

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan tempat pangkas rambut pria atau yang akrab dikenal dengan *barbershop* saat ini mulai berkembang di Indonesia. Terhitung sejak tahun 2012, kehadiran *barbershop* atau tempat pangkas rambut khusus pria kian berkembang. Hal ini beriringan dengan tingginya tingkat kesadaran para pria akan permasalahan dan perawatan rambut mereka. Nick “*The Barbershop*” selaku perwakilan dari Indonesia Barbershop Association (IBA) menyatakan bahwa perkembangan *barbershop* di Indonesia sudah bagus (Yudha, 2015 : 1) Perkembangan *barbershop* memang lebih dulu marak di luar negeri seperti Amerika, namun layanan pijat justru lebih marak di wilayah Asia. Tidak hanya *focus* melayani cukur rambut saja, di *barbershop*, layanan yang bisa didapatkan oleh para pria bisa dimulai dari tatanan rambut hingga ke pijat kepala.

Barbershop telah berkembang menjadi lebih dari sekadar tempat untuk potong rambut, tetapi juga sebagai tempat untuk merawat dan memanjakan diri. *Barbershop* menyediakan layanan yang lebih khusus dan berkualitas tinggi dalam memenuhi kebutuhan ini. Maraknya *barbershop* tentu dikarenakan mulai marak peminat atau konsumen cukur rambut pria di era saat ini. Banyak orang, terutama pada kaum pria saat ini lebih memperhatikan penampilan mereka. Perawatan dan kesehatan rambut yang rapi dan terawat menjadi bagian penting dari gaya hidup yang modern. *Barbershop* tidak hanya menawarkan jasa potong rambut, tetapi juga

menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan eksklusif bagi para pelanggan. Fenomena meningkatnya minat terhadap *barbershop* dan transformasinya menjadi bagian dari budaya populer.

Perkembangan budaya *barbershop* kian pesat. Perubahan budaya dapat terbentuk dari interaksi sosial, aktivitas, minat, gaya hidup dan kebutuhan masyarakat itu sendiri (Abdullah, et.al, 2014 : 69). Budaya adalah perkembangan kehidupan manusia yang kompleks dan dinamis, mempengaruhi munculnya perkembangan kebudayaan manusia. Perkembangan tersebut dapat berupa adanya bentuk-bentuk perkembangan budaya baru, atau meningkatnya kebutuhan hidup manusia sehingga menimbulkan kompleksitas baru dalam kehidupan manusia (Tjahyadi, et.al, 2020 : 1).

Sejarah pangkas rambut dimulai dari praktik tukang cukur keliling dan tukang cukur di bawah pohon sebelum berkembang menjadi tempat potong rambut yang lebih terstruktur. Mereka membawa peralatan sederhana seperti pisau cukur atau gunting untuk memotong dan mengatur rambut pelanggan. Seiring berjalannya waktu, kebutuhan akan potong rambut semakin meningkat, dan orang-orang mulai mengakui pentingnya tempat yang lebih permanen dan terorganisir untuk potong rambut. Inilah yang kemudian melahirkan konsep "potong rambut" yang kita kenal sekarang.

Pangkas rambut berkembang melalui ilmu bedah, pangkas rambut di Inggris dibagi menjadi dua, salah satunya berlatih standar ilmu bedah dan satunya tidak. Perbedaan itu nampak pada tiang di depan tempat praktek. Tiang milik pangkas

rambut bergaris biru putih, sedangkan milik tiang ahli bedah bergaris merah putih. Standar terkait ilmu bedah dan pangkas rambut dapat dilihat dari bukti fotografi pada masanya, dokumentasi yang mereka ciptakan dapat dibuktikan pada masa saat ini sebagai bukti atau tanda bahwa perkembangan antara cukur rambut dengan ahli bedah memiliki korelasi yang berkesinambungan.

Fenomena fotografi telah terjadi dari masa kolonial Belanda, dan untuk pertama kali marak di Indonesia yaitu materi fotografi Indonesia masa lalu milik KITLV (*Koninklijk Instituut Voor Taal*). Lembaga ini menyimpan banyak koleksi foto para tukang cukur jalanan di beberapa kota besar Indonesia dari tahun 1911 hingga 1930-an. Misalnya, aktivitas orang Madura di Surabaya yang bekerja sebagai tukang cukur pada tahun 1911 dan foto seorang tukang cukur Cina di Medan pada tahun 1931 (Syamsuddin, 2007 : 115)

Gambar 1. Dokumentasi Seorang Tukang Cukur Pada Tahun 1931



Sumber : Kanal Kalimantan, 1911

Seiring perubahan budaya, pangkas rambut mulai berevolusi menjadi *barbershop*. Kata "*barber*" memang berasal dari bahasa Latin "*barba*", yang berarti "jenggot". Istilah "*barber*" merujuk pada seseorang yang memiliki pekerjaan utama

dalam memotong, merawat, menghias, dan mencukur rambut laki-laki. Seiring waktu, peran barber juga meluas menjadi merawat dan mencukur jenggot serta memberikan layanan perawatan lainnya seperti mencukur kumis, mencukur leher, atau perawatan kulit wajah (Sutikno, et.al, 2009 : 75) *Barbershop* merupakan evolusi dari apa yang sebelumnya dikenal dengan nama pangkas rambut atau *barbershop* yang memiliki arti yang sama, tetapi konsepnya sangat berbeda.

Berdasarkan hasil survei awal yang penulis lakukan, pangkas rambut biasanya hanya menawarkan jasa potong rambut saja, sedangkan *barbershop* memiliki banyak keunggulan dibandingkan layanan pangkas rambut biasa seperti, relaksasi dengan handuk panas, *creambath*, pijat kepala dan mempunyai tempat yang ber AC. *Barbershop* tidak hanya menjadi tempat memotong dan merapikan rambut saja. *Barbershop* juga menjalin pertemanan dengan kostumer dan itu menjadi budaya yang harus dipertahankan oleh seorang *barber*, hal ini menjadi daya tarik utama *barbershop*. *Barbershop* termasuk tempat interaksi sosial yang melibatkan masyarakat dan berpengaruh dalam membantu membentuk identitas laki-laki. *Barbershop* pada dasarnya harus mempunyai pengetahuan tentang gaya rambut, sehingga dapat memberikan edukasi kepada konsumen (Sitompul, 2009 : 1).

Barbershop di Padang adalah fenomena baru yang sedang menjadi trend bagi kaum pria terkhusus kepada kaum muda beberapa tahun belakangan ini semenjak tahun 2016 terakhir. Terbukti dengan bertambahnya usaha *barbershop*, konsumen dapat menemukan tempat *barbershop* di beberapa sudut Kota Padang (Haekal, 2017 : 2) Berdasarkan dari survei yang peneliti lakukan pada tahun 2020

terdapat 29 *barbershop* di Kota Padang. Berikut terlampir daftar *barbershop* di Kota Padang pada tabel.

Tabel 1. Daftar *Barbershop* di Kota Padang

No.	Nama <i>Barbershop</i>	Alamat
1.	Ethic <i>barbershop</i>	Jl. Kis Mangunsarkoro A 13 Padang
2.	Black beard studio	Jl. Sawahan No. 47 Padang Timur
3.	Tom's <i>barbershop</i>	Jl. Abdul Muis No. 4b, Padang Timur
4.	Ambrose <i>barbershop</i>	Jl. Prof. Dr Hamka Parupuk Tabing
5.	BizCut <i>barbershop</i>	Jl. Tanjung Saba Pitameh Nan XX, lubeg
6.	Casanova	Alai Parak Kopi, Padang Utara
7.	Conecticut	Kubu Marapalam, Padang Timur
8.	Maddocx Babershop	Jl. Rimbo Datar No. 27 Bandar Buat
9.	L'Laki <i>barbershop</i>	Jl. Bandar Purus No. 35 Padang Pasir
10.	Eigib <i>barbershop</i>	Jl. Raya Indarung Rimbo Datar, Bandar buat
11.	The 94 <i>barbershop</i>	Jl. Jhoni Anwar No. 38 D, Lapai, Nanggalo
12.	Soopercut <i>barbershop</i>	Jl. Bnadar Purus No. 43 B Padang
13.	Menza <i>barbershop</i>	Jl. Dr. Sutomo No. 76 Kubu Marapalam
14.	Kanan <i>barbershop</i>	Jl. Dr. Moh Hatta Simpang Pasia Kapalo Koto
15.	Mikos <i>barbershop</i>	Jl. Purus IV No. 3a Padang
16.	G <i>barbershop</i>	Jl. Sisingamangaraja No. 49
17.	Mirror <i>barbershop</i>	Jl. Raya Balai Gadang – Lubuk Minturun
18.	Magic <i>barbershop</i>	Jl. S Parman No. 141 Ulakkarang Selatan
19.	Donjuan <i>barbershop</i>	Jl. GP Gajah Mada No. 12 A
20.	Starbox <i>barbershop</i>	Jl. Gajah Mada No. 14, Olo, Nanggalo
21.	Home <i>barbershop</i>	Jl. Adinegoro No 15-12, Ganting
22.	Escoobar <i>barbershop</i>	Jl. Perintis Kemerdekaan No. 95 Lantai II
23.	The Gold 74 <i>barbershop</i>	Jl. Gajah Mada No. 10 A Padang
24.	Crown's <i>barbershop</i>	Jl. S Parman Raya, Ulak Karang
25.	Arcana <i>barbershop</i>	Jl. Aru No. 26 DD Padang
26.	Barber Ing <i>barbershop</i>	Jl. Alai Timur No. 33 A Padang
27.	Jhons <i>barbershop</i>	Jl. Bandar Purus No. 13 Padang
28.	Headmasterz	Jl. Moh Hatta No. 27 D Anduring Kuranji
29.	Six Babershop	Jl. Raya Pagang Nanggalo Siteba

Sumber : Olah Data Peneliti, 2023

Minat masyarakat Indonesia terkait *barber* atau cukur rambut sangatlah tinggi. Era globalisasi atau modernisasi yang telah merubah hal tersebut. Meski sama-sama menjadi tempat mengurus rambut, letak perbedaan dari cukut rambut

dan *barbershop* terdapat pada alat yang digunakan serta layanan pemotongan rambut itu sendiri. Masyarakat kosumen Indonesia mutakhir tumbuh dengan sejarah globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme konsumsi yang ditandai dengan fenomena baru *barbershop* (Bafadal, et.al, 2011 : 145).

Perkembangan *babershop* sebagai fenomena baru dalam cukur rambut saat ini tentunya perkembangan dari model potong rambut pada masa lampau. Ketika kita masih bayi, kita sudah dikenalkan dengan “tradisi cukur rambut” yang merupakan bagian dari budaya turun temurun. Mulai dari ada istiadat yang beragam, kebanyakan negara di Indonesia masih mengaplikasikan upacara tradisi cukur rambut bayi seperti pada suku Jawa dan Bali. Diketahui hal ini dapat dipercaya melindungi si kecil dari kuasa jahat dan ilmu hitam (Jaelani, et.al, 2011 : 12). Semakin berkembangnya zaman, makan semakin beragam pula perubahan salah satunya dilihat dari segi budaya, gaya hidup, sampai kebutuhan manusia yang harus terpenuhi. Masyarakat harus mengetahui perubahan budaya, pola hidup dan gaya hidup suatu masyarakat dalam lingkungan tersebut, sehingga dapat memenuhi dan mengikuti semua kebutuhan mereka.

Barbershop menjadi budaya populer bagi masyarakat saat ini, *barbershop* tidak hanya berfungsi sebagai tempat memotong rambut, tetapi juga menjadi ruang sosial dan cerminan gaya hidup pria masa kini. *Barbershop* menawarkan pengalaman lengkap, mulai dari desain interior bernuansa *retro* atau *vintage*, layanan *grooming* khusus, hingga menjadi tempat interaksi sosial. *Barbershop* juga melambangkan maskulinitas modern, dengan *barbershop* yang dipandang sebagai

seniman yang ahli dalam menciptakan gaya rambut sesuai tren. Popularitas ini diperkuat oleh media sosial, menjadikannya bagian penting dari budaya perkotaan saat ini, Popularitas ini banyak di minati anak muda sekarang.

Minat anak muda terhadap *barbershop* semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir, karena *barbershop* kini tidak hanya menyediakan jasa potong rambut, tetapi juga menawarkan pengalaman yang lebih luas. Anak muda tertarik pada *barbershop* karena beberapa alasan: Gaya dan Tren Anak muda sangat peduli dengan penampilan, dan *barbershop* menyediakan gaya rambut yang selalu mengikuti tren terkini. Para *barbershop* ahli mampu memberikan rekomendasi gaya rambut yang cocok dengan kepribadian dan penampilan pelanggan. Pengalaman yang Menarik *Barbershop* modern sering menghadirkan pengalaman yang berbeda, mulai dari desain interior yang estetik, musik yang menenangkan, hingga suasana yang nyaman. Ini membuat kunjungan ke *barbershop* menjadi lebih dari sekadar rutinitas, melainkan pengalaman sosial yang menyenangkan.

Gaya Hidup anak muda yang pergi ke *barbershop* merupakan bagian dari gaya hidup yang menunjukkan kepedulian terhadap penampilan dan kebersihan diri. *Barbershop* juga menjadi tempat untuk tampil lebih percaya diri, baik dalam keseharian maupun untuk acara penting. Pengaruh Media Sosial Platform seperti *Instagram* dan *TikTok* turut mendorong minat anak muda pada *barbershop*. Potongan rambut yang *stylish* sering diunggah dan menjadi tren, mendorong mereka untuk mencoba gaya serupa dan membagikannya di media sosial. Tempat Berkumpul dan Bersosialisasi *barbershop* juga menjadi tempat anak muda

bersosialisasi, berbincang dengan *Kapster*, atau sekadar nongkrong sambil menunggu giliran. Suasana yang santai membuat *barbershop* menjadi ruang yang mendukung interaksi sosial. Minat anak muda pada *barbershop* terus berkembang karena berbagai faktor ini, menjadikannya lebih dari sekedar tempat potong rambut, tetapi juga sarana untuk mengekspresikan diri dan bersosialisasi.

Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan di atas, maka adanya penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perkembangan budaya *barbershop* di Kota Padang. Penelitian ini mengacu pada gagasan bahwa makna kebudayaan sebagai suatu sistem yang melibatkan gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia, dan dapat dimiliki oleh individu melalui proses pembelajaran. Memahami kebudayaan, penting untuk melihatnya sebagai entitas yang kompleks (Koentjaraningrat, 2002 : 2). Berdasarkan penjelasan di atas, membuat peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan ini ke dalam judul penelitian “Perkembangan *Barbershop* Sebagai Fenomena Baru Dalam Cukur Rambut Di Kota Padang”.

B. Rumusan Masalah

Barbershop terus mengalami perkembangan dari masa ke masa, penata rambut yang mempunyai kemampuan dalam memotong rambut yang lebih modern dan menarik. *Barbershop* sering kali menjadi tempat di mana pria dapat merasa nyaman dan terhubung dengan sesama pria, menciptakan ruang sosial yang khas (Farizky, et.al, 2015 : 346). Melihat perkembangan zaman saat ini, banyak perubahan dan inovasi yang dilakukan *barbershop*. Maraknya *barbershop* yang

berdiri di Kota Padang hingga saat ini, peneliti melihat *barbershop* di Kota Padang menjadi *tren* dikalangan pria khususnya anak muda dalam beberapa tahun belakangan ini. Terbukti dengan semakin bertambahnya usaha *barbershop* yang bermunculan. Konsumen bisa menemukan tempat *barbershop* di beberapa sudut Kota Padang, Misalnya, di kawasan Siteba, Bandar Puruih, Gajah Mada, Pondok, Kismangunsarkoro dan sejumlah tempat lainnya di Kota Padang (Haekal, 2017)

Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian perkembangan *barbershop* sebagai fenomena baru dalam cukur rambut di Kota Padang, untuk memperkecil ruang lingkup penelitian agar peneliti dapat fokus dengan tujuan dan capai penelitian, maka pada penelitian ini dapat dirumuskan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana perkembangan *barbershop* sebagai fenomena baru di Kota Padang?
2. Bagaimana perubahan usaha *barbershop* di Kota Padang?

C. Tujuan Penelitian

Dengan Pertanyaan pada Batasan masalah atau fokus penelitian di atas, maka tujuan Penelitian yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan perkembangan *barbershop* sebagai fenomena baru di Kota Padang.
2. Mendeskripsikan perubahan usaha *barbershop* di Kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat guna meningkatkan perhatian baik di bidang ilmu dan di bidang sosial, budaya, dan akademik terkait topik *barbershop* sebagai fenomena baru dalam cukur rambut di Kota Padang, sehingga dapat memperkaya teori-teori serta memunculkan model-model pemikiran yang baru agar dapat menambah wawasan keilmuan Antropologi Etnografi. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumber informasi yang bermanfaat bagi masyarakat umum dan pihak-pihak yang berkompeten di bidang bisnis *barbershop* serta penanganan lembaga terkait. Melalui penyebaran informasi yang tepat, penelitian ini dapat membantu pelaku bisnis untuk mengembangkan usahanya sehingga dapat terus berkembang. Berikut adalah beberapa cara dimana hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sumber informasi:

1. Pihak pemerintah dan lembaga terkait, Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pemerintah, lembaga terkait dan organisasi profesional yang terlibat dalam pengaturan dan pengawasan *barbershop*.
2. Asosiasi Barbershop, Setelah membaca skripsi ini, asosiasi *barbershop* diharapkan memiliki peran dalam mengatur standar pelayanan, etika bisnis, dan pelatihan tenaga kerja di industri *barbershop*.
3. Pemerintah Daerah, Setelah membaca skripsi ini, pemerintah daerah melalui peraturan daerah atau kebijakan kesehatan, dapat mengatur dan

mengawasi barbershop untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku.

4. Pelaku bisnis, Bagi pemilik *barbershop* atau calon pemilik, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi terkait perkembangan tukang cukur sehingga menjadi *barbershop*. Sehingga para pelaku bisnis atau selaku *owner* mendapat informasi, pengetahuan dan keunggulan dari setiap masing-masing *barbershop* di teliti.
5. Keterlibatan dari berbagai pihak, Menyediakan sumber informasi yang dapat diakses oleh publik, penelitian ini dapat berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik terkait perkembangan *barbershop* dalam perspektif budaya sehingga dapat mempengaruhi *barbershop* sebagai fenomena baru dalam cukur rambut di Kota Padang.

E. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan studi kepustakaan yang sudah dilakukan, terdapat beberapa tulisan yang menjadi rujukan dalam penelitian ini, serta berkaitan dengan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang terkait, yaitu:

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Fajri Rahman (2017). “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Asia Barbershop Batusangkar*”. Studi dalam Skripsi Institut Agama Islam Negeri Batusangkar jurusan Manajemen Bisnis ini memberikan gambaran tentang penelitian yang mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan pada Asia *barbershop* Batusangkar. Selain itu, peneliti berharap hasil penelitiannya dapat

menambah pengetahuan terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Asia *barbershop* Batusangkar.

Persamaan penelitian Fajri Rahman dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti pada skripsi ini adalah fokusnya terkait kualitas pelayanan kepada customer dalam penggunaan jasa *barbershop*. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus peneliti, penelitian yang diteliti oleh peneliti tersebut hanya memiliki satu fokus pengembangan *barbershop* untuk tujuan dari penelitian yang diteliti oleh Fajri itu sendiri adalah terkait kualitas pelayanan yang fokusnya kepada penggunaan jasa *barbershop*.

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh Fajri Rahman untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan pada Asia Barbershop Batusangkar. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pengisian angket dengan jumlah responden sebanyak 68 orang. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji linearitas, analisis regresi sederhana dan uji koefisien determinasi. Sedangkan skripsi yang ditulis oleh peneliti adalah terkait perkembangan dari tukang cukur menjadi *barbershop*. Penulis meneliti ini dengan tujuan untuk mengetahui terkait fenomena *barbershop* yang ada di Kota Padang.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Suci Ramadhani (2021) yang berjudul “*Tren Barber Shop sebagai Arena Kontruksi Budaya Maskulinitas Modern*”. Studi dalam skripsi Universitas Sumatera Utara jurusan Antropologi Sosial ini memberikan gambaran tentang penelitian yang mengkaji bagaimana perkembangan

konsep maskulinitas yang dapat berubah seiring dengan proses kultural dan pengaruh yang masuk melalui media. Selain itu penelitian ini juga berusaha mendeskripsikan bagaimana konstruksi budaya maskulinitas modern yang ditampilkan oleh *barbershop*. Hasil penelitian ini menjelaskan konstruksi budaya maskulinitas modern yang dibentuk oleh *barbershop* dalam mempengaruhi konsep maskulinitas. *Barbershop* berusaha menampilkan sebuah konsep maskulinitas modern yang dilihat dari sisi penampilan. Budaya maskulinitas modern dikonstruksi melalui beberapa elemen tampilan fisik seperti model potongan rambut, perawatan di wajah dan lain-lain.

Persamaan penelitian kedua ini yaitu terletak pada pembahasan yang diteliti oleh peneliti pada skripsi ini adalah membahas terkait bagaimana kehadiran *barbershop* mampu menjadi fenomena baru bagi masyarakat, metode yang digunakan pada penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat analisis-deskriptif. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus yang membahas terkait fenomena perkembangan *barbershop* dari pangkas rambut menjadi *barbershop*, penelitian ini tidak terlihat membahas terkait hal tersebut. Hasil penelitian Suci ini menjelaskan konstruksi budaya maskulinitas modern yang dibentuk oleh *barbershop* dalam mempengaruhi konsep maskulinitas. *Barbershop* berusaha menampilkan sebuah konsep maskulinitas modern yang dilihat dari sisi penampilan. Budaya maskulinitas modern dikonstruksi melalui beberapa elemen tampilan fisik seperti model potongan rambut, perawatan di wajah dll.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Larissa (2020) yang berjudul “*Barbershop Sebagai Gaya Hidup (Studi Tentang Perilaku Mahasiswa Unsoed Mencukur Rambut di Barbershop)*”. Peneliti berasal dari Jurusan Sosiologi, Universitas Jendral Soedirman. Studi dalam skripsi ini membahas terkait bagaimana mahasiswa Unsoed memaknai gaya rambut dan barbershop yang sudah mereka pilih, serta bagaimana perilaku mahasiswa Unsoed dalam mencukur rambutnya di *barbershop*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada makna yang tersirat dibalik maraknya *barbershop* di kalangan mahasiswa Unsoed, dan ada atau tidakkah perubahan perilaku dari perkembangan dan munculnya *barbershop* di Purwokerto.

Berdasarkan analisa data yang dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa mahasiswa memaknai gaya rambut sebagai identitas, karena memiliki potongan gaya rambut terbaru dapat menaikkan kelas sosial seseorang, dan hal tersebut hanya bisa didapatkan di *barbershop*. Pemilihan *barbershop* juga berpengaruh pada mahasiswa agar bisa merasa memiliki penampilan yang modern. Mahasiswa akan memilih *barbershop* dengan kualitas kapster yang bagus dan *design interior* yang kekinian. Keputusan untuk memilih gaya rambut dan *barbershop* tertentu rupanya dipengaruhi juga oleh media sosial, seperti instagram atau youtube. Informasi yang diunggah memudahkan mahasiswa untuk mengetahui gaya rambut seperti apa yang sedang populer di *barbershop*.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti pada skripsi ini adalah pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif,

yang datanya dapat diambil dari hasil wawancara mendalam dari subjek penelitian atau narasumber. Penelitian ini juga membahas terkait gaya rambut dapat menjadi identitas seorang laki-laki yang didukung oleh *modernitas* atau kemajuan zaman. Pada penelitian Larissa ini, beliau meneliti kepada pembahasan gaya hidup yang berfokus kepada mahasiswa. Sedangkan penulis mendeskripsikan perkembangan *barbershop* sebagai fenomena baru di Kota Padang. Penulis menjelaskan tentang sistem nilai kebudayaan yang digunakan dalam perkembangan *barbershop* yang dapat dilihat serta diterapkan dalam lingkungan baru *barbershop*.

Selanjutnya dalam penelitian keempat yang diteliti oleh Susilo dan Prengki (2023) dengan judul “*Pengaruh Lifestyle, Budaya Milenial dan Word Of Mouth (WOM) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Potong Rambut Barbershop di Ponorogo*” yang membahas terkait perkembangan gaya hidup terhadap kaum urban. Peneliti berasal dari Jurusan Manajemen, Universitas Muhamadiyah Ponorogo. Penampilan menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat. Penampilan bukan hanya menjadi kebutuhan wanita, kini pria juga ingin selalu tampil rapi dan menarik disetiap kegiatan maupun acara. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh kaum pria agar terlihat lebih menarik, salah satunya adalah rambut. Penampilan yang menarik bisa menambah rasa percaya diri pada seseorang.

Persamaan pada penelitian ini terletak pada fokus pembahasan yang membahas terkait pengaruh *lifestyle* (gaya hidup) dalam budaya milenial terhadap keputusan menggunakan jasa potong rambut di *barbershop*. Sedangkan perbedaan

penelitian ini dengan penelitian yang sedang diteliti, penelitian Susilo dan Prengki terletak pada populasi konsumen yang didapatkan dengan teknik pengambilan sample dengan menggunakan metode *probability sampling*. Sedangkan penelitian yang diteliti oleh peneliti menggunakan teknik observasi dan wawancara langsung.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Alvin Dwi Sasmara dan V. Indah Sri Pinasti (2018). "*Popularitas Barbershop Dan Kesadaran Fesyen Mahasiswa Yogyakarta*". Peneliti berasal dari Jurusan Sosiologi, Universitas Negeri Yogyakarta. Studi ini memberikan gambaran tentang penelitian terkait popularitas *barbershop* di Yogyakarta disebabkan karena diantaranya karena adanya tren gaya rambut yaitu gaya rambut klasik. Tren gaya rambut klasik juga didukung oleh media. Adanya antusiasme mahasiswa sebagai konsumen *barbershop* menunjukkan adanya rasa sadar terhadap penampilan dan fesyen. Kesadaran fesyen bagi kaum pria kini telah merambah di kehidupan mahasiswa. Kesadaran fesyen ini muncul beriringan dengan adanya popularitas *barbershop* yang belum lama muncul.

Persamaan penelitian ini terletak pada tujuan untuk mengetahui bagaimana *barbershop* dapat menjadi jasa *fashion modern*. Penelitian ini juga menggunakan metode penelitian kualitatif dengan kombinasi teknik *purposive sampling*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti adalah penelitian Alvin Dwi Sasmara dan V. Indah Sri Pinasti hanya berfokus kepada kesadaran *fashion* mahasiswa di Kota Yogyakarta. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti oleh penulis menjelaskan tentang perkembangan *barbershop* sebagai fenomena baru di Kota Padang.

Penelitian terakhir adalah yang ditulis oleh Khoiriah, Wardah (2020) dengan judul “*Perawatan Diri Sebagai Habitus Mahasiswa Laki-laki di Next Premium Barbershop Medan*”. Peneliti berasal dari Jurusan Antropologi, Universitas Negeri Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *habitus* ataupun kebiasaan perawatan diri yang dilakukan oleh mahasiswa laki-laki dalam dunia *barbershop*, sehingga dapat mejadi alasan mahasiswa laki-laki peduli dengan sebuah perawatan dirinya. Selain itu penelitian ini juga ingin mengetahui bagaimana dampak yang dirasakan mahasiswa laki-laki ketika melakukan sebuah perawatan.

Hasil dari penelitian ini adalah mahasiswa laki-laki ingin membentuk citra diri, memperbaiki penampilan, ingin lebih merasa nyaman dan lebih rapi. Ada beberapa dampak yang mereka rasakan setelah melakukan perawatan, adapun yang menjadi dampak positifnya yaitu mahasiswa laki-laki menjadi lebih percaya diri dan mendapatkan pujian dari lingkungan sekitar sedangkan dampak negatif dari perawatan diri ini adalah masalah biaya dan secara sadar mereka akui bahwa *habitus* ataupun kebiasaan merawat diri ini menimbulkan efek konsumerisme yang membuat mereka ketergantungan melakukan perawatan diri.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti pada skripsi ini adalah sama-sama menggunakan metodologi penelitian kualitatif yang dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara, studi literatur, dan dokumentasi. Persamaan juga terlihat pada fokus narasumber yaitu *customer barbershop* yang menikmati jasa secara langsung. Sedangkan perbedaan penelitian

ini, terdapat pada fokus yang membahas terkait fasilitas dan dampak yang dirasakan langsung oleh *customer* yang datanya hanya berasal dari satu *barbershop* saja tanpa membandingkan dengan *barbershop* lain di kotanya.

F. Kerangka Pemikiran

Mengkaji mengenai *babershop* sebagai fenomena baru dalam cukur rambut, penelitian ini menggunakan teori yang peneliti pilih merupakan teori budaya *pop culture* menurut Storey (2003) mengungkapkan bahwa budaya merupakan perkembangan intelektual, spiritual, estetis; pandangan hidup tertentu dari masyarakat, periode, atau kelompok tertentu, dan, karya dan praktik intelektual, terutama aktivitas artistik. Ruang lingkup budaya dapat meliputi aktivitas seni, sastra, pendidikan, hiburan, olah raga, organisasi, wilayah, orientasi seksual, politik, etnis dan upacara/ritus religiusnya, serta aktivitas artistik budaya *pop*, seperti puisi, novel, balet, opera, dan lukisan. Kata pertama yang dibahas dalam budaya *Pop* adalah *populer*. William memaknai istilah populer sebagai berikut: banyak disukai orang, karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang (Storey, 2003: 10). Sedangkan definisi budaya *pop*, dapat diterangkan sebagai berikut:

1. Budaya *pop* merupakan budaya yang menyenangkan dan disukai banyak orang. Contoh, buku novel atau larisnya album *single R&B*. Definisi budaya *pop* dengan demikian harus mencakup dimensi kuantitatif, apakah suatu budaya itu dikonsumsi oleh banyak orang. *Pop*-nya budaya populer menjadi sebuah prasyarat.

2. Definisi kedua budaya *Pop* adalah budaya sub standar, yaitu kategori residual (sisa) untuk mengakomodasi praktek budaya yang tidak memenuhi persyaratan budaya tinggi. Budaya tinggi merupakan kreasi hasil kreativitas individu, berkualitas, bernilai luhur, terhormat dan dimiliki oleh golongan elit, seperti para seniman, kaum intelektual dan kritikus yang menilai tinggi rendahnya karya budaya. Sedangkan budaya pop adalah budaya komersial (memiliki nilai jual) dampak dari produksi massal. Contohnya *Pers pop Pers* berkualitas Sinema *pop* Sinema berkualitas hiburan *pop* Seni/budaya
3. Budaya *pop* merupakan budaya massa, yaitu budaya yang diproduksi oleh massa untuk dikonsumsi massa. Budaya ini dikonsumsi tanpa pertimbangan apakah budaya tersebut dapat diterima di dalam masyarakat atau tidak. Budaya *pop* dianggap sebagai dunia impian kolektif.
4. Budaya *pop* berasal dari pemikiran postmodernisme. Hal ini berarti pemikiran tersebut tidak lagi mengakui adanya perbedaan antara budaya tinggi dan budaya *pop* dan menegaskan bahwa semua budaya adalah budaya komersial. (Storey, 2003: 10-16).

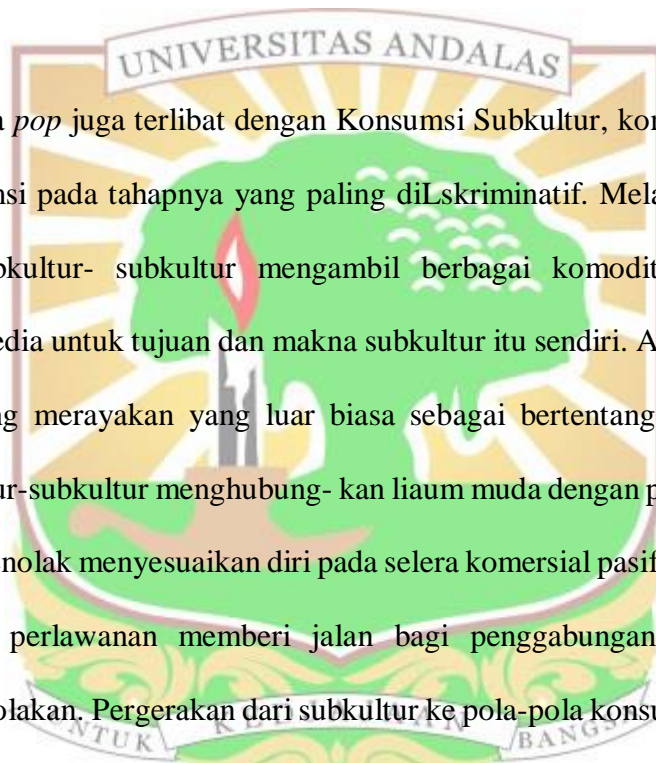
Penjelasan mengenai budaya *pop* juga telah banyak diuraikan oleh John Storey dalam bukunya yang berjudul "Teori Budaya dan Budaya Pop Memetakan Lanskap Konseptual *Cultural Studies*". Berbagai definisi mengenai budaya *pop* juga telah dikompilasikan dari berbagai sudut pandangan yang membahas tentang hal tersebut. Dalam buku kali ini yang berjudul *cultural studies dan kajian budaya*

pop merupakan kelanjutan dari buku sebelumnya yang telah tersebut di atas. Buku yang tebalnya seratus delapan puluh enam halaman merupakan studi yang komprehensif melihat fenomena-fenomena aktual atau kontemporer dalam kehidupan masyarakat khususnya pasca modernisasi terutama munculnya pada awal perkembangan industrialisasi. Perdebatan budaya pop semakin penting untuk dipelajari dan dipahami. Pengkajian tentang budaya *pop* tentunya sangat terkait dengan *cultural studies*.

John Storey menyimpulkan pengantarnya dengan meminjam sebuah kutipan panjang dari Lawrence Grossberg (1992). Dalam kutipan dikatakan, kita harus mengakui bahwa, sebagian besar, hubungan antara khalayak dan teks populer adalah hubungan yang aktif dan produktif. Makna teks tidak diberikan pada beberapa rangkaian kode yang tersedia secara terpisah di mana kita bisa mengkonsultasikannya kapan saja kita sempat. Sebuah teks hanya bisa bermakna sesuatu dalam konteks pengalaman dan situasi khalayaknya. Kehadiran televisi merupakan tanda dari perubahan peradaban dari suatu ujung garis kontinum budaya ke ujung garis kontinum yang lain (Abdullah, 2006).

Televisi telah banyak mempengaruhi ruang-ruang sosial masyarakat dan tentunya membawa efek yang sangat bervariasi sifatnya dalam kebudayaan. Terlihat bahwa televisi lama- kelamaan telah menjadi pusat titik intraksi dan pembentukan nilai. Tidak diragukan lagi televisi merupakan aktivitas waktu luang paling populer di dunia. Pada tahapan pertama, para profesional media memaknai wacana televisual dengan suatu laporan khusus mereka tentang, misalnya, sebuah

peristiwa sosial yang mentah, Selanjutnya pada momen kedua segera sesudah makna dan pesan berada pada wacana yang bermakna, yakni, segera sesudah makna dan pesan itu mengambil bentuk wacana televisual, aturan formal bahasa dan wacana bebas dikendalikan suatu pesan kini terbuka, misalnya bagi permainan polisemi. Akhirnya pada momen yang ketiga, momen decoding yang dilakukan khalayak, serangkaian cara lain dalam melihat dunia (ideologi) bisa dengan bebas dilakukan.



Budaya *pop* juga terlibat dengan Konsumsi Subkultur, konsumsi subkultur adalah konsumsi pada tahapnya yang paling diskriminatif. Melalui suatu proses 'perakitan' subkultur- subkultur mengambil berbagai komoditas yang secara komersial tersedia untuk tujuan dan makna subkultur itu sendiri. Analisis subkultur selalu cenderung merayakan yang luar biasa sebagai bertentangan dengan yang biasa. Subkultur-subkultur menghubungkan kaum muda dengan perlawanan, yang secara aktif menolak menyesuaikan diri pada selera komersial pasif mayoritas kaum muda. Sekali perlawanan memberi jalan bagi penggabungan, maka analisis terjadinya penolakan. Pergerakan dari subkultur ke pola-pola konsumsi orang muda secara keseluruhan telah dikembangkan di seputar pengakuan semua orang muda adalah konsumen budaya yang aktif bukan korban-korban budaya yang pasif dari dari banyak teori subkultur.

Mengapa Budaya Pop bisa Mempengaruhi Barbershop? Budaya *barbershop* di Indonesia terutama Kota Padang telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat.

Barbershop tidak hanya sekedar tempat untuk memotong rambut, tetapi juga berfungsi sebagai ruang sosial di mana pria dapat merawat penampilan mereka sambil menikmati suasana yang nyaman. Beberapa aspek menarik dari budaya ini meliputi:

1. Tema Retro dan Vintage, Banyak barbershop mengadopsi desain interior bergaya retro atau vintage, terinspirasi dari barbershop klasik di Eropa atau Amerika. Kursi-kursi klasik, cermin besar, dan dekorasi antik menciptakan nuansa nostalgia yang memberikan pengalaman unik bagi pelanggan.
2. Layanan Eksklusif, Selain potong rambut, barbershop modern menawarkan layanan eksklusif seperti cukur kumis dan janggut, perawatan rambut dengan produk berkualitas seperti pomade, hingga layanan tambahan seperti facial atau pijat kepala.
3. Cerminan Gaya Hidup dan Maskulinitas, Barbershop kini menjadi simbol pria yang peduli pada penampilan. Bagi sebagian pria, kunjungan rutin ke barbershop adalah bagian penting dari perawatan diri. Tempat ini juga menjadi cara untuk mengekspresikan identitas dan maskulinitas melalui pilihan gaya rambut.
4. Tempat Berkomunitas dan Bersosialisasi, Barbershop sering menjadi tempat nongkrong, di mana pelanggan bisa berbincang dengan barber atau sesama pelanggan, menciptakan atmosfer komunitas. Beberapa barbershop bahkan mengadakan acara atau pertemuan, menambahkan elemen sosial pada pengalaman pelanggan.

5. Dampak Media Sosial, Media sosial, terutama Instagram, berperan penting dalam mempopulerkan budaya barbershop. Foto-foto hasil potongan rambut yang keren, ulasan dari pelanggan, serta desain interior yang menarik seringkali dibagikan, memperluas popularitas barbershop modern.
6. Suasana Santai dengan Musik, Musik menjadi bagian dari pengalaman di banyak barbershop, di mana playlist yang santai menambah kenyamanan pelanggan, menjadikan waktu potong rambut sebagai momen relaksasi.

Kebudayaan ini juga didorong oleh munculnya barber yang dipandang sebagai seniman dalam memotong rambut, karena keahlian mereka dalam teknik dan tren gaya rambut yang diminati pelanggan.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu sosial di mana peneliti mengumpulkan dan menganalisis data dalam bentuk bahasa tulisan, bahasa lisan, perilaku manusia dan tidak berusaha untuk menghitung atau mengukur data kualitatif yang diperoleh dan tidak menganalisis nilai numerik (Afrizal, 2016 : 13). Penelitian ini bersifat deskriptif karena akan meneliti suatu kelompok manusia, suatu kondisi, suatu objek, suatu

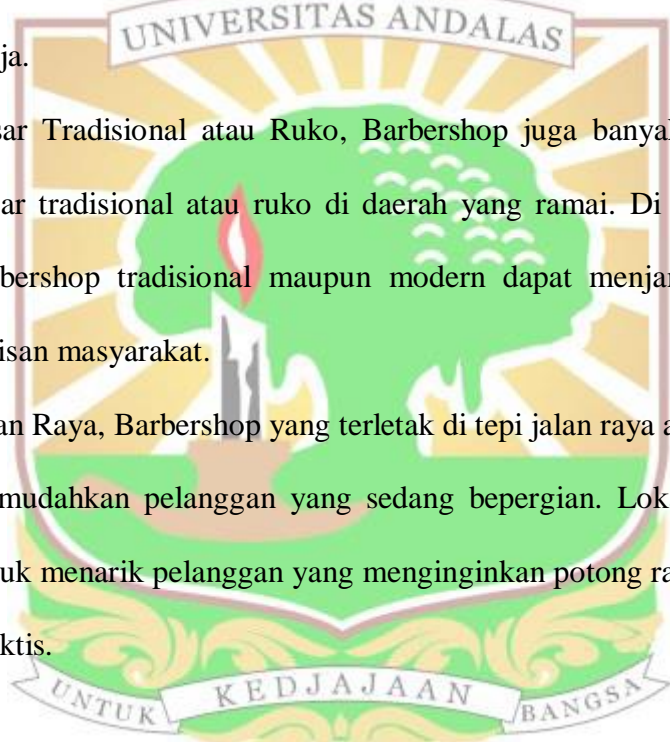
pemikiran, dan suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambar atau penggambaran fakta dan karakteristik yang sistematis, factual, dan akurat serta hubungan antara fenomena yang dipelajari. (Nazir, 2014 : 43).

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan atas dasar tempat berdirinya *barbershop* yang menjadi sampel penelitian. Banyaknya *barbershop* yang berdiri pada penelitian ini merujuk kepada artikel yang menjelaskan perspektif perkembangan *barbershop* sebagai fenomena baru dalam cukur rambut di Kota Padang. *Barbershop* biasanya berlokasi di tempat-tempat yang mudah dijangkau oleh pelanggan. Beberapa lokasi umum *barbershop* meliputi:

1. Pusat Kota, *Barbershop* sering berada di pusat kota, terutama di area dengan banyak lalu lintas dan aktivitas bisnis. Di sini, mereka melayani pelanggan yang membutuhkan layanan cepat dan berkualitas, baik saat istirahat kerja maupun setelah jam kantor.
2. Pusat Perbelanjaan (Mall) Banyak *barbershop* modern memilih untuk berada di dalam pusat perbelanjaan, memudahkan akses bagi pelanggan yang sedang berbelanja atau bersantai di mall.
3. Daerah Perumahan, Beberapa *barbershop* berlokasi di area perumahan untuk melayani penduduk setempat. *Barbershop* di lokasi ini biasanya menawarkan suasana yang lebih santai dan menjadi pilihan bagi warga sekitar yang tidak ingin bepergian jauh untuk potong rambut.

4. Sekitar Kampus atau Sekolah Barbershop di dekat kampus atau sekolah sering menawarkan harga yang terjangkau untuk menarik mahasiswa dan pelajar. Lokasi ini strategis karena target pelanggannya adalah anak muda yang peduli pada penampilan.
5. Kompleks Perkantoran, Beberapa barbershop beroperasi di dalam atau dekat kompleks perkantoran untuk melayani para pekerja yang membutuhkan potong rambut secara rutin tanpa harus jauh dari tempat kerja.
6. Pasar Tradisional atau Ruko, Barbershop juga banyak ditemukan di pasar tradisional atau ruko di daerah yang ramai. Di lokasi ini, baik barbershop tradisional maupun modern dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat.
7. Jalan Raya, Barbershop yang terletak di tepi jalan raya atau jalan utama memudahkan pelanggan yang sedang bepergian. Lokasi ini strategis untuk menarik pelanggan yang menginginkan potong rambut cepat dan praktis.



Secara umum, lokasi barbershop bervariasi tergantung target pasar dan konsep usahanya, dengan lokasi yang strategis dan mudah diakses menjadi faktor penting bagi kesuksesan barbershop. Lokasi yang menjadi bahan penelitian dari penelitian pertama yaitu Kanan *barbershop* yang terletak di Jl. Dr. Moh Hatta Simpang Pasia Kapalo Koto, Kanan *barbershop* terletak di dekat kampus universitas andalas. Penelitian kedua yaitu BlackBeard Studio yang terletak di Jl. Sawahan No.47 Padang Timur, BlackBeard yang terletak di dekat komplek

perkantoran. Penelitian ketiga yaitu Mikos *Barbershop* yang terletak di Jl. Purus IV No. 3a Padang, Mikos *barbershop* yang terletak pusat pembelanjaan dan pusat kota padang. Selain itu alasan memilih tiga barbershop ini dikarenakan Kanan, BlackBeard dan Mikos *barbershop* ini memiliki perkembangan, fenomena, budaya dan tujuan yang beragam.

3. Informan Penelitian

Menurut Spradley (2006: 36), informan merupakan pembicara asli (*native speaker*) yang oleh etnografer, informan diminta untuk berbicara dalam bahasa atau dialeknya sendiri sebagai sumber informasi dan guru bagi etnografer. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel di mana peneliti dengan sengaja memilih anggota sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2016: 85). Peneliti memilih sampel yang dianggap memiliki informasi yang paling relevan dan penting terkait dengan topik penelitian.

Berdasarkan teknik *purposive* maka penentuan informan yang telah diteliti adalah pemilik *barbershop* dan karyawan yang bekerja disana, pengunjung atau masyarakat yang datang ke *barbershop* karena informan ini merasakan langsung hasil dari penelitian dan hasil langsung dari *barbershop*. Penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*, dimana melakukan pemilihan informan kunci dan informan biasa. Informan kunci adalah informan yang mengalami suatu atau yang merasakan langsung suatu fenomena yang terkait dengan penelitian (Moleong, 2015 : 163). Informan kunci bukan hanya mengetahui tentang kondisi/fenomena pada masyarakat, orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang

situasi dan kondisi latar penelitian dan merupakan orang yang benar-benar mengetahui permasalahan yang diteliti. Sedangkan informan biasa adalah narasumber yang telah terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti (Hendarso, 2019 : 24).

Karyawan Kanan barbershop memiliki delapan karyawan yaitu enam *kapster*, satu *admin* dan satu kasir, peneliti mengambil tiga informan dari Kanan *barbershop*, dua diantaranya merupakan karyawan Kanan *barbershop*. FR merupakan *owner* Kanan *barbershop* yang acap kali merangkap sebagai *kapster* apabila hal itu diminta langsung oleh *customer*, YA merupakan *kapster* dengan jabatan terlama di Kanan *barbershop* tentunya karena hal tersebut YA dijadikan informan kunci oleh peneliti dikarenakan YA memiliki sumber informasi yang lebih banyak dibanding *kapster* lain, dan VA yang merupakan *customer* tetap di Kanan *barbershop* yang dapat kita kenal sebagai pelanggan tetap, peneliti menjadikan VA sebagai informan kunci dikarenakan YA memiliki informasi yang dapat membantu penelitian ini yang dapat dilihat dari sudut pandang *customer*.

BlackBeard *barbershop* memiliki tujuh karyawan yaitu enam *kapster* dan satu kasir, peneliti mengambil tiga informan berdasarkan sudut pandang BlackBeard *barbershop*, informan yang pertama merupakan SH sebagai informan kunci, SH disini bertugas sebagai *owner* yang sesekali akan terjun langsung menjadi *kapster* apabila dibutuhkan, dikarenakan jabatan inilah SH dijadikan sebagai informan kunci oleh peneliti, YA merupakan *kapster* senior dengan kemampuan memangkas yang cukup baik dibanding dengan *kapster* lain, YA

memiliki *customer* yang lebih banyak dibanding dengan *kapster* lain, hal ini yang menjadikan peneliti memilih YA sebagai informan kunci dalam penelitian ini dan YM sebagai pelanggan tetap BlackBeard yang menyukai hasil langsung dari tangan YA, YM tidak pernah berganti tempat potong rambut setelah menganal BlackBeard *barbershop*.

Mikos *barbershop* memiliki empat karyawan yaitu empat *kapster* dan satu admin, peneliti memilih AK sebagai informan kunci dari Mikos *Barbershop* dikarenakan AK merupakan *owner* selaku pemilik dan pengelola langsung dari Mikos *Barbershop*, hal ini juga berlaku kepada HH selaku media dari Mikos yang dipilih menjadi informan biasa oleh peneliti, HH bertugas sebagai orang yang pertama kali menyebarkan informasi terkait Mikos dan YS sebagai pelanggan tetap Mikos yang menyukai ciri khas dari Mikos *Barbershop*. Peneliti mendapatkan enam informan laki-laki yang menjadi studi kasus di dalam penelitian ini, peneliti menemukan ada tiga orang yang merupakan karyawan *barbershop*. Sedangkan untuk dua lainnya adalah pemilik yang berhubungan langsung dengan usaha dan konsumen dan satu lainnya adalah pelanggan tetap *barbershop*.

Pada bab ini, peneliti mendeskripsikan tentang ragam informan yang menjadi pekerja di *barbershop* dan informan yang menjadi pelanggan *barbershop*. Pada bagian profil tersebut peneliti memberikan uraian secara jelas mengenai berbagai macam aspek kehidupan informan laki-laki yang bekerja di *barbershop* dan pelanggan *barbershop*.

a. Pemilik Usaha *Barbershop*

1) Informan FR

Informan FR merupakan seorang laki-laki yang lahir di Kota Padang, tanggal 4 Maret 1994. Informan FR berasal dari lulusan Telkom University di Kota Bandung, berawal dari teman perkuliahan yang suka memotong rambut di *barbershop* dan berkembangnya *barbershop* di Kota Bandung. Informan FR mempunyai minat membuka *barbershop* di Kota Padang, informan mempelajari cara memotong rambut di salah satu *barbershop* di Kota Bandung. Minat informan membuka usaha *barbershop* dikarenakan masih sedikitnya usaha *barbershop* di Kota Padang. Informan FR mendirikan Kanan *Barbershop* pada tanggal 1 september 2018, pada saat itu informan pulang dari Bandung setelah menyelesaikan perkuliahannya.

2) Informan SH

Informan SH merupakan seorang laki-laki yang lahir di Kota Padang, tanggal 20 Januari 1993. Informan SH berasal dari lulusan SMA Semen Padang, informan menjalani karirnya di dunia *barbershop*, berawal dari *kapster* atau pemotong rambut di salah satu *barbershop* di Kota Jakarta. Informan bekerja sebagai *kapster* selama 2 tahun, hal ini dilakukan agar mendapatkan ilmu tentang *barbershop*. Menurut informan SH usaha *barbershop* di Kota Padang belum berkembang seperti di Kota Jakarta, hal ini membuat minat informan membuka usaha *barbershop* di Kota Padang yang bernama Black Beard *barbershop* di tahun 2020

3) Informan AK

Informan AK merupakan seorang laki-laki yang lahir di Kota Padang, tanggal 19 April 1994. Informan AK berasal dari lulusan SMA Semen Padang, berawal dari suka memotong rambut temannya, informan AK mendalami *barbershop* di tahun 2018 sebagai *kapster* atau pemotong rambut di Kanan *barbershop*. Selama menjadi *kapster* Kanan *barbershop*, informan AK mendapatkan banyak ilmu tentang *barbershop*. Informan sudah bekerja sebagai *kapster* Kanan *barbershop* selama dua tahun dan mempunyai minat membuka usahanya sendiri yang bernama Mikos *barbershop* di tahun 2021. Menurutnya *barbershop* di Kota Padang belum terlalu banyak dan hal ini membuat minatnya membuka usaha *barbershop*.

b. Pekerja Barberhop

1) Informan MN

Informan MN merupakan seorang laki-laki yang lahir di Kota Padang, tanggal 7 september 1999. Informan MN berasal dari SMA N 9 Kota Padang, yang mana ia sekarang berumur 24 tahun, informan MN merupakan anak pertama dari empat bersaudara. MN tinggal bersama kedua orangtua MN di Kota Padang. Ayahnya bekerja disalah satu perusahaan negeri yang berada di Kota Padang, dan ibunya bekerja sebagai ibu rumah tangga. Kedua orang tua MN bedarah Minangkabau. Kondisi ekonomi keluarga MN bisa dikatakan menengah bawah. Hal tersebut membuat MN bekerja sebagai *kapster* atau tukang cukur rambut di Kanan *Barbershop*.

MN sangat menyukai pekerjaannya sebagai *kapster* dan sudah belajar mencukur rambut saat masih SMA, awalnya hanya memotong rambut temannya saja di tahun 2017 dan belajar di salah satu *barbershop* di daerah jati Kota Padang. MN akhirnya melamar bekerja sebagai *kapster* di Kanan *barbershop* dan sudah bekerja sejak tahun 2018 sampai sekarang. Bagi MN memotong rambut hal yang menyenangkan karna dapat memberikan orang kepuasan atas hasil potongan rambut nya. Selain itu MN sangat menyukai bekerja di *barbershop* dikarenakan tempat yang bersih dan menggunakan AC yang membuat tempat *barbershop* tidak panas.

“Awak alhamdulillah lamak karajo di kanan ko, pelayanannyo rancak dan pelanggannyo rami. Dalam sahari wak bisa mamotong rambuik 10-12 urang”

Kanan *barbershop* memberikan gaji kepada *kapster* setiap bulannya, *kapster* menerima gaji sesuai dengan sebanyak apa memotong rambut di setiap bulannya. MN dapat menerima gaji sekitar 2-4 juta di setiap bulannya sesuai dengan berapa banyak MN memotong rambut pelanggannya. Penghasilan tersebut didapatkan MN melalui persenan dari setiap pelanggan yaitu 28% per satu orang pelanggan.

2) Informan HH

Informan HH adalah seorang lulusan Politeknik Negeri Padang Jurusan Teknik Mesin angkatan 2019. HH lahir di Kota Padang pada tanggal 24 desember 2001. Informan HH berasal dari Nagari Indarung, Lubuk Begalaung. HH

merupakan anak pertama dari dua saudara. Adik laki-laknya ini masih duduk dibangku Pendidikan SMP.

Orang tua laki-laki HH bekerja sebagai karyawan perusahaan negeri di kota Padang, sedangkan orang tua perempuannya sebagai ibu rumah tangga. Selama berada di Kota Padang HH tinggal dengan orangtuanya. Saat masih berkuliah, kondisi ekonomi keluarga HH bisa dikatakan menengah akan tetapi informan HH ingin bekerja sambil berkuliah agar tidak membebani orang tuanya. Hal tersebut membuat HH bekerja *freelance* atau bekerja paruh waktu di Mikos *Barbershop* sebagai admin sosial media.

Informan HH berteman dan bertetangga dengan pemilik Mikos *barbershop* sejak kecil, informan HH dipekerjakan sejak pertama *barbershop* Mikos didirikan, disaat pemilik Mikos *barbershop* mendirikan *barbershop* dan membutuhkan pekerja *admin sosial media* di *barbershop*. Pemilik Mikos mengajak informan HH bekerja sebagai *admin sosial media* di Mikos *barbershop*. Selain ingin bekerja, HH mengakui bahwa kesukaan terhadap hasil potongan rambut di *barbershop* ini dimulai semenjak ia berkuliah. Kesukaan memotong rambut diawali karena diajak oleh teman-temannya memotong rambut di *barbershop*. Kegiatan memotong rambut ini sudah menjadi kebiasaan oleh HH disetiap bulannya.

Informan HH juga dapat menikmati fasilitas sebagai karyawan yaitu memilih memotong rambut di *barbershop* Mikos secara gratis disetiap bulannya, Mikos *barbershop* merupakan salah satu pilhan HH dalam memotong rambutnya, hal tersebut dikarenakan Mikos selalu mengikuti gaya potongan rambut yang

modern atau potongan yang mengikuti zaman dan memiliki tempat yang nyaman seperti konsep tempat Mikos yang *klasik modern*, ruangan memiliki AC yang membuat tempat tidak panas dan selera musik yang cocok dengan informan HH.

“awak emang suko bana mamotong rambuik di barbershop, salah satunyo Mikos barbershop ko. Selain wak karajo di Mikos ko, Mikos adalah pilihan wak untuak mamotong rambuik karena tampek yang nyaman dan kualitas memotong rambuik yang rancak. Biasanyo awak mamotong rambuik sakali sabulan di Mikos Barbershop ko”

Kesukaan terhadap pelayanan memotong rambut di *barbershop* ini sudah menjadi kebutuhan. Ketika ia tidak memotong rambut pangkas rambut biasa atau pangkas rambut sederhana merasa kurang nyaman dan hasil kurang memuaskan.

3) Informan YA

Informan YA merupakan seorang laki-laki yang lahir di Kota Padang, pada tanggal 14 maret 1998. Sekarang YA berumur 25 tahun, informan YA berasal dari lulusan SMA Semen Padang. YA tinggal di Kota Padang tepatnya di daerah Indarung, YA merupakan anak dari dua bersaudara, saudara pertamanya merupakan seorang laki-laki yang sedang bekerja di Kota Batam. YA tinggal bersama orang tua laki-laki nya saja, sedangkan orang tua perempuannya sudah meninggal.

Orang tua laki-laki merupakan pensiunan perusahaan negeri di Kota Padang, sehingga kondisi ekonomi keluarga YA bisa dikatakan menengah ke bawah. Berawal dari hobi memotong rambut temannya di SMA, YA lalu belajar menjadi kapster atau pemotong rambut profesional di salah satu *barbershop* di Kota Padang yaitu Kanan *barbershop* sejak 2018 dan sekaligus bekerja disana hingga kini.

YA sangat menyukai pekerjaan sebagai *kapster* di Kanan *barbershop*, dikarenakan menurut YA memberikan kepuasan kepada pelanggannya dengan hasil potongan rambutnya merupakan hal yang menyenangkan. Bagi YA seorang kapster harus selalu *update* mengenai model rambut yang tengah populer di kalangan masyarakat setiap saat. Potongan rambut laki-laki memiliki gaya potongan rambut yang cukup sering berganti. Sehingga, para kapster harus mengikuti gaya potongan terbaru sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

“karna zaman ko selalu maju, gaya rambuik pun selalu barubah sahingga wak sebagai kapster harus selalu beraja mamotong rambuik gaya rambuik untuak kebutuhan dan keinginan pelanggan wak”

Informan YA mengakui Kanan *barbershop* selalu menekankan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggannya, seperti selalu memberikan konsultasi kepada pelanggan agar pelanggan mendapatkan pelayanan memotong rambut. Kanan *barbershop* memberikan gaji kepada *kapster* setiap bulannya, *kapster* menerima gaji sesuai dengan sebanyak apa memotong rambut di setiap bulannya. YA dapat menerima gaji sekitar Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000 di setiap bulannya sesuai dengan berapa banyak YA memotong rambut pelanggannya.

Tabel 2. Data Informan Karyawan *barbershop*

no	Informan	Jabatan informan	Penghasilan Perbulan
1	MN	<i>Kapster Kanan</i>	Rp 3.500.00
2	HH	Media Mikos	Rp. 1.500.000
3	YA	<i>Kapster Kanan</i>	Rp 3.500.00

Sumber: Olah Data Peneliti, 2023

4) Informan EI

Informan EI merupakan seorang laki-laki yang lahir di Kota Padang, pada tanggal 11 November 1993. Informan merupakan seorang juri parkir di Black Beard *barbershop*, banyaknya pelanggan Black Beard *barbershop* membuat pemilik menambah pekerja juri parkir untuk mengatur posisi motor dan mobil masuk. Menurut informan perkembangan *barbershop* sangat meluas, banyaknya laki-laki yang ingin memotong rambut di setiap harinya. Informan juga mengatakan bahwa di setiap sore sampai malam banyaknya pengunjung yang datang untuk memotong rambutnya.

c. Pelanggan *Barbershop*

1) Informan YM

Informan YM merupakan seorang laki-laki yang lahir di Kota Padang, tanggal 1 juli 1998. Informan YM berasal dari lulusan Institut Teknologi Padang, informan YM bekerja sebagai pengusaha alat musik di rumahnya sendiri. YM tinggal bersama orang tua laki-laki dan bersama seorang kakak berada di Kota Padang. Orang tua laki-laki bekerja di salah satu perusahaan swasta yang berada di Kota Padang, sedangkan orang tua perempuan sudah meninggal atau almarhum. Kondisi ekonomi keluarga YM bisa dikatakan menengah keatas. Hal tersebut

membuat informan YM sering menggunakan jasa potong rambut di salah satu *barbershop* yaitu BlackBeard *barbershop*.

YM merupakan pelanggan Black Beard *barbershop*, informan YM selalu memotong rambutnya di Black Beard sekali sebulan dan memilih pelayanan potong rambut dengan harga yang cukup terjangkau yaitu paket *premium* di harga Rp60.000. Informan YM memilih memotong rambut di Black Beard *barbershop*, di karenakan hasil potongan rambut yang bagus dan cocok di rambutnya, selain itu Black Beard tempat yang bersih dan pelayanan yang ramah kepada pelanggannya. Hal ini membuat YM selalu memotmg rambut di Black Beard *barbershop* di setiap bulannya.



“awak suko karek rambuik di Black Beard, soalnya selain harga yang cukup murah dek awak. Black Beard memberikan pelayanan yang mambuek wak meresa nyaman karena tampek yang barasiah dan kapster nyo ramah jo awak yang mambuek wak nio karek rambuik baliak di BlackBeard ko”

Memotong rambut Black Beard *barbershop* sudah menjadi kebiasaan YM, bahkan informan YM pun sudah kenal dengan *kapster* Black Beard yang selalu memotong rambutnya. Karena hal inilah yang menjadi minat tersendiri bagi YM untuk selalu mengunjungi BlackBeard *barbershop* sekali sebulan.

2) Informan RI

Informan RI adalah seorang mahasiswa jurusan manajemen Universitas Bung Hatta Angkatan 2019 yang berasal dari SMA 4 di Kota Padang. Informan RI lahir di Kota Padang pada tanggal 5 juni 2000. Ia berasal dan tinggal di daerah

Gadut yang merupakan salah satu nagari yang berada di kecamatan Pauh, Sumatera Barat. RI merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara. Informan RI memiliki seorang saudara laki-laki dan saudara perempuan yang sudah bekerja di Kota Jakarta.

Informan RI tinggal di rumah bersama orangtuanya, orangtua laki-laki RI merupakan pensiunan perusahaan negeri di Kota Padang sedangkan orangtua perempuan RI merupakan ibu rumah tangga. Kondisi ekonomi keluarga RI bisa dikatakan menengah ke atas. Informan RI di beri uang jajan di anggaran Rp. 2.000.000 perbulannya. Informan RI ini sering memotong rambut di *barbershop* di setiap bulannya. Informan RI sudah pernah mencoba memotong rambut dipangkas rambut sederhana dan hasilnya kurang memuaskan. Seiring dengan perkembangan zaman, kehadiran *barbershop* di Kota Padang semenjak tahun 2019 hingga kini *barbershop* menjadi tempat kebutuhan memotong rambut khususnya laki-laki, selain tempat memotong rambut *barbershop* memiliki fasilitas-fasilitas dan konsep tempat *barbershop* yang nyaman membuat informan RI memilih *barbershop* sebagai kebutuhan memotong rambut disetiap bulannya.

“awak mamilih mamotong rambut di barbershop karena sabalumnyo awak lah banyak mancubo mangkarek rambut di pangkeh rambut biasa tapi hasilnya kurang memuaskan. Samanjak barbershop hadir di padang wak langsung mancubo dan suko mamotong rambut di barbershop sampai kini”

Informan RI memilih Mikos *barbershop* sebagai kebutuhan memotong rambut di setiap bulannya. Selain fasilitas dan konsep tempat yang memberikan kenyamanan, *barbershop* menurut RI juga memberikan potongan rambut yang sesuai dengan keinginannya. Dengan anggaran memotong rambut sekitar Rp50.000 di setiap bulannya, menurut RI tidak masalah dan sangat menyukai *barbershop* sebagai tempat memotong rambut.

3) Informan MT

Informan MT Informan MT merupakan seorang mahasiswa Jurusan Teknologi Pendidikan Fakultas Teknik Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Padang angkatan 2019 yang berasal dari Kota Padang. MT lahir di Padang pada tanggal 27 maret tahun 2001. Kedua orangtuanya berasal dari daerah yang berada di Kota Padang. Informan MT tinggal bersama kedua orangtuanya di daerah pengambilan kecamatan luar, MT mempunyai satu orang saudara perempuan, yang sudah bekerja di perusahaan swasta di Kota Jakarta. Keadaan ekonomi keluarga FSP ini bisa dikatakan pada kategori menengah kebawah.

Orang tua laki-laki MT mempunyai usaha yaitu grosir untuk kebutuhan rumah tangga, sedangkan orang tua perempuan sebagai ibu rumah tangga. Informan MT merupakan pelanggan Kanan *barbershop* sejak tahun 2018 sampai sekarang, awalnya MT memotong rambut di pangkas rambut sederhana dari bangku SMP tetapi hasil potongan rambut yang diberikan kurang bersih dan tertata.

MT mengakui semenjak *barbershop* hadir di Kota Padang, MT menemukan hasil potongan rambut yang cocok dengannya. Hal ini dikarenakan menurut MT

sekarang ini Kanan *barbershop* memberikan konsultasi tentang bagaimana potongan rambut yang diinginkan pelanggannya dengan ramah, selain itu menurut MT setiap *kapster* atau pemotong rambut sudah banyak yang profesional. MT mengunjungi Kanan *barbershop* sekali sebulan dan kadang sekali dua bulan sesuai dengan panjang rambutnya. MT mengeluarkan biaya memotong rambut di Kanan *barbershop* dalam sebulan atau dua bulannya Rp 50.000.

“awalnya mamotong rambut di pangkeh rambut biasa, tapi setelah adonyo barbershop di kota padang wak sakali mancubo wak maraso nyaman dan sanang dengan hasil potongan rambut wak”

Tabel 3. Data Informan Pelanggan *Barbershop*

no	Informan	Status Informan	Umur	Pelanggan
1	YM	Sarjana	25 Tahun	Black Beard <i>barbershop</i>
2	RI	Mahasiswa	23 Tahun	Mikos <i>barbershop</i>
3	MT	Mahasiswa	23 Tahun	Kanan <i>barbershop</i>

Sumber: Olah Data Peneliti, 2023

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data mencakup pelaksanaan strategi sampling kualitatif yang baik, mengembangkan cara untuk merekam informasi, baik dalam bentuk digital maupun kertas, menyimpan data dan mengantisipasi persoalan etika yang mungkin muncul (Creswell, 2015 : 205). Jadi, dalam penelitian ini untuk menyelidiki dan mendapatkan data yang dibutuhkan harus sesuai dengan prosedur. Berdasarkan uraian di atas, maka pengumpulan data didapatkan melalui:

a. Observasi

Observasi adalah suatu aktivitas pengamatan mengenai suatu objek tertentu secara cermat secara langsung di lokasi penelitian tersebut berada. Selain itu, observasi ini juga termasuk kegiatan pencatatan yang dilakukan secara sistematis tentang semua gejala objek yang diteliti (Sugiyono, 2018 : 229). Terdapat juga pendapat lain yang mengatakan bahwa pengertian observasi ialah suatu tindakan atau proses mengamati sesuatu atau seseorang dengan cermat demi mendapatkan suatu informasi atau sekadar membuktikan kebenaran dari suatu penelitian (Sugiyono, 2015 : 276). Bisa dikatakan juga kalau proses observasi sebagai salah satu teknik pengumpulan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kegiatan ini juga dilakukan dan dicatat seluruhnya secara sistematis serta dapat dikendalikan secara reliabilitas dan juga validitasnya.

Observasi atau pengamatan dilakukan terutama untuk mengenali lebih jauh mengenai tempat atau lingkungan fisik hingga suasana di Black Beard Studio, Kanan *barbershop* dan Mikos *barbershop*. Termasuk juga hal-hal yang lebih-lebih detail terkait dengan perubahan budaya pangkas rambut berbeda dengan *barbershop*. Pengamatan terutama dilakukan di lingkungan Black Beard Studio, Kanan *barbershop* dan Mikos *barbershop*, dengan memperhatikan karakteristik budaya *barbershop* berbeda dengan pangkas rambut biasa terkait dengan fenomena baru di *barbershop*.

Peneliti menyaksikan lingkungan fisik, partisipan, aktivitas, interaksi, percakapan, dan perilaku itu sendiri selama proses pengamatan tersebut (Creswell,

2005 : 231). Data yang diperoleh dalam pengamatan ini, berupa data yang dilakukan pemilik, karyawan dan masyarakat di *barbershop*, bagaimana masyarakat yang datang di *barbershop* kemudian situasi seperti yang sedang dinikmati. Sehingga hasil dari pengamatan dapat menggambarkan strategi *barbershop* dalam menjalankan bisnisnya.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti (atau pewawancara) dengan responden atau subjek penelitian. Tujuan utama dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi, pandangan, dan pengalaman langsung dari subjek penelitian tentang topik yang sedang diteliti. Wawancara sering digunakan dalam berbagai bidang seperti penelitian sosial, psikologi, ilmu politik, dan bisnis (Holloway, 1996:17).

Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data terkait pertanyaan-pertanyaan penelitian yang telah di rumuskan di bagian perumusan masalah, dan juga untuk mendapatkan beberapa informasi yang relevan seperti dari pengunjung yang memilih *barbershop* dibanding pangkas rambut, pemilik *barbershop*, karyawan *barbershop*. Teknik wawancara peneliti juga didukung oleh alat bantu perekam suara, agar memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data. Data yang di ambil dalam penelitian ini tentang bagaimana *barbershop* mempunyai fenomena baru dalam cukur rambut di Kota Padang.

Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan pemilik *barbershop*, penata rambut, dan pelanggan untuk memperoleh perspektif yang beragam tentang

pengalaman mereka dalam berhubungan dengan *barbershop*. Peneliti mewawancarai dan mencatat detail-detail penting terkait dengan praktik bisnis, interaksi sosial, nilai-nilai, dan perilaku yang ada di dalam budaya *barbershop* di Kota Padang. Teknik pengumpulan data seperti wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk berinteraksi langsung dengan individu atau kelompok yang diteliti, memperoleh wawasan yang mendalam tentang pemikiran, sikap, dan pengalaman mereka terkait dengan topik penelitian.

c. Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Bahkan kredibilitas hasil penelitian kualitatif akan semakin tinggi jika melibatkan/menggunakan studi dokumen dalam metode penelitian kualitatifnya (Sugiyono, 2005:83). Studi dokumen merupakan teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, hasil karya, maupun elektronik. Dokumen yang diperoleh kemudian dianalisis, dibandingkan dan dipadukan (sintesis) membentuk satu kajian yang sistematis, terpadu dan utuh. Studi dokumenter tidak sekedar mengumpulkan dan menuliskan atau melaporkan dalam bentuk kutipan-kutipan tentang sejumlah dokumen. Hasil penelitian yang dilaporkan adalah hasil analisis terhadap dokumen-dokumen tersebut. Pemanfaatan studi dokumentasi saat ini oleh para peneliti (terutama ilmuwan sosial dalam penelitian kualitatif) sudah selayaknya diperhatikan dan dioptimalkan penggunaannya. Ternyata sangat banyak sumber informasi yang tersimpan dalam beragam bahan dan jenis dokumenter. Informasi dalam bahan dan jenis

dokumenter ini sangat kaya, sehingga penggalian (eksplorasi) sumber data dengan metode dokumentasi akan sangat memengaruhi kualitas (kredibilitas) hasil penelitian.

5. Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah kegiatan analisa penelitian yang dilakukan dengan cara memeriksa segala bentuk data dari komponen penelitian, seperti catatan, dokumen, hasil tes, rekaman, oral *history* dan lain sebagainya (Sugiyono, 2020 : 131). 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.

Analisis data dimulai dari mengumpulkan data-data yang sudah didapat di lapangan. Data-data yang sudah terkumpul kemudian akan diperiksa kembali untuk menuju tahap analisis. Proses analisis dilakukan dengan menyusun dan merangkai data-data yang telah dikumpulkan secara sistematis dan beraturan. Hal ini peneliti menggunakan analisis data kualitatif, dimulai dari mereduksi data untuk memilih dan memisahkan antara data yang penting dan data yang tidak penting. Tumpuan teknik analisis ini terletak pada penyebab, penjelasan dan hal yang melatarbelakangi topik yang sedang diteliti. Dengan kata lain merupakan teknik untuk mendalami fenomena secara alami (*natural setting*) (Silverman, 2004 : 152).

Kemudian penyajian data yang disusun berdasarkan data atau informasi yang telah didapatkan yang kemudian disajikan dalam bentuk naratif, tabel, ataupun bentuk lain sesuai dengan data yang peneliti dapatkan. Terakhir yaitu menarik kesimpulan dari data yang telah disajikan sebelumnya agar dapat dipastikan tidak terdapat kesalahan data

6. Proses Jalannya Penelitian

Penelitian ini peneliti lakukan secara bertahap, yaitu tahap pembuatan proposal penelitian dan tahap penulisan skripsi. Pada tahap pembuatan proposal penelitian, peneliti memulai dengan merancang tema yang dijadikan sebagai proposal sekaligus skripsi yang diajukan sebagai syarat meraih gelar sarjana Antropologi Universitas Andalas.

Peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai *barbershop* sebagai fenomena baru di Kota Padang, langkah pertama yang peneliti lakukan yaitu observasi awal dan menulis latar belakang yang diteliti dilapangan, setelah itu dibawah bimbingan dosen pembimbing pertama dan kedua, peneliti melalui beberapa kali revisi proposal dan setelah itu melaksanakan ujian seminar proposal pada tanggal 15 Agustus 2023. Setelah selesai seminar proposal tersebut dan dinyatakan lulus oleh tim penguji, peneliti melakukan revisian terhadap proposal penelitian sesuai dengan arahan, saran dan masukan dari tim penguji.

Peneliti melakukan observasi pada 3 *barbershop* yang menjadi lokasi penelitian. Adanya hasil observasi oleh peneliti, peneliti membuat daftar pertanyaan wawancara saat berada di lapangan. Agar memudahkan peneliti selama berada di

lapangan untuk mencari data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Setelah menyusun pertanyaan, peneliti melakukan wawancara secara langsung dan tidak langsung kepada para narasumber untuk mendapatkan data yang di perlukan, Melalui data yang sudah di kumpulkan.

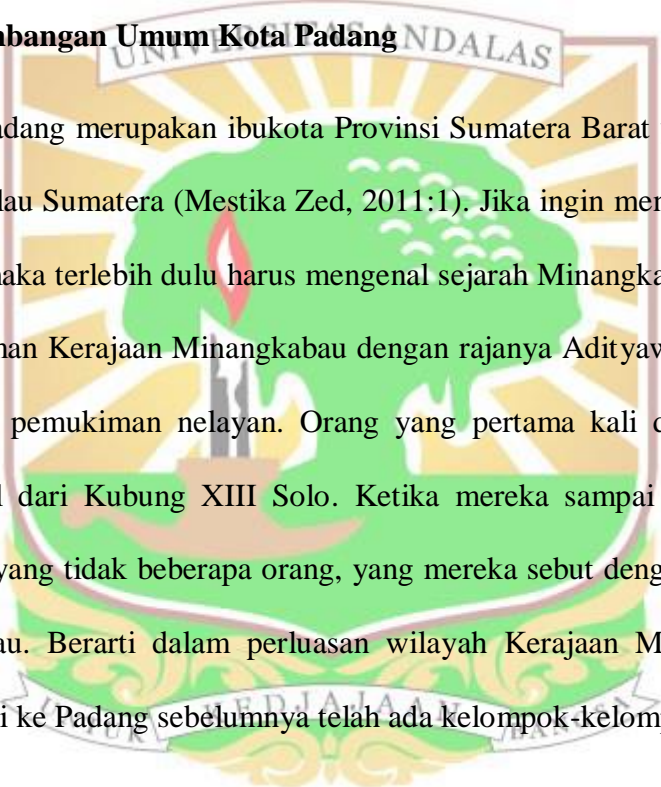


BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana gambaran umum tukang cukur Kota Padang, dengan menjelaskan secara umum seperti apa perkembangan tukang cukur rambut di Kota Padang mulai dari awal terbentuk hingga hadirnya *barbershop* sebagai fenomena baru di Kota Padang.

A. Perkembangan Umum Kota Padang



Kota Padang merupakan ibukota Provinsi Sumatera Barat yang terletak di pantai barat pulau Sumatera (Mestika Zed, 2011:1). Jika ingin mengetahui sejarah Kota Padang maka terlebih dulu harus mengenal sejarah Minangkabau. Pada abad ke-15 pada zaman Kerajaan Minangkabau dengan rajanya Adityawarman, saat itu Padang adalah pemukiman nelayan. Orang yang pertama kali datang ke Kota Padang berasal dari Kubung XIII Solo. Ketika mereka sampai telah ada juga penduduk asli yang tidak beberapa orang, yang mereka sebut dengan orang-orang Rupit dan Tirau. Berarti dalam perluasan wilayah Kerajaan Minangkabau ini sebelum sampai ke Padang sebelumnya telah ada kelompok-kelompok masyarakat tersebut.

Rantau pesisir seperti Padang saat itu dianggap tidak begitu penting sebagai rute perdagangan Minangkabau yang mengarah ke pantai timur melalui sungai-sungai besar yang berasal dari daerah-daerah sekitar Gunung Merapi. Daerah ini telah lebih dulu menjadi pusat pemukiman yaitu tempat beradanya Kerajaan Minangkabau. Kawasan pesisir dipantai barat Sumatera kemudian menjadi pilihan