

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokus Penelitian

Lokus penelitian adalah merujuk pada lokasi atau tempat di mana suatu penelitian dilakukan. Lokus penelitian ini dilakukan di Kota Bandung, yang dikenal sebagai salah satu pusat perkembangan industri *clothing* dan *fashion* di Indonesia, khususnya dalam subkultur *streetwear*. Kota Bandung memiliki banyak komunitas pecinta *streetwear* serta desainer lokal yang berkontribusi pada tren mode urban yang unik dan berkarakter.

Selain itu, berbagai toko *clothing* independen, distro (*distribution outlet*), dan acara *fashion* yang berfokus pada *streetwear* sering kali diselenggarakan di kota ini, menjadikan Bandung sebagai tempat yang strategis untuk meneliti peran komunitas *streetwear* khususnya *skateboard*. Keberadaan industri kreatif yang berkembang pesat di Bandung juga memberikan pengaruh signifikan terhadap perkembangan budaya *streetwear*, menjadikan kota ini sebagai lokus yang tepat untuk penelitian ini.

3.2 Populasi Penelitian

Populasi penelitian adalah keseluruhan jumlah objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian dilakukan penarikan kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku industri *clothing* dan komunitas urban *streetwear* seperti *skateboard* atau musik *underground* yang secara langsung terlibat dalam perkembangan *clothing streetwear* di Kota Bandung.

3.3 Metode Penelitian

Menurut Auerbach and Silverstein (dalam Sugiyono, 2022), penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis dan menafsirkan teks hasil wawancara untuk mengungkap makna di balik suatu fenomena. Penelitian kualitatif merupakan penelitian mengenai kehidupan masyarakat, sejarah, perilaku, fungsi organisasi, gerakan sosial atau hubungan timbal balik (Strauss & Corbin, 1990). Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Peneliti menggali lebih dalam terhadap kejadian, aktivitas dan fenomena yang terjadi yang melibatkan satu atau lebih individu.

3.4 Partisipan Penelitian

Partisipan adalah individu yang terlibat dalam proses penelitian dalam memberikan informasi tentang hal-hal yang dialami atau pengetahuan yang dimiliki mengenai bidang tertentu. Partisipan penelitian ini diambil berdasarkan *purposive sampling* atas pertimbangan tertentu. Data partisipan penelitian yang berkaitan dengan penelitian peran komunitas *skateboard streetwear* dalam industri *clothing* di kota Bandung (studi pada *clothing* UNKL347) disajikan pada Tabel 3.1 sebagai berikut.

Tabel 3.1 Partisipan Penelitian

No.	Partisipan	Keterangan	Kode
1.	Dendy Darman	Pendiri <i>Clothing</i> UNKL347	P-1
2.	Ali Fakri	<i>Skateboarder</i>	P-2

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tahapan strategis dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan data (Sugiyono, 2022, hal.104). Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian peran komunitas *skateboard streetwear* dalam industri *clothing* di kota Bandung (studi pada *clothing* UNKL347) adalah:

1. Observasi

Observasi adalah proses pengumpulan informasi yang dilakukan melalui pengamatan dengan mewajibkan peneliti terjun secara langsung ke lapangan (Mamik, 2015, hal.97). Observasi yang dilakukan pada penelitian, peneliti mengamati situasi sosial tertentu. Menurut Spradley (1998), situasi sosial diidentifikasi menjadi 3 (tiga) elemen utama yakni tempat, aktor dan kegiatan. Peneliti pun melakukan observasi partisipasi/individu yang merupakan metode penting dalam antropologi. Observasi tersebut dianggap dapat membantu peneliti dalam memahami kebiasaan dan aktivitas dalam sebuah situasi sosial.

Observasi penelitian ini dilakukan dengan mengunjungi secara langsung industri *clothing*/acara *clothing* di Kota Bandung. Dalam observasi ini, peneliti akan dapat mencatat, menganalisis dan menarik kesimpulan berdasarkan berbagai temuan hasil observasi. Pada penelitian ini, observasi peran komunitas *streetwear* dilakukan pada tanggal 06 Oktober 2024 pada acara festival *clothing* "Flex-Con" berdasarkan pedoman observasi sesuai Tabel 3.2 sebagai berikut.

Tabel 3.2 Pedoman Observasi

Instruksi:

Beri (✓) pada kala “Ya” apabila aspek yang diamati sesuai dan “Tidak” apabila aspek yang diamati tidak sesuai.

No.	Aspek yang Diamati	Skala	
		Ya	Tidak
1.	Sebagian besar pengunjung memakai t-shirt oversized dan hoodie serta desain grafis unik		
2.	Aksesori seperti topi snapback, sepatu sneaker menjadi elemen umum penampilan <i>streetwear</i>		
3.	Pakaian yang dikenakan menunjukkan pengaruh dari tren internasional seperti <i>street culture</i> dan gaya urban.		
4.	Pengunjung sering mencari produk brand lokal yang memiliki identitas kuat.		
5.	Kolaborasi antara brand lokal dengan musisi indie dalam menciptakan produk inovatif		
6.	Komunitas <i>streetwear</i> sering kali berkumpul di distro atau acara seperti pameran fashion dan festival musik.		
7.	Komunitas berbagi tren dan informasi melalui media sosial dalam memperkuat penyebaran tren <i>streetwear</i> .		
8.	Komunitas memiliki peran penting dalam mempromosikan brand lokal dan memperkenalkan tren baru melalui acara-acara besar.		
9.	Tren <i>Streetwear</i> dilakukan oleh brand dan komunitas melalui media sosial seperti Instagram atau TikTok.		
10.	Budaya kreatif Bandung, terutama dalam seni grafiti, musik indie, dan skateboard, memberikan fondasi kuat bagi pertumbuhan <i>streetwear</i> di kota ini		

2. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan percakapan secara langsung yang dirancang secara khusus dengan tujuan tertentu, dimana pewawancara dan narasumber terlibat untuk menyampaikan

informasi tentang topik tertentu (Mamik, 2015, hal.101). Wawancara dilakukan sebagai teknik pengumpulan data guna memperoleh data yang belum didapatkan pada saat observasi.

Peneliti melakukan wawancara berdasarkan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya untuk memberikan garis besar data-data apa saja yang perlu didapatkan. Wawancara yang dilakukan bersifat terbuka agar dapat lebih fleksibel dalam mengembangkan dan menangkap topik pembicaraan. Wawancara ini melibatkan para konsumen distro, pelaku industri *clothing*, dan komunitas *streetwear* di Kota Bandung.

Teknik pengumpulan data melalui wawancara menggunakan pedoman wawancara (terlampir) yang telah dipersiapkan untuk kemudian dicatat oleh peneliti. Pengumpulan data pun menggunakan alat pendukung seperti perekam suara. Wawancara dilakukan oleh peneliti pada partisipan sesuai dengan jadwal yang tertuang pada Tabel 3.3 sebagai berikut.

Tabel 3.3 Jadwal Wawancara Partisipasn Penelitian

No.	Tanggal	Partisipan	Kode
1.	06 Agustus 2024	Dendy Darman	P1
2.	06 Agustus 2024	Ali Fakri	P2

Kegiatan wawancara dilakukan peneliti dengan memberikan sejumlah pertanyaan berdasarkan pedoman wawancara yang telah dibuatkan sebelumnya. Adapun pedoman wawancara tercantum pada Tabel 3.4 sebagai berikut.

Tabel 3.4 Pedoman Wawancara Penelitian

Kode: P1	
Pertanyaan	
1.	Apa yang membedakan antara Brand dan Clothing? Jawab :
2.	Bagaimana terkait istilah "Clothing" dan "Distro"? Jawab :
3.	Bagaimana perkembangan clothing di Kota Bandung? Jawab :

4. Sebagai pemilik brand UNKL, bagaimana cara dalam menjalankan bisnisnya?
Jawab :
5. Sewaktu membangun UNKL, apakah ada penentuan segmen pasarnya tidak?
.....
6. Untuk saat ini, mayoritas konsumen berasal darimana?
Jawab :
7. Clothing UNKL diperuntukkan untuk kalangan mana saja?
Jawab :
8. Bagaimana proses *movement streetwear* di UNKL?
Jawab :
9. Bagaimana bentuk komunikasi dan kolaborasi yang terjalin antara UNKL dan komunitas skateboard?
Jawab :
10. Bagaimana tanggapan Anda, jika terdapat sebuah brand yang bukan berasal dari komunitas itu. Namun pada akhirnya membeli komunitas tersebut?
Jawab :
11. Menurut Anda, *streetwear* itu apa?
Jawab :
12. Apakah ada ciri khusus untuk *streetwear*?
Jawab :
13. Bagaimana cara mensegmentasikan *streetwear* di industri clothing? Apakah dari segi desain atau bagaimana?
Jawab :
14. Saat ini, terdapat desain baju yang memiliki model saku seperti army. Menurut Anda, apakah itu salah satu bentuk kolaborasi desain?

	Jawab :
15.	Apakah ada ciri khusus untuk <i>streetwear</i> dari segi gambar atau pertemuan desainnya? Jawab :
16.	Pada UNKL, desainnya sendiri itu terinspirasi darimana? Jawab :
17.	Dalam proses produksi, apakah ada bahan-bahan khusus yang digunakan? Jawab :
18.	Apakah UNKL menciptakan produk <i>streetwear</i> yang eksklusivitas dan inklusivitas? Jawab :
19.	Apakah UNKL selalu mengikuti pasar? Jawab :
20.	Bagaimana terkait harga produk UNKL di bidang <i>streetwear</i> ini? Jawab :

Kode: P2	
Pertanyaan	
1.	Sebetulnya role model skateboard itu seperti apa? Apakah dalam berpakaian anak skateboard itu lebih bebas atau memang harus memakai baju kaos dan celana longgar? Jawab :
2.	Di Kota Bandung sendiri itu bagaimana perkembangan dalam skateboard? Jawab :
3.	Ciri khas berpakaian skateboard itu bagaimana? Apakah dari segi sablon, bahan baju atau bagaimana? Lalu, apakah berpakaian seperti itu memang diharuskan? Jawab :

4.	Nah kalau tentang Skatepunk itu bagaimana? Jawab :
5.	Sempat lihat satu videoclip, orang bermain skateboard padahal musicnya bergenre dream pop. Berarti tidak berpengaruh juga, genre music itu?
6.	Tadikan disebutin kalau ciri khas pakaian kaya sablonan gambar kecil disebelah kiri dst. Nah kenapa harus seperti itu? Jawab :
7.	Jadi secara tidak langsung brand bandung itu role modelnya tetap dari luar? Jawab :
8.	Keterkaitan skateboard dengan clothing, apakah memiliki clothing bandung itu dulunya memang pemain skateboard atau hanya sebatas suka skateboard aja? Jawab :
9.	Berarti hal kaya sebagai bentuk dukungan ke skateboard? Misalnya, Dia lahir dari scene skateboard berarti otomatis membuat baju nya tentang skateboard. Nah apakah dia juga mendukung skateboard dalam movement nya? Jawab :
10.	Apakah dari segi clothing, cara memberikan sponsor pada skateboarder itu memberikan impact lebih atau tidak? Jawab :
11.	Impact nya sebesar apa? Karena yang saya lihat, lingkup skateboard di Bandung itu kecil. Otomatis seseorang yang memakai suatu brand tertentu akan terlihatnyapun oleh orang yang itu itu saja. Tetapi kenapa bisa terlihat sampai orang luar? Jawab :
12.	Berarti misalnya, brand saya mensupport skateboard itu cuman untuk brand saya itu brand untuk skateboard?

Jawab :

13. Tapi hal tersebut sah tidak? Misalnya, kita pakai kaos band tapi kita tidak tau band nya tapi kita disebut posser. Nah apakah sama ketika orang memakai baju skateboard tapi orang tersebut tidak bermain skateboard itu disebut sebagai posser juga?

Jawab :

14. Berbicara keren bermain skateboard, kenapa menurut kamu itu keren?

Jawab :

15. Kalau Maison sendiri berfokus ke skateboard? Apakah ada desain tersendiri?

Jawab :

16. Perkembangan skateboard di Bandung gimana?

Jawab :

17. Anak-anak skateboard yang bermain di trotoar atau di jalan itu kan fasilitas umum, apakah itu mengganggu tidak sih?

Jawab :

18. Berarti bisa dikatakan hal tersebut sebagai bentuk protes mungkin ya?

Jawab :

19. Sejarah skateboard di Bandung kaya gimana?

Jawab :

20. Apakah ada intimidasi dari pemerintah yang menurut mereka salah itu kan biasanya tetep salah harus dihilangkan?

Jawab :

21. Apakah Brand di Kota Bandung hanya focus ke pasar? tidak idealis seperti dulu?

Jawab :

22. Berarti bisa jadi sebuah pekerjaan ya kalau setiap clothing punya riders, nah skateboard itu bisa dijadikan mata pencaharian pada skateboarders ya?

- | | |
|-------|--|
| 23. | Bagaimana pandangan kamu ketika melihat fenomena orang yang memakai baju skateboard tapi KW? |
| Jawab | : |
| 24. | Bagaimana pengaruh pakaian skateboard ke industri saat ini? |
| Jawab | : |
| 25. | Lalu, bagaimana role model pakaian skateboard Anda? |
| Jawab | : |
| 26. | Apa elemen penting dalam berpakaian skateboard? |
| Jawab | : |
| 27. | Menurut Anda, apakah clothing di Kota Bandung telah menunjang dalam hal skateboard? |
| Jawab | : |

3. Studi Pustaka

Pengumpulan data yang berasal dari sumber kajian pustaka atau studi literatur dari berbagai jenis karya ilmiah seperti jurnal, *e-book*, skripsi, tesis, majalah ilmiah dan sebagainya. Sehingga peneliti dapat memposisikan objek penelitiannya dengan penelitian terdahulu/ pernah dilakukan sebelumnya.