

Analisa Penerapan Strategi Modest Fashion Dalam Membentuk Positioning Khalayak = Analysis of Modest Fashion Strategy Practice in Establishing Audience Positioning

Tika Diyanti Mustikarani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920517682&lokasi=lokal>

Abstrak

Strategi positioning modest fashion awalnya dilakukan untuk mempromosikan event Modest Fashion Week, namun dalam perkembangannya justru menjadi sebuah istilah dan tren baru yang berhasil menjadi game changer dalam industri fashion dunia. Modest Fashion Week adalah acara pagelaran busana yang telah diselenggarakan di berbagai kota di dunia seperti Istanbul, London, Dubai, Jakarta dan Amsterdam. Acara ini didedikasikan untuk industri modest fashion, dan diikuti oleh desainer dan merek pakaian dari berbagai negara. Modest fashion sendiri merupakan gaya berpakaian yang banyak menutup bagian tubuh, potongan yang tidak membentuk badan, tidak transparan dan sopan adalah elemen kunci modest fashion, dimana penggunaan hijab bersifat opsional. Dengan kehadiran konsep ini, desainer dan brand menjadi lebih leluasa dalam meluncurkan lini modest fashion tanpa perlu khawatir dikaitkan dengan agama tertentu. Sehingga memiliki potensi pangsa pasar yang lebih luas lagi dan mampu diterima dengan baik di pasar fashion global. Proses positioning pada penelitian ini dimulai dari memahami letak masalah dan menjadikan positioning sebagai solusi. Dalam proses komunikasinya, pada kasus ini positioning dilakukan dengan menggunakan influencer dan media massa internasional yang dilakukan secara konsisten sejak sebelum acara berlangsung, saat acara berlangsung dan setelah acara dilaksanakan. Hal ini memaksimalkan penyampaian pesan pada khalayak dan membantu membangun positioning di benak khalayak.

.....The positioning strategy of modest fashion was initially carried out to enhance the Modest Fashion Week event, but in its process it has become a new term and trend that has succeeded in changing the game in the world fashion industry. Modest Fashion Week is a fashion show that has been held in various cities around the world such as Istanbul, London, Dubai, Jakarta and Amsterdam. This event was made for modest fashion industry, and is participated by designers and clothing brands from various countries. Modest fashion itself defines as a style that covers many parts of the body, with cuts that do not shape the body, are not transparent and polite are the key elements of modest fashion, where the use of the hijab is optional. By having this concept, designers and brands will be more flexible in modest fashion without having to worry about a particular religion. So that it has the potential of a wider market community and can be well received in the global fashion market. The positioning process in this study starts from understanding the location of the problem and making positioning as a solution. In the communication process, positioning was carried out using influencers and international mass media consistently since the event, during the event and after the event was held. This maximizes message delivery to the audience and helps build positioning in the minds of the audience.