

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.

Pasar Cimol Gedebage berawal pada 1990, ketika pedagang emperan mulai menjajakan pakaian bekas di sepanjang Jalan Cibadak. Kata cimol adalah singkatan dari Cibadak Mall meski sudah berpindah lokasi, hingga hari ini pasar pakaian ini tetap dijuluki cimol. Sebelum berpindah ke Pasar Cimol Gedebage, para pedagang pernah berpindah ke daerah Tegalega dan Kebon Kelapa. Hingga Pemerintah Kota Bandung menyediakan tempat seluas 14 hektare (ha) di Gedebage untuk melokalisir para pedagang di awal 2000. Pasar Cimol Gedebage sempat mengalami masa kejayaan pada tahun 2000-an. Pada masa itu, Cimol Gedebage yang menjual beraneka ragam pakaian bekas serta sisa ekspor yang tak lolos quality control. Pasar ini juga sempat menjadi pilihan utama para pencari fashion terutama kaum muda-mudi.

Berhubungan dengan transaksi jual beli di kota Bandung, pasar Cimol Gedebage ini terletak di belakang Pasar Induk Gedebage, Jl. Soekarno-Hatta, Bandung. Di pasar ini, terdapat banyak variasi produk pakaian, seperti, kaos *crewneck*, *sweater*, celana, jaket, topi, dan masih banyak lagi. Jual beli pakaian bekas di Pasar ini sebagian besar menggunakan system *-bal-balan*, dengan transaksi menggunakan kode, contohnya seperti pakaian bekas kode kemeja maka dalam hal tersebut hanya berisi kemeja, dan pakaian jenis lainnya.

Pasar Cimol Gedebage Bandung melakukan transaksi jual beli dengan system *bal-balan* dalam proses pemesanannya dipesan dahulu melalui komunikasi via whatsapp dengan membacakan jenis kategori baju serta jumlah bal yang dipesan, lalu setelah itu pakaian disiapkan oleh pedagang dalam bentuk bal-balan,

keesokannya, pakaian bekas tersebut dapat langsung diambil oleh pembeli tanpa bisa dilihat terlebih dahulu isinya dikarenakan *bal-balan* tersebut telah diikat.

Pusat perbelanjaan Pasar Cimol Gedebage menjadi tempat tujuan utama setiap orang yang ingin mencari barang-barang bekas yang bermerek, Pasar cimol gedebage ini berdiri sejak 2008, dan di tahun tersebut merupakan Perizinan Cimol gedebage sampai 2038 (30 tahun) dan Mulai Operasional berjualan nya pada tahun 2010. Dengan semakin maraknya pusat perbelanjaan di kota-kota, salah satunya di kota Bandung, maka membuat banyak Pasar Perbelanjaan satu dengan yang lainnya bersaing baik dalam hal pelayanan, fasilitas, maupun jumlah pengunjung yang datang, hal ini membuat setiap Pasar perbelanjaan semakin berinovasi dan semakin memperbaiki setiap kekurangan yang ada. Namun dengan adanya pemberitaan larangan mengenai impor baju bekas, kini, penjual baju bekas impor serta penikmat *thrifting* mengalami kegelisahan. Pada halnya seperti yang diucapkan oleh presiden RI Joko Widodo bahwa penjualan baju bekas impor ini dapat mengganggu industri tekstil dalam negeri.

Wacana merupakan satuan terlengkap dalam hierarki gramatikal tertinggi atau terbesar (Kridalaksana 2008:259). Dijelaskan bahwa sebagai satuan bahasa yang lengkap, maka dalam wacana tersebut terdapat konsep, gagasan, pikiran atau ide yang utuh, sehingga bisa dipahami oleh pembaca (dalam wacana tulis) atau pendengar (dalam wacana lisan). Dengan adanya pemberitaan mengenai larangan impor baju bekas pada situasi *thrifting* yang sedang angot terjadi, pasar Gedebage sempat mengalami tutup selama dua hari. Media selain menjalankan fungsinya sebagai saluran dalam menyiarkan informasi, media di dalam menyajikan beritana pun akan terhubung dengan muatan nilai bisnis sesuai dengan pertimbangan dan tuntutan pasar, seperti halnya dengan berita larangan impor barang bekas yang isi berita dikemas secara menarik mungkin agar menjadi daya tarik minat pembaca.

Media massa, seperti halnya pesan lisan dan isyarat, sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari komunikasi manusia. Pada hakikatnya, media merupakan perpanjangan lidah dan tangan yang berjasa meningkatkan kapasitas manusia dalam

mengembangkan struktur sosialnya. Sebagai salah satu wadah dalam melakukan komunikasi, media massa sangatlah pesat perkembangannya mulai dari surat kabar, buku, majalah, rekaman, radio, film, televisi dan internet yang sekarang menjadi salah satu kebutuhan sekunder bahkan mungkin primer bagi generasi milenial. Oleh karena itu media, khususnya pada media online, sebagai penyampai berita-berita terkini, semua media berlomba untuk mengemas isi berita serta tampilannya agar menarik untuk diminati para pembaca. Hadirnya media online, masyarakat dapat melihat surat kabar maupun majalah melalui situs-situs web dalam bentuk digital. Beberapa bentuk media grafis ini adalah *e-books*, *e-magazine*, *online magazine*, dan lain sebagainya.

Berita merupakan suatu pesan yang disampaikan oleh media kepada masyarakat atau khalayak. Berita merupakan salah satu kegiatan jurnalistik yang menjadi sajian utama sebagian besar massa disamping *views* (pendapat) dan hiburan. Oleh sebab itu, penyajian berita dimulai dari mencari, mengolah, hingga menyebarluaskan melalui media. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap informasi, informasi harus bersifat mendidik. Oleh karena itu, pada masa sekarang media massa dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi masyarakat karena media massa menjadi bagian yang penting dan berpengaruh pada setiap perubahan yang terjadi pada masyarakat secara umum.

Salah satu jenis berita yang menarik perhatian peneliti adalah berita tentang larangan impor baju bekas di tengah tren *thrifting* oleh detiknews, pada kolom berita. Berisi berita tentang seputar informasi larangan impor baju bekas yang disajikan secara mendalam, lugas dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi tentang larangan tersebut. Di mana *thrift* atau baju bekas impor ini dilarang karena pemerintah menilai dengan adanya bisnis baju bekas impor ini dapat mengganggu industri tekstil dalam negeri, yang di mana kegiatan *thrifting* ini kerap dilakukan oleh masyarakat kota Bandung khususnya daerah Gedebage atau Bandung Timur, baik anak-anak, remaja, bahkan dewasa. Berita yang disajikan merupakan berita yang faktual, dan menarik minat masyarakat untuk membaca.

Media massa saat ini, khususnya media online banyak menginformasikan tentang berita yang menjadi tren atau sedang *happening* khususnya tentang *thrifting*. Dimana *thrifting* merupakan kegiatan yang saat ini menjadi tren dan banyak dilakukan oleh berbagai kalangan. *Thrifting* sebagai sajian utama atau berita tambahan yang memberikan informasi kepada masyarakat sebagai bentuk pendidikan dan panduan dalam melakukan *thrifting* termasuk pada berita yang baru mengenai larangannya. Di dalam penulisan berita tentang *thrifting*, tuga wartawan atau institusi pers adalah menyajikan berita yang dapat menginformasikan tentang *thrifting*, baik tentang kenaikan harga, kegiatan ini yang menjadi tren dan hingga seperti saat ini dimana barang bekas impor dilarang agar khalayak dapat mengetahui kegiatan *thrifting* yang dilakukannya, serta dikemas secara profesional.

Dalam hal ini peneliti tertarik untuk meneliti pemberitaan wacana yang dikemas menjadi sebuah informasi penting bagi masyarakat yang masih linglung atau tidak mengerti bagaimana larangannya hingga dampak baju bekas impor. Dalam penelitian ini, peneliti memilih media *online* detik.com, kompas.com, dan cnbc Indonesia karena pemberitaannya dikemas secara lengkap dan diambil dari berbagai sudut pandang, baik itu penjual, pemerintahan dan kementerian, maupun penikmat *thrifting* itu sendiri.

Dengan adanya fenomena ini dipastikan di dalamnya terdapat dampak positif dan negatifnya, penulis akan mencari tahu alasan dan faktor apa saja yang menyebabkan hal tersebut terjadi. Jika kita menempatkan pandangan terhadap fenomena ini, banyak sekali hal yang harus diperhatikan diantaranya kebanyakan merk dari baju bekas ini adalah merk *fast fashion* yang di mana belum lagi menimbulkan tumpukan pakaia bekas yang tidak laku yang juga akan berakhir menjadi jutaan ton limbah di Tempat Pembuangan Akhir (TPA). Bahayanya, limbah tekstil ini termasuk limbah yang sulit untuk diuraikan atau diproses. Belum lagi jika pakaian bekas yang tidak higienis akan menimbulkan wabah penyakit pada konsumen. Terkait dengan masalah ini penulis ingin melakukan analisis “Analisis Wacana Pemberitaan *Thrifting* Dalam Media Online di Pasar Gedebage”. Dengan

harapan dapat memperoleh hasil penelitian yang dapat menginspirasi dan membangun.

Dari pembahasan di atas, dapat dijelaskan bahwa beberapa bagian konsumen, masih ada yang memikirkan dampak dari *thrifting* tersebut terhadap kesehatan mereka tetapi masih ada yang membeli barang-barang tersebut dengan kegunaan untuk memenuhi hasrat gengsi beberapa konsumen untuk menggunakan barang *branded* tetapi dengan harga yang jauh lebih murah, tidak dipungkiri juga, masih banyak orang yang tidak tertarik sama sekali terhadap pembelian *thrifting* atau barang bekas dengan berbagai alasan, misalnya terhadap kesehatan pada kulit mereka karena barang *thrifting* itu kotor dan tidak higienis. Hal ini dapat berakibat kepada bagaimana cara pandang masyarakat terhadap *thrifting* atau pembelian barang bekas. Untuk itu, penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian “Analisis Wacana Pemberitaan *Thrifting* Dalam Media Online di Pasar Gedebage”.

1.2.Fokus dan Petanyaan Penelitian.

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka fokus bahasan dalam penelitian kali ini adalah “Analisis Wacana Pemberitaan *Thrifting* Dalam Media Online di Pasar Gedebage Bandung” maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana berita tentang larangan barang bekas impor pada kolom berita dari struktur makro teks?
2. Bagaimana berita tentang larangan barang bekas impor pada kolom berita dari superstruktur teks?
3. Bagaimana berita tentang larangan barang bekas impor pada kolom berita dari struktur mikro teks?
4. Bagaimana konstruksi realistik sosial dalam berita larangan barang bekas impor di media *online*?

1.3.Tujuan dan Kegunaan Penelitian.

1.3.1.Tujuan Penelitian.

Dalam penelitian ini juga terdapat tujuan penelitian, yang mana tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya suatu hal yang di peroleh setelah penelitian selesai. Maka tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui struktur makro teks tentang larangan barang bekas impor pada kolom berita.
2. Untuk mengetahui superstruktur teks tentang larangan barang bekas impor pada kolom berita.
3. Untuk mengetahui struktur mikro teks tentang larangan barang bekas impor pada kolom berita.
4. Untuk mengetahui konstruksi realistik sosial dalam berita larangan barang bekas impor di media *online*.

1.3.2.Kegunaan Penelitian.

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan tema penelitian, kegunaan penelitian terbagi menjadi Kegunaan Teoritis dan Kegunaan Praktis.

1.4.Kegunaan Teoritis.

Diharapkan peneliti memberikan sumbangsih tersendiri dalam pengembangan dan kemajuan ilmu jurnalistik terutama analisis wacana dan juga konstruksi realistik sosial terhadap berita larangan baju bekas impor di pasar Gedebage Bandung. Sehingga kelak tulisan ini dapat menjadi salah satu rujukan dalam mengkaji konstruksi realistik sosial. Serta bagi peneliti dan pembaca nya kelak mendapat ilmu yang dipelajari.

1.5. Kegunaan Praktis.

Dibuatnya penelitian ini tentu dijadikan sebuah pengalaman bagi peneliti dan guna penelitian ke depannya dan untuk pembaca atau mahasiswa lain, harapannya penelitian ini dapat menambah informasi serta pengetahuan tentang konstruksi realistik sosial masyarakat terhadap larangan barang bekas impor di kota Bandung khususnya Gedebage. Juga sebagai bentuk utilisasi budaya dan usaha perubahan citra masyarakat terhadap *thrifting*.