui suatu persoalan atau permasalahan tertentu yang darinya diperoleh informasi yang jelas, akurat dan terpercaya.

Berdasarkan pengertiannya maka subjek penelitian dalam penelitian ini dipilih dengan pertimbangan mampu memberikan data yang dibutuhkan peneliti yaitu 5 (lima) orang penjual pakaian bekas monza dan 5 (lima) orang pembeli pakaian bekas monza. Dalam pemilihan informan, peneliti

menerapkan tolak ukur atau kriteria untuk menjadi informan, sebagai berikut :

1. Khusus penjual pakaian bekas monza yang menjual segala macam jenis pakaian seperti baju, celana, rok, kemeja yang berada di Pajak Monza kota Tanjung Balai.
2. Pembeli yang membeli pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai.

Dalam hal ini, sumber data primer dalam penelitian ini berasal dari data pribadi melalui wawancara kepada informan yang merupakan penjual dan pembeli yang dilakukan secara langsung.

## 2. Data Sekunder

Yaitu jenis data yang berasal dari bahan-bahan kepustakaan. Data yang dikumpulkan oleh peneliti ini, sebagai penunjang dari sumber pertamanya. Data sekunder itu, biasanya telah tersusun dalam bentuk berupa dokumen-dokumen sekolah, majalah, buku, jurnal, dan yang lainnya yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

### 3.1.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian untuk mengumpulkan informasi-informasi yang ada di lapangan. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Sugiyono (2017:457) menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah), sumber data primer dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi, wawancara dan dokumentasi. Pada penelitian ini,

peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu teknik triangulasi. Teknik triangulasi merupakan gabungan dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

a. Observasi

Berdasarkan pengertiannya, peneliti menggunakan teknik observasi berperan atau disebut juga dengan istilah *Participant Observation* yang merupakan teknik dimana peneliti menggali informasi mengenai perilaku dan kondisi lingkungan penelitian menurut kondisi yang sebenarnya pada suatu kelompok tertentu. Dalam hal ini target observasi bisa melalui aktivitas, peristiwa, *setting*, atau perilaku pada orang/kelompok tersebut dengan prosedur/metode pencatatan hasil berupa catatan lapangan secara tertulis atau video recording maupun checklist observasi. Kemudian menghasilkan data konten/hasil seperti deskripsi tentang *setting*, perilaku, kegiatan ataupun emosi pada kelompok tersebut. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang terlihat.

b. Wawancara

Menurut Sugiyono (2017:231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam (*in depth interview*). Wawancara mendalam merupakan cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang topik yang diteliti. Wawancara ini dilakukan dengan lentur dan terbuka, tidak berstruktur ketat, dalam suasana yang santai dan bukan

dalam suasana yang canggung atau formal. Berkaitan dengan hal tersebut peneliti juga dapat menyiapkan garis besar atas pertanyaan yang akan disampaikan kepada informan. Dengan wawancara mendalam dapat digali apa yang tersembunyi di dalam diri seseorang, baik yang menyangkut masa lampau, masa kini maupun masa yang akan datang.

### c. Dokumentasi

Menurut Sudaryono (2018:219) “Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku, film dokumenter, data penelitian yang relevan”. Hasil penelitian akan lebih kredibel/dapat dipercaya apabila di dukung oleh dokumentasi yakni catatan peristiwa yang sudah berlalu dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental (Sugiyono, 2017:476).

### **Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono, (2018:482), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan setelah data diperoleh melalui teknik wawancara mendalam. Miles and Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung

secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu :

a. Reduksi Data (*Reduction Data*)

Reduksi data sangat diperlukan dalam penelitian kualitatif, karena dalam penelitian kualitatif data yang didapat dari lapangan cukup banyak maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Mereduksi data berarti merangkum, menggolongkan kategori, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, mencari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu berdasarkan fokus penelitian.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Langkah selanjutnya setelah data direduksi adalah memaparkan data atau penyajian data (*display*). Pemaparan data sebagai sekumpulan informasi tersusun, dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian atau narasi singkat, tabel, bagan, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Setelah data direduksi dan dipaparkan maka langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih

bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

### **Pengujian Kredibilitas Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji kredibilitas data. Pengujian ini diperlukan mengingat bahwa penelitian kualitatif sering sekali diragukan keabsahan datanya (validitas data), oleh karena itu dibutuhkan cara untuk dapat memenuhi kriteria kredibilitas data tersebut. Menurut Sugiyono (2017:514) kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *member check*.

Pengecekan keabsahan data yang terdapat dalam penelitian ini adalah melalui Triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah upaya penelitian untuk mengumpulkan data yang relevan dengan topik yang sama dari berbagai sumber dan membandingkannya dengan kata lain untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama untuk menguji kredibilitas data melalui pengecekan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Pola Komunikasi Penjual Dalam Meyakinkan Pembeli Tentang Ke higienisan Pakaian Bekas di Pajak Monza Kota Tanjung Balai” ini, diperoleh hasil kesimpulan yaitu :

1. Pola komunikasi yang terjadi pada proses komunikasi yang dilakukan oleh penjual untuk meyakinkan pembeli tentang ke higienisan pakaian bekas monza merupakan pola komunikasi sirkular dimana penjual mengirimkan pesan terkait pelayanan yang baik dalam menawarkan pakaian bekas monza kepada pembeli dengan menggunakan simbol-simbol secara verbal maupun non verbal. Dimana penjual menawarkan pakaian monza kemudian menjelaskan bagaimana proses penanganan monza yang sesuai dengan prosedur kesehatan. Kemudian pembeli memberikan umpan balik kepada penjual pakaian bekas monza berupa tanggapan penjual dalam meyakinkan pembeli bahwa komunikasi yang dilakukan penjual secara verbal maupun non verbal telah berhasil mengubah sikap dan berhasil mengembalikan kepercayaan para pembeli terhadap ke higienisan pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai. Hal ini sejalan dengan teori yang digunakan yakni Teori Interaksionisme Simbolik.
2. Terdapat faktor-faktor yang menjadikan monza lebih digemari dari pakaian baru antara lain harga, kualitas, model dan merek pakaian bekas

monza. Keempat faktor tersebut merupakan alasan utama pembeli lebih memilih pakaian bekas monza daripada pakaian baru di toko. Dimana dengan harga yang murah dan dapat dijangkau oleh semua kalangan, sudah bisa mendapatkan pakaian yang bermerek dengan kualitas yang tebal dan nyaman, model pakaian yang tidak pasaran.

## Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan setelah melakukan penelitian dan mengumpulkan serta mengolah data diantaranya sebagai berikut :

### 1. Pembeli

Saran untuk masyarakat atau pembeli ialah tidak perlu terpancing dengan desus-desus atau isu-isu apapun yang masih diragukan kevalidannya. Nyatanya setelah dilakukan penelitian, pakaian bekas monza tidak semudah itu menularkan penyakit apapun, akan tetapi walaupun demikian pakaian bekas monza tidak disarankan untuk dipakai secara langsung sama halnya dengan pakaian baru. Agar meminimalisir penyebaran kuman atau bakteri ada baiknya dicuci terlebih dahulu sesuai dengan prosedur kesehatan yang juga sudah diingatkan oleh penjual pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai.

### 2. Penjual

Saran untuk penjual pakaian bekas monza adalah agar terus melakukan komunikasi yang efektif secara aktif dalam pelayanan kepada pembeli agar pembeli tidak perlu khawatir dengan kualitas pakaian bekas monza.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta.
- Deny, S. (2015). *Ini Bahaya Dampak Negatif Dari Menggunakan Pakaian Bekas Impor*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/2191248/ini-bahaya-gunakan-pakai-bekas-impor>
- Faradita, D. (2022). *Pola Komunikasi Pedagang Lemang Dengan Konsumen Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Khas Tebing Tinggi*. 1–68. [http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/18057%0Ahttp://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/18057/DIYANA FARADITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/18057%0Ahttp://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/18057/DIYANA%20FARADITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Latif Setyo Nugroho. (2023). *Jurnal Dinamika Sosial Budaya Thrifting Budaya Konsumsi Pakaian Bekas Pada Mahasiswa*. 25(3), 20–27.
- Menteri Perdagangan Republik Indonesia. (2022). Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 40 Tahun 2022 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2021 tentang Barang Dilarang Ekspor dan Barang Dilarang Impor. *Menteri Perdagangan Republik Indonesia*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/223844/permendag-no-40-tahun-2022>
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi suatu pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nurmawaddah. (2022). POLA KOMUNIKASI BUDAYA DALAM AKTIVITAS JUAL BELI PADA PASAR TRADISIONAL LIMBUNG KABUPATEN GOWA Patterns Of Cultural Communication In Selling Activities In The Limbung Traditional Market, Gowa Regency. *Ilkom*, 205–220.
- Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah Dan Populer*. Raja Grafindo Persada.
- Onong Uchjana Effendy. (2011). *Ilmu Kounikasi: Teori dan Prakteknya*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Permendag No 51 tahun 2015. (2015). *Perdagangan, Menteri Indonesia, Republik*. 2014–2016.
- Pratiwi, D. (2021). Pola Komunikasi Pedagang Etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial Dan ...*, 1–61. <http://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimsipol/article/view/614%0Ahttp://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimsipol/article/download/614/655>
- Putri Andila, A. (2023). *Statistik Impor Pakaian Bekas 5 Tahun Terakhir*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/statistik-impor-pakaian-bekas-5-tahun-terakhir-RLqTo>
- Republik Indonesia. (2021). Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia

Nomor 18 Tahun 2021 Tentang Barang Dilarang Ekspor Dan Barang Dilarang Impor. *Kementerian Perdagangan*, 297. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/204855/permendag-no-18-tahun-2021>

Republik Indonesia, K. P. (2020). Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No 12 Tahun 2020 tentang Barang Dilarang Impor. *Menteri Kesehatan Republik Indonesia Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia*, 69(555), 1–53.

Rivaldi, A., Martha, L. P., & Jayawinangun, R. (2022). Pola Komunikasi Pedagang Dan Pembeli Di Pasar Tradisional Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pedagang Sayur Pasar Tradisional Ciluar). *Jurnal Lestari Sosial Budaya*, 1(1), 1–9. <http://journal.unpak.ac.id/index.php/JLSB/article/view/6401>

Siregar, N. S. S. (2016). Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik. *Perspektif*, 1(2), 100–110. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v1i2.86>

Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. PT Rajagrafindo Persada.

Sugiyono. (2017). *Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT. Alfabeta.

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Andi Offset.

T, Z. (2022). Pola Komunikasi Driver Ojek Online dan Konsumen di Kota Parepare. *γ787*, 8.5.2017, 2003–2005. <https://dataindonesia.id/sector-riil/detail/angka-konsumsi-ikan-ri-naik-jadi-5648-kgkapita-pada-2022>

## Lampiran 1. Pedoman Wawancara

### PEDOMAN WAWANCARA

#### POLA KOMUNIKASI ANTARA PENJUAL DALAM MEYAKINKAN PEMBELI TENTANG KEHIGIENISAN PAKAIAN BEKAS DI PAJAK MONZA KOTA TANJUNG BALAI

##### A. Identitas Informan

Nama :  
Usia :  
Jenis Kelamin :  
Pekerjaan :

##### B. Daftar Pertanyaan

###### a. Penjual

1. Sudah berapa lama berjualan di Pajak Monza kota Tanjung Balai? Sudah memiliki berapa kios dan bagaimana status kios tersebut, sudah milik pribadi atau masih menyewa?
2. Dari manakah pakaian bekas monza ini diperoleh?
3. Di Pajak Monza ini apa yang paling dicari oleh pembeli khususnya pakaian bekas? Selain itu ibu menjual pakaian bekas jenis apa saja?
4. Apa saja kendala yang sering dihadapi selama menjual pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai?
5. Mengapa tertarik menjual pakaian bekas ini padahal resiko untuk memulai usaha ini cukup besar?
6. Sebagai penjual pakaian bekas monza, pasti anda mengetahui isu-isu yang beredar saat ini? Dari mana anda mendengar isu-isu tersebut? Lalu bagaimana tanggapan dari penjual sendiri terkait isu Kehigienisan pakaian bekas monza?
7. Bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh penjual untuk meyakinkan pembeli agar pembeli terus membeli pakaian bekas monza?

###### b. Pembeli

1. Sudah berapa lama memakai pakaian bekas monza? Apakah masyarakat asli kota Tanjung Balai? Jika sudah berkeluarga, apakah seluruh anggota keluarga juga suka memakai pakaian bekas monza ini?
2. Apa saja keunikan tersendiri dari pakaian bekas monza ini?
3. Mengapa tertarik untuk membeli dan memakai pakaian bekas monza?

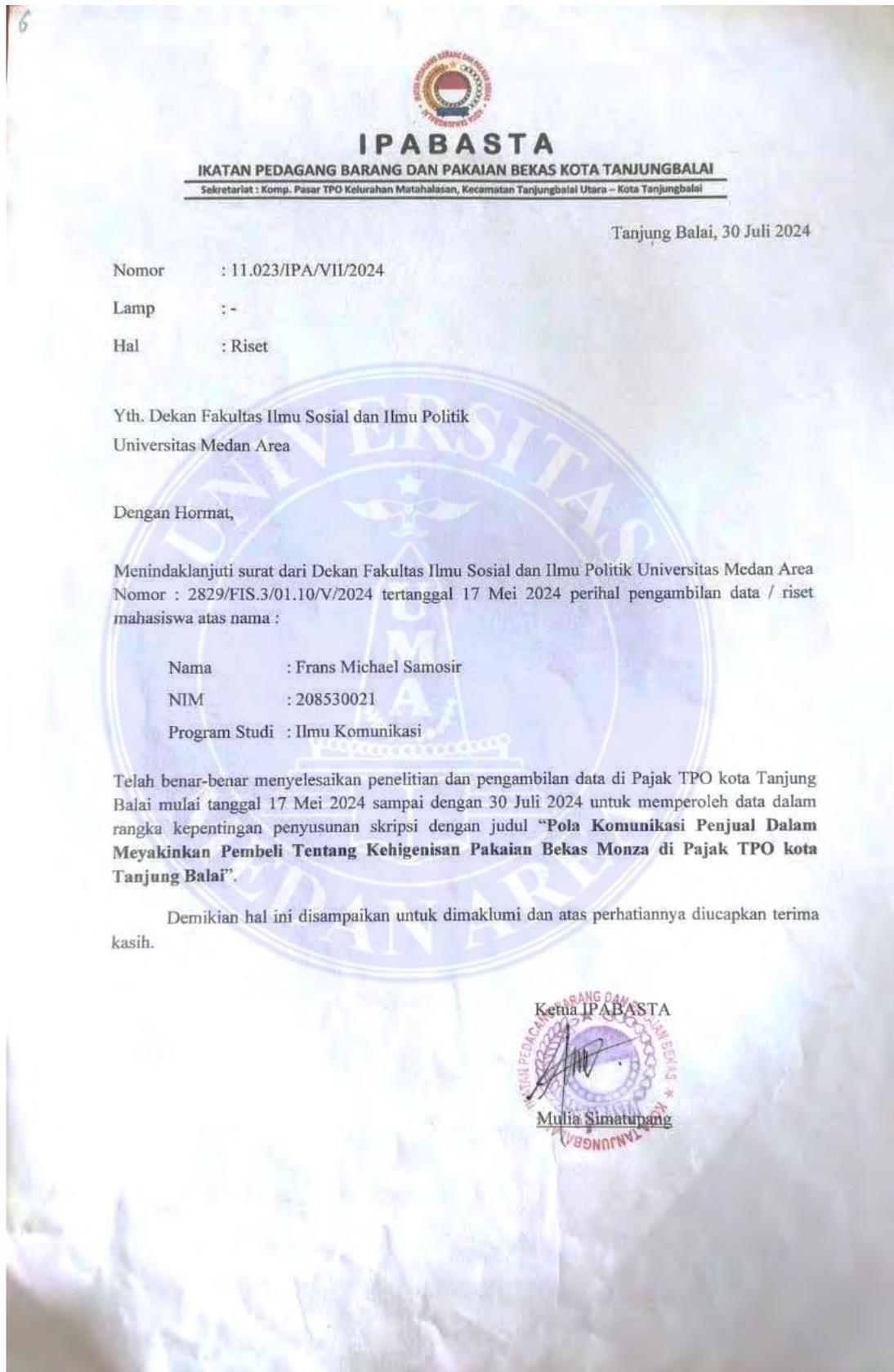
4. Sebagai pembeli pakaian bekas monza, bagaimana tanggapan pembeli terkait isu Kehigienisan pakaian bekas monza?
5. Apakah selama memakai pakaian bekas monza tersebut pernah tertular penyakit atau merasakan keluhan tertentu?
6. Apakah dengan adanya isu tersebut tidak akan membeli pakaian bekas monza lagi atau tetap saja membelinya?



## Lampiran 2. Surat Izin Riset

	<b>UNIVERSITAS MEDAN AREA</b> <b>FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK</b>
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20223 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8226331 Medan 20122 Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id	
Nomor : 2829/FIS.3/01.10/V/2024	Medan, 17 Mei 2024
Lampiran. : -	
H a l : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset	
Kepada Yth. <b>Ketua IPABASTA ( IKATAN PEDAGANG BARANG DAN PAKAIAN BEKAS KOTA TANJUNGBALAI)</b> Jl.D.I.Panjaitan, kecamatan Tanjungbalai Utara,Kelurahan Matahalasan, Kota Tanjung Balai	
Dengan hormat,	
Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak/Ibu untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini :	
Nama : Frans Michael Samosir	
NIM : 208530021	
Program Studi : Ilmu Komunikasi	
Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada IPABASTA ( IKATAN PEDAGANG BARANG DAN PAKAIAN BEKAS KOTA TANJUNGBALAI) untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :	
<b><i>"POLA KOMUNIKASI PENJUAL DALAM MEYAKINKAN PEMBELI TENTANG KEHIGENISAN PAKAIAN BEKAS MONZA DI PAJAK TPO KOTA TANJUNGBALAI"</i></b>	
Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.	
Demikian surat ini kami ajukan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.	
 Dekan <b>Dr. Wala Mardata S, S.Sos., M.I.P.</b>	
Tembusan:	
1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi	
2. Mahasiswa ybs	
3. Arsip	
	

### Lampiran 3. Surat Selesai Riset



## Lampiran 4. Transkrip Wawancara

### Identitas Informan Penjual 1

Nama : Asnawati  
Usia : 56 Tahun  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Penjual Pakaian Bekas

1. Sudah berapa lama Ibu berjualan di Pajak Monza kota Tanjungbalai? Sudah memiliki berapa kios dan bagaimana status kios tersebut, sudah milik pribadi atau masih menyewa?

Jawab : Ibu pribadi sudah berjualan selama 26 tahun, dan saat ini ibu sudah memiliki 2 kios, tapi status kios yang satu ini masih menyewa dan yang satu lagi sudah milik pribadi.

2. Dari manakah pakaian bekas monza ini diperoleh?

Jawab : Kami penjual-penjual disini biasanya mendapat pakaian bekas ini dari tokeh ball yang ada di Pajak Monza ini juga dek, mereka memiliki gudang untuk tempat penyimpanan barang tersebut. Nah kalo untuk asal negara ball pakaian bekas monza ini ya rata-rata dari Malaysia, Singapura, China, Thailand dan Korea.

3. Di Pajak Monza ini apa yang paling dicari oleh pembeli khususnya pakaian bekas? Selain itu ibu menjual pakaian bekas jenis apa saja?

Jawab : Di Pajak Monza ini yang paling sering dicari pembeli itu seperti kaos dan celana jeans. Kebetulan ibu berjualan baju, seperti kemeja-kemeja, kaos dan celana-celana keper dan katun gitu hingga pakaian dalam dek.

4. Apa saja kendala yang sering Ibu hadapi selama menjual pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai?

Jawab : Sejauh ini kendala yang sering di hadapi yaitu dimana terkadang sunyinya orang membeli pakaian bekas monza yang membuat omset penjualan menurun. Biasanya karena beberapa hal salah satunya soal isu ke higienisan pakaian bekas monza kemarin ditambah dengan pandemi Covid-19, peristiwa itu semua betul-betul mempengaruhi penjualan monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai ini kurang lebih 4 tahun belakangan ini.

5. Mengapa Ibu tertarik menjual pakaian bekas monza ini padahal resiko untuk memulai usaha ini cukup besar?

Jawab : Ibu tertarik menjual monza ini karena perputaran uangnya cukup jelas dek. Bisa dibilang usaha seperti ini gak gampang mati dan kalau pun kurang laku dalam beberapa hari tidak terlalu merugikan, bukan seperti usaha buah dan sayur-sayuran yang gampang busuk dan bakal rugi kalau barangnya tidak habis.

6. Sebagai penjual pakaian bekas monza pasti ibu mengetahui isu-isu yang beredar saat ini kan? Dari mana ibu mendengar isu-isu tersebut? Lalu bagaimana tanggapan dari ibu sendiri terkait isu Kehigienisan pakaian bekas monza?

Jawab : Oh isu itu yaa? Ibu kemarin taunya dari orang ke orang dek, dari mulut ke mulut. Menurut ibu secara pribadi sebagai penjual yang sudah cukup lama berjualan, isu tersebut tidak mengganggu pikiran dan menghalangi keinginan ibu untuk tetap berjualan pakaian monza ini karena selama ibu berjualan gak pernah ada hal aneh atau komplain dari pembeli yang ibu hadapi. Bahkan dari ibu sendiri yang menjulkannya pun gak pernah terkena penyakit apapun.

7. Bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh penjual untuk meyakinkan pembeli agar tidak perlu takut untuk membeli pakaian bekas monza ?

Jawab : Ibu sebagai penjual yang pastinya tetap melakukan komunikasi yang baik kepada pembeli dek, ibu menawarkan pakaian bekas monza ini dengan kata-kata yang sopan, ramah dan membuat pembeli itu nyaman kepada kita sebagai penjual. Selain itu ibu terus mengingatkan dan meyakinkan pembeli supaya sebelum dipakai baiknya pakaian bekas monza ini harus dicuci terlebih dahulu kemudian ibu memberikan dan menjelaskan cara-cara untuk membersihkan pakaian bekas monza ini.

#### Identitas Informan Penjual 2

Nama : Martin Butar-butar  
Usia : 33 Tahun  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Pekerjaan : Penjual Pakaian Bekas

1. Sudah berapa lama Bapak berjualan di Pajak Monza kota Tanjungbalai? Sudah memiliki berapa kios dan bagaimana status kios tersebut, sudah milik pribadi atau pribadi masih menyewa?

Jawab : Saya sudah berjualan selama 3 tahun dan sudah memiliki 1 kios milik pribadi.

2. Dari manakah pakaian bekas monza ini diperoleh?

Jawab : Kalau disini dek ada namanya tauke, kami sering bilangnye tokeh

ball. Rata-rata semua penjual monza disini memang mengambil ballnya dari mereka karena memang merekalah yang langsung berurusan sama bea cukainya, jadi kalo ball udh sampe di Pajak ini barulah nanti dikabari. Gitulah sistemnya dek.

3. Di Pajak Monza ini apa yang paling dicari oleh pembeli khususnya pakaian bekas? Selain itu bapak menjual pakaian bekas jenis apa saja?

Jawab : Menurut saya selama saya berjualan, pembeli lebih banyak mencari celana dan baju yang bermerk atau ada brandnya. Nah kalau saya sendiri lebih tertarik menjual celana-celana khusus laki-laki dan dominannya jeans karena cenderung lebih bermerk ya walaupun ada juga beberapa kaos yang saya jual. Biasanya brand yang sering dijumpai di celana-celana yang saya jual ini kayak Zara, Uniqlo, H&M, Levi Strauss & Co, Lois Jeans, dll. Karena brand-brand itulah saya perhatikan tujuan orang-orang membeli pakaian monza ini gak cuma untuk berhemat lagi, melainkan karena trend fashion sekarang yang makin berkembang pesat.

4. Apa saja kendala yang sering Bapak hadapi selama menjual pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai?

Jawab : Kendala yang sering saya alami yaitu dimana terkadang pakaian yang saya jual disini stok ballnya kosong yang membuat saya terkendala untuk berjualan. Selain itu penawaran harga dari pembeli itu kadang jatuh sekali harganya dek, jadi mau gak mau ya dijualkan ajalah walaupun kadang untungnya kecil.

5. Mengapa tertarik menjual pakaian bekas ini padahal resiko untuk memulai usaha ini cukup besar?

Jawab : Awalnya saya tertarik menjual pakaian bekas ini karena melanjutkan usaha orangtua ajanya dek. Tapi seiring berjalannya waktu alasan saya tidak hanya sekedar itu aja, saya tertarik menjual pakaian bekas monza ini karena peminat pakaian bekas monza ini sudah banyak, hampir semua kalangan menyukai monza ini selain itu modal untuk memulainya pun tidak terlalu besar.

6. Sebagai penjual pakaian bekas monza pasti bapak mengetahui isu-isu yang beredar saat ini kan? Dari mana bapak mendengar isu-isu tersebut? Lalu bagaimana tanggapan dari bapak sendiri terkait isu Kehigienisan pakaian bekas monza?

Jawab : Ya saya tau. Saya tau soal isu itu dari berita di TV dan sosial media dek. Menurut saya isu tersebut biasa saja karena sebelum saya berjualan, orang tua saya kan udah dari dulu menjual pakaian bekas monza ini tapi gak pernah kok mereka kenapa kenapa. Lalu dilanjutkanlah sama

saya sendiri dan saya pun udah berjualan selama 3 tahun tapi lihatlah saya juga sehat-sehat. Sebelumnya pun dek pakaian bekas monza ini bebas-bebas ajalah, setelah Jokowi menjabat sebagai presiden, menterinya si Rachmad Gobel ingat kali lah saya itu, langsunglah barang ini jadi ilegal. Dibilanglah gak higienis, sumber penyakit trus melumpuhkan produksi dalam negeri. Padahal kenyataannya tidak seperti itu dek, jadi tergantung kita ajanya yang menyikapinya seperti apa.

7. Bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh penjual untuk meyakinkan pembeli agar tidak perlu takut untuk membeli pakaian bekas monza ?

Jawab : Selama ini cara yang saya lakukan supaya pembeli tidak ketakutan berlebihan sama isu-isu yang beredar ini yang pastinya setiap ada pembeli yang datang ke kios saya, selalu saya ingatkan kepada mereka supaya pakaiannya wajib dicuci dulu sebelum dipakai selain lebih sehat biar lebih nyaman juga. Trus kalau punya waktu yang cukup banyak dengan pembeli dalam arti mereka juga tidak teburu-buru pergi, saya pun berusaha menjelaskan cara-cara untuk membersihkan dan mengolah pakaian bekas monza ini.

#### Identitas Informan Penjual 3

Nama : Juni Sirait

Usia : 29 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Penjual Pakaian Bekas

1. Sudah berapa lama kakak berjualan di Pajak Monza kota Tanjung Balai? Sudah memiliki berapa kios dan bagaimana status kios tersebut, sudah milik pribadi atau masih menyewa?

Jawab : Kakak udah berjualan selama 3 tahun dek dan saat ini masih memiliki 1 kios dengan status milik pribadi.

2. Dari manakah pakaian bekas monza ini diperoleh?

Jawab : Kalau kakak biasanya beli ballnya ini dari supplier lokal dek atau kalau di Tanjung ini sering dibidang tokeh ball. Tokehnya ini ya di Pajak Monza ini, kalau kamu perhatikan kiosnya itu paling depan sana pas dekat parkiran bentuknya semacam gudang.

3. Di Pajak Monza ini apa yang paling dicari oleh pembeli khususnya pakaian bekas? Selain itu kakak menjual pakaian bekas jenis apa saja?

Jawab : Setelah kakak perhatikan selama ini, pembeli banyak yang mencari baju-baju dek mau itu laki-laki ataupun perempuan. Tapi karna

kakak menjual pakaian khusus perempuan, yang kakak lihat rata-rata yang dicari dan diminati itu kayak *crewneck*, kaos *crop top* ala korea-korea gitu, trus blazer nah blazer ini pun bukan blazer hitam gitu tapi blazer yang warna-warni lagi trend sekarang itu, trus kemejah, jumpsuit, dress-dress korea, baju-baru rajut gitu dek itulah yang sering dicari makanya kakak harus update terus trend fashion sekarang ini.

4. Apa saja kendala yang sering di hadapi selama menjual pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai?

Jawab : Selama kakak jualan pakaian bekas monza ini kendala yang sering kakak alami dimana penjualan yang sepi sehingga perputaran barang-barang monza ini gak bergerak dek. Akibatnya stok yang lama menumpuk karena gak mungkin kakak gak beli ball terbaru kan karna pembeli biasanya selalu cari model-model yang update. Biasanya yang sering berganti model itu ya baju apalagi kalau baju khusus perempuan dek cepat kali berganti model. Sementara modal kakak juga masih terbatas.

5. Mengapa tertarik menjual pakaian bekas ini padahal resiko untuk memulai usaha ini cukup besar?

Jawab : Awalnya kakak cuma ikut-ikut orang ajanya dek kayak cuma membantu-bantu saja sebagai karyawan di Pajak Monza ini, tapi lama-lama kakak tertarik juga, selama ini kakak liat banyak kali yang suka monza ini hampir dari semua kalangan. Makanya dari situlah ada niat untuk berani buka usaha sendiri apalagi modal kakak udah cukup. Kakak tau memang besar resikonya tapi walaupun seperti itu tetap aja usaha kakak buka dan berjalan sampai sekarang.

6. Sebagai penjual pakaian bekas monza pasti kakak mengetahui isu-isu yang beredar saat ini kan? Dari mana kakak mendengar isu-isu tersebut? Lalu bagaimana tanggapan dari kakak sendiri terkait isu Kehigienisan pakaian bekas monza?

Jawab : Nah ini lah salah satu resiko terbesar yang harus siap kakak hadapi sebagai penjual pakaian bekas monza. Kakak tau soal isu ini. Hampir semua sosmed terutama facebook heboh kali lah sama isu ini. Menurut kakak sendiri barang inikan barang bekas dek ya otomatis memang kurang higienis tapi tidak sampai sefatal itu menularkan penyakit. Jadi kalau kakak pribadi gak masalah sama sekali sih.

7. Bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh penjual untuk meyakinkan pembeli agar tidak perlu takut untuk membeli pakaian bekas monza ?

Jawab : Seperti yang kakak bilang tadi, pakaian bekas monza ini gak perlu ditakuti sampai berlebihan. Semuanya bisa diatasi karena monza ini gak

akan sefatal itu menularkan penyakit dek. Jadi selama ini cara kakak meyakinkan pembeli itu dengan cara menjelaskan tahap-tahap atau cara-cara membersihkan pakaian bekas monza yang sesuai dengan prosedur kesehatan. Karena bagaimana pun juga sebelum pembeli membeli monza ini kami pun sebagai penjual termasuk pemakai jugalah dan efek sampingnya sampai sekarang gak ada kok. Jadi tenang aja, selama kita bersih dalam pengolahannya tidak akan menularkan penyakit apa-apa.

#### Identitas Informan Penjual 4

Nama : Roma Manurung

Usia : 35 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Penjual Pakaian Bekas

1. Sudah berapa lama Ibu berjualan di Pajak Monza kota Tanjung Balai? Sudah memiliki berapa kios dan bagaimana status kios tersebut, sudah milik pribadi atau masih menyewa?

Jawab : Ibu sudah berjualan selama 6 tahun dan saat ini sudah memiliki 2 kios dengan status kios masih menyewa.

2. Dari manakah pakaian bekas monza ini diperoleh?

Jawab : Terkadang ibu beli dari marketplace/e-commerce kayak shopee, tokopedia sama tiktok karena biasanya ketiga e-commerce ini sering live ball-ball monza ini. Tapi untuk lebih seringnya ibu lebih suka beli langsung di Pajak Monza ini sama tokeh ballnya langsung karena lebih murah, cepat sampai barangnya dan lebih puas bertanya-tanya.

3. Di Pajak Monza ini apa yang paling dicari oleh pembeli khususnya pakaian bekas? Selain itu ibu menjual pakaian bekas jenis apa saja?

Jawab : Di Pajak Monza ini pakaian bekas yang dominan dicari itu seperti baju dan celana dek, makanya karena peminat dipakaian tersebut banyak, ibu menjual semuanya mulai baju, kaos, kemeja, celana, rok untuk anak-anak hingga dewasa mau laki-laki atau perempuan.

4. Apa saja kendala yang sering Ibu hadapi selama menjual pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai?

Jawab : Hingga hari ini kendala yang sering ibu alami itu dari regulasi dan kebijakan pemerintah sendiri yang setiap tahun kadang berubah-ubah saja seperti proses masuk ball ini dipersulit atau bahkan regulasinya itu bisa mengubah pandangan masyarakat terhadap pakaian bekas monza ini

dek. Regulasi tersebut biasanya sering disangkut pautkan dengan peraturan kesehatan.

5. Mengapa tertarik menjual pakaian bekas ini padahal resiko untuk memulai usaha ini cukup besar?

Jawab : Ibu cukup tertarik menjual pakaian bekas ini karena monza ini udah cukup memiliki nama di pasaran dek, banyak masyarakat yang udah mengenali dan memakai pakaian bekas monza ini, apalagi kalau katanya monza dari Pajak Monza Tanjung Balai, siapa yang gak kenal dan gak tau yakan karena inilah pusatnya jadi kami gak perlu capek-capek lagi promosi dan sudah pasti cukup menguntungkan dan balik modal.

6. Sebagai penjual pakaian bekas monza pasti ibu mengetahui isu-isu yang beredar saat ini kan? Dari mana ibu mendengar isu-isu tersebut? Lalu bagaimana tanggapan dari ibu sendiri terkait isu Kehigienisan pakaian bekas monza?

Jawab : Oh isu itu ya jelas taulah, kan tadi udah ibu bilang isu itulah yang menjadi kendala kami yang menjual monza ini. Isu itu kan dari pemerintah, ibu taunya dari berita di TV, sosmed sama dikoran-koran. Tapi ibu gak mau ambil pusing, karena selama ibu menjual pakaian ini ibu sendiri belum pernah tertular penyakit apa-apa termasuk keluarga ibu karena mereka juga pakai monza ini. Selain itu pembeli yang datang pun belum pernah komplain kok dek.

7. Bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh penjual untuk meyakinkan pembeli agar tidak perlu takut untuk membeli pakaian bekas monza ?

Jawab : Karena ibu gak ambil pusing ibu bisa tetap tenang meyakinkan pembeli. Biasanya ibu jelasin ke mereka bahwasanya gak semua monza ini pakaian bekas ada juga kok yang masih baru liatlah ini masih ada labelnya. Lagian kalau memang ragu tidak apa-apa tetap bisa digunakan asalkan wajib dicuci dulu pake antiseptik dan semua detergen anti kuman, setelah itu jemur dan setrika. Pasti matilah kumannya dek, jadi kita tenang aja semua bisa diatasi.

#### Identitas Informan Penjual 4

Nama : Ester Simangunsong

Usia : 38 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Penjual Pakaian Bekas

1. Sudah berapa lama Ibu berjualan di Pajak Monza kota Tanjung Balai? Sudah memiliki berapa kios dan bagaimana status kios tersebut, sudah milik pribadi atau pribadi masih menyewa?

Jawab : Ibu sudah berjualan selama 8 tahun dan saat ini ibu masih punya 1 kios dengan status masih menyewa.

2. Dari manakah pakaian bekas monza ini diperoleh?

Jawab : Biasanya ibu mengambil pakaian bekas monza ini dari Pajak Monza ini juga dek dalam bentuk ball-ball gitu. Karena ada khusus di TPO ini yang menjual ball gitu namanya Tokeh ball.

3. Di Pajak Monza ini apa yang paling dicari oleh pembeli khususnya pakaian bekas? Selain itu ibu menjual pakaian bekas jenis apa saja?

Jawab : Pembeli biasanya suka mencari baju dan celana dek tapi gak jarang juga mereka suka mencari sweater atau jaket. Kakak sendiri mengakui itu karena selain kakak menjual kaos-kaos dan celana, kakak menjual jaket kain, jaket parasut, sweater, sama hoodie.

4. Apa saja kendala yang sering dihadapi selama menjual pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai?

Jawab : Sampai saat ini kendala yang sering ibu alami dan pastinya bukan ibu aja melainkan semua penjual di TPO ini ya karena susahny mendapat ball dek. Kami kurang tau juga kenapa tapi mungkin karena ada permainan juga, selain itu ball-ball ini juga sering disalah artikan sama pemerintah sehingga terkadang harga ball jadi mahal.

5. Mengapa tertarik menjual pakaian bekas ini padahal resiko untuk memulai usaha ini cukup besar?

Jawab : Menurut ibu semua usaha apapun memiliki resikonya masing masing, jadi ibu gak begitu memikirkan resiko yang penting ibu berusaha dengan sebaik mungkin, kalau ditanya kenapa tertarik ya karena ibu merasa keahlian ibu ada disini yakni berjualan baju. Kalau untuk berjualan baju baru modal ibu kurang cukup makanya ibu putar otak untuk berjualan baju monza saja dan Puji Tuhan semua kebutuhan keluarga kami tercukupi karena berjualan monza ini.

6. Sebagai penjual pakaian bekas monza pasti ibu mengetahui isu-isu yang beredar saat ini kan? Dari mana ibu mendengar isu-isu tersebut? Lalu bagaimana tanggapan dari ibu sendiri terkait isu Kehigienisan pakaian bekas monza?

Jawab : Menurut ibu isu itu sah-sah saja, terserah siapapun mau berpendapat masing-masing mau itu pemerintah atau dari masyarakat

sendiri. Kalau berbicara higienis pakaian baru yang di toko saja pun tidak higienis makanya setiap kita membeli pakaian apapun wajib dicuci dulu gak pernah langsung dipakai. Sama halnya lah dengan monza ini memang benar pakaian bekas monza ini gak higienis soalnya kan ini di impor dari luar negeri, tapi pemeliharaan dan pengolahan pakaian itu semua dari diri kita masing-masing.

7. Bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh penjual untuk meyakinkan pembeli agar tidak perlu takut untuk membeli pakaian bekas monza ?

Jawab : Ibu sebagai penjual hanya bisa mengingatkan dan meyakinkan mereka dengan menjelaskan asal pakaian monza ini darimana saja, kemudian memberikan saran-saran yang jelas terkait proses pencucian dan pembersihan pakaian bekas monza ini seperti menggunakan air panas untuk merendam monza ini kemudian diberikan detergen maupun anti tungau, anti bakteri dan lain sebagainya. Udah gitu saja. Ibu rasa sudah cukup jelas karena cara tersebut sering ibu lakukan sendiri. Jadi ngapai harus takut?. Bagi ibu pribadi isu tersebut itu tidak begitu mengganggu apalagi hanya karena hal tersebut ibu harus berhenti berjualan padahal selama ini bukannya ada ibu dan keluarga ibu maupun pembeli yang tertular penyakit berbahaya apapun dari monza ini.

#### Identitas Informan Pembeli 1

Nama : Desi Marbun

Usia : 28

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Sales Motor

1. Sudah berapa lama kakak memakai pakaian bekas monza? Apakah kakak masyarakat asli kota Tanjung Balai? Jika sudah berkeluarga, apakah seluruh anggota keluarga juga suka memakai pakaian bekas monza ini?

Jawab : Aku udah cukup lama sih memakai pakaian monza ini, udah ada sekitar 4 tahunan lah. Kebetulan juga aku bukan orang Tanjung Balai, di Tanjung ini aku cuma merantau karena kerja. Aslinya aku orang Pekanbaru dan belum berkeluarga dek makanya selama aku tinggal di Tanjung Balai ini aku cukup kaget dan senanglah ada surga monza disini karena sebelum merantau pun bukan cuma aku aja yang suka pakai monza ini tapi semua adek-adekku dan orangtuaku pun juga suka.

2. Apa saja keunikan tersendiri dari pakaian bekas monza ini?

Jawab : Sejauh ini keunikan yang aku rasakan sendiri itu seperti kualitas pakaiannya dek kayak contohnya kemeja, walaupun kemejanya bukan

bahan flanel tapi tetap tebal dan gak tembus pandang gitu beda sama pakaian baru di toko kadang lebih tipis dibandingkan monza ini.

3. Mengapa tertarik untuk membeli dan memakai pakaian bekas monza?  
Jawab : Selain karena kualitas tadi dek aku tertarik membeli pakaian bekas monza ini karena harganya yang sangat terjangkau bagi anak rantau kayak aku ini. Dengan harga yang murah itu tadi aku masih tetap bisa berhemat di perantauan ini dan pakaian yang kudapatkan pun masih betul-betul layak pakai malah lebih bagus dari pakaian baru dek.
4. Apakah kakak pernah mendengar atau membaca isu tentang penularan penyakit melalui pakaian bekas ini?  
Jawab : Oh isu itu ya? Kalo aku sendiri pernahlah kudengar sekali pas masa-masa pandemi kemarin. Kupikir udah berlalu kan dek eh rupanya isunya masih berlanjut yaa sampai sekarang karena pernah kakak baca digoogle kayak berita online gitu.
5. Sebagai pembeli pakaian bekas monza, bagaimana tanggapan kakak terkait isu Ke higienisan pakaian bekas monza?  
Jawab : Walaupun aku udah bertahun-tahun beli pakaian monza ini semenjak ada isu ini aku jadi ragu juga sih. Gimana yaa agak susah juga menjelaskannya karena rasa ragu dan takut itu ada tapi keinginan untuk tetap membeli itupun juga ada. Jadi untuk menepis rasa ketakutanku itu biasanya setelah para penjual menawarkan monza ini mulailah ku tanya-tanya ke penjualnya. Banyaklah yang kutanya dek, yang paling sering ku tanya itu ke setiap penjual-penjual yang kudatangi itu ya pakaian-pakaian bekas monza ini rata-rata asalnya dari negara mana aja, trus ini aman gak? Bersih gak? Kalo mereka jawab bersih ku tanya lagi lebih detail alasan mereka. Kadang ku bilang juga sih kalau aku gatal-gatal bakal ku balikkan bajunya ini gitu.
6. Apakah selama memakai pakaian bekas tersebut kakak pernah tertular penyakit atau merasakan keluhan tertentu?  
jawab : Selama ini dan sampai saat ini aku maupun keluargaku memang belum pernah kena penyakit apa-apa dek kayak keluhan gatal-gatal atau ruam pun gak pernah makanya aku jadi bingung sama isu-isu tersebut.
7. Apakah dengan adanya isu tersebut kakak tidak akan membeli pakaian bekas lagi atau tetap saja membelinya?  
Jawab : Karena isu itu memang ada sih terbesit sedikit dipikiranku ini untuk berhenti membeli pakaian bekas monza ini, cuma karena penjual terus meyakinkan aku dan antusias memberikan saran-saran terbaik yang

sesuai dengan prosedur kesehatan terkait cara membersihkan pakaian monza ini maka akupun jadi kembali yakin lagi dan gak takut lagi untuk membeli pakaian bekas monza ini.

#### Identitas Informan Pembeli 2

Nama : Chairil Sinambela

Usia : 26

Jenis Kelamin : Laki laki

Pekerjaan : Penjual Ikan

1. Sudah berapa lama abang memakai pakaian bekas monza? Apakah abang masyarakat asli kota Tanjung Balai? Jika sudah berkeluarga, apakah seluruh anggota keluarga juga suka memakai pakaian bekas monza ini?

Jawab : Aku udah cukup lama juga pakai pakaian monza ini bisa dibilang dari kecillah karena orangtuaku juga suka sama monza ini. Jadi udah ada sekitar 13 tahunan lah sampe sekarang.

2. Apa saja keunikan tersendiri dari pakaian bekas monza ini?

Jawab : Menurutku ciri khas atau keunikan tersendiri dari monza ini yaitu dari segi modelnya sih, karena biasanya barangnya hanya ada satu jadinya barangnya gak sama gitu bisa dibilang modelnya langka jadi kalau dipakai kemanapun gak perlu takut ada yang samaan bajunya sama punya kita.

3. Mengapa tertarik untuk membeli dan memakai pakaian bekas monza?

Jawab : Sampai saat ini yang membuat aku tertarik dan gak mau berpaling dari pakaian bekas monza ini ya karena harganya bang. Harganya itu memang murah meriahlah, apalagi kalo anak cowok kayak kita inikan masih banyak yang harus diprioritaskan, jadi dengan membeli monza ini bisa jadi alternatif lain untuk tetap bisa bergaya walaupun dengan harga yang terjangkau karena kualitas monza ini gak kalah bagus dari pakaian baru yang ada di toko.

4. Apakah abang pernah mendengar atau membaca isu tentang penularan penyakit melalui pakaian bekas ini?

Jawab : Oh iyaa pernah sih kudengar soal isu ini. Tapi informasi ini lebih sering kudengar di televisi dan sering juga kubaca di medsos dan berita online di google macam liputan6, tempo.co, dll.

5. Sebagai pembeli pakaian bekas monza, bagaimana tanggapan abang terkait isu Kehigienisan pakaian bekas monza?

Jawab : Memang semenjak ada isu-isu itu aku jadi lebih takut juga bang

untuk membeli monza ini lagi padahal aku udah punya langganan di TPO ini cuma tetaplh ku antisipasi bang, kutanyain sama penjualnya langsung biasanya barang-barangnya ini semua didapat mereka darimana aja, trus kutanya juga apa mereka pakai monza ini juga apa enggak gitu.

6. Apakah selama memakai pakaian bekas tersebut abang pernah tertular penyakit atau merasakan keluhan tertentu?

Jawab : Nah itu dia bang belum pernah sekalipun aku kena penyakit kulit apapun seperti yang disampaikan diberita-berita itu bang, makanya sebenarnya masyarakat ini jadi dibuat bingung sama isu itu.

7. Apakah dengan adanya isu tersebut abang tidak akan membeli pakaian bekas lagi atau tetap saja membelinya?

Jawab : Kemarin-kemarin memang rencananya udah mau gak kubeli lagi bang cuma setelah aku tanyain penjualnya dan udah kudengar langsung penjelasan dari mereka karena mereka pun cukup jelas menjelaskan sama kami sebagai pembeli ya akhirnya segala ketakutanku pun hilang karena memang benar gak akan mungkin monza ini sampai sefatal itu menularkan penyakit.

#### Identitas Informan Pembeli 3

Nama : Yoel Limbong

Usia : 32

Jenis Kelamin : Laki Laki

Pekerjaan : Wiraswasta

1. Sudah berapa lama memakai pakaian bekas monza? Apakah masyarakat asli kota Tanjung Balai? Jika sudah berkeluarga, apakah seluruh anggota keluarga juga suka memakai pakaian bekas monza ini?

Jawab : Abang udah 7 tahun pakai monza ini dek, abang juga asli orang Tanjung Balai dan belum berkeluarga tetapi semua keluarga abang kayak kakak, adik dan orang tua abang suka juga dengan pakaian bekas monz ini.

2. Apa saja keunikan tersendiri dari pakaian bekas monza ini?

Jawab : Setelah abang perhatikan selama ini, letak keunikannya itu dari segi ukurannya dek betul-betul banyaklah variasi ukurannya. Abang kan pernah nemani kawan abang beli celana maaf kata yaa badan kawan abang ini agak besarlah jadi kalau untuk beli celana baru ukurannya udah pasti gak ada, sementara kalau jahit bakal mahal dan menunggu lama. Nah kami carilah di TPO ini dan ternyata ada ukurannya dekk padahal kami udah cukup capek juga mencarinya di toko tapi dapatnya malah di TPO ini.

Mungkin itulah karena barang impor ini jadi ukurannya besar-besar yakan beda negara kan bentuk badannya pun beda-beda.

3. Mengapa tertarik untuk membeli dan memakai pakaian bekas monza?  
Jawab : Sebelumnya dulu abang sering memandang skeptis dunia permonzaan ini dek karena pikiran abang dulu ngapain gitu ngeluarin uang untuk beli baju bekas. Tapi setelah abang coba, ingat kali abang pas awal beli monza ini karena pengen cari jaket parasut gitu, jadi dibilang kawan abanglah kalau di Pajak Monza ini banyak jaket yang bagus-bagus dan murah lagi, dan memang benar dek harganya murah kali trus sampai sekarang jaket itu masih baguss dekk, memang mantaplah kualitasnya.
4. Apakah anda pernah mendengar atau membaca isu tentang penularan penyakit melalui pakaian bekas ini?  
Jawab : Isu soal Kehigienisan pakaian bekas monza kan dek yang dibilang pemerintah monza ini gak bersihkan? Kalau isu itu abang tau kok. Kadang memang sering berseliweran di google kayak berita-berita gitu jadi kadang terbacalah trus di Pajak Monza ini pun udah sering dibahas sesama penjual disini dek jadi udah taulah.
5. Sebagai pembeli pakaian bekas monza, bagaimana tanggapan abang terkait isu Kehigienisan pakaian bekas monza?  
Jawab : Menurut abang pribadi sebagai pencinta monza ya cukup kaget dan bingunglah dek kenapa pemerintah dengan gampangnya bisa menyimpulkan statement tersebut karena jujur pernyataan yang dipublikasikan itu cukup bikin gaduh dan meresahkan pikiran para pembeli dan bukan hanya pembeli, dari sudut pandang penjual pun pasti merasakan hal yang sama.
6. Apakah selama memakai pakaian bekas tersebut pernah tertular penyakit atau merasakan keluhan tertentu?  
Jawab : Nah kalau ditanya pertanyaan kayak gini makin bingunglah abang menjawab dek karena selama 7 tahun abang pakai monza ini dan bukan cuma abang keluarga abang juga, gak pernah kami gatal-gatal apalagi sampai kena penyakit yang parah.
7. Apakah dengan adanya isu tersebut anda tidak akan membeli pakaian bekas lagi atau tetap saja membelinya?  
Jawab : Awalnya sih jadi ragu juga dek cuma karena abang udah dengar langsung penjelasan dari para penjual udah gak takut lagi kok. Karena memang logika sih kalau saja monza ini memang berbahaya harusnya kan yang kena dampak duluan itu ya penjualnya lah tapi kita lihatlah mereka

sehat-sehat aja kok semuanya. Lagian sebelum ada isu ini dan sebelum penjual memberi saran-saran atau tahapan mencuci yang benar, abang rasa semua pembeli udah punya kesadaran masing-masing untuk mencuci terlebih dulu pakaian monza ini.

#### Identitas Informan Pembeli 4

Nama : Prasetyowati

Usia : 51 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Pedagang

1. Sudah berapa lama memakai pakaian bekas monza? Apakah masyarakat asli kota Tanjung Balai? Jika sudah berkeluarga, apakah seluruh anggota keluarga juga suka memakai pakaian bekas monza ini?

Jawab : Ibu sendiri asli Kisaran, kalau dihitung-hitung udah 15 tahunlah ibu, anak dan suami ibu memakai pakaian bekas monza ini. Selain dipakai ibu juga jual monza ini di Kisaran udah adalah 1 kios punya ibu karena kan banyak juga peminat monza di kisaran dek cuma mereka agak malas aja datang ke TPO ini mungkin karena jauh.

2. Apa saja keunikan tersendiri dari pakaian bekas monza ini?

Jawab : Kalau ditanya dari sisi pembeli dan penjual pasti jawaban ibu sama dek, keunikannya itu dari kualitasnya dan merknya dek. Udh terkenallah dek kalau kualitas monza itu lebih kuat dan tahan lama daripada pakaian baru yang ada di toko. Diimbangi lagi sama semua merk-merknya dek jadi gak jarang banyak pembeli yang puas membeli monza ini walaupun bukan pakaian baru.

3. Mengapa tertarik untuk membeli dan memakai pakaian bekas monza?

Jawab : Ibu pribadi merasa kalau membeli pakaian monza ini lebih hemat dan untung. Kalo dari sisi ibu sebagai pembeli sekaligus penjual yg pastinya bukan membeli 1 atau 2 potong pakaian sajakan, tentunya belinya langsung per-ball. Nah disitulah bisa kita lihat keuntungan dan perbandingan harga yang jauh berbeda daripada membeli atau berbisnis pakaian baru dek. Karena kondisi tersebutlah ibu sampai bela-belain nih belanja jauh-jauh dari Kisaran ke Tanjung Balai ini demi mendapatkan pakaian yang bagus-bagus dan murah.

4. Apakah ibu pernah mendengar atau membaca isu tentang penularan penyakit melalui pakaian bekas ini?

Jawab : Kalau itu jelas pernahlah dek. Ibu pernah lihat di televisi, trus ibu

mendengar langsung dari keluhan para penjual di TPO ini, gak cuma itu ibukan juga sebagai penjual pastinya ibu merasakan hal yang sama, jadi tiap hari udah cukup kebal dengan pernyataan maupun pertanyaan tentang Kehigienisan monza ini dek.

5. Sebagai pembeli pakaian bekas monza, bagaimana tanggapan ibu terkait isu Kehigienisan pakaian bekas monza?

Jawab : Menurut ibu isu ini cukup menarik perhatian banyak pembeli dek, akibatnya penjualan monza ini jadi menurun karena banyak pembeli terpengaruh dan ketakutan. Termasuk ibu, terkadang ibu jadi khawatir juga takut tertular dan takut rugi karena banyak pelanggan ibu pun berhenti membeli padahal stok ball ibu pun masih banyak.

6. Apakah selama memakai pakaian bekas tersebut pernah tertular penyakit atau merasakan keluhan tertentu?

Jawab : Itulah dek gak pernah sama sekali, keluhan dari pelanggan ibu aja gak pernah ada tapi itulah karena ada isu itu langsung panik semuanya padahal selama ini udah jelas gak pernahnya kenapa-kenapa.

7. Apakah dengan adanya isu tersebut anda tidak akan membeli pakaian bekas lagi atau tetap saja membelinya?

Jawab : Memang karena isu kemarin ibu sempat stop membeli ball dek selain karena stoknya yang masih banyak, ibu stop dulu karena kondisi dilapangan masih pada ketakutan. Tapi karena udah dijelaskan sama penjualnya secara langsung, ibu jadi tenang dan gak takut lagi. Nah karena udah seperti itu, ibu kembali menenangkan pelanggan ibu juga bahwasanya bakteri dan kuman itu memang ada tapi semuanya masih bisa diatasi dengan banyak cara.

Nama : Nova Tampubolon

Usia : 25

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Karyawan Swasta

1. Sudah berapa lama kakak memakai pakaian bekas monza? Apakah kakak masyarakat asli kota Tanjung Balai? Jika sudah berkeluarga, apakah seluruh anggota keluarga juga suka memakai pakaian bekas monza ini?

Jawab : Wah aku udah lama kali bang pakai monza ini, sejak SMP udah kupakai bang karena kami sekeluarga juga suka pakai monza ini. Aku memang bukan asli Tanjung Balai sini, aku dari Kisaran. Jauh kan? Tapi itulah bagiku jarak Kisaran-Tanjung Balai ini udah dekatlah bang karena mungkin udah terbiasa juga semua demi monza.

2. Apa saja keunikan tersendiri dari pakaian bekas monza ini?

Jawab : Aku sesuka ini sama monza karena pakaian bekas ini punya keunikannya sendiri bang dimana modelnya itulah yang unik dan langka, jarang ada modelnya itu yang banyak beda sama pakaian baru, kalau pakaian baru kan emang udah diproduksi banyak di pabrik jadi besar kemungkinan bakal ada kembaran kita ditempat lain. Trus kan bang aku suka gaya-gaya vintage gitu nah di monza ini ada semua, contohnya kayak dress banyak di monza ini dress-dress ala korea dan noni Belanda gitu bang, walaupun jadul tapi aku suka karena kesannya jadi kayak *oldies but goodies*, citra tua tapi selera muda dan lebih estetik kayak nadin.

3. Mengapa tertarik untuk membeli dan memakai pakaian bekas monza?

Jawab : Selain karena harganya yang murah, aku lebih memilih pakaian bekas monza ini ya karena kualitasnya bang, walaupun dia pakaian bekas kualitasnya itu jauh lebih bagus dari pakaian baru yang ada di toko. Trus kan bang banyak juga teman dan keluargaku yang berjualan pakaian bekas di Pajak Monza ini makanya jadi kesini teruslah aku.

4. Apakah kakak pernah mendengar atau membaca isu tentang penularan penyakit melalui pakaian bekas ini?

Jawab : Isu itu yaa? Pernah kok bang pernah. Di TPO ini kemarin kan udah heboh sama berita itu. Selain aku dengar dari berita yang pastinya dengar dari mulut ke mulut bang.

5. Sebagai pembeli pakaian bekas monza, bagaimana tanggapan kakak terkait isu Kehigienisan pakaian bekas monza?

Jawab : Sebelum aku jawab aku mau balik nanya ke abang, emang isu itu beneran ada? Karena aku sendiri gak percaya isu itu ada cuma karena semua udah heboh sampai pemerintah pun turun tangan, jujur aku sedikit ragu dan takut bang.

6. Apakah selama memakai pakaian bekas tersebut pernah tertular penyakit atau merasakan keluhan tertentu?

Jawab : Nah itulah bang bayanginlah dari SMP sampai hari ini belum pernah aku kena penyakit apapun apalagi keluargaku yang ikut jualan di Pajak Monza ini, harusnya kalau memang monza ini berbahaya mereka duluan dong yang kena sebagai penjual tapi semua sehat sampai sekarang. Makanya aku betul-betul bingung dan ragu lah bang.

7. Apakah dengan adanya isu tersebut kakak tidak akan membeli pakaian bekas lagi atau tetap saja membelinya?

Jawab : Kalau sekarang ini aku kembali membeli monza ini bang. Karena keraguanku selama ini udah dijawab sama penjualnya langsung bang. Kemarin aku langsung nanya ke penjual gimana tanggapan mereka dan mereka betul-betul serius ngejelasin cara-cara apa saja yang harus dilakukan supaya monza ini tetap aman dipakai. Aku akuilah bang komunikasi mereka memang berhasil mengubah keraguan dan ketakutan pembeli. Jadi karena hal itu sekarang ini aku berani membeli pakaian bekas monza ini bang.



## Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara



**Wawancara :** Peneliti sedang melakukan wawancara secara langsung bersama Ibu Asnawati selaku penjual pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai, pada 17 Mei 2024 pukul 14.05 WIB.



**Wawancara :** Peneliti sedang melakukan wawancara secara langsung bersama Ibu Roma Manurung selaku penjual pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai, pada 17 Mei 2024 pukul 14.35 WIB.



**Wawancara :** Peneliti sedang melakukan wawancara secara langsung bersama Ibu Ester Simangunsong selaku penjual pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai, pada 17 Mei 2024 pukul 15.10 WIB.



**Wawancara :** Peneliti sedang melakukan wawancara secara langsung bersama Bapak Martin Butar-Butar selaku penjual pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai, pada 22 Mei 2024 pukul 14.15 WIB.



**Wawancara :** Peneliti sedang melakukan wawancara secara langsung bersama Juni Sirait selaku penjual pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai, pada 22 Mei 2024 pukul 14.55 WIB.



**Wawancara :** Peneliti sedang melakukan wawancara secara langsung bersama Desi Marbun selaku pembeli pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai, pada 17 Mei 2024 pukul 15.40 WIB.



**Wawancara :** Peneliti sedang melakukan wawancara secara langsung bersama Chairil Sinambela selaku pembeli pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai, pada 17 Mei 2024 pukul 16.05 WIB.



**Wawancara :** Peneliti sedang melakukan wawancara secara langsung bersama Yoel Limbong selaku pembeli pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai, pada 17 Mei 2024 pukul 16.20 WIB.



**Wawancara :** Peneliti sedang melakukan wawancara secara langsung bersama Ibu Prasetyowati selaku pembeli pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai, pada 21 Mei 2024 pukul 14.30 WIB.



**Wawancara :** Peneliti sedang melakukan wawancara secara langsung bersama Nova Tampubolon selaku pembeli pakaian bekas monza di Pajak Monza kota Tanjung Balai, pada 21 Mei 2024 pukul 14.55 WIB.