

Peran PR dalam Membawa Cerita Lokal ke Panggung Global

Di tengah dunia yang makin mencari makna dan keaslian, karya lokal Indonesia hadir sebagai harta yang belum sepenuhnya digali. Gerakan Bangga Buatan Indonesia bukan cuma slogan, tapi panggilan untuk menyuarakan cerita di balik produk—tentang akar budaya, nilai sosial, hingga tangan-tangan terampil di baliknya.

Tapi pertanyaannya, siapa yang menyuarakan cerita itu ke dunia? Tentu saja jawabannya: PR.

PR Bukan Sekadar Publisitas Melainkan Jembatan Budaya

PR (Public Relations) berperan penting dalam:

- ☐ Mengangkat identitas lokal lewat narasi yang kuat
- ☐ Menyampaikan nilai budaya, keberlanjutan, dan keunikan kepada audiens global
- ☐ Menavigasi strategi komunikasi lintas budaya agar produk lokal tak hanya dikenal, tapi juga dicintai

Cerita Lokal yang Menembus Dunia

Saat ini banyak brand Fashion yang sudah naik ke panggung dunia. Berikut beberapa contoh brand yang berhasil mengangkat nama Indonesia lewat strategi PR yang kuat:

1. Toton Sidjojo

Cerita: Feminisme & budaya Indonesia dalam desain kontemporer

Langka PR yang diambil diantaranya Tampil di New York Fashion Week dan juga diliput Vogue & Harper's Bazaar. Dari langkah PR yang diambil membawa dampak yaitu diakui sebagai fashion disruptor Asia Tenggara

2. Batik Kultur by Dea Valencia

Cerita: Batik modern dengan nilai inklusivitas (mempekerjakan difabel)

Langkah PR yang mereka lakukan diantaranya adalah kampanye sosial dengan, tampil di forum wirausaha muda ASEAN. Kampanye ini kemudian memberikan dampak Batik Kultur sebagai brand batik yang memiliki makna sosial.

3. BINhouse by Obin

Cerita: Eksplorasi tekstil Indonesia sebagai karya seni hidup

Brand ini menggunakan beberapa approach PR yang cukup dalam seperti mengedukasi pasar, kemudian dilanjutkan dengan kolaborasi dengan museum serta kurator dunia. Yang kemudian mendapatkan dampak yaitu beberapa koleksi dari BINhouse dimiliki oleh kolektor dan tokoh internasional

4. Oscar Lawalata Culture

Cerita: Memadukan mode dan budaya dalam satu napas, mengangkat tenun & wastra

Brand Oscar Lawalata aktif di film dokumenter, ini merupakan salah satu upaya PR yang dilakukan. Selain itu, kurasi fashion di ajang budaya internasional juga dilakukan. Dan hasil dari beberapa langkah PR tersebut adalah diangkatnya Oscar Lawalata sebagai delegasi budaya Indonesia ke UNESCO

5. Peggy Hartanto

Cerita: Desain minimalis elegan dengan siluet khas Asia

Brand ini aktif berpartisipasi di ajang fashion week global, ini merupakan upaya PR yang baik. Upaya ini mendapatkan dampak yang positif yaitu produk mereka banyak digunakan dan tampil di red carpet juga media fashion internasional

PR Adalah Penjahit Cerita Bangsa

Di balik setiap brand hebat, ada PR yang menyulam cerita, menjahit makna, dan memperkenalkan karya Indonesia ke mata dunia. PR bukan hanya profesi, tapi peran strategis yang membawa bangsa ini tampil percaya diri di panggung global.

(Ditulis oleh *Fitri Frisdianti* referensi dari berbagai sumber)