

ZALORA

SIARAN PERS

ZALORA Bekerja Sama Dengan Magnum Untuk Meluncurkan Koleksi Barli Asmara dan Ikat Indonesia by Didiet Maulana di Jakarta Fashion Week 2018

ZALORA melansir koleksi kolaborasi eksklusif dari kedua desainer di JFW 2018

Jakarta, 26 Oktober 2017 – ZALORA, destinasi *fashion online* terbesar di Asia dengan bangga berkolaborasi dengan dua orang desainer ternama Indonesia untuk menghadirkan sebuah koleksi kapsul bagi pelanggan ZALORA. Tahun ini, Barli Asmara dan “Ikat Indonesia” by Didiet Maulana telah menyiapkan sederetan busana yang akan dijual secara eksklusif melalui *platform* ZALORA. Menggandeng es krim premium Magnum sebagai mitra, ZALORA akan menghadirkan koleksi busana siap pakai yang mengikuti *trend* terkini dan modern, dengan *twist* yang ceria.

Memegang komitmen untuk menjadi destinasi utama para penggemar *fashion* di Indonesia, ZALORA memilih Barli Asmara dan Ikat Indonesia by Didiet Maulana sebagai desainer mitra tahun ini. Dengan judul “Press Play”, kedua desainer mengambil inspirasi dari karakter wanita yang *fluid* serta memiliki banyak aspek. Lembut namun tangguh hingga feminin dan tetap *sporty*, koleksi ini diperuntukan untuk para wanita *sophisticated* yang masih menjaga sisi karakter *playful* mereka. Keseluruhan busana juga dapat dikenakan dari pagi hingga malam demi menunjang aktivitas wanita yang beragam.

CEO ZALORA Indonesia, Anthony Fung mengatakan, “Kami sangat bangga dapat mengajak Barli Asmara dan Didiet Maulana untuk menjadi bagian dari ZALORA. Ini adalah pertama kalinya sebuah e-commerce di Indonesia melakukan kolaborasi yang mendalam dengan desainer Indonesia untuk meluncurkan sebuah koleksi bersama. Busana-busana yang dihadirkan malam ini tak hanya mengusung gaya khas dari para desainer namun juga memiliki relevansi dengan pelanggan ZALORA.”

Amalia Sarah Santi selaku Head of Marketing Ice Cream PT. Unilever Indonesia Tbk. menanggapi, “*Fashion* adalah DNA yang penting di dalam seluruh kampanye Magnum, termasuk dalam kampanye #NeverStopPlaying yang kami gelar di sepanjang tahun 2017 ini. Selama kampanye, Magnum terus memberikan berbagai bentuk *pleasure* dan *excitement* yang begitu *playful* untuk memanjakan *pleasure seekers*, baik itu melalui inovasi kelezatan varian es krim coklat premium maupun rangkaian kejutan yang tak terlupakan lainnya – seperti kolaborasi kami dengan ZALORA kali ini.”

Selain berkolaborasi di dalam JFW 2018, kerjasama ZALORA dan Magnum diawali dengan program Magnum Fashion Giveaway 2, yaitu pemberian voucher ZALORA sebesar 20% tanpa pembelian minimum yang dapat diperoleh dengan menukarkan kode unik yang tertera pada stik es krim Magnum di www.magnumicecream.com – tanpa perlu diundi. Koleksi Barli Asmara dan Ikat Indonesia by Didiet Maulana pun bisa dimenangkan melalui program ini.

Mengenai koleksi yang ditampilkan, Sarah berkomentar, “Kami sangat puas dengan kolaborasi ini, karena koleksi ‘Press Play’ yang dihadirkan oleh Barli Asmara maupun Didiet Maulana di pentas JFW 2018 malam ini sangat sesuai dengan tema dan *spirit* dari kampanye #NeverStopPlaying. Kami yakin kolaborasi ini akan semakin menginspirasi para *pleasure seekers* untuk mengekspresikan sisi *playful* dari diri mereka, tentunya melalui *fashion*.”

ZALORA

Desainer Barli Asmara mengambil inspirasi dari feminitas wanita. Terkenal akan ciri khasnya yang banyak menggunakan detail tiga dimensi serta kerajinan tangan dalam negeri, ia kemudian mentranslasikan idenya ke dalam koleksi dalam bentuk *ruffles* yang berjuntai hingga aksentuasi kerut pada busana. Namun, karena ia meyakini tak ada seorang wanita pun yang 100% hanya menggemari gaya feminin saja, ia menggunakan palet warna monokromatis yang cenderung gelap seperti hitam, abu-abu, *navy* dan putih. Material yang digunakan juga beragam, mulai dari katun, *scuba* hingga *crepe*.

Sementara itu, Didiet Maulana untuk labelnya “Ikat Indonesia”, menggabungkan tradisi dan gaya kontemporer Indonesia yang dirancang untuk wanita modern. Terinspirasi oleh pagoda Bali, koleksi ini mencerminkan filosofi arsitektur Bali yang menghadirkan siluet modern dan digital menggunakan teknik ikat tradisional. Prinsip-prinsip simetri yang penuh harmoni membentuk elemen inti dari koleksi ini, sambil menyoroti penjabaran bentuk organik dan struktural pagoda. Narasi filsafat Bali yang menghormati individualitas muncul lewat fleksibilitas pakaian serta kenyamanan tanpa mengorbankan estetika.

Koleksi kedua desainer tersebut hadir secara eksklusif lewat ZALORA. Mengulang kesuksesan tahun lalu, ZALORA kembali mengusung konsep *see now buy now* yang memungkinkan para pelanggan untuk dapat mengakses dan membeli rancangan Barli Asmara dan “Ikat Indonesia” by Didiet Maulana segera saat *show* sedang berlangsung.

Selanjutnya, ZALORA pun memahami bahwa para pecinta ZALORA adalah mereka yang akrab akan ranah digital serta *always on the go*. Menjawab keinginan mereka yang ingin ikut ambil bagian dalam Jakarta Fashion Week namun tidak dapat hadir, ZALORA pun bekerja sama dengan CNN Indonesia untuk menampilkan tayangan *live streaming* yang dapat disaksikan di ZALORA lewat *desktop*, *mobile web* serta aplikasi dan lewat channel CNN Indonesia di Youtube.

Untuk melihat koleksi eksklusif dari kolaborasi ZALORA dengan kedua desainer tersebut, kunjungi www.zalora.co.id/jakarta-fashion-week

-Selesai-

TENTANG ZALORA GROUP:

ZALORA Group adalah destinasi *fashion online* terbesar di Asia Pasifik. Didirikan pada tahun 2012 di Asia, mulai dari Singapura, Indonesia, Malaysia & Brunei, Filipina, Hong Kong dan Taiwan dan beroperasi sebagai ZALORA. ZALORA adalah bagian dari Global Fashion Group, *fashion online group* terbesar untuk pasar negara berkembang. Situs lokal ZALORA Group menawarkan koleksi merk internasional dan lokal kualitas terbaik untuk seluruh kategori pakaian, sepatu, aksesoris, dan kategori kecantikan untuk pria dan wanita. Menawarkan hingga 30 hari *free return*, *speedy delivery* dalam waktu 3 jam di beberapa negara, pengiriman gratis untuk minimal pembelian tertentu, dan beberapa metode pembayaran termasuk *cash on-delivery*, ZALORA Group is the *online shopping destination with endless fashion possibilities*.

TENTANG ZALORA INDONESIA:

Zalora.co.id menawarkan ribuan koleksi top *fashion brand* lokal dan internasional serta lebih dari 70.000 produk pakaian, sepatu, tas, aksesoris, busana muslim dan kosmetik untuk pria dan wanita. ZALORA Indonesia memberikan pengalaman belanja mudah dengan harga terjangkau serta pelayanan pelanggan terbaik di kelasnya untuk seluruh Indonesia. Di antaranya, layanan bayar di tempat saat barang datang (COD) di 115 kota seluruh Indonesia, pengiriman 1-3 hari untuk wilayah Jakarta dan 2-6 hari untuk wilayah luar Jakarta serta garansi 30 hari uang kembali dan untuk penukaran barang.

ZALORA

TENTANG PT UNILEVER INDONESIA TBK:

PT Unilever Indonesia Tbk telah beroperasi sejak tahun 1933 dan telah menjadi perusahaan fast moving consumer goods terdepan di pasar Indonesia. Unilever Indonesia memiliki 39 brand yang terbagi dalam 4 kategori, Personal Care, Home Care, Food dan Refreshment. Unilever Indonesia telah 'go public' pada tahun 1982 dan saham-sahamnya tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia.

Unilever berkomitmen tinggi untuk tetap melaju dan maju bersama Indonesia. Di tahun 2017, penjualan bersih Unilever Indonesia mencapai Rp 10,8 triliun dimana HPC dan FNR bertumbuh sebesar 6,7% dan 13,1% YoY. Pada Kuartal I 2017, Unilever menutup pertumbuhan Perseroan pada tingkat 8,6% YoY. Profitabilitas semakin meningkat dimana margin laba bersih naik 237 bps; dengan laba bersih lebih tinggi 24.9% dibandingkan periode yang sama tahun lalu.

Unilever memiliki sembilan pabrik yang berada di Cikarang dan Rungkut. Pada tahun 2016, seluruh pabriknya telah mendapatkan sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Secara global, pada tahun 2010 Unilever meluncurkan Unilever Sustainable Living Plan, strategi untuk terus mengembangkan bisnisnya seraya mengurangi setengah dampak lingkungan yang ditimbulkan dan meningkatkan dampak sosial bagi masyarakat. USLP memiliki tiga tujuan utama:

1. Meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan 1 milyar orang pada 2020
2. Mengurangi setengah dari dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasi bisnisnya pada 2030
3. Meningkatkan penghidupan jutaan orang pada 2020

Untuk mengetahui lebih jauh mengenai capaian USLP silahkan kunjungi: <https://www.unilever.co.id/sustainable-living/> dan untuk informasi lainnya tentang Unilever Indonesia dan brand, silahkan kunjungi www.unilever.co.id dan aset sosial media kami, Twitter dan Instagram @UnileverIDN, Facebook Unilever ID dan Youtube Unilever Indonesia

Kontak Media:

Lily Marpaung Sambuaga – PR Manager

08119915855

Lily.Marpaung@id.zalora.com

Jessica Theresia – Senior PR Executive

085780790972

Jessica.Theresia@id.zalora.com