

# BAB I PENDAHULUAN

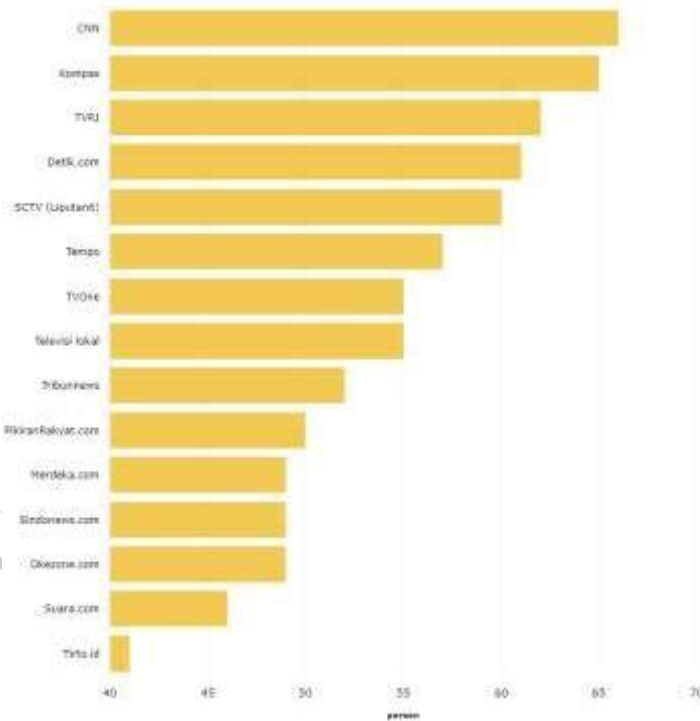
## 1.1. Latar Belakang Masalah

Perbincangan mengenai *Citayam Fashion Week* menjadi populer di pelbagai platform media sejak akhir bulan Juni 2022. Istilah *Citayam Fashion Week* (CFW) merujuk pada *catwalk* para ‘model’ sekelompok anak muda dari desa Citayam dan sekitarnya dengan tampilan gaya busana unik di kawasan stasiun kereta api Dukuh Atas Jakarta Pusat. Awalnya aktivitas CFW mulai mendapat perhatian liputan media karena sejumlah video wawancara remaja yang ‘nongkrong’ di Kawasan Stasiun Dukuh Atas viral di media digital. Dilansir dari media DW menurut Nisa remaja asal Bekasi yang diwawancarai mereka memutuskan berkumpul di Dukuh Atas karena membutuhkan ruang terbuka yang mudah diakses sembari bisa melihat kepadatan kota. Dalam waktu hanya sebulan, CFW menjadi isu penting tentang kota dan warganya. Sehingga bila pada awalnya penamaan Citayam lebih bernuansa merendahkan, belakangan justru menjadi perbincangan serius.

Seiring dengan semakin populernya CFW di masyarakat, berbagai portal berita online memberitakan fenomena ini melalui berbagai sudut pandang. Pertama, ada yang membingkainya dengan mengambil sudut pandang sebagai kegiatan positif yang dianggap sebagai kreativitas remaja, bahkan menyamakannya dengan fenomena Harajuku yang dipelopori anak muda di Tokyo yang menempati jalanan di kawasan stasiun ketera api Harajuku tahun 1980-an (Ato, 2022). Kedua, ada yang membingkai fenomena ini terkait dengan kegagalan pemerintah kota menyediakan ruang kota yang terjangkau, menyebabkan anak-anak muda ini menciptakan ruangnya sendiri (Triana, 2022). Ketiga, membingkainya dari segi ekonomi, karena bisa berpotensi menjadi peluang bagi para pihak yang memiliki kapital besar untuk menguasai dan meraup keuntungan sebesar-besarnya tanpa memikirkan kepentingan orang lain (Hendarto, 2022). Keempat, membingkai sebagai ajang kampanye terselubung nilai-nilai yang bertentangan dengan agama dan moral bangsa (Taher, 2022). Kelima, mengganggu

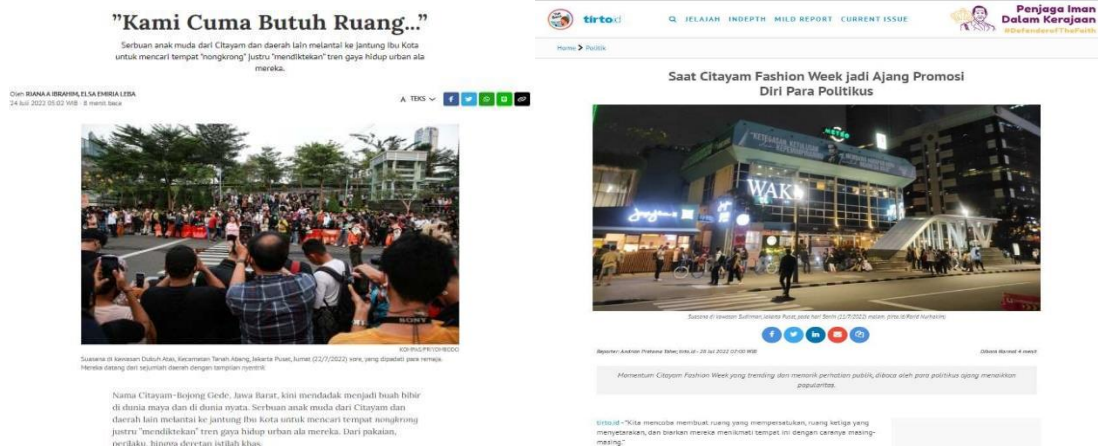
ketertiban umum. Keenam, melihatnya terkait dengan pencemaran lingkungan akibat sampah yang dihasilkan, Ketujuh, munculnya persoalan-persoalan sosial baru seperti peningkatan angka remaja putus sekolah karena mereka lebih senang berada di CFW dan ingin sukses seperti beberapa remaja yang menjadi ikon CFW (Leba dan Ibrahim, 2022).

Sehingga menarik bila kemudian dilakukan penelitian pembingkaiannya pemberitaan CFW dilihat dari portal berita yang selama ini memiliki kredibilitas baik dan menjadi acuan pemberitaan portal berita lainnya. Oleh karena pembingkaiannya portal berita tersebut dapat membentuk opini publik dan mempengaruhi persepsi publik seperti apa yang hendak dibentuk portal berita. Untuk itu, penelitian ini memilih portal berita Kompas.id dan Tirto.id. Pemilihan keduanya melalui sejumlah pertimbangan. Pertama, keduanya merupakan portal berita online yang mendapat pengakuan masyarakat sebagai sumber berita yang berkualitas dan independen. Kedua, kesamaan fokus pemberitaan dari keduanya yang cenderung menawarkan analisis mendalam dan laporan investigasi secara menyeluruh. Ketiga, Kompas.id dikenal dengan pendekatan jurnalisme tradisional dan obyektif yang memberikan berita yang seimbang, menyajikan berbagai sudut pandang dan mengedepankan prinsip keberimbangan dalam peliputan. Sementara Tirto.id cenderung memiliki pendekatan yang lebih kritis dan analitis terhadap berita. Seringkali pemberitaan dihadirkan dengan analisis, opini dan pendekatan alternatif. Selain itu, kedua media menjadi media yang di percayai oleh masyarakat Indonesia (Katadata, 2022).



Gambar 1.1. Tingkat Kepercayaan Responden terhadap Sejumlah Merek Media (Februari 2022)

Pada pra penelitian ini sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam pembingkaiian berita yang dilakukan Kompas.id dengan Tirto.id. terkait fenomena CFW yang dianggap sebagai isu urban. Perbedaan pembingkaiian yang dilakukan oleh kedua media ini dapat terlihat dari pengemasan pemberitaan bagaimana pemilihan kata dan judul pemberitaan di pemberitaannya. Namun dalam penelitian ini nantinya akan berfokus pada identifikasi isu/masalah yang dipilih oleh Kompas.id dan Tirto.id yang secara tidak langsung menunjukkan sikap yang diambil media terhadap suatu fenomena yang menjadi sumber berita. Untuk itu, framing yang digunakan penelitian ini adalah framing formula Entman yang memang elemen utamanya adalah identifikasi isu/masalah. Menariknya, elemen lainnya dari formula ini juga memberikan solusi atas isu/masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya.



Gambar 1.2. Contoh pemberitaan di media Kompas.id dan Tirto.id (Kompas.id & Tirto.id, 2022)

Salah satu pemberitaan yang berbeda terlihat dari kedua pemberitaan yang diangkat oleh media *online* Kompas.id dan Tirto.id yang memiliki jenis pemberitaan yang berbeda dari masing media tersebut, dapat dilihat artikel dengan judul “Kami Cuma Butuh Ruang” ini merupakan terbitan dari media Kompas.id sedangkan artikel dengan isu yang sama yang diterbitkan oleh Tirto.id berjudul “Saat Citayam Fashion Week jadi Ajang Promosi Diri Para Politikus”. Dari pembingkai judul berita yang ditampilkan oleh kedua media *online* ini sudah cukup terlihat perbedaannya satu dengan lainnya. Portal berita Kompas.id membingkai pemberitaan terkait isu *Citayam Fashion Week* ini berfokus pada sekelompok anak-anak muda dari Citayam dan sekitarnya sebagai subyek pemberitaan, berbeda dengan Tirto.id yang mana dalam judul pemberitaan terkait isu urban sebaliknya justru menonjolkan perilaku elit politis sebagai subyek pemberitaan.

Perbedaan pembingkai berita dari kedua media *online* yang berbeda ini menjadi salah satu alasan memilih kedua media ini, dikarenakan kedua media ini cukup berbeda dalam menampilkan judul terkait isu urban fenomena *Citayam Fashion Week*. Selain hal itu juga kedua media ini memiliki dasar yang berbeda satu sama lainnya, dimana Tirto.id sebagai merupakan media non berbayar yang menyediakan berita, analisis, dan informasi beragam yang berhubungan dengan beraneka ragam isu di masyarakat. Sementara media Kompas.id merupakan media *online* berbayar yang

memberikan informasi beragam isu kepada masyarakat namun untuk dapat mengkonsumsinya, pembaca diwajibkan membayarnya. Dari kedua media ini nantinya penelitian ini akan melihat bagaimana perbedaan dari pembingkaiian pemberitaan terkait isu urban dari media non berbayar yaitu Tirto.id dan juga media berbayar seperti Kompas.id.

Pembingkaiian pemberitaan yang berbeda dari kedua media *online* ini juga dipengaruhi oleh kebijakan redaksi dan juga kepemilikan media. Pemberitaan yang media informasikan saat ini tidak terlepas dari adanya sebuah konstruksi realitas media, konstruksi realitas media sendiri merupakan sebuah realitas yang dilakukan oleh media yang digunakan oleh berbagai faktor eksternal dan juga internal. Faktor eksternal yang mempengaruhi pembuatan berita politik antara lain, pasar dan kenyataan politik. Sedangkan faktor internal yang mempengaruhi pembuatan tentang peliputan politik adalah idealisme dan ideologi yang dianut, baik oleh media secara keseluruhan maupun individu dan seorang wartawan (Sfunit, 2018).

Konstruksi realitas media sangat berpengaruh besar terhadap setiap pemberitaan pada media, pemberitaan yang diinformasikan dan disampaikan oleh media yang nantinya akan menjadi konsumsi informasi yang akan diterima oleh masyarakat. Hal tersebut membuat setiap media harus memberikan informasi yang seharusnya dibutuhkan oleh masyarakat salah satunya informasi terkait lingkungan hidup yang ada disekitar masyarakat itu sendiri. Peran media menjadi peran sangat penting dalam pemberitaan mengenai isu urban, hal ini disebabkan oleh peran media sebagai pemberi informasi kepada masyarakat terkait isu-isu yang sedang terjadi di masyarakat. Peran media atau sering disebut sebagai media massa, media massa ditempatkan sebagai komunikasi massa yang berperan sebagai penghubung atau komunikator serta, menjadi penggerak perubahan dalam lingkungan publik yang dapat mempengaruhi khalayak atau masyarakat luas melalui pesan berupa informasi, hiburan, pendidikan maupun pesan-pesan lainnya dan dapat dijangkau masyarakat secara luas. Sebagai bentuk dari pentingnya media dapat dilihat dari pengaruh yang dirasakan oleh khalayak, mulai dari aspek kognitif, afektif, hingga konatif dari media massa dan dampak positif negatif dari media sosial (Khatimah, 2018).

Pemberitaan mengenai isu urban tidak terlepas dari adanya peran wartawan yang mengurus rubrik urban dan sosbud yang mana perannya selalu diharapkan mampu menjadi penghubung media dan masyarakat untuk memberikan berita terkait isu-isu urban, sehingga masyarakat dapat mengerti dan mengetahui pesan dan informasi tentang masalah-masalah urban yang ada disekitarnya. Pada dasarnya wartawan yang paham akan konsep dari jurnalisme online akan mengetahui bahwa pemberitaan mengenai urban yang dimuat oleh media massa atau media *online* akan lebih berarti jika memperkenalkan jurnalisme yang berpihak kepada perkembangan urban tanpa mengesampingkan sisi manusianya.

Berdasarkan dari konsep jurnalisme online, seorang wartawan haruslah mampu memberikan informasi pemberitaan mengenai isu urban dan mengawal proses penanganan masalah sampai solusinya ditemukan. Jurnalisme urban juga bukanlah pemberitaan model sekali muat, kemudian selesai. Namun, berperan dalam jangka panjang dengan kontinuitas peliputan. Jurnalisme urban juga harus mementingkan akurasi, bukan hanya menyenangkan satu atau dua pihak yang berkepentingan (Wahyuni, 2014). Pemberitaan yang nantinya akan diinformasikan dari wartawan nantinya akan mempengaruhi opini di masyarakat terkait isu urban tersebut, dalam penelitian ini nantinya akan melihat bagaimana pemberitaan isu urban yang dilakukan oleh wartawan mengenai pembingkaiian pemberitaan fenomena CFW yang dimuat di portal berita Kompas.id dan portal berita Tirto.id. Peneliti Menggunakan Framing Entman dikarenakan peneliti mencari isu apa yang sedang disampaikan media tentang fenomena CFW.

Untuk itu, terdapat sejumlah penelitian terdahulu yang menjadi rujukan serta pembandingan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, yaitu **Pertama**, penelitian dengan judul “Jember Fashion Carnival (JFC) Dalam Industri Pariwisata Di Kabupaten Jember” yang dilakukan oleh Proborini (2017) yang bertujuan untuk mengkaji tumbuh kembangnya JFW di antara masyarakat Jember. Dengan menggunakan metode wawancara, penelitian ini menghasilkan temuan yang menjelaskan bahwa JFC dalam perkembangnya mengalami proses komodifikasi, sehingga bertransformasi menjadi event yang layak jual. Tidak dapat dipungkiri, JFC



pada akhirnya menjadi modal yang mendukung tumbuh dan berkembangnya sektor pariwisata kota Jember. Sekaligus menunjukkan bahwa Jember memiliki ciri khas kultural serta modal yang mendukung tumbuh dan berkembangnya JFC di Jember, sehingga Jember dapat bersaing dengan daerah lain dalam ranah sektor pariwisata

**Kedua**, penelitian dengan judul “Analisis Framing Pan & Kosicki Berita *Citayam Fashion Week* di Tempo.co dan Tirto.id ” yang ditulis oleh Pratama dan Saragih (2022) dengan menggunakan metode framing formula Pan & Kosicki. Hasil penelitiannya menunjukkan terdapat perbedaan diantara keduanya dalam pengemasan beritanya. Tempo.co menyajikan berita CFW dengan cukup netral berdasarkan informasi yang diperoleh dari sumber yang kredibel. Sementara Tirto.id cukup agresif dalam menyajikan liputannya tentang CFW dengan menekankan pada pendapat berbagai kalangan.

● **Ketiga**, penelitian yang dilakukan oleh Ningsih (2022) dengan judul “Diskursus Media Online tentang problematika *Jember Fashion Carnaval* (JFC) di Kabupaten Jember”. Temuan penelitian ini menjelaskan bahwa pertama, media massa ikut mewacanakan pertarungan komunikasi muslim terhadap realitas melalui konstruksi berita di media massa terutama media online. Kedua, media massa mewacanakan Cinta Laura sebagai salah satu ambassador yang penampilannya tidak layak dalam event JFC menurut konstruksi media. Ketiga, portal berita Bangsaonline.com mewacanakan Cinta Laura sebagai ambassador event JFC dapat merusak citra Jember sebagai kota santri.

Beberapa tinjauan literatur di atas menjadi perbandingan dalam penelitian yang akan peneliti lakukan, peneliti akan melihat bagaimana kedua media yang peneliti teliti yaitu Kompas.id dan Tirto.id menyajikan pemberitaan terkait dengan maraknya fenomena *Citayam Fashion Week* yang menjadi perbincangan hangat di berbagai platform media, termasuk portal berita online. Penelitian ini nantinya mengambil periode pemberitaan antara bulan Juni hingga Agustus 2022.

Dari beberapa penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa peneliti nantinya ingin melihat bagaimana cara media *online* Kompas.id dan Tirto.id dalam membingkai setiap pemberitaan terkait fenomena *Citayam Fashion Week*, dan juga peneliti ingin melihat

bagaimana konsep-konsep yang ada dalam jurnalisme online diterapkan oleh masing-masing jurnalis dari kedua media *online* tersebut dalam pembingkaihan pemberitaan mengenai fenomena *Citayam Fashion Week*.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana perbandingan pembingkaihan pemberitaan *Citayam Fashion Week* antara Kompas.id dengan Tirto.id periode Juni-Agustus 2022?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

- Dari rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah menjelaskan perbandingan pembingkaihan pemberitaan *Citayam Fashion Week* antara Kompas.id dengan Tirto.id periode Juni-Agustus 2022.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Pada aspek akademis, diharapkan penelitian ini dapat memperkaya penelitian dalam kajian jurnalisme online, khususnya terkait pemberitaan isu sosial masyarakat urban.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Sementara pada aspek praktis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wacana bagi masyarakat pada umumnya dan pemerhati masalah sosial masyarakat urban pada khususnya terkait ketersediaan ruang publik di perkotaan yang dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat.