

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi menjadi sesuatu yang penting dan tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari. Setiap manusia membutuhkan yang namanya komunikasi untuk tetap bisa saling berhubungan dengan orang lain. Ketika berkomunikasi, manusia membutuhkan media/alat komunikasi. Salah satu komunikasi yang sedang trend pada saat ini ialah Komunikasi *virtual*.

Komunikasi virtual sebagai trend baru dalam publik bersamaan berkembangnya bermacam- macam web media sosial di internet, semacam Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, Google Plus serta sebagainya, keunggulan dari web aplikasi media sosial ini merupakan desainnya yang multi platform, ialah bisa diakses serta tersambung diberbagai fitur digital. Di Indonesia sendiri ada sekita 80juta penduduk Indonesia yang menggunakan teknologi internet serta mereka rata- rata ialah pelanggan internet mobile (Didik Purwanto, 2012).

Dalam keadaan apapun seorang Humas dapat melaksanakan tugasnya dengan baik terlebih pada waktu pandemi semacam ini, sebab Humas ialah salah satu kiat buat menarik atensi media pers serta public terhadap industri ataupun produk tertentu yang hendak ditampilkan dalam kegiatan tersebut diharapkan sanggup memuaskan pihak-pihak lain yang ikut serta ataupun terpaut buat berperan- serta dalam peluang pada

kegiatan spesial Humas, baik buat tingkatkan pengetahuan(knowledge), pengenalan(awareness), ataupun upaya pemenuhan selera(pleasure) serta menarik simpati ataupun empati (Ruslan, 2016:231).

Dalam program kehumasan ada salah satu kegiatan yang dikaitan dengan *event* tertentu yaitu *special event*. *Special event* ialah sebuah *event* yang biasanya dilaksanakan untuk mendapatkan perhatian pada media untuk klien, perusahaan atau produk kita. *Event* tersebut juga dapat didisain untuk mentransferkan pesan spesifik tentang produk salah satu contohnya (Ruslan, 2016:232-33).

Pada pandemi covid-19 ini kita ketahui banyak sektor yang terdampak salah satunya adalah Industri Pariwisata dan ekonomi kreatif. Hampir 50rbu orang dalam sektor ini. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200523/12/1244126/kemenparekraf-hampir-50-ribu-pekerja-senin-dan-kreatif-terdampak-covid-19> Diakses pada 5 April 2021 pada pukul 13.33).

Industri pariwisata serta ekonomi kreatif sangat terdampak akibat pandemi Covid- 19, walaupun begitu pihak Jakarta *Fashion Week* 2021 tetap dituntut berkarya salah satunya memanfaatkan teknologi. Jakarta *Fashion Week* atau dapat kita singkat dengan JFW. *Event* secara *virtual* sebagai salah satu cara membangkitkan antusiasme masyarakat bahwa sebuah *event* tetap bisa dinikmati. Pihak JFW 2021 berharap dengan adanya kegiatan *event virtual* ini dapat membagikan peluang pada pelaksana event serta ekonomi kreatif Kembali bekerja di tengah pandemi covid- 19 sekalian menguatkan branding pariwisata Indoensia.

Pada *virtual press conference* CEO GCM Group, Svida Alisjahbana, selaku penyelenggara. Untuk pertamakalinya sejak JFW diselenggarakan dari tahun 2008 sampai 2021, Pada *Event JFW 2021* kali ini semua dilakukan 100% secara live, yaitu *live stream* di microsite JFW.Tv yang akan dirilis pada Kamis, 3 Desember 2020, lalu kanal resmi JFW dan platform para partner yang bekerja sama dengan JFW.

Pada *Event JFW2021* yang diadakan dari tanggal 26 – 29 November 2020 di Senayan City sebagai *official production space*. JFW 2021 diikuti oleh 60 perancang serta label busana dari dalam dan luar negeri yang berpartisipasi dalam acara yang juga disiarkan secara live di Tiktok ini antara lain Rani Hatta, Jenhara, Restu Anggraini, Tities Sapetra, Albert Yanuar, Lekat, Cotton Ink, Rinaldy Yuniardi serta pemenang lomba perancang Aksesoris 2020, Lomba Perancang Mode Menswear 2020, Dewi Fashion Knight dan Label Indonesia Fashion Forward. Tidak hanya Live di tiktok JFW 2021 juga memanjakan ke masyarakat dengan Live melalui aplikasi Lazada.

JFW 2021 juga bekerja sama dengan tiga peringkat teratas ajang Puteri Indonesia 2020 untuk memeriahkan perhelatan JFW 2021. Para pemenang ajang Puteri Indonesia ini akan menggunakan rancangan busana dari Albert Yanuar. Perhelatan JFW 2021 nantinya menghadirkan “Tribute to Barli Asmara”, sebagai bentuk penghargaan untuk perancang berbakat Indonesia yang meninggal pada Agustus 2020 lalu. Pada acara ini Svida selaku CEO memastikan acara yang berlangsung di Mall Senayan City, Jakarta itu akan menerapkan protokol Kesehatan terkait Covid-19 termasuk menghindari kerumunan (Sumber:

<https://www.google.com/amp/s/m.antaranews.com/amp/berita/1848456/jakarta->

fashion-week-2021-digelar-daring-libatkan-60-perancang-busana. Diakses pada 5 April 2021 pada pukul 14:00).

Dalam JFW 2021 yang diadakan secara virtual mendapat respon yang kurang baik hal ini dilihat minat *audience* yang kurang untuk menyaksikan penyelenggaraan *event virtual* JFW 2021 kali ini, hal ini dilihat dari jumlah *view* dan *like* yang tidak terlalu banyak pada salah satu *portal media* JFW. Padahal tujuan Humas untuk membuat *event* ialah untuk mengundang banyak orang menikmati suatu *event*.

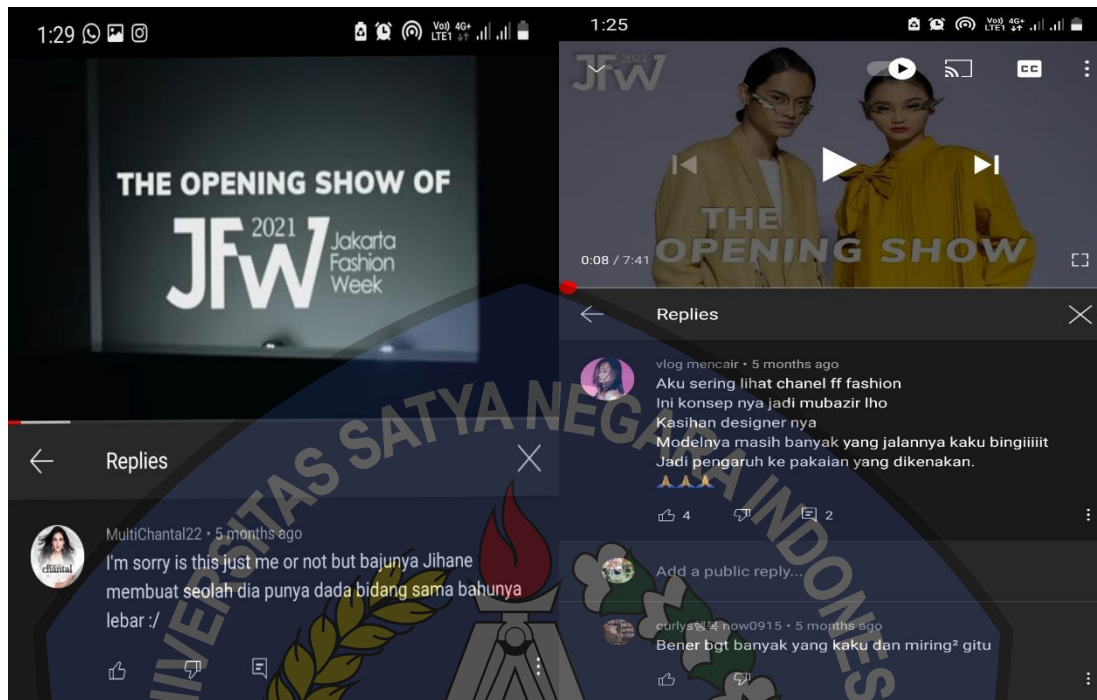


Gambar 1. 1 Youtube Jakarta Fashion Week 2021

Tidak hanya jumlah *audience* saja yang kurang peminatnya dalam penyelenggaraan JFW 2021 virtual. Dalam *event* ini pesan yang disampaikan tidak dapat diterima oleh *audience*. Masalah ini dilihat dari peneliti yang melakukan *pra survey* melalui *media social* Whatsapp yang dilakukan oleh para *audience* yang menonton *event* ini, lebih tepatnya peneliti melakukan *prasurvey* terhadap mahasiswa ESMOD Jakarta.

Berdasarkan hasil prapenelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang pelaksanaan *event virtual* JFW 2021 maka para *audiens* berpendapat bahwa *event* yang dilaksanakan secara *virtual* terasa berbeda karena *audiens* tidak dapat menikmati koleksi pakaian yang ditampilkan dan tidak bisa merasakan *euphoria* JFW (Lampiran 1.1: Wawancara dengan mahasiswa ESMOD Jakarta).

JFW 2021 ini juga mendapat kritikan dari penonton dalam bentuk komentar yang kurang baik, berikut komentar kurang baik yang ada di portal JFW 2021.



Gambar 1.2 Komentar Audiens Jakarta Fashion Week 2021

Dalam gambar 1.2 dimana ada dua komentar dari netizen, yang pertama netizen berkomentar yang menyayangkan kepada model seharusnya baju yang dipakai bisa menyesuaikan badan model supaya kelihatan lebih baik tetapi dalam hal ini model terlihat seolah – olah memiliki dada yang bidang sama bahu terlihat lebar. Dan untuk komentar netizen yang kedua ialah menyayangkan konsep yang dimana dalam konsep JFW 2021 ini terkesan mubazir karena masih banyak *space* yang luas tetapi tidak dimanfaatkan oleh model untuk berjalan dan ada beberapa model yang masih berjalan kaku yang membuat baju yang dipakai tidak terlihat baik.

Dalam tujuan Humas membuat suatu *event* untuk mendapatkan hasil yang diharapkan seperti 1.pengenalan (awareness) mendapatkan dukungan publik atau

media berita, menambah pengetahuan tentang organisasi/perusahaan dan produk yang ditampilkan, 2. Proses penerbitan publisitas positif melalui pertukaran timbal balik, 3. menunjukkan integritas organisasi atau produk yang diwakilinya, sekaligus meninggalkan kesan atau citra positif pada masyarakat sebagai kelompok sasaranya, 4. berusaha mempertahankan penerimaan publik, 5. Dapatkan kolega atau pelanggan baru dengan mengadakan acara khusus (Ruslan, 2016:238).

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah penulis uraikan maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai “Pengaruh *Event Virtual* Jakarta Fashion Week 2021 terhadap persepsi Mahasiswa (Survey Mahasiswa Internasional Fashion Business ESMOD Jakarta)”

1.2 Rumusan Masalah

Apakah terdapat Pengaruh *Event Virtual* Jakarta Fashion Week 2021 terhadap persepsi Mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Event Virtual* Jakarta Fashion Week 2021 terhadap persepsi Mahasiswa.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini penulis mengharapkan manfaat yaitu :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan dan pemikiran bagi penelitian ilmu komunikasi khususnya Hubungan Masyarakat mengenai penyelenggaraan *Event virtual*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dengan pihak penyelenggara dalam hal JFW (Jakarta Fashion Week) tentang penyelenggaraan *event virtual*.

