

Lebih untung pakai IPOT.

Dapat jatah IPO berkelas,
fee trading jadi bisa GRATIS!

Ilustrasi lengkap, lihat di www.ipotindonesia.com

IPOT The Ultimate Online Trading Experience (021) 5793 1200



AP/NOUSHA SALIMI

AKSI AXL: Vokalis Guns N 'Roses Axl Rose (kanan) dan Gitaris DJ Ashba beraksi di atas panggung dalam sebuah konser musik di Pulau Yas, Abu Dhabi, Uni Emirat Arab kemarin.

Pergelaran musik tersebut merupakan rangkaian dari penyelenggaraan konser beberapa grup band AS di Abu Dhabi selama beberapa bulan terakhir.

Gairah dan geliat dunia kreatif

OLEH EDWINA
Kontributor *Bisnis Indonesia*

Ketika *compact disc* dan *MP3 player* menjadi pilihan banyak orang untuk mendengarkan musik, nasib kaset dan *video tape* pun tersingkirkan. Mereka terenggok di tempat sampah. Namun di tangan Giffarin Rindiwandana, gulungan kaset dan video itu disulap menjadi *dress* cantik.

Dress selutut berpotongan *one shoulder* ini terbuat dari gulungan pita kaset dan *video tape* bekas. Giffarin yang masih berusia 21 tahun ini memanfaatkan kaset dan *video tape* yang fungsinya telah tergantikan *compact disc* dan *MP3 player*.

Selain *dress* berbahan pita kaset, ada *dress* bercorak warna-warni menyerupai piksel warna, gaun berwarna *off white* yang menyerupai angsa tetapi terinspirasi dari lukisan *The Last Judgment* karya Michaelangelo, dan *dress* bercorak *tie-dye* bertema sirkus.

Gaun karya Giffarin adalah salah satu dari lima karya desainer muda yang tergabung dalam organisasi Indonesia Sketch. Indonesia Sketch adalah salah satu partisipan dalam Epiwalk Creativefest.

Epiwalk Creativefest diselenggarakan oleh Epicentrum Walk sejak 10 Desember hingga besok. Acara ini merupakan festival yang menggabungkan pameran seni dan kreatif, *modern art*, gaya hidup urban, musik indie, film, dan kuliner.

Selain Indonesia Sketch, berbagai karya peserta Djarum Black Innovation Awards (BIA) selama 3 tahun turut dipamerkan. Karya teranyar pemenang BIA 2010, yakni Garbex karya Leonardo Bayu Adi Prasetya, Cargo Trolley Modular karya Algi Ramdhan Pangestu, Track karya Feri Wibawa, dan Travelia karya Arie Kurniawan menarik perhatian pengunjung.

Karya kreatif yang juga ditampilkan di festival ini adalah *customized sneakers* dan *designer toys*. Tidak terbayangkan jika *sneakers* dibentuk menyerupai tank militer, penyimpanan perlengkapan seperti *handphone*, peniti, dan rautan hingga dikreasikan menjadi bertekstur halus seperti rumput.

Designer toys atau lebih dikenal sebagai *urban toys* berbentuk figur

yang unik, terbuat dari plastik dan diproduksi terbatas. *Customized sneakers* dan *designer toys* ini dinaungi oleh Redbox Active Comm.

Epiwalk Creativefest menampilkan banyak karya kreatif dan tersebar di seluruh area Epicentrum Walk. Tidak hanya produk inovatif, gaun karya desainer, *customized sneakers* atau *urban toys* yang dipamerkan tetapi juga poster, foto, dan tata ruang.

"Epicentrum Walk bercita-cita menjadi tempat yang menginspirasi pengunjungnya untuk kreatif. Salah satu cara untuk mewujudkan tujuan tersebut diadakanlah festival ini di mana berbagai karya kreatif berkumpul dalam satu wadah," ujar Commercial Leasing Director PT Bakrie Swasakti Utama Aninditha A. Bakrie di Jakarta, pekan lalu.

Sisi komersial

Menurut dia, berbagai karya kreatif ini terpilih karena merepresentasikan *style* Epicentrum Walk yang modern, kreatif, urban, dan unik. Namun, tidak hanya poin kreatif yang ditekankan tetapi juga bernilai ekonomi.

"Kami berpikir jika tidak semua seni itu idealis melainkan bisa komersial. Jika terlalu berbau independen, rasanya terlalu *segmented* karena Epicentrum Walk adalah *commercial place*. Kami mencoba memadukan sisi komersial dengan kreatif melalui festival ini," tuturnya.

Epiwalk Creativefest juga menampilkan atraksi seni urban, seperti *street dance*, perkusi, dan *beat box*. Festival ini juga memberikan edukasi kepada pengunjung melalui lokakarya yang digelar setiap hari. Pengunjung yang penasaran ingin membuat grafiti, bisa menyaksikan demo pembuatannya.

Penggemar fotografi bisa sekaligus menyalurkan hobi memotret dengan mengikuti lokakarya dan perburuan foto. Penyuka kuliner juga bisa merasakan pengalaman mencicipi masakan kreasi beberapa *tenant foods & beverages* Epicentrum Walk. Chef Haryo dari *Asian Food Channel* turut berbagi resep masakan kreatif kepada pengunjung.

Salah seorang pengunjung, Febyranty Putri, berpendapat festival ini cukup menarik karena menampilkan hasil kreativitas yang

unik dan menarik. Mahasiswa Universitas Bakrie ini terpukau dengan karya finalis IBA yang inovatif dan fungsional.

"Tetapi, jumlah karya yang dipamerkan sedikit. *Art performance*-nya juga tidak variatif. Saya harap jika diadakan lagi, karya kreatif diperbanyak dan variatif," paparnya.

General Manager Promotion & Public Relations Epicentrum Walk Tommy Pratomto mengakui jika pelaksanaan Epiwalk Creativefest perlu diperbaiki tahun depan dengan memperbanyak peserta dan mengatur penempatan produk kreatif.

"Kami mengharapkan acara musik Synchronize Indie Music Festival Session 2 pada 18-19 Desember menjadi magnet untuk memperbanyak jumlah pengunjung, menjelang festival berakhir."

Aninditha juga mengemukakan Epiwalk Creativefest berencana menjadi perhelatan tahunan yang diadakan Epicentrum Walk. Oleh karena baru pertama kali diselenggarakan, Aninditha dan tim masih meraba-raba pengemasan yang pas untuk festival berikutnya.

Pernyataan Aninditha turut diamini Tommy. Dia berpendapat Epiwalk Creativefest berikutnya akan diadakan selama seminggu agar lebih padat, efisien, dan praktis. Dia mengakui sudah kebanjiran permintaan dari penggiat industri kreatif dan musisi indie untuk berpartisipasi di Epiwalk Creativefest berikutnya.

"Kami bercita-cita membuat Epiwalk Creativefest menjadi sebesar Pasar Seni ITB atau UrbanFest."

Pendiri sekolah animasi HelloMotion Academy dan pemrakarsa Hellofest Wahyu Aditya berpendapat pihak penyelenggara harus konsisten dalam menyelenggarakan festival. Festival harus dijalankan dengan komitmen serius untuk jangka panjang, bukan promosi jangka pendek.

"Bagi pelaku industri kreatif, festival menjadi ajang untuk memacu agar lebih kreatif sekaligus mencari bibit-bibit penerus. Festival dengan tema kreatif atau urban juga diharapkan bisa menginspirasi orang lain untuk kreatif," kata Wahyu. (redaksi@bisnis.co.id)

Pria Inggris ingin sewangi Beckham

Belanja parfum cowok Britania US\$605 juta

ANTARA

JAKARTA: Pria Inggris dan Italia untuk Natal kali ini memimpikan bisa memiliki wangi tubuh bak selebritas, ungkap sebuah survei yang dirilis kemarin.

Minat memiliki parfum selebritas telah menjadi tren di kalangan pria Inggris dalam 3 tahun terakhir dan hanya dikalahkan oleh minat serupa dari pria Italia yang menduduki peringkat pertama di Eropa.

Hal itu merupakan kesimpulan sebuah survei terhadap 1.000 orang di Eropa yang dilakukan konsultan riset konsumen Mintel.

Sebanyak 6% pria Inggris memiliki parfum yang dipakai selebritas seperti pesepak bola David Beckham atau meningkat dari 2% dibandingkan 2007 dan hanya setengah animo berparfum selebritas dari kalangan wanita yang dalam survei ini mencatat angka 16%.

Tiga perempat pria Inggris mendapatkan parfum pada Hari Natal di mana para ayah di negara tersebut, terutama mereka yang mempunyai anak usia di bawah 5 tahun, adalah mereka yang paling ingin memiliki wewangian khas selebritas.

Vivienne Rudd, analis kecantikan senior Mintel Eropa, mengatakan pria memedulikan wangi tubuh guna menaikkan penampilan dan

kepercayaan dirinya yang adalah faktor terpenting ketika keamanan kerja dan meningkatnya pengangguran menjadi masalah.

"Peningkatan animo berparfum selebritas dari para lelaki adalah refleksi dari keinginan itu di samping pangsa pasar dewasa ini," ujarnya.

Pasar parfum pria terus bertumbuh di tengah dunia yang didera krisis keuangan global walaupun

pertumbuhan itu lebih lambat.

Sebagai gambaran, menurut survei Mintel, tahun lalu pria Inggris mengeluarkan 388 juta pound sterling (US\$605 juta) untuk membeli barang fesyen itu dan hingga akhir tahun ini penjualan parfum pria ditaksir mencapai hampir 400 juta pound sterling.

Pria Inggris hanya kalah dari pria Itali dalam hasratnya membeli parfum selebritas.

Di antara lima negara besar Eropa, 8% pria Itali memiliki parfum selebritas, sedangkan di Spanyol hanya 6% pria yang menginginkan sama. Di Prancis dan Jerman jumlah itu masing-masing 4%.

Pria Italia juga menjadi kelompok paling bersemangat dalam menyenangkan pasangannya, di mana sekitar 22% dari mereka mengaku

mengenakan parfum yang disukai pasangannya, dibuntuti pria Spanyol dengan 21%, pria Jerman 20% dan lelaki Prancis 19%, pria Inggris mengikuti di belakang dengan 18%.

Meskipun begitu, pria Inggris memimpin dalam jumlah parfum yang dimiliki, di mana 6% pria asal Britania itu memiliki antara enam sampai sepuluh botol parfum, dibandingkan dengan 4% di Jerman dan Italia serta 3% di Prancis dan Spanyol.



David Beckham

BLOOMBERG

ADIRA FINANCE

SELAMAT KEPADA

BAPAK STANLEY SETIA ATMADJA

atas

"LIFE TIME ACHIEVEMENT IN MULTIFINANCE BUSINESS"

&

PT. ADIRA DINAMIKA MULTI FINANCE Tbk

atas

"PENGHARGAAN PERUSAHAAN PEMBIAYAAN TERBAIK 2010"

dari

ASOSIASI PERUSAHAAN PEMBIAYAAN INDONESIA



CARA MUDAH BERLANGGANAN *Bisnis Indonesia*

Kirim SMS ke:

0811
887
123

Kirim email ke:

sirkulasi@bisnis.co.id

NEW YEAR'S EVE CELEBRATION "NIGHT OF 1000 MASKS"
GRAND SAHID JAYA, DECEMBER 31st, 2010
Fill your heart with new hopes, reach out for new opportunities and celebrate New Year's Eve & Countdown 2011
Center Stage Entertainment Proudly Presents
The Living Soul Band
Benders Production Dancers
DJ Edho
Tarrot Reader Denya
With lots of games, prizes and lucky draw
For information and reservation, please contact:
Phone: (021) 570 4444
e-mail: marketing@hotelsahidjaya.com