

Pop Culture Citayam Fashion Week dalam Pemberitaan Kompas.id dan Pobbela.com

One Vengga Radhica

Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia
venggaradhica@gmail.com

Diserahkan: 3 Februari 2024; Direvisi: 14 Maret 2024; Diterima: 20 Maret 2024

Abstract

This research is titled "Pop Culture Citayam Fashion Week in Kompas.id and Kompas.com News". This study aims to determine the framing of Citayam Fashion Week news on Kompas.id and Pobbela.com media using Zongdang Pan's framing analysis. The objects of this study are two pieces of news from Kompas.id and two pieces of news from Pobbela.com related to the pop culture phenomenon of Citayam Fashion Week. The research method used is a qualitative method with a constructivist paradigm with methods of collecting documentation data and literature studies. The analysis technique used is Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki's Framing Model Analysis. The results of this study show that the media Kompas.id constructed the phenomenon of Citayam Fashion Week as a popular phenomenon and indicated to violate several rules. Meanwhile, Pobbela.com constructs the phenomenon with a celebrity point of view to attract its audience. Pobbela.com is inconsistent in reporting the phenomenon of Citayam Fashion Week, by inserting titles that clickbait but the content of the news has nothing to do with this phenomenon. Both media also seem to only side with one particular party.

Keywords: Citayam Fashion Week, Framing Analysis, Kompas.id, Pobbela.com

Abstrak

Penelitian ini berjudul "Pop Culture Citayam Fashion Week dalam Pemberitaan Kompas.id dan Kompas.com". Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui *framing* dari pemberitaan Citayam Fashion Week pada media Kompas.id dan Pobbela.com dengan menggunakan analisis *framing* Zongdang Pan. Objek dari penelitian ini adalah dua berita dari Kompas.id dan dua berita dari Pobbela.com terkait dengan fenomena *pop culture* Citayam Fashion Week. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan paradigma konstruktivistik dengan metode pengumpulan data dokumentasi dan studi kepustakaan. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis *Framing Model* Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media Kompas.id mengkonstruksi fenomena Citayam Fashion Week sebagai fenomena yang populer dan diindikasikan melanggar beberapa aturan. Sedangkan Pobbela.com mengkonstruksi fenomena tersebut dengan sudut pandang selebriti untuk menarik *audiencenya*. Pobbela.com tidak konsisten dalam memberitakan fenomena Citayam Fashion Week, dengan menyelipkan judul yang *click bait* namun pada isi beritanya tidak ada sangkut pautnya dengan fenomena ini. Kedua media juga terlihat hanya berpihak pada satu pihak tertentu saja.

Kata Kunci: Analisis *Framing*, Citayam Fashion Week, Kompas.id, Pobbela.com

PENDAHULUAN

Industri *fashion* sudah mengalami pertumbuhan dan transformasi secara besar-besaran, industri yang bergerak pada bidang mode dan gaya ini melayani kebutuhan gaya mulai dari generasi muda hingga pada generasi tua (Brydges dkk., 2020). Industri *fashion* semakin berkembang semenjak munculnya *platform digital*, kini *brand fashion* mulai banyak dan terus menerus bertambah.

Pada tahun 2022, masyarakat digemparkan dengan sebuah fenomena *fashion* yang muncul di kawasan Sudirman Center Bussines District (SCBD) yakni “Citayam Fashion Week”. Fenomena ini sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia dan telah ramai diperbincangkan oleh masyarakat. Semenjak kemunculannya di sosial media beberapa waktu yang lalu. Peristiwa ini kemudian menarik perhatian banyak orang, fenomena ini terjadi di Jalan Jendral Sudirman, Dukuh Atas, Jakarta Pusat, yang merupakan daerah sentra bisnis dimana setiap harinya ramai dilalui oleh kalangan pekerja dan pegawai kantor kelas menengah ke atas (Wibowo, 2022).

Tidak butuh waktu lama bagi fenomena Citayam Fashion Week untuk menjadi populer bagi masyarakat. Dengan adanya sosial media seperti Instagram, TikTok, Twitter, Facebook dan berbagai media *online* lainnya. Fenomena tersebut menarik perhatian masyarakat, dari beberapa unggahan viral di media sosial remaja di kawasan Sudirman yang tampil mengenakan pakaian kekinian dan nyentrik ala *street fashion* dengan gaya mereka masing-masing (Tatas, 2022).

Dalam fenomena Citayam Fashion Week para remaja menampilkan gaya busana mereka dengan menyesuaikan *budget* yang mereka miliki, kemudian menggabungkan serta mencocokkan pakaian mereka sehingga menunjukkan identitas mereka. Para remaja pada acara Citayam Fashion Week berlomba-lomba menunjukkan jati diri mereka dan mendobrak nilai-nilai dasar yang dibangun oleh kalangan metropolis di Jakarta (Rahman, 2022).

Andri Wibowo dalam penelitiannya mengatakan Citayam Fashion Week dapat berkontribusi dan berperan signifikan dalam pembangunan ekonomi kreatif yang egaliter dan inklusif. Citayam Fashion Week saat ini tidak berkembang secara instan, namun melalui kompleksitas faktor pendorong dan penarik yang sangat khas di kalangan masyarakat terpinggirkan Asia Tenggara yang menyebabkan timbulnya subkultur Asia Tenggara, khususnya di kalangan anak muda. Didorong oleh pencarian jati diri, keinginan untuk menjadi bagian dan dipadukan dengan tekanan ekonomi, keluarga dan teman sebaya, kelompok pemuda pinggiran kota ini pada awalnya mencari sudut kota di tengah kawasan bisnis sebagai media untuk mengekspresikan identitas mereka dalam bentuk Citayam Fashion Week. Citayam Fashion Week telah mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan remaja yang berpartisipasi dalam Citayam Fashion Week juga telah menerima dukungan dari bisnis *startup* untuk memasarkan produk remaja tertentu. Dalam jangka panjang, hubungan timbal balik yang tercipta dapat membuka peluang kerja (Wibowo, 2022).

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Rizky Pratama & M. Yoserizal Saragih, yang mengatakan bahwa tren *fashion* disebut juga *urban tourism*, yang dapat dipahami sebagai bentuk dari kegiatan wisata yang ada di perkotaan dan menggunakan atribut-atribut ekonomi selain dari pada pertanian, seperti transportasi, perdagangan jasa, administrasi dan manufaktur. Dalam penelitiannya Rizky dan Yoserizal menganalisis pemberitaan Citayam Fashion Week pada media online Tempo.co dan Tirto.id. Pada penelitiannya menunjukkan bahwa struktur sintaksis dari kedua media tersebut memiliki kesamaan dan kelengkapan struktur naskah memenuhi aspek kelengkapan 5W+1H. Perbedaan dari kedua media *online* tersebut adalah pada pemberitaan Tempo.co membingkai pemberitaan Citayam Fashion Week dengan netral, sementara pada Tirto.id membingkai berita dengan bias terhadap informan yang menyatakan bahwa Citayam Fashion Week merupakan terobosan baru dalam menciptakan subkultur baru di Jakarta dan semua sumbernya positif (Pratama & Saragih, 2022).

Dengan menggunakan kata kunci “Citayam Fashion Week” akan banyak portal berita yang memberikan informasi mengenai fenomena tersebut. Pada hakikatnya media massa memiliki peran yang begitu penting sebagai medium atau penghantar dalam penyebaran pengetahuan yang beragam, aktivitas yang dilakukan di ruang publik dan dapat terjangkau oleh masyarakat umum dengan mudah, leluasa dan terbuka untuk khalayak, kemudian interaksi yang dilakukan oleh pengirim kepada penerima yang sama dan setara sehingga dapat menjangkau orang dengan lebih banyak disbanding institusi lainnya. (McQuail, 2010). Media juga dianggap dapat memiliki institusi yang kuat dalam memberikan pemikiran dan opini publik pada isu-isu tertentu (Aftrinanda & Junaedi, 2021).

Dalam membagikan sebuah informasi, media melakukan konstruksi realitas berdasarkan versi media tersebut. Pada prinsipnya konstruksi realitas adalah mengenai bagaimana media menceritakan, mengkonseptualisasikan peristiwa, keadaan serta benda (Karman, 2013). Konstruksi realitas dapat disebut juga sebagai *framing* atau pembedaan dalam media massa.

Dalam penelitian Alfiyya Dhiya Haq dan Efi Fadilah, mengatakan bahwa Kompas adalah perusahaan media cetak terbesar di Indonesia dengan produk yang bernama Kompas harian. Kompas.id merupakan situs berita *paid content* yang disebut juga sebagai *digital subscription* dimana beritanya tidak terpengaruh dengan *click bait* karena bergantung pada iklan. Kompas.id merupakan media berbayar yang menyajikan informasi berdasarkan aktualitas dan bebas iklan (Dhiya dkk., 2018).

Ardita Ayulestari Soemardi dan Intan Rizky Mutiaz pada penelitiannya mengatakan bahwa Popbela.com merupakan situs berita yang menyajikan mengenai *fashion, lifestyle, beauty, relationship* dan karir. Popbela.com adalah salah satu *platform* media *digital* yang banyak disukai oleh wanita pada masa kini dengan target *audiencenya* adalah generasi milenial sampai generasi Z yang berusia 20-13 tahun (Ayulestari Soemardi & Mutiaz, 2020).

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, peneliti ingin menganalisis *framing* pemberitaan melalui media elektronik Kompas.id dan Popbela.com. Peneliti ingin melihat perbedaan dari kedua *platform* berita tersebut. Tentunya kedua *platform* tersebut akan berbeda dalam penyajian berita, dimana Kompas.id merupakan portal berita elektronik berbayar yang tentunya akan menyajikan berita lebih kompleks dan Popbela.com merupakan *platform* berita yang berfokus pada penyajian berita untuk anak muda khususnya wanita.

Peneliti memilih untuk meneliti *platform* Kompas.id dan Popbela.com dikarenakan kedua *platform* tersebut sangat jarang diteliti dan dikaji. Peneliti melihat hal ini kemudian menjadi menarik dimana pada Kompas.id sebagai *platform* berita berbayar menyajikan berita yang kompleks. Sedangkan pada *platform* berita Popbela.com menyajikan berita-berita dimana sasaran audiens mereka adalah generasi milenial dan GenZ, khususnya pada wanita. Peneliti ingin mengetahui bagaimana kedua media tersebut melakukan *framing* pemberitaan mengenai Citayam Fashion Week di mana topik tersebut sedang banyak diperbincangkan oleh publik. Peneliti melihat perbedaan *platform* yang kontras tersebut ingin memberikan pembaharuan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pop Culture Citayam Fashion Week dalam Pemberitaan Online Kompas.id dan Popbela.com”. dengan rumusan masalah “ Bagaimana *framing* pemberitaan Citayam Fashion Week dalam pemberitaan online Kompas.id dan Popbela.com?” dan tujuan penelitian untuk mengkaji dan mengetahui *framing* pemberitaan Citayam Fashion Week pada portal berita online Kompas.id dan Popbela.com dengan menggunakan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

KAJIAN PUSTAKA

FASHION

Fashion dari segi bahasa berasal dari bahasa Latin “*factio*” yang berarti membuat atau dapat juga diartikan sebagai melakukan (Hendariningrum & Susilo, 2008). Polhemus dan Protector menyatakan pada masyarakat kontemporer Barat menyebutkan bahwa sebutan *fashion* sering dipakai sebagai pengganti dari sebutan beberapa istilah antara lain: dandanan, gaya serta busana (Barnard, 2002). Oleh karena itu *fashion* dapat diartikan sebagai bentuk dari kegiatan yang dilakukan seseorang, dimana kegiatan tersebut merupakan bagian yang tidak terlepas dari gaya dan penampilan sehari-hari. Tidak hanya pakaian yang melekat pada tubuh seperti busana dan aksesoris, namun juga bisa berupa benda-benda yang memiliki fungsi lain dan kemudian dipadukan dengan desain yang canggih serta unik dapat menunjukkan penampilan dari pemakai (Hendariningrum & Susilo, 2008).

Pada awal abad ke-21 negara Inggris, Amerika dan banyak negara kapitalis lainnya menganggap bahwa *fashion* dan pakaian sebagai profil yang ambigu. Di satu sisi *fashion* terlihat sangat menarik dan menggiurkan bagi beberapa orang, dimana majalah akan menampilkan beberapa rekomendasi yang bagus untuk wanita dan pria baik muda maupun tua. Namun di sisi lainnya *fashion* terlihat kurang menarik namun masih menggoda, sebuah iklan glamor di televisi, sebuah toko dan majalah masih terlihat menggoda bagi sebagian orang yang ingin Nampak bergaya (Barnard, 2002).

Fashion dan gaya merupakan fenomena komunikatif. Dapat diartikan bahwa *fashion* adalah bentuk dari komunikasi nonverbal dimana komunikasi tersebut tidak menggunakan kata-kata lisan maupun tertulis (Barnard, 2002). *Fashion* adalah sebuah fenomena kultural dimana sebuah cara yang dipakai sebuah kelompok atau individu untuk mengkomunikasikan identitasnya (Berek, 2014). Dalam konteksnya *fashion* sebagai komunikasi dapat diimplementasikan bahwa seseorang mengirimkan pesan sebagai identitasnya melalui *fashion*-nya.

MEDIA DAN BERITA SEBAGAI KONSTRUKSI REALITAS

Berita merupakan sebuah informasi yang dinilai memiliki keunggulan relatif dan telah diolah oleh wartawan, yang terkadang memiliki sifat subjektif atau terkadang juga objektif. (Wahjuwibowo, 2015). Secara tidak sadar, berita sudah menjadi sebuah bagian yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan manusia dengan lima unsurnya yaitu, *What, Who, Where, When, Why* dan *How* (Junaedi, 2013). Berita menyajikan berbagai peristiwa yang terjadi sebagai informasi pada masyarakat. Teknologi perkembangan komunikasi dan informasi serta internet berperan dalam penyebaran berita secara cepat.

Konstruksi merupakan sebuah realitas yang pada dasarnya dilakukan sebuah media berdasarkan berbagai faktor tertentu, baik secara internal maupun eksternal. Masing-masing media memiliki konstruksi realitasnya sendiri berdasarkan kebijakan redaksional yang sudah ditentukan oleh masing-masing dari media tersebut. Dalam sebuah penyampaian pesan, seseorang perlu menyusun dan merangkai ucapan dan cerita-cerita tertentu dan kemudian memberikan gambaran mengenai sebuah realitas (Mulyana & Eriyanto, 2002).

Pesan yang berbentuk berita adalah sebuah hal yang dibentuk dan dibangun oleh media guna tujuan tertentu. Terdapat berbagai jenis motif tertentu yang dibangun oleh media, seperti nilai-nilai yang ingin ditanamkan pada masyarakat. Kemampuan penyerapan pesan yang oleh manusia pada dasarnya dilakukan secara kognisi. Perubahan kognitif dalam pemikiran sebuah individu mampu mempengaruhi perubahan sikap seseorang dalam memahami sebuah pesan ataupun informasi (Dharma, 2018).

Hall berpendapat bahwa saat ini media masamembuat pembingkai dengan menggunakan kata tertentu yang telah dipilih (Mulyana & Eriyanto, 2002). Pada akhirnya pembingkai menentukan bagaimana sebuah realitas kemudian disajikan kepada pembaca. Hal-hal yang diketahui oleh masyarakat

mengenai realitas sosial pada dasarnya bergantung pada bagaimana media massa melakukan frame atas peristiwa dan kemudian memberikan pemahaman dan pemaknaan tertentu pada sebuah peristiwa (Mulyana & Eriyanto, 2002).

ANALISIS FRAMING

Analisis *framing* adalah sebuah analisis isi media yang berkembang berkat pandangan kaum konstruksionis (Mulyana & Eriyanto, 2002). Analisis *framing* termasuk dalam paradigma konstruksionis untuk mengetahui bagaimana sebuah realitas baik yang berupa peristiwa, aktor, kelompok dan lain sebagainya yang dibingkai oleh media melalui konstruksi. (Mulyana & Eriyanto, 2002). Secara sederhana dapat dipahami bahwa analisis *framing* adalah analisis yang berguna untuk melihat bagaimana sebuah media mengkonstruksi realitas pada peristiwa yang terjadi.

Menurut Kosicki *framing* adalah sebuah strategi komunikasi yang berfungsi pada pengolahan berita. Dalam penyajian informasi, serta penafsiran peristiwa sering dikaitkan dengan perangkat kognitif yang digunakan. Menurut Pan dan Kosicki memberikan pengertian yang berbeda dari George Junus Aditjondro dalam Arifatul Choiri Fauzi yang memberikan pengertian bahwa *framing* adalah sebuah penyajian realitas di mana kebenaran suatu peristiwa tidak sepenuhnya disangkal, tetapi dibelokkan secara halus, hanya menonjolkan aspek-aspek tertentu, menggunakan istilah konotasi tertentu, menggunakan foto, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya. Hal ini memberikan kesan tidak adanya pembelokan karena media tidak mengemasnya secara kasar dan semena-mena (Pan & Kosicki, 1993).

Penelitian ini menggunakan analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki, dimana menurutnya wacana media adalah proses kesadaran sosial yang melibatkan narasumber, jurnalis, dan khalayak dalam memahami budaya dan dasar-dasar kehidupan sosial yang sudah diatur. Model Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki yang dimaksud adalah sebagai berikut.

Tabel 1. *Framing* Model Zhongdang Pan dan Gerald Kosicki

Struktur	Perangkat <i>Framing</i>	Unit yang Diamati
SINTATIS Cara wartawan menyusun fakta	Skema Berita	Headline, Lead, Latar, Informasi, kutipan, sumber, pernyataan, penutup.
SKRIP Cara menceritakan kisah	Kelengkapan berita 5W+1H	5W+1H
TEMATIK Cara Menulis Fakta	Detail, koherensi, bentuk kalimat, kata ganti	Pragraf, proposisi, kalimat, hubungan antar kalimat
RETORIS Cara dokumentasi film	Leksikon, grafis, metafora	Kata, idom, gambar atau foto, grafik.

Sumber. Data diperoleh dari (Mulyana&Eriyanto, 2002)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dan menggunakan paradigma konstruktivistik. metode kualitatif dapat dipahami sebagai penelitian yang menggunakan informan sebagai subjek penelitian dalam kehidupan sehari-hari (Pratama & Saragih, 2022). Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang mana menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata lisan atau tertulis dari orang-orang maupun sebuah perilaku yang dapat diamati (Boer dkk., 2020). Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan dokumentasi, Teknik tersebut digunakan untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan penelitian. Teknik dokumentasi dapat dipahami sebagai teknik

dimana peneliti akan mengumpulkan teks-teks berita mengenai pemberitaan Citayam Fashion Week, selain itu peneliti juga menggunakan data-data tambahan melalui literatur dan kajian Pustaka yang terkait dengan penelitian.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis *framing* dengan model Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki yang berasumsi bahwa proses berita menggunakan strategi konstruksi dimana perangkat kognisi yang digunakan dalam mengkode informasi, menafsirkan peristiwa, dan dihubungkan dengan rutinitas dan konvensi pembentukan berita (Mulyana & Eriyanto, 2002). Teknik analisis *framing* dengan model Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki ini sesuai untuk menjawab permasalahan dari penelitian, serta model ini merupakan yang paling banyak digunakan untuk penelitian. Melalui pendekatan ini, teks dari berita akan dianalisis dengan cara dikelompokkan serta diuraikan dalam beberapa struktur besar antara lain struktur sitaksis, skrip, tematik dan retorik (Mulyana & Eriyanto, 2002).

Unit analisis pada penelitian ini adalah berita yang dibuat oleh dua media online, yaitu Kompas.id dan Popbela.com terkait pemberitaan Citayam Fashion Week. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari pemberitaan 2 media *online* Kompas.id dan Popbela.com. Data sekunder yang merupakan data pendukung dari penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber diantaranya adalah buku, jurnal, artikel, internet, dan lain sebagainya. Pengambilan data pada penelitian ini diperoleh dengan mengunduh berita-berita mengenai Citayam Fashion Week yang termuat dalam portal media *online* Kompas.id dan Popbela.com selama periode bulan Juli 2022, ada dua berita yang diteliti pada masing-masing media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Dalam penelitian ini menggunakan subjek penelitiannya merupakan berita-berita mengenai Citayam *fashion week* yang dimuat dalam Kompas.id dan Popbela.com dengan kecenderungan konten-konten pemberitaan fenomena *pop culture* Citayam *fashion week*.

Tabel 2. Berita Kompas.id tentang Citayam Fashion Week

No.	Judul Berita	Tautan	Tanggal Berita	Keterangan
1.	"Citayam Fashion Week" Dilarang Beraksi di "Zebra Cross" Dukuh Atas	"Citayam Fashion Week" Dilarang Beraksi di "Zebra Cross" Dukuh Atas - Kompas.id	21 Juli 2022	Gambar Sejumlah remaja berjalan di Taman Stasiun MRT Dukuh Atas
2.	Dinilai Tak Paham, Pemerintah Berniat Pindahkan Lokasi "Citayam Fashion Week"	Dinilai Tak Paham, Pemerintah Berniat Pindahkan Lokasi Citayam Fashion Week	28 Juli 2022	Gambar Keramaian Citayam Fashion week di Kawasan Sudirman

Tabel 3. Berita 1 Kompas.id

Perangkat <i>Framing</i>	Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
Struktur Sintaksis	<i>Headline</i>	"Citayam Fashion Week" Dilarang Beraksi di "Zebra Cross" Dukuh Atas

Lead	Pemerintah Kota Jakarta Pusat melarang kegiatan peragaan busana menggunakan zebra cross di kawasan Dukuh Atas, Kecamatan Tanah Abang, Jakarta Pusat.	
Latar Informasi	Wakil Wali Kota Jakarta Pusat Irwandi kepada wartawan, Kamis (21/7/2022), meminta agar anak-anak muda itu tidak lagi menggunakan <i>zebra cross</i> untuk mengadakan peragaan busana.	
Kutipan Sumber	<p>"Jangan bikin acara catwalk-nya atau fashion show di zebra cross. Mohon semuanya patuhi aturan-aturan tentang pemakaian jalan dan trotoar," kata Irwandi di Jakarta.</p> <p>"Kalau di jalan umum yang banyak kendaraan berlalu lalang pasti muncul masalah kemacetan. Tapi, ini kan jalan lingkungan dan aksesnya tidak begitu ramai, kan," ujar Djoko Setijowarno Ketua Bidang Advokasi dan Kemasyarakatan Masyarakat Transportasi (MTI).</p> <p>"Kami semua tidak ada yang sekeren mereka, belum pantas naik catwalk. Lain kali kami jadi penonton dan pengagum saja. Tapi, yang jelas, tamu-tamu Uni Eropa sebelumnya tidak hanya menikmati perubahan dan perkembangan fasilitas publik di Jakarta, tetapi juga menikmati kehangatan warga dan mengagumi kreativitas anak-anak mudanya," ucap Anies Baswedan selaku Gubernur Jakarta kala itu.</p> <p>"Kita batasi anak-anak hingga remaja sampai pukul 22.00 WIB. Lewat dari jam itu, kami minta mereka sudah harus kembali ke rumahnya masing-masing," ujar Aparat yang menertibkan warga.</p>	
Pernyataan	Kepala Kepolisian Resor Metro Jakarta Pusat Komisaris Besar Polisi Komarudin, kemarin, mengatakan, kegiatan peragaan busana yang dilakukan anak-anak SCBD memang tidak berizin. Namun, polisi lebih menekankan terkait dengan kerumunan dan batas waktu berkerumun pada masa pandemi Covid-19.	
Penutup	Komarudin juga meminta kepada orangtua pengunjung remaja itu untuk ikut mengawasi anak-anak mereka yang masih bermain hingga larut malam.	
Struktur Skrip	Apa	Citayam Fashion Week dilarang beraksi di <i>zebra cross</i> Dukuh Atas.
	Dimana	Jakarta, Dukuh Atas
	Kapan	Kamis, 21 Juli 2022
	Siapa	Wakil Wali Kota Jakarta Pusat Irwandi, Ketua Bidang Advokasi dan Kemasyarakatan Masyarakat Transportasi Indonesia (MTI) Djoko Setijowarno, Kepala Kepolisian

		Resosr Metro Jakarta Pusat Komisaris Besar Polisi Komarudin
	Mengapa	Pemerintah melarang kegiatan peragaan busana Citayam Fashion Week menggunakan <i>zebra cress</i>
	Bagaimana	Wakil Wali Kota Jakarta Pusat Irwandi kepada wartawan, Kamis (21/7/2022), meminta agar anak-anak muda itu tidak lagi menggunakan <i>zebra cross</i> untuk mengadakan peragaan busana.
Struktur Tematik	Kohersi Kontras	Kepala Kepolisian Resor Metro Jakarta Pusat Komisaris Besar Polisi Komarudin, kemarin, mengatakan, kegiatan peragaan busana yang dilakukan anak-anak SCBD memang tidak berizin. Namun , polisi lebih menekankan terkait dengan kerumunan dan batas waktu berkerumun pada masa pandemic Covid-19.
	Kohersi Aditif	Sementara itu , Irwandi memastikan, imbauan untuk tidak mrnggunakan <i>zebra cross</i> di luar pruntukannya tidak bermaksud menegasikan dukungan Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan.
	Kohersi Kasualitas	-
	Kohersi Kronologis	-
	Kata	Melarang, <i>nyentrik</i> , imbauan
	Idiom	-
Struktur Retoris	Gambar	Gambar sejumlah remaja berjalan di Taman Stasiun MRT Dukuh Atas, gambar sejumlah remaja yang sedang berjalan diatas <i>zebra cross</i> , gambarsuasana Terowongan Kendal di daerah Dukuh Atas, gambar suasana Jalan Tanjung Karang di kawasan Dukuh Atas
	Grafik	-

Berdasarkan Tabel 3 dapat dianalisis:

a. Struktur Sintaksis

Bagian *lead* berita ini sudah menjelaskan inti berita tersebut, namun belum dijelaskan detail dari larangan penggunaan *zebra cross*. Detail larangan penggunaan *zebra cross* kemudian diterangkan pada latar informasi yang berupa larangan penggunaan *zebra cross* untuk melakukan peragaan busana. Namun pada kutipan sumber belum menyertakan keterangan dari masyarakat yang menggunakan *zebra cross* untuk peragaan busana.

b. Struktur Skrip

Berita ini sudah memenuhi kelengkapan dari struktur skrip, yakni 5W+1H, seluruh strukturnya sudah runtut dan tepat yang membahas mengenai larangan penggunaan *zebra cross* untuk peragaan busana CFW

c. Struktur Tematik

Pada struktur tematik kohersi yang digunakan adalah kohersi kontras, hal ini ditandai dengan penggunaan kata namun pada berita ini. Selain itu berita ini juga menggunakan kohersi aditif yang ditandai dengan kata sementara itu.

d. Struktur Retoris

Struktur retorik di sini terdapat kata melarang, di mana kata tersebut mencerminkan adanya larangan penggunaan *zebra cross* untuk peragaan busana karena dapat menimbulkan kemacetan. Selain itu berita tersebut juga menggunakan kata *nyentrik* untuk menggambarkan busana yang dikenakan pada CFW. Berita ini juga menggunakan kata imbauan yang mengarah pada saran Wakil Wali Kota Jakarta Pusat yang meminta agar anak-anak muda tidak menggunakan *zebra cross* untuk mengadakan peragaan busana. Terdapat pula beberapa gambar yang menggambarkan situasi keramaian Citayam Fashion Week sebagai pendukung berita.

Tabel 4. Berita 2 Kompas.id

Perangkat <i>Framing</i>	Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
Struktur Sintaksis	<i>Headline</i>	Dinilai Tak Paham, Pemerintah Berniat Pindahkan Lokasi "Citayam Fashion Week"
	<i>Lead</i>	Kepolisian Daerah Metro Jaya dan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta mengusulkan untuk memindahkan Citayam Fashion Week ke lokasi strategis lainnya.
	Latar Informasi	Direktur Lalu Lintas Polda Metro Jaya Komisaris Besar Latif Usman, misalnya, mengatakan, gelaran Citayam Fashion Week (CFW) di Dukuh Atas, Jakarta Pusat, menimbulkan kemacetan lalu lintas sehingga kepolisian menyarankan agar kegiatan tidak digelar di zebra cross Dukuh Atas. Ketua Jakarta Watch Andy William Sinaga menuturkan, pelaksanaan CFW menggunakan sarana penyeberangan jalan atau zebra cross melanggar Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.
	Kutipan Sumber	Beberapa kicauan di Twitter misalnya, mengatakan, "Gue rasa orang kaya dan pemerintah ini benar-benar nggak tahu apapun deh soal CFW". "Pengguna zebra cross juga wajib memperhatikan keselamatan dan kelancaran lalu lintas. Intinya, sarana zebra cross merupakan sarana lalu lintas untuk penyeberangan pejalan kaki," kata Andi. "CFW kurang tepat karena menggunakan sarana zebra cross untuk aktivitas lain. Pemerintah bisa memfasilitasi kegiatan fashion week di gelanggang remaja/olahraga yang dimiliki Pemprov DKI Jakarta," kata Andi. "Fashion show bukan tidak boleh, tapi cari waktu yang tidak mengganggu belajar-mengajar, kemudian masalah tempatnya, kami juga sama-sama berunding. Ini memang perlu waktu, tidak bisa langsung, harus kita edukasi secara baik secara persuasif anak-anak kita," kata Riza.
	Pernyataan	Adapun terkait dengan lokasi fashion show, Riza sepakat agar dipindahkan ke sejumlah kawasan strategis

		lainnya. Ia pun mengusulkan tujuh lokasi alternatif untuk tetap memberikan ruang kreativitas anak-anak muda, seperti di Plaza Selatan Monumen Nasional (Monas), Taman Lapangan Banteng, Taman Ismail Marzuki (TIM), Senayan, Kemayoran, pusat perbelanjaan Sarinah, dan Kota Tua.
	Penutup	”Fashion show bukan tidak boleh, tapi cari waktu yang tidak mengganggu belajar-mengajar, kemudian masalah tempatnya, kami juga sama-sama berunding. Ini memang perlu waktu, tidak bisa langsung, harus kita edukasi secara baik secara persuasif anak-anak kita,” kata Riza.
Struktur Skrip	Apa	Dinilai tak paham, pemerintah berniat pindahkan lokasi Citayam Fashion Week.
	Dimana	Jakarta
	Kapan	Kamis, 28 Juli 2023
	Siapa	Pemerintah, Direktur Lalu Lintas Polda Metro Jaya Komisaris Besar Latif Usman, Kepala Kepolisian Resor Metro Jakarta Pusat Komiaris besar Komarudin, Ketua Jakarta Watch Andy Wiliam Sinaga, Wakil Gubernur DKI Jakarta Ahmad Riza Patria.
	Mengapa	Pelaksanaan CFW dapat diindikasikan melanggar UU Lalu Lintas dan Angkutan Jalan karena mengganggu fasilitas pejalan kaki, seperti diatur dalam pasal 274 dan 275 Nomor 22 Tahun 2009.
	Bagaimana	Riza menyarankan untuk sementara kegiatan hanya dilakukan di trotoar. Ia juga mengingatkan aktivitas Dukuh atas tidak dilakukan kungga larut malam.
Struktur Tematik	Kohersi Kontras	Aktivitas masyarakat boleh menggunakan jalan selama tidak mengganggu pengguna jalan lainnya. Kami tidak akan mematikan kreativitas dari masyarakat. Namun , kami mengusulkan kegiatan CFW dipindahkan pada saat momen <i>car free day</i> (CFD), dan kegiatan itu harus dipastikan tidak akan mengganggu pengguna jalan lainnya.
		Sementara itu, Kepala Kepolisian Resor Metro Jakarta Pusat Komisaris Besar Komarudin melanjutkan, pihaknya tetap mendukung kreativitas anak-anak muda melalui CFW. Namun , ketertiban umum, keamanan, dan lalu lintas juga harus menjadi perhatian Bersama karena Kawasan Dukuh Atas digunakan untuk semua kalangan dalam beraktivitas. Menanggapi fenomena CFW atau SCBD di kawasan Dukuh Atas, Wakil Gubernur DKI Jakarta Ahmad Riza Patria memastikan kegiatan tersebut tidak dilarang dan

		inovasi kreativitas anak-anak muda itu perlu diapresiasi. Namun , dari fenomena tersebut, kata Riza, menimbulkan keramaian dan kerumunan sehingga berpotensi meningkatkan penyebaran Covid-19. Segala aktivitas di mana pun, termasuk di Dukuh Atas, harus tetap memperhatikan kepatuhan dan disiplin protokol kesehatan.
	Kohersi Aditif	Sementara itu , Kepala Kepolisian Resor Metro Jakarta Pusat Komisaris Besar Komarudin melanjutkan, pihaknya tetap mendukung kreativitas anak-anak muda melalui CFW.
	Kohersi Kasualitas	-
	Kohersi Kronologis	-
Struktur Retoris	Kata	Membludak, Diindikasikan
	Idiom	<i>Fashion show</i>
	Gambar	Gambar dua anak kecil <i>fashion show</i> di <i>zebra cross</i> Dukuh Atas, gambar warga melintas di Terowongan Kendal di daerah Dukuh Atas, gambar petugas yang sedang mengatur lalu lintas di tengah aktivitas <i>fashion show</i> Citayam Fashion Week di Dukuh Atas, Gambar Bonge dan Kurma yang diwawancarai berbagai media
	Grafik	Grafik lima konten terpopuler terkait Citayam Fashion Week

Berdasarkan Tabel 4 dapat dianalisis:

a. Struktur Sintaksis

Pada struktur ini bagian *headline dan lead* sudah menunjukkan isi dari berita tersebut. Namun pada kutipan sumber berita tersebut hanya menyorot satu pihak saja, berita tersebut juga mengutip salah satu cuitan di twitter namun tidak memberikan keterangan siapa yang menulis cuitan tersebut yang kemudian berita tersebut juga tidak mencantumkan kenapa pemerintah dinilai tidak paham mengenai pemindahan lokasi CFW pada cuitan tersebut.

b. Struktur Skrip

Pada struktur skrip berita tersebut sudah memenuhi unsur-unsur 5W+1H, namun pada struktur mengapa masih belum menjelaskan pertanyaan dari apa. Di mana pada struktur apa membahas mengenai pemerintah yang dinilai tak paham, namun alasan tersebut tidak dipaparkan pada bagian mengapa dan bagaimana

c. Struktur tematik

Pada struktur tematik berita ini terdapat dua kohersi yakni kohersi kontras dan kohersi aditif. Ditemukan 3 penggunaan kohersi kontras pada berita ini yang ditandai dengan kata *namun*.

d. Struktur Retoris

Pada struktur retoris terdapat penggunaan kata *membludak* yang menggambarkan kondisi daerah Dukuh Atas yang melebihi kapasitas orang berkumpul dimana pada waktu tersebut terdapat ketentuan-ketentuan tertentu dikarenakan adanya Covid-19. Berita tersebut juga menggunakan kata *diindikasikan*, dimana hal ini merujuk pada dugaan kegiatan CFW yang terdapat pelanggaran UU Lalu Lintas dan angkutan Jalan karena dianggap mengganggu fasilitas pejalan

kaki. Idiom yang digunakan adalah kata *fashion show* yang menunjukkan kegiatan CFW yang berupa peragaan busana di atas *zebra cross*. Berita tersebut juga mencantumkan gambar-gambar yang menunjukkan keadaan Dukuh Atas terkait dengan kegiatan Citayam Fashion Week dan gambar Bonge dan Kurma yang sangat erat kaitannya dengan ketenaran Citayam Fashion Week. Berita ini juga menyertakan grafik urutan konten-konten terpopuler pada sosial media yang terpopuler mengenai Citayam Fashion Week, mulai dari Twitter, Instagram sampai Tiktok.

Tabel 5. Berita Popbela.com tentang Citayam Fashion Week

No.	Judul Berita	Tautan	Tanggal Berita	Ket
1.	7 Fakta & Alasan Baim Wong Daftarkan Merek Dagang Citayam Fashion Week	Popbela- 7 Fakta & Alasan Baim Wong Daftarkan Merek Dagang Citayam Fashion Week	25 Juli 2022	Gambar Baim Wong serta gambar-gambar mengenai Citayam Fashion week
2.	Jeje & Bonge Citayam Fashion Week Eksis di MV Terbaru Keljo	Popbela-Jeje & Bonge Citayam Fashion Week Eksis di MV Terbaru Keljo	26 Juli 2022	Gambar kuliner di wilayah Sudirman

Tabel 6. Berita 1 Popbela.com

Perangkat <i>Framing</i>	Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
Struktur Sintaksis	<i>Headline</i>	7 Fakta & Alasan Baim Wong Daftarkan Merek Dagang Citayam Fashion Week
	<i>Lead</i>	Berbagai pendapat dari protes hingga kritik memenuhi jagat maya, usai selebritis Baim Wong dan istrinya Paula Verhoeven mendaftarkan merek dagang Citayam Fashion Week (CFW) ke Pangkalan Data Kekayaan Intelektual Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) Kementerian Hukum dan HAM (Kemenkumham).
	Latar Informasi	Perusahaan Baim Wong dan Paula Verhoeven, PT Tiger Wong Entertainment mendaftarkan merek Citayam Fashion Week ke Pangkalan Data Kekayaan Intelektual (PDKI) Kementerian Hukum dan HAM (Kemenkumham) pada tanggal 20 Juli 2022.
	Kutipan Sumber	“Citayam Fashion Week ini bukan milik saya.. ini milik mereka semua, ini milik Indonesia. Saya hanyalah orang yang punya visi Menjadikan Citayam Fashion Week sebagai AJang untuk membuat trend ini menjadi wadah yang legal, dan ga musiman. Dan yang paling penting, bisa memajukan fashion Indonesia di mata dunia.” Baim Wong dalam tulisannya yang diunggah melalui Instagram

	<p>“Kenapa saya tergerak? Berawal semua ini karena istri saya. Karena dia mengerti dunia fashion, dan dia melihat Citayam fashion week ini adalah gerakan dimana orang-orang sudah memedulikan fashion. Dan ternyata di Indonesia, fashion itu ga harus mahal, dan mereka bangga memakainya. Kebanggaan itu adalah achievement yg penting dan itu harus dibudidayakan.”</p> <p>“Bagaimana caranya? Orang-orang dengan mimpi yang besar yang harus membantu mereka. Bukan karena kepentingan bisa dapet berapa? Tapi visinya itu mau dibawa sejauh apa? Dan sejauh apa kita percaya dengan tujuan itu? Dan tujuan itu untuk kesejahteraan siapa? Dan apakah ada manfaatnya untuk orang banyak? Terlalu banyak resiko ketika kita mempunyai cita-cita atau tujuan yg besar, karena membuat sesuatu menjadi besar pasti memerlukan biaya.”</p> <p>“Dan saya pun bilang ini kepada mereka semua (Bonge, Roy, Kurma, Jeje waktu itu lagi sakit, tapi saya sudah undang juga), persis sehari sblm berita ini ada .. Hasil dari sini saya belum tau ada atau engga, tapi walaupun ada, itu akan jadi milik kalian juga.. Dan bukan cuma itu, inget ada nama Citayam di depannya .. Ini juga milik mereka.. Ini benar2 milik Indonesia, ` Dengan tangan kalian (Bonge, Roy, Jeje dan Kurma), kalian bangun Citayam menjadi daerah yang hebat dengan uang ini. Saya hanya bagian dari kalian untuk bisa meraih mimpi ini.. Saya hanya butuh kepercayaan kalian..” jelasnya.</p>
	<p>Popbela sudah mencoba menghubungi Baik Wong terkait hak royalti maupun bentuk kerjasama yang berkaitan dengan Citayam Fashion Week yang didaftarkan oleh pihaknya. Namun sampai artikel ini naik, Popbela belum mendapat balasan.</p>
	<p>Itulah fakta-fakta terkait Baim Wong yang mendaftarkan Citayam Fashion Week sebagai merek dagang. Kita tunggu perkembangannya, ya, Bela.</p>
Struktur Skrip	<p>Apa</p> <p>7 fakta & alasan Baim Wong daftarkan merek dagang Citayam Fashion Week</p>
	<p>Dimana</p> <p>Jakarta</p>
	<p>Kapan</p> <p>Senin, 25 Juli 2022</p>
	<p>Siapa</p> <p>Baim Wong</p>
	<p>Mengapa</p> <p>Baim juga jelaskan mengapa ia tergerak mendaftarkan CFW. Ia menganggap orang-orang sudah mulai perhatian dengan dunia fashion dan di Indonesia, fashion tidak harus mahal bahkan dengan</p>

		merek lokal mereka bisa tampil stylish, dan itu adalah sesuatu kebanggaan. Hal tersebut yang menurutnya harus dibudidayakan.
	Bagaimana	Perusahaan Baim Wong dan Paula Verhoeven, PT Tiger Wong Entertainment mendaftarkan merek Citayam Fashion Week ke Pangkalan Data Kekayaan Intelektual (PDKI) Kementerian Hukum dan HAM (Kemenkumham) pada tanggal 20 Juli 2022.
Struktur Tematik	Kohersi Kontras	Tindakan Baim dan Paula pun sontak menuai pro dan kontra dari berbagai kalangan. Beberapa mendukung Baim karena ‘niat baiknya’ untuk membantu para remaja tersebut berkreasi dan mewujudkan mimpi, serta memberi ruang khusus. Tapi di sisi lain, banyak yang berpendapat bahwa itu hanyalah alasan untuk memperluas ‘panggung’ Baim. Tak sedikit yang menyuarakan “ <i>created by the poor, stolen by the rich</i> ” yang berarti CFW sebagai kreasi anak bangsa di mana mayoritas adalah kalangan menengah ke bawah, tapi diambil/dicuri oleh para orang-orang besar atau kaya untuk kepentingan mereka sendiri.
	Kohersi Aditif	-
	Kohersi Kasualitas	-
	Kohersi Kronologis	-
	Kata	Kontroversi
	Idiom	Selebritis
Struktur Retoris	Gambar	Foto Bonge dan seorang model Paula yang sedang bergaya, gambar sejumlah orang yang sedang melakukan peragaan busana di <i>zebra cross</i> , gambar keramaian kondisi kawasan Sudirman, gambar <i>screenshot</i> postingan Instagram Baim Wong, gambar swafoto Baim Wong dan istrinya, gambar anak-anak yang bergaya dan sedang menghadiri CFW, Gambar Bonge yang sedang diwawancara media, gambar Bim Wong dan tim yang sedang berkunjung di lokasi CFW, dan beberapa gambar yang menggambarkan keadaan CFW di kawasan Sudirman Dukuh Atas
	Grafik	-

Berdasarkan Tabel 6 dapat dianalisis:

a. Struktur Sintaksis

Pada struktur sitaksis dalam berita ini kutipan sumber hanya memperhatikan pendapat dari Baim Wong saja. Pada bagian *lead* berita ini belum sepenuhnya menjelaskan alasan mengapa Baim Wong mendaftarkan hak merek dagang Citayam Fashion Week

b. Struktur Skrip

Berita ini telah memenuhi unsur-unsur berita 5W+1H, pada struktur ini alasan-alasan Baim Wong mendaftarkan merek dagang atas Citayam Fashion Week sudah dijelaskan dengan baik menurut prespektif dari Baim wog.

c. Struktur Tematik

Pada struktur ini kohersi yang digunakan adalah kohersi kontras dimana ditandai dengan kata tapi.

d. Struktur Retoris

Pada struktur ini kata yang digunakan adalah kontroversi, di mana hal ini menunjukkan adanya perselisihan atau perdebatan akibat dari Baim Wong mendaftarkan merek dagang Citayam Fashion Week yang menimbulkan pendapat yang pro dan kontra. Idiom yang digunakan dalam berita tersebut adalah selebritis, yang merujuk pada Baim Wong.

Tabel 7. Berita 2 Popbela.com

Perangkat <i>Framing</i>	Unit Pengamatan	Hasil Pengamatan
Struktur Sintaksis	Headline	Jeje & Bonge Citayam Fashion Week Eksis di MV Terbaru Keljo
	Lead	Keljo merilis lagu "Jangan Katakan Cinta" 22 Juli kemarin. Lagu terakhir dari trilogi yang sebelumnya didahului oleh "Sesal Terlambat" dan "Sirna", ini memiliki video musik yang dibintangi oleh dua ikon Citayam Fashion Week, Jeje dan Bonge.
	Latar Informasi	"Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk Jeje dan Bonge yang bagus banget aktingnya! Semoga kalian makin sukses dan semoga video ini bisa membuka kesempatan-kesempatan baru buat kalian, ya!" ujar Keljo.
	Kutipan Sumber	"Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk Jeje dan Bonge yang bagus banget aktingnya! Semoga kalian makin sukses dan semoga video ini bisa membuka kesempatan-kesempatan baru buat kalian, ya!" ujar Keljo.
	Pernyataan	Tak seperti kebanyakan lagu cinta di Indonesia, "Jangan Katakan Cinta" memiliki pesan agar tak perlu buru-buru soal hubungan asmara. Karena status kekasih adalah urusan dua hati, keduanya perlu memahami perasaan satu sama lain.
Struktur Skrip	Penutup	Dalam video musik tersebut, tampak Jeje yang menyukai Bonge setelah terbiasa bersama. Lama-kelamaan, perempuan tersebut menyatakan perasaannya saat sama-sama berada di mobil Bonge. Apakah cinta Jeje akan diterima? Tonton videonya di YouTube, yuk!
	Apa	Jeje & Bonge Citayam Fashion Week Eksis di MV Terbaru Keljo
	Dimana	Jakarta

	Kapan	Selasa, 26 Juli 2023
	Siapa	Jeje, Bonge, Keljo
	Mengapa	Lagu yang menjadi karya orisinal Keljo ini diciptakan bersama Yoshua Perwirana, gitaris band-nya, dalam waktu yang singkat. Keljo mengakui karyanya kali ini terasa cukup spesial.
	Bagaimana	Dalam video musik tersebut, tampak Jeje yang menyukai Bonge setelah terbiasa bersama. Lama-kelamaan, perempuan tersebut menyatakan perasaannya saat sama-sama berada di mobil Bonge.
Struktur Tematik	Kohersi Kontras	-
	Kohersi Aditif	-
	Kohersi Kasualitas	-
	Kohersi Kronologis	-
Struktur Retoris	Kata	Merilis
	Idiom	Musisi
	Gambar	Foto Keljo, tautan Youtube yang terdapat gambar Bonge dan Jeje yang berpelukan
	Grafik	-

Berdasarkan Tabel 3 dapat dianalisis:

a. Struktur Sintaksis

Pada bagian *headline* ditunjukkan judul mengenai *click bait* yang mencantumkan fenomena Citayam Fashion Week, namun pada kenyataannya berita ini membahas mengenai lagu baru milik seorang musisi Keljo yang kemudian melibatkan Bonge dan Jeje yang merupakan figure terkenal yang berkaitan dengan CFW dalam pembuatan vidio musiknya.

b. Struktur Skrip

Pada struktur skrip berita ini telah memenuhi unsur-unsur 5W+1H. Namun pada unsur mengapa tidak dijelaskan alasan Bonge dan Jeje yang diikut sertakan dalam music vidio lagu baru Keljo.

c. Struktur Tematik

Tidak ada temuan kohersi yang digunakan pada berita ini

d. Struktur Retoris

Pada struktur ini penggunaan kata merilis merujuk pada lagu baru milik musisi Keljo. Idiom yang digunakan adalah kata musisi, di mana hal ini merujuk pada Keljo yang baru saja merilis lagu barunya.

PEMBAHASAN

Dengan menggunakan empat struktur tersebut peneliti memiliki temuan-temuan hasil dari analisis *framing* pemberitaan Citayam Fashion Week pada Kompas.id dan Popbela.com mengkonstruksi fenomena Citayam Fashion Week merupakan fenomena *pop culture* di Indonesia. Peneliti menemukan adanya temuan yang didapatkan dari penelitian ini bahwa dapat disimpulkan kedua media tersebut memiliki perspektif yang berbeda dalam mengkonstruksi realitas. Berikut temuan yang ditemukan peneliti, antara lain,

Framing Pemberitaan Kompas.id

Pada bulan Juli di mana Citayam Fashion week banyak menarik perhatian publik, Kompas.id menerbitkan berita mengenai fenomena *pop culture* Citayam Fashion Week. Peneliti melakukan analisis *framing* pada dua judul berita Kompas.id yaitu ““Citayam Fashion Week” Dilarang Beraksi di “Zebra Cross” Dukuh Atas” dan “Dinilai Tak Paham, Pemerintah Berniat Pindahkan Lokasi “Citayam Fashion Week””. Menurut pandangan Kompas.id, Citayam Fashion Week adalah fenomena yang ingin ditertibkan oleh pemerintah karena terdapat pelanggaran Undang-Undang Lalu Lintas dan pelanggaran aturan batas orang berkerumun dan waktu pada masa Covid-19. Dengan demikian kemudian pihak berwenang menilai bahwa Citayam Fashion Week perlu ditertibkan. Hal ini dapat dilihat dari cara Kompas.id mengkonstruksi realitasnya pada fenomena *pop culture* Citayam Fashion Week.

Secara sitaksis Kompas.id mewujudkan pandangannya pada skema yang terdapat dalam berita. Skema sitaksis pada Kompas.id sudah benar, dimulai dari *headline*, *lead*, kutipan sumber, pernyataan dan penutup. Pada bagian judul, Kompas.id terlihat menunjukkan bagaimana pandangannya terhadap fenomena ini. Namun pada berita 2 Kompas.id dengan judul “Dinilai Tak Paham, Pemerintah Berniat Pindahkan Lokasi “Citayam Fashion Week”” terlihat bahwa pada judul menunjukkan mengenai kontroversi pemindahan lokasi dari Citayam Fashion Week yang menimbulkan kontra dari pihak tertentu, khususnya masyarakat yang berpartisipasi pada Citayam Fashion Week. Akan tetapi Kompas.id hanya mengutip sumber dari satu pihak saja yaitu pihak yang berwenang atau pihak pemerintahan saja, hal ini sama halnya dengan berita 1.

Dari teks kedua berita tersebut, Kompas.id mewawancarai berbagai pihak berwenang, pada berita 1 mewawancarai empat orang pejabat pemerintahan Jakarta: Wakil Wali Kota Jakarta Pusat Irwandi, Ketua Bidang Advokasi dan Kemasyarakatan Masyarakat Transportasi Indonesia (MTI) Djoko Setijowarno, Kepala Kepolisian Resor Metro Jakarta Pusat Komisaris Besar Polisi Komarudin, serta Aparat Satuan Pamong Praja. Sedangkan berita 2 memiliki kutipan sumber dari empat orang: Direktur Lalu Lintas Polda Metro Jaya Komisaris Besar Latif Usman, Kepala Kepolisian Resor Metro Jakarta Pusat Komisaris Besar Komarudin, Ketua Jakarta Watch Andy Wiliam Sinaga dan Wakil Gubernur DKI Jakarta Ahmad Riza Patria.

Berdasarkan pemakaian judul yang digunakan oleh penulis berita, terdapat temuan ketidak sesuaian judul berita dengan isi berita jika melihat kutipan sumber dari teks berita 2. Kompas.id terlihat hanya memihak pada pemerintah DKI Jakarta. Kompas.id hanya memberikan sedikit kutipan ketidak setujuan pemindahan lokasi Citayam Fashion Week yang disebutkan berasal dari media Twitter, namun tidak menyebutkan nama dari pengguna Twitter tersebut. Kompas.id juga tidak mewawancarai pengguna Twitter yang melontarkan pendapat pengguna Twitter yang menyatakan pemerintah tidak tahu apapun mengenai CFW. Teks berita Kompas.id secara umum berisi mengenai efek yang ditimbulkan oleh *pop culture* Citayam Fashion Week.

Dari analisis skrip pemberitaan dari media Kompas.id telah memenuhi kelengkapan berita dengan memperhatikan unsur-unsur berita 5W+1H (*What, Where, When, Who, Why* dan *How*). Di mana pada pemberitaan ini pemerintah melarang penggunaan *zebra cross* serta berniat pindahkan lokasi Citayam Fashion Week dengan alasan ketertiban umum. Secara tematik pemberitaan Kompas.id menekankan pada pelanggaran yang dilakukan Citayam Fashion Week karena melanggar Undang-undang lalu lintas dan peraturan tentang berkerumun pada saat Covid-19. Secara retorik Kompas.id memberikan label pelanggaran yang terjadi pada fenomena *pop culture* Citayam Fashion Week.

Framing Pemberitaan Popbela.com

Popbela.com memaknai fenomena *pop culture* Citayam Fashion Week sebagai fenomena yang menuai berbagai pendapat, terutama pendapat dari selebriti Baim Wong. Dalam pemaknaan fenomena ini Popbela.com sebagai media yang menggambarkan anak muda menggambarkan Citayam Fashion Week berdasarkan pendapat dari selebriti. Hal ini dapat dilihat dari pemilihan judul berita oleh penulis berita tersebut. Peneliti melakukan analisis *framing* pada dua judul berita yang diterbitkan oleh Popbela.com, yang keduanya sama-sama menggunakan selebriti dalam penulisan beritanya untuk menggaet anak muda.

Popbela.com sebagai media yang memiliki target *audience* generasi muda media ini memiliki caranya sendiri dalam mengkonstruksi realitas dari fenomena *pop culture* Citayam Fashion Week. Temuan dari penelitian pada media Popbela.com dapat disimpulkan bahwa pemberitaan dari media ini sedikit melenceng pada tema. Hal ini dapat dilihat dari *headline* pada berita 2, di mana pada isi berita tersebut tidak berfokus pada fenomena Citayam Fashion Week melainkan mengenai lagu baru yang dirilis oleh seorang musisi.

Popbela.com mengkonstruksi realitas dengan mengkaitkan selebriti-selebriti dengan fenomena Citayam Fashion Week, mulai dari Baim Wong sampai Keljo. Popbela.com tidak menjadikan Citayam Fashion Week sebagai objek utama dalam pemberitaannya, peneliti menemukan bahwa media ini lebih menyoroti selebriti yang terlibat. Hal tersebut dapat dilihat bahwa penulis berita menjadikan selebriti menjadi objek utama dalam berita tersebut sebagai penguat sumber berita

Secara sitaksis Popbela.com mewujudkan pandangannya pada skema yang terdapat dalam berita. Skema sitaksis pada Kompas.id sudah benar, dimulai dari *headline*, *lead*, kutipan sumber, pernyataan dan penutup. Dari teks berita terlihat Popbela.com hanya mewawancarai selebriti untuk memperkuat sumber beritanya. Dari analisis skrip pemberitaan dari media Kompas.id telah memenuhi kelengkapan berita dengan memperhatikan unsur-unsur berita 5W+1H (*What, Where, When, Who, Why* dan *How*). Namun peneliti mendapati temuan pada berita 2 yang berjudul “Jeje & Bonge Citayam Fashion Week Eksis di MV Terbaru Keljo” berita tersebut kurang ada penjelasan mengapa Keljo melibatkan Jeje dan Bonge yang merupakan tokoh dalam CFW terlibat dalam music video untuk lagu barunya.

Pada analisis tematik ditemukan bahwa pemberitaan Popbela.com sedikit melenceng dari tema Citayam Fashion Week. Popbela.com menggunakan Citayam Fashion Week sebagai *click bait* sebagai strategi *framing* pemberitaannya. Secara retorik Popbela.com menggunakan idiom selebriti dan musisi yang merujuk pada Baim Wong dan Keljo

Perbandingan Framing Pemberitaan Kompas.id dan Popbela.com

Fenomena *pop culture* Citayam Fashion Week menuai berbagai efek yang ditimbulkan. Kompas.id memaknai fenomena tersebut berdasarkan sudut pandang pemerintah dan Popbela.com memaknai fenomena tersebut berdasarkan sudut pandang selebriti. Kompas melihat Citayam Fashion Week menimbulkan keramaian yang pada akhirnya terindikasi melakukan pelanggaran Undang-Undang Lalu Lintas yang kemudian harus ditertibkan. Sedangkan Popbela melihat Citayam Fashion Week berdasarkan sudut pandang selebriti Baim Wong dan perusahaannya yang ingin mendaftarkan merek dagang Citayam Fashion Week yang kemudian menuai kontroversi.

Masing-masing media memiliki perbedaan dalam mengkonstruksi sebuah realitas. Shoemaker dan Reese berpendapat bahwa terdapat lima faktor yang mempengaruhi *framing* pada media, diantaranya adalah; individu, Rutinitas, Organisasi, Ekstra Media dan Ideologi (Shoemaker dkk., t.t.). *Framing* pada media menentukan bagaimana fakta diambil, penentuan akan siapa yang diwawancara untuk memperkuat sumber berita, bagaimana hasil wawancara itu kemudian diolah dan bagaimana wawancara tersebut kemudian ditempatkan dalam sebuah berita (Mulyana & Eriyanto, 2002). Kompas menampilkan

berita yang memihak pemerintah dimana Citayam Fashion Week melakukan pelanggaran Undang-Undang Lalu Lintas dan pelanggaran mengenai aturan berkerumun dan batas waktu yang ditentukan. Sehingga dari pelanggaran tersebut melahirkan larangan CFW untuk beraksi di *zebra cross* dan keinginan pemerintah untuk memindahkan lokasi Citayam Fashion Week. Sementara itu Popbela menampilkan berita mengenai pendapat dari seorang selebriti sekaligus pengusaha Baim Wong yang ingin mendaftarkan merek dagang Citayam Fashion Week dengan membuat berita yang berisi fakta-fakta dan alasan dari Baim Wong yang ingin mendaftarkan hak merek dagang Citayam Fashion Week. Popbela juga menyorot tokoh Citayam Fashion Week yang menjadi bagian dari music video lagu baru dari seorang musisi Bernama Keljo.

Pada penelitian ini terdapat lima faktor yang mempengaruhi *framing* pada suatu media yang kemudian menentukan bagaimana media tersebut mengkonstruksi realitas yang ada. Lima faktor tersebut adalah faktor individu, faktor rutinitas media, faktor organisasi, faktor ekstra media dan faktor ideologi (Shoemaker dkk., t.t.). Pada faktor individu kedua media baik Kompas.id dan Popbela.com terdapat pengaruh antara penulis dan narasumber melalui interaksi yang dilakukan, setiap penulis tentu mempunyai karakteristik dan kriteria dalam menulis berita. Dari kelima faktor tersebut perbedaan yang lebih menonjol terlihat pada faktor ideologi dan ekstra media, dimana pada faktor ini jelas sangat mempengaruhi bagaimana berita ditulis.

Berbeda dengan Popbela.com, Kompas.id merupakan media online yang berbasis langganan dengan menawarkan berita yang kompleks dan bebas iklan. Sedangkan Popbela.com merupakan *platform* berita yang dapat diakses secara *online* namun masih mengandalkan iklan untuk kepentingan ekonomi pada perusahaan. Pada faktor ekstra media, Popbela.com jelas menonjolkan selebriti dalam mengkonstruksi beritanya, hal ini dikarenakan terdapat kepentingan ekonomi seperti pengiklanan pada berita. Sehingga penekanan pada selebriti dimaksudkan untuk menarik perhatian *audience* yang disasar oleh media Popbela.com. Sedangkan pada faktor ekstra media Kompas.id tidak perlu mengandalkan kepentingan ekonomi yang berupa pengiklanan, karena *platform* ini berbasis langganan dan berbayar. Sehingga dalam mengkonstruksi realitas Kompas.id terlihat berbeda dari Popbela.com. Selain itu, pada faktor ekstra media ini juga dapat dilihat bahwa kedua media mengkonstruksi realitas dengan gaya masing-masing berdasarkan segmentasi pasar dari masing-masing media.

Pada faktor ideologi, media dinilai dapat mempengaruhi, membentuk dan mengarahkan opini dari publik dalam menentukan sikapnya terhadap realitas yang ada. Media akan mengambil keuntungan terlebih dahulu dari sikap profesional kerja seorang wartawan agar terlebih dahulu mendahulukan kepentingan ideologi perusahaan dalam menulis berita. Kompas.id dan Popbela.com telah mengkonstruksi realitas berdasarkan ideologi dari masing-masing media dengan melalui pemilihan gaya bahasa, kata dan isu yang ingin ditonjolkan dari masing-masing media melalui sudut pandang masing-masing.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis *framing* pada empat berita media *online* Kompas.id dan Popbela.com pada pemberitaan fenomena *pop culture* Citayam Fashion Week dengan menggunakan model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki terdapat beberapa kesimpulan yaitu, pertama media *online* Kompas.id memiliki berita mengenai efek yang ditimbulkan oleh Citayam Fashion Week yang menyebabkan berbagai pelanggaran seperti kemacetan, melebihi batas kerumunan serta penggunaan *zebra cross* yang tidak pada fungsinya. Kedua, Kompas.id hanya menyajikan berita yang mengedepankan satu pihak saja, terlihat dari teks berita Kompas.id hanya mengutip sumber dari pemerintah saja. Sama halnya dengan Popbela.com yang juga terlihat memihak pada pihak tertentu saja karena hanya melihat dari satu pihak saja yaitu

selebriti. Kedua, Popbela memberikan judul yang *click bait* untuk menarik audiens. Berbeda dengan Kompas.id yang memberikan judul dan isi berita yang sesuai. Hal ini dapat terjadi karena dalam *framing* berita terdapat faktor ekstra media yang mempengaruhi suatu media dalam membentuk konstruksi realitasnya.

PERSANTUNAN

Terimakasih kepada pihak-pihak yang membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini, Dr. Fajar Junaedi, selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing serta memberikan referensi-referensi, serta Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta atas segala fasilitasnya.

REFERENSI

- Afrinanda, S. R. A., & Junaedi, F. (2021). Konstruksi Berita Perkosaan Reynhard Sinaga di Tirto dan Tribunnews. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i1.5347>
- Ayulestari Soemardi, A., & Mutiaz, I. (2020). Konstruksi Citra Wanita dalam Media Online (Analisis Framing pada Popbela.Com). *DESKOMVIS: Jurnal Ilmiah Desain Komunikasi Visual, Seni Rupa dan Media*, 1(1), 64–71. <https://doi.org/10.38010/dkv.v1i1.9>
- Barnard, M. (2002). Fashion as Communication. Dalam *Fashion as Communication*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315013084>
- Berek, D. (2014). Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sub Budaya (Kajian Fenomenologis terhadap Komunitas Street Punk Semarang). *INTERAKSI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 56–66.
- Boer, K. M., Pratiwi, M. R., & Muna, N. (2020). Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online. *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, 4(1), 85–104. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i1.8277>
- Brydges, T., Retamal, M., & Hanlon, M. (2020). Will COVID-19 support the transition to a more sustainable fashion industry? *Sustainability: Science, Practice, and Policy*, 16(1), 298–308. <https://doi.org/10.1080/15487733.2020.1829848>
- Dharma, F. A. (2018). The Social Construction of Reality: Peter L. Berger's Thoughts About Social Reality. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1). <https://doi.org/10.21070/kanal.v%vi%i.3024>
- Dhiya, A., Dan, H., & Fadilah, E. (2018). Transformasi Harian Kompas Menjadi Portal Berita Digital Subscription Kompas.Id. *Kajian Jurnalisme*, 01(02). <http://jurnal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme|190>
- Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2008). Fashion dan Gaya Hidup : Identitas dan Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 25–32.
- Junaedi, F. (2013). *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi* (1 ed.). Prenadamedia Group.
- Karman. (2013). Media Dan Konstruksi Realitas (Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Koran Tempo Mengenai Kasus Ledakan Bom di Masjid Mapolres Cirebon). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 16(1), 27–28. <https://doi.org/https://doi.org/10.31445/jskm.2012.160102>
- McQuail, denis. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications.
- Mulyana, D., & Eriyanto. (2002). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LKiS. <https://books.google.co.id/books?id=0nBaDwAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10(1), 55–75. <https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963>

- Pratama, R., & Saragih, M. Y. (2022). *Zhong Dang Pan and Gerald M.Kosicki Framing Model Analysis on Citayam Fashion Week News in Tempo.co and Tirto.id Online Media*. 2(4).
- Rahman, N. (2022). *Citayam Fashion Week; Transformasi Ruang Publik dan Pop Culture Masyarakat Urban*.
- Shoemaker, P. J., Reese Shoemaker, S. D., Houchin Winfield, B., & Berkowitz, D. (t.t.). *Mediating the Message in the 21st Century*. www.anu-design.ie
- Tatas, H. L. (2022). *Peran Media Sosial Dan Fenomena Ciayam Fashion Week*. *Jurnal STIKOM Semarang*, 4(2), 46-57.
- Wahjuwibowo, I. S. (2015). *Pengantar Jurnalistik: Teknik Penulisan Berita, Artikel & Feature*. *Perludem*, 1-168.
- Wibowo, A. (2022). *Rethinking Push-Pull Factors and Multiplier Effects of Egalitarian and Inclusive Creative Economy through The Lens and Vantage Point of A Recent " Citayam Pop-up and Makeshift Fashion Week " Phenomenon Related to the SE Asian Youth Street Subculture*. July, 1-6. <https://doi.org/10.20944/preprints202207.0457.v1>