

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan *fashion* Indonesia merupakan salah satu sektor yang menarik untuk dieksplor. Dengan menunjukkan kemampuan luar biasa melalui para desainer tanah air yang telah berprestasi di kancah internasional. Munculnya desainer- desainer ini membawa dampak positif yang signifikan bagi industri *fashion* dan juga ikut berpengaruh bagi perkembangan budaya dalam berpakaian di Indonesia. *Fashion* sendiri memiliki peran penting sebagai penggerak ekonomi dan budaya di suatu negara. Sebagai industri kreatif, *fashion* menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui produksi, distribusi, dan ekspor. Di Indonesia sendiri, *fashion* telah menjadi salah satu dari tiga sektor unggulan yang didorong oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Selain sektor kuliner dan kriya, sektor ini berhasil memberikan nilai tambah yang diproyeksikan mencapai Rp749,58 triliun, atau setara dengan 55,65%. Capaian tersebut berhasil diraih pada triwulan pertama tahun 2024, melampaui target tahunan sebesar Rp1.347 triliun. Selain itu, sektor *fashion* juga mendominasi ekspor dengan nilai mencapai 6.767,62 juta dolar AS, mengungguli tiga komoditas lainnya, yakni kriya, kuliner, dan penerbitan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2024).

Namun demikian, industri *fashion* di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan yang perlu disikapi dengan serius. Salah satu kendala utama adalah kurangnya keseriusan pelaku industri dalam memanfaatkan peluang yang ada.

Meskipun pertumbuhan industri *fashion* semakin terlihat dengan banyaknya jenama lokal yang berpartisipasi di berbagai pekan mode dunia, kehadiran mereka sering kali lebih berfokus pada aspek branding daripada penjualan dalam skala besar. Padahal, jika strategi ini diimbangi dengan optimalisasi branding di media massa serta peningkatan skala pekan mode dalam negeri seperti Jakarta Muslim Fashion Week (JMFW), peluang untuk menarik perhatian buyer internasional akan semakin besar. Oleh karena itu, diperlukan kesiapan lebih dari para pelaku industri untuk memenuhi standar perdagangan internasional. Salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan adalah kemampuan memproduksi barang dalam jumlah besar dengan tetap menjaga kualitas, mengingat permintaan dari buyer internasional bisa mencapai lima ribu per item (Hypeabis.id 2024).

Paris Fashion Week dalam hal ini sebagai *event* internasional yang mendunia tentu memiliki dampak baik secara langsung maupun tidak langsung di Indonesia baik lewat tren *fashion* maupun budaya. Dengan memahami dampak ini, dapat dipahami proses kulturisasi budaya, di mana elemen *fashion* internasional diterima, diubah, dan disesuaikan dengan konteks lokal. Melalui pemahaman ini, diharapkan dapat dieksplorasi dinamika interaksi budaya lokal dan internasional, serta dampaknya terhadap perkembangan dan identitas industri *fashion* di Indonesia. Studi ini akan berfokus pada dampak Paris Fashion Week di Indonesia mulai dari industri *fashion* juga budaya dapat ditelusuri dengan menggunakan konsep *Soft power* oleh Joseph Nye juga Nation Branding dari Simon Anholt.

Saat ini, *soft power* menjadi instrumen yang semakin signifikan bagi negara-negara dalam mengejar tujuan mereka melalui *soft power*, bukan paksaan, dengan

bantuan budaya, nilai-nilai politik, dan kebijakan. Dalam hal ini, negara akan mampu menjalin hubungan yang konstruktif dan kolaboratif di arena internasional serta meningkatkan reputasi dan pengaruhnya di antara komunitas internasional. Penerapan *soft power* yang efektif dapat digunakan sebagai jembatan antarbudaya. Ketika budaya suatu negara mencakup nilai-nilai universal dan kebijakan-kebijakannya mendukung nilai-nilai dan kepentingan-kepentingan yang dianut negara lain, maka kemungkinan untuk memperoleh hasil-hasil yang diinginkan akan meningkat karena adanya hubungan-hubungan ketertarikan dan kewajiban yang diciptakannya (Nye 2004, 11). Konsep ini terus berkembang dan mengandalkan attraction untuk mendukung kebijakan dan kepentingannya. *Soft power* memiliki kemampuan untuk membujuk orang lain dengan menjadi contoh yang menarik melalui daya tarik budaya, ideologi, atau perubahan sudut pandang. (Frans dan Aryani 2020, 101). Individu untuk tertarik dan mengeksplorasi budaya lain merupakan pelaku utama dan seberapa berpengaruh budaya tersebut bagi negara.

*Soft power* sendiri dapat terlihat oleh Amerika Serikat dalam eksistensinya hingga saat ini baik dari produk hingga hiburan. Di sisi lain, Eropa juga hadir sebagai pesaing tangguh dalam bidang seni, literatur, dan *fashion*. Kota-kota seperti London, Milan, dan terutama Paris terus menjadi jantung kreativitas dan inovasi. Paris, yang dikenal dengan julukan "*The Capital of Fashion*," memiliki sejarah panjang dan berwarna dalam industri *fashion*. Dengan warisan desain ikonik dari Coco Chanel dan Christian Dior, Paris tidak hanya menawarkan tren terbaru tetapi juga menjadi simbol keanggunan dan estetika. Acara seperti Paris Fashion Week menarik perhatian dunia dan mempengaruhi tidak hanya tren mode

tetapi juga cara orang berpikir tentang identitas dan budaya. Dengan demikian, baik Amerika Serikat maupun Eropa, khususnya Paris, menggambarkan bagaimana *soft power* dapat dimanfaatkan untuk membentuk persepsi dan hubungan internasional melalui daya tarik budaya yang kuat.

Dukungan pemerintah Perancis untuk mempertahankan julukan tersebut juga serius. Melalui Kementerian Kebudayaan ditetapkan 3 kebijakan utama dalam *fashion*, yaitu mendukung industri *fashion*, mendorong inovasi dan penelitian dalam bidang *fashion*, serta mempromosikan *fashion* serta mendukung organisasi melalui proyek yang mempromosikan *fashion* Perancis (Nurchaliza, et al. 2023, 92). Dukungan dari pemerintah mencerminkan bahwa budaya dan estetika dapat menjadi alat diplomasi yang kuat. Dengan Perancis mengekspor mode, mereka juga mengekspor nilai-nilai, gaya hidup, dan tradisi yang meningkatkan pengaruhnya di seluruh dunia. Selain itu, perhatian terhadap keberlanjutan dalam industri *fashion* secara perlahan menunjukkan eksistensi dan kepedulian terhadap tantangan global.

Dukungan penuh diberikan oleh Kementerian Perdagangan (Kemendag), Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) di Paris, serta L'Adresse Paris Agency, yang berperan sebagai agensi resmi dalam ajang Paris Fashion Week.

L'adresse Trade Showroom sendiri berfungsi sebagai platform strategis yang mempertemukan para pelaku industri *fashion* dengan pembeli dari berbagai negara. Fokus utama acara ini adalah modest *fashion* beserta produk turunannya, seperti aksesoris, kosmetik, dan item *fashion* lainnya yang semakin diminati di pasar global (Kementerian Perdagangan 2024). Meskipun Indonesia telah berpartisipasi dalam L'Adresse Trade Showroom di Paris Fashion Week selama

enam kali berturut-turut, juga adanya program PINTU incubator, namun dampak nyata serta potensi dari keikutsertaan ini terhadap daya saing industri *fashion* nasional masih perlu dikaji lebih dalam. Belum dapat dipastikan apakah keterlibatan ini benar-benar mampu mendorong peningkatan ekspor, memperkuat branding, serta memperluas jangkauan produk *fashion* Indonesia di pasar global. Paris Fashion Week sendiri bukan sekadar ajang mode, tetapi juga bagian dari *soft power* Perancis yang berperan dalam membentuk tren dan dinamika industri *fashion* dunia (Kementerian Perdagangan 2024).

Indonesia dapat dikatakan turut terpengaruh oleh arus mode global yang didominasi oleh Paris, tetapi masih menjadi pertanyaan apakah ajang ini dapat dimanfaatkan secara optimal untuk memperkuat identitas *fashion* lokal dan meningkatkan daya saingnya di kancah internasional. Di sisi lain, industri *fashion* Indonesia memiliki potensi besar dalam perekonomian kreatif, namun kesiapan industri ini dalam bersaing di panggung global masih menjadi tantangan. Keikutsertaan para desainer Indonesia di Paris tentu membawa kebanggaan, tetapi perlu ditelusuri lebih jauh apakah eksistensi ini berdampak nyata terhadap peningkatan ekspor, investasi, serta perluasan pasar bagi produk *fashion* Indonesia.

Dalam konteks masalah ini, L'Adresse Trade Showroom berperan tidak hanya memberikan konsultasi bagi Jenama *Fashion* asal Indonesia agar dapat menyesuaikan koleksi mereka dengan standar internasional, tetapi juga berperan dalam memfasilitasi pertemuan bisnis dengan calon pembeli dari berbagai negara. Melalui partisipasi yang konsisten dalam Paris Fashion Week, Indonesia semakin memperkuat posisinya sebagai salah satu negara dengan industri *fashion* yang

berpotensi besar. Keikutsertaan ini tidak hanya menjadi ajang promosi, tetapi juga sebagai bentuk strategi jangka panjang dalam membangun jaringan bisnis, memperluas pasar, serta mendorong perkembangan industri kreatif dan ekonomi berbasis *fashion* di tanah air.

Kerjasama internasional juga semakin erat dengan kolaborasi bersama desainer dan pakar *fashion* dari Perancis, serta asosiasi WSN sebagai penyelenggara Paris Trade Show. Akses ini tidak hanya memberikan kesempatan yang lebih luas bagi desainer Indonesia, tetapi juga memperkenalkan produk lokal ke pasar global. Pertukaran pengetahuan dan pengalaman antara desainer Indonesia dan Perancis mampu menghasilkan inovasi yang kaya dan memperkaya industri mode. Selain itu, praktik berkelanjutan kini semakin menjadi perhatian di dunia mode. Dengan langkah-langkah strategis ini, Indonesia berupaya menjadi salah satu pusat *fashion* yang diperhitungkan di kancah internasional, sekaligus mempertahankan dan mengangkat nilai-nilai budaya lokal dalam setiap karyanya (Puan 2024).

*Fashion* merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan negara, namun masih kurang maksimal. Sebagai industri yang terus berkembang, *fashion* tidak hanya berkontribusi dalam peningkatan ekspor dan investasi tetapi juga menjadi sarana diplomasi budaya yang kuat, seperti yang terlihat dalam keterlibatan Indonesia di Paris Fashion Week. Paris Fashion Week, sebagai pusat mode dunia, membuka peluang kolaborasi antara desainer Indonesia dan jaringan internasional, yang dapat memperluas pasar bagi produk lokal serta meningkatkan daya saing industri *fashion* Indonesia di kancah global. Meski demikian, tantangan seperti adaptasi

tren global tanpa kehilangan identitas budaya serta kendala dalam akses pasar internasional masih menjadi hambatan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak Paris Fashion Week terhadap industri *fashion* dan budaya di Indonesia dan menjelaskan strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan industri *fashion* di tingkat global melalui Paris Fashion Week.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Industri *fashion* Indonesia memiliki potensi besar dalam perekonomian kreatif, namun kesiapan industri ini dalam bersaing di panggung global masih menjadi tantangan. Keikutsertaan para desainer Indonesia di Paris tentu membawa kebanggaan, tetapi perlu ditelusuri lebih jauh apakah eksistensi ini berdampak nyata terhadap peningkatan ekspor, investasi, promosi budaya serta perluasan pasar bagi produk *fashion* Indonesia. Berdasarkan rumusan masalah di atas, terbentuk pertanyaan penelitian yakni Bagaimana dampak Paris Fashion Week terhadap industri *fashion* dan budaya di Indonesia?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui dampak Paris Fashion Week terhadap industri *fashion* dan budaya Indonesia.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memiliki efek positif baik secara langsung maupun tidak langsung dari dampak ini berdasarkan pertanyaan dan

tujuan penelitian. Penulis berharap hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam bidang akademis dan praktis.

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Berdasarkan pertanyaan dan tujuan penelitian, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan memperkaya literatur akademis hubungan internasional. khususnya dalam kajian *soft power* dan diplomasi budaya melalui industri *fashion*. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi akademis bagi studi-studi selanjutnya yang membahas peran event *fashion* internasional dalam membentuk citra dan pengaruh budaya suatu negara di kancah global.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pelaku industri *fashion* dalam memahami tren dan preferensi konsumen, serta mengevaluasi sejauh mana keikutsertaan Indonesia dalam ajang Paris Fashion Week dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing, dan pengaruh *fashion* lokal di pasar internasional. Hasil penelitian ini juga diharapkan memberikan rekomendasi bagi pemerintah untuk menciptakan kebijakan agar tercipta kerangka kerja yang terarah untuk meningkatkan promosi budaya dan industri *fashion* Indonesia.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

## **BAB I            PENDAHULUAN**

Pada bab 1, terdapat pendahuluan yang mencakup latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat teoritis dan praktis mengenai dampak Paris Fashion Week terhadap industri *fashion* dan budaya Indonesia.

## **BAB II            KAJIAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN**

Pada bab ini, membahas tinjauan literatur, termasuk penelitian terdahulu, landasan teori yang digunakan, kerangka pemikiran, serta hipotesis dan metode penelitian yang mengkaji dampak Paris Fashion Week terhadap industri *fashion* dan budaya Indonesia.

## **BAB III           PERKEMBANGAN INDUSTRI FASHION GLOBAL DAN PARIS FASHION WEEK**

Bab ini peneliti mendeskripsikan dan mengulas sejarah dan perkembangan Paris Fashion Week. Peneliti memulai dari era renaissans, abad 20 hingga kontemporer juga faktor yang mendukung perkembangan industri *fashion* ini. Lebih spesifik, peneliti berfokus kemudian pada sejarah, perkembangan, latar belakang hingga dampak

## **BAB IV           DAMPAK PARIS FASHION WEEK TERHADAP INDUSTRI FASHION DAN BUDAYA INDONESIA**

Bab ini merupakan inti penelitian yang akan mendalami dan menganalisis dampak Paris Fashion Week terhadap industri *fashion* dan budaya di Indonesia, terutama terkait branding serta daya saing *fashion* Indonesia di kancah internasional. Dimulai dengan sejarah,

perkembangan dan faktor-faktor yang mendorong khususnya di sektor industri *fashion* dan budaya *fashion* di Indonesia. Kemudian keterkaitan antara Paris Fashion Week dengan Industri Fashion dan Budaya *Fashion* Indonesia hingga diperoleh 4 dampak mulai dari: Peningkatan Ekspor, Investasi, Peningkatan Daya Saing *Fashion* dan Penguatan Budaya lewat *Fashion*.

## **BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Bab ini peneliti mendeskripsikan dan menjelaskan mengenai Bab ini merupakan kesimpulan dan rekomendasi bagi pelaku dan pemangku kepentingan untuk mengoptimalkan Industri *fashion* dan budaya Indonesia dalam keikutsertaan di ajang mode internasional.

