

ABSTRAK

Busana atau pakaian pada mulanya hanya berfungsi sebagai penutup tubuh saja untuk melindungi diri dari teriknya matahari, dan sebagainya. Pengertian *fashion* adalah gaya berpakaian yang digunakan setiap hari oleh seseorang, baik itu dalam kehidupan sehari-hari maupun pada saat acara tertentu dengan tujuan untuk menunjang penampilan. Salah satu contoh penggerak *fashion* ialah desainer yang memamerkan karya melalui salah satu media komunikasi yaitu suatu *event* peragaan busana. *Jogja Fashion Week 2018* menjadi salah satu acara tahunan yang menyediakan tempat untuk para desainer Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi, inovasi dan motivasi yang didapat desainer terhadap gelaran karya *Jogja Fashion Week 2018*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi, wawancara mendalam kepada desainer Yogyakarta yang ikut berkontribusi pada gelaran *Jogja Fashion Week 2018*, dan dokumentasi gelaran karya *Jogja Fashion Week 2018* dari masing-masing desainer. Hasil penelitian ini menemukan bahwa persepsi desainer Yogyakarta dapat berupa persepsi positif dan negatif terhadap gelaran karya *Jogja Fashion Week 2018*. Persepsi desainer Yogyakarta terbagi menjadi dua kategori: Kategori yang pertama adalah desainer muda yang merasa termotivasi dan mendapat inovasi baru untuk menghasilkan karya setelah mengikuti gelaran *Jogja Fashion Week 2018*. Kedua adalah desainer senior yang merasa tidak termotivasi terhadap gelaran karya *Jogja Fashion Week 2018*. Persepsi tersebut dapat memengaruhi intensitas desainer dalam menghasilkan karyanya.

Kata Kunci : Persepsi, *Fashion*, Desainer, *Jogja Fashion Week 2018*

ABSTRACT

Clothing or fashion at first only functions as a cover of the body to protect itself from the hot sun, and so on. Understanding fashion is a style of dress that is used every day by someone, both in everyday life and at certain events with the aim to support the appearance. One example of a fashion driver is a designer who exhibits works through one of the communication media, namely a fashion show event. Jogja Fashion Week 2018 is one of the annual events that provides a place for Yogyakarta designers. This study aims to determine the perceptions, innovations and motivations obtained by designers towards the Jogja Fashion Week 2018 work title. This study uses a descriptive qualitative method by conducting observations, in-depth interviews with Yogyakarta designers who contributed to the Jogja Fashion Week 2018 event, and documentation of work titles Jogja Fashion Week 2018 from each designer. The results of this study found that Yogyakarta designers' perceptions could be positive and negative perceptions of the Jogja Fashion Week 2018 works. Yogyakarta designers' perceptions are divided into two categories: The first category is young designers who feel motivated and get new innovations to produce works after joining the Jogja Fashion Week 2018. The two are senior designers who feel unmotivated by the work title of Jogja Fashion Week 2018. This perception can affect the intensity of designers in producing their work.

Keywords: Perception, Fashion, Designers, Jogja Fashion Week 2018