BAB III

OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pelaku usaha industri kreatif bidang desain grafis di Kota Bandung. Industri kreatif bidang desain grafis dapat berupa berbagai hal yang termasuk didalamnya. Yaitu desain logo, desain website, desain poster, desain iklan, desain video, dan lain sebagainya. Namun yang jelas suatu karya desain grafis bernilai ekonomis yang tinggi jika diberdayakan dengan baik. Dalam penelitian ini, objek penelitian yang akan dibahas yaitu berkaitan dengan hal-hal tentang pelaku usaha industri kreatif bidang desain grafis di Kota Bandung.

3.1.1 Industi Kreatif di Kota Bandung

Industri kreatif di Indonesia dan khususnya di Kota Bandung dewasa ini telah menunjukan aktifitas yang menggembirakan. Keanekaragaman budaya dan seni yang ada di Indonesia dan khususnya di Kota Bandung dapat mempengaruhi potensi kreatif yang timbul pada masyarakat. Sebelum masuk kepada industri kreatif di Kota Bandung, perlu diketahui terlebih dahulu bahwa saat ini industri kreatif yang ada di Indonesia telah menunjukan bahwa industri kreatif yang dihasilkan oleh masyarakat yang bergerak di bidang industri kreatif berpotensi dapat bersaing dengan dunia

global. Hal ini dapat dilihat melalui data-data dibawah ini:

Tabel 3.1
Daftar Capaian Industri Kreatif Indonesia

Kategori	Dari (Negara)	Capaian (Negara)	Sumber
Industrial Competitiveness	133	38	UNIDO
Global Competitiveness	148	38	*World Economic Forum*
Network Readiness	144	76	*World Economic Forum*
Global Innovation	142	85	WIPO

Sumber: Indonesia Kreatif, 2013

Data diatas merupakan hasil dari kegiatan industri kreatif di Indonesia jika dibandingkan dengan industri kreatif di negara lain. Pemerintah pusat baru memahami bahwa potensi industri kreatif ini sangat bermanfaat jika dapat diolah dan diberikan perhatian yang lebih. Ini dapat terlihat pada tahun 2011 dimana saat itu Presiden me *reshuffle* kabinetnya dimana beliau memasukkan urusan industri kreatif ini didalam kementrian lembaga, yakni di dalam Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Sejak saat itu, setidaknya urusan atau kegiatan yang bergerak di bidang industri kreatif lebih diperhatikan oleh pemerintah.

Menurut Kementrian Perdagangan Republik Indonesia dalam buku *Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025* menyebutkan bahwa industri kreatif dapat dikelompokkan kedalam 14 sub sektor. Sub sektor tersebut diantaranya : periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, feysen, video (film dan fotografi), permainan interaktif (game), musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak

(*software*), televisi dan radio, dan riset pembangunan. Ke- 14 sektor tersebut merupakan acuan dalam pengembangan jenis usaha kreatif yang ada di Indonesia, termasuk di Kota Bandung. Data jumlah pelaku industri kreatif di Kota Bandung dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 3.2: Potensi Industri Kreatif di Kota Bandung

POTENSI SEKTOR USAHA KREATIF DI KOTA BANDUNG

No.	Sektor Usaha Kreatif	Jumlah Unit Usaha	Keterangan
1	Periklanan	275	Hasil studi industri kreatif Indonesia 2007 yang diprakarsai oleh Departemen Perdagangan RI, kelompok industri kreatif di Indonesia meliputi 14 sektor
2	Pasar Seni dan Barang Antik	49	
3	Kerajinan Tangan	511	
4	Desain	17	
5	Fesyen	893	
6	Film, Video dan Fotografi	297	
7	Perangkat Lunak Hiburan Interaktif	18	
8	Musik	156	
9	Seni Pertunjukan	1.301	
10	Arsitek	90	
11	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	275	
12	Televisi dan Radio	38	
13	Penerbitan dan Percetakan	547	
14	Riset dan Pengembangan	390	
15	Kuliner*	532	* Bandung Pusat Wisata Kuliner
	J U M L A H	5.291	

Sumber ; Hasil Kajian Bappeda Kota Bandung, 2008

Sumber: Bappeda, 2008

Kota ini menyuguhkan banyak keragaman kegiatan kreatif yang dilakukan oleh masyarakat yang tinggal di Kota Bandung. Kita mengetahui bahwa banyak sekali potensi-potensi kreatif yang ada di Bandung, sebagai contoh kekreatifannya dalam bermusik. Saat ini, hampir semua musisi-musisi nasional lahir dan berkembang dari Kota Bandung.

Sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat yang identik dengan alat musik tradisionalnya yaitu angklung. Angklung yang hanya terbuat dari bambu dapat menghasilkan nada yang harmonis untuk didengar sehingga alat musik tradisional ini dapat dipergunakan dalam pertunjukan musik. Angklung telah mendapatkan hak

paten UNESCO sebagai alat musik tradisional asli Indonesia.

Kegiatan kreatif yang menghasilkan peluang usaha lain ditunjukan masyarakat Kota Bandung dengan cara lahirnya *distro*. Distro merupakan istilah dari kata *distribution store* dimana kalimat tersebut berarti toko distribusi atau tempat untuk berjualan. Distro mulai muncul di Kota Bandung pada pertengahan tahun 90'an dimana model pemasarannya berawal dari band-band indie yang lahir di Kota Bandung. Band indie tersebut menjual pernak pernik termasuk pakaian yang berkaitan dengan sekmentasi golongannya sendiri. Seiring dengan perkembangannya, distro komersial bermunculan di Kota Bandung dimulai dengan merk dagang oval pada tahun 1998, Airplane pada tahun 1999 kemudian mulailah menjamur distro-distro di Kota Bandung.

Kehidupan kreatif di Bandung semakin meningkat, dimana pada tanggal 21 Desember 2008 sebuah wadah organisasi yang memayungi kegiatan-kegiatan kreatif lahir di Kota Bandung yaitu Bandung Creative Community Forum (BCCF). BCCF adalah sebuah forum dan organisasi lintas komunitas kreatif yang di deklarasikan dan didirikan oleh berbagai komunitas kreatif di kota Bandung. BCCF merupakan sebuah organisasi mandiri yang memiliki tujuan untuk dapat memberikan manfaat bagi masyarakat pada umumnya dan komunitas kreatif di kota Bandung khususnya.

Potensi kreatif yang dimiliki oleh masyarakatnya menjadikan kota ini didaftarkan ke UNESCO oleh Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk menjadi kota kreatif dunia dengan berbasis pada desain. Pemerintah pusat melihat peluang ini untuk menjadikan Bandung tidak hanya dikenal oleh rakyat Indonesia

saja, melainkan Bandung dikenal oleh dunia.

3.1.2 Pelaku Industri Kreatif Bidang Desain Grafis di Kota Bandung

Dalam industri kreatif bidang desain khususnya desain grafis lahir dan berkembang karena adanya potensi-potensi industri kreatif lain yang menopang sektor grafis tersebut. Contohnya bagaimana kegiatan usaha kreatif di bidang distro/feysen di Kota Bandung yang semakin maju. Distro/feysen membutuhkan suatu karya desain grafis yang menawarkan daya tarik tersendiri sebagai suatu hiasan yang terdapat dalam pakaian.

Tidak hanya itu saja, desain dalam bentuk dua dimensi dalam sebuah produk memberikan sentuhan seni grafis yang dapat meningkatkan nilai jual suatu produk tersebut. Sebagai contoh bagaimana bungkus kripik singkong pedas dimana pada tahun 2011-2013 sempat menjadikan kripik singkong pedas menjadi makanan ringan yang di produksi di Bandung yang banyak dijual di kota lain di Indonesia. Itu merupakan sebagaian contoh bahwa karya desain grafis dari sebuah produk tersebut dapat menjadikan nilai jual suatu barang meningkat.

Potensi desainer grafis di Bandung saat ini sangat baik, dimana dapat kita lihat melalui banyaknya jumlah mahasiswa yang memilih ilmu desain grafis atau desain komunikasi visual dalam setiap angkatan di masing-masing perguruan tinggi yang ada di Kota Bandung yang menyediakan jurusan desain grafis. Institut Teknologi Bandung (ITB) sebagai perguruan tinggi favorit di Indonesia pada tahun 2013 menerima mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain sebanyak 237 mahasiswa

dengan pendaftar sebanyak 3763. Meskipun jumlah pendaftar yang mencapai ribuan tersebut tidak menutupi bahwa banyak dari mereka yang berasal dari luar daerah Bandung. Akan tetapi, yang patut kita perhatikan bahwa masyarakat telah melihat potensi kreatif yang dimiliki oleh Bandung dalam pendidikan tentang desain yang terfokus pada desain grafis sangat banyak. Belum lagi jika kita melihat perguruan tinggi swasta di Bandung yang mempunyai jurusan studi desain grafis/desain komunikasi visual cukup banyak, diantaranya adalah : UNIKOM, ITHB, ITENAS, Widyatama, Telkom University, Unpas, STSI, dan lain sebagainya. Ini membuktikan bahwa masyarakat kreatif yang mempunyai modal kreatif yang ingin menyalurkan bakatnya sangat banyak di Kota Bandung.

Potensi penyerapan tenaga kerja di dunia desain khususnya desain grafis saat ini terbilang cukup mudah. Karena mereka yang bergerak di bidang ini dapat bergerak sendiri dengan berwirausaha ataupun masuk dan bergabung di dalam perusahaan-perusahaan yang membutuhkan jasa dari seorang desainer grafis, seperti rumah fotografi, agensi periklanan, distro, dan masih banyak lainnya. Data yang peneliti dapat melalui Indonesia Kreatif menyebutkan bahwa terdapat 36 desainer yang terdaftar, dimana jumlah tersebut terbagi kedalam tingkatan-tingkatan sesuai dengan potensi yang mereka miliki.

Sebagai kota yang dikenal dengan kreatifitas masyarakat perkotaan yang kreatif, Kota Bandung memiliki berbagai perusahaan-perusahaan kreatif yang bergerak di bidang desain grafis. disamping itu, komunitas-komunitas dan organisasi desain grafis juga banyak terdapat di Kota Bandung. Peran serta mereka sangat

dibutuhkan untuk memberdayakan pelaku industri kreatif bidang desain grafis di Kota Bandung. Organisasi desain grafis yaitu Forum Desain Grafis Indonesia dan Asosiasi Desain Grafis Indonesia. Adapun *Bandung Creative City Forum* (BCCF) sebagai organisasi besar yang mendorong kegiatan kreatif yang dapat berdampak pada perkembangan desainer grafis pun patut untuk diapresiasi keberadaannya.

3.1.2.1 Bandung Creative City Forum (BCCF)

Bandung Creative City Forum (BCCF) atau Perkumpulan Komunitas Kreatif Kota Bandung adalah sebuah forum dan organisasi lintas komunitas kreatif yang di deklarasikan dan didirikan oleh berbagai komunitas kreatif di kota Bandung pada tanggal 21 Desember 2008. Sebagai organisasi resmi, BCCF telah menjelma menjadi sebuah organisasi mandiri yang memiliki tujuan untuk dapat memberikan manfaat bagi masyarakat pada umumnya dan komunitas kreatif di kota Bandung khususnya. Dalam setiap aktivitasnya, BCCF menggunakan pendekatan pendidikan berbasis kreativitas, perencanaan dan perbaikan infrastruktur kota sebagai sarana pendukung pengembangan ekonomi kreatif dan menciptakan wirausaha-wirausaha kreatif baik perorangan atau komunitas. Pada akhirnya forum ini turut serta menginisiasi pengembangan strategi branding dan membangun network yang seluas-luasnya sebagai upaya kolektif demi mentahbiskan kota Bandung sebagai kota kreatif yang siap berkolaborasi sekaligus berkompetisi secara global.

Ruang-ruang publik bagi komunitas pun menjadi salah satu upaya yang diinisiasi oleh BCCF untuk meningkatkan potensi ekonomi kreatif di kota Bandung. Hingga sampai saat ini telah tercatat 30 komunitas kreatif yang bernaung di BCCF. Pada tahun 2011, BCCF menyediakan sebuah ruang kreatif yang bernama *Bandung Creative Hub (BCH)* atau yang lebih dikenal dengan nama *Simpul Space I,* yang bertempat di Jalan Ir.H.Juanda No 329 Bandung. Tahun 2012 ini, BCCF meresmikan sebuah ruang publik lain yaitu *Simpul Space II* yang beralamat di Jalan Purnawarman No 70 Bandung. Ruang kreatif ini tentunya akan memfasilitasi segala macam program yang diusung oleh komunitas seperti Pameran, Diskusi, Workshop, Ekskursi, Presentasi, Pertemuan Komunitas dan lain sebagainya. Dimana semua program yang hadir diharapkan mampu memiliki nilai & pesan kreativitas dalam balutan kebersamaan.

Seperti yang kita ketahui, Bandung Creative City Forum merupakan organisasi pemerhati industri kreatif yang ada di Kota Bandung. Di dalam BCCF, setidaknya terdapat 3 komunitas kreatif yang bergerak di bidang desain yaitu Asosiasi Desainer Produk, Design HUB, Product Design Focus. Pada akhirnya BCCF memiliki harapan ke depan agar suatu saat ruang-ruang tersebut dapat menjadi pengikat simpul-simpul kreativitas dan kolaborasi individu, komunitas, maupun organisasi yang memiliki semangat kreatif yang tak pernah lekang oleh masa.

3.1.2.2 Sarang Kreatif Indonesia

Sarang Kreatif Indonesia (SKI) adalah sebuah bisnis industri kreatif yang menyediakan jasa di bidang desain untuk kebutuhan sebuah produk, branding, animasi, video, multimedia, fotografi, hingga privat dan pelatihan. Sarang Kreatif Indonesia berdiri karena melihat banyak produk-produk atau jasa di sekitar kita yang masih memerlukan perhatian dari segmentasi desainnya. Bisa kita lihat jika produk-produk atau jasa yang bagus tetapi hanya bisa di konsumsi atau digunakan oleh masyarakat lokal, dengan tujuan didirikannya Sarang Kreatif Indonesia ini dengan ide-ide yang brillian produk atau jasa ini bisa menembus target pasar yang lebih luas dari segmentasi desainnya dan disamping itu tentunya Sarang Kreatif Indonesia melihat pasar yang potensial dalam berbisnis di bidang industri kreatif, khususnya di bidang desain grafis.

Sarang Kreatif Indonesia sudah cukup banyak menciptakan karya desain grafis untuk konsumen di Kota Bandung. Salah satu hasil karyanya yang paling dapat dibanggakan yakni SKI yang membuat desain web yang terbaru dari Dinas Sosial Kota Bandung dan saat ini sudah dapat di akses di Internet. Tidak hanya itu, SKI saat ini juga sedang mendesain web desain untuk Kecamatan Coblong Kota Bandung. untuk lebih jelasnyadapat dilihat tabel dibawah ini:

Tabel 3.3
Daftar Pemesanan Karya Desain SKI Januari – Mei 2014

No	Tanggal	Proyek	Harga
1	8 Januari 2014	Film Dokumenter 17th Azki	Rp 500.000,00
2	16 Januari 2014	Logo Design Science Techno	Rp 750.000,00
3	1 Februari 2014	Web Design Dinas Sosial Kota Bandung	Rp2.500.000,00

4	26 Februari 2014	Logo Design Ozan Soft	Rp 750.000,00
5	2 Maret 2014	Film dokumenter kegiatan Darmasiswa RI	Rp 450.000,00
6	11 Maret 2014	Logo Design PT Makanan Sehat Nusantara	Rp2.000.000,00
7	15 Maret 2014	Logo Design Community	Rp1.200.000,00
8	1 April 2014	Design Album "Globe 55" Band Indie Bandung	Rp 500,000
9	5 April 2014	Web Design Kelurahan Coblong	Rp 750.000,00
10	14 April 2014	Branding Kedaikosan.com	Rp7.500.000,00
11	28 April 2014	Logo Design FDL Store	Rp 750.000,00
12	31 April 2014	Design Web Layangstudio.com	Rp5.000.000,00
13	3 Mei 2014	Logo Design Er Care	Rp 750.000,00
14	27 Mei 2004	Design Web Wakaf Pro 99	Rp 750,000,00
15	30 Mei 2014	Design Web Soezpainting.com	Rp2.500.000,00

Sumber: Data SKI, 2014

3.1.3 Dinas Koperasi UKM dan Industri Perdagangan Kota Bandung

Dinas Koperasi UKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung merupakan salah satu satuan kerja perangkat daerah (SKPD) yang dibentuk berdasarkan peraturan daerah kota Bandung Nomor 13 tahun 2007 tentang pembentukan dan susunan dinas daerah dilingkungan pemerintah kota Bandung. Hal tersebut terbentuk sehubungan adanya perubahan paradigma penyelenggaraan kewenangan bidang pemerintahan yang semula sentralisasi menjadi desentralisasi pada pemerintah daerah kabupaten/kota dengan tujuan demokratisasi, pemberdayaan aparatur serta peningkatan pelayanan kepada masyarakat.

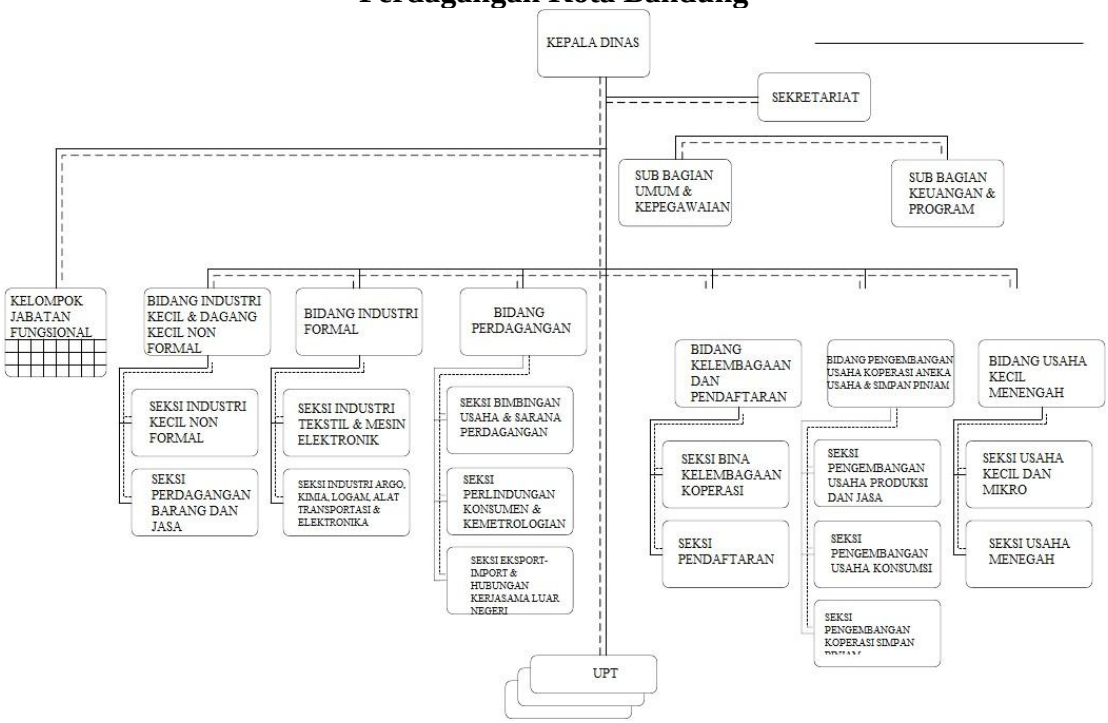
Dalam Peraturan Daerah No. 13 Tahun 2007 menyebutkan bahwa, Dinas ini membawahi sebagaian urusan daerah di bidang koperasi, usaha kecil menengah dan perindustrian perdagangan. Sebagai konsekuensi atas di undangkannya Peraturan

Daerah No. 13 Tahun 2007, maka dinas ini membentuk satuan organisasi diantaranya adalah :

1. Bidang industri kecil dan dagang kecil non formal, dimana dalam bidang ini membawahi seksi industri kecil non formal dan seksi perdagangan dan jasa.
2. Bidang industri formal, dalam bidang ini membawahi seksi industri tekstil dan mesin elektronik dan seksi industri argo kimia logam alat transportasi dan elektronika.
3. Bidang perdagangan, dalam bidang ini membawahi seksi bimbingan usaha dan sarana perdagangan, seksi perlindungan konsumen dan kemetrologian, dan seksi eksport & import dan hubungan kerjasama luar negeri.
4. Bidang kelembagaan dan pendaftaran, dalam bidang ini membawahi seksi bina kelembagaan koperasi dan seksi pendaftaran.
5. Bidang pengembangan usaha koperasi aneka usaha & simpan pinjam, bidang ini membawahi seksi pengembangan usaha produksi dan jasa, seksi pengembangan usaha konsumsi, dan seksi pengembangan koperasi simpan pinjam.
6. Bidang usaha kecil menengah, bidang ini membawahi seksi usaha kecil dan mikro, dan seksi usaha mengah.

Susunan organisasi di Dinas Koperasi, UKM dan Industri Perdagangan di atas lebih jelasnya terdapat pada model struktur organisasi dibawah ini :

Gambar 3.1: Struktur Organisasi Dinas Koperasi, UKM Dan Industri Perdagangan Kota Bandung



Sumber: Perda No. 13 Tahun 2007 tentang pembentukan dan susunan organisasi dinas di Kota Bangung

3.1.3.1 Visi dan Misi Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung

Untuk mencapai tujuan dan juga keberlangsungan urusan koperasi, ukm dan industri perdagangan, Dinas Koperasi, UKM dan Industri Perdagangan (KUKM dan INDAG) memiliki visi dan misi. Dimana visi dan misi organisasi di Dinas KUKM dan INDAG Kota Bandung dapat berfungsi sebagai suatu tujuan bersama sehingga rencana yang di tetapkan selalu berpedaoman kepada tujuan yang sama. Berkaitan

dengan hal ini, visi dan misi Dinas KUKM dan INDAG Kota Bandung (2012) sebagai berikut :

Visi :

"TERWUJUDNYA KESEJAHTERAAN MASYARAKAT KOTA BANDUNG MELALUI PENGEMBANGAN KOPERASI USAHA KECIL MENENGAH DAN PERINDUSTRIAN PERDAGANGAN YANG BERKUALITAS DAN BERWAWASAN LINGKUNGAN MENUJU BANDUNG BERMARTABAT"

Sebagai cara untuk memandang jauh tentang masa depan organisasi perangkat daerah, Dinas KUKM dan INDAG Kota Bandung berkeinginan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat Kota Bandung dibidang koperasi, usaha kecil menengah dan industri perdagangan. Dinas ini memandang bahwa sebuah pengembangan usaha masyarakat harus berwawasan lingkungan. Lingkungan yang sehat akan dapat menciptakan suatu kegiatan yang berkualitas untuk menyokong Bandung sebagai Kota yang bermartabat.

Misi :

1. Meningkatkan Kualitas Kelembagaan Koperasi dan UKM;
2. Meningkatkan Peranan Koperasi dan UKM yang berdaya saing;
3. Meningkatkan Kualitas SDM Koperasi dan UKM;
4. Menguatkan Struktur Industri dengan Memberdayakan Potensi Industri Kecil dan Menengah yang Berwawasan Lingkungan;
5. Mengembangkan Lembaga dan Sarana Perdagangan serta Sistem Distribusi Dalam Negeri yang Efektif dan Efisien serta memberikan Perlindungan Konsumen dan Produsen;
6. Mengembangkan Kegiatan Promosi Luar Negeri sehingga Menguasai Pangsa Pasar dalam Era Perdagangan Bebas / Globalisasi.

Ke enam oprasional diatas sebagai perwujudan dan acuan dari visi yang ditetapkan oleh Dinas Koperasi, UKM dan Industri Perdagangan. Kebijakan-

kebijakan yang ditetapkan harus berpedoman kepada operasional diatas. Jika kita mencermati operasional diatas, sejatinya Dinas KUKM dan INDAG Kota Bandung lebih memberikan perhatian kepada sektor mikro ekonomi, dimana kegiatan mikro ekonomi tersebut terdapat pada UKM dan Koperasi.

3.1.3.2 Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Koperasi, UKM dan Industri Perdagangan Kota Bandung

Untuk mencapai hasil pelayanan, pembangunan dan pemberdayaan kepada masyarakat, Dinas Koperasi, UKM dan Industri Perdagangan mempunyai tugas dan fungsi yang diatur di dalam Peraturan Daerah No. 13 Tahun 2007 tentang Pembentukan Dan Susunan Organisasi Dinas Daerah Kota Bandung. Tugas pokok dan fungsi Dinas KUKM dan INDAG Kota Bandung yaitu :

Tugas Pokok :

Tugas pokok Dinas KUKM dan INDAG Kota Bandung yaitu melaksanakan sebagian urusan daerah di bidang koperasi, usaha kecil menengah dan industri perdagangan. Peraturan ini secara jelas memperlihatkan bahwa tugas pokok Dinas KUKM dan INDAG mengurusi urusan koperasi, usaha kecil menengah dan industri perdagangan di Kota Bandung. Peran Dinas sangat penting dimana akan dapat menjadi fasilitator, regulator, dan tindakan katalis yang dapat memajukan potensi-potensi sumber daya yang dimiliki oleh Kota Bandung.

Fungsi :

Adapun fungsi dari Dinas Koperasi, UKM, dan Industri Perdagangan yang terdapat pada Peraturan Daerah No. 13 Tahun 2007 adalah :

1. Perumusan kebijakan teknis bidang Koperasi UKM dan Industri Perdagangan;
2. Penyelenggaraan sebagian urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang koperasi, usaha kecil menengah dan industri perdagangan;
3. Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang koperasi, usaha kecil menengah dan industri perdagangan yang meliputi industri kecil dan dagang kecil non formal, industri formal, perdagangan, kelembagaan dan pendaftaran, pengembangan usaha koperasi aneka usaha dan simpan pinjam serta usaha kecil menengah;
4. Pelaksanaan pelayanan teknis ketatausahaan dinas;
5. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan tugas dan fungsinya.

3.2 Metode Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini dengan menggunakan metode kualitatif. Ini dimaksudkan karena dalam permasalahan yang diangkat oleh peneliti masih bersifat remang-remang maka dari itu peneliti menggunakan penelitian kualitatif. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiono yang mengatakan bahwa :

> ”Dalam penelitian kualitatif ”masalah” yang dibawa oleh peneliti masih remang-remang, bahkan gelap kompleks dan dinamis. Oleh karena itu, ”masalah” dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara, tentatif dan akan berkembang atau berganti setelah peneliti berada di lapangan.” (Sugiono, 2013)

Secara teoritis penelitian kualitatif dianggap melakukan pengamatan melalui lensa-lensa, mencari pola-pola hubungan antara konsep yang sebelumnya tidak ditentukan. Metode analisis deskriptif harus memiliki kadar keterlibatan secara obyektif dalam bertanya (apakah, mengapa, bagaimana), mendengar, mencatat,

mengobservasi, menghayati, berpikir dan mengambil informasi dari objek penelitan. Pendekatan kualitatif dapat memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mendeskripsikan kejadian fakta mengenai pemberdayaan pelaku industri kreatif sektor desain grafis.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif analisis yaitu penelitian dengan menganalisis untuk menggambarkan objek penelitian satu demi satu, secara komprehensif, sistematis, dan akurat, mengenai pemberdayaan pelaku industri kreatif sektor desain grafis di Kota Bandung. Alasan penggunaan metode deskriptif, karena peneliti beranggapan dalam meneliti permasalahan terkait dengan masalah yang dibahas akan lebih tepat jika menggunakan metode deskriptif, dan juga karena peneliti memungkinkan menjadi pengamat, bukan sebagai penguji yang mengakibatkan perspektif peneliti tidak tersaring. Dalam hal ini peneliti bertindak sekaligus sebagai instrumen penelitian, mengikuti asumsi-asumsi kultural dalam upaya mencapai wawasan imajinatif ke dalam dunia sosial informan dan peneliti diharapkan fleksibel dan reflektif tetapi tetap mampu mengatur jarak.

3.2.1 Teknik Pengumpulan Data

3.2.1.1 Studi Pustaka

Studi pustaka, yaitu dengan mempelajari dan mencari buku-buku pegangan yang berhubungan dengan Pemberdayaan Pelaku Industri Kreatif Sektor Desain Grafis di Kota Bandung, serta data berupa catatan atau dokumen yang tersedia di

Dinas Koperasi, UKM dan Industri Perdagangan dan juga di Bandung Creative City Forum. Disamping itu dengan menggunakan studi pustaka peneliti dapat memperoleh informasi yang diharapkan.

3.2.1.2 Studi Lapangan

Penelitian dengan studi lapangan dilakukan dengan melalui observasi dan wawancara dengan berbagai pihak yang berkaitan dengan objek penelitian, serta studi dokumentasi.

a. Observasi yaitu mencari data untuk memperoleh keterangan melalui pengamatan langsung serta mencatat aspek-aspek yang tampak di lokasi atau objek penelitian. Penelitian observasi merupakan dasar ilmu pengetahuan (Sugiyono, 2009: 64). Observasi dalam penelitian ini dilakukan di Dinas Koperasi, UKM dan Industri Perdagangan Kota Bandung dan juga pada Komunitas desain dan desainer (individu).
b. Wawancara yaitu digunakan sebagai teknik pengumpulan data mengenai objek penelitian untuk studi pendahuluan dan menemukan permasalahan yang harus diteliti yaitu mengenai Pemberdayaan Pelaku Industri Kreatif Sektor Desain Grafis di Kota Bandung.
c. Studi dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara membaca, mempelajari, dan mengkaji dokumen, arsip, serta sumber data sekunder lainnya yang berhubungan dengan pemberdayaan pelaku industri kreatif desain grafis. Studi dokumentasi dan riset data sekunder ini digunakan untuk mendukung studi

pustaka, sehingga dapat mempertajam analisis. Sumber data sekunder terdiri dari dokumen pemerintah dan peraturan perundang-undangan.

3.2.2 Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan yang pertama menggunakan purposive, adapun yang dimaksud dengan purposive menurut Sugiyono (2009: 122) sebagai berikut:

> "Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan, atau penelitian tentang kondisi politik di suatu daerah, maka sampelnya sumber datanya adalah orang yang ahli politik. Sampel ini lebih cocok digunakan untuk penelitian kualitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi."

Peneliti mengambil teknik purposive karena peneliti sebelumnya telah menentukan aparatur siapa saja yang akan menjadi informan (sesuai dengan tujuan penelitian berdasarkan pertimbangan tertentu). Selanjutnya yang dijadikan sumber data dari purposive dalam penelitian ini yaitu:

1. Aparatur Pemerintah Kota Bandung. Dalam penelitian ini, peneliti menentukan aparat yang dipilih sesuai permasalahan yang diangkat oleh peneliti yaitu :
    a. Kepala Bidang Industri Formal Dinas Koperasi, UKM, dan Industri Formal beserta seksinya, karena kepala bidang mengkoordinir jenis usaha industri kreatif ini diakomodir di Dinas Koperasi, UKM, dan Industri Perdagangan Kota Bandung.
    b. Kepala Sub Bagian Perencanaan Pembiayaan dan Pengembangan Usaha Daerah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Kota Bandung,

karena beliau merupakan salah satu aparatur yang mengurus tentang Bandusng sebagai kota kreatif dunia kepada UNESCO.

2. Organisasi industri kreatif di Bandung Creative City Forum. Dalam penelitian ini peneliti memilih pihak yang pantas dijadikan informan antara lain :
    a. Sekjen BCCF dikarenakan organisasi ini terbentuk untuk mengakomodasi masyarakat kreatif di Kota Bandung, dalam hal ini berkaitan dengan industri kreatif desain grafis, dan juga asosiasi atau komunitas desain yang bernaung di BCCF.
    b. Direktur program BCCF dikarenakan beliau yang mengatur secara teknis program-program di BCCF.
3. Forum Desain Grafis Indonesia (FDGI). FDGI merupakan asosiasi desain grafis yang ada di Indonesia dan memiliki perwakilan di Bandung. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil satu orang yang dijadikan informan dari anggota FDGI Bandung.
4. Perusahaan yang bergerak di bidang industri kreatif khususnya bidang desain grafis yaitu Sarang Kreatif Indonesia dimana dalam penelitian ini peneliti menentukan informannya yaitu :
    a. CEO dari Sarang Kreatif dimana beliau sebagai kepala dari perusahaan yang bergerak di bidang desain grafis

3.2.3 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif, dapat dijelaskan sebagai berikut:

> "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." (Sugiyono, 2005: 89).

Hasil analisis data penelitian ini akan menjadi dasar dalam menarik kesimpulan dan menyampaikan saran sebagai masukkan bagi objek penelitian. Sugiyono (2009: 439) menyebutkan bahwa, "Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu data *reduction*, data display, dan *conclutions drawing/virification*. Langkah analisis tesebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. *Data Reduction* (Reduksi Data) yaitu data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya yang berhubungan dengan pemberdayaan pelaku industri kreatif bidang desain grafis di Kota Bandung. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan penelitian untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari bila diperlukan.

b. *Data Display* (Penyajian data) yaitu dalam penelitian ini penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori mengenai pemberdayaan industri kreatif bidang desain grafis di Kota Bandung. Penyajian data demikian dikarenakan penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bersifat naratif.
c. *Conclusion Drawing/Virification* (Penarikan kesimpulan) yaitu langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah menarik kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal oleh bukti-bukti yang dapat dipertanggungjawabkan validitasnya dengan konsisten, sehingga kesimpulan dibuat merupakan kesimpulan yang kredibel.

Teknik analisis data di atas merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam analisis data hasil penelitian ini. Tujuannya adalah untuk menjamin agar hasil penelitian pelaku industri kreatif bidang desain grafis di Kota Bandung teruji dan melahirkan kesimpulan yang bersifat ilmiah.

3.2.4 Uji Keabsahan Data

Sugiono (2013 : 270) mengatakan bahwa : "ada bermacam-macam cara pengujian kredibilitas data yaitu (1) Perpanjangan Pengamatan (2) Peningkatan ketekunan (3) Triangulasi (4) Diskusi dengan teman sejawat (5) Analisis Kasus negatif (6) Membercheck (7) Menggunakan Bahan Referensi". Dalam penelitian ini untuk memvalidkan data yang telah diolah maka peneliti mengunakan metode menggunakan bahan referensi, dimana metode ini dianggap pas untuk penelitian ini

karena dianggap data-data yang telah diperoleh dapat mendukung apa yang sudah ditemui di lapangan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan data yang digunakan yaitu teknik wawancara, dokumentasi dan observasi yang dilakukan terhadap aparatur Dinas Koperasi, UKM dan Perindustrian Perdagangan, Bappeda Kota Bandung, Perwakilan BCCF, Forum Desain Grafis Indonesia (FDGI), dan individu pelaku usaha industri kreatif yang bergerak bidang desain grafis, dan perwakilan dari perusahaan yang bergerak di bidang desain grafis.

4.2.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Koperasi, UKM dan Industri Perdagangan, Bandung Creaatif City Forum dan Sarang Kreatif Indonesia. Waktu penelitian dilakukan selama 5 bulan yaitu mulai bulan Pebruari – Juni 2014 dengan jadwal sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 3.4 : Jadwal Penelitian

No	KEGIATAN	TAHUN 2014																							
		Pebruari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																								
2	Observasi Awal																								
3	Penyusunan UP																								
4	Seminar UP																								
5	Pengumpulan Data																								
6	Pengolahan Data																								

7	Analisis Data																							
8	Penyusunan Skripsi																							
9	Sidang Skripsi																							