

BAB II

KAMPANYE “*THE POWER OF CLOTHING*” UNIQLO

Bab ini menjelaskan lebih lanjut mengenai kampanye berkelanjutan yang dilakukan oleh Uniqlo. Selanjutnya, bab ini membantu untuk memahami misi dan tujuan dari kampanye berkelanjutan Uniqlo dan penjualan produk Uniqlo. Dengan demikian, berfokus pada beberapa data pendukung yang berhubungan dengan program-program kampanye dan manfaatnya di masyarakat.

2.1 Kampanye Berkelanjutan “*The Power of Clothing*”



Gambar 2. 1 Logo kampanye The Power of Clothing

(sumber: <https://www.uniqlo.com/jp/en/contents/sustainability/>)

Pada tahun 2022, kampanye berkelanjutan Uniqlo diluncurkan dengan nama, “*Join: The Power of Clothing*”. Kampanye ini dilakukan untuk mengajak konsumen berpartisipasi dalam aktivitas lingkungan yang diadakan oleh Uniqlo. Tujuan dari kampanye ini adalah untuk meningkatkan kesadaran konsumen akan masalah global yang terjadi, seperti polusi di laut dan untuk berupaya dalam menciptakan dunia yang lebih baik. Kampanye ini diawali dengan program penjualan produk Uniqlo yang terbuat dari 100% material yang didaur ulang, berupa boneka, tas, dan kaos. Produk-produk tersebut memuat desain *Doraemon Sustainability*

Mode, sebagai ambasadur dari Uniqlo Global Sustainability. Selanjutnya, inisiatif utama dari kampanye *The Power of Clothing* berfokus pada *products, the supply chain, employees, dan stores and communities*. Sementara itu, program berkelanjutan lainnya disederhanakan berdasarkan target tujuan, yaitu *planet, society, dan people*.



Gambar 2.6 Maskot Doraemon sustainability mode pada kampanye The Power of Clothing
(sumber: <https://www.uniqlo.com/jp/en/contents/sustainability/>)

UNIQLO Sustainability Activities



Gambar 2.5 Aktivitas berkelanjutan Uniqlo
(sumber: <https://www.uniqlo.com/jp/en/contents/sustainability/>)

- Aktivitas Berkelanjutan “*Planet*”

Uniqlo berupaya untuk melestarikan dan membuat produk terbaik dari sumber daya alam yang terbatas. Inisiatif Uniqlo bagi lingkungan dapat

dibedakan menjadi lima area, yaitu merespons perubahan iklim, peningkatan efisiensi energi, pengaturan sumber daya air, peningkatan manajemen limbah dan efisiensi sumber daya, dan pengelolaan bahan kimia. Beberapa program yang dilakukan berhubungan dengan *planet*, yaitu:

1. *Recycling Clothes* (Re.Uniqlo)
 2. *Produce Top-quality Clothing* (Blue Cyle Jeans, Responsible Down Standard, dan penggunaan material daur ulang)
 3. *Using Resources Effectively* (Inisiatif lingkungan pada proses produksi)
 4. *Setouchi Olive Foundation* (Penggalangan dana untuk melindungi dan melestarikan daerah terumbu karang dan kepulauan di laut pedalaman Seto Jepang)
 5. *Sustainable Tips* (*Reusable bags* dan tips perawatan pakaian)
- Aktivitas Berkelanjutan “*Society*”

Uniqlo berkontribusi pada perdamaian dan stabilitas di masyarakat. Hal ini dilakukan dengan melakukan kolaborasi bersama dengan berbagai komunitas untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik bagi masyarakat. Program *society*, yaitu:gb

1. *Refugee support* (Kerja sama global dengan UNHCR)
2. *Children’s Support and Action* (Program edukasi bagi anak-anak)

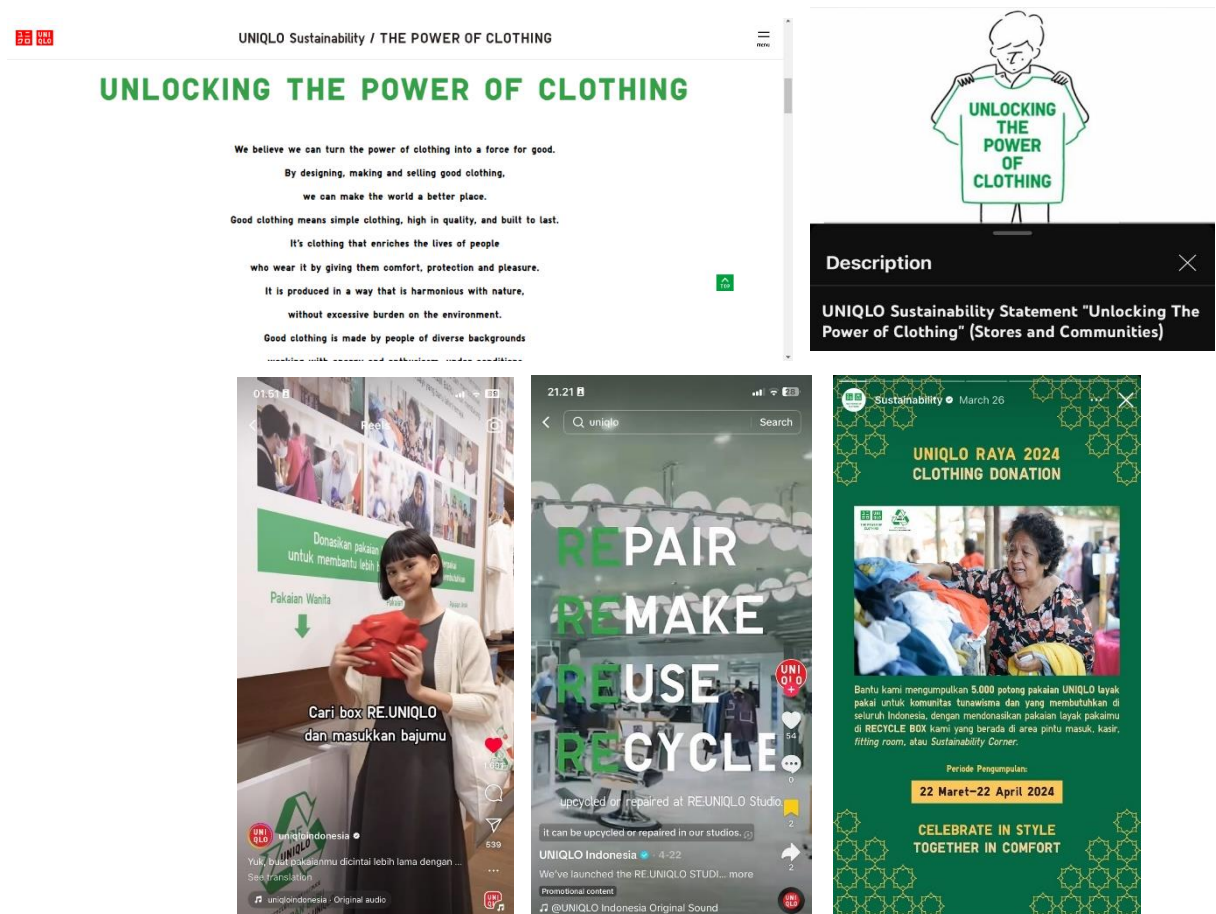
3. *Sports and Culture* (Bekerja sama dengan organisasi olahraga lokal dan museum kesenian menciptakan kegiatan pengembangan bagi anak-anak)
 4. *Disaster Relief* (Penggalangan dana untuk korban bencana alam)
- Aktivitas Berkelanjutan “*People*”

Pada *people*, Uniqlo menghormati perbedaan antar individu dalam mencapai kesuksesan tim. Dengan keberagaman yang terjalin pada pekerjanya, Uniqlo merangkul perbedaan menjadi kolaborasi yang kuat dalam menciptakan inovasi pakaian yang lebih baik. Program yang dilakukan, yaitu:

1. *Diversity Commitment* (Menghormati perbedaan pada setiap orang)
 2. *Worker Well Being* (Memprioritaskan keamanan dan kesejahteraan pekerja)
- Tagline

Kampanye *The Power of Clothing* memiliki tagline, “*Unlocking The Power of Clothing*” untuk menunjukkan komitmennya dalam mendesain, membuat, dan menjual *good clothing*. *Good clothing* berarti pakaian yang sederhana, berkualitas tinggi, dan dapat tahan lama. Selain itu, *good clothing* berinovasi untuk memberikan kenyamanan dan perlindungan bagi penggunanya, serta meminimalisasi pencemaran lingkungan dari proses produksi yang dilakukan. Dengan demikian, mencerminkan misi Uniqlo untuk selalu berupaya menuju masyarakat yang lebih berkelanjutan

Dalam mengomunikasikan program-program tersebut, kampanye *The Power of Clothing* menggunakan media online, yaitu Instagram (1,8 juta pengikut), Tiktok (803,4 ribu pengikut), Twitter (97 ribu pengikut), Youtube (103 ribu pengikut), dan situs web resmi Uniqlo.



Gambar 2.7 Konten media sosial Uniqlo mengenai kampanye *The Power of Clothing* (sumber: media sosial Uniqlo)

Selain pada media online, kampanye *The Power of Clothing* juga dilakukan di *offline store* Uniqlo, sebagai berikut.

1. Tempat Pengumpulan Baju Bekas



(sumber: dokumentasi pribadi)

2. Informasi Program Blue Cycle Jeans

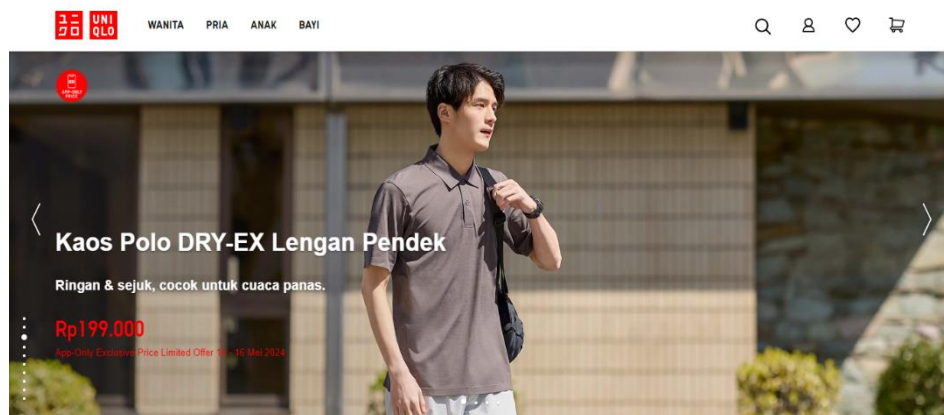


(sumber: dokumentasi pribadi)

Setiap tahunnya, Uniqlo menerbitkan laporan berkelanjutan yang dapat diakses oleh publik, berisikan data hasil dari program-program berkelanjutan yang dijalankan. Di tahun 2023, Uniqlo berhasil

menggunakan 8,5% material daur ulang dan material rendah emisi gas rumah kaca, serta 30% polyester yang didaur ulang. Saat ini, Uniqlo menargetkan pengurangan emisi di toko resmi dan kantornya sebanyak 90% pada tahun 2030. Sedangkan, pada ketenagakerjaan, Uniqlo telah mempekerjakan 53 pengungsi di Jepang, meningkatkan kesetaraan dengan 44,7% perempuan berada di posisi manajemen, serta mengumpulkan uang sebesar 800 juta yen untuk didonasikan ke organisasi kemanusiaan (Fast Retailing, 2022).

2.2 Informasi Produk Uniqlo

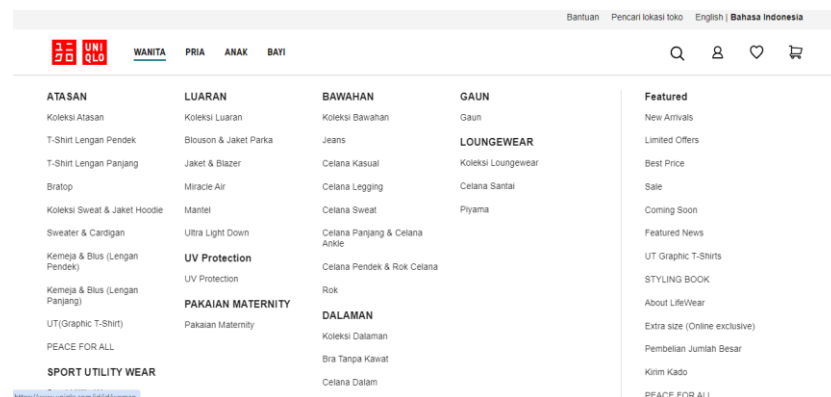


Gambar 2.8 Tampilan situs web resmi Uniqlo
(sumber: www.uniqlo.com)

Uniqlo merupakan merek pakaian global yang berfokus pada pakaian kasual sehari-hari. Saat ini, Uniqlo memiliki 2.434 toko di seluruh dunia dan penjualan FY2023 sebesar ¥2,3275 triliun (Fast Retailing, 2024). Menggunakan konsep LifeWear, Uniqlo menawarkan produk unik yang terbuat dari bahan berkualitas tinggi dan sangat fungsional dengan harga terjangkau, serta mengelola mulai dari pengadaan material, desain hingga produksi, hingga penjualan eceran. Konsep LifeWear adalah pakaian yang

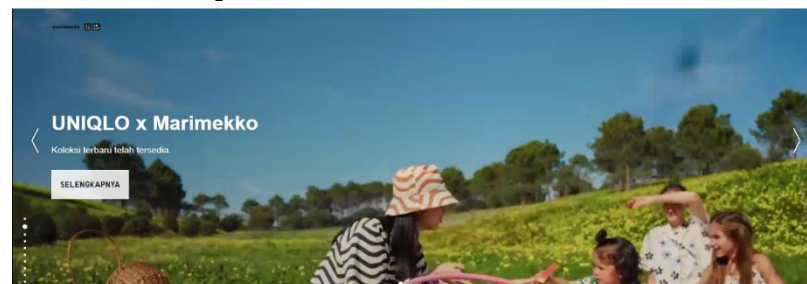
dirancang untuk membuat kehidupan setiap orang menjadi lebih baik. Pakaian esensial simpel dan berkualitas tinggi dengan nuansa keindahan, serta keterampilan dalam setiap detailnya.

Produk Uniqlo dikategorisasikan menjadi pakaian wanita, pria, anak, dan bayi. Selanjutnya, masing-masing kategori dibagi kembali berdasarkan jenis produknya, yaitu atasan, luaran, UV Protection, pakaian olahraga, bawahan, dalaman, *loungewear*, dan aksesoris. Produk-produk tersebut memiliki kisaran harga Rp 199.000–Rp 599.000.



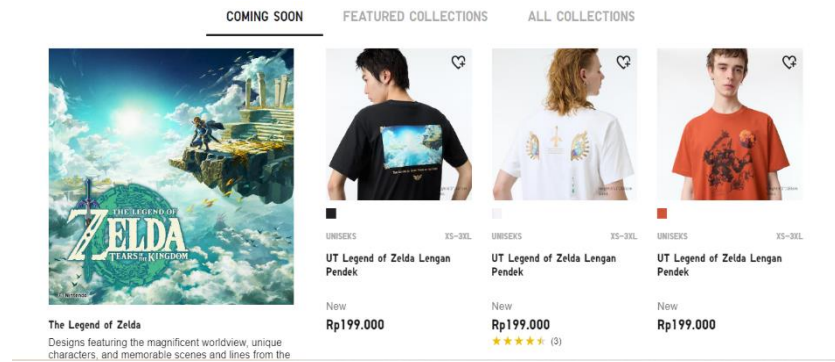
Gambar 2.9 Kategori produk pakaian Uniqlo
(sumber: www.uniqlo.com)

Dalam menciptakan produknya, Uniqlo juga melakukan kolaborasi dengan beberapa label busana, seperti Marimekko, Ines De Lafressange, JW Anderson, dan Comptoir Des Cotonniers.



Gambar 2.10 Kolaborasi Uniqlo dengan label busana
(sumber: www.uniqlo.com)

Adapula, UT Collection yang merupakan desain kaos Uniqlo yang berkolaborasi dengan animasi atau figur publik. Kolaborasi terbaru yang diluncurkan, yaitu UT Legend of Zelda.



Gambar 2.11 Kolaborasi UT Collection dengan The Legends of Zelda (sumber: www.uniqlo.com)

Uniqlo juga mengeluarkan koleksi khusus berkaitan dengan kemanusiaan dan perdamaian, yaitu koleksi *Peace for All*. Dari hasil penjualan koleksi tersebut, UNIQLO akan menyumbangkan keuntungan dengan jumlah yang setara (tidak kurang dari 20% dari harga jual) secara merata ke UNHCR, Save the Children Japan, dan Plan International Inc.



Gambar 2.12 Koleksi kaos Uniqlo, Peace for All (sumber: www.uniqlo.com)

Produk Uniqlo dapat dibeli, baik secara *offline* maupun *online*. Untuk membeli produk Uniqlo secara *online*, konsumen dapat menggunakan aplikasi Uniqlo. Dengan menggunakan aplikasi, produk yang dipesan dapat diantar ataupun diambil langsung ke *offline store* terdekat. Selain itu, Uniqlo pun memberikan beberapa keuntungan bagi konsumen yang menggunakan aplikasi untuk membeli produk pakaian Uniqlo.

APP BENEFITS



Gambar 2.13 Keuntungan membeli produk Uniqlo melalui aplikasi
(sumber: www.uniqlo.com)