

BAB II

DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN

Pada bagian ini, peneliti akan mendeskripsikan mengenai objek dan subjek penelitian yang diteliti. Objek dari penelitian ini adalah strategi promosi yang dilakukan oleh *owner* @Basicxasik. Peneliti akan menjelaskan mengenai sejarah berdirinya @Basicxasik, arti logo dari @Basicxasik, dan media sosial Instagram @Basicxasik. Data-data mengenai objek penelitian ini diperoleh melalui hasil wawancara dengan *owner* @Basicxasik dan studi dokumen berupa gambar dari fitur-fitur Instagram @Basicxasik. Selain itu, peneliti juga akan membahas dan mendeskripsikan tentang subjek penelitian yaitu profil *owner* dari @Basicxasik. Data tentang subjek penelitian diperoleh melalui hasil wawancara dengan *owner* @Basicxasik.

A. Sejarah @Basicxasik

@Basicxasik merupakan akun bisnis *thrift shop* menjual produk celana bekas (Bayu, hasil wawancara, 23 Februari 2024). Sesuai dengan data melalui media sosialnya, @Basicxasik berdiri pada tanggal 23 April 2021 yang berasal dari Yogyakarta. Pada tahun 2020, *owner* @Basicxasik yakni Bayu Setiawan memulai bisnis *thrift* bergabung dengan teman yang mempunyai toko di daerah Godean Yogyakarta. Awal mulanya produk *thrift* yang dijual oleh Bayu beragam mulai dari *shirt*, *t-shirt vintage*, *outer*, celana, kemeja flanel, *hoodie*, dan sepatu, sedangkan teman yang

mengajak Bayu bergabung mempunyai bisnis yang berjalan dibidang jasa yakni cuci sepatu.

“Awal mula berdiri itu aku diajak teman yang punya toko di daerah Godean, temenku buka jasa cuci sepatu, itu tahun 2020 pas waktu pandemi lagi gencar-gencarnya. Dulu awal-awal semuanya tak jual, mulai dari *shirt*, *t-shirt vintage*, *outer*, celana, kemeja flanel, *hoodie*, sama sepatu.” (Bayu, hasil wawancara, 12 Januari 2025).

Dari yang awalnya Bayu mulai berjualan melalui toko *offline* yang bergabung dengan temannya, lalu Bayu memiliki inisiatif sendiri untuk berjualan juga melalui media sosial Instagram. Bayu membuat akun Instagram @Basicxasik pada tanggal 23 April 2021. Seiring dengan berjalannya waktu muncul masalah pribadi dengan temannya yang membuat Bayu keluar dari toko pada tahun 2022. Kemudian Bayu memilih untuk melanjutkan bisnis *thrift shop*nya melalui media sosial Instagram sampai sekarang.

“Terus berjalannya waktu aku juga mulai jualan lewat Instagram, itu sekitar tanggal 23 April tahun 2021 aku buat akun Instagramnya. Terus di tahun 2022 sempet ada masalah pribadi sama temen yang ngajak buka toko bareng, alhasil aku keluar dari toko dan ngelanjutin sendiri usaha *thrift*ku yang tak jual lewat Instagram.” (Bayu, hasil wawancara, 12 Januari 2025).

Awalnya Bayu menjual berbagai macam barang *thrift*, lalu melihat dari hasilnya selama berjualan ternyata lebih banyak barang *thrift* berupa celana yang lebih laris terjual daripada barang *thrift* lainnya, sehingga Bayu memilih untuk berfokus menjual barang *thrift* berupa celana saja.

Kemudian dari segi *restock* barang juga mempengaruhi Bayu untuk mempertimbangkan. Hal tersebut dikarenakan Bayu terjun langsung sendiri mencari satu persatu barang-barang *thrift* yang akan dijual, sehingga lebih banyak memakan waktu untuk mendapatkan barang dan tidak semua barang *thrift* terjual dengan cepat. Oleh karena itu dari beberapa pertimbangan tersebut Bayu memilih untuk berfokus menjual barang *thrift* berupa celana saja.

“Dari awalnya yang semua tak jual berakhir cuma jualan celana aja sampai sekarang, karena tak pikir-pikir mending fokus jualan celana aja biar orang kalo cari celana langsung belinya di akunku. Terus tak lihat dari awal jualan yang lebih banyak larisnya itu celana daripada yang lain. Dari segi cari barang buat dijual juga kalo semua tak jual agak susah karena nyari barangnya satu-satu langsung ke pasar sama toko-toko yang jualan *thrift*.” (Bayu, hasil wawancara, 12 Januari 2025).

Barang *thrift* yang bermerek dulu didapatkan melalui toko *thrift* di pasar ketika sedang membuka *ball*. Dari yang awalnya Bayu ikut membuka *ball thrift* di pasar, lalu pada tahun 2023 Bayu memberanikan diri untuk membuka *ball thrift* celana sendiri. Hingga sampai sekarang Bayu mendapatkan barang untuk dijual dari membuka *ball* sendiri. Celana yang didapatkan dari *ball thrift* terkadang bermerek, namun banyak juga yang tidak bermerek. Celana yang bermerek terjualnya sangat cepat, berbeda dengan celana yang tidak bermerek terjualnya membutuhkan waktu yang sedikit lebih lama. Oleh karena itu Bayu menuturkan bahwa

dalam berbisnis terutama dalam bidang *thrift* harus memiliki kesabaran dan kekonsistenan.

“Dulu cari barang yang bagus itu dapetnya lewat orang pasar, suka ikut buka *ball* dari yang punya toko. Terus akhirnya kemarin mulai tahun 2023 berani buka *ball thrift* celana sendiri, awalnya dapet *channel* dari orang pasar trus cari di *online* sendiri dapet *ball* dari Bandung. Sampai sekarang alhamdulillah dapet barangnya dari beli *ball* sudah nggak nyari sendiri satu-satu. Barang yang didapet kadang bagus ada mereknya tapi kadang ada yang nggak bermerek juga, tapi alhamdulillahnya sampai sekarang kejual semua, kalau yang bermerek cepet banget kejualnya, tapi yang nggak bermerek agak lama kejualnya, tapi ya akhirnya tetep kejual, harus sabar dan konsisten kalau jualan *thrift* pokoknya.” (Bayu, hasil wawancara, 12 Januari 2025).

B. Logo @Basicxasik

@Basicxasik memiliki logo dengan perpaduan warna hitam, kuning, dan putih yang bertuliskan BASIC ASIK *thrift* disertai dengan gambar bintang jatuh, garis putus-putus, dan garis bersambung yang dikemas dalam bentuk lingkaran. Warna hitam pada tulisan dan gambar pada logo @Basicxasik melambangkan elegan, modis, dan *timeless*. Bayu ingin memberikan kesan bahwa pakaian bekas itu menarik, keren, dan tidak ketinggalan zaman karena siklus tren *fashion* selalu berulang. Warna hitam dan kuning pada gambar bintang jatuh melambangkan perjalanan dan transformasi. Bayu berharap bahwa pakaian bekas yang redup dalam warna hitam dapat menjadi bersinar dengan diminati lebih banyak orang dalam warna kuning. Lalu warna putih yang menjadi *background* logo

@Basicxasik untuk membuat elemen pada logo terlihat lebih menonjol (Bayu, hasil wawancara, 12 Januari 2025).

Kemudian tulisan pada logo yakni kata *Basic* dalam bahasa inggris, memiliki arti yaitu simpel, lalu kata *Asik*, memiliki arti yaitu menyenangkan, dan kata *thrift* dalam bahasa inggris, memiliki arti barang bekas. Dari nama tersebut Bayu selaku *owner* dari @Basicxasik ingin menunjukkan bahwa dengan menggunakan pakaian bekas yang simpel akan dilihat lebih menyenangkan kalau pembawaan dari orang yang memakai itu percaya diri (Bayu, hasil wawancara, 12 Januari 2025).

Gambar 3. Logo Basicxasik



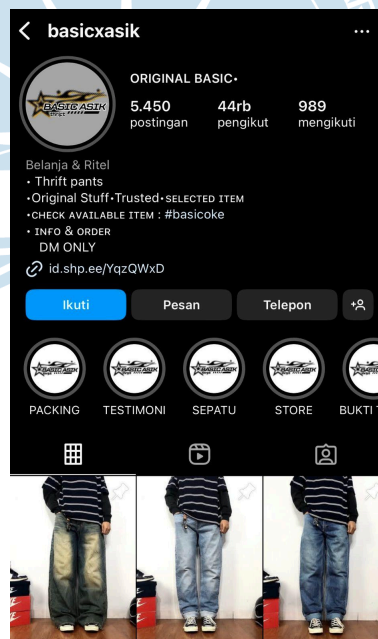
Sumber: Instagram @Basicxasik

Lalu dari gambar bintang jatuh melambangkan harapan dan pergerakan yang cepat. Bayu ingin menunjukkan bahwa pakaian bekas memiliki kesempatan kedua untuk kembali dipakai dan dihargai keberadaannya. Kemudian pakaian bekas terus berkembang dan selalu *up to date* mengikuti tren *fashion* yang sedang terjadi. Gambar dari garis

putus-putus melambangkan pakaian bekas yang hampir terlupakan, lalu berubah menjadi garis bersambung yang dihidupkan kembali melalui @Basicxasik ini. Bentuk lingkaran dari logo @Basicxasik melambangkan siklus pakaian bekas yang dapat dipakai kembali, Bayu menuturkan ingin berpartisipasi dalam menjaga lingkungan dengan berjualan pakaian bekas (Bayu, hasil wawancara, 12 Januari 2025).

C. Media Sosial Instagram @Basicxasik

Gambar 4. Profil Instagram @Basicxasik



Sumber: Instagram @Basicxasik

Instagram memiliki berbagai fitur yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi, berinteraksi, mencari hiburan, mendapatkan referensi, membangun branding diri atau perusahaan, serta berjualan atau promosi dengan cara yang mudah, cepat, dan jangkauannya yang lebih

luas. Dengan penggunaan Instagram membantu @Basicxasik dapat mengenalkan produknya secara lebih mudah, cepat, dan jangkauannya yang lebih luas sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk membeli produk dari @Basicxasik (Bayu, hasil wawancara, 12 Januari 2025). Akun Instagram @Basicxasik memiliki sebanyak 44.000 pengikut. @Basicxasik membagikan *postingan* berupa foto dan video mengenai produk yang ditawarkan. Konten tersebut digunakan untuk memasarkan produk dan menjadi media interaksi dengan pembeli. Pembeli dari @Basicxasik dapat bertanya, memesan, dan memberikan masukan atau keluhan melalui fitur *direct message*.

D. Profil Narasumber

Narasumber dalam penelitian ini adalah Bayu Setiawan *owner* dari @Basicxasik. Narasumber berasal dari Kabupaten Bantul, Yogyakarta, dan lahir pada 27 November 2000. Saat ini, narasumber tinggal di sebuah kos Armma yang terletak di Gang Pangkur 5, Kaliurang St No. KM 5, Karang Wuni, Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta (Bayu, hasil wawancara, 12 Januari 2025).