BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah *Fashion* Di Dunia

Sejak jaman dahulu, kebutuhan manusia yang paling utama berupa 3 hal. Yaitu pangan, papan dan sandang. Pangan adalah kebutuhan manusia yang paling utama dari kelangsungan hidupnya dan sebagai asupan makanan bagi tubuh. Papan atau tempat tinggal adalah tempat dimana manusia bernanung dari terik matahari dan hujan. Fungsi utamanya adalah sebagai benteng atau tempat berlindung dan mempertahankan diri.

Lalu yang terakhir, sandang, adalah pelindung/pembungkus tubuh dari hawa dingin dan panas. Dahulu kala manusia purba memakai kulit kayu atau hewan yang tersedia dialam. Kemudian manusia menemukan teknologi pemintal. Yaitu merubah kapas menjadi benang untuk ditenun sebagai bahan pakaian yang kita pakai sampai dewasa ini.

Awalnya fungsi pakaian adalah sebagai pelindung/pembungkus tubuh, namun seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi yang semakin pesat fungsi pakaian bertambah sebagai pemberi kenyamanan sesuai kebutuhan pemakainya serta mencerminkan strata sosial manusia itu sendiri. Dan semakin berkembang menjadi apa yang kita sebut sebagai *mode/fashion.*

Mode/fashion adalah gaya berpakaian yang popular dalam suatu budaya. Dalam suatu era, *fashion* dapat membuat perubahan dan memberi cerminan

tentang masyarakat di era tersebut. Namun, hal ini tidak dapat berlangsung lama. Seiring perubahan zaman, dari tahun ke tahun *fashion* selalu berubah dengan cepat. Segalanya dengan cepat dapat menjadi *trend mode*. Sesuatu yang kita kenakan hari ini dapat menjadi *so-last-yeartrend fashion* dihari berikutnya.

Bila ditahun-tahun sebelumnya *fashion icon* utamanya adalah perempuan, kini itu tidak berlaku lagi. Para pria pun mulai 'menemukan' arah *fashion* mereka. Contohnya adalah penggunaan *jeans/denim*. *Jeans* adalah sejenis celana yang dibuat menggunakan bahan yang keras dan kuat yaitu *denim.* Pada awal mula kemunculan *jeans* sebagai pakaian, *jeans* hanya digunakan oleh para pekerja karena awal mula *jeans* ini diciptakan yaitu sebagai pakaian kerja. Kebanyakan yang memakainya adalah para pekerja pabrik zaman dulu.

Jeans pertama kali diperkenalkan di Amerika Serikat pada tahun 1872 oleh *Levi Strauss*. Pada tahun itu hanya para pekerja pabrik dan pertanian yang memakai celana *jeans*. Namun, ditahun 1950-an *jeans* menjadi *mode popular* bagi para remaja. Dimasa itu pula *jeans* menjadi *rockabilly* bagi mereka.Lalu, pada dasawarsa 2000-an, *jeans* menjadi terkenal. *Jeans* mulai dipergunakan sebagai pakaian kerja dan pakaian *mode* tidak tetap. Dan mulai dibuat dalam berbagai macam bentuk dan warna.

Sampai sekarang, *jeans* merupakan *icon fashion* yang tidak pernah mati. Orang menggunakan *jeans* sehari-hari. Tidak pernah ada yang salah dari penggunaan celana *jeans,* baik panjang maupun pendek, lelaki atau perempuan. *Jeans* sebagai *never ending icon* mulai merambah keluar dari area *fashion.*

3.1.1.1 Sejarah *Peter Says Denim*

'Peter Says Denim' merupakan sebuah *indie clothing* yang berawal dari pemikiran seorang anak muda yamg bernama Peter Firmansyah. Dalam beberapa tahun kebelakang memulai karirnya menjadi salah satu *vendor* (pemasok) *jeans* bagi beberapa *distro* yang ada di Bandung. Setelah melihat keberadaan pemasar *denim (jeans)* yang masih belum begitu dikenal pada saat itu, Peter memutuskan untuk membuat salah satu *brand denim* bernama *"Revenge Denim Killer"*. Tapi sayangnya saat itu usahanya kurang maju, dan akhirnya Peter memutuskan untuk jalan sendiri dan membuat salah satu usaha lagi yang benar-benar fokus pada *jeans*.

Dibekali dengan ketertarikannya pada musik, Peter yang pada saat itu tergabung pada salah satu band bernama *"Peter Say Sorry"* mendapat ide untuk memberikan *brand image* pada jeansnya *'all about music'* dan memulai seri pertama celana tersebut sesuai nama bandnya, yaitu *"Peter Say Sorry"*. Berawal dari kamar kost nya usaha tersebut dimulainya, mulai dari promo, berjualan lewat media online, sampai mengantarkan barang, Peter akhirnya memutuskan membawa *brand* nya ke *level* yang baru, dari sanalah tercipta nama *"Peter Says Denim"* ditahun 2008. *Peter Says Denim* pada awal berdirinya adalah sebuah CV. dengan nama CV. *Peter Group.* Seiring pada perkembangan perusahaan ini, lalu pada tahun 2011 berubah menjadi PT. *Peter Says Denim*.

Peter Says Denim memiliki visi menjadi salah satu *brand* Indonesia yang bisa mendunia, serta berkompetisi dengan banyak *brand* besar diluar sana. Contohnya seperti *Affends, Macbeth, Drop Dead, Rocket Clothing* dan lain-lain.

Peter ingin menepis *stigma* bahwa Indonesia hanya ‘jago kandang’. Dengan visi tersebut, Peter memperkenalkan *Peter Says Denim* untuk menjadi suatu *brand* yang mungkin dimata dunia bukanlah siapa-siapa, menjadi salah satu *brand* yang juga cukup berkembang didunia musik dan *fashion*. *Peter Says Denim | Music. Denim. Attitude.*

Peluang *Peter Says Denim* untuk menjadi *brand image* dikalangan anak muda sekarang cukuplah baik. Dikarenakan *passion* produk ini yang mengarah pada musik dan *fashion* sehingga tidaklah sulit untuk mendapatkan tanggapan dari masyarakat, terutama kalangan anak muda. Karena jarak anak muda dan musik sangatlah dekat. Musik terus menerus berkembang dan anak muda selalu hadir disetiap perkembangannya. Untuk masalah *design*, setiap *design* yang dihasilkan *Peter Says Denim* dikemas dengan gaya *Old Skool, simple* dan praktis yang sesuai dengan gaya anak muda sekarang.

Selama ini *Peter Says Denim* mempromosikan dirinya melalui sosial media yaitu *Twitter, facebook, Tumblr* dan *websitenya* sendiri. Beberapa kali mengadakan *gigs* atau acara musik dengan mendaulatkan dirinya sebagai sponsor utama, masih dengan tujuan yang sama yaitu mempromosikan perusahaannya.

Sejak tahun 2008 *Peter Says Denim* telah mengeluarkan beberapa artikel produk. Mulai dari celana, t-shirt, tas, jaket, dompet dan lain-lainnya. Namun, perhatian utama dari *brand* ini adalah *denim* atau celana *jeans* dan. Beberapa artikel yang dikeluarkan oleh *Peter Says Denim* semenjak 2008 adalah:

- ***Planets (fall 2009)***

  Edisi yang dikeluarkan seri ke 2 dari *Peter Says Denim* ini adalah seri diakhir tahun 2009 dimana *Peter Says Denim* mengeluarkan satu celana "*Saturn*" yang harganya sampai Rp.600.000,-. Berikut contoh gambar celananya:

Gambar 3.1
"Saturn"



Sumber: www.petersaysdenim.com

Dan adapun produk apparel lainnya selain *jeans* atau denim yang sudah diproduksi oleh *Peter says Denim*, berikut beberapa contoh gambarnya:

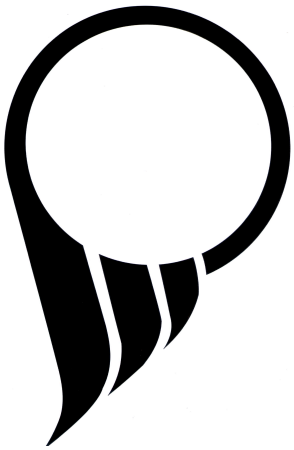
Gambar 3.2

TEES & APPAREL 2008 – 2012



Sumber: www.petersaysdenim.com

Gambar 3.3
Logo *Peter Says Denim*



Sumber: www.petersaysdenim.com

Gambar diatas merupakan logo yang dipergunakan oleh *Peter Says Denim* hingga saat ini, logo tersebut mempunyai filosofi tersendiri yaitu: Lingkaran itu adalah garis yang berkesinambungan artinya kesuksesan yang dicapai diharapkan terus menerus datang.Garis 3 sayap menunjukan 3 tujuan

1. Membuat perubahan
2. Memberi kekuatan
3. Memelihara keteguhan

3.1.1.2 Sejarah *Peter Says Denim Invasion Tour*

'*Peter Says Denim Invasion Tour*' adalah salah satu program promosi *Peter says Denim* yang sudah dilaksanakan diempat negara asia tenggara yaitu: Indonesia, Malaysia, Singapore, Philiphines, nama *Invasion Tour* sendiri diambil karena *Peter Says Denim* ingin menyerang dalam arti memperkenalkan produk mereka keluar yaitu ke manca negara. Jadi tidak hanya didalam negeri saja

mereka dikenal, tetapi diluar mereka bisa menjual produknya juga. Rangkaian *tour* ini dimulai bulan Oktober 2011 sampai Januari 2012.

Pada rangkaian *Peter Says Denim Invasion Tour* ada panggung yang akan menampilkan *headliner* band *Rocket Rockers* dari Indonesia dan beberapa band lainnya seperti *Jolly Jumper* dan *Billfold, Avalance* dan *Caracal* dari Singapore, *I Reveval, Dj Nast, Tres Empire* dan *An Honest Mistake*dari Malaysia, juga band-band *Peter Says Denim Compilation* 2011pada tanggal-tanggal tertentu dan juga band pendukung lainnya. Selain itu akan ada booth yang menjual produk *Peter Says Denim.* Berikut dokumentasi kegiatan promosi *Peter Says Denim Invasion Tour:*

Gambar 3.4

Peter Says Denim Invasion Tour Indonesia



Sumber: www.petersaysdenim.com

Gambar 3.5

Peter Says Denim Invasion Tour Malaysia



Sumber: www.petersaysdenim.com

Gambar 3.6

Peter Says Denim Invasion Tour Singapore



Sumber: www.petersaysdenim.com

Gambar 3.7

Peter Says Denim Invasion Tour Philiphines



Sumber: www.petersaysdenim.com

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Deskriptif. Pengertian Kualitatif menurut Sugiyono dalam bukunya Memahmi Penelitian Kualitatif adalah:

"pendekatan ini digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagian instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitia kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi" (sugiyono, 2005:1).

Adapun penelitian kualitatif menurut David Williams (1995) dalam buku Lexy Moleong menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah:

“Pengumpulan data pada suatu latar ilmiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah.”(Moleong, 2000:5)

Serta pengertian penelitian deskriptif menurut Sukmadinata adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2006:72). Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecendrungan yang tengah berlangsung.

Furchan menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dirancang untuk memperoleh informasi tentang status suatu gejala saat penelitian dilakukan. Lebih lanjut dijelaskan, dalam penelitian deskriptif tidak ada perlakuan yang diberikan atau dikendalikan serta tidak ada uji hipotesis sebagaimana yang terdapat pada penelitian eksperiman. (Furchan 2004:447)

3.2.1 Subjek Penelitian dan Informan

3.2.1.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang, atau keadaan, yang menjadi sasaran penelitian atau pusat perhatian.Keadaan dimaksud bisa berupa sifat, kuantitas, dan

kualitas (benda, orang, dan lembaga), bisa berupa perilaku, kegiatan, pendapat, pandangan penilaian, sikap pro-kontra atau simpati-antipati, dan keadaan batin. Subjek penelitian adalah pemilik dan para Pegawai *Peter Says Denim.*

3.2.1.2 Informan

Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang diminta keterangan nya tentang sesuatu dan dalam penelitian ini nara sumber harus seseorang yang sesuai dengan persyaratan peneliti sehingga data yang di peroleh dapat kredibel karena memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut.

Informan dari penelitian ini ditentukan melalui suatu tehnik yang diharapkan dapat memenuhi kriteria responden yang dibutuhkan yakni menggunakan *Purposive Sampling. Purposive Sampling* adalah:

"Pemilihan sampel *purposive* atau bertujuan, kadang-kadang disebut sebagai *judgement* sampling, merupakan pemilihan siapasubjek yang ada dalam posisi terbaik untuk memberikaninformasi yang dibutuhkan. Karena itu menentukan subjek atau orang-orang terpilih harus sesuai dengan ciri-ciri khusus yang dimiliki oleh sample itu" (Moleong, 2007:25)

Tabel 3.1

Daftar Informan

No	Nama Lengkap	Jabatan
1	Peter Firmansyah	Owner
2	Krishna Barata	General Promotion
3	Boiike Hadiwibowo	Marketing Sales

Sumber: Peneliti, 2013

Tabel 3.2

Daftar Informan Pendukung

No	Nama Lengkap	Keterangan
1	Edward Satria	Pemilik toko WORMHOLE
2	Siar Kasyah	Pengamat Fashion
3	Sena Senjani	Konsumen Pengguna Denim
4	Vareza Darwin	Konsumen Pengguna Denim

Sumber: Peneliti 2013

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara mendalam

Untuk memperoleh informasi secara akurat dari narasumber langsung sebagai data primer, peneliti menggunakan metode wawancara. Wawancara adalah cara pengumpulan data yang dalam pelaksanaannya mengadakan Tanya jawab terhadap orang-orang yang erat kaitannya dengan permasalahan, baik secara tertulis maupun lisan guna memperoleh keterangan atau masalah yang diteliti.

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara *(interviewer)* sebagai orang yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai *(interviewee)* sebagai orang yang memberikan atas pertanyaan itu". (Koentjaraningrat:1996).

Wawancara dapat dilakukan beberapa kali untuk memberikan data-data yang benar-benar aktual.Seperti juga dalam metode penelitian lainnya, kualitatif sangat bergantung dari data dilapangan dengan melihat fakta-fakta yang ada. Data yang terus bertambah dimanfaatkan untuk verifikasi teori yang timbul dilapangan, kemudian terus-menerus disempurnakan selama penelitian berlangsung.

2. Observasi Partisipan

Observasi Partisipan adalah suatu proses pengamatan yang dilakukan oleh observer dengan ikut mengambil bagian dalam kehidupan orang-orang yang akan diobservasi. Observer berlaku sungguh-sungguh seperti anggota dari kelompok yang akan diobservasi. Apabila observer hanya melakukan pura-pura berpartisipasi dalam kehidupan orang yang akan diobservasi tersebut dinamakan Quasi Partisipant Observation. Dalam observasi partisipan perlu diperhatikan beberapa hal untuk meningkatkan kecermatan. Pertama adalah persoalan pencatatan yang harus dilakukan diluar pengetahuan orang-orang yang sedang diamati. Pencatatan yang diketahui akan menimbulkan kecurigaan bahwa pencatat bukan anggoa kelompok tersebut. Bilaman terjadi hal seperti itu kerap kali obyek yang diamati akan bertingkah laku tidak wajar karena mengetahui mereka sedang diamati. Kemungkinan tingkah lakunya dibuat-buat supaya dicatat sebagai tingkah laku yang baik atau sebaliknya dibuat-buat agar dikategorikan buruk.

3. Studi Pustaka

Peneliti juga melakukan pencarian data melalui sumber-sumber tertulis untuk memperoleh informasi mengenai objek penelitian ini, sebagai data sekunder.Diantaranya, studi litaratur untuk mendapatkan kerangka teoritis dan memperkaya latar penelitian melalui jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian, kliping dari berbagai media cetak, dan mengunjungi situs-situs web di internet yang mendukung penelitian.

4. Pencarian di Internet (*Internet Searching*)

Pencarian data diintenet merupakan salah satu langkah yang digunakan peneliti sebagai bentuk satu trobosan efisiensi waktu dalam perolehan data maupun studi literatur, dengan memanfaatkan situs-situs yang sifatnya gratis *(freeware)* maupun parabayar *(payment)*.

3.2.3 Teknik Analisa Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai dilapangan. Dalam hal ini Nasution (1998) dan dikutip oleh Prof. Dr. Sugiyono dalam judulnya "Memahami Penelitian Kualitatif" menyatakan bahwa:

> "analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian." (Sugiyono, 2012:89)

Menurut Dr. Maryaeni, M. Pd. dalam bukunya yang berjudul "Metode Penelitian Kebudayaan" menjelaskan bahwa:

> “analisis merupakan kegiatan: (1) pengurutan data sesuai dengan rentang permasalahan atau urutan pemahaman yang ingin diperoleh; (2) pengorganisasian data dalam informasi, kategori, ataupun unit perian tertentu sesuai dengan antisipasi penelitian; (3) interpretasi peneliti berkenaan dengan signifikasi butir-butir ataupun satuan data sejalan dengan pemahaman yang ingin diperoleh; (penilaian atas butir ataupun satuan data sehingga membuahkan kesimpulan: baik atau buruk, tepat atau tidak tepat, signifikan atau tidak signifikan.” (Maryaeni, 2005:75)

1. Analisis Sebelum Di Lapangan

Penelitian kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukanfokus penelitian. Namun demikian focus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama dilapangan.

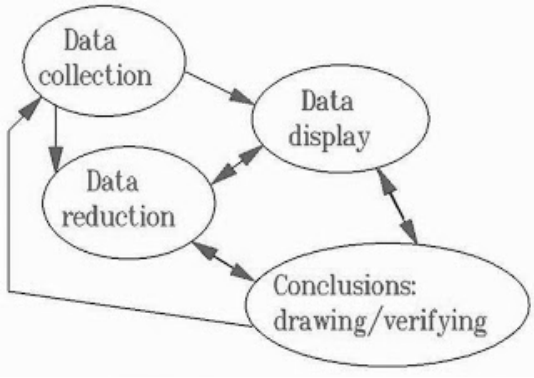
2. Analisis Selama Di Lapangan Model Miles and Huberman

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis belum terasa memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan *conclusion drawing/verivication.*

Setelah peneliti melakukan pengumpulan data, maka peneliti melakukan *anticipatory* sebelum melakukan reduksi data. *Anticipatory data reduction is occurring as the research decides (often without full awareness) which conceptual*

frame work, which sites, which research question, which data collection, approaches to choose. Selanjutnya model interaktif dalam analisis data ditunjukan sebagai berikut:

Gambar 3.8
Komponen Dalam Analisis Data (*Interactive Model)*



Sumber : Sugiyono, 2012:92

a) **Data *Collection* (Pengumpulan Data)**

Data yang dikelompokan selanjutnya disusun dalam bentuk narasi-narasi, sehingga berbentuk rangkaian informasi yang bermakna sesuai dengan masalah penelitian.

b) **Data *Reduction* (Reduksi Data)**

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyakj, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti yang telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, *kompleks* dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analis data melalui *reduksi* data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

c) Data *Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Kalau dalam penelitian kualitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk *table, grafik, phie card, pictogram*, dan sejenisnya. Melalui dua penyajian tersebut, maka dua terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

d) *Conclusion Drawing / Verivication* (Penarikan Kesimpulan)

Langkah terakhir dalam analisis data kualitaif menurut *Miles and Huberman* adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat semetara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahapan 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 kredibel.

e) Evaluasi

Melakuan verifikasi hasil analisis data dengan informan yang didasarkan pada kesimpulan tahap ke empat. Tahap ini dimaksimalkan untuk menghindari kesalahan interpretasi dari hasil wawancara dengan sejumlah informan yang dapat mengaburkan makna persoalan sebenarnya dari fokus penelitian.

3.2.4 Uji Keabsahan Data

Berikut adalah tehnik pemeriksaan keabsahan data yang dikemukakan oleh Moleong:

a. **Perpanjangan Keikutsertaan,** yaitu keikutsertaan peneliti dalam jangka waktu yang lama dan kedalaman lokasi penelitian. Kegunaan utama tehnik ini yaitu, mencegah terjadinya *distorsi*data atau keterbukaan peneliti terhadap pengaruh ganda yaitu faktor-faktor kontekstual dan pengaruh bersama pada peneliti dan subjek penelitian yang pada akhirnya mempengaruhi fenomena yang diteliti. Caranya dengan memperlambat waktu penelitian dan memperdalam area penelitian sampai peneliti benar-benar yakin akan keaslian datanya.
b. **Triangulasi,** Denzim membedakan empat macam triangulasi sebagai tehnik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori yang lain.
c. **Kecukupan Referensi,** yaitu mengumpulkan data tertulis selengkap mungkin. Misalnya dengan rekaman video, suara, foto, dsb.

3.2.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan dikota Bandung, tepatnya dikantor *Peter Says Denim* dijalan Sido Mulyo 25 jalaprang Bandung 40123, No telp. 022-2501662.

3.2.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan, selama bulan September 2012 sampai bulan Juli 2013. Mulai dari persiapan, pelaksanaan hingga ke penyelesaian.