



## BAB II

### KERANGKA KONSEPTUAL DAN KAJIAN LITERATUR

#### 2.1 Referensi Karya *Project* Terdahulu

Pertama, kami tertarik untuk menjadikan video “Distrik: *Thrifting* di Pasar Senen Sekarang Jauh Lebih Nyaman” dari kanal youtube Asumsi untuk dijadikan referensi dari video *project* kami ini. Kami juga menyertakan link video referensi kami, berikut link video “Distrik: *Thrifting* di Pasar Senen Sekarang Jauh Lebih Nyaman” dari kanal youtube Asumsi: <https://youtu.be/PyEnJxHRTQk>

Kami sendiri memilih video ini dikarenakan dalam video dari Asumsi ini kami melihat terdapat banyak referensi yang bisa kami ambil terutama bagaimana budaya *thrifting* yang ada di Indonesia, seperti bagaimana berkembangnya budaya *thrifting* ini yang membuat pakaian bekas yang tadinya dipandang rendah karena sebelum *thrifting* menjadi sebuah tren, membeli barang bekas merupakan hal yang dilakukan karena didasari oleh ketidakmampuan untuk membeli pakaian.

Dalam video ini juga kami melihat bagaimana tren *Thrifting* dapat menjadi sebuah culture dikalangan anak muda hingga bisa menjadi tempat atau lahan untuk berjualan serta menjadi pekerjaan atau usaha yang dilakukan bagi sebagian orang dan juga bagaimana barang bekas dapat dijual sampai dihargai jutaan rupiah. Selain itu dalam video dari Asumsi ini kami juga melihat bagaimana proses barang-barang bekas ini dikirim hingga dijual kembali di Pasar Senen.

Kami sendiri juga memilih Pasar Senen sebagai lokasi yang akan kami liput sehingga kami kira video dari Asumsi ini tepat untuk kami jadikan referensi karya akhir *project* kami.

© Hak cipta dimiliki IBIKKG (Asosiasi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kedua, untuk referensi video yang lain adalah video “Fakta di Balik Tren *Thrifting*” dari kanal *youtube* Kanal Bea Cukai Tv untuk dijadikan sebagai referensi dari video *project*

kelompok ini. Kami juga menyertakan link video referensi kami, berikut link video “Fakta di Balik Tren *Thrifting*” dari kanal *Youtube* Kanal Bea Cukai Tv :

<https://www.youtube.com/watch?v=lwtR2bTYCry>

Kami memilih “Fakta di Balik Tren *Thrifting*” dari kanal *Youtube* Kanal Bea Cukai Tv sebagai referensi dikarenakan dalam video “Fakta di Balik Tren *Thrifting*” banyak kontra yang dijelaskan mengenai kekurang dari melakukan *thrifting* atau dari pembelian barang bekas, dengan adanya kontra tersebut kami dapat meneliti lebih dalam serta membuat video yang lebih baik dengan mempertimbangan Pro dan Kontra dalam melakukan *thrifting*, sehingga nantinya apa yang kami kerjakan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak lain ketika ingin melakukan *thrifting* agar lebih berhati-hati dan bijaksana dalam membeli barang bekas.

Ketiga, untuk referensi selanjutnya yang kami lihat adalah video “*Feature – ‘Yang Berjasa Yang Dianggap Sebelah Mata’* “ dari kanal *youtube* Ikom Channel, kami juga menyertakan link video tersebut, berikut link video “*Feature – ‘Yang Berjasa Yang Dianggap Sebelah Mata’* “ :

<https://www.youtube.com/watch?v=cG9KN4sdjeU>

Kami memilih video “*Feature – ‘Yang Berjasa Yang Dianggap Sebelah Mata’* “ dari kanal *youtube* Ikom Channel sebagai referensi kami dikarenakan format video yang akan kelompok kami buat adalah *Feature News*, sama seperti format video “*Feature – ‘Yang Berjasa Yang Dianggap Sebelah Mata’* “ dari kanal *youtube* Ikom Channel yang memiliki format *feature news* yang dapat kami jadikan referensi dalam proses pembuatan video hingga pada proses *editing* sampai selesai.



sebagai peneliti merasa apa yang kami dapatkan selama masa perkuliahan dapat diterapkan dan disalurkan dengan baik melalui *project* yang telah kami buat.

Mata kuliah pertama yang dapat kami praktikan selama membuat *project* ini adalah jurnalistik tv 1 dan 2. Dalam mata kuliah jurnalistik tv 1 dan 2 yang kami pelajari di dua semester yang berbeda, kami mempelajari bagaimana mengolah dan memproses sebuah berita. Mata kuliah jurnalistik tv 1 dan 2 yang kami pelajari selama masa perkuliahan kami ini telah mengajarkan kami bagaimana mengolah berita dari bahan mentah menjadi sebuah karya yang dapat ditampilkan dan dinikmati oleh orang banyak

Pada praktiknya memproduksi sebuah berita memiliki 3 tahap, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi dan ketiga tahap yang telah kami pelajari selama masa perkuliahan itulah yang membantu kami dalam melaksanakan *project* berita *feature* ini sehingga kami dapat terapkan dengan baik dalam project ini, kami mencari bahan berita, memproduksi berita, dan mengolah berita agar dapat ditampilkan, dinikmati serta menarik perhatian audiens. Dapat kami simpulkan bahwa mata kuliah jurnalistik tv 1 dan 2 sangat membantu kami dalam proses membuat berita *feature* dalam *project* ini.

Mata kuliah kedua yang dapat kami praktikan dalam memproduksi berita *feature* ini adalah *cinematography* yang kami pelajari didalam semester 7. Selama masa pembelajaran di masa perkuliahan kami dalam mata kuliah *cinematography* ini kami diajari cara untuk membuat *music video*, dimana pada proses pembuatan dan pengerjaannya kami telah dibekali materi yang dapat kami praktikan dalam memproduksi *music video* ini.

Memproduksi sebuah *music video* bukan hal yang mudah, sama seperti memproduksi sebuah berita dalam memproduksi sebuah *music video* juga terdapat tiga tahap, yaitu pra-produksi, produksi serta pasca produksi. Sebelum melakukan proses produksi kami harus melakukan tahap pra-produksi, dalam tahap pra-produksi ini kami memikirkan ide, konsep



serta alur bagaimana *music video* tersebut mau diproduksi, salah satu tahap yang dilakukan dalam pra-produksi adalah membuat *storyline* dan *storyboard*.

Membuat *storyline* dan *storyboard* hal yang harus dilakukan dalam memproduksi sebuah video agar arah dan jalan cerita pada video dapat tersampaikan dengan jelas. Dalam membuat *project* berita *feature* ini kami juga tentunya membuat *storyline* dan *storyboard* terlebih dahulu, karena apa yang telah kami pelajari di mata kuliah *cinematography* ini kami dapat melakukan tahap-tahap nya dengan benar, menyusun rencana sebelum melakukan produksi sehingga apa yang kami produksi ini dapat menarik perhatian audiens.

Dalam mata kuliah *cinematography* juga kami diajarkan bagaimana cara mengambil gambar dengan berbagai macam teknik seperti pengambilan gambar *wide*, *medium*, hingga *close up shot* sehingga gambar atau *footage* yang dihasilkan dapat memuaskan mata dan mendapat hasil yang maksimal. Pada proses pembuatan dan pengerjaanya kami belajar bagaimana rangkaian yang benar dalam membuat sebuah video *cinematic* dengan teknik-teknik pengambilan gambar yang telah kami pelajari selama masa perkuliahan di mata kuliah *cinematography* ini.

Untuk menghasilkan berita *feature* yang menarik tentunya juga dibutuhkan proses pasca produksi yaitu dengan menyempurkan dan menggabungkan *footage-footage* yang telah diambil dengan cara mengeditnya, dalam tahap ini merupakan sebuah proses yang tidak kalah penting. *Footage* yang sudah di ambil harus di edit terlebih dahulu agar dapat menjadi sebuah berita *feature* yang dapat dinikmati oleh audiens, pada mata kuliah *cinematography* pun kami diajarkan bagaimana cara mengedit gambar agar lebih *cinematic* serta dapat menghasilkan hasil yang maksimal.

Melalui praktik yang kami lakukan pada mata kuliah ini dapat kami terapkan pada saat proses pengambilan gambar atau video dalam *project* ini sehingga mata kuliah *cinematography* sangat membantu dalam praktik pembuatan video *project* ini. Kami dapat

melakukan setiap tahap-tahap dengan baik dan benar dengan adanya pembelajaran yang kami peroleh selama masa perkuliahan kami terutama pada saat kami mempelajari mata kuliah *cinematography* ini.

Mata kuliah ketiga yang kami pelajari dan dapat kami manfaatkan dalam mengerjakan *project* ini adalah mata kuliah metode penelitian. Pada *project* ini kami bukan hanya melakukan proses produksi berita tetapi kami juga diharuskan untuk membuat laporan dengan standar yang telah diberikan oleh pihak kampus, pada penerapan penulisannya tidak lepas dari bantuan mata kuliah metode penelitian yang telah kami pelajari di semester enam ini.

Selama pembelajaran kami di mata kuliah metode penelitian ini kami diajarkan menulis dengan struktur dan standar yang baik dan benar sehingga pada saat kami membuat laporan untuk *project* ini kami sudah mendapat dasar penulisan yang baik berkat materi yang dipelajari dari mata kuliah metode penelitian ini. Selain itu kami juga menerapkan ilmu dari mata kuliah seperti komunikasi kelompok dan organisasi yakni dalam melakukan komunikasi antar anggota kelompok kami sehingga tujuan kelompok kami dapat tercapai, yakni menyelesaikan *project* karya akhir ini

Dengan adanya bekal serta teori yang kami dapatkan selama masa perkuliahan di tiga mata kuliah ini, kami dapat memahami bagaimana cara untuk memproduksi sebuah video berita dengan baik dan benar, karena kami sendiri juga pernah merasakan bagaimana memproduksi sebuah program acara melalui mata kuliah jurnalistik tv 1 dan 2, mulai dari mencari berita, cara membawakan berita.

Baik juga dengan mata kuliah *cinematography* kami diajarkan berbagai teknik pengambilan gambar dan cara mengedit video yang dapat menarik *audiens*. Dengan adanya ilmu yang kami sudah dapatkan dari para mata kuliah inilah kami bisa menyelesaikan projek





karya akhir ini, sehingga kami sangat ingin ber-terimakasih kepada para dosen yang sudah mengajarkan ilmu-ilmu yang sangat berharga ini kepada kami selama masa perkuliahan kami.

## 2.3 Kajian Literatur

Kami memilih Teori *Word Of Mouth* sebagai teori yang kami gunakan, serta pengertian dari Teori *Word Of Mouth* adalah merupakan sebuah kegiatan pemasaran dalam memberikan informasi suatu produk atau jasa dari satu konsumen kepada konsumen lainnya untuk membicarakan, mempromosikan dan mau menjual suatu merk kepada orang lain atau dalam kata lain pemasaran yang terjadi karena adanya pembicaraan dari mulut ke mulut sehingga suatu barang atau merk bisa dikenal banyak orang.

Dalam penelitian ini menurut kami teori yang berkesinambungan dengan *Thriftifing* adalah teori *Word Of Mouth* yang terjadinya dikarenakan sebuah tren dari *thriftifing* adalah pembicaraan mulut ke mulut yang menyebar luas sehingga *Thriftifing* tersebut bisa menjadi salah satu hal yang digemari banyak kalangan salah satunya anak muda dikarenakan banyaknya pembicaraan yang mengangkat hal positif dari *Thriftifing* salah satunya harga yang terjangkau juga kualitas yang masih bagus walaupun tergolong barang bekas.

Kami memilih teori *Word Of Mouth* karena fenomena tren *Thriftifing* bukan hanya memiliki pengaruh terhadap lingkungan dan konsumen saja, tetapi juga memiliki pengaruh kepada para distributor dan penjual yang merasakan dampak dari fenomena tren *Thriftifing* ini. Teori *Word Of Mouth* ini merupakan teori yang dapat digunakan untuk memasarkan sebuah produk dan jasa dengan melakukan marketing melalui pembicaraan, promosi dan rekomendasi dari konsumen mengenai produk atau jasa kepada orang lain secara antusias dan sukarela. Dimana pada penerapan *Word Of Mouth* ini para konsumen tidak sadar bahwa mereka telah membantu para penjual barang bekas dalam melakukan marketing.



Penjualan barang bekas tidak hanya dilakukan dengan membuka toko saja tetapi dengan adanya perkembangan zaman serta masa pandemi yang ada, membuat banyak peluang bagi para penjual untuk menjual barang bekas secara *online* dengan memanfaatkan sosial media sebagai tempat untuk berjualan. Dalam penerapan *Word Of Mouth* tidak selalu harus secara langsung, tetapi bisa juga melalui bantuan sosial media, seperti para *influencer* yang merasa puas akan sebuah produk *thrifting* yang mereka dapatkan atau mereka beli maka mereka dengan secara sukarela akan mempromosikan barang yang mereka dapatkan kepada para pengikutnya dengan *me-mention* akun penjual, dengan melakukan hal tersebut juga penjual akan mendapatkan promosi yang gratis karena kepuasan konsumen terhadap produk yang mereka jual.

Teori *Word Of Mouth* memang pada dasarnya digunakan sebagai salah satu cara pemasaran yang dilakukan berdasarkan kepuasan konsumen, tetapi penerapan Teori *Word Of Mouth* pada tren *thrifting* ini adalah salah satu faktor yang menjadikan *Thrifting* menjadi sebuah fenomena karena penyebaran tren *thrifting* tidak hanya melalui mulut ke mulut tetapi juga tersebar melalui sosial media yang dasarnya juga atas kesenangan pelaku *thrifting* terhadap barang yang mereka dapatkan dari melakukan *thrifting* tersebut yang secara tidak langsung mengajak orang lain untuk melakukan pembelian barang bekas juga, karena dengan membeli barang bekas kita juga bisa mendapatkan barang dengan kualitas yang baik dan juga barang ber-Merk dengan harga yang terjangkau.

Kelebihan yang dapat kita rasakan saat melakukan *thrifting* juga yaitu barang yang kita dapatkan hanya satu dan tidak diproduksi dalam kuantiti yang banyak sehingga barang yang kita dapatkan saat melakukan *thrifting* hanya kita yang memilikinya dan itu juga merupakan daya tarik dari melakukan *thrifting*, dan kami merasa bahwa Teori *Word Of Mouth* cocok untuk fenomena tren *thrifting* karena penyebaran tren *thrifting* ini dilakukan

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Larangan menjiptip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa pencahayaan dan menyebarkan sura-  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,  
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun  
tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Larangan menjiptip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa pencahayaan dan menyebarkan sura-  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,  
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun  
tanpa izin IBIKKG.





melalui penyebaran mulut ke mulut baik secara langsung maupun dengan bantuan sosial media.

Dalam penggunaannya, Teori *Word Of Mouth* ini sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan dapat digunakan dimana saja, juga tak melihat kalangan usia, karena pada dasarnya Teori *Word Of Mouth* sering terjadi dengan tidak disadari oleh masyarakat. Karena penggunaan Teori *Word Of Mouth* yang sering kali tidak disadari ini telah membantu dalam menyebarkan mengenai budaya tren *thrifting* ini oleh konsumen atau pelaku *thrifting*.

Maka dari itu kami memilih Teori *Word Of Mouth* sebagai dasar teori kami, karena tren *thrifting* tidak akan menjadi sebuah budaya yang tren atau digemari banyak orang jika tidak disampaikan oleh pelaku *thrifting* itu sendiri, jika bukan pelaku yang menyebarkan maka tren *thrifting* ini tidak akan seperti sekarang yang banyak digemari oleh masyarakat, serta peran para pelaku *thrifting* juga besar dalam menyebarkan mengenai budaya tren *thrifting* ini dalam upaya mengubah cara pandang membeli barang bekas.