

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penulis menggunakan jenis penelitian riset lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian diarahkan pada upaya memahami cara pandang pengusaha butik dalam menciptakan dan mengembangkan tren busana muslimah, yakni abaya modifikasi sebagai bagian dari budaya populer di Kota Banjarmasin.

Pendekatan kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti menggali makna, nilai, pengalaman, serta pemaknaan subjektif pengusaha butik terhadap tren busana muslimah yang mereka hasilkan. Pengusaha butik diposisikan sebagai subjek aktif yang berperan dalam membentuk, memproduksi, dan menyebarluaskan tren busana muslimah kepada masyarakat, bukan sekadar sebagai pihak yang mengikuti tren yang telah ada.

Fenomena tren busana muslimah dipahami tidak hanya sebagai bentuk fisik berupa pakaian, tetapi juga sebagai ekspresi simbolik yang mengandung nilai, identitas, dan representasi keislaman dalam ruang budaya populer. Pendekatan kualitatif deskriptif juga dinilai relevan, untuk membaca busana muslimah sebagai praktik budaya yang sarat makna, terutama dalam kaitannya dengan relasi antara agama, gaya hidup, dan media.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011), 6.

## B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan pendekatan di lapangan (*offline*) dan pendekatan *online* melalui media sosial.

1. Lapangan (*offline*)
  - a. RA.Si.Se.Sa Banjarmasin: di Jalan Pramuka Km. 6, Pemurus Luar, Kec.Banjarmasin Timur.
  - b. Zaina Elegant Muslim Wear: Jl. Veteran No. 24, Kel. Sungai Lulut Kec. Banjarmasin Timur.
  - c. RJ.Iqrima: Jl. Kenanga 1, RT. 001 No. 37, Kel. Kebun Bunga Kec. Banjarmasin Timur.
2. Media Sosial (*online*)
  - a. Butik Eby D'Fashion (media sosial: @ebydfashion, @ebydgashion House of Hijab, @ebydfashion.katalog, @ebydfashion.hijab): Alamat butik di Jalan Cemara Raya, Sungai Miai, Kecamatan Banjarmasin Utara, sedangkan cabangnya di Jalan Ahmad Yani Km. 4,5 nomor 1 samping Cafe Artisant, Kecamatan Banjarmasin Timur.
  - b. Butik Vivi Zubedi (@mrsvivi, @vivizubedi, @vivizubedi.banjarmasin, @vzdarling): Alamat butik di Duta Mall, lantai 3, blok. F, nomor 16, Jalan Ahmad Yani Km. 2, Banjarmasin.
  - c. Butik Hida hasan (media sosial: @hidahasann, @hidahasan.id, dan @hidahasan.banjarmasin): Alamat butik di Duta Mall 2, lantai 3, blok F-06, Jalan Ahmad Yani Km. 2, Banjarmasin.

Peneliti memilih butik-butik tersebut karena sesuai dengan kriteria dalam penelitian ini, yakni adanya relevansi butik dengan tren busana muslimah, serta setiap butik memiliki karya yang menjadi ciri khasnya.

### C. Subjek dan Objek Penelitian

#### 1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ialah terletak pada individu atau kelompok yang menjadi fokus dari penelitian untuk memberikan informasi serta data kepada peneliti.<sup>2</sup> Subjek dari penelitian ini adalah beberapa pengusaha butik yang produknya memiliki kepopuleran di Banjarmasin, yakni Rizki Aprilia merupakan *owner* butik RA. Exlucive Syar'i sekaligus *reseller* yang menjual produk Si.Se.Sa di Banjarmasin, Zainah, S.Pd merupakan *owner* butik Zaina Hijab (*Elegant Muslim Wear*), Rima, S.Pd merupakan *owner* butik RJ.Iqrima dan Febriyanti Farida merupakan *owner* butik Eby D'Fashion. Beberapa pengusaha butik yang telah disebutkan, peneliti wawancarai secara langsung di lapangan dan dibantu oleh beberapa karyawan untuk mengarahkan produk-produk busana muslimah. Adapun ada 3 pengusaha butik yang diamati langsung melalui media sosial resmi, yakni Vivi Zubedi merupakan *owner* VZ dan Hida Hasan merupakan *owner* HH, Febriyanti Farida, dikarenakan pihak butik tidak bisa diwawancarai secara langsung, tetapi peneliti diperbolehkan meneliti lewat media sosialnya, dengan alasan pengusaha butik merupakan seorang *public figure*, jadi untuk mengakses informasi pengusaha butik sangat mudah media sosial.

---

<sup>2</sup>Muh. Fitrah & Luthfiyah, *Metodologi Penulisan; Penulisan Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, (Jawa Barat: CV Jejak, 2017), 152.

## 2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah aspek yang sedang diteliti atau dipelajari pada subjek penelitian baik itu dari segi tempatnya, persoalannya, dan lain sebagainya.<sup>3</sup> Objek dalam penelitian ini budaya populer dalam tren busana Muslimah.

## D. Data dan Sumber Data

### 1. Data

Data dalam penelitian ini merupakan data kualitatif yang diperoleh melalui penjelasan, tindakan, serta gambaran yang berkaitan dengan aktivitas para pengusaha butik, sedangkan data pendukung dapat berasal dari berbagai bahan pustaka dan dokumen seperti foto, arsip, artikel, majalah dan lainnya yang relevan dengan permasalahan penelitian.<sup>4</sup> Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan data sekunder.

#### a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari sumber yang berkaitan dengan objek penelitian.<sup>5</sup> Data ini dikumpulkan melalui wawancara, dokumentasi, observasi lapangan dan media sosial. Wawancara tatap muka dilakukan dengan pemilik butik RA. Exclusive Syar'i, Zaina Elegant Muslim Wear, dan RJ.Iqrima. Peneliti juga melakukan observasi lapangan dengan mengunjungi beberapa butik untuk melihat kondisi tampilan, karakter desain, dan aktivitas butik secara langsung. Untuk melengkapi data lapangan, peneliti juga melakukan

<sup>3</sup>Muh. Fitrah & Luthfiyah, *Metodologi Penulisan; Penulisan Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, 156.

<sup>4</sup> Lexy JMoleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 312.

<sup>5</sup>Rahmadi, "Pengantar Metodologi Penulisan", (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), 64.

observasi media sosial terhadap seluruh butik yang menjadi subjek penelitian, yaitu RA. Exclusive dan store Si.Se.Sa, Zaina Elegant Muslim Wear, RJ.Iqrima, Eby D'Fashion, Vivi Zubedi, dan Hida Hasan Indonesia, melalui konten berupa foto, video, unggahan promosi, dan sesi live di platform seperti di Instagram dan TikTok, peneliti memperoleh gambaran mengenai cara masing-masing butik membangun tren dan menampilkan identitas brand.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya yakni dari buku, skripsi, artikel jurnal dan internet yang berkaitan dengan pembahasan tersebut, dan menjadi penunjang untuk penelitian yang dilakukan.<sup>6</sup>

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan 3 metode, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

#### 1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab antara pewawancara dan narasumber,<sup>7</sup> secara langsung di lapangan dan melalui *Whatsapp* kepada pengusaha butik di Banjarmasin.

---

<sup>6</sup>Basrowi dan Suwandi, “*Memahami Penulisan Kualitatif*”, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008), 158.

<sup>7</sup>Ibrahim, *Pengantar Metode Penelitian*, (Pontianak: Perpustakaan Nasional, 2015), 92.

## 2. Observasi

Penelitian ini menggunakan observasi lapangan dan observasi melalui media sosial.

### a. Observasi Lapangan

Observasi lapangan dilakukan dengan mendatangi butik RA. Exclusive Syar'i dan store Si.Se.Sa, Zaina Hijab, RJ.Iqrima, Vivi Zubedi, dan Hida Hasan. Kunjungan ini memberikan pemahaman mengenai penataan butik, karakter koleksi, serta suasana aktivitas di lokasi, meskipun tidak semua pemilik butik dapat ditemui, observasi lapangan tetap memberikan gambaran visual yang dibutuhkan untuk membaca ciri desain yang ditampilkan.

### b. Observasi Media Sosial

Peneliti juga melakukan observasi melalui media sosial untuk seluruh butik yang menjadi subjek penelitian. Observasi dilakukan pada akun resmi Instagram, TikTok, dan platform digital lain yang digunakan oleh masing-masing brand. Media sosial menjadi sumber data penting karena seluruh butik yang diteliti aktif menampilkan koleksi, proses kreatif, gaya visual, promosi, hingga interaksi dengan konsumen melalui platform digital. Pengamatan pada media sosial membantu peneliti melihat, seperti perkembangan desain setiap brand, pola unggahan dan cara butik membangun citra, respon audiens terhadap tren yang ditampilkan, aktivitas live streaming. Observasi media sosial pada seluruh butik juga menjadi cara untuk menyamakan kedalaman informasi, terutama bagi butik yang tidak dapat diwawancara secara langsung.

Kombinasi observasi lapangan dan observasi media sosial ini, peneliti memperoleh data visual dan deskriptif yang lebih komprehensif tentang bagaimana tren busana muslimah dibentuk di setiap butik.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan berbagai material visual dan tertulis yang berhubungan dengan objek penelitian. Data dokumentatif yang dikumpulkan meliputi foto produk, katalog, unggahan promosi, video live, serta materi visual dari media sosial dan hasil kunjungan langsung. Selain itu, artikel, pemberitaan digital, dan informasi lain yang tersedia secara publik turut dijadikan sumber untuk memperkuat temuan penelitian. Dokumentasi ini berfungsi sebagai bukti pendukung dan pelengkap data hasil wawancara dan observasi.<sup>8</sup>

## F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

### 1. Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini melalui langkah-langkah, sebagai berikut:

- a. Editing, pada tahap ini peneliti melihat ulang hasil wawancara, catatan observasi lapangan, serta data dari media sosial butik untuk memastikan semuanya lengkap dan dapat dipahami. Peneliti memeriksa kembali kelengkapan jawaban para narasumber, kejelasan informasi, catatan lapangan, dan kesesuaiannya dengan fokus penelitian. Proses editing juga mencakup pengecekan ulang tangkapan layar, foto, dan catatan dari akun

---

<sup>8</sup>Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 169

media sosial butik untuk memastikan semua informasi yang relevan telah didokumentasikan dengan benar.<sup>9</sup>

- b. Klasifikasi, pada tahap ini semua data baik hasil wawancara, pengamatan lapangan, maupun konten media sosial dibaca kembali secara menyeluruh, kemudian dipilah berdasarkan bagian-bagian yang memiliki kesamaan.<sup>10</sup>
- c. Verifikasi, pada tahap ini peneliti mencocokkan kembali informasi dari berbagai sumber, seperti hasil wawancara, observasi, dokumentasi, hingga konten digital yang tersedia. Verifikasi dilakukan agar tidak ada data yang salah, tidak sesuai, atau bertentangan.<sup>11</sup>

## 2. Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, yaitu proses menafsirkan dan memahami data yang telah dikumpulkan melalui wawancara, observasi lapangan, observasi media sosial, dan dokumentasi. Analisis dilakukan secara berurutan agar temuan penelitian dapat menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan.<sup>12</sup> Analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

### a. Reduksi Data

Pada tahap ini, peneliti memilih dan menyederhanakan data yang telah diperoleh. Data yang masih mentah dari wawancara, catatan observasi, unggahan media sosial, maupun dokumentasi dipilah agar sesuai dengan fokus penelitian.

---

<sup>9</sup>Abu Achmad dan Cholid Narkubo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), 85.

<sup>10</sup>Lexy J Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 104.

<sup>11</sup>Lexy J Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 106.

<sup>12</sup>Abu Achmad dan Cholid Narkubo, *Metode Penelitian*, 87.

Informasi yang tidak relevan disisihkan, sedangkan data yang berhubungan dengan budaya populer, tren busana muslimah, dan aktivitas para pengusaha butik disimpan sebagai bahan analisis. Tahap reduksi ini membantu peneliti untuk lebih fokus dan tidak terhambat oleh data yang terlalu banyak.<sup>13</sup>

#### b. Penyajian Data

Pada tahap ini, peneliti menyajikan data dalam bentuk uraian yang tersusun agar mudah dibaca dan dipahami. Pada bagian ini, peneliti merangkai data yang sudah dikelompokkan ke dalam pembahasan yang teratur, seperti mengenai karakter desain, pola promosi di media sosial, wujud dan dampak budaya populer pada setiap butik, serta pandangan para pengusaha butik terhadap tren busana muslimah. Penyajian ini memudahkan peneliti melihat hubungan antara satu data dengan data lainnya.<sup>14</sup>

#### c. Verifikasi Data dan Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini, peneliti memastikan kembali bahwa setiap temuan benar-benar didukung oleh bukti yang valid, baik yang diperoleh melalui wawancara, observasi lapangan, maupun hasil pengamatan media sosial. Proses ini membantu peneliti melihat konsistensi data, menemukan hubungan antarinformasi, serta memastikan kesesuaianya dengan fokus penelitian.

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menafsirkan makna dari data yang telah terorganisir secara menyeluruh. Temuan mengenai tren busana muslimah dijelaskan secara deskriptif, kemudian dianalisis menggunakan konsep budaya

---

<sup>13</sup>Lexy J Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 108.

<sup>14</sup>Lexy J Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 109.

populer serta dipahami melalui perspektif postmodernisme Akbar Salahuddin Ahmed. Melalui proses ini, peneliti mendapatkan gambaran yang lebih utuh dan mendalam mengenai bagaimana budaya populer membentuk tren busana muslimah di kalangan pengusaha butik.

### G. Teknik Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data dalam penelitian ini melalui triangulasi terhadap data yang diperoleh dari proses wawancara, observasi dan dokumentasi.<sup>15</sup> Alat ukur untuk melakukan uji keabsahan data, yaitu:

#### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dalam penelitian ini digunakan untuk memastikan keakuratan dan konsistensi data yang diperoleh dari berbagai pihak. Peneliti memperoleh data melalui wawancara langsung dengan tiga pemilik butik, yaitu Riski Aprilia (RA. Exclusive Syar'i), Rima (RJ.Iqrima), dan Zainah (Zaina Elegant Muslim Wear). Informasi dari mereka kemudian dibandingkan dengan data yang dikumpulkan dari tiga pengusaha butik lainnya, seperti Vivi Zubedi, Hida Hasan, dan Eby D'Fashion yang tidak dapat diwawancarai secara langsung, peneliti menggunakan sumber-sumber terbuka melalui media sosial dan publikasi digital karena brand mereka telah dikenal banyak orang sehingga informasinya mudah diakses. Seluruh data dari berbagai sumber tersebut hasil wawancara langsung, keterangan melalui pesan online, serta unggahan foto, video, dan deskripsi produk di media sosial kemudian dibandingkan dan dianalisis ulang. Proses ini dilakukan

---

<sup>15</sup>Sugiyono, “Metodologi Penulisan Kualitatif, Kuantitatif, R & D”, (Bandung: Elfabeta, 2007), 270.

untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh saling mendukung, tidak saling bertentangan, dan dapat dipertanggungjawabkan. Hasil triangulasi ini menjadi dasar bagi peneliti dalam menyusun kesimpulan yang lebih kuat, kredibel, dan sesuai dengan realitas fenomena tren busana muslimah di kalangan pengusaha butik Banjarmasin.

## 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dalam penelitian ini dilakukan dengan mengombinasikan wawancara, observasi, dan dokumentasi guna menjamin keabsahan data. Wawancara digunakan untuk menggali pandangan dan pemahaman pemilik butik mengenai tren busana muslimah. Observasi dilakukan melalui kunjungan langsung ke butik serta pengamatan media sosial seluruh butik yang diteliti untuk melihat representasi produk dan praktik budaya populer. Dokumentasi melengkapi data berupa foto, tangkapan layar, dan arsip konten digital. Ketiga teknik tersebut saling diuji dan dibandingkan untuk memastikan konsistensi data serta meminimalkan bias penelitian.

## 3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu dalam penelitian ini digunakan untuk memastikan bahwa data mengenai tren busana muslimah dan pandangan pengusaha butik di Banjarmasin bersifat stabil dan konsisten. Pengumpulan data tidak dilakukan hanya pada satu waktu, tetapi dicek kembali pada waktu yang berbeda melalui wawancara lanjutan, observasi butik, serta pemantauan media sosial. Apabila ditemukan perbedaan informasi antara satu waktu dengan waktu lainnya, peneliti melakukan penelusuran ulang hingga diperoleh data yang paling dapat dipercaya. Penerapan

triangulasi, baik dari segi waktu, sumber, maupun teknik, bertujuan untuk menguji konsistensi temuan penelitian, melalui perbandingan data wawancara, observasi, dan dokumentasi pada waktu yang berbeda, peneliti dapat memastikan bahwa kesimpulan mengenai budaya populer dalam tren busana muslimah benar-benar didukung oleh data yang kuat, bukan sekadar hasil pengamatan sesaat.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>Sugiono, Memahami Penelitian Kualitatif (Bandung: Alfabeta, 2015) 86.