

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pada tahun 2020 telah muncul fenomena yang berkaitan dengan tren busana yang sangat ramai dibicarakan. Kemunculan fenomena yang berkaitan dengan tren busana itu berawal dari adanya sekelompok anak remaja yang mengenakan *outfit* nyentrik sehingga mendapatkan perhatian dari orang yang melihatnya, disitulah awal mula fenomena yang berkaitan dengan tren busana itu *viral*. Viralnya fenomena tren busana ini tidak hanya dibicarakan dari mulut ke mulut akan tetapi juga di berbagai platform sosial media seperti facebook, Instagram, twitter, hingga tiktok. Fenomena tren busana ini didominasi oleh para remaja yang berusaha ingin mendobrak tren busana yang ada dimasyarakat, khususnya wilayah ibukota Jakarta. Di mana tren busana yang ada di masyarakat ibukota Jakarta tergolong *middle-upper class* dengan memadupadankan berbagai merek ternama dalam negeri hingga luar negeri.



Gambar 1.1 Suasana Catwalk di “Citayam Fashion Week”

Sumber: <https://cdnm1.caping.co.id/news/detail/10077797>

Pada gambar 1.1 memperlihatkan bagaimana suasana yang ada pada saat Citayam Fashion Week berlangsung. Terlihat bagaimana ramainya suasana penonton dan juga partisipan yang mengikuti Citayam Fashion Week yang berada di pusat kota Jakarta, di tempat masyarakat urban bertempat tinggal dan beraktivitas seperti bekerja, bersantai. Video-video itu viral karena banyaknya ketertarikan masyarakat saat melihatnya, sehingga bisa mendapatkan puluhan hingga ratusan ribu *viewers*. Daya tarik dari konten yang diunggah juga sangat baik, seperti dengan mereka bergaya dan berbusana yang dianggap unik dan nyentrik. Dari gaya busana tersebut dapat terlihat kreativitas remaja dalam memadupadankan pakaian dan atribut seadanya tetapi tetap dianggap memiliki nilai seni yang terlihat bagus. Meski mereka menggunakan pakaian dan atribut seadanya bahkan terkadang menggunakan benda-benda yang kadang sudah tidak terpakai (*second*) dan dianggap tidak bernilai seperti kulit pisang, kertas buku, dsb. Mereka tetap memiliki rasa kepercayaan diri sehingga tetap melakukan kegiatan seperti catwalk seperti seorang model *professional*.

Tren busana ini dikenal dengan sebutan “Citayam Fashion Week” yang terinspirasi oleh kiblat barat yaitu “Paris Fashion Week”. Inspirasi itu di dapatkan karena adanya kesamaan yaitu untuk peragaan tren busana, namun tetap ada perbedaannya yaitu dalam segi profesionalitas, dimana “Citayam Fashion week” dilakukan oleh remaja yang amatir dalam dunia *fashion* dan model, sedangkan “Paris Fashion Week” dilakukan oleh seseorang yang profesional dalam bidang *fashion* dan model. Dalam fenomena ini dapat dilihat dari dimana yang mengikuti sebagian besar remaja dan berasal dari sub urban, maka maraknya penggunaan pakaian bekas yang diimpor dari negara lain semakin menjamur dengan adanya tren busana ini, yang dinilai cocok untuk remaja yang memiliki tren busana *middle-lower class*. Adanya penggunaan barang bekas atau yang biasa disebut *Thrifting* bukan hal baru bagi masyarakat, tetapi menjadi sangat viral kembali karena adanya “Citayam Fashion Week” ini. Karena busana yang mereka kenakan berasal dari *Thrifting*, yang mereka padupadankan sehingga menjadi sebuah *fashion* identik mereka.

Menurut Fujiyama (2024) dalam artikel yang berjudul “generasi z = generasi strawberry? Sensitif atau kreatif?” mengungkapkan bahwa mereka adalah sekelompok orang yang lahir antara pertengahan tahun 1997 hingga awal tahun 2010-an. Biasanya, generasi ini dicirikan oleh kualitas-kualitasnya yang khas. Generasi stroberi ditunjukkan dengan ciri-cirinya yang cenderung memiliki kulit yang tebal dan rapuh, seperti stroberi yang berkulit tipis namun memiliki rasa yang kuat.

Namun ada julukan lain untuk stroberi, yang mengacu pada bentuknya yang tidak biasa dan mudah pecah saat dihancurkan. Jadi, generasi di atas z biasanya percaya bahwa generasi z lemah dan kurang tangguh, seperti tidak cukup kuat menghadapi persaingan dan cepat menyerah pada ketidakpastian.

Generasi Z generasi yang terpapar teknologi sejak dini, seperti computer, media elektronik, telepon selular, internet, serta aplikasi. Penggunaan akses internet dengan mudah membuat generasi Z generasi yang sangat mengandalkan internet sehingga selalu menjadikan internet sebagai sumber referensi utama untuk mencari segala informasi (Singh & Dangmei, 2016).

Sementara itu, institusi lain seperti Sparks and Honey Agency dan McCrindle Research Centre telah mengakui Gen-Z sebagai kelompok yang lahir pada tahun 1995. Gen-Z terkenal dengan kemampuannya dalam melakukan banyak tugas. Gen-Z melakukan multitasking tidak secara alamiah, namun karena didukung teknologi yang sudah sangat berkembang pesat saat mereka lahir, dengan begitu dalam generasi Z ini mereka sudah sangat mahir dalam menggunakan teknologi. Kita sadar bahwa memang teknologi untuk jaman sekarang sangat penting dalam melakukan banyak aktivitas, misalnya seperti bersosialisasi, melakukan pembayaran, melakukan pemesanan barang, dsb.

Ungkapan Citayam Fashion Week berawal dari seorang fotografer bernama Radita Pradana yang kerap memublikasikan foto suasana di sekitar Stasiun BNI City Sudirman dan Jakarta Pusat dengan tagar Citayam Fashion Week pada 27 Juni 2022. Radita menampilkan beberapa aktivitas remaja yang berada di sekitar Sudirman, dan beberapa remaja terlihat berfoto *selfie* dengan menggunakan pakaian yang menarik. Melihat dari hasil foto yang kemudian diedit dan diunggah ke media sosial daerah Sudirman ini dijadikan sebagai spot foto oleh banyak orang, dengan melihat keindahan hasil foto yang dihasilkan daerah Sudirman ini dianggap sebagai kota yang estetik karena menawarkan pemandangan seperti kota di Jerman. Oleh karena itu akhirnya sering dijadikan sebagai lokasi pemotretan bagi para fotografer amater hingga profesional.

Setelah fenomena ini menjadi sangat banyak perbincangan Kini “Citayam Fashion Week” menjadi ajang pameran *outfit* ala harajuku Jepang. Fenomena “Citayam Fashion Week” ini semakin banyak di perbincangkan, sehingga mendorong daerah-daerah lain untuk menduplikasi fenomena

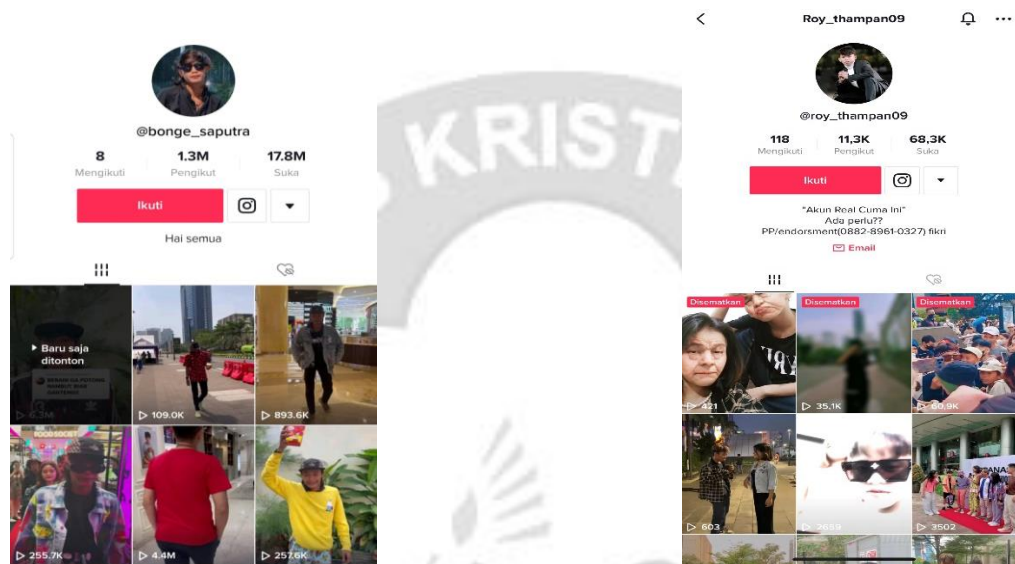
tersebut. Contohnya seperti anak muda Surabaya yang mencoba menduplikasi dengan tampil di Jalan Tunjungan. Di Makassar, fenomena serupa mengambil lokasi di Centre Point of Indonesia (CPI). Duplikasi ini punya kesamaan pada peserta yang didominasi Generasi Z, tren *fashion* yang digunakan, serta penampilan yang dilangsungkan di pusat kota.

Dengan adanya video viral itu muncul lah berbagai nama yang menjadi pusat perhatian masyarakat seperti Jeje slebew, Bonge, Kurma, dan Roy. Setelah Citayam Fashion Week menjadi viral, Dukuh Atas menjadi sangat ramai dikunjungi dari berbagai daerah, berbagai kalangan, dan berbagai usia. Contohnya yang berdatangan dari daerah Depok, Citayam, dan Bojonggede, daerah penyangga Jakarta bahkan dari luar daerah juga, sampai kalangan orang dewasa pun ada yang akhirnya turut meramaikan daerah tersebut hingga pejabat hingga artis pun ikut berpartisipasi dalam fenomena tersebut dengan membuat sebuah konten yang mengabadikan kejadian yang terjadi disana.

Hari Nugroho, sosiolog Universitas Indonesia, berbicara kepada tim Kompas pada Minggu, 24 Juli 2022 tentang isu tersebut. Menurut Hari, generasi muda Citayam, Bojonggede, dan Depok yang menggagas tren ini mungkin “dikendalikan” oleh kelas menengah atas yang memiliki sumber daya sosial dan ekonomi lebih banyak. "Hanya mereka yang memiliki kekuatan dan sumber daya yang lebih besar yang dapat mengambil alih arena ini bukan remaja kelas menengah dari Jakarta atau bahkan mereka yang ingin menggunakannya untuk kepentingan politik." kata bapak Hari selaku sosiolog Universitas Indonesia (UI) pada artikel yang berjudul Sehingga menurut bapak Hari selaku sosiolog Universitas Indonesia (UI) Dalam situasi seperti itu, anak-anak remaja dapat tersingkir dan hanya dapat berfungsi sebagai penopang daripada menjadi masalah utama di daerah tersebut.

Menurut Itsfi (2022) pada artikel Citayam Fashion Week, Mendobrak Kelas Sosial Pusat Metropolitan, para pemuda ini mulai berdatangan saat liburan sekolah dimulai. Hal ini juga sejalan dengan dibukanya kembali Stasiun Sudirman yang memberikan akses lebih baik bagi mereka. Ditambah lagi, dengan banyaknya waktu luang dan aktivitas liburan yang kurang menarik, generasi muda semakin banyak yang berbondong-bondong mengunjungi pusat hiburan di ibu kota. Menjadikan lingkungan Citayam Fashion Week menjadi lebih modis membawa dampak positif dan negatif bagi masyarakat. Citayam Fashion Week menuai sejumlah perdebatan di dunia maya.

Mulai dari permasalahan sampah, remaja yang tidur di jalanan, penggunaan zebra cross yang berlebihan, hingga pakaian yang longgar dan tahan banting.



Gambar 1.2 Compare akun Tiktok Bonge dan Roy yang menjadi salah satu pusat perhatian “citayam Fashion Week”

Sumber: Media Sosial Tiktok @bonge_saputra dan @roy_thampan09

Pada gambar 1.2 dapat dilihat beberapa akun media sosial tiktok milik Bonge dan Roy, yang dikenal sebagai pusat perhatian dari “Citayam Fashion Week”. Seperti yang terlihat dalam gambar diatas mereka banyak kagumi oleh banyak kalangan, bahkan setiap video yang diunggah tidak sedikit yang penasaran untuk melihat isinya, sehingga akun mereka mendapatkan banyak *viewers* dan *likers*. Istilah *viewers* dan *likers* yang banyak dalam media sosial tiktok disebut FYP atau kepanjangannya “*For Your Page*”. Dengan seringnya mendapat FYP akun mereka menjadi sangat dikenal oleh banyak orang, menjadikan mereka memiliki pengikut yang banyak di tiktok. Banyak dikenal oleh masyarakat mereka berdua terdapat perbedaan yang sangat terlihat jelas, meskipun Roy juga sangat terkenal di kalangan masyarakat sebagai pusat perhatian “Citayam Fashion Week” ini Roy tidak mendapat *followers* dan *viewers* sebanyak Bonge, namun Roy memiliki peminat yang baik di dalam bidang *endorsement*. Terlihat juga perbedaaan dari unggahan video yang mereka upload, kuantitas video Bonge lebih sedikit dari pada Roy dan Bonge juga lebih sedikit mengikuti pengguna tiktok daripada Roy.

Kajian sebelumnya adalah “Citayam Fashion Week: Fenomena Sosial, Peluang Ekonomi, dan Respons Kebijakan Pemerintah” oleh Herdiana, program studi Hukum Ekonomi Syariah. Penelitian Herdiana dan penelitian ini mempunyai objek penelitian yang sama: pekan mode Citayam dan struktur sastra. Ada perbedaan antara penelitian Herdiana dan penelitian ini, yaitu penelitian Herdiana berfokus kegiatan ekonomi didalam fenomena tersebut, sedangkan penelitian ini analisis latar belakang remaja dalam mengikuti fenomena tersebut.

Penelitian kedua sebelumnya bertajuk “Studi Literatur Respon Masyarakat Terhadap Fenomena Viral Citayam Fashion Week di Tiktok” dan disusun oleh Widiya, Fardiah, Flori, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa. Penelitian ini serupa dengan penelitian ini karena menggunakan metodologi kualitatif dan membahas Citayam Fashion Week. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini melihat tanggapan dari sudut pandang penikmat fenomena, sedangkan penelitian peneliti melihat dari sudut pandang pelaku dari fenomena tersebut.

Tiyas Purbaningrum, Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Departemen Sosiologi Universitas Sebelas Maret, menghasilkan penelitian ketiga sebelumnya, yaitu “Pola Konsumsi Produk Fashion di Kalangan Mahasiswa Perempuan”. Penelitian ini serupa dengan penelitian ini, yaitu mengkaji fashion di kalangan pelajar atau disebut remaja, dan mengumpulkan data melalui wawancara. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini melihat tanggapan pola pembelian *fashion* dari sudut pandang pelajar puteri, sedangkan penelitian peneliti melihat dari sudut pandang pelaku dari fenomena tersebut dengan gender laki-laki dan perempuan.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti mengidentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana cara para remaja sub urban dalam menegosiasikan identitas mereka untuk menjaga harga diri melalui tren busana ?

1.3 Tujuan penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana para remaja sub urban berkegiatan di Citayam Fashion Week
2. Untuk mengetahui cara mereka dalam menegosiasikan identitas mereka kepada ruang lingkup yang berbeda untuk menjaga harga diri melalui tren busana

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat bagi praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber dan platform untuk berbagi ide antara individu yang tidak terlibat langsung dan mereka yang terlibat langsung dalam bereaksi terhadap isu-isu sosial yang ada.

3. Manfaat bagi sosial

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pencerahan tentang bagaimana remaja diperlakukan dalam situasi dunia nyata.