

ABSTRAK

Sektor fashion suatu negara berkembang seiring dengan kehidupan warga negaranya yang mencerminkan perubahan etnis serta lanskap budaya dan agama di suatu negara. Mengingat Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduknya beragama islam, pertumbuhan ini tidak mungkin dipisahkan dari konteks sejarah masyarakat Indonesia. Fashion muslim Indonesia kini berkembang cukup pesat. Untuk kembali melakukan perbaikan dalam bidang diplomasi Indonesia dengan Turki adalah negara yang memproduksi dan membelanjakan fashion muslim paling banyak secara global. Dengan populasi 79 jiwa, lebih dari 90 persen diantaranya adalah muslim dan dua pertiga wanita turki mengenakan hijab. Turki terus menjadi pasar yang berkembang pesat untuk desain muslim, dengan Turki yang masih memiliki pangsa pasar yang dominan. Turki secara logis muncul sebagai penyedia utama kebutuhan negara-negara Eropa secara formal karena lokasinya yang menguntungkan diantara dua benua, sehingga ini di manfaatkan Indonesia sebagai peluang negara yang menjadi tujuan ekspor fashion busana muslim dimana dengan multitrack diplomasi sebagai jalan kerjasama di antara kedua negara melalui empat track yaitu pemerintah, pelaku usaha, profesional serta peran media.

Teori dalam skripsi ini menggunakan teori diplomasi dan teori multitrack diplomasi dimana teori diplomasi menurut G.R. Berridge (2010) mendefinisikan diplomasi sebagai tindakan politik yang diambil oleh para pihak untuk mencapai tujuan mereka dan melindungi kepentingan mereka melalui diskusi tanpa menggunakan kekerasan, disinformasi, atau sistem hukum. Komunikasi antara beberapa pihak yang dimaksudkan untuk menjalin suatu kesepakatan merupakan diplomasi. Dan Multitrack diplomasi adalah salah satu strategi kontemporer yang diadopsi komunitas internasional sebagai akibat dari modernisasi di abad kedua puluh satu. Dimana penelitian ini ditulis berfokus pada bidang ekspor busana muslim dimana Indonesia juga merupakan eksportir produk fashion muslim ke-18 dunia.

Kata kunci : Fashion, busana muslim, ekspor, multitrack diplomasi, diplomasi, turki

ABSTRACT

The fashion sector of a country grows as the lives of its citizens reflect changes in ethnicity and cultural and religious landscapes of a country. Since Indonesian is a predominantly Muslim country, it is impossible for this growth to be separated from the context of Indonesian history. Indonesian Muslim fashion has now grown quite rapidly. To make further improvements in Indonesian diplomacy with Turkey is the country that produces and consumes the most Muslim fashion globally. With a population of 79, over 90 percent are Muslim and two thirds of Turkish women wear hijab. Turkey continues to be a thriving market for Muslim designs, with Turkey still having the dominant market share. Turkey has logically emerged as its formal provider of European needs for its lucrative location between two continents, making it the goal of Indonesian to export Muslim fashion, with multitrack diplomacy as a way of cooperation between two countries via the four track governments, businesses, professionals, and media.

The theory in this essay employs diplomacy theory and multitrack diplomacy (2010), which the theory of diplomacy according to Berridge (2010) defines diplomacy as a political action taken by parties to achieve their objectives and protect their interests through discussion without the use of violence, disinformation, or legal system. Communication between some parties meant for an agreement is diplomacy. And multitrack diplomacy is one of the contemporary strategies adopted by the international community as a result of modernization in the twenty-first century. Where the research was written focuses on the Islamic fashion export field in which Indonesia is also the world's 18th Muslim fashion exporter.

Keywords: fashion, Muslim fashion, export, multitrack diplomacy, diplomacy, Turkey

RINGKESAN

Sektor fashion hiji nagara berkembang babarengan jeung kahirupan warga, ngagambarkeun parobahan etnis jeung bentang budaya jeung agama hiji nagara. Mertimbangkeun yen Indonesia mangrupa nagara anu mayoritas pendudukna Muslim Indonesia, tumuwuhna ieu teu bisa leupas tina konteks sajarah masyarakt Indonesia. Fashion Muslim Indonesia ayeuna ngembang cukup pesat. Pikeun nyieun perbaikan dina widang diplomasi antara Indonesia jeung Turki, eta nagara nu ngahasilkeun jeung meakkeun paling fashion Muslim global. Kalawan populasi 79 urang, leuwih ti 90 persen di antarana Muslim jeung dua per tilu awewe Turki ngagem jilbab. Turki terus jadi pasar tumuwuh gancang pikeun desain muslim, jeung Turki masih mibanda pangsa pasar dominan. Turki sacara logis muncul salaku panyadia utama kabutuhan nagara Eropa sacara resmi kusabab lokasina nguntungkeun antara dua benua, ku kituna Indonesia ngamangpaatkeun ieu salaku kasempetan pikeun hiji nagara pikeun jadi tujuan ekspor fashion muslim, dimana kalawan multi-jalur diplomasi salaku jalan gawe babarengan antara dua nagara ngaliwatan opat jalur, nyaeta, pamarentah, aktor bisnis, profesional sarta peran media.

Tiori dina ieu skripsi ngagunakeun tiori diplomasi jeung tiori diplomasi multitrack dimana tiori diplomasi nurutkeun G.R. Berridge (2010) ngahartikeun diplomasi salaku aksi pulitik anu dilakukeun ku pihak pikeun ngahontal tujuan maranehanana sarta ngajaga kepentingan maranehanana ngaliwatan diskusi tanpa ngagunakeun kekerasan. Disinformasi, atawa sistem hukum. Komunikasi antara sababaraha pihak anu dimaksudkeun pikeun nyieun kasapukan nyaeta diplomasi. Sareng diplomasi multitrack mangrupikeun salah sahiji strategi kontemporer anu diadopsi ku komunitas internasional salaku hasil tina modernisasi dina abad ka dua puluh hiji. Dimana ieu panalungtikan ditulis museur kana widang ekspor busana muslim dimana Indonesia oge jadi eksportir ka-18 produk busana muslim di dunya.

Sanggen Konci : Pantun, busana muslim, ekspor, diplomasi multitrack, diplomasi, Turki