

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman yang sangat cepat ini, membuat perkembangan informasi pun berkembang secara pesat di era globalisasi ini. Di Indonesia ada 191,4 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2022. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada awal tahun 2022 setara dengan 68,9 persen dari total populasi. Tetapi penting untuk dicatat bahwa pengguna media sosial mungkin tidak mewakili individu yang unik. Analisis Kepios dari Data Reportal, mengungkapkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia meningkat 21 juta (+12,6 persen) antara tahun 2021 dan 2022. Data tersebut, berasal dari pengguna Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok dan media sosial lainnya

Segala sesuatu informasi yang ada di dunia ini dapat dengan mudah diakses dalam hitungan detik, tidak terkecuali dengan informasi mengenai *Trend Citayam Fashion Week* yang sudah tersebar di seluruh penjuru Indonesia, terutama daerah yang sudah memiliki akses internet. Dilansir dari [Idntimes.com](http://idntimes.com) *Citayam Fashion Week* pertama kali muncul melalui akun media sosial Tiktok yang bernama Bara, beliau menampilkan seorang remaja yang diwawancarai secara spontan tanpa adanya pengarahan terlebih dahulu. Orang yang diwawancarai dalam konten itu adalah Nada dan Tegar yang sedang asik nongkrong di daerah jalan Sudirman itu.

Menurut [Kompas.com](http://kompas.com), *Citayam Fashion Week* sering juga disebut dengan SCBD yang sebenarnya merupakan singkatan dari Sudirman Central Business District di kawasan Jalan Sudirman, Jakarta Pusat. Kawasan tersebut tergolong kawasan bisnis elit yang dicirikan dengan banyaknya gedung pencakar

langit. Biasanya, kawasan ini didominasi oleh para pekerja kantoran dengan tampilan yang modis. Akan tetapi, akhir-akhir ini di kawasan Jalan Sudirman dipenuhi oleh banyak remaja nongkrong yang berasal dari pinggiran Kota Jakarta, seperti Citayam, Bojong Gede, dan Depok. Alhasil, keadaan tersebut menyebabkan adanya penciptaan kepanjangan baru dari SCBD, yaitu Sudirman, Citayam, Bojong Gede, dan Depok.

Selain nongkrong di sekitaran jalan Sudirman mereka seringkali melakukan Catwalk di Zebra cross yang ada di jalan sudirman, karena mereka sering menggunakan pakaian yang nyentrik. Hal itu yang menjadi asal – usul pemberian nama Citayam *Fashion Week*. Ada beberapa orang yang menjadi icon atau tokoh di Citayam *Fashion Week* diantaranya Bonge, Jeje Slebew, Kurma dan juga Roy. Kebanyakan dari mereka adalah remaja yang putus sekolah karena keterbatasan ekonomi salah satu nya Bonge dan Jeje.

Analisis pakar sosiolog dari Universitas Sebelas Maret yang dilansir dari Kompas.com menjelaskan bahwasanya fenomena sosial tersebut didasari dari keinginan remaja untuk mengekspresikan diri. Berkaitan dengan berekspresi, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ekspresi merupakan pengungkapan atau proses menyatakan (memperlihatkan atau menyatakan maksud, gagasan, perasaan, dan sebagainya). Kebebasan berekspresi merupakan kebebasan melalui lisan, tulisan, serta audio visual. Kebebasan berekspresi termasuk salah satu hal yang cukup penting karena sebagai cara dalam menjamin pemenuhan diri seseorang untuk mencapai potensi yang maksimal dalam diri sendiri (Julianja, 2018). Oleh karena itu, mereka menunjukkan ekspresi dan eksistensinya melalui tren fashion yang ada.

Mereka berusaha untuk menunjukkan bahwasanya mereka generasi yang selalu mengikuti perkembangan zaman. Selain mengikuti *Trend* fashion yang kekinian, mereka juga eksis dalam teknologi, salah satunya media sosial. Hal itu ditunjukkan dengan munculnya artis-artis dadakan media sosial yang berasal dari kalangan remaja, misalnya Bonge, Ale, Kurma, Wahyu, Mujair, dan Roy. Fenomena tersebut juga membuktikan bahwa menjadi seseorang yang stylish tidak hanya bisa dilakukan oleh masyarakat kalangan atas. Bahkan, fenomena Citayam *Fashion Week* yang nyentrik ini disorot oleh media luar negeri, yaitu media Jepang.

Saat ini Informasi mengenal Citayam *Fashion Week* sudah tersebar hampir di seluruh penjuru Indonesia, hampir seluruh masyarakat Indonesia mengetahui mengenai Citayam *Fashion Week* baik itu orang dewasa, remaja ataupun anak – anak. Informasi mengenai Citayam *Fashion Week* ini diberitakan oleh berbagai macam media, baik itu media sosial ataupun media mainstream. Bukan hanya media local dan nasional, bahkan ada media internasional yang memberitakan Citayam *Fashion Week*. Akibat viralnya Citayam *Fashion Week* banyak sekali artis, selebgram dan juga model papan atas yang ikut menaikan reputasinya dengan ikut bergabung meramaikan Citayam Fashion Week diantaranya Baim wong, Paula, Gisel dan yang lainnya.

Namun ada hal yang menarik dibanding dengan para artis selebgram dan juga model terkenal, para pejabat publik pun ikut hadir meramaikan contohnya saja yaitu ridwan kamil dan juga Anies Baswedan. Kedua pejabat publik tersebut melakukan catwalk di zebra cross jalan Sudirman yaitu tempat catwalk Citayam *Fashion Week*. Hal ini banyak menuai respons baik di tengah masyarakat, banyak dari masyarakat yang mengatakan bahwa hal itu merupakan bentuk kepedulian

terhadap para remaja yang ada di Citayam *Fashion Week*. Hal yang menarik lagi yaitu hal yang dilakukan oleh Sandiaga Uno yang akan memberikan beasiswa terhadap salah satu remaja yang memiliki panggilan yaitu Bonge. Namun hal itu ditolak oleh Bonge. Anies Baswedan mengajak Duta besar dari Uni Eropa dan para Bankir dari mancanegara untuk bergaya dilokasi tersebut usai rapat di kantor MRT. Pose mereka mengiatkan kita kepada group band The Beatles pada tahun 1969 yang sedang menyebrang jalan di Abbey Road, London.

Eksistensi Citayam *Fashion Week* pantas dicatat, setelah sebelumnya kita menyaksikan sejumlah artis, selebritis dan pengusaha Indonesia bikin kita kagum dengan klaim telah berpartisipasi dalam *Paris Fashion Show (PFS)*. PFS ini berbeda dengan *Paris Fashion Week (PFW)*, walaupun waktu dan lokasi berdekatan. PFW merupakan salah satu ajang *fashion* paling top sedunia, sementara PFS adalah ajang sampingan yang mendompleng ketenaran PFW.

Banyak peserta rela mengeluarkan dana besar untuk membeli gengsi dan berpartisipasi di event wisata yang turut didukung oleh Gerakan Ekonomi Kreatif Nasional (binaan Kemenparekraf). Tak hanya produk *fashion*, brand kosmetika dan ayam geprek ikut terlibat. Hal itu menunjukkan betapa merasuknya narasi tentang modernisme yang glamour dan mahal. Tak semua orang bisa bisa menjangkaunya. *Trend Citayam Fashion Week* juga diikuti oleh beberapa Kota lainnya seperti Bandung yang mempunyai Braga *Fashion Week*, yang memiliki konsep berpakaian hantu yang dijadikan sebagai model.

Citayam *Fashion Week* ini menuai Pro dan Kontra di kalangan masyarakat, banyak masyarakat yang mendukung adanya Citayam *Fashion Week* ini, namun ada juga yang menolak adanya Citayam *Fashion Week* dikarenakan mengganggu aktivitas pengendara. Kita tahu sendiri tanpa adanya

Citayam *Fashion Week* Jakarta sudah dilanda kemacetan apalagi adanya Citayam *Fashion Week*. Selain itu juga di tempat tersebut ditemukan banyaknya sampah yang dibuang oleh para pengunjung disana tidak pada tempatnya. Hal ini mendapat kecaman keras dari masyarakat di sekitar sana. Informasi terakhir yang didapatkan penulis bahwa aktivitas Citayam ini dibubarkan oleh Polisi, Satpol PP dan warga sekitar, karena dinilai mengganggu aktivitas masyarakat.

Penulis juga mendapatkan Informasi bahwa Citayam *Fashion Week* dipindahkan ke salah satu mall di daerah Kuningan, ada beberapa orang beranggapan bahwa *Trend* Citayam *Fashion Week* ini merupakan sebuah gerakan perlawanan terhadap kaum kapitalis karena lokasi tersebut merupakan tempat berkumpulnya kaum kapitalis. Dalam Fenomena diatas peneliti masih belum menemukan persepsi dari seorang mahasiswa yang dikenal sebagai Agent of Change, social control dan memiliki pemikiran yang kritis.

Berangkat dari konsep dan fenomena yang ada peneliti tertarik untuk mengungkap suatu permasalahan dan mencari jawabannya dengan judul **“Persepsi Mahasiswa Terhadap *Trend* Citayam *Fashion Week* : Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung”**. Dengan begitu peneliti berharap Penelitian ini menjadi penting dan bermakna karena dapat memberikan informasi atau wawasan terhadap Mahasiswa Universitas Sangga Buana agar mampu berkreasi lagi untuk mengharumkan nama baik kampus.

## 1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan informasi berkembang secara pesat di era globalisasi. Hal ini membuat segala bentuk informasi dapat dengan mudah untuk menyebar ke kalangan masyarakat termasuk mahasiswa. Data Penggunaan media sosial di Indonesia sebanyak 191,4 juta pengguna atau setara dengan 68,9% dari total jumlah populasi di Indonesia.

Citayam *Fashion Week* merupakan tren street fashion yang dilakukan oleh remaja yang berasal dari Citayam, Bogor dan Depok di Jalan Sudirman. *Trend* ini menarik perhatian banyak pihak termasuk para artis dan juga para pejabat publik. Sampai saat ini peneliti belum pernah mendengar tanggapan dari seorang mahasiswa yang dikenal dengan kaum intelektual mengenai *Trend Citayam Fashion Week* ini. Berdasarkan hal tersebut maka diambil sebuah rumusan masalah yaitu : Bagaimana persepsi mahasiswa terhadap *Trend Citayam Fashion Week* ?

## 1.3 Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian pemikiran yang telah peneliti rangkum pada latar belakang dan rumusan masalah diatas, sehingga peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut?

1. Bagaimana proses seleksi stimulus Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung terhadap Citayam *Fashion Week*?
2. Bagaimana proses interpretasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap *Trend Citayam Fashion Week*?
3. Bagaimana tingkah laku atau reaksi Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung terhadap *Trend Citayam Fashion Week?*

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan merupakan target yang hendak dicapai dalam melakukan suatu kegiatan.

Maka tujuan penelitian ini di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses seleksi stimulus Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung terhadap *Trend Citayam Fashion Week*.
2. Untuk mengetahui bagaimana interpretasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung terhadap *Trend Citayam Fashion Week*.
3. Untuk mengetahui tingkah laku atau reaksi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung terhadap *Trend Citayam Fashion Week*.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan teoritis dan kegunaan praktis sebagai berikut :

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan teoritis, dapat memperkaya dan melengkapi khazanah Ilmu Komunikasi, khususnya tentang kajian persepsi. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk membandingkan dan juga diharapkan bisa menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang serupa.

## 2. Kegunaan Praktis

### a. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman peneliti mengenai persepsi mahasiswa juga menerapkan teori – teori yang didapat serta melatih kemampuan berpikir secara sistematis.

### b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya mengenai presepsi mahasiswa mengenai *Trend Citayam Fashion Week*.

### c. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada mahasiswa di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung terhadap *Citayam Fashion Week* agar mampu meningkat daya kreativitasnya untuk melaksanakan kegiatan serupa namun lebih baik dari *Citayam Fashion Week*.

## 1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian ini menggunakan sistematika sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penelitian skripsi, lokasi dan waktu penelitian.
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari rangkuman teori, kajian atau penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.
3. BAB III METODE PENELITIAN, teori dari pendekatan penelitian, subjek

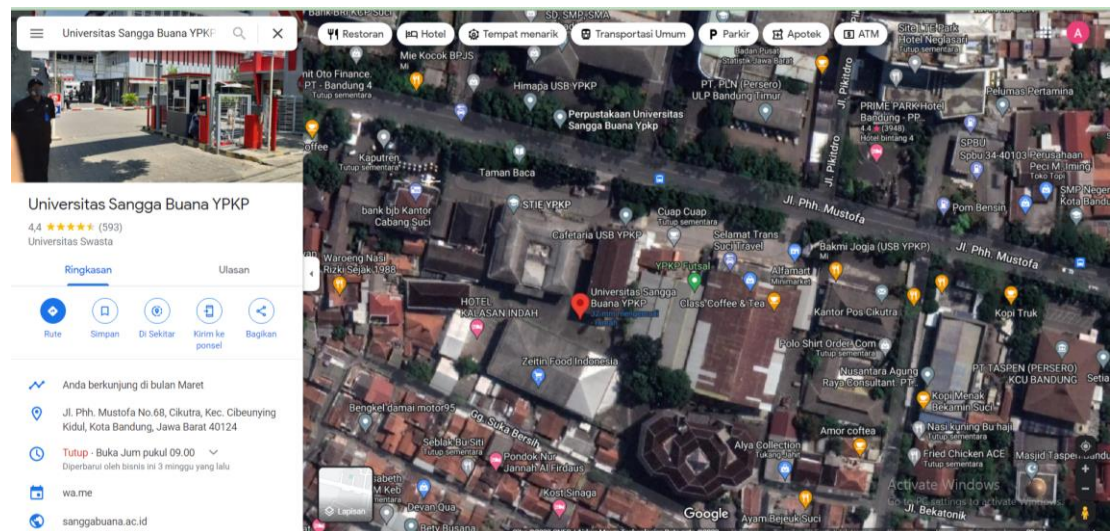


dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahn data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
5. BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi

## 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini terletak di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung. Peneliti memilih lokasi ini berdasarkan fenomena – fenomena yang tertera pada latar belakang penelitian, disamping itu yang menjadi lokasi penelitian ini juga merupakan tempat menimba ilmu peneliti. Hal ini merupakan bentuk kepedulian peneliti terhadap kampus tempat menimba ilmu peneliti, sebelum akhirnya peneliti melakukan penelitian ditempat yang lebih luas.



**Gambar 1.1**

**Peta Wilayah Universitas Sangga Buana YPKP Bandung**

Sumber : Google Maps

Penelitian dilaksanakan terhitung dari mulai bulan Juli 2021 sampai dengan selesai.

**Tabel 1.1**  
**Rincian Waktu Penelitian**

Sumber : data diolah oleh peneliti

Bulan ke-	Aktivitas	Sub Aktivitas	Minggu			
			Ke- 1	2	3	4
1	Tahap Persiapan Penelitian	Observasi				
		Identifikasi Masalah				
		Pengajuan Judul Penelitian				
		Acc Judul Penelitian				
		Pengarahan Pembimbing				
		Penyusunan BAB I				
22	Penyusunan Usulan Penelitian	Revisi BAB I				
		Acc BAB I				
		Pengajuan izin penelitian				
		Penyusunan BAB II				
		Revisi BAB II				
		ACC BAB II				
		Penyusunan BAB III				
		Revisi BAB III				
		Acc BAB III				

3	Sidang UP	Persiapan Sidang Usulan	■			
		Penelitian				
		Sidang Usulan Penelitian		■		
	Penyusunan Skripsi	Observasi dan Wawancara		■	■	
		Pengumpulan Data		■	■	
		Penelitian		■	■	
		Penyusunan BAB IV				■
		Revisi BAB IV				■
		Acc BAB IV				■
		Penyusunan BAB V				■
Revisi BAB V					■	
Acc BAB V				■		
4	Sidang Skripsi	Persiapan Sidang Akhir	■			
		Sidang Akhir		■		