

Nomor Daftar FPIPS : 4575/UN40.A2.6/ PT/2023

**MOTIF MUNCULNYA FENOMENA CITAYAM FASHION WEEK DI
DKI JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan
(S.Pd) Program Studi Pendidikan Sosiologi



Oleh :

Dyah Ayu Arimbi Shafa Kusuma Wardhani Prasetyo

1901349

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2023

HAK CIPTA

**MOTIF MUNCULNYA FENOMENA CITAYAM FASHION WEEK DI
DKI JAKARTA**

Oleh:

Dyah Ayu Arimbi Shafa Kusuma Wardhani Prasetyo

1901349

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan Program Studi Pendidikan Sosiologi

© Dyah Ayu Arimbi Shafa Kusuma Wardhani Prasetyo 2023

Universitas Pendidikan Indonesia

2023

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruh atau sebagiannya dengan dicetak
ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

**LEMBAR PENGESAHAN
MOTIF MUNCULNYA FENOMENA CITAYAM FASHION WEEK DI
DKI JAKARTA**

(SKRIPSI)

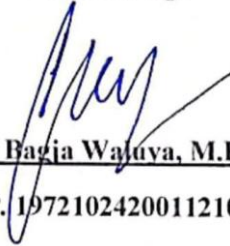
Oleh:

Dyah Ayu Arimbi Shafa Kusuma Wardhani Prasetyo

NIM 1901349

Disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Bagja Waluya, M.Pd.

NIP. 197210242001121001

Pembimbing II

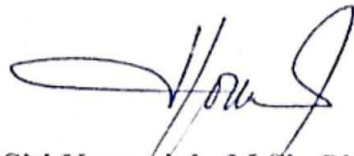


Nindita Fajria Utami, M.Pd.

NIP. 920190219941201201

Mengetahui dan Menyetujui,

Ketua Program Studi Pendidikan Sosiologi



Siti Komariah, M.Si., Ph.D.

NIP. 196804031991032002

MOTIF MUNCULNYA FENOMENA CITAYAM FASHION WEEK DI DKI JAKARTA

Dyah Ayu Arimbi Shafa Kusuma Wardhani Prasetyo

1901349

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada fenomena yang marak diperbincangkan sejak Juni 2022 oleh masyarakat yaitu fenomena Citayam Fashion Week di DKI Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengungkapkan fenomena Citayam Fashion Week, motif yang mempengaruhi munculnya fenomena Citayam Fashion Week serta dampak yang dirasakan masyarakat dari adanya fenomena Citayam Fashion Week. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus (*case study*). Sumber data berasal dari data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis menggunakan triangulasi data dengan tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi hasil penelitian. Informan penelitian yaitu pencetus Citayam Fashion Week, *content creator*, Ketua Dinas Perhubungan BNI City, pelaku catwalk, pedagang dan pekerja sekitar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) adanya kenyataan yang lebih terlihat dari kelompok sosial dalam fenomena Citayam Fashion Week; (2) terdapat lima motif yang mempengaruhi munculnya fenomena Citayam Fashion Week yaitu kebutuhan prestasi, kebutuhan berafiliasi, faktor ketidakpuasan kerja, faktor pemuas serta pengaruh dari kebutuhan kekuasaan; (3) dampak dari adanya fenomena Citayam Fashion Week yang dirasakan masyarakat yaitu terdapat dampak negatif dan dampak positif. Rekomendasi bagi masyarakat yaitu tidak lagi memandang sebelah mata atau hanya perspektif pribadi saja akan fenomena baru yang nanti akan muncul serta motif yang dipaparkan dalam fenomena tersebut diharapkan mampu diterapkan dalam diri sendiri terutama generasi penerus bangsa supaya selalu muncul motivasi untuk meningkatkan nilai dalam diri untuk membanggakan Indonesia.

Kata Kunci : Citayam Fashion Week, Motif

THE MOTIVE OF THE APPEARANCE OF THE CITAYAM FASHION WEEK PHENOMENA IN DKI JAKARTA

Dyah Ayu Arimbi Shafa Kusuma Wardhani Prasetyo

1901349

ABSTRACT

This research focuses on a phenomenon that has been widely discussed since June 2022 by the public, namely the Citayam Fashion Week phenomenon in DKI Jakarta. This study aims to analyze and reveal the Citayam Fashion Week phenomenon, the motives that influence the emergence of the Citayam Fashion Week phenomenon and the impact felt by society from the Citayam Fashion Week phenomenon. This study used a qualitative approach with a case study method. Sources of data come from primary data with data collection techniques using interviews, observation, and documentation. The analysis technique uses data triangulation with three stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions or verifying research results. The research informants are the originators of Citayam Fashion Week, content creators, Head of the BNI City Transportation Service, catwalk performers, traders and local workers. The results of the study show that (1) there is a more visible reality from social groups in the Citayam Fashion Week phenomenon; (2) there are five motives that influence the emergence of the Citayam Fashion Week phenomenon, namely the need for achievement, the need for affiliation, the factor of job dissatisfaction, the factor of satisfaction and the influence of the need for power; (3) the impact of the Citayam Fashion Week phenomenon that is felt by the community, namely there are negative impacts and positive impacts. Recommendations for the community are no longer looking down on the eyes or just a personal perspective on new phenomena that will later emerge and the motives described in these phenomena are expected to be able to be applied within themselves, especially the next generation of the nation so that motivation always arises to increase self-worth to make Indonesia proud.

Keywords : *Citayam Fashion Week, Motive*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PENGUJI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Umum.....	6
1.3.2 Tujuan Khusus.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8

2.1	Teori Motif Sosial.....	8
2.1.1	Konsep Motif Sosial	8
2.1.2	Teori Motif Sosial Menurut Ahli.....	9
2.2	Teori Motif Berprestasi.....	11
2.2.1	Konsep Motif Berprestasi	11
2.2.2	Indikator Motif Berprestasi	11
2.3	Teori <i>Two Factor</i>	13
2.3.1	Konsep <i>Two Factor</i>	13
2.3.2	Indikator <i>Two Factor</i>	14
2.4	Teori Kelompok Sosial	15
2.4.1	Konsep Kelompok Sosial.....	15
2.4.2	Faktor Pembentuk Kelompok Sosial	17
2.5	Gambaran Umum Citayam Fashion Week	19
2.6	Penelitian Terdahulu	20
2.7	Kerangka Berpikir	23
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Desain Penelitian	25
3.2	Partisipan dan Lokasi Penelitian	26
3.2.1	Partisipan Penelitian	26
3.2.2	Lokasi Penelitian	27
3.3	Instrumen Penelitian	28
3.4	Pengumpulan Data.....	28
3.5	Analisis Data	32
BAB IV TEMUAN DAN DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Gambaran Lokasi Penelitian	34
4.1.1	Gambaran Umum Wilayah Jakarta.....	34

4.1.2	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	36
4.2	Temuan Penelitian	39
4.2.1	Profil Informan	39
4.2.2	Fenomena Citayam Fashion Week di DKI Jakarta	42
4.2.3	Motif Munculnya Fenomena Citayam Fashion Week di DKI Jakarta	54
4.2.4	Dampak Munculnya Fenomena Citayam Fashion Week.....	68
4.3	Pembahasan Penelitian.....	72
4.3.1	Fenomena Citayam Fashion Week di DKI Jakarta	72
4.3.2	Motif yang Mempengaruhi Munculnya Fenomena Citayam Fashion Week di DKI Jakarta.....	75
4.3.3	Dampak Fenomena Citayam Fashion Week di DKI Jakarta yang dirasakan Masyarakat.....	82
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI.....		89
5.1	Simpulan	89
5.1.1	Simpulan Umum.....	89
5.1.2	Simpulan Khusus	89
5.2	Implikasi.....	90
5.3	Rekomendasi	91
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN		98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Rencana Informan Penelitian	27
Tabel 3. 2 Rencana Narasumber.....	30
Tabel 4.1 Profil Informan.....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengunjung Citayam Fashion Week	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 3.1 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data	32
Gambar 3.2 Triangulasi Sumber Data	32
Gambar 4.1 Peta Wilayah Jakarta.....	35
Gambar 4.2 <i>Point Of Interest</i> Data Kawasan	37
Gambar 4.3 <i>Point Of Interest</i> Get.....	38
Gambar 4.4 Video Viral Andre	44
Gambar 4.5 Catwalk Citayam Fashion Week	47
Gambar 4.6 Kegiatan Menongkrong	48
Gambar 4.7 Kedekatan Kelompok Sosial	53
Gambar 4.8 Fakta Fenomena Citayam Fashion Week di DKI Jakarta	53
Gambar 4.9 Motif Munculnya Fenomena Citayam Fashion Week di DKI Jakarta	67
Gambar 4.10 Dampak Munculnya Fenomena Citayam Fashion Week	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keputusan Dosen Pembimbing.....	98
Lampiran 2. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	105
Lampiran 3. Data Hasil Penelitian.....	107
Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian.....	131
Lampiran 5. Lembar Bimbingan	132
Lampiran 6. Riwayat Hidup	134

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *HISTORIS : Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Annisa, Nova, Kurnain, A. I. R. E. S. B. (2018). *IKLIM MIKRO DAN INDEKS KETIDAKNYAMANAN TAMAN KOTA DI KELURAHAN KOMET KOTA BANJARBARU*. 11, 143–151.
- Arifin, M. Z. (2017). *ANALISIS FENOMENOLOGI TENTANG MOTIF-MOTIF SOSIAL PENGGIAT SENI JALANAN GRAFITI DI SURABAYA*. 05(01), 1–6.
- Azri, M. S. P. (2017). Latar Belakang Pembentukan Kelompok Sosial Mahasiswa Pendatang (Studi Tentang Mahasiswa Pendatang Asrama Karimun Dang Melini Jalan Bangau Sakti, Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*, 4(2), 1–7.
- Bhumi Varta Technology. (2022). *Memahami Citayam Fashion Week dengan Analisis Geospasial*. <https://bvarta.com/id/memahami-citayam-fashion-week-dengan-analisis-geospasial/>
- BPK RI. (2023). *Peta Wilayah Jakarta*. <https://jakarta.bpk.go.id/peta-wilayah-jakarta/>
- Creswell, J. W. (2016). *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Pustaka Belajar.
- Damanik, R. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI BERPRESTASI MAHASISWA. *Jurnal Serunai Administrasi Pendidikan*, 9(1), 51–55.
- Evelina, L. W., & Wibisono, M. R. S. (2021). *TREND MILENIAL MENGGUNAKAN SECOND BRANDED FASHION*. 6(April), 237–255.

- Fuqohak, M. A. Z. (2021). Konflik Sosial Kegamaan di Pati: dari Motif Teogenetis ke Sosiogenetis atas al Quran dan Hadis. *Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah Dan Studi Keagamaan*, 9(1), 133. <https://doi.org/10.21043/fikrah.v9i1.7883>
- Gani, R. (2017). TAMAN KOTA SEBAGAI MODAL SOSIAL DAN INTERAKSI MASYARAKAT KOTA BANDUNG. *Journal Signal*, 5(1), 1–11.
- Gilbert, J., Eka, A., & Limanto, S. (2020). *Faktor-faktor motivasi pekerja pada usaha jasa konstruksi berdasarkan teori herzberg*. 108–115.
- Hombrados-mendieta, I., Salas-rodríguez, J., Luis, G., Pino-brunet, N. Del, & Basto-pereira, M. (2023). Motivated to compete but not to care: The fundamental social motives of risk-taking behaviors. *Elsevier (Personality and Individual Differences)*, 205(June 2022), 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2023.112093>
- Jakarta.go.id. (2023). *Tentang Jakarta*. <https://www.jakarta.go.id/tentang-jakarta>
- Jeo. (2022). *Cinta dan Benci di “Citayam Fashion Week.”* <https://headtopics.com/id/dekarbonisasi-pelayaran-20-pelabuhan-siap-operasikan-sistem-kelistrikan-baru-29859429>
- Malihah, E., Wilodati, & Jerry, G. L. (2014). KENAKALAN REMAJA AKIBAT KELOMPOK PERTEMANAN SISWA. *Jurnal Forum Ilmu Sosial*, 41(1).
- Millatina, F. H. (2021). *Ragam Teknik Sampling Dan Instrumen Penelitian Pendidikan Biologi*. 1–46.
- Munir, M. (2022). MOTIVASI ORGANISASI: Penerapan Teori Maslow, McGregor, Frederick Herzberg dan McLelland. *AL-IFKAR*, XVII, 154–168.
- Pratama, C. D. (2020). *Kelompok Sosial: Definisi dan Faktor Pembentuknya*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2020/11/24/160213569/kelompok-sosial-definisi-dan-faktor-pembentuknya>

- 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 Tirta.id Online Media. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 2(4). <https://doi.org/10.35877/454ri.daengku1096>
- Pratama, Y. Y., & Erianjoni, E. (2022). Motif Mahasiswa di Kota Padang Bermain Judi Bola Online. *Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan*, 5, 136–143. <http://perspektif.ppj.unp.ac.id/index.php/perspektif/article/view/606/289>
- Priyanto. (2018). STUDI KAUSALITAS MOTIF SOSIAL McCLELLAND, BUDAYA KERJA YANG DIMEDIASI KOMPETENSI FUNGSIONAL DI POLITEKNIK NEGERI MADIUN. *Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 2.
- Purwata, H. (2022). *Citayam Fashion Week Budaya Baru Lawan Konsumerisme*. <https://jurnal.republika.co.id/posts/166497/citayam-fashion-week-budaya-baru%02lawan-konsumerisme>
- Putra, A. S. (2019). Smart City: konsep Kota pintar di DKI Jakarta. *Tekinfor*, 20(2), 73–79. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/TEKINFO/article/download/1168/953>
- Putri, D. L., & Kurniawan, R. F. (2022). *Ramai Fenomena Citayam Fashion Week, Ini Penjelasan Sosiolog*. Kompas.Com. https://www.kompas.com/tren/read/2022/07/18/183000865/ramai-fenomena-citayam-fashion-week-ini-penjelasan-sosiolog?page=all&jxconn=1*k8l246*other_jxampid*bmFmbXVRbFh2aE1SNnk1TGotMDFNN3daTkFvQWN4WGxfSURDM0tOWRnZ0hkd29rQnRLVjRRZ3pOZVRrQWNQOQ..#page2
- Rakhman, A., Wirianto, H., Bunfa, L., & Rifiyanti, H. (2022). Faktor - Faktor E-Commerce Yang Memengaruhi Tingkat Konsumerisme Di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 245–258. <https://doi.org/10.47492/jih.v11i1.1608>
- Rushayati, S. B., & Hermawan, R. (2018). Karakteristik Kondisi Urban Heat Island DKI Jakarta. *Media Konservasi*, 18(2), 96–100.

- Saidang, S., & Suparman, S. (2019). Pola Pembentukan Solidaritas Sosial dalam Kelompok Sosial Antara Pelajar. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 3(2), 122–126. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v3i2.140>
- Sapitri, W. O., Lubis, F. O., & Lubis, F. M. (2023). Studi Literatur Tanggapan Masyarakat terhadap Viralnya Fenomena Citayam Fashion Week di Tiktok. *Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3, 83–89. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i1.2261>
- Sidharto, A. (2022). *OPINI: Citayam Fashion Week dalam Kacamata Sosiologi*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5036927/opini-citayam-fashion-week-dalam-kacamata-sosiologi>
- Simatupang, J., Nadeak, B., & Naibaho, L. (2022). Mengurai Problematika Manajemen Pendidikan Kristen Berbasis Paralelitas Teori Motivasi: Herzberg Dan Abraham Maslow. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1349–1358.
- Sriyanti, L., & Ramadhani, L. R. (2021). *PEMBINAAN KEPERIBADIAN ISLAM DAN SOLIDARITAS SOSIAL REMAJA*. 2(2).
- Subair, N., & Nur, S. (2022). *NILAI SOSIAL BUDAYA DALAM PEMBATAAN KETURUNAN (Studi Kasus Pada Masyarakat Pedalaman Suku To Balo Di Kabupaten Barru)*. 4(2), 84–92.
- Susanto, N. H., & Lestari, C. (2018). Problematika Pendidikan Islam di Indonesia: Eksplorasi Teori Motivasi Abraham Maslow dan David McClelland. *Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2), 184–202. <https://doi.org/https://doi.org/10.28918/jei.v3i2.1687>
- Wardhana, B. (2022). PERANCANGAN POLA BARU PEMASARAN USAHA FASHION DI INDONESIA MELALUI FENOMENA CITAYAM FASHION WEEK. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 7(8.5.2017), 133 – 142.
- Wibowo, A. (2022). *Rethinking Push-Pull Factors and Multiplier Effects of Egali- tarian 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>

Widyastuti, P. (2020). *ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN: FENOMENA PANIC BUYING DAN SERVICE CONVENIENCE (STUDI PADA GROCERY STORE DI DKI JAKARTA)*. 978–979.

Yashak, A., Ya Shak, M. S., Tahir, M. H. M., Shah, D. S. M., & Mohamed, M. F. (2020). Faktor Motivasi Teori Dua Faktor Herzberg dan Tahap Motivasi Guru Pendidikan Islam. *Sains Insani*, 5(2), 65–74.
<https://sainsinsani.usim.edu.my/index.php/sainsinsani/article/view/192/147>

Yustati, H. (2020). Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam (Regresi Religiusitas terhadap Konsumerisme pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Jurnal Indo-Islamika*, 5(1), 25–50.
<https://doi.org/10.15408/idi.v5i1.14786>