

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pentingnya peran *mass media* salah satunya yaitu penyampaian informasi dan juga pesan yang dibutuhkan oleh khalayak banyak. Itu dapat ditransmisikan dan diterima secara langsung atau tidak langsung, termasuk melalui surat kabar, radio, televisi dan media lainnya. Menurut Nur, pemilihan dan penerimaan pesan ataupun informasi yang disampaikan melalui media massa disesuaikan dengan selera dan kepercayaan khalayak (Nur, 2021).

Ketersediaan portal media daring sebagai ruan berbagai informasi kini membuat dunia tidak memiliki batas baik ruang maupun waktu. Dengan adanya hal tersebut membuat segala informasi menjadi lebih terbuka. Kita dapat dengan cepat memahami apa yang terjadi di sisi lain dunia. Ketersediaan teknologi yang canggih membuat kita dapat menyalurkan berbagai jenis informasi seperti ekonomi, politik, riset, pendidikan, hiburan dan hal lainnya yang menyangkut aspek kehidupan masyarakat melalui internet (Ready, 2016).

Pada pertengahan tahun 2022 lalu, terdapat komunitas yang berisikan pemuda pemudi asal Citayam dan wilayah pinggiran Jakarta lainnya meramaikan jalanan kawasan bisnis dan gedung perkantoran di Sudirman. Mereka menciptakan fenomena baru dengan menggunakan ruang publik sebagai wadah untuk menampilkan berbagai bentuk ekspresi. Maka lahirlah ide kegiatan bernama Citayam Fashion Week yang dikenal luas oleh masyarakat. Kepopuleran fenomena Citayam Fashion Week awalnya muncul dari beragam konten-konten menghibur di TikTok yang melakukan wawancara dengan para remaja disana. Isi konten tersebut secara khusus menekankan gaya pakaian unik mereka dan kepolosan perkataan para remaja ini



Gambar 1. 1 Suasana Citayam Fashion Week (news.detik.com, 2022)

Adapun Citayam Fashion Week atau yang disingkat dengan CFW adalah fenomena yang diciptakan para pemuda pemudi asal wilayah Depok, Citayam dan juga Bojong Gede diawali saat mereka seringkali berkumpul di tempat ternama di Jakarta serta mengekspresikan berbagai selera unik mengenai fashion. Seperti halnya acara fashion show, CFW adalah bentuk imitasi dari kegiatan Paris Fashion Week dimana mereka menggunakan *zebra cross* sebagai tempat *catwalk* mereka.

Dilansir dari berbagai sumber, netizen mengusulkan nama Citayam Fashion Week dikarenakan mayoritas anak muda tersebut berasal dari daerah Citayam. CFW dimulai dengan ide menghabiskan waktu senggang untuk menyalurkan kreativitas anak muda ke dalam busana fashion. Para anak muda tersebut beradu gaya satu sama lain menggunakan *outfit* yang telah mereka pilih masing-masing. Adapun Bonge dan Jeje dari Citayam adalah para anak muda yang menjadi pengagas CFW dan juga menjadi dikenal karena viral di sosial media. CFW kini pun banyak dimanfaatkan sebagai sarana untuk membuat konten baik berupa video maupun foto untuk diunggah di sosial media. Bagi warga Citayam, Depok dan Bojonggede, lokasi CFW yang berada di Dukuh Atas, Jakarta ini cukup strategis karena dapat diakses dengan mudah menggunakan KRL.

Setelah kemunculannya, CFW kian menjadi topik pembicaraan dan juga perdebatan khalayak umum. Hal tersebut akibat para remaja yang berkerumun dari berbagai wilayah saling beradu gaya busana, berlenggak-lenggok seperti model dengan menggunakan *zebra cross* sebagai *runaway* mereka. Terdapat

beberapa pihak yang menyatakan dukungannya karena melihat hal tersebut sebagai kegiatan positif, di mana mereka dapat menunjukkan kreativitas dalam berpakaian. Namun, tak sedikit juga yang melihatnya sebagai aktivitas negatif dengan alasan mengganggu lalu lintas dan mampu menciptakan peluang aksi para penjahat (Purnomo, 2022).

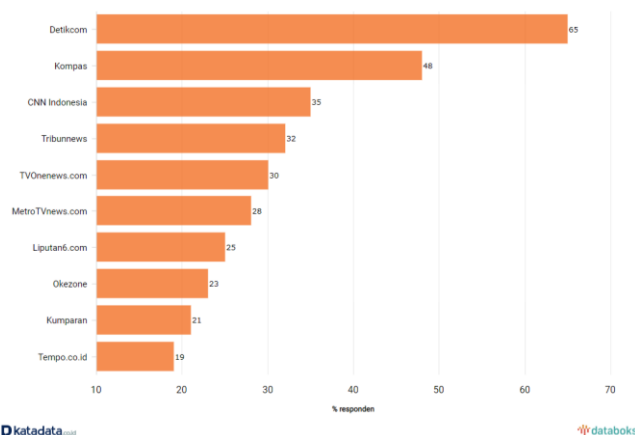


Gambar 1. 2 Kemacetan di Area Citayam Fashion Week (detik.com, 2022)

Belakangan, sub kultur baru tersebut juga disorot oleh kalangan akademisi, salah satunya Sosiolog dari Universitas Udayana Bali, Wahyu B. Nugroho. Menurut pandangannya, CFW memunculkan sejumlah fenomena sosial yang erat kaitannya dengan kehidupan di tengah-tengah masyarakat. Wahyu menjelaskan jika fenomena CFW merupakan bagian dari seni permainan kode dan juga simbol di kalangan remaja. Dalam kajian ilmu membaca tanda (semiotika), lewat perspektif Sosiologi, kode atau symbol tertentu selalu dimuat dalam setiap merek atau produk *fashion*. Adapun kode atau simbol itu secara sengaja dibuat oleh industri terkait agar seolah-olah mumpuni untuk merepresentasikan atau mewakili karakter dari konsumennya (muda-mudi Citayam). Penulis buku Sosiologi Kehidupan Sehari-Hari ini menunjukkan bahwa ada kode atau ikon fesyen yang menggambarkan kecantikan, feminitas, maskulinitas, kemudaan, orisinalitas, bahkan ada yang merepresentasikan pemberontakan. Hal tersebut sengaja dirancang agar seseorang merasa memiliki salah satu ciri dari apa yang dikenakannya dan juga dapat mengekspresikan karakternya melalui penampilan (Kautsar, 2022).

Fenomena Citayam Fashion Week bisa menjadi ajang penekanan *performance* (kemampuan bertindak) dalam transmisi sesuatu atau penyaluran informasi, bahkan sampai pada status derajat seseorang di dunia sosial. Pertama, munculnya sekumpulan pihak atau remaja yang menjadi tontonan umum, dimana para remaja ini saling menunjukkan kode atau simbol melalui pakaian mereka. Anak muda nantinya bisa meniru fenomena ini di daerah lain di Indonesia. Dari segi sosiologis, pertunjukan tingkah laku masyarakat yang menjadi tontonan dan sebagai fenomena sosial selalu memiliki kemungkinan untuk meluas jangkauannya, apalagi ketika fenomena tersebut telah diliput oleh media massa. (Kautsar, 2022).

Fenomena sosial kedua yang terjadi adalah jarak di lingkup sosial atau yang biasa disebut *social distance*. Kode-kode atau simbol tertentu yang digunakan dalam *fashion* dapat memunculkan definisi mengenai apa yang dianggap bagus atau tidak, keren atau tidak keren, serta apa yang dianggap kekinian dan tidak kekinian. Kemudian aspek terakhir yang dilihat dari fenomena CFW ialah adanya budaya konsumerisme, yaitu saat para anak muda yang terlibat menghamburkan uang untuk berpenampilan dibandingkan lainnya yang kemungkinan lebih bermanfaat dan produktif, misalnya saja untuk pendidikan. Melihat hal tersebut, maknanya fenomena CFW tidak hanya menampilkan atau bertukar kode dan simbol yang berbeda di antara anak muda, tetapi juga modal sosial di antara anak muda. (Kautsar, 2022).



Gambar 1. 3 Media Daring yang Dikonsumsi Terbanyak (Katadata.co.id, 2022)

Sejumlah media arus utama pun menjadikan fenomena ini sebagai berita. Situs berita nasional *online* memilih arus informasi dalam sebuah media dan juga memiliki orang yang memantau agar berita yang sampai kepada pembaca berkredibilitas tinggi. Penelitian ini menggunakan 3 portal berita daring (*online*) antara lain Kumparan. com, Detik. com dan CNIndonesia .com. Pemilihan ketiga portal berita adalah karena tiga portal berita tersebut masuk sebagai urutan 10 besar portal berita *online* paling banyak dikunjungi berdasarkan laporan Digital News Report 2022 yang dirilis oleh Reuters Institute.



Gambar 1. 4 Logo Detik.com (detik.com, 2022)

Detik.com memiliki kanal khusus yang meliput sejumlah berita nasional bernama Detik News. Detik News sendiri menampilkan berbagai info berita terbaru di setiap harinya baik berupa hukum, peristiwa, kriminal, kecelakaan, politik, berita unik, serta liputan khusus di Nasional dan Internasional. Penulis hanya menggunakan kanal Detik News pada konten Citayam Fashion Week selama periode Juli – Agustus 2022 untuk diteliti.



Gambar 1. 5 Logo Kumparan.com (kumparan.com, 2022)

Kumparan.com merupakan *platform digital media* yang terdepan sebagai wadah untuk membaca, berbagi, serta membuat sejumlah berita juga beragam informasi. Kumparan berdiri pada tahun 2017 dan didirikan untuk mejadi *platform digital media* di Indonesia pertama kali dengan penerapan *jurnalism* menggunakan basis *technology* sehingga memudahkan pengguna berinteraksi

seluruhnya. Kumparan.com memiliki beberapa kanal seperti *News*, *Food&Travel*, *Entertainment*, *Tekno&Sains*, *Bisnis*, *Bola&Sports*, *Woman*, *Otomotif*, dan lain sebagainya. Kanal kumparanNEWS berisi berita meliputi isu nasional yang tengah berlangsung di Indonesia, termasuk kebijakan pemerintah pusat, daerah, politik, hingga kebijakan publik. Untuk penelitian ini, peneliti hanya menggunakan kanal Kumparan News pada konten Citayam Fashion Week selama periode Juli – Agustus 2022 untuk diteliti.



Gambar 1. 6 Logo CNN Indonesia (CNNIndonesia.com, 2022)

CNN Indonesia pada Oktober 2014 resmi hadir di Indonesia. CNN Indonesia kemudian mengawalinya dengan memunculkan portal berita daring, CNNIndonesia.com. *Tagline* mereka yaitu “The News We Can Trust”. Hal tersebut berarti bahwa CNN Indonesia akan menyuguhkan berita actual yang sesuai dengan fakta untuk para pembaca, dan juga akan mengupas peristiwa sehingga bermaksa disertai dengan argument yang mudah dipahami karena didukung dengan data serta konteks yang relevan. Adapun idealisme ini semata-mata demi menjunjung kode etik jurnalistik dalam menyajikan sebuah berita dengan menyamakan standar mereka dengan CNN Internasional dalam hal editorial produksi berita. CNNIndonesia.com memiliki 8 kanal yang kemudian dibagi menjadi beberapa sub kanal meliputi Internasional, Nasional, Olahraga, Ekonomi, Otomotif, Teknologi, Gaya Hidup, dan Hiburan. Dalam penelitian ini, hanya kanal Nasional pada konten Citayam Fashion Week selama periode Juli – Agustus 2022 yang akan digunakan.

Penyebaran informasi kepada masyarakat sangat erat hubungannya dengan kegiatan jurnalistik. Dari sudut pandang secara konseptual, dapat dikatakan bahwa jurnalistik merupakan suatu pengetahuan dimana menyangkut pencarian,

penyuntingan, serta penyebarluasan suatu gagasan, peristiwa, dan kejadian agar dapat dijangkau oleh khalayak yang luas, anonim, dan heterogen. Informasi yang disajikan dapat dikatakan sebagai sebuah produk jurnalistik yaitu berita. Secara praktik bagi para wartawan, yang menjadi komponen utama dalam bidang jurnalistik adalah berita dan media (Persadanta, Koaguw, & Kalangi, 2019).

Penelitian ini termasuk penelitian yang berfokus bidang ilmu komunikasi dengan menggunakan pendekatan bersifat kualitatif. Pemberitaan fenomena Citayam Fashion Week diteliti menggunakan analisis isi kualitatif dengan konsep jenis, sumber, gaya, nilai, dan nada berita. Pengertian analisis isi merupakan suatu metode uji sistematis yang dapat direplikasi melalui symbol-simbol komunikasi dimana symbol tersebut akan diberi numerik didasari oleh pengukuran valid dan juga analisis dengan *statistic method* dengan tujuan menggambarkan isi komunikasi, kemudian kesimpulan akan dibentuk, dan konteks akan diberikan (Eriyanto, 2013).

Kemudian, unit analisis yang digunakan yaitu sebanyak 339 artikel berita dari portal media *online* Kumparan.com, Detik.com dan CNNIndonesia.com periode Juli – Agustus 2022 yang memuat berita tentang fenomena Citayam Fashion Week. Pemilihan waktu penelitian yakni pada bulan Juli – Agustus 2022. Hal tersebut dikarenakan awal mula pemberitaan fenomena Citayam Fashion Week dimulai dari bulan Juli 2022 dan diakhiri pada bulan Agustus 2022.

Dalam penelitian ini, digunakan 3 penelitian terdahulu yang membahas pemberitaan di media daring (*online*) dengan metode analisis isi. Penelitian pertama, yaitu Konten Pariwisata di Situs Berita Nasional Selama Pandemi milik Aisyah Nur S. P. dari Universitas Pembangunan Jaya tahun 2022 memberikan beberapa rujukan dalam menyelesaikan penelitian ini. Adapun perbedaan dengan penelitian milik Aisyah penelitian ini membahas mengenai fenomena Citayam Fashion Week bukan mengenai konten pariwisata.

Penelitian kedua berjudul Analisis Nilai Berita pada Pemberitaan Bisnis Portal Bertuahpos.com milik Ismandianti, Tutut, dan Nur dari Universitas Riau tahun 2021. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu hanya membahas tentang nilai berita pada satu media online, sedangkan penelitian ini membahas mengenai fenomena Citayam Fashion Week di 3 portal berita *online*.

Penelitian ketiga berjudul Analisis Isi Berita Covid-19 Media Online di Kota Manado milik Gian K.H, Ferry K, dan Meity D. H tahun 2021. Perbedaan yang terdapat adalah dari portal berita yang digunakan yaitu berjumlah 3 media *online* yang membahas pemberitaan terkait fenomena Citayam Fashion Week.

Penulis menggunakan metode analisis isi kualitatif dikarenakan peneliti akan menganalisis terkait jenis, sumber, gaya, nilai dan juga nada berita terkait pemberitaan fenomena Citayam Fashion Week. Peneliti menentukan sejumlah 339 berita sebagai unit analisis pada penelitian ini. Penelitian ini juga menggunakan paradigma post-positivisme, karena penulis mencoba melihat fenomena sosial yang terjadi di Citayam Fashion Week sebagai fenomena yang sistematis.

Berdasarkan seluruh pemaparan yang telah dijabarkan, peneliti menentukan bahwa judul dari penelitian ini adalah “Pemberitaan Fenomena Citayam Fashion Week pada Portal Berita *Online*” (Analisis Isi Kualitatif pada portal berita Kumparan.com, Detik.com dan CNNIndonesia.com periode Juli – Agustus 2022).

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah sebelumnya yang telah dituliskan, peneliti menentukan perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut: “Bagaimana Pemberitaan Fenomena Citayam Fashion Week pada Portal Berita *Online*?”. Adapun rumusan masalah tersebut kemudian diuraikan meliputi:

1. Jenis berita dalam fenomena Citayam Fashion Week di Kumparan.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com selama periode Juli-Agustus 2022?
2. Sumber berita dalam fenomena Citayam Fashion Week di Kumparan.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com selama periode Juli-Agustus 2022?
3. Gaya berita dalam fenomena Citayam Fashion Week di Kumparan.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com selama periode Juli-Agustus 2022?
4. Nilai berita dalam fenomena Citayam Fashion Week di Kumparan.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com selama periode Juli-Agustus 2022?

5. Nada berita dalam fenomena Citayam Fashion Week di Kumparan.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com selama periode Juli-Agustus 2022?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas, peneliti menentukan bahwa penelitian ini memiliki tujuan yakni:

1. Untuk mengetahui apa saja jenis berita fenomena Citayam Fashion Week di Kumparan.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com selama periode Juli-Agustus 2022.
2. Untuk mengetahui apa saja sumber berita fenomena Citayam Fashion Week di Kumparan.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com selama periode Juli-Agustus 2022.
3. Untuk mengetahui apa saja gaya berita fenomena Citayam Fashion Week di Kumparan.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com selama periode Juli-Agustus 2022.
4. Untuk mengetahui apa saja nilai berita fenomena Citayam Fashion Week di Kumparan.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com selama periode Juli-Agustus 2022.
5. Untuk mengetahui apa saja nada berita fenomena Citayam Fashion Week di Kumparan.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com selama periode Juli-Agustus 2022.

1.4. Manfaat Penelitian

Setelah penulis selesai mengkaji penelitian ini, maka hasil yang diperoleh akan diperlukan sehingga mampu bermanfaat antara lain untuk:

1.4.1. Manfaat Akademis

Besar harapan peneliti agar penelitian ini mampu menjadi batu loncatan untuk perkembangan ilmu pengetahuan, terkhususnya pada bidang studi yaitu

ilmu komunikasi yang mengkaji metode analisis isi kualitatif. Selain itu juga diharapkan penelitian ini akan menjadi suatu kajian baru untuk kemudian diteliti kembali. Penelitian ini selanjutnya juga diharapkan dapat bermanfaat bagi sarana pengembangan dan juga peningkatan kemampuan berpikir secara ilmiah melalui berbagai penelitian ataupun karya tulis.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharap oleh peneliti adalah penelitian ini diharapkan dapat sebagai rujukan jurnalis-jurnalis berita mengenai pemberitaan fenomena yang terjadi di masyarakat dalam media massa online nasional. Selain itu, diharapkan juga bahwa penelitian ini bermanfaat sebagai referensi penulis konten berita khusus tren pemberitaan nasional.