

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Mode saat ini sangat erat dengan gaya hidup. Salah satu indikator penentu status sosial dari gaya hidup seseorang dapat dilihat dari pakaian yang dikenakannya. Sedangkan *trend fashion* akan selalu berubah mengikuti perkembangan zaman. Dilansir dari Kompasiana perkembangan *trend fashion* di Indonesia, awalnya dipengaruhi oleh budaya Eropa dan terus berkembang, saat ini *trend fashion* di Indonesia banyak dipengaruhi oleh budaya busana Korea yang sedang *trend* beberapa tahun belakangan ini. Perkembangan *trend fashion* dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti media sosial, dunia *entertainment*, dunia bisnis dan internet. Hal ini membuat desainer mengetahui perkembangan dunia dan menciptakan varian yang sesuai dengan *trend* yang ada.

Sejak pertengahan tahun 2000-an, industri mode Indonesia mulai mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Dunia fashion juga menjadi industri yang menguntungkan dengan munculnya rumah mode yang mulai terkenal dan majalah-majalah fashion. Selain itu juga *brand-brand fashion* lokal mulai bermunculan dan munculnya berbagai macam *event fashion* di Indonesia yang kemudian mendunia. *Event* tersebut dapat berupa karnaval baju daerah, perhelatan *fashion week*, pameran *clothing apparel* yang diikuti ratusan distro lokal, hingga pameran busana muslim. Semua *event* tersebut ikut meramaikan industri mode di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa karya-karya anak bangsa juga diminati dan dicintai oleh banyak orang bahkan di dunia internasional. Beberapa *event fashion* di Indonesia yang cukup dikenal seperti Indonesia *Fashion Week* (IFW), Jember Fashion Carnival, Jakcloth, Jakarta *Fashion Week* (JFW) dan Indonesia Modest Fashion Week.

Jakarta Fashion Week merupakan pekan mode tahunan terbesar dan paling berpengaruh di Asia Tenggara dan merupakan *platform* universal bagi pelaku

industri mode yang ingin dikaitkan dengan desain, gaya, dan *trend* mode terkini. Dengan reputasi yang baik dan memiliki pengaruh yang besar di industri mode, Jakarta Fashion Week sangat berpotensi membawa industri mode Indonesia ke berbagai negara lainnya. Dampak dari Jakarta Fashion Week sangat berpengaruh bagi para profesional dan juga industri mode Indonesia, bahkan memberikan peluang bagi desainer muda untuk belajar lebih banyak.

Jakarta Fashion Week memiliki peranan yang sangat besar untuk industri mode terutama di Indonesia, tidak hanya itu di saat pandemi yang terjadi di seluruh negara banyak bisnis yang tertunda bahkan gulung tikar karena tidak dapat melakukan inovasi. Perubahan yang sangat drastis dan serba online ini juga dirasakan oleh para desainer ternama seperti Tex Saverio, seorang desainer asal Jakarta yang karyanya telah dipakai oleh artis Hollywood seperti Lady Gaga, memilih untuk rehat dari industri mode selama pandemi ini. Dari banyaknya bisnis mode dan desainer ternama yang memilih berhenti sejenak di masa pandemi ini, tidak membuat Jakarta Fashion Week lengah dan berhenti. Jakarta Fashion Week perusahaan industri mode yang terus berinovasi, berkarya dan menjadi *platform* universal di industri mode yang dapat bekerjasama dengan negeri seberang.

Jakarta Fashion Week di masa pandemi tetap melakukan peranannya sebagai biduk bagi industri mode di Indonesia, dan tetap melanjutkan membuat *event* pada bulan Agustus lalu yaitu Revival Fashion Festival 2020 secara online kemudian tetap melanjutkan event perlombaan yaitu Lomba Perancang Mode Menswear dan Lomba Perancang Aksesori yang telah ada dari tahun-tahun sebelumnya. Lomba ini bertujuan untuk menciptakan jembatan antara talenta kreatif dengan pasar dan menemukan desainer-desainer baru yang memiliki potensi yang dapat dikembangkan.

Puncak *event* Jakarta Fashion Week pun terus dilanjutkan di akhir bulan November 2020 secara online. Kehadiran secara tatap muka sudah tidak mungkin dilakukan di masa pandemi ini sehingga teknologi dan penggunaan media sosial menjadi sangat penting dan sedang mencapai titik puncaknya.

Oleh karena itu pentingnya kehadiran manajemen media sosial untuk membuat perencanaan, pengeksekusian, *memposting* serta melakukan analisa terhadap postingan yang *dipublishnya*.

Jakarta Fashion Week merupakan anak perusahaan dari GCM Group yang memegang banyak media dan juga *event* di Indonesia, salah satu medianya ialah Pesona. Kebanyakan orang mulai meninggalkan media cetak seperti majalah dan lebih memilih mencari informasi secara digital. Pesona berkembang dengan membuat artikel dan berita melalui sebuah *website* yaitu <https://www.pesona.co.id/> dan kemudian juga dikembangkan dengan membuat media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan Pinterest.

Pada media sosial dapat dilakukan berbagai aktivitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audio visual. Media sosial diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing*, *Collaborating* dan *Connecting* (Puntoadi, 2011). Jakarta Fashion Week juga melakukan tiga hal tersebut seperti *sharing* tentang *trend fashion*, busana dan masih banyak lainnya di akun media sosialnya.

Gambar 1.1 Instagram JFW dan Pesona



Sumber : InstagramJFW & Pesona

kemudian *collaborating* dengan berbagai *fashion influencer* seperti Ayla Dimitri, *public figure* Ivan Gunawan, serta Yolanda Handoko yang merupakan *fashion stylist* artis-artis ternama untuk menambah *engagement* atau jangkauan yang sesuai dengan targetnya.

Gambar 1.2 Contoh Konten JFW



Sumber : Instagram JFW

Jakarta Fashion Week juga melakukan *connecting* dengan sekolah *fashion* legendaris @istitutomarangoni untuk mengirimkan pemenang dari Lomba Perancang Mode Menswear dan Lomba Perancang Aksesoris.

Ketiga hal ini dilakukan oleh akun media sosial JFW serta media sosial LPA, LPMM, dan Pesona. Hanya saja setiap akun memiliki fokus yang berbeda, tetapi memiliki tujuan yang sama yaitu melakukan komunikasi dengan khalayak untuk memberitahukan informasi mengenai perusahaan tersebut. LPA dan LPMM menginformasikan adanya perlombaan, Pesona menginformasikan bahwa media cetaknya terus berkembang menjadi media digital.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

1. Meningkatkan pengetahuan tentang praktik manajemen media sosial pada Jakarta Fashion Week.
2. Meningkatkan *skill* membuat perencanaan dan mengetahui tips dan trik dalam membuat konten yang menarik khususnya dalam mendesain konten dan perencanaan pada Instagram Jakarta Fashion Week.

3. Meningkatkan kreativitas, fleksibilitas, dan kesabaran dalam membuat konten yang menarik dan kemampuan beradaptasi dan berkomunikasi dengan kolega di Jakarta Fashion Week.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja magang**

### **1.3.1 Waktu Kerja Magang**

Praktik kerja magang dilaksanakan selama 60 hari dalam bulan kalender, terhitung dari 14 Agustus 2019 hingga 19 November 2019. Perusahaan tempat melaksanakan praktik kerja magang dengan sistem *Work From Home* dan *Work From Office* dengan jadwal hadir setiap hari Senin - Jumat. *Work from office* hanya dilakukan ketika dibutuhkan dan jika ada acara yang harus datang ke tempat.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Praktik Kerja Magang**

Adapun prosedur pelaksanaan praktik kerja magang yang sudah diikuti antara lain:

1. Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh 7 prodi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
2. Menyiapkan surat lamaran CV dan portofolio untuk dikirimkan kepada Jakarta Fashion Week pada 25 Juni 2020.
3. Melakukan Interview pertama dengan Ibu Menik selaku HRD GCM Group pada 8 Juli 2020.
4. Melakukan *Interview* kedua dengan Ibu Menik (HRD GCM Group) dan ka Fathia Fauzia selaku ketua divisi PR dan *Media Relations* Jakarta Fashion Week pada 12 Juli 2020.
5. Mulai melaksanakan praktik kerja magang pada 20 Juli 2020.
6. Melaksanakan KRS sekaligus mengisi dan mengirimkan formulir pengajuan kerja magang (KM-1) pada 11 Agustus 2020.
7. Menerima kembali surat kerja magang (KM-2) dari pihak Fakultas Ilmu Komunikasi pada 14 Agustus 2020.

8. Melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing sebanyak enam kali sebelum waktu kerja magang berakhir.
9. Menyusun laporan magang dengan arahan dari dosen pembimbing maupun pembimbing lapangan.