

## Analisis Pesan Pro-Kontra Pengguna Instagram Terhadap Berita Hak Merek *Citayam Fashion Week*

Niluh Wiwik Eka Putri<sup>1</sup>, I Gede Titah Pratyaksa<sup>2</sup>

STAHN Mpu Kuturan Singaraja

Jl. Pulau Menjangan No. 27 Singaraja Telp. (0362) 21289

wiwekaputri@gmail.com<sup>1</sup>, titahpratyaksa@gmail.com<sup>2</sup>

**ABSTRAK:** Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat ialah Instagram. Belakangan ini fenomena *Citayam Fashion Week* menjadi perbincangan publik sehingga menjadi tren. Berawal dari video-video viral yang beredar di media sosial seperti Instagram. Namun dibalik munculnya fenomena ini menimbulkan polemik bagi salah satu artis bernama Baim Wong. Dimana *Citayam Fashion Week* ini didaftarkan ke Kemenkumham oleh Baim Wong untuk dipatenkan. Pro-kontra atas insiden ini tidak hanya dilakukan oleh beberapa tokoh masyarakat. Media sosial memfasilitasi khalayak untuk mengekspresikan kepuasan atau ketidakpuasan melalui kolom komentar. Adapun metode yang digunakan adalah metode kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati. Hasil yang diperoleh pada analisis ini, antara lain (1) komentar pro pengguna Instagram terhadap berita hak merek *Citayam Fashion Week*. Beberapa akun yang pro atau setuju dengan tindakan Baim Wong seperti akun @tianaazza41 dan @annymarissa6669 dengan analisis isi pesan bersifat edukatif. Kemudian akun @randika\_prawira dan @sofaiz1010 dengan hasil analisis isi pesan bersifat persuasif. Sementara (2) komentar kontra pengguna Instagram terhadap berita hak merek *Citayam Fashion Week* akun @rekomsahamritel dan @bukenglim ditemukan hasil analisis isi pesan bersifat persuasif dengan teknik penyusunan pesan yang penuh dengan emosi (*emotional appeal*). Kemudian pada akun @alyoudee dan @beta\_9186 ditemukan hasil analisis isi pesan yang bersifat persuasif.

**Kata kunci:** Analisis Isi Pesan, Pro-Kontra, Instagram, Hak Merek, *Citayam Fashion Week*

**ABSTRACT:** One of the social media that is widely used by the public is Instagram. Recently, the *Citayam Fashion Week* phenomenon has become a public conversation so that it becomes a trend. Starting from viral videos circulating on social media such as Instagram. But behind the emergence of this phenomenon caused a polemic for one artist named Baim Wong. Where *Citayam Fashion Week* is registered to the Ministry of Law and Human Rights by Baim Wong to be patented. The pros and cons of this incident were not only carried out by some community leaders. Social media facilitates the audience to express satisfaction or dissatisfaction through the comment's column. The method used is a qualitative method that produces descriptive data in the form of written or spoken words from people and observable behavior. The results obtained in this analysis include (1) Pro Instagram User Comments on *Citayam Fashion Week* Brand Rights News. Several accounts are pro or agree with Baim Wong's actions such as the @tianaazza41 and @annymarissa6669 accounts with educative message content analysis. then @randika\_prawira and @sofaiz1010 with the results of the analysis of the message content being persuasive. Meanwhile, (2) Contra Instagram User Comments on *Citayam Fashion Week* Brand Rights News on the @rekomsahamritel and @bukenglim accounts, it was found that the results of the analysis of the message content were persuasive with the technique of compiling messages filled

*with emotion (emotional appeal). Then on the accounts @alyoudee and @beta\_9186 found the results of the analysis of the content of messages that are persuasive.*

**Keywords:** *Message Content Analysis, Pros and Cons, Instagram, Citayam Fashion Week's Brand Rights*

## PENDAHULUAN

Media sosial memiliki berbagai fungsi dalam masyarakat. Media sosial berfungsi sebagai sarana untuk berkomunikasi sekaligus sebagai sarana untuk menggali berbagai ragam informasi. Media sosial yang trend saat ini antara lain Facebook, Twitter, Tiktok dan Instagram. Apabila media tradisional memakai media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial memakai internet. Media sosial berperan mengundang masyarakat yang berminat untuk turut serta berkontribusi dan memberikan umpan balik secara terbuka, berkomentar, serta berbagi informasi dalam waktu yang relatif cepat.

Media sosial merupakan sarana promosi bagi masyarakat untuk memperkenalkan dirinya di dunia maya, selain itu media sosial juga bisa digunakan untuk berinteraksi, berbagi, berkomunikasi serta membentuk ikatan sosial secara *online*. Masyarakat bisa saling terhubung di dunia maya dan membuat komunitas sosial serta memudahkan untuk berinteraksi. Hadirnya beragam media sosial membuat banyak orang dari seluruh dunia untuk berinteraksi dengan mudah, ongkos yang murah daripada memakai telepon. Dampak positif lainnya adalah percepatan penyebaran informasi. Namun, terdapat dampak negatif dari media sosial, yakni berkurangnya interaksi interpersonal secara langsung, kecanduan media sosial, dan persoalan etika dan hukum mengingat kontennya yang melanggar moral, privasi serta peraturan. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat ialah *Instagram*. Beragam fitur yang bisa dimanfaatkan seperti *reels*, *followers* (pengikut), *upload* Foto (mengunggah Foto), tanda suka (*like*), populer (*explore*), cerita (*story*), siaran langsung (*live*), *DM* (direct message), *comment* (komentar), dan sebagainya. Instagram adalah aplikasi berbagi dan berkomunikasi dengan masyarakat secara luas dengan saling berbagi foto atau video.

Belakangan ini fenomena *Citayam Fashion Week* menjadi perbincangan publik sehingga menjadi tren. Fenomena tersebut viral dari video-video yang beredar di media sosial

seperti Instagram dan TikTok. Aksi para remaja ini diketahui berasal dari *Citayam-Bojong Gede*. Dengan memakai beragam model pakaian gaya *fashion* yang *trending* serta berlenggak-lenggok layaknya seorang model, namun dibalik munculnya fenomena ini menimbulkan polemik bagi salah satu artis bernama Baim Wong, di mana *Citayam Fashion Week* ini didaftarkan ke Kemenkumham oleh Baim Wong untuk dipatenkan. Permohonan hak merek *Citayam Fashion Week* yang diajukan PT Tiger Wong diterima pada tanggal 20 Juli 2022 dengan nomor permohonan JID2022052181. *Citayam Fashion Week*, dalam permohonan perusahaan Baim Wong, didaftarkan sebagai hiburan dalam peragaan busana hingga *podcast*. Hal ini pun menyebabkan Baim Wong mendapat hujatan dari para warganet. Termasuk juga tokoh politik yaitu Ridwan Kamil. Banyak yang tidak setuju dengan aksi Baim Wong tersebut.

Pro-kontra atas kejadian dilakukan oleh beberapa tokoh masyarakat. Media sosial memfasilitasi masyarakat untuk bersuara terkait kepuasan atau ketidakpuasan melalui kolom komentar. Fitur ini membuat masyarakat bebas mengekspresikan komentarnya tentang berita atau isu terkait. Pendapat masyarakat baik pro maupun kontra dengan mudah dijumpai di berbagai media sosial. Hal tersebut disebabkan media sosial bersifat terbuka atas kritik dan saran. Termasuk juga dengan unggahan di media sosial Instagram terkait penggunaan hak paten *Citayam Fashion Week*. Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil dan artis Kemal Palevi turut serta mengkritik langkah yang diambil oleh perusahaan *Tiger Wong Entertainment* milik Baim Wong. Mereka menilai Baim Wong dan Paula adalah manusia yang serakah dan mengklaim karya orang lain sebagai karya pribadi mereka.

Namun, ada juga masyarakat yang mendukung langkah Baim Wong dan Paula. Seperti artis Young Lex dan Giovanni Tobing. Mereka yakin bahwa langkah tersebut sudah benar dan orang-orang yang mengkritik adalah orang yang iri dengan kesuksesan Baim Wong dan Paula. Melihat pro kontra yang hadir, maka analisis isi pesan dalam

setiap komentar perlu dilakukan untuk melihat pesan-pesan apa saja yang disampaikan dan bagaimana respon dari masyarakat.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Analisis Isi Pesan

Pesan merupakan segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Kemampuan manusia menciptakan simbol membuktikan bahwa manusia sudah memiliki kebudayaan yang tinggi dalam berkomunikasi, mulai dari simbol yang sederhana seperti bunyi, isyarat, dan warna sampai pada simbol-simbol yang dimodifikasi dalam bentuk sinyal-sinyal melalui gelombang udara dan cahaya.

Menurut bentuknya simbol yang disampaikan dapat dibedakan atas dua macam, yakni simbol verbal dan simbol nonverbal. Simbol verbal dalam pemakaiannya menggunakan bahasa. Bahasa ialah seperangkat kata yang telah disusun secara berstruktur sehingga menjadi himpunan kalimat yang mengandung arti. Pesan sangat tergantung pada program yang mau disampaikan. Jika program itu bersifat komersial untuk mengajak orang agar membeli barang yang dipasarkan, maka pesannya bersifat persuasif dan provokatif, sedangkan jika produk dalam bentuk program penyuluhan untuk menyadarkan masyarakat maka sifat pesannya harus persuasif dan edukatif. Namun jika program yang ingin disampaikan sifatnya hanya untuk sekedar diketahui oleh masyarakat maka sifat pesannya harus bersifat informatif publik, sebab sebuah pesan yang tidak memiliki nuansa informatif bisa menimbulkan kesalahan persepsi (Cangara, 2017).

### Instagram

Instagram merupakan salah satu bentuk hasil dari kemajuan internet dan tergolong salah satu media sosial yang cukup digandrungi oleh khalayak masa kini. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pengguna *instagram* pada setiap tahunnya. Terhitung pada April 2017 lalu, Instagram mengumumkan bahwa pengguna aktif bulannya

telah mencapai kisaran 800 juta akun dan angka tersebut lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya (Yusuf, 2017). Sejak kemunculannya pada tahun 2010 silam, Instagram sering memperbarui fitur yang ada sehingga fiturnya lebih lengkap dan lebih menarik, yaitu pengikut (*follower*) dan mengikuti (*following*), mengunggah foto/video dengan *caption* (*post*, kamera, efek (*filter*), label foto (*hashtag*), *geotagging*, jejaring sosial, tanda suka, *Instastory*, arsip Foto, *closed friend*, siaran langsung, dan IG TV.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan metode penelitian studi kasus. Penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan tingkah laku orang lain yang diamati (Ghony & Almanshur, 2012). Penelitian kualitatif ditujukan untuk mencapai pemahaman mendalam mengenai organisasi atau peristiwa khusus, ketimbang mendeskripsikan bagian permukaan dari sampel besar sebuah populasi (Gunawan, 2014). Studi kasus merupakan metode penelitian yang memusatkan diri pada satu objek tertentu dan mempelajarinya sebagai suatu kasus.

Peneliti melakukan studi kasus pada sebuah akun Instagram @baimwong, yaitu sebuah akun yang membuat dan membagikan konten seputar kehidupan pribadi artis Baim Wong dan Paula. Akun @baimwong merupakan salah satu akun Instagram di Indonesia yang membuat dan mengunggah konten terkait isu *Citayam Fashion Week*. Subjek dalam penelitian ini adalah Instagram @baimwong serta beberapa *followers* akun @baimwong. Adapun objek dalam penelitian ini adalah berita hak merek *Citayam Fashion Week*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi terhadap akun *Instagram* @baimwong dan observasi non partisipan dimana penulis mengamati analisis pesan dalam akun Instagram @baimwong dari Bulan Juli 2022, seperti pesan pro dan kontra dalam feed dari para *followers*, antara lain @tianaazza41, @annymarissa6669, @randika\_prawira @sofaiz1010, @young\_lex18, @giovanni\_tobing, @rekomsahamritel, @bukenglim, @alyoudee, @beta\_9186, @ridwankamil @

kemalpalevi. Peneliti juga melakukan studi pustaka untuk melengkapi data lebih lanjut.


Teknik pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini terdiri dari tiga proses, yaitu proses reduksi data untuk memilih dan menyederhanakan data yang diperlukan atau tidak diperlukan dan mengembangkan sistem kode, lalu proses penyajian data dalam bentuk narasi dan gambar, dan terakhir proses menarik kesimpulan. Data yang diperoleh peneliti harus diperiksa keabsahannya dan teknik keabsahan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah suatu teknik membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan informasi yang didapatkan melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Ghony & Almanshur, 2012).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Komentar Pro Pengguna Instagram Terhadap Berita Hak Merek *Citayam Fashion Week*

Komentar pro merupakan komentar yang mendukung atau setuju terhadap berita hak merek *Citayam Fashion Week*. Sehingga dapat diartikan sebagai komentar yang menyetujui bahwa Baim Wong melakukan tindakan yang membantu gerakan *Citayam Fashion Week*. Komentar yang menunjukkan dukungan terhadap Baim Wong dapat dilihat dalam berbagai bentuk ungkapan dukungan terhadap aksinya.

Tabel 1. *Screenshot* Komentar Pendukung

Akun	Komentar
@tianaazza41	
@annymarissa6669	

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Dari komentar diatas dapat dilihat, akun @tianaazza41 memberikan semangat kepada Baim Wong. Serta menyayangkan hal ini menjadi disalahartikan. Padahal niat baik Baim Wong adalah untuk membantu anak-anak yang kurang mampu. Tidak hanya @tianaazza41, akun lain juga turut

menyatakan dukungannya terhadap Baim Wong. Seperti akun @annymarissa6669 menunjukkan dukungan dengan mengatakan “tetap berkarya keluarga Bapak, ikhlas dan sabar”. Ini terbukti bahwa Baim Wong masih didukung dan dinantikan karya-karyanya. Kejadiannya ini menjadi pelajaran sekaligus belajar ikhlas dan bersabar.

Analisis isi pesan pada Tabel 1 tergolong dalam isi pesan yang bersifat mendidik (Edukatif). Dimana dalam pesan mendidik disertai dengan referensi lebih awal seperti pengalaman pribadi yang pernah dirasakan oleh akun @tianaazza41. Pesan yang bersifat mendidik punya tekanan pada unsur kognitif, afektif, dan psikomotorik. Pesan mendidik harus memiliki tendensi kearah perubahan bukan hanya dari tidak tahu menjadi tahu, tapi juga bisa melaksanakan apa yang diketahui. Untuk melengkapi pesan yang mendidik biasanya dilengkapi dengan modul yang dibuat khusus untuk menjadi latihan, bisa juga dalam bentuk brosur, atau selebaran yang berisi petunjuk pelaksanaan suatu program atau ide (Cangara, 2017).

Tabel 2. *Screenshot* Komentar Pendukung

Akun	Komentar
@randika_prawira	
@sofaiz1010	

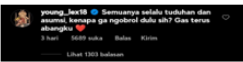
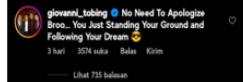
Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Komentar di atas adalah beberapa contoh komentar yang menunjukkan dukungan terhadap Baim Wong. Akun @randika\_prawira berpendapat bahwa tindakan Baim Wong disalah persepsikan dengan media-media dan juga netizen. @randika\_prawira meyakini jika tindakan ini memiliki tujuan yang sangat baik dengan menaikkan derajat anak-anak yang tergabung dalam *Citayam Fashion Week*. Selain memberi komentar dukungan, terdapat akun yang memberikan komentar saran terhadap Baim Wong. Seperti yang diungkapkan akun @sofaiz1010 yang menyarankan agar Baim dan Paula mengawali dengan kegiatan-kegiatan kecil terlebih dahulu seperti edukasi, *talkshow*, kolaborasi lokal brand

Indonesia bekerjasama dengan Pemerintah Daerah ataupun dengan radio *lifestyle*.

Analisis isi pesan dalam Tabel 2 tergolong pada pesan yang bersifat persuasif. Persuasi memiliki sebuah proposisi yakni ada hasil yang diperoleh sumber dari penerima atau pesan yang disampaikannya. Artinya setiap pesan yang dibuat diharapkan akan menghasilkan perubahan. Komunikasi persuasif berusaha mengubah pengetahuan, sikap, tingkah laku seseorang atau publik terhadap program yang akan dilaksanakan. Seperti yang dilakukan oleh akun @sofaiz1010 dalam komentarnya yang berusaha mempersuasi Baim dan Paula, begitu pula yang dilakukan oleh akun @randika\_prawira.

Tabel 3. Screenshoot Komentar Pendukung

Akun	Komentar
@young_lex18	
@giovanni_tobing	

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Dalam komentar yang dituliskan @young\_lex18 menyebutkan bahwa hujatan yang dialami oleh Baim Wong semuanya adalah tuduhan dan asumsi semata. Ia juga memberikan dukungan kepada Baim dengan menuliskan "Gas terus abangku". Sedangkan akun @giovanni\_tobing menyarankan Baim untuk tidak perlu meminta maaf atas tindakannya yang mendaftarkan CFW agar mendapatkan HAKI. Ia juga menuliskan agar Baim Wong tetap berdiri tegak dan mengikuti mimpinya.

Analisis isi pesan yang terdapat pada Tabel 3 menunjukkan jika isi pesan bersifat Persuasif dengan teknik penyusunan pesan yang penuh dorongan (*motivational appeal*). Cara ini merupakan teknik penyusunan pesan yang dibuat bukan karena janji-janji, tetapi disusun untuk menumbuhkan pengaruh internal psikologis seseorang sehingga mereka dapat mengikuti pesan-pesan yang disampaikan itu (Cangara, 2017).

### Komentar Kontra Pengguna Instagram Terhadap Berita Hak Merek *Citayam Fashion Week*

Komentar kontra merupakan komentar yang

menolak atau tidak setuju terhadap berita hak merek *Citayam Fashion Week* sehingga dapat juga diartikan sebagai komentar yang menolak aksi Baim Wong mendaftarkan *Citayam Fashion Week* untuk mendapatkan HAKI. Selain itu beberapa pengguna Instagram juga menunjukkan ketidaksetujuan dan dapat dilihat dari komentar-komentarnya.

Tabel 4. Screenshoot Komentar Kontra

Akun	Komentar
@rekomsahamritel	
@bukenglim	

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Pada Tabel 4 terlihat komentar dari para pengguna media sosial khususnya Instagram, seperti tidak ada batasan dalam menyampaikan pendapat. Hal tersebut menyebabkan adanya komentar-komentar yang meragukan bahkan menjatuhkan. Salah satu akun @rekomsahamritel menuliskan bahwa Baim Wong seolah-olah mengambil kesempatan untuk mengklaim merek *Citayam Fashion Week* untuk menjadi miliknya. Kalaupun ingin membantu dengan ikhlas tanpa harus mengklaim secara bisnis. Selain itu akun @bukenglim juga turut berkomentar dan berpendapat bahwa Baim Wong tidak perlu sampai mendaftarkan merek CFW tersebut ke HAKI. Seakan Baim Wong tidak memiliki ide apalagi beliau adalah artis.

Analisis isi pesan Tabel 3 tergolong dalam isi pesan bersifat persuasif dengan teknik penyusunan pesan yang penuh dengan emosi (*emotional appeal*). Cara ini berusaha menggugah emosi khalayak yang membaca komentar dari @rekomsahamritel dan @bukenglim. Ketika khalayak memiliki pandangan yang sama terhadap isi pesan yang disampaikan melalui kolom komentar yang dilakukan oleh akun @rekomsahamritel. Maka secara otomatis mendukung pernyataan yang ditulis pada komentar tersebut. Hingga akhirnya merasa kecewa terhadap aksi yang dilakukan Baim Wong.



Tabel 5. Screenshot Komentar Kontra

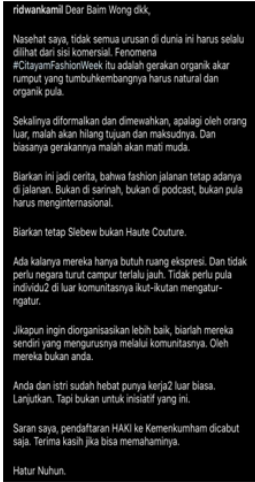

Akun	Komentar
@alyoudee	
@beta_9186	

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Fasilitas berkomentar di media sosial membuat beberapa pengguna menyuarakan pendapatnya terhadap komentar kontra terkait berita hak merek *Citayam Fashion Week*. Beberapa diantaranya ada yang tidak setuju dengan tindakan yang dilakukan oleh artis Baim Wong, seperti dua akun diatas, komentar yang ditulis adalah bentuk perlawanan dengan menyatakan bahwa perbuatan tersebut tetap ujungnya adalah bisnis dan mencari keuntungan dari eventnya. Untuk membuat event yang besar tentu membutuhkan sponsor yang besar pula. Yang pada akhirnya sebagai sponsor membutuhkan feedback yang besar juga. Apalagi Baim Wong mendaftarkan merek CFW melalui perusahaannya sendiri yaitu PT Tiger Wong sehingga menimbulkan reaksi yang beragam di masyarakat.

Adapun analisis isi pesan yang terdapat pada Tabel 5 yaitu pesan yang bersifat persuasif. Hal ini dapat dilihat dari komentar yang dilakukan oleh akun @alyoudee dan @beta\_9186. Dalam komentarnya terlihat seperti luapan emosi dari tindakan yang dilakukan oleh Baim Wong. Emosi ini pun turut dirasakan oleh akun lainnya yang juga berkomentar di *postingan* Baim Wong, sehingga menunggu pernyataan yang ditulis oleh akun @alyoudee dan @beta\_9186. Dengan demikian secara tidak langsung telah mempersuasi pengguna Instagram lainnya yang pada akhirnya memiliki persepsi yang sama dengan akun tersebut.

Tabel 6. Screenshot Komentar Kontra

Akun	Komentar
@ridwankamil	
@kemalpaiev	

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Akun milik @ridwankamil juga menyatakan penolakannya terhadap berita yang bertebaran di berbagai media mengenai hak milik merek *Citayam Fashion Week*. Beliau menyatakan ketidaksetujuannya dengan memberikan nasehat kepada Baim Wong melalui unggahan di Instagram. Ridwan Kamil mengatakan Baim Wong tidak perlu ikut mengatur-ngatur Bonge dengan mendaftarkan *Citayam Fashion Week* ke Kemenkumham. Hal senada juga diungkapkan oleh Kemal Palevi yang mengkritik klaim yang dilakukan oleh Baim Wong. Dalam *postingan* di Instagram, Kemal Palevi mengatakan '*Created by the poor, stolen by the rich*'. *Citayam Fashion Week* bubar aja bubar. Atau ganti nama jadi *Cileungsi Fashion Week*. Daripada dimanfaatin kaum kapitalis dan diklaim. Padahal bukan yang punya brand.' Kemal mengkritik bahwa Baim Wong hanya mencari *cuan* (uang) dengan mengklaim *Citayam Fashion Week*.

Adapun pesan yang disampaikan dalam Tabel 6 antara lain pesan persuasif. Ridwan Kamil dan Kemal Palevi mencoba untuk menyadarkan Baim Wong bahwa tindakannya tersebut keliru. Hasil dari persuasif yang dilakukan oleh mereka membuahkan hasil. Baim Wong akhirnya mencabut hak Paten

*Citayam Fashion Week* dari Kemenkumham dan meminta maaf kepada seluruh masyarakat karena tindakannya menimbulkan kegaduhan. Komentar kontra merupakan komentar yang tidak mendukung atau tidak setuju terhadap berita hak merek *Citayam Fashion Week*. Sehingga dapat diartikan sebagai komentar yang tidak menyetujui bahwa Baim Wong mendaftarkan merek CFW menggunakan perusahaannya ke Kemenkumham. Komentar yang menunjukkan perlawanan terhadap Baim Wong dapat dilihat dalam berbagai bentuk ungkapan terhadap aksinya.

## KESIMPULAN

Hadirnya beragam media sosial membuat banyak orang dari seluruh dunia untuk berinteraksi dengan mudah, ongkos yang murah daripada memakai telepon. Dampak positif lainnya adalah percepatan penyebaran informasi. Namun, terdapat dampak negatif dari media sosial, yakni berkurangnya interaksi interpersonal secara langsung, kecanduan media sosial, dan persoalan etika dan hukum mengingat kontennya yang melanggar moral, privasi serta peraturan. Fenomena *Citayam Fashion Week* menjadi perbincangan publik sehingga menjadi tren. Berawal dari video-video viral yang beredar di media sosial seperti *TikTok* dan *Instagram*. Aksi para remaja ini diketahui berasal dari *Citayam-Bojong Gede*. Namun dibalik munculnya fenomena ini menimbulkan polemik bagi salah satu artis bernama Baim Wong. Dimana *Citayam Fashion Week* ini didaftarkan ke Kemenkumham oleh Baim Wong untuk dipatenkan. Hal ini menyebabkan Baim Wong mendapat hujatan dari para netizen.

Adapun hasil dalam penelitian ini antara lain: (1) timbulnya komentar pro pengguna *Instagram* terhadap berita hak merek *Citayam Fashion Week*. Beberapa akun yang pro di antaranya ialah @tianaazza41, @annymarissa6669, @randika\_prawira @sofaiz1010, @young\_lex18, @giovanni\_tobing. Sementara itu, adapula (2) komentar kontra pengguna *Instagram* terhadap berita hak merek *Citayam Fashion Week*, seperti akun @rekomsahamritel, @bukenglim, @alyoudee, @beta\_9186, @ridwankamil @kemalpalevi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alase, Abayomi. 2017. Jurnal: *The Interpretative Phenomenological Analysis (IPA): A Guide to a Good Qualitative Research Approach. International Journal of Education and Literacy Studies*, Vol. 5 No. 2, April 2017.
- Cangara Hafied. 2017. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Citayam Fashion Week* di Akhir Pekan, Makin Sore Makin Ramai. (2022, Juli 30). Diakses pada Juli 30, 2022 dari artikel ilmiah: <https://news.detik.com/berita/d-6207554/citayam-fashion-week-di-akhir-pekan-makin-sore-makin-ramai>
- Citayam Fashion Week*: Awalnya Tempat Nongkrong Rakyat Jelata, Kini "Diperebutkan" Orang Kaya. (2022, Juli 25). Diakses pada Juli 27, 2022 dari artikel ilmiah: <https://www.kompas.com/tren/read/2022/07/25/083718865/citayam-fashion-week-awalnya-tempat-nongkrong-rakyat-jelata-kini?page=all>
- Citayam Fashion Week* Ramai Lagi, Zebra Cross Dipakai untuk Konten. (2022, Juli 30). Diakses pada Juli 30, 2022 dari artikel ilmiah: <https://news.detik.com/berita/d-6207078/citayam-fashion-week-ramai-lagi-zebra-cross-dipakai-untuk-konten>
- Eddles-Hirsch, Katrina. 2015. *Phenomenology and Educational Research. International Journal of Advanced Research*, Vol. 3 Issue 8, Agustus 2015.
- Fenomena *Citayam Fashion Week*, Ini Kata Jokowi hingga Sosiolog. (2022, Juli 25). Diakses pada Juli 27, 2022 dari artikel ilmiah: <https://news.detik.com/berita/d-6195892/fenomena-citayam-fashion-week-ini-kata-jokowi-hingga-sosiolog>
- Mujib, Abdul. 2015. Pendekatan Fenomenologi dalam Studi Islam. *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 6, Desember 2015. Hlm. 167—183.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tuffour, Isaac. 2017. *A Critical Overview of Interpretative Phenomenological Analysis: A*

---

*Contemporary Qualitative Research Approach.*  
*Journal of Healthcare Communications.*  
Vol. 2 No. 4, Juli 2017. DOI: 10.4172/2472-  
1654.100093

Yusuf, A Muri. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan. Penelitian Gabungan.* Jakarta: Kencana.