

# ACHEVÉ

mandiri

EDISI 1 2022

---

## BERSIAP MENGHADAPI SEMESTA BARU

---

**Meta Semesta, pembentuk komunitas virtual  
generasi baru yang saling terhubung**

[mandiriwealthmanagement.com](https://mandiriwealthmanagement.com)



**BUMI** UNTUK INDONESIA

**mandiri**  
prioritas



**welcome gift  
hingga Rp2 juta  
untuk nasabah baru**

Segera bergabung dengan mandiri prioritas  
dan dapatkan *cashback*-nya.

Info: [bmri.id/wgift](http://bmri.id/wgift)

**mandiri** call 14000  
f Bank Mandiri @bankmandiri  
Bank Mandiri @bankmandiri



Bank Mandiri Terdaftar dan  
Dioverasi oleh Otoritas Jasa Keuangan



200000  
plus  
keuntungan

Serta Mempunyai Peserta  
Penjamin LPS



LEMBAGA  
PENJAMIN  
SIKAPALAK

# editorial



*Pembaca yang tercinta,*

Kuartal pertama di tahun 2022 sudah hampir kita lalui. Pembatasan sosial perlahan sudah mulai dilonggarkan, bahkan bagi mereka yang berencana mudik di saat Idul Fitri sudah diberi lampu hijau oleh Pemerintah. Ini adalah berita bagus yang dinantikan banyak pihak. Semoga situasi dan kondisi yang makin baik ini tetap terjaga dan kita tidak lalai menjaga diri agar pandemi segera usai.

Kami senantiasa berupaya untuk membawa kabar baik untuk Anda; salah satu yang dibahas pada terbitan kali ini adalah tentang geliat dunia saat ini menyambut semesta baru (metaverse) yang diyakini akan semakin kuat di masa mendatang pada berbagai sektor penting. Akselerasi dunia digital akan makin terasa dan segera membawa kita pada gaya hidup baru yang serba praktis. Siapa yang tercepat beradaptasi, dialah yang akan menuai hasil yang optimal.

Simak berbagai ulasan menarik kami, yang juga membahas seni, inspirasi, juga beragam rekomendasi terkini. Adalah tujuan kami untuk terus memberi yang terbaik untuk Anda, para pembaca Achevee yang setia.

Mari tetap semangat dan bersinergi demi kehidupan yang semakin baik.

Salam,

AQUARIUS RUDIANTO

*“We believe the metaverse will be the successor to the mobile internet. We’ll be able to feel present – like we’re right there with people no matter how far apart we actually are.”*

– Mark Zuckerberg

## redaksi

### Dewan Redaksi

Ursula Sista Pravesthi  
Febi Sudradjat  
Pandu Dewantara S.

### Redaktur Pelaksana

Dian Puspasari  
Vera Feberiani Sitorus  
Fahmi Abdul Aziz  
Randy Andrian  
Agus Santoso

## diterbitkan oleh

### PT Bank Mandiri (Persero) Tbk.

Wealth Management Group  
Gedung Plaza Bapindo  
Menara Mandiri 1 Lt.22  
Jl. Jend. Sudirman Kav.54-55  
Jakarta Selatan 12190  
T: (021) 3002 8718  
F: (021) 230 00714  
E: helpdesk.markom@bankmandiri.co.id

## bekerjasama dengan

### GC Creative House (GCM Group)

Jl. Sukabumi No.36, Menteng  
Jakarta Pusat 10310

Untuk pemasangan iklan, hubungi:  
Anggia Stefani | T: 0812-1379-5131  
E: anggia.stefani@gcmgroup.id

Seluruh artikel di dalam majalah ini tidak diperbolehkan untuk direproduksi tanpa izin khusus dari penerbit. Mandiri Prioritas dan GC Creative House (GCM Group) bertanggungjawab untuk setiap pandangan dan pernyataan yang tertulis di dalam majalah ini, termasuk untuk artikel-artikel yang direproduksi dari sumber-sumber lain. Penerbit tidak bertanggungjawab terhadap klaim yang terdapat di dalam halaman-halaman iklan majalah ini, dan penerbit juga berhak untuk menerima atau menolak iklan berdasarkan penilaian tersendiri.

# contents

Edisi I • 2022



Cover : 123RF

## trend

6 Story of an Anatomy

7 Sparkling Stars

## priority event

9 Kemeriahan Perayaan Tahun Macan Air

## 12 Webinar

Desakan Pertumbuhan Ekonomi Hijau

## 15 Webinar

Tingkatkan Investasi Melalui Tax Amnesty Jilid 2

## 18 Webinar

Dukung Pemulihan Ekonomi dengan PPS

## 21 Webinar

Kualitas Hidup Lebih Baik dengan Terapi Stem Cell

## fashion notes

23 Balletcore Fashion, Elegant Yet Wearable

## beauty news

30 Show the Glow: Kulit Sehat Bercahaya

## nutrition facts

32 MSG, Masihkah Kontroversial?

## highlights

34 Selamat Datang di Kehidupan (Virtual) Baru

## today's business

40 Business Opportunities dalam Semesta Baru

## success story

46 Kus Marindi Menang Tanpa Utang

## 50 Charles

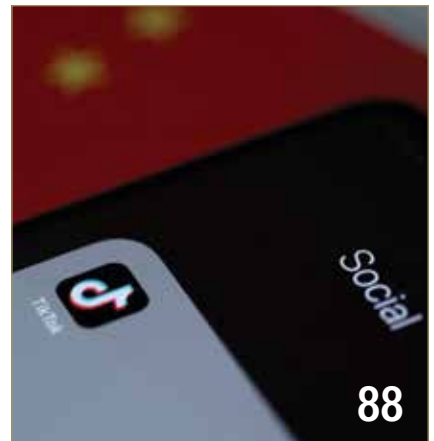
Kunci Sukses: IP Harus Mumpuni

## 54 Tetty Sinuhadji

Jatuh Cinta Berawal dari Keterpaksaan



67



88



94



98



108

### inspiration

58 Kendali Diri

### wealth management

60 Studi Lombard Odier: Diversifikasi Portofolio di tengah Ketidakpastian

62 Investasi di Sektor Teknologi dan Digital Menjadi Bekal Pemulihan Ekonomi Nasional

### market outlook

67 Mencermati Tren NFT

### healthy & fabulous

71 Pulih dari Long Covid dengan Olahraga

### feng shui

74 Secercah Harapan di Tahun Macan Air

### lifestyle her

76 Sleepwear yang Naik Kelas: Chic & Santai

### lifestyle his

80 Dari Barak Militer Jadi Potongan Paling Sempurna

### automotive

84 Radar Tertuju Kepada Standar Emisi Euro 4

### who's who

88 The New Gen of Celebrities: Berjaya dari Konten Singkat

### techno

92 Gerbang Metaverse Telah Dibuka

### home

94 Maksimalis Gaya Baru: Mendobrak Tren Hunian Serba Lapang dan Minimal

### leisure

98 Liburan untuk Self-Healing

### art

104 Art Trend 2022: Figurative Art – A Return of Representation

### culinary

108 Eksotika Kuliner Rekomendasi Media Sosial

### 113 promo

### 114 travel & lifestyle privileges



### *Louboutin Angels*

**Christian Louboutin** baru saja melansir koleksi bertajuk “*Our Angels*” pada awal Februari 2022 yang dapat dikenakan laki-laki atau wanita. Koleksi ini terinspirasi dari ikon gaya *glam-rock* yang terdiri dari empat sepatu bot, empat sepatu bot setinggi lutut, dan satu sepatu bot di atas lutut. Hadir dalam material kulit hitam, kulit bermotif macan tutul, material beledu, dan satin.



### *Anatomy of Couture*

**Valentino** untuk koleksi Haute Couture musim Semi dan Panas 2022 menarasikan sebuah keindahan Haute Couture yang berubah seiringnya waktu. Eksplorasi tentang tubuh manusia dalam pendekatan romantisme, secara ilmiah, dan sensualitas.

Sebuah pembelajaran bahwa kecantikan tidaklah milik satu jenis tubuh dan seiringnya waktu, setiap figur dapat mengekspresikan tentang ragam kecantikan, Sehingga kali ini Valentino Haute Couture menghadirkan ragam model dengan berbagai usia dan tipe tubuh.

## STORY OF AN ANATOMY

*Saatnya seluruh individu tampil memukau*

### *Sapto Djojokartiko New Boutique*

**Sapto Djojokartiko** yang terkenal akan pakaian bermotif bordir buatannya sendiri yang terinspirasi dari ragam motif kain serta seni Nusantara membuka butik keduanya di Plaza Indonesia. Dengan Façade yang sedikit berbeda dengan butik Plaza Senayan, kayu mendominasi bagian ‘wajah’ butik, namun, tetap minimalis pada bagian interior. Dilengkapi pula karya seni pada bagian tengah ruangan sebagai *focal point* yang estetik.



### *Tropical Mirage-Like*

Seiring komitmennya akan praktik berkelanjutan, Cult Gaia yang terkenal akan tas Bamboo Ark bernuansa arsitektur kembali hadir dengan kreasi terbarunya. Merek fashion berbasis Los Angeles ini memasukkan konstruksi berkualitas tinggi dengan bentuk yang kontemporer, yang terinspirasi dari distorsi fatamorgana dari sore hari di negeri tropis. Pada musim ini, warna-warna mewah hadir di seluruh koleksinya.



### *Limelight Gala*

Nama yang berasal dari acara yang pertama kali terjadi pada tahun 1970-an, sebuah pesta besar untuk komunitas **Piaget** berkumpul dan berpesta. Saat ini, koleksi **Limelight Gala** menggambarkan kekayaan inspirasi dari masa yang memukau dan menjadi ikon femininitas. Limelight Gala Aventurine dalam case yang melengkung berbahan dasar emas putih yang bertaburkan 62 berlian, berbentuk asimetris, dengan *dial* berbahan kaca asal Venesia abad ke-17 dan kawasan pembuatan kaca yang terkenal di Murano, aventurine menambahkan tembaga oksida ke kaca yang menirukan bintang-bintang di galaksi.



### *The Synesthésie Necklace*

**Cartier** kembali dengan koleksi *high jewelry* yang diberi nama **Sixieme Sens**. Salah satu yang paling menarik perhatian adalah sebuah kalung dengan batu Zamrud asal Kolombia yang secara total 35,47 karat, berpadu dengan *turquoise*, berlian *brilliant-cut* atau berpotongan kotak. Sesuai dengan tradisi Cartier, kalung *Synesthésie* dapat dikenakan tiga cara dengan liontin atau *tassel* bagian tengah dapat dilepas menjadi bros adalah salah satu caranya.

## SPARKLING STARS

*Gaya inspirasi nan feminin*

### *The Heteractis Ring*

Sebuah cincin yang didesain seperti Anemon laut. Anemon laut yang terdapat batu safir Srilanka dengan total 7,89 karat dalam *cushion-cut* yang merupakan tipikal Cartier. Terdapat pula sepuluh batu zamrud berbentuk kotak sejumlah total 4,83 karat dari Panjshir, Afghanistan. Warna biru dan hijau terinspirasi dari kostum Russian Ballet Serge Diaghilev dari tahun 1909.



### *Tissot Valentine's Day*

Jam tangan Tissot memang ditujukan untuk menemani Anda di setiap momen berharga di hidup Anda. Oleh karena itu tahun 2022, Tissot mempersembahkan Tissot Bellissima dan Tissot Carson Gent Premium Moonphase sebagai simbolisasi cinta yang abadi dan berharga sebagai hadiah hari Valentine. Tissot Bellissima berdiameter 26 mm, dengan case berbahan baja dan *rose gold* berlapis PVD, *water resistant* hingga 50 m, *crown* dari keramik putih berbentuk *cabochon*, dengan kaca *sapphire*, dan rantai dari baja serta *rose gold* berlapis PVD. Sedangkan untuk pria berdiameter 40 mm, berbahan baja untuk case, *water resistant* hingga 50 m, dengan kaca *sapphire*, mesin ditambah untuk fungsi *moonphase*, dan rantai dari baja dengan pengunci bertipe *butterfly*.



**BUMN** UNTUK  
INDONESIA

**mandiri**  
prioritas

# cicilan 0% s/d 36 bulan\*

## kartu kredit

Periode program hingga 31 Desember 2022.

\*Info: [bmri.id/timeINTL](http://bmri.id/timeINTL)



### Luxury Watches & Jewelry

BELL & ROSS | BREITLING | CARTIER | CHOPARD  
INTIME | TAG HEUER | THE TIME PLACE | TISSOT

### Luxury Fashion

BERLUTI | CELINE | ERMENEGILDO ZEGNA | FENDI  
LUMINE | TORY BURCH | VALENTINO



segera download





# KEMERIAHAN PERAYAAN TAHUN MACAN AIR



## *Perjumpaan dengan para nasabah Prioritas dalam perayaan Imlek 2022 di Medan dan Surabaya.*

Tahun Baru Imlek yang jatuh pada 1 Februari 2022 lalu diperingati oleh para nasabah Bank Mandiri di Surabaya dan Medan. Pergantian Tahun Baru yang dilambangkan sebagai tahun Macan Air ini menggambarkan kepercayaan diri tinggi dan semangat untuk berani keluar dari zona nyaman serta mengambil risiko untuk meraih kesuksesan.

Sebagaimana tahun-tahun sebelumnya, Bank Mandiri selalu menggelar *customer gathering* guna menyambut datangnya tahun baru. Acara ini juga bertujuan untuk meningkatkan loyalitas dan kepercayaan nasabah terhadap Bank Mandiri. Di kota Medan, kegiatan *gathering* ini diadakan di Hotel JW Marriot pada 3 Februari 2022, sedangkan pada tanggal 7 Februari 2022 digelar meriah di Hotel Westin Surabaya.

Menurut rencana, *customer gathering* menyambut pergantian tahun ini juga akan diselenggarakan di

Jakarta. Namun sayangnya karena adanya pemberlakuan kembali PPKM di Jabodetabek, acara tahunan ini terpaksa dibatalkan.

Event ini dihadiri oleh Direktur Utama Bank Mandiri, **Darmawan Junaidi** dan **Alexandra Askandar** selaku Wakil Direktur Utama, bersama nasabah dan calon nasabah Bank Mandiri terutama dari Corporate Banking, Commercial Banking, dan unit bisnis ritel. Terdapat sebanyak total 150 nasabah terpilih yang menghadiri acara tersebut.

Acara dibuka dengan penampilan dari UV Lion Dance, pertunjukan barongsai dan prosesi Angbao Ya Sui. Acara semakin meriah dengan penampilan memukau dari **Angela July**, pemain harpa sekaligus penyanyi yang talentanya sudah diakui luas. Para tamu undangan tampak terhibur dan penuh semangat dalam mengikuti jalannya acara yang marak dengan warna merah dan emas.



Perayaan Imlek 2022 ini dipandu oleh MC **Sumi Yang** dan **Ivan Kabul** yang dilanjutkan dengan pemutaran video Kaleidoskop Bank Mandiri. Acara dibuka secara resmi dengan kata sambutan dari **Darmawan Junaidi**, Direktur Utama Bank Mandiri.

Tahun Macan Air berarti tahun di mana seseorang harus mengambil tindakan berani. Macan dikenal karena kekuatan, keberanian, dan kemampuannya untuk melakukan segalanya dalam skala besar.

Semangat ini terasa berbeda dengan tahun sebelumnya, yaitu tahun Lembu Logam pada 2021 yang terkait dengan kerja keras dan pragmatisme. Tahun lalu dunia harus bekerja keras melakukan *lockdown* dan segala upaya lainnya dari Covid-19. Tahun Macan adalah masa perubahan, terlebih lagi Macan Air. Air berarti kepekaan, kreativitas, dan keterbukaan terhadap perubahan. Air merupakan kekuatan alam yang kuat, bahkan bisa menaklukkan api. Air juga bisa melewati rintangan apapun yang menghalangi jalannya.

Macan juga cepat mengambil tindakan. Jadi, bersiaplah tahun ini akan menjadi tahun dengan situasi yang berubah dengan cepat.

### YU SHENG DEMI KEMAKMURAN

Perayaan Imlek tidak lengkap bila tidak diikuti dengan prosesi Yu Sheng. Di atas panggung, Dewan Komisari Bank Mandiri bersama Chef **Jesselyn Lauwreen** berdiri mengitari meja bundar sembari mengangkat yu sheng tinggi-tinggi.

Yu sheng adalah salah satu tradisi penting dalam perayaan Tahun Baru Imlek, khususnya di wilayah Asia Tenggara. Yu sheng juga berarti sajian khas malam tahun baru yang melambangkan keinginan agar tahun depan lebih makmur. Menurut kepercayaan masyarakat Tionghoa, semakin tinggi mereka mengangkat yu sheng, semakin tinggi keberuntungan yang bakal mereka peroleh tahun mendatang.

Sajian yu sheng terdiri atas campuran sayur dan bumbu, serta ikan sebagai menu utama. Setelah diaduk rata, mereka kemudian mengangkat sumpit tinggi-tinggi dan melemparkan sayuran tersebut ke udara. Masyarakat Tionghoa menyebutnya lemparan kemakmuran (*prosperity toss*).



## TARI BIAN LIAN YANG MENGAGUMKAN

Acara dilanjutkan dengan makan malam bagi semua undangan. Sambil menikmati sajian makan malam, tamu undangan dihibur oleh suara merdu **Alena Wu** dan **Lidya Leung**. Tak sampai di situ, para tamu undangan dihibur dengan pertunjukan **Bian Lian**, yaitu tarian 1.000 wajah yang berasal dari daerah Sichuan, Tiongkok. Tarian ini dalam budaya asalnya dipersembahkan khusus bagi raja-raja Tionghoa pada masanya. Seorang penari Bian Lian memiliki kemampuan berganti wajah (topeng) dengan cepat, yakni setiap topeng memiliki makna dan gerakan yang berbeda-beda.

**Olivia Lin** ikut menghibur tamu undangan malam itu dengan keterampilan memainkan Guzheng atau kecapi Tiongkok merupakan alat musik tradisional yang paling populer di Negeri Tirai Bambu. Bentuknya seperti kotak sedikit cembung yang terbuat dari kayu dengan 21 senar yang menghasilkan nada pentatonis.

Setelah makan malam, MC mengumumkan bagian acara yang paling ditunggu-tunggu, yaitu pengundian *doorprize*. Dengan selesainya pembagian *doorprize*, maka usai juga *event customer gathering* Bank Mandiri dalam rangka perayaan Imlek 2022. Malam itu ditutup dengan saling mengucapkan "Gong Xi Fa Cai" antara nasabah dan Dewan Komisaris Bank Mandiri serta momen foto bersama.

Semoga tahun ini membawa kemakmuran untuk semua!





## DESAKAN PERTUMBUHAN EKONOMI HIJAU

*Sektor industri dan komersial yang ramah lingkungan harus mulai ditanggapi serius.*

Bank Mandiri menggelar webinar Wealth Investment Workshop dengan tema **“The Next Big Thing – Financing The Sustainable Economy”** yang digelar via aplikasi Zoom dan akun YouTube Bank Mandiri pada Selasa, 30 November 2021 lalu. Acara yang dipandu oleh

moderator **Zilvia Iskandar** ini merupakan kerja sama antara **Bank Mandiri, Forbes Indonesia, dan Lombard Odier**. Webinar kali ini menghadirkan tiga narasumber, yaitu **Thomas Hohne Sparboth** selaku *Head of Sustainability Research Lombard Odier*, **Michael Jizhar** selaku *Executive Vice President Modena Global Ltd.*, serta **Andry Asmoro**, selaku *Chief Economist Bank Mandiri*. Webinar ini diikuti oleh sejumlah nasabah Mandiri Prioritas yang terundang khusus.



Perjanjian Paris 2015 yang ikut ditandatangani pemerintah Indonesia, seluruh negara yang berpartisipasi setuju untuk membatasi pemanasan global (*global warming*) hingga di bawah 20°C, meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap dampak negatif perubahan iklim dan menyiapkan skema pendanaan untuk menuju pembangunan rendah emisi dan ketahanan iklim.

Negara-negara partisipan sebelumnya berjanji untuk mengadakan pertemuan

kembali lima tahun setelah Perjanjian Paris atau pada tahun 2020 di Glasgow. Pertemuan yang dikenal dengan COP26 atau *Conference of the Parties* akhirnya tertunda akibat pandemi covid-19. COP26 akhirnya berhasil dilangsungkan pada tahun 2021.

"Indonesia memiliki hutan yang luas dan sumber alam yang bisa dimanfaatkan untuk *green economy*. Pemerintah juga sangat berkomitmen untuk meningkatkan penggunaan energi baru terbarukan (EBT) hingga 23% pada 2025," kata

Andry. Saat ini angka penggunaan EBT masih 11,2%. Pada masa depan, diharapkan penggunaan energi di dalam negeri akan banyak digantikan oleh EBT.

Lombard Odier, sebagai lembaga *wealth management* yang berpusat di Swiss, menjadi tuan rumah pertemuan COP26. Seperti disampaikan oleh Thomas, meski tujuan Perjanjian Paris belum tercapai namun emisi netto nol sudah mencapai 80% GDP global.

Energi bebas karbon saat ini lebih murah dibandingkan energi yang berasal dari fosil, seperti batu bara dan minyak bumi. Teknologi hijau seperti mobil bertenaga listrik juga terus berkembang. Ia berharap seluruh negara yang berpartisipasi dapat mengurangi emisi karbon hingga di angka nol pada tahun 2050.

Untuk mencapai tujuan ini, negara-negara maju berjanji untuk memberi bantuan pinjaman sekitar USD 100 miliar bagi negara-negara berkembang dalam membangun sumber energi baru dan terbarukan.

## MENDORONG INDUSTRI YANG RAMAH LINGKUNGAN

Lombard Odier, menurut Thomas, sejak awal menggunakan metrik *Implied Temperature Rise* (ITR) untuk mengukur industri dan perusahaan mana saja yang berhasil mengurangi emisi karbon pada proses produksinya. Dengan metode pengukuran ini, Lombard Odier dapat mengetahui kualifikasi perusahaan apakah layak mendapatkan pendanaan atau tidak.

Batu bara sebagai penyumbang ekspor terbesar Indonesia diharapkan dapat menciptakan kompetisi harga yang lebih mendukung penggunaan EBT. Untuk sektor lain dengan emisi karbon tinggi, seperti industri baja dan semen, diperkirakan akan mengalami kesulitan memasuki

pasar Eropa dan Amerika. Karena kedua pasar ini menuntut produk yang masuk ke kawasan mereka agar lebih banyak menggunakan energi hijau/ramah lingkungan.

Transisi dari penggunaan batu bara ke energi hijau di tanah air menurut Andry harus sangat hati-hati. "Sektor batu bara dan minyak bumi masih memberi sumbangan besar bagi perekonomian Indonesia. Kalau ingin proses transisi dari penggunaan batu bara dan minyak bumi ke tenaga angin atau gas, pemerintah harus membuat harga energi hijau lebih murah," kata Andry.

Modena Global Ltd, menurut Michael, sangat mendukung pertumbuhan ekonomi hijau. Modena saat ini tengah mengembangkan stan pengisian bahan bakar (charging station) untuk mobil listrik. "Jika pemerintah ingin penggunaan energi hijau didukung masyarakat luas, maka pemerintah harus menyiapkan infrastrukturnya dengan baik. Karena itu, kami mengembangkan charging station untuk mobil listrik. Produk kami telah dibuktikan dapat mengisi energi mobil listrik dari 0% sampai 100% hanya dalam waktu 45 menit," kata Michael.

Modena juga tengah mengembangkan conversion kit untuk mengubah mobil berbahan bakar bensin menjadi mobil listrik. Dengan teknologi ini, pemilik mobil dapat mengubah mesin mobilnya dari berbahan bakar bensin/solar menjadi listrik. "Jadi tidak perlu membeli mobil baru, cukup mengganti mesinnya saja dan harganya juga lebih murah," kata Michael.

## MASA DEPAN PERTUMBUHAN EKONOMI HIJAU

Sudah sejak lama Modena menggunakan bahan baku hasil daur ulang dalam proses produksinya. "Bisa dilihat kami sangat serius dalam mendukung pertumbuhan ekonomi hijau," kata Michael. Ia berharap pemerintah dapat terus mengembangkan infrastruktur yang tepat bagi perkembangan industri yang ramah lingkungan.

Dunia perbankan juga tidak luput menjadi bagian dari Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*). "Bank Mandiri sudah mulai memberikan pinjaman modal kepada industri dengan jejak emisi karbon rendah. Juga kepada UMKM, karena pembangunan berkelanjutan tidak hanya soal lingkungan saja, tapi juga soal sumber daya manusia," kata Andry.

Ke depannya, Bank Mandiri akan terus mencari sumber permodalan yang selaras dengan SDGs.



# TINGKATKAN INVESTASI MELALUI TAX AMNESTY JILID 2

*Memanfaatkan program Tax Amnesty untuk menambah jumlah investasi.*



Dampak sangat besar dirasakan sektor transportasi udara selama pandemi Covid-19 selama dua tahun. Pembatasan mobilisasi masyarakat menyebabkan menurunnya jumlah penumpang pesawat akhirnya berdampak pada pendapatan maskapai penerbangan.

Perusahaan penerbangan harus melakukan berbagai upaya pemulihan yang akan berdampak pada keberlanjutan bisnisnya untuk tetap memberikan layanan transportasi udara. Demikian disampaikan oleh **Bayu Sutanto, Ketua Komite Perhubungan KADIN** dalam webinar **Mandiri Market Outlook 2022 Tax Amnesty Jilid 2: "Towards Faster and Stronger Economic Recovery"** yang diselenggarakan pada 7 Desember 2021 dan dipandu oleh moderator **Amelia Yahya**.

Perlu diketahui bahwa program Tax Amnesty Jilid 2 kini disosialisasikan dengan nama baru, yaitu Program Pengungkapan Sukarela (PPS), salah satunya melalui kegiatan webinar. Program yang sangat penting dalam pemulihan perekonomian tanah air ini perlu mendapatkan dukungan semua pihak. Bank Mandiri siap menyukseskan PPS melalui layanan dan produk-produk surat utang negara sesuai dengan anjuran pemerintah.

Dalam paparannya Bayu juga menambahkan, maskapai penerbangan tengah berusaha mengelola sumber daya seefektif dan seefisien mungkin sebagai upaya untuk menekan biaya agar keberlangsungan usaha tetap terjaga. Hal ini terbilang krusial mengingat berkurangnya jumlah armada membutuhkan pengelolaan yang tepat agar dapat memenuhi permintaan pasar penumpang dan kargo.

**Muhammad Chatib Basri, Komisaris Utama Bank Mandiri**, mengungkapkan keyakinannya akan perbaikan ekonomi di tahun 2022 karena mobilisasi masyarakat sudah dilonggarkan. "Tapi bergantung juga pada tingkat vaksinasi

di dalam negeri, inflasi di Amerika, apakah Bank Indonesia akan meningkatkan harga suku bunga,” jelas Basri.

Yang menguntungkan perekonomian tanah air saat ini adalah tingginya harga komoditas seperti kelapa sawit dan batu bara. Kenaikan harga komoditas menyumbang pendapatan ekspor dan juga pendapatan dari pajak.

## MENGENJOT PENDAPATAN NEGARA DENGAN TAX AMNESTY JILID 2

Banyak sektor usaha yang mengalami kesulitan selama pandemi berlangsung, tapi tidak mengendurkan niat Kementerian Keuangan untuk menagih kewajiban para wajib pajak. Hal ini dijelaskan oleh **Yustinus Prastowo, Staf Khusus Kementerian Keuangan**, yang menyatakan bahwa para wajib pajak yang belum patuh diharapkan untuk mengikuti program Tax Amnesty Jilid 2, karena pelanggarnya akan dikenakan sanksi yang cukup berat.

Pertama, untuk harta yang diperoleh hingga tahun 2015 sanksinya sebesar 200%. Sanksi ini sudah ada sejak Tax Amnesty Jilid 1 dan sudah dijalankan oleh pemerintah.

Tarif Tax Amnesty Jilid 2 yang ditawarkan pemerintah yakni 11% untuk harta deklarasi luar negeri. Kemudian tarif Tax Amnesty Jilid 2 sebesar 8% atas harta di luar negeri repatriasi dan harta deklarasi dalam negeri.

Lalu ada juga Tax Amnesty Jilid 2 sebesar 6% untuk harta di luar negeri repatriasi dan harta deklarasi dalam negeri yang diinvestasikan dalam Surat Berharga Negara (SBN), hilirisasi Sumber Daya Alam (SDA), dan *renewable energy*.

Kedua, kebijakan II yakni untuk wajib pajak orang pribadi atas harta perolehan tahun 2016 sampai dengan 2020 yang belum dilaporkan dalam Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan 2020.

Dengan beragam tarif Tax Amnesty jilid 2 tersebut, Yustinus berharap wajib pajak dapat mengikuti Program Pengungkapan Sukarela (PPS) karena program ini memiliki banyak manfaat bagi wajib pajak.

Tarif Tax Amnesty Jilid 2 yang diberikan dalam kebijakan II antara lain 18% untuk harta deklarasi luar negeri. Lalu, tarif Tax Amnesty jilid 2 sebesar 14% atas harta di luar negeri repatriasi dan harta deklarasi dalam negeri.







Kemudian, tarif Tax Amnesty Jilid 2 sebesar 12% untuk harta di luar negeri repatriasi dan harta deklarasi dalam negeri yang diinvestasikan dalam SBN, hilirisasi SDA, dan *renewable energy*.

Sebagai tambahan informasi, ia pun menyebutkan bahwa banyak manfaat yang akan diperoleh wajib pajak di antaranya terbebas dari sanksi administratif dan perlindungan data bahwa data harta yang diungkapkan tidak dapat dijadikan sebagai dasar penyelidikan, penyidikan, dan/atau penuntutan pidana terhadap wajib pajak.

## PERAN AKTIF MANDIRI MANAJEMEN INVESTASI

Dalam webinar ini juga disampaikan bahwa untuk mendukung program Tax Amnesty, Mandiri Manajemen Investasi (MMI) menawarkan beberapa keunggulan, yaitu pengalaman dan *track record* di dunia investasi, memiliki perusahaan *subsidiary* di Singapura yang dapat membantu investor Indonesia di luar negeri serta spektrum produk investasi yang luas.

"MMI aktif menampung dana Tax Amnesty melalui beragam skema investasi," kata **Aliyahdin Saugi, Direktur Utama PT. Mandiri Manajemen Investasi**. Untuk PPS dengan tarif pajak 6-12%, aset dapat diinvestasikan pada sektor pengelolaan sumber daya alam (SDA) atau sektor energi baru terbarukan (EBT) di dalam negeri atau surat berharga negara (SBN). Sementara produk unggulan lain seperti reksadana open end dapat memfasilitasi dana Tax Amnesty Jilid 2 untuk tarif pajak 8-14%.

Selain itu, MMI juga menawarkan produk Kontrak Pengelolaan Dana (KPD) yang sesuai aturan OJK dapat dibuat sesuai dengan kriteria Tax Amnesty Jilid 2. "Sebenarnya pada tahun 2015 MMI ikut berperan aktif dalam program Tax Amnesty Jilid 1 melalui skema KPD ini," kata Alihyadin.

Dibandingkan tarif pajak normal dengan sanksi yang cukup besar, lebih dana tersebut diinvestasikan dalam program Tax Amnesty dengan bantuan MMI.



## DUKUNG PEMULIHAN EKONOMI DENGAN PPS

*Potensi sumber investasi baru untuk membiayai transformasi ekonomi.*

Bank Mandiri menggelar webinar “**Sosialisasi dan Kupas Tuntas Program Pengungkapan Sukarela**” yang disiarkan langsung via aplikasi Zoom pada Rabu, 16 Februari 2022 lalu. Acara yang dipandu oleh moderator **Astaridyawati** ini menghadirkan **Ursula Sista Pravesti** (Senior Vice President Wealth Management Group Bank Mandiri), **Deni Ridwan, Phd.** (Direktur Surat Utang Negara, Direktorat Jenderal Pengelolaan Pembiayaan dan Risiko), **Ir. Yudha Wijaya** (Fungsional Penyuluh Pajak Ahli Madya, Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak) serta **Firman Nugraha** (Senior Vice President Treasury Group Bank Mandiri). Webinar ini juga diikuti oleh sejumlah nasabah Mandiri Prioritas melalui aplikasi Zoom.

Pandemi Covid-19 yang masih berlangsung sekarang tidak hanya berdampak pada dunia kesehatan, tapi juga pada dunia ekonomi dan bisnis. Untuk mengatasinya, pemerintah membentuk beberapa kebijakan ekonomi dan perpajakan. Salah satunya dengan Program Pengungkapan Sukarela (PPS).

Dalam sambutannya, Ursula menyebutkan melalui PPS diharapkan masyarakat dapat ikut berperan dalam memulihkan perekonomian tanah air. Dan Bank Mandiri siap menyukseskan program ini dengan menyediakan layanan dan produk-produk surat utang negara sesuai dengan anjuran pemerintah.

Seperti diungkapkan Firman Nugraha, dengan efektivitas kebijakan fiskal dan moneter, ketahanan ekonomi akan terjaga dengan baik. "Salah satu langkah yang bisa kita ambil adalah dengan mendukung PPS ini. Program ini merupakan kesempatan yang sangat baik, jangan sampai terlewatkan," kata Firman.

## KEBIJAKAN DAN TARIF PPS

Yudha menuturkan PPS menjadi kesempatan yang baik bagi wajib pajak untuk mengungkapkan harta yang belum dilaporkan dalam SPT Tahunan. Dengan mengikuti PPS, wajib pajak akan terhindar dari risiko diperiksa DJP karena ada yang belum dilaporkan.

Pemerintah mengadakan program pengungkapan sukarela sebagaimana diatur dalam UU Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP). Periode program tersebut hanya diselenggarakan selama 6 bulan, yaitu mulai 1 Januari hingga 30 Juni 2022.

DJP kini memiliki sistem *Automatic Exchange of Information (AEOI)*. Dengan sistem tersebut, DJP juga mampu mendeteksi pengemplang pajak yang tidak mengikuti *tax amnesty* atau tidak mengungkapkan besaran harta yang sebenarnya saat PPS berlangsung. Oleh karena itu, PPS yang tengah berlangsung sebagai kesempatan bagi wajib pajak untuk jujur dan patuh, sebelum DJP menjalankan tindakan hukum.

Dalam PPS ini terbagi dalam dua kebijakan:

- **KEBIJAKAN I** Peserta program pengampunan pajak tahun 2016 untuk orang pribadi dan badan dapat mengungkapkan harta bersih yang belum dilaporkan pada saat program pengampunan pajak, dengan membayar PPh Final sebesar: 11 persen untuk harta di luar negeri yang tidak direpatriasi ke dalam negeri. 8 persen untuk harta di luar negeri yang direpatriasi dan harta di dalam negeri. 6 persen untuk harta di luar negeri yang direpatriasi dan harta di dalam negeri, yang diinvestasikan dalam Surat Berharga Negara (SBN) dan hilirisasi SDA dan energi terbarukan.

- **KEBIJAKAN II** Wajib pajak orang pribadi peserta program pengampunan pajak maupun non peserta dapat mengungkapkan harta bersih yang berasal dari penghasilan tahun 2016 sampai tahun 2020, namun belum dilaporkan pada SPT tahun 2020, membayar PPh final sebagai berikut. 18 persen untuk harta di luar negeri yang tidak direpatriasi ke dalam negeri. 14 persen untuk harta di luar negeri yang direpatriasi dan harta di dalam negeri. 12 persen untuk harta di luar negeri yang direpatriasi dan harta di dalam negeri, yang diinvestasikan dalam Surat Berharga Negara (SBN) dan hilirisasi SDA dan energi terbarukan.

"Kalau ikut PPS, jika ikut di kebijakan I maka sanksi 200% akan hilang. Akan tetapi, kalau di kebijakan II, manfaatnya tidak akan diterbitkan surat ketetapan pajak (SKP) untuk kewajiban tahun pajak 2016-2020," ujar Yudha. Serta data/informasi yang bersumber dari SPPH dan lampirannya yang diadministrasikan oleh Kemenkeu atau pihak lain yang berkaitan dengan pelaksanaan UU HPP tidak dapat dijadikan sebagai dasar penyelidikan, penyidikan, dan/atau penuntutan pidana terhadap wajib pajak.

## SBN KHUSUS PESERTA PPS

Selanjutnya dalam webinar ini, Deni menjelaskan bahwa UU Harmonisasi Perpajakan mengenakan tarif atas pengungkapan harta paling kecil. Jika wajib pajak menginvestasikan aset yang diungkapkan, baik dari luar maupun dalam negeri, dalam Surat Berharga Negara (SBN)/kegiatan usaha sektor pengolahan sumber daya alam (hilirisasi)/sektor energi terbarukan (*renewable energy*) di Wilayah NKRI.

“SBN merupakan sumber pembiayaan negara dari sisi fiskal, sementara dari sisi investor ini adalah produk investasi yang cukup menarik,” kata Deni. Ada dua jenis SBN, yaitu SUN (surat utang negara) dan SBSN yang bersifat syariah. Untuk PPS ini, pemerintah menerbitkan SBN seri khusus di pasar perdana dengan transaksi *Private Placement*. Pembelian dapat dilakukan melalui Dealer Utama secara periodik dengan mengacu pada harga pasar.

*Private Placement* dapat dilakukan dengan cara menyampaikan pemesanan pembelian melalui Dealer Utama (DU) dan memilih tenor. Wajib pajak diharuskan membawa surat keterangan dari DJP. “Kemudian DU menyampaikan penawaran kepada kami, nanti akan dilakukan pembahasan antara DJPPR dan DU untuk menentukan nominal transaksi dan seri-seri mana yang diminati,” kata Deni. Investasi harta bersih wajib dilakukan paling singkat 5 tahun sejak diinvestasikan. Dan dapat dialihkan ke bentuk investasi lain setelah 2 tahun investasi.



TARIF PPh FINAL	
Aset Reperluan dan Aset Dalam Negeri yang diinvestasikan pada SBN/kegiatan/renewable energy	
<b>KEBUAKAN I</b> Aset dari 10 Jan 2022 yang belum diungkapkan saat Tax Amnesty <b>6%</b>	<b>Tarif atas Aset tanpa investasi</b> <b>KEBUAKAN I</b> 8% Reperluan Aset (R) atau Aset (N) 11% Aset Dalam Negeri
<b>KEBUAKAN II</b> Aset 2024-2026 yang belum diungkapkan pada 101 September 2022 <b>12%</b>	<b>KEBUAKAN II</b> 14% Reperluan Aset (R) atau Aset (N) 18% Aset Dalam Negeri



## KUALITAS HIDUP LEBIH BAIK DENGAN TERAPI STEM CELL



### *Pilihan lain untuk memperbaiki kondisi kesehatan dengan terapi sel induk.*

**B**ank Mandiri bersama Asia Stem Cell Center (ASC) mengadakan webinar bertema **“All About Stem Cell”** yang berlangsung pada Selasa, 8 Maret 2022. Acara yang dipandu oleh moderator **Lucia Ike Purwandhini** (Wealth Business Head Region VIII/Jawa3) ini dihadiri juga **Dr. dr. Purwati, SpPD., KPTI, FINASIM; dr. Afriyanti Sandhi, SpBP-RE, MARS** serta **Dr. Muhammad Luthfie Hakim, SH, MH.**

Webinar dimulai dengan penjelasan dari dr. Purwati mengenai terapi *stem cell*. Ia menjelaskan terapi *stem cell* atau yang disebut juga sel induk atau sel punca memiliki banyak manfaat, tidak hanya untuk menyembuhkan berbagai macam penyakit degeneratif, non degeneratif dan

kardiovaskuler, tetapi kini juga populer digunakan di dunia kecantikan yakni meremajakan kulit atau *anti aging*. Ketua Pusat Penelitian dan Pengembangan Stem Cell UNAIR ini menyebutkan bahwa penelitian dan pengembangan terapi *stem cell* masih tergolong baru di Indonesia. Maka dari itu, dibutuhkan pendalaman lebih lanjut guna mengetahui berbagai manfaat yang bisa didapat dari sel induk ini.

Untungnya di Indonesia, terapi sel punca harganya jauh lebih murah daripada di luar negeri. Juga lebih aman karena menggunakan sel berasal dari pasien sendiri, kecuali pasien menderita penyakit tertentu. Bila situasi ini terjadi, sel punca bisa diambil dari donor yang berasal dari keluarga sendiri.

Perlu diketahui bahwa sel-sel induk yang terbaik adalah yang berasal dari diri sendiri, diambil dari lemak, sumsum tulang atau kulit. Sementara, sel yang berasal dari hewan dan tumbuh-tumbuhan dilarang digunakan menurut peraturan yang ada di tanah air, karena terkait kode etik dan



beberapa batasan lainnya. *Stem cell* ini kemudian dibiakkan di laboratorium dan kemudian disuntikkan kembali ke tubuh pasien.

## BERSTANDAR INTERNASIONAL

ASC sebagai salah satu klinik terapi *stem cell* terbaik di Indonesia telah memiliki standar internasional GMP (*Good Manufacturing Practice*). Klinik ini juga telah mendapat sertifikat izin operasional - salah satu yang pertama di Indonesia - dari pemerintah. ASC menyediakan layanan terapi *stem cell* untuk membantu terapi penyakit pasien, antara lain diabetes, luka bakar, kanker, *anti aging*, auto imun, dan lainnya. Terapi ini dapat dilakukan di klinik ASC yang berlokasi di Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.

ASC juga bekerja sama dengan beberapa rumah sakit besar di Jakarta, seperti RS Dharmais, RS Kedoya dan RS

Abdi Waluyo. Dalam waktu dekat, juga akan bekerja sama dengan beberapa rumah sakit di Bali dan Medan.

“Dalam kondisi pandemi seperti saat ini, pasien dapat melakukan konsultasi melalui aplikasi zoom,” kata dr. Afriyanti.

Dari segi hukum, Dr. Luthfie menjelaskan kemajuan teknologi kedokteran untuk *stem cell* atau sel punca membutuhkan payung hukum, baik untuk pasien, dokter maupun fasilitas kesehatan. Untunglah, terapi *stem cell* di dunia kedokteran Indonesia sudah mempunyai payung hukum yang jelas, yaitu tertuang dalam Permenkes nomor 32 tahun 2018.

## KESABARAN YANG MEMBUAHKAN HASIL

Dalam kesempatan ini, Dr. Luthfie juga sempat berbagi pengalaman sebagai pasien *stem cell* yang menerima terapi akar rambut dan sendi lutut. “Alhamdulillah ya, memang harus sabar. Untuk rambut, setelah satu setengah tahun, rambut saya sudah kembali tebal dan tidak ada uban. Untuk sendi lutut, dengan 4 kali tindakan selama dua setengah tahun, sekarang terus membaik,” kata Dr. Luthfie.

Untuk terapi sendi lutut, disyaratkan untuk digabungkan dengan olahraga sepeda statis. “Ini bukan pengobatan yang instan, tapi hasilnya memuaskan,” jelas Dr. Luthfie. Menurut pengalaman beberapa rekannya, proses penyembuhan setiap pasien berbeda tergantung kondisi kesehatan masing-masing.

Kelebihan lain dari terapi *stem cell*, menurut dr. Purwati adalah pengurangan konsumsi obat-obatan. “Biasanya pada pasien yang sudah menjalani terapi, saya akan mengurangi obat-obatan karena memang sudah tidak perlu lagi,” kata dr. Purwati. Agar hasil terapi maksimal, ia menyarankan pasien untuk rutin berolahraga. Selain itu, terapi *stem cell* juga tidak memiliki efek samping yang negatif pada pasien.

Harapannya, penelitian dan pemanfaatan terapi ini akan semakin dikembangkan dan dapat membantu semakin banyak masyarakat untuk hidup yang lebih baik.



# BALLETCORE FASHION, ELEGANT YET WEARABLE

*Apakah Anda sudah siap  
untuk mengadopsi busana dari  
panggung pertunjukan ini ke  
kehidupan sehari-hari?*

S elalu ada sesuatu yang baru di dunia fashion. Bahkan pada masa pandemi, saat kebanyakan orang menghabiskan waktu di rumah, dunia *fashion* tetap mengalami perubahan dan memunculkan sesuatu yang baru. Setelah gaya *athleisure* yang *sporty*, kini tren busana agak bergeser ke gaya *balletcore* yang estetik tapi tetap nyaman. Bagaimana bentuk adaptasi gaya ini untuk kehidupan sehari-hari?

### TERINSPIRASI DARI PENARI BALET

*Balletcore* mulai muncul sejak musim semi tahun 2021 lalu di media sosial TikTok. Diduga pemicunya adalah rasa bosan mengenakan busana bergaya *athleisure* yang cenderung kasual, *sporty*, dan nyaman digunakan selama mendekam di rumah sejak pandemi bermula pada awal 2020. Keinginan untuk tampil lebih estetik, bahkan sedikit glamor, dengan busana yang tetap nyaman dikenakan saat bergerak, membuat para *fashion enthusiast* mencuatkan tren *balletcore*.

Dari nama *balletcore*, mungkin Anda sudah bisa menduga bahwa gaya *fashion* ini terinspirasi dari busana para penari balet. Para penari balet dikenal memiliki busana yang khas berupa *leotard*, *rok tutu*, *rok tulle*, *legging*, *bustier*, dan *stocking* tebal. Tak ketinggalan sepatu balet yang ikonik dengan sol datar, ujung berbentuk kotak, dan pita panjang untuk diikat di betis. Walau saat pertunjukan para penari ini mengenakan kostum, tapi busana ini akan tetap dikenakan.

Saat berlatih, para pebalet ini pun tetap tampil gaya dengan paduan busana balet dengan busana yang bergaya *sporty* atau *streetwear*. Bahkan ada busana yang sudah identik dengan balet, yaitu *ballet wrap-top*. Saat udara dingin, para penari balet diperkenankan mengenakan *sweater* dan *cardigan*. *Legwarmer* juga penting dikenakan saat berlatih untuk menjaga otot-otot kaki tetap hangat dan mencegah cedera.

**Jennifer Glover**, *Vice President* dari *Thirty Three Threads* yang menaungi beberapa brand busana *active lifestyle*, menjelaskan bahwa *balletcore* hadir sebagai jembatan antara gaya *athleisure* dengan busana-busana yang ingin Anda kenakan saat sudah bisa beraktivitas lebih banyak di luar rumah. "Saat pandemi, banyak perempuan tak lagi mengenakan sepatu *high heels* dan menukarnya dengan alas kaki yang nyaman, seperti sepatu balet yang datar. Ini

yang membuat sepatu balet menjadi tren di mana-mana," ungkapnya kepada majalah *InStyle*.

Selain disebut dengan *balletcore*, tren fashion yang terinspirasi dari busana para penari balet ini juga disebut dengan *Parisian ballet*. Spesifik untuk *Parisian ballet*, gaya busana ballerina dipadukan dengan *street style* ala Paris. Hasilnya adalah penampilan yang estetik dan sedikit *edgy*. Apalagi para perempuan Paris tidak tanggung-tanggung dalam mengekspresikan karakter mereka lewat busana.

### MENGAPA BUSANA BALET BEGITU DISUKAI?

Para ballerina identik dengan penampilan yang feminin dan anggun. Saat mereka menari dalam sebuah pertunjukan,





baik pertunjukan balet klasik ataupun balet kontemporer, busana yang dikenakan membuat mereka tampak elegan dan memesona. Faktor-faktor inilah yang membuat para perempuan tertarik untuk memadupadankan elemen-elemen busana balet untuk kehidupan sehari-hari.

Hal ini juga diakui oleh **Paulina Waski**, seorang penari balet di American Ballet Theatre kepada Racked. Menurutnya, "Balet mencerminkan sesuatu yang berkelas dan elegan. Tak mengherankan jika perempuan ingin bisa tampil seperti seorang balerina dan mendapatkan *image* tersebut."

Selain karena *image*-nya, busana balet semakin populer di kalangan *fashion enthusiast* saat digunakan oleh para

selebritas di karpet merah atau acara-acara lainnya. Selain itu, berbagai film layar lebar dan serial televisi yang bertema balet juga ikut membuat busana balet meningkat popularitasnya, di antaranya adalah *Center Stage* (2000), *Black Swan* (2010), dan mini seri *Flesh and Bone* (2015).

Hal yang tak bisa dilupakan adalah saat Carrie Bradshaw, karakter utama serial *Sex and the City*, tampil mengenakan *sleeveless top* berwarna merah muda dan rok tutu berwarna putih di bagian intro dari serial tersebut. Momen ini langsung membuat penjualan rok tutu meningkat. Tentu saja, karena para penonton serial ini ingin tampil seperti Carrie, yang digambarkan sebagai perempuan urban yang *stylish* dan *trendi*.





## KOLABORASI FASHION DAN BALET

Membahas tentang tren *balletcore*, tak ada salahnya Anda ikut kilas balik untuk melihat kolaborasi antara *fashion* dan balet sejak dulu. Hubungan antara *fashion* dan balet bisa dikatakan bermula pada dekade 1920-an, saat perancang mode **Jeanne Lanvin** menampilkan koleksi terbarunya berupa gaun-gaun dengan rok lebar dan penuh, mirip rok yang digunakan para penari balet.

Pada dekade '40-'50-an, perancang mode **Christian Dior** mengisi industri *fashion* di Prancis dengan rancangan-rancangan yang terinspirasi dari busana balet. Sampai saat ini pun, Dior konsisten merilis koleksi yang terinspirasi dari balet, seperti koleksi *Spring/Summer 2019*-nya yang menampilkan *bodysuit*, gaun *tulle*, rok *tulle*, dan sepatu

balet. Pada tahun 2019 pula, Dior berkolaborasi dengan Teatro dell'Opera di Roma untuk merancang kostum pertunjukan balet *Philip Glass Evening*.

Dalam sepuluh tahun terakhir, beberapa kolaborasi yang berlangsung di antaranya adalah;

- Valentino dengan New York City Ballet pada 2012.
- Prabal Gurung dengan New York City Ballet pada 2013.
- Jean Paul Gaultier dengan Ballet Preljocaj pada 2014.
- Viktor & Rolf dengan Dutch National Ballet pada 2014.
- Vivienne Westwood dengan Vienna State Ballet pada 2014.
- Balmain dengan Paris Opera Ballet pada 2017.



VIVIENNE WESTWOOD FOR VIENNA STATE BALLET 2014



DAVID LAPORT AND THE DUTCH NATIONAL BALLET 2018

- Christian Lacroix dengan Paris Opera Ballet pada 2017.
- David Laport dengan Dutch National Ballet pada 2018.
- Erdem dengan Royal Ballet pada 2018.

*Fashion brand* kenamaan juga tak segan untuk berkolaborasi dengan perusahaan-perusahaan balet ternama, baik untuk pembuatan koleksi yang terinspirasi busana balet atau untuk mempromosikan koleksi tersebut. Pada awal tahun ini, misalnya, Zara telah merilis New York City Ballet Collection, yaitu sebuah koleksi yang terinspirasi busana balet di antaranya berupa *bodysuit* dan gaun *tulle*. Sedangkan pada tahun 2020, Athleta berkolaborasi dengan San Francisco Ballet untuk pembuatan koleksi kapsul berupa *activewear* untuk menari.



ERDEM AND ROYAL BALLET 2018



## MENGADOPSI BALLETCORE UNTUK SEHARI-HARI

Hubungan yang tercipta antara *fashion* dan balet sudah berjalan sejak satu abad yang lalu sampai saat ini. Namun memang, baru kali ini busana balet mendapat sebutan khusus, yaitu *balletcore*.

Anda tak akan kesulitan jika ingin mengadopsi tren *fashion* ini ke kehidupan sehari-hari. Baik untuk penampilan yang glamor maupun untuk penampilan yang kasual, Anda bisa mendapatkan busana balet dari *brand* busana favorit Anda.

Lalu bagaimana caranya agar Anda bisa mengadopsi tren *fashion* ini tanpa terlihat seperti menggunakan busana balet? Berikut *tips* untuk *mix and match* yang bisa Anda terapkan:

- Kenakan *bodysuit* atau leotard bersama celana atau rok dengan garis pinggang tinggi (*high-waist*). Jika Anda kurang nyaman karena terlalu memperlihatkan lekuk tubuh, maka bisa meniru para penari balet yang menggunakan *outer* berupa oversized *cardigan* atau jaket denim untuk tampilan yang kasual. Sementara untuk tampilan semi-formal, padukan dengan blazer.
- *Cropped wrap top* juga bisa Anda padukan dengan celana atau rok dengan garis pinggang tinggi, apalagi jika Anda tidak ingin perut Anda terlihat.
- Kenakan *bustier* bersama celana kulot panjang. Pilih kulot dengan tali yang dapat diikat menjadi pita di bagian pinggang.
- Jika mengenakan rok berbahan *tulle* yang glamor, apalagi dengan bentuk *ruffled* atau *layered*, sebaiknya padukan dengan atasan yang cenderung simpel dan polos. Untuk alas kakinya, Anda bisa padukan dengan sandal atau *sneakers* untuk menciptakan tampilan kasual. Sementara untuk penampilan ke acara pesta, bisa dipadukan dengan sepatu dengan hak tinggi.
- Ingin mengenakan sepatu balet yang dilengkapi dengan pita atau tali yang diikat ke pergelangan kaki sampai betis? Kenakan rok atau kulot midi sebagai padanannya agar perhatian langsung tertuju ke alas kaki Anda yang cantik.

Intinya adalah Anda harus merasa nyaman saat mengadopsi tren *balletcore* ini. Hindari memaksakan diri hanya demi mengikuti tren. Selamat mencoba!

**BUMN** UNTUK INDONESIA

**mandiri**  
prioritas

**diskon 15%\***  
dengan mandiri debit prioritas



THE LAGUNA  
RESORT & SPA  
NUSA DUA, BALI

hingga 31 Oktober 2022  
\*info: [bmri.id/thelaguna](http://bmri.id/thelaguna)

segera download



mandiri call 14000 | [www.bankmandiri.co.id](http://www.bankmandiri.co.id)  
Bank Mandiri @bankmandiri Bank Mandiri @bankmandiri



Bank Mandiri Terdaftar dan  
Dilindungi oleh Otoritas Jasa Keuangan



ACHIEVE  
Peningkatan LPS

29



## SHOW THE GLOW: KULIT SEHAT BERCAHAYA

*Kulit sehat dan glowing ala bintang Korea tak pernah sepi peminat; kuncinya adalah perawatan maksimal.*

Tren perawatan wajah saat ini mengutamakan hasil akhir kulit yang terlihat *glowing* alias bercahaya. Untuk mendapatkan kulit *glowing* dan sehat Anda harus paham betul cara perawatannya serta bahan-bahan aktif apa yang ada dalam produk perawatan Anda.

### KENALI JENIS KULIT AGAR PAHAM PERAWATANNYA

Apapun jenisnya, kulit segar dan bercahaya yang memancarkan kesehatan adalah tujuan utama yang diharapkan untuk bisa dimiliki. Setiap jenis kulit individu kita memiliki persyaratannya sendiri dan produk yang mungkin cocok untuk Anda yang memiliki kulit kering tidak akan cocok untuk seseorang dengan kulit kombinasi.

Langkah awal yang harus diambil adalah mengenali jenis kulit Anda



agar bisa menentukan rangkaian perawatan kulit mana yang harus dilakukan untuk kulit sehat dan *glowing*.

## RAHASIA KULIT GLOWING

Urutan aplikasi produk sangat penting untuk perawatan kulit. Selalu mulai pertama dengan produk yang lebih ringan—biasanya bersifat transparan—dan kemudian beralih ke produk yang lebih berat, biasanya konsistensinya lebih pekat. Strategi terbaik untuk semua jenis kulit adalah membuat rutinitas perawatan kulit yang menghindari penyebab kulit kehilangan cahayanya, menghidrasi dan melindungi di siang hari serta memperbaiki dan memulihkan kulit di malam hari.

Agar kulit sehat dan *glowing*, hindari penyebab kulit menjadi kusam sambil mencari solusi merawat kulit wajah yang terlanjur kusam dan mengembalikan cahaya alaminya.

## EKSFOLIASI SEL-SEL KULIT MATI

Sebenarnya sel-sel kulit mati akan luruh secara alami, tapi dengan pertambahan usia, proses ini semakin melambat. Akibatnya, terjadi penumpukan sel-sel kulit mati di permukaan kulit. Jika tidak segera dibersihkan, maka kulit wajah akan tampak menggelap atau keabu-abuan, kulit terasa kasar, dan kulit menjadi lebih kering karena produksi minyak terganggu.

Solusi dalam perawatannya adalah dengan rutin melakukan eksfoliasi 2-3 kali seminggu sebagai cara merawat wajah agar tidak kusam. Pilih bahan *chemical exfoliator* yang sesuai dengan jenis kulit. Anda bisa memilih eksfoliator dengan kandungan AHA, BHA dan PHA untuk membantu mengangkat sel kulit mati.

## MENJAGA HIDRASI KULIT

Kulit wajah menjadi dehidrasi saat kekurangan cairan dan kehilangan banyak cairan. Ini bisa terjadi saat Anda kurang minum air putih sehingga sel-sel kulit mengalami dehidrasi. Selain itu, *skin barrier* yang rusak membuat kandungan air di kulit jadi mudah menguap, membuat kulit dehidrasi.

Solusinya adalah menggunakan serum wajah yang dapat menghidrasi kulit secara optimal dan bersifat humektan. Pilih yang mengandung *hyaluronic acid* dan *glycerin*. Selain itu, cukupi kebutuhan cairan tubuh dengan minum air putih sebanyak dua liter setiap hari.

## TAMBAHKAN BAHAN AKTIF MENCERAHKAN

Jika kulit terhidrasi, bahan aktif akan lebih mudah diserap oleh wajah. Agar lebih cerah dan bercahaya, Anda bisa menambahkan serum dengan bahan aktif pencerah seperti *Alpha Arbutin* atau *Niacinamide* dalam rangkaian perawatan kulit.

## PAPARAN SINAR UV DARI MATAHARI

Radiasi sinar UV dari matahari yang berlebihan dengan cepat akan membuat kulit wajah jadi kusam karena membuat kulit dehidrasi, merusak jaringan kolagen, menyebabkan hiperpigmentasi, dan menyebabkan peradangan akibat sel kulit rusak.

Atasi dengan menggunakan *sunscreen* setiap hari, terutama saat keluar rumah. Pilih *sunscreen* yang berspektrum luas dengan SPF dan PA yang cukup untuk iklim tropis Indonesia sebagai cara agar wajah mulus bebas noda hitam.

## PERAWATAN ANTI AGING

Seiring bertambahnya usia membuat produksi kolagen dan *hyaluronic acid* alami di kulit berkurang sehingga garis halus dan kerutan, proses regenerasi sel kulit melambat, peredaran darah di kulit wajah juga melambat sehingga wajah cenderung terlihat kusam karena kehilangan sinarnya.

Melakukan perawatan *anti-aging* akan membantu menghidrasi kulit wajah dengan intens, menetralkan radikal bebas, melembapkan kulit, serta memperbaiki jaringan kolagen dan elastin yang rusak lalu mendorong produksi secara alami. Anda bisa mencoba memilih produk dengan bahan aktif *bakuchiol* atau *retinol* untuk membantu mengatasi masalah penuaan kulit.

# MSG, MASIHKAH KONTROVERSIAL?

*Penyedap ini masih saja menyisakan keraguan untuk sebagian orang: seberapa banyak manfaat yang bisa diberikan?*

Dalam dunia kuliner, Anda pasti sering menjumpai penggunaan MSG sebagai bagian dari penyedap masakan. Monosodium Glutamate (MSG) adalah bahan tambahan atau penguat rasa yang biasa digunakan untuk meningkatkan rasa gurih dari makanan.

MSG berasal dari asam amino glutamat atau asam glutamat, yang merupakan asam amino paling melimpah di alam. Asam glutamat ditemukan dalam bahan nabati seperti tomat dan rumput laut, serta dalam produk hewani, seperti daging dan keju. Asam glutamat adalah molekul utama yang bertanggung jawab membentuk cita rasa umami, yaitu salah satu dari 5 rasa dasar yang dirasakan manusia (4 lainnya adalah asam, manis, pahit, dan asin). Umami inilah yang memberikan makanan gurih yang kaya dan lezat.

Secara kimia, MSG merupakan bubuk kristal putih yang menyerupai garam meja atau gula. Zat ini menggabungkan natrium dan asam glutamat, yang dikenal dengan garam natrium. Asam glutamat dalam MSG bisa dibuat dengan fermentasi pati atau dari tetes tebu.

## SEJARAH PENEMUANNYA

Pada tahun 1908, ilmuwan Jepang Profesor Kikunae Ikeda menemukan asam glutamat sebagai komponen rasa. Profesor Ikeda mengembangkan pemikirannya mengenai apa yang membuat kaldu rumput laut yang dikonsumsi terasa gurih meskipun tidak mengandung produk hewani. Hal ini membuatnya berinisiatif untuk menyaring kaldu tersebut yang kemudian menghasilkan kristal putih, yang ketika dianalisis ternyata adalah glutamat.

Untuk memastikan bahwa glutamat yang diionisasi adalah penyebab rasa umami, Profesor Ikeda mempelajari berbagai sifat rasa garam glutamat seperti kalsium, kalium, dan magnesium glutamat. Semua garam menghasilkan rasa umami selain ada juga rasa logam tertentu akibat adanya mineral lain dalam garam tersebut. Di antara garam-garam itu, sodium glutamat adalah yang paling mudah larut dan sedap, serta mudah dikristalkan. Profesor Ikeda menamakan produk ini "Monosodium Glutamate" yang disingkat MSG. Ia pun mengajukan paten untuk produk ini.

## PRO DAN KONTRA PENGGUNAANNYA

Rasa lezat umami yang dihasilkan oleh MSG pada masakan memang lebih menggugah selera. Namun banyak juga yang percaya bahwa menggunakan tambahan MSG pada masakan akan menimbulkan efek buruk pada tubuh.

Penggunaan MSG dalam masakan sebetulnya tidak semengerikan yang disebutkan, karena pada dasarnya MSG juga bisa kita temukan secara alami di dalam bahan makanan. Seperti halnya garam dan merica, penggunaan MSG sebagai



penyedap rasa makanan sebenarnya aman-aman saja. Namun, Anda disarankan untuk tidak mengonsumsi lebih dari 1,7 gram per hari agar efek samping atau dampak buruk dari konsumsi MSG bisa dihindari. Hal yang menyebabkan MSG dianggap berbahaya pada tubuh adalah terkadang kita menggunakannya dengan berlebihan, dan hal ini memang dapat menimbulkan berbagai reaksi yang buruk seperti, sakit kepala, mual, bahkan obesitas dan hipertensi.

### UMAMI YANG LEBIH AMAN

Jika masih merasa tidak nyaman menggunakan tambahan produk MSG pada masakan namun ingin mendapatkan rasa umami, Anda juga bisa memanfaatkan bahan alami. Beberapa bahan yang bisa menghasilkan efek umami pada masakan antara lain seperti daging sapi, rumput laut, kecap asin, keju parmesan atau tomat.

Selain itu, Anda bisa memanfaatkan MSG alami pada makanan yang mengandung protein tinggi. Jadi dalam masakan yang Anda olah, tambahkan bahan berprotein, sedikit irisan daging atau potongan tulang. Cara lain untuk memberi rasa umami pada masakan asin yaitu tambahkan sedikit gula dalam masakan. Campuran garam dan gula bisa memberi rasa umami yang tak kalah lezat.

Namun tetap perlu diingat bahwa konsumsi makanan apapun apabila berlebihan tetap akan menimbulkan efek buruk pada tubuh. Jadi, selalu perhatikan pola makan agar tetap sehat.





## SELAMAT DATANG DI KEHIDUPAN (VIRTUAL) BARU

*Apa yang akan Anda lakukan jika masuk ke ruang yang mengaburkan batas kenyataan dan dunia virtual?*

Pada suatu pagi, seorang remaja bernama Wade Watts berjalan menyusuri kompleks rumah susun berdesain unik namun nampak kumuh yang disebut The Stacks. Saat melintasi jalan, Wade mendapati setiap orang yang dilihatnya tengah mengenakan perangkat *virtual reality* sambil memeragakan gerakan-gerakan tertentu. Wade kemudian masuk ke celah-celah tumpukan mobil rongsok yang ternyata terdapat ruangan rahasia.

Di ruangan rahasia tersebut, Wade mengenakan perangkat *virtual reality*, seperti pengait tubuh, sarung tangan, dan *goggles*. Dia kemudian memasuki ruang alam



virtual bernama Oasis melalui avatar jelmaan dirinya yang diberi nama Parzival. Oasis merupakan dunia imajinasi tanpa batas. Semua orang senang berada di Oasis karena bisa menjadi apa saja yang mereka inginkan melalui avatar yang bisa diedit sesuai selera. Tak ayal, Oasis pun layaknya alam kehidupan nyata yang dipenuhi avatar dengan berbagai bentuk dan peran.

Kisah di atas adalah alur cerita pembuka sebuah film fiksi ilmiah berjudul *Ready Player One* karya **Steven Spielberg**. Meski sebelumnya sudah banyak film yang mengangkat tema dunia virtual, namun film yang dirilis pada tahun 2018 tersebut

dinilai sebagai gambaran yang paling mendekati konsep *metaverse* yang kini jadi perbincangan masyarakat dunia.

### MENDEKATI KENYATAAN

Kalau ditelusuri, konsep *metaverse* sebenarnya bukan hal yang benar-benar baru muncul beberapa hari belakangan ini. Berkaca dari film *Ready Player One* misalnya, tayangan berlatar tahun 2045 itu merupakan adaptasi dari novel karya **Ernest Cline** yang terbit pada tahun 2011. Belum lagi film-film bergenre sama yang mengisahkan alam kehidupan maya, semisal *The Matrix*, *Tron: Legacy*, *Avatar*, dan lain

sebagainya yang sudah lebih dari satu dekade. Artinya, imajinasi manusia tentang *realita virtual* telah terpikirkan sejak lama.

Lalu siapa sebenarnya yang pertama kali memperkenalkan istilah *metaverse*? Tersebutlah nama **Neal Stephenson**, seorang penulis yang menyematkan kata *metaverse* dalam novel distopianya yang rilis pada tahun 1992, *Snow Crash*. Ia mendeskripsikan *metaverse* sebagai dunia virtual untuk tempat pelarian tokoh bernama Hiro.

Dengan avatarnya, Hiro menjelajahi *metaverse* dan melakukan berbagai kegiatan yang diinginkannya. Untuk mengakses *metaverse*, Hiro mengenakan perangkat di kepala, yang saat ini dikenal salah satunya berupa kacamata *virtual reality* (VR) atau *augmented reality* (AR).

Jika Neal Stephenson menggambarkan *metaverse*

dalam novel, beda halnya dengan **Philip Rosedale**. Melalui perusahaannya, Linden Lab yang bermarkas di San Fransisco, AS, pada tahun 2003 Philip menciptakan *platform* Second Life, sebuah *game* simulasi berbasis internet tiga dimensi (3D). Para pemain *game* ini sangat mungkin untuk memanfaatkan imajinasinya dalam menghadirkan kehidupan baru secara virtual.

Aktivitas yang berjalan di “alam” Second Life layaknya aktivitas manusia di kehidupan aktual. Mulai dari mencari teman, *ngobrol* dengan sesama, bertukar nomor telepon, bersosialisasi, bahkan juga bisa mengelola bisnis dan menghasilkan uang secara nyata.

Representasi *metaverse* dalam aplikasi permainan daring kemudian tumbuh dan berkembang. Kita mengenal ada **Minecraft**, *online game* buatan programmer asal Swedia yang kemudian diakuisisi oleh Microsoft. Kehadiran

Roblox dan Fortnite yang juga digemari banyak orang kian menambah literasi tentang *metaverse*.

Gagasan “kehidupan alam lain” yang terlukis dalam istilah *metaverse* nampaknya semakin mendekati kenyataan. Kali ini, giliran sang pemilik Facebook, **Mark Zuckerberg**, yang memantik kehebohan warga media sosial dengan melakukan *rebranding* perusahaannya menjadi Meta Platform Inc atau disingkat Meta pada Oktober 2021 lalu.

Di masa depan, kata Zuckerberg, orang-orang akan bertemu dan berinteraksi dalam satu ruang meski sebenarnya



mereka terpisah sangat jauh. Selain itu, *metaverse* bisa menjadi sistem baru dalam dunia kerja. Alih-alih bekerja secara virtual lewat *video conference*, para karyawan dapat saling bertemu dan bekerja di sebuah kantor virtual.

Untuk mengawali mimpinya, Zuckerberg melalui Meta meluncurkan aplikasi bernama Horizon Workrooms. Aplikasi ini memfasilitasi para pekerja untuk rapat di kantor virtual melalui avatar 3D masing-masing dengan menggunakan perangkat *headset VR Oculus Quest*.

## AKSI AKTUAL DI RUANG VIRTUAL

Sejauh ini belum ditemukan definisi pasti dari *metaverse*. Namun jika “dibedah” berdasarkan sudut pandang etimologi, *metaverse* berasal dari kata “*meta*” yang berarti “melampaui” dan “*verse*” yang berarti “alam semesta”. Jadi, *metaverse* bisa dimaknai sebagai sebuah tempat atau ruang berisi materi yang melampaui semua hal yang nampak di alam semesta (dunia).

Kebanyakan para ahli dan profesional masih menganggap *metaverse* sebagai sebuah konsep. Ada yang memadankan *metaverse* dengan internet, seperti yang dikatakan oleh pakar informatika sekaligus dosen di Institut Teknologi Bandung (ITB), **Budi Rahardja**.

Status saat ini, mengutip pandangan Budi Rahardja, mirip dengan status internet pada tahun 1990-an. Kala itu, bentuk dari internet masih belum jelas. Apa saja yang dapat dilakukan oleh internet, belum jelas. Sekarang sudah lebih tergambar dan bahkan muncul istilah-istilah baru seperti *cyberspace*. Jika kalimat yang terdapat kata “*cyberspace*” diganti dengan “*metaverse*”, kata Budi Rahardja, maknanya masih tetap sama.

Sementara itu, melansir dari laman *hybrid.co.id*, Mark Zuckerberg mengatakan, “Anda bisa membayangkan *metaverse* sebagai perwujudan internet yang bisa Anda masuki. Jadi, Anda tidak lagi sekadar melihat apa yang ada di internet.”

Dengan menggabungkan pendapat dari berbagai sumber, maka ada benang merah yang mungkin bisa ditarik dari *metaverse*, yakni pemanfaatan teknologi virtual dalam bentuk 3D yang memungkinkan setiap individu dapat

saling berinteraksi satu sama lain dan melakukan aktivitas harian melalui perantara avatar. Sederhananya, kita bisa melakukan berbagai aksi aktual di dalam ruang virtual.

## BERLOMBA MEMBANGUN METAVERSE

Tak dipungkiri, topik seputar *metaverse* memang seksi, terlebih bagi para perusahaan-perusahaan besar yang selama ini menggawangi kemajuan teknologi canggih. Ya, mewujudkan sebuah dunia baru yang menyajikan realitas fisik bertemu dengan alam virtual memang sungguh pencapaian teknologi yang menakjubkan.

Meski sebagian besar masyarakat dunia nampaknya menerima kehadiran *metaverse*, namun tidak sedikit juga yang acuh atau memandang skeptis. Bahkan sosok sekelas **Elon Musk**, sang pemilik Tesla, disebut-sebut tidak tertarik dengan ulasan seputar *metaverse*.

Terlepas dari sikap kontra sebagian masyarakat, membangun “*new era*” melalui *metaverse* rupanya bukan pekerjaan mudah. Hal ini setidaknya diakui oleh para petinggi perusahaan raksasa teknologi, seperti **Bill Gates** dan Mark Zuckerberg. Selain membutuhkan waktu dan upaya ekstra, merekayasa *metaverse* juga perlu dukungan berbagai entitas. Baik perusahaan besar maupun kecil, semuanya bisa berlomba membangun *metaverse* secara beriringan.

Perusahaan-perusahaan besar yang sudah lebih dulu memiliki fundamental, teknologi, dan *brand* yang *established* memilih untuk meraih momen secepat mungkin dalam membangun *metaverse*. Mulai dari Google, Apple, Meta (Facebook), Microsoft, Roblox, Epic Games, Tencent, Binance, dan banyak lagi. Sementara *brand* besar lain, seperti perusahaan otomotif BMW dan Audi hingga perusahaan apparel semisal Adidas dan Nike, tidak luput pula untuk beradaptasi dengan *metaverse*.

Dari Tanah Air, ada WIR Group, yang masuk dalam daftar ‘Metaverse’ Tech Companies to Watch in 2022 versi majalah bisnis internasional Forbes GE. WIR yang singkatan dari We Indonesians Rock, Rise and Rule merupakan pemimpin pasar dalam teknologi *digital reality* (*artificial intelligence*, *augmented reality*, dan *virtual reality*) di Asia Tenggara.



Mendapat bimbingan langsung dari Kementerian Komunikasi dan Informatika serta bermitra dengan Kementerian Investasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), WIR mampu eksis selama 10 tahun dalam memproduksi *programming* dan inovasi teknologi *augmented reality* ke lebih dari 20 negara.

Keberhasilan WIR menembus pasar dunia menjadi satu bukti bahwa Indonesia berpeluang besar mengambil bagian dalam proyek pembangunan *metaverse*. “*Metaverse* Indonesia telah mulai terbentuk dari sektor yang ekosistem *user*-nya paling adaptif untuk mengadopsi inovasi digital. Hal ini pun akan terus berevolusi dan dimanfaatkan oleh masyarakat luas. Tentunya perkembangan ini menggunakan sumber daya, konektivitas, dan semua elemen informatika di Indonesia, serta melibatkan berbagai perusahaan yang telah berfokus untuk mengembangkannya,” ungkap

Menteri Komunikasi dan Informatika **Johnny G. Plate**, dikutip dari laman [kominfo.go.id](http://kominfo.go.id).

## METaverse BANKING

Pada prinsipnya, *metaverse* bisa diterapkan di semua sektor industri. Pengecualiannya akan terjadi terutama pada bidang-bidang usaha atau industri yang sebagian implementasinya memang memerlukan pengalaman fisik langsung, misalnya menginap di hotel, aktivitas pertanian, sebagian jenis olahraga, atau makan di restoran.

Perbankan menjadi sektor yang rasanya tidak terhindarkan dari kemajuan teknologi virtual 3D ini. Seperti kita ketahui, selama ini perbankan merupakan salah satu yang gencar melakukan transformasi digital. Berbagai layanan bisa dilakukan cukup melalui *platform digital* yang tersedia. Bank Mandiri contohnya, memiliki aplikasi Livin' by Mandiri yang menyajikan layanan finansial yang lengkap.

Seiring terus berkembangnya layanan digital, maka layanan berbasis realitas virtual sangat potensial diterapkan oleh perbankan. Bahkan banyak kalangan yang menilai bahwa perbankan adalah satu di antara sekian industri yang paling diuntungkan dengan kemunculan *metaverse*. Mengutip pernyataan CEO Shinta VR **Andes Rizky** dari Kompas.com, pengalaman *imersif* yang ada pada *metaverse* mampu menciptakan pengalaman baru (*new experience*) yang mendalam sehingga bisa memuaskan pelanggan (*customer satisfaction*).

Mungkin dalam waktu 2-3 tahun mendatang, seperti diprediksi banyak pihak, penerapan *metaverse* di lintas sektor, termasuk perbankan akan berbuah kenyataan. Tentu sambil menantikan kesiapan perangkat teknologi yang mendukung aktivitas di kehidupan (*virtual*) baru.



# diskon 50%\* biaya investment plan reksa dana

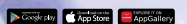


hingga 31 Desember 2022

\*Info: [bmri.id/ippromo](http://bmri.id/ippromo)



segera download



A person is shown in profile, wearing a VR headset. The background is dark with vibrant, colorful particle effects in shades of blue, purple, and red, suggesting a virtual or futuristic environment. The text is overlaid on the right side of the image.

BUSINESS  
OPPORTUNITIES  
DALAM  
SEMESTA BARU





*Para praktisi di industri saat ini kerap mengatakan bahwa transisi ekonomi paling monumental sejak Revolusi Industri sedang terjadi di depan mata kita: metaverse.*

Konsep metaverse masih bergulir. Sekarang para teknokrat berada di tengah-tengah membangun ruang digital konstan yang dapat Anda masuki sebagai avatar. CEO Meta, **Mark Zuckerberg**, pernah berkata, “Metaverse akan membuka kesempatan bentuk pekerjaan baru yang disebut “infinite office” dan membentuk ulang ekonomi digital.”

Sebagai pelaku bisnis, kita perlu cekatan beradaptasi dengan masa depan yang semakin dekat ini. Meta yang dahulu dikenal sebagai Facebook bisa dibilang menjadi salah satu lokomotif utama dalam dunia metaverse. Namun demikian, ada banyak pengembang dunia yang sedang berlomba dalam membangun dunia baru ini.

#### **NVIDIA**

NVIDIA Omniverse Platforms menyatukan 3D dan *augmented reality*. Platform ini menyediakan simulasi fotorealistik dan alat kolaborasi untuk pengembang game, dan memungkinkan para pengembang dan desainer untuk menghasilkan replikasi yang akurat dari infrastruktur dan lingkungan kehidupan nyata untuk pengalaman bermain game yang lebih mendalam. Ia juga memiliki fungsi kolaborasi yang memungkinkan interaksi *real-time*, layanan *streaming*, dan berbagi ruang kerja dan server. Avatar Omniverse juga tampil interaktif melalui teknologi AI dan pemrosesan bahasa alami.

## MICROSOFT

Microsoft Mesh adalah *platform* kolaborasi dan komunikasi yang dikembangkan oleh Microsoft. Inilah langkah mereka untuk menyatukan kolaborasi virtual holografik di beberapa perangkat, baik itu *headset* VR, AR (seperti HoloLens), laptop, atau *smartphone*. Mesh mengedepankan fleksibilitas dan sifat yang cair, memungkinkan kehadiran yang kuat dan pengalaman bersama dari mana saja melalui visi mereka untuk menghadirkan realitas campuran.

Melalui fitur HoloPortation, Microsoft menjanjikan kemampuan untuk memproyeksikan diri Anda dengan hidup dan fotorealistik untuk berinteraksi seolah-olah Anda benar-benar hadir; lengkap dengan kontak mata, ekspresi wajah, dan gerak tubuh. Fluiditas ini dirancang untuk mempercepat pengambilan keputusan dan pemecahan masalah di sebuah organisasi.

## FACEBOOK

Pada Q4 2022 lalu, Facebook membuka Horizon Worlds, dunia *virtual reality* dengan avatar, khusus untuk target market berusia 18 tahun ke atas, di Amerika Serikat dan Kanada. Pada dasarnya, ini adalah *video game online* dengan sistem game terintegrasi. Peluncuran Horizon Worlds yang lebih luas merupakan langkah penting bagi Facebook, yang secara resmi mengubah namanya menjadi Meta pada bulan Oktober.

Sebelumnya, Horizon Worlds diluncurkan dalam versi beta tahun lalu, khusus untuk pengguna Oculus VR yang mendapat undangan. Namun kini, semua pengguna headset realitas virtual Oculus Facebook sudah dapat membuat avatar untuk berkeliaran di dunia animasi ini. Di sana, mereka dapat bermain *game* dan berinteraksi dengan avatar pengguna lain.



Para teknokrat tidak berhenti di satu produk *metaverse*. Contohnya saja Microsoft, yang selain telah meluncurkan Mesh sebagai *platform* untuk meningkatkan pengalaman kerja *remote* yang kolaboratif, juga menghadirkan AltSpaceVR yang sering dipakai untuk acara *online* dalam skala lebih besar, seperti konferensi atau peragaan busana.

## METaverse DAN BISNIS ANDA

"Apa, sih, *Metaverse* ini, kok anak saya *gandrung* sekali? Saya lihatnya dia *halu*, lho!" Demikian komen yang sering terdengar dari generasi lalu mengenai tren *metaverse*. Konsep dan peluang yang dibentangkan sepertinya membingungkan, terutama untuk yang tidak muda lagi. Tetapi patut dimengerti bahwa dalam menyikapi semesta baru ini, kita mungkin tidak harus menikmatinya, tetapi kita perlu membuka mata. Karena bicara soal aspek keberlanjutan bisnis, maka produk atau jasa Anda harus adaptif dengan preferensi generasi Z bahkan Phi untuk bisa terkoneksi.

Agar *brand* Anda tidak teralienasi dari generasi selanjutnya dan bisa terus relevan di mata mereka, maka penting untuk tetap melibatkan diri dalam *metaverse*. Kenapa? sebab *metaverse* akan turut berkontribusi membentuk selera pasar ke depannya, dan tidak bisa dihindari. Bisnis yang cerdas menunggangi gelombang *metaverse* akan meraih keuntungan lebih karena bisa menghadirkan pengalaman *brand* yang lebih imersif untuk pasar mereka.

Sebelum benar-benar menerjunkan *brand* Anda dalam jagad *metaverse*, satu hal yang perlu diingat: ini bukan tentang menghidupkan impian film *sci fi* atau hanya demi pencitraan *brand*. Gagasan utama *metaverse* adalah





responsif untuk menjamin pengalaman *customer* yang baik. Manfaatkan juga *platform* seperti AltSpaceVR untuk membuat acara yang menarik bagi generasi muda dan bersifat tanpa batas, misalnya peluncuran produk, konser, atau konferensi pers.

konektivitas yang segar—kita semua tentu pernah mengalami kelelahan fisik dan mental karena terlalu banyak *meeting online*. Bagi sebagian kita, penyegaran itu hadir dalam bentuk pergi keluar, lepas dari semua perangkat dan teknologi. Namun bagi generasi muda, bisa jadi pelepasan jenuh itu justru dengan menyelam lebih dalam ke jagad internet dan mencari pengalaman konektivitas yang lebih imersif di *metaverse*.

## TERKONEKSI DENGAN TARGET MARKET

Semakin banyak peluang muncul seiring kemajuan *metaverse*. Kuncinya adalah mengklaim dan mempertahankan kehadiran *online* Anda. Anda mungkin bisa terjun ke *metaverse* dengan motivasi utama untuk terkoneksi dengan target market, bukan untuk menunjukkan betapa “canggih”nya perusahaan Anda. Manfaatkan *metaverse* untuk memicu *traffic* ke *platform* tempat produk atau jasa Anda dijual dan pastikan semua kanal *online* maupun media sosial Anda selalu diperbarui.

Karena kuncinya konektivitas, maka selain hadir di kanal *metaverse* yang tepat sesuai karakter bisnis Anda, tetaplah jaga agar kanal komunikasi Anda seperti *WA for Business*, situs web, aplikasi, dan lain sebagainya, tetap

Kita semua telah hidup di dunia hibrida antara daring dan luring selama pandemi yang sedang berlangsung. Dari panggilan video hingga memesan produk, kita telah sangat terbiasa untuk selalu terhubung dengan perangkat. Sesungguhnya, *metaverse* justru bertujuan untuk menyederhanakan proses ini dan satu *platform* integratif plus pengalaman yang lebih imersif sehingga mengurangi kejenuhan.

Jaringan internet 5G yang sudah ada di Indonesia memungkinkan *metaverse* untuk berkembang di sini, termasuk membuka berbagai peluang baru bagi bisnis Anda. *Metaverse* akan memainkan peran penting, dan prinsip dasarnya adalah peluang bisnis akan mengikuti perilaku konsumen. Itulah mengapa penting untuk terus membangun bisnis Anda dengan berinovasi, bereksperimen, dan menumbuhkan audiens Anda, baik di media sosial maupun kanal yang Anda miliki sendiri.

Koneksi yang Anda bangun di *platform-platform* tersebut saat ini, akan tetap berlaku di *metaverse*. Merek paling sukses dalam sejarah bisnis adalah mereka yang mampu berevolusi dan tetap relevan dengan memahami kebutuhan pelanggan yang terus berubah. Sudah siap menyambut dunia baru?

**BUMI** UNTUK  
INDONESIA

**mandiri**  
prioritas

cashback hingga Rp2,5 juta\*  
pembelian reksa dana  
bagi nasabah New To Investment (NTI)

**reksa dana**  
pahami, nikmati!



hingga 30 April 2022  
\*info: [bmri.id/halanti](http://bmri.id/halanti)

**G20**  
INDONESIA  
2022

mandiri call 14000 | [www.bankmandiri.co.id](http://www.bankmandiri.co.id)  
f Bank Mandiri @bankmandiri Bank Mandiri @bankmandiri

     
Bank Mandiri Indonesia  
Elevate with Otonom Asia Tenggara



# KUS MARINDI MENANG TANPA UTANG

*Bermodal kerja keras, jujur, dan fokus, Kus Marindi membuktikan mampu membangun kerajaan bisnisnya benar-benar dari nol.*

Kerja keras, kejujuran, dan fokus pada hal yang dikerjakan menjadi faktor penentu bagi **Kus Marindi** (70) untuk menjadi seorang pengusaha sukses. Satu faktor lagi yang juga tak kalah berpengaruh adalah keberuntungan—yang ia selalu menyebutnya sebagai ‘kecelakaan’.

Tanda-tanda ‘kecelakaan’ itu diawali dari rasa bosan hidup di kampung halamannya di Surabaya. Kus Marindi yang waktu itu berusia 18 tahun, ikut seorang temannya yang mencari peruntungan ke Samarinda. Di Ibu Kota Kaltim ini Kus—begitu ia disapa—bekerja serabutan, dari menjadi pekerja kasar hingga tenaga survei untuk perusahaan perminyakan.

Kus hanya bertahan setahun di Samarinda dan memutuskan pindah ke Balikpapan. Pengalaman kerjanya di Samarinda menjadi bekal berharga baginya, sehingga ia kembali menjadi *helper* di sebuah perusahaan perminyakan. Kembali, Kus merasa masih kurang puas dengan hasil kerja yang didapatnya. “Setiap kali mendapat pekerjaan baru, saya selalu merasa kurang cocok,” katanya. “Saya merasa ide-ide saya sulit tersalurkan dan pengusaha kurang menghargai karyawan. Tapi kalau mau menjadi pengusaha, saya juga belum siap mental. Jadi saya lebih menunggu kesempatan saja.”

Menjelang tahun 80-an, Kus mendapat pekerjaan di sebuah perusahaan *airline cargo* di bandara Sepinggan, Balikpapan. Meski bergaji kecil, Kus senang bekerja di sini karena bertemu banyak orang asing, baik pekerja maupun pengusaha, yang dengan mereka ia menimba banyak ilmu.

Suatu hari di tahun 1984 sebuah peluang mendatangnya. Seorang teman asing kenalannya menawari Kus untuk menangani pengiriman material pemadaman api dari Singapura ke Balikpapan. Saat itu sedang terjadi insiden kebakaran (*blowout*) di sebuah sumur pengeboran minyak di daerah Tunu, Samarinda. “Tentu saja saya tolak karena itu butuh dana yang sangat besar, baik untuk menyewa puluhan pesawat, *import duty*, dan lain-lain.”

Tapi temannya tetap memaksa dan memintanya membuat perincian biaya untuk proyek tersebut. Dan ketika diajukan, proposalnya langsung disetujui. Karena merupakan proyek besar perdananya, Kus tidak mau proyek ini mengecewakan. Ia pun fokus dan bekerja siang malam untuk memastikan pekerjaan tersebut selesai seperti yang diharapkan. Hasilnya, kurang lebih 10 hari proyek tersebut akhirnya selesai dan klien merasa sangat puas.

Kus Marindi mendapatkan *blessing in disguise*—atau yang ia sebut sebagai ‘kecelakaan’ itu. Insiden *oil-well blowout* di Samarinda membawa keberuntungan bagi dirinya. “Dari sini saya berhasil membeli mobil pertama saya. Dan tentu, terbukanya peluang-peluang usaha berikutnya,” kata bapak tiga anak ini.

## PORTOFOLIO MULAI TERSUSUN

Kus Marindi mengaku tidak pernah merencanakan apa pun untuk mulai membuka usaha. Semua datang begitu saja, termasuk ketika sebuah perusahaan jasa kargo dari Singapura menawari dirinya untuk menjadi agen di Balikpapan dan



sekitarnya. Bagi Kus, ini merupakan tantangan yang tidak boleh disia-siakan. Bersama adik iparnya, Kus akhirnya mendirikan perusahaan pertamanya.

Dari sini peluang demi peluang terus mengalir dan membuat usahanya terus berkembang. Hingga pada tahun 1988, ia mendirikan PT Intipratama Group dengan bidang usaha utamanya bidang logistik. Hingga kini Kus memiliki tujuh perusahaan yang bergerak di bidang logistik, fabrikasi, pelabuhan, dermaga, SPBU, *general supply*, dan yang baru didirikan adalah *container depo*.

“Sebetulnya tiga tahun yang lalu saya sudah tidak berencana untuk mengembangkan usaha lagi. Lebih memilih untuk mengelola yang sudah ada saja. Tapi seorang teman menawarkan tanah lelang, dan ketika saya survei, saya pun tertarik. Sayang kalau tidak diambil,” Kus menceritakan awal berdirinya perusahaan teranyarnya, yaitu *container depo* di bawah PT Intipratama Terminal Container. Sampai sekarang, ia melanjutkan, pembangunan masih berlangsung, tapi tempatnya sudah bisa dioperasikan.

### TAK PUNYA HOBI, TAK PUNYA UTANG

“Jangan tanya hobi saya, karena saya tidak punya hobi selain kerja, ha ha ha....” Ini jawaban Kus ketika ditanya tentang hobi. *Passion* pria kelahiran Surabaya ini memang bekerja. Kalau sedang fokus pada satu pekerjaan, ujarnya, ia harus mengerjakannya sampai tuntas.

Namun begitu Kus mengaku, bekerja tidak membuatnya stres. Sebab ia menikmatinya. “Dari dulu saya tidak suka nongkrong di luar. Lebih senang kerja cari duit atau diam di rumah. Kalau tidak momong cucu, ya membaca buku,” papar suami **Endang Artini** ini. Kus dihadahi enam cucu dari tiga anak perempuannya, **Erliani Bakti Lestari**, **Yunita Ariani**, dan **Heny Artanty**.

Kus Marindi mengaku dirinya sebagai sosok yang unik. Bukan hanya karena hobi bekerjanya, tapi juga karena ia sudah mematahkan anggapan umum bahwa menjadi pengusaha itu harus berutang. “Saya tidak pernah berutang sepeser pun. Perusahaan pertama saya dirikan dari hasil kerja saya, bukan dari utang atau pinjaman. Bahkan saya pernah diberi modal untuk membuka usaha,” katanya. Anak kedua dari tujuh bersaudara ini menduga,





*“Saya  
menjalani hidup  
dengan tetap fokus dan  
mencintai semua yang  
saya lakukan.”*

mungkin hal ini karena ia selalu memegang prinsip jujur dan kerja keras, sehingga orang percaya dengan dirinya.

Sosok Kus yang jujur dan pekerja keras juga diakui oleh anak perempuannya, Yunita (39). “Bapak itu seorang pekerja keras, konsisten, disiplin, dan hemat. Sangat hemat,” urainya. “Banyak hal dari Bapak yang membuat beliau jadi panutan kami anak-anaknya.”

Di rumah, Yunita menambahkan, Kus adalah seorang yang penyayang. Ia juga cukup keras dalam mendidik anak-anaknya. “Dan satu hal lagi yang kami kagumi dari Bapak adalah beliau sangat menghargai waktu,” katanya.

## KELUARGA PETANI

Kus tidak diwarisi jiwa bisnis dari orang tuanya. Ia murni belajar bisnis secara otodidak. Kus dibesarkan di dalam lingkungan keluarga petani di sebuah desa di perbatasan Kota Surabaya dan Lamongan, Jawa Timur. Ayahnya adalah seorang tuan tanah dan pejabat desa yang cukup

terpandang di desanya. “Itulah mengapa ketika saya merantau ke Kalimantan saya merasa kesepian. Tidak ada yang mengenal saya, sementara di kampung, saya sangat dikenal, ha ha ha,” Kus mengisahkan.

Kini Kus mewariskan kerajaan bisnisnya kepada anak-anaknya.

Ia menempatkan ketiga putrinya di beberapa perusahaan miliknya sesuai dengan ilmu dan kemampuan yang mereka miliki. Kus beralih, hal ini bukanlah kemauannya. “Pada dasarnya saya tidak mengharuskan anak-anak terjun ke bisnis. Jalan menuju masa depan adalah pilihan mereka sendiri. Tapi begitu saya ajak mereka mengenal usaha orang tuanya, ternyata mereka tertarik untuk mencoba menjalani bisnis,” jelas Kus.

Sekarang, di masa tuanya, Kus sudah bisa merasa tenang karena sudah ada orang yang bisa dipercaya untuk melanjutkan kerajaan bisnisnya. “Setidaknya apa yang sudah saya lakukan hasilnya sudah bisa dinikmati oleh anak-anak saya,” ujarnya.

# CHARLES KUNCI SUKSES: IP HARUS MUMPUNI

*Yang dimaksud Charles bukanlah Indeks Prestasi (IP) akademik, tapi 'Ilmu Pendekatan' yang harus mumpuni.*

Setidaknya itulah yang dirasakan oleh **Charles** (62) selama mengelola usaha Mitra Indah Lestari (MIL) Group, Balikpapan, Kaltim. Berkat IP yang bagus itulah kini ia memiliki banyak bidang usaha seperti kontraktor pertambangan, penyewaan alat berat, transportasi, *general supplier*, dan perhotelan. Barangkali berkat IP itu pula Charles berhasil mematahkan mitos bahwa dalam bisnis keluarga, generasi ketiga menjadi perusak bisnis yang sudah dibangun.

Semua berawal dari tahun 1980 ketika ayah Charles menyerahkan urusan bisnis kepada dirinya. Waktu itu sang ayah menjalankan usaha angkutan kota (angkot) yang juga merupakan warisan dari kakeknya. Ketika pemerintah kota memberlakukan aturan peremajaan angkot, Charles malah menelurkan ide membeli truk untuk disewakan. Ia melihat peluang dari banyaknya pengusaha yang membuka lahan di hutan. Dan usahanya ini mendulang sukses.

Tak puas dengan itu, Charles melirik peluang lainnya, yaitu transportasi bus antarkota. "Pada awalnya saya membeli bus bekas yang sudah rusak, saya perbaiki, dan nebeng trayek perusahaan otobus (PO) lain," kata sulung dari tujuh bersaudara ini. Empat tahun menjalankan usaha transportasi Charles berhasil memiliki delapan unit bus antarkota antarprovinsi (AKAP). Bersama ketiga saudaranya ia pun mendirikan PO Samarinda Lestari Transport. Dan hingga kini Charles sudah memiliki 10 PO

dengan sekitar 150 unit bus. Rute trayek yang dilayani antara lain Balikpapan-Samarinda, Balikpapan-Bontang, dan Balikpapan-Banjarmasin.

Ketika krisis moneter melanda negeri pada 1998, usaha PO milik Charles tidak tergoyahkan. "Kalimantan menjadi tujuan banyak penduduk Jawa untuk mencari penghasilan, terutama di perkebunan kelapa sawit. Waktu itu dalam satu hari saya bisa memberangkatkan 20 bus ke Samarinda," papar Charles.

Kesuksesan Charles mengelola bisnis transportasi diakuinya karena ia menerapkan pengelolaan bisnis dari hulu ke hilir untuk menekan *operational cost*. Ia mengerjakan sendiri dari pembuatan karoseri, perawatan suku cadang, bahkan mencetak tiket.

Pada tahun 2002 tren naik bus mulai turun. Orang-orang banyak beralih ke sepeda motor pribadi karena aturan kepemilikan motor sudah sangat mudah. Tapi Charles tidak tinggal diam. Usaha PO tetap jalan, tapi di sisi lain ia melirik usaha penyewaan alat berat, mengingat waktu itu pertambangan batubara sedang *booming*. Sekali lagi, kekuatan insting bisnisnya terbukti.

Charles membeli satu unit eskavator untuk disewakan. Kliennya waktu itu adalah perusahaan tambang batubara, konstruksi bangunan, dan perkebunan. Hanya dalam waktu tiga tahun Charles berhasil memiliki 40 unit alat berat. Ia pun membuka perusahaan kontraktor pengolahan batubara dengan bendera PT Mitra Indah Lestari (MIL).

*"Manfaatkan waktu dan peluang selagi masih bisa diambil dan selagi kita masih bisa bergerak."*





## TAMBANG JUGA, HOTEL JUGA

Kesuksesan Charles di bidang kontraktor tambang memicu jiwa bisnisnya untuk kembali melakukan diversifikasi usaha. Kali ini yang dilirik adalah bidang perhotelan. Pada tahun 2013 Charles mendirikan sebuah hotel berbintang empat, Hotel Platinum Balikpapan. Di awal berdirinya banyak yang meragukan keberhasilan hotel yang berdiri di kawasan pinggiran utara kota Balikpapan ini, mengingat lokasinya jauh dari pusat kota dan daerah macet akibat sering dilalui kendaraan berat.

Tapi lagi-lagi, naluri bisnis Charles menang. Bahkan kini Hotel Platinum sudah beroperasi di Yogyakarta sejak 2016, juga di Surabaya yang proses pembangunannya sudah selesai. "Kondisi pandemi Covid-19 memaksa *opening* hotel di Surabaya ditunda. Kami menunggu situasi kondusif," katanya.

Charles mengaku, pandemi saat ini memberikan dampak kepada usahanya, terutama di bidang angkutan dan



perhotelan. Meski begitu ia tidak satu pun melakukan PHK terhadap karyawannya. "Saya bersyukur masih bisa membayar gaji dan upah karyawan pada perusahaan yang terdampak pandemi dengan melakukan subsidi silang dari lini bisnis yang lain," aku suami Yenny dan ayah tiga orang anak (William, Yunita, dan Jimmy) ini.

Bahkan kakek lima orang cucu ini sudah punya wacana usaha lain yang akan ia tekuni, yaitu pelabuhan dan *workshop* untuk reparasi alat-alat berat. Charles juga masih punya obsesi mewujudkan mimpinya memiliki 2.000 kamar hotel. Ini artinya ia perlu membangun total 8-10 hotel.

Bagi Charles, merugi itu biasa dalam bisnis. Ia menjelaskan, bukannya tidak pernah jatuh bangun selama menjalankan usahanya. Ditipu orang, proyek tidak dibayar, itu sudah biasa ia alami. Tapi Charles belajar dari situ dan bangkit. Ia menganggap semua kerugian adalah proses untuk menuju sukses. Dan terbukti hal tersebut benar adanya.

## BEKERJA SAMPAI TUA

Pria kelahiran 9 Juli 1959 ini memiliki motto hidup "bergerak untuk maju". Jadi Charles memilih untuk selalu memanfaatkan waktu dan peluang selagi masih bisa diambil dan selagi masih bisa bergerak. Itu sebabnya ia mengaku tidak punya rencana lain di masa tua selain terus bekerja. "Kalau masih bisa bekerja kenapa harus berhenti," dalihnya sambil menambahkan bahwa bekerja itu merupakan 'hiburan' baginya. Hiburan yang menghasilkan, tentunya.

Meski begitu bukan berarti Charles tidak memiliki waktu spesial untuk diri sendiri dan untuk keluarga. "Saya selalu berusaha pulang pukul 6.30 sore dan setelah itu tidak memikirkan pekerjaan," akunya. Di luar urusan bisnis ia masih bisa meluangkan waktu bersama keluarga. Juga, setiap hari Minggu ia berolahraga jalan atau lari *cross country* bersama beberapa teman. Bahkan, Charles mengaku masih mampu berlari marathon 10K.

Charles juga gemar berorganisasi. Ia pernah menjadi pengurus Organda Kaltim, pembina di Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) Kaltim, pengurus Paguyuban Guang Zhou Balikpapan, dan Forum Kerukunan Umat Beragama (FKUB) Balikpapan.

Kini, seperti yang juga sudah dilakukan oleh para generasi pendahulunya, Charles pun berusaha mewariskan usahanya kepada generasi penerusnya. Ia sudah memulai hal tersebut di bisnis perhotelan dengan melibatkan anak-anak dan cucunya di jajaran manajemen.

Ada beberapa kunci sukses dalam berbisnis yang digenggam oleh Charles. Jujur, komitmen kuat, dan IP harus mumpuni. "Ilmu Pendekatan (IP) itu penjabarannya adalah kita harus tahu bagaimana berkomunikasi dengan siapa pun—klien maupun mitra usaha—sehingga kita paham betul kebutuhan, masalah, dan apa yang harus kita lakukan," urainya.

Dan satu lagi, pesan Charles sebelum mengakhiri perbincangan: "Jangan berpolitik!"



# TETTY SINUHADJI JATUH CINTA BERAWAL DARI KETERPAKSAAN

*Dari berakit-rakit ke hulu menjual baju door to door,  
kini Tetty sudah menikmati hasilnya: mengantarkan Njonjah Poenja keliling dunia.*

Adalah fakta yang tak terbantahkan bahwa tidak satu negara pun mampu mengalahkan Indonesia dari sisi kekayaan budayanya. Luas wilayah negeri dan keberagaman suku bangsa menjadikan negara kita juara dalam hal tersebut. Dan salah satu karya budaya leluhur yang mengagumkan adalah kain tradisional atau yang kita sebut dengan wastra nusantara.

Sayangnya kesadaran tersebut tidak diimbangi dengan tingginya kepedulian masyarakat Indonesia akan wastra nusantara. Masih banyak yang memproduksi kain hasil produksi mesin, bukan asli produksi tangan pengrajin. Dan celaknya, pembelinya pun banyak. Inilah yang menjadi kekhawatiran **Tetty Sinuhadji** (57), pemilik brand **Njonjah Poenja** yang memproduksi wastra batik dan tenun nusantara.

Tetty mengakui, jika dibandingkan dengan masa-masa awal ia membuka usaha, sekarang kesadaran masyarakat akan wastra asli Indonesia sudah banyak meningkat. "Tapi kampanyenya harus tetap digalakkan. Sebab kesadaran akan cinta wastra tanah air itu seringkali tidak diikuti dengan aksi membeli," serunya.

## TERPAKSA JATUH CINTA

Kecintaan Tetty dengan wastra nusantara begitu besar. Tapi perempuan kelahiran Brastagi, Sumut, ini mengaku rasa cinta itu tidak muncul seketika. Kisahnya diawali dengan sebuah keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup sebagai seorang perantau di Jakarta. Pada tahun 2011 tempat

kerjanya, Universitas Atma Jaya, Jakarta, menghentikan program Pusat Pemberdayaan Masyarakat (PPM) karena suatu alasan. Tetty yang waktu itu sudah membina para pengrajin batik di daerah mendapat keluhan dari mereka karena para pengrajin itu tidak tahu lagi ke mana menjual produknya.

Antara merasa bersimpati dengan para pengrajin dan juga dipaksa kondisi untuk menambah penghasilan hidup, Tetty pun memutuskan untuk meneruskan PPM itu dengan uangnya sendiri. Ia pun nekat meminjam uang di koperasi sebesar Rp20 juta untuk modal. Dengan nama brand Njonjah Poenja, Tetty menjual koleksi kain dan busana batik yang ia beli dari pengrajin batik binaannya di Klaten, Jateng. "Tak ada strategi penjualan lain waktu itu selain jemput bola, mendatangi rumah-rumah dan kantor yang berada di kawasan Sudirman dan Kuningan," kenang *single parent* dengan dua orang anak ini.

Harapan Tetty waktu itu hanyalah produknya dikenal dan disukai semua kalangan. Doa ini pula yang disematkan dalam nama brand Njonjah Poenja. "Njonjah itu sebutan yang diberikan ibu saya untuk kalangan perempuan pada zaman kemerdekaan," jelas Tetty. "Beliau dulu berjualan hasil panen dari rumah ke rumah nyonya-nyonya besar itu. Jadi dengan nama Njonjah Poenja harapannya koleksi saya dimiliki tak hanya oleh 'nyonya-nyonya' berada, tapi juga dari semua kalangan, dari atas sampai bawah."

Itu pula sebabnya Tetty tidak mengklaim produknya hanya milik segmen tertentu, meski harga yang dipatok berkisar

satu hingga lima juta rupiah. “Semua kalangan berhak mengenakan wastra nusantara asli. Saya yakin dengan kampanye kesadaran yang terus menerus, semua orang mau mengenakan batik tulis dan tenun tangan, karena harga yang dipasang memang sudah sepadan dengan proses pembuatannya yang bisa sampai bulanan,” urai pemilik nama asli Rohayati Sinuhadji ini.

Tetty sendiri mengaku mencapai kesadaran tersebut ketika ia berkeliling ke berbagai daerah untuk mempelajari kain-kain tradisional yang memang sangat beragam dan sangat indah, termasuk proses pembuatannya. “Saya makin jatuh cinta setelah melihat para pengrajin itu memproduksi kain. Mereka membuatnya dengan hati,” ucap Tetty.

## DARI THAMCIT HINGGA LA

Pada awal menjalankan usaha ini pada 2012 lalu, Tetty menyewa satu unit kios di Thamrin City, Jakarta, tempat yang diklaim sebagai Pusat Batik Nusantara. Tapi ia harus memendam kecewa karena pada tiga bulan pertama neraca keuangannya berat sebelah. Tokonya nol transaksi. “Pesaingnya banyak. Harga produk saya paling rendah Rp500 ribu, sementara toko-toko lain Rp100 ribu bisa dapat tiga potong,” kenangnya.

Meski sempat merasa ketar-ketir, Tetty mencoba bertahan. Ia mencoba strategi lain, yaitu mendatangi toko-toko di sana dan menawarkan jasa jahit baju untuk kain-kain jualan mereka. Hasilnya, ada lima toko yang menerima tawaran tersebut.

Bulan-bulan berikutnya peruntungan Tetty mulai nampak. Pembelinya terus bertambah banyak. Hingga kini Njonjah Poenja sudah punya delapan toko di Thamrin City dan dua toko di Surabaya. Koleksi batik dan tenunnya kini meliputi jenis batik dan tenun dari hampir seluruh daerah Indonesia kecuali Papua. Bahkan beragam koleksinya juga beredar di Los Angeles dan

Houston, AS. “Banyak warga AS yang mengagumi koleksi Njonjah Poenja, termasuk Beyonce,” kata Tetty bangga.

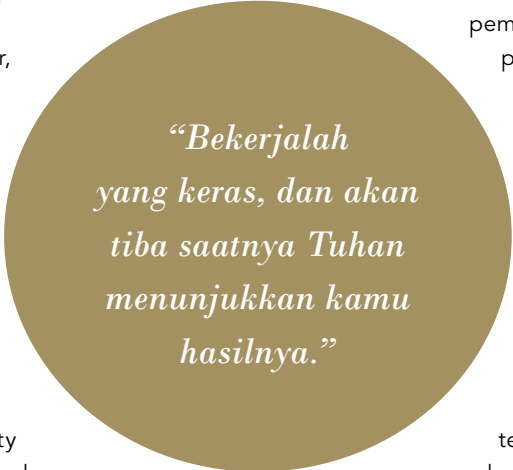
Sementara di dalam negeri juga sudah banyak *public figure* yang merasakan keanggunan dan keindahan koleksi Njonjah Poenja di badan mereka. Dari direksi bank-bank nasional, termasuk Mandiri, Jaksa Agung, Panglima TNI, hingga Presiden **Joko Widodo** dan Ibu Negara **Iriana Joko Widodo**.

## SWAMANAJEMEN

Meski mempunyai 40 karyawan untuk potong dan jahit, Tetty mengaku hingga kini ia memegang sendiri manajemennya. “Kadang dibantu oleh anak saya, tapi selagi masih bisa dipegang sendiri, ya saya jalan sendiri,” kata perempuan yang mengaku saat ini juga mencoba berinvestasi saham dan kripto ini.

Begitu pula untuk pemasaran, Tetty mengaku masih menggunakan metode tradisional, dibantu dengan beberapa *platform* media sosial. Ia yakin, strategi pemasaran paling jitu adalah promosi dari mulut ke mulut. Tetty masih menyimpan impian produknya dikenakan oleh seluruh karyawan instansi pemerintah. “Ini bisa menjadi bentuk promosi sekaligus kampanye hebat. Bayangkan, berapa pengrajin yang terbantu jika hal itu terwujud,” kata pengidola Presiden Joko Widodo ini.

Kini, setidaknya Njonjah Poenja sudah lolos kurasi dari Kementerian Koperasi dan UKM dan akan mengikuti berbagai event pameran di dalam dan di luar negeri. Dan satu lagi, Tetty tengah menunggu hasil kurasi dari sebuah *event organizer* internasional untuk mengikuti event yang diikuti lebih dari 100 negara di New Mexico, AS. “Doakan mudah-mudahan Njonjah Poenja terpilih, ya,” pintanya.









# KENDALI DIRI

*Mengendalikan pandemi Covid-19 bisa dimulai dengan mengendalikan diri.*

Semua sudah siap. Waktu, transportasi dan akomodasi, makanan, *venue*, acara, bintang tamu, *doorprize*, *goodie bag*, dan semangat teman-teman. Tiba-tiba Omicron muncul dan mengembuskan gelombang baru Covid-19 di Indonesia. Acara reuni satu angkatan kuliah pun buyar. Diundur entah kapan. *Mood* teman-teman langsung menyusut. Saya apalagi. Mengingat inisiatif menggelar reuni datang dari saya dan karena itu saya dipercaya sebagai ketua panitia.

Tapi memang kita tidak bisa berkutik kalau sudah berurusan dengan *force majeure*. Hanya tangan Tuhan yang bisa membatalkannya. Kita, makhluk-Nya, mana bisa ikut-ikutan. Lingkup kita cukup dengan mengubah diri kita

sendiri. Seperti kata Mahatma Gandhi, *if you want to change the world, change yourself*.

Dan saya mengubah "dunia saya" dengan memutuskan membatalkan reuni untuk sementara. Setidaknya saya sudah berkontribusi dalam memutus mata rantai penularan virus dan mengurangi risiko teman-teman sekuliah terpapar. Nah, bayangkan kalau semua orang melakukan hal yang sejenis, yaitu mencegah kerumunan atau menjaga diri dengan protokol kesehatan, meningkatkan imun, melengkapi vaksin, dan mengurangi mobilitas, misalnya. Pandemi niscaya tidak akan berlama-lama di dunia ini. Mengubah diri sendiri akan berdampak pada berubahnya dunia.



## JENUH

Di sisi lain, tampaknya kejenuhan sudah melanda teman-teman kuliah. Ketika tercetus ide reuni, mereka langsung bergairah. Grup aplikasi obrolan singkat pun ramai. Ketika saya tanya mengapa mereka senang, ternyata bukan karena ingin bernostalgia, tapi lebih karena mereka sudah jenuh dengan kondisi pandemi. Belum lama kondisi mulai membaik, tiba-tiba Omicron mengobrak-abrik.

Hujan informasi kasus Covid-19 yang makin deras di media *mainstream* maupun media sosial tak pernah berhenti kita tampung. Kita seperti ketagihan dengan semua itu. Semua orang jadi ingin tahu bagaimana perkembangan Covid-19. Semua berita dilahap, benar atau tidak. Apalagi Omicron

memang lebih membabi buta penularannya. Di lingkungan RW saya yang waktu gelombang Delta hanya ada empat kasus, kali ini naik 10 kali lipat!

Sayangnya, bagi yang tidak kuat mental, kebiasaan melahap informasi seperti itu bisa menjatuhkannya. Jurnal medis *The Lancet* merilis hasil studi yang menunjukkan lebih dari 50 juta orang di dunia mengalami depresi berat pada tahun 2020 akibat pandemi Covid-19. Salah satu pemicunya adalah berita bertubi-tubi tentang kondisi pandemi.

Namun tentu saja kita tidak bisa menyalahkan berita. Karena pikiran kitalah yang sejatinya menciptakan kekhawatiran ketika menerima informasi tersebut. Kita “memilih” untuk ketagihan berita tentang Covid-19 dan “memilih” untuk khawatir.

Ya, kita memilih. Karena memang ada pilihan lain yaitu membuang jauh-jauh hal-hal yang kita tidak bisa kendalikan. Khawatir orang-orang terdekat kita atau kita sendiri tertular, khawatir kondisi pandemi makin parah ke depan, adalah hal-hal yang di luar kendali kita. Itulah yang seharusnya kita buang dan menggantinya dengan fokus pada hal-hal yang kita bisa kendalikan, yaitu merasakan *present moment*. Bersyukur saat ini kita dan keluarga baik-baik saja, masih bisa makan, masih bisa bekerja, atau masih bisa menghirup udara segar.

Jadi, kembali lagi, mari kita ubah dunia kita sendiri sebelum mengubah dunia luar. Fokus pada saat ini, berpikir positif dan optimis, serta tetap waspada dengan selalu menjaga diri. Percayalah, ada banyak ‘hadiah’ yang bisa didapatkan jika kita fokus di saat ini. Selain ketenangan, kita juga bakal tetap kreatif dan produktif. Ingat pesan Master Shifu dalam film *Kung Fu Panda*, “*Yesterday is history, tomorrow is a mystery, but today is a gift. That’s why it is called the present.*”

## STUDI LOMBARD ODIER: DIVERSIFIKASI PORTOFOLIO DI TENGAH KETIDAKPASTIAN



*Studi ilmiah terhadap perspektif kelompok masyarakat menanggapi dampak krisis global.*

Lombard Odier Asia bersama dengan 6 aliansi strategisnya melakukan studi untuk lebih memahami perkembangan kebutuhan dan perspektif kelompok ultra-kaya dalam menanggapi krisis global akibat pandemi Covid-19. Melalui studi yang juga pernah dilakukan pada 2020, pada Juli sampai Agustus 2021, Lombard Odier mengundang 620 *High Net Worth Individuals (HNWI)* di wilayah Asia-Pasifik untuk menyelesaikan satu set pertanyaan yang berjumlah 19 pertanyaan secara daring, mencakup berbagai topik. Topik yang ditanyakan antara lain terkait tren investasi, keberlanjutan, dan ihwal keluarga.

Untuk menghindari bias, peserta survei diambil dari nasabah, calon nasabah potensial, dan kontak Aliansi Strategis Lombard Odier. Adapun peserta dipilih berdasarkan jumlah aset dan kekayaan keseluruhan. Peserta survei dianggap sebagai perwakilan dari populasi *HNWI* di Asia-Pasifik.

Para peserta berdomisili di Australia, Indonesia, Jepang, Filipina, Taiwan, dan Thailand. Setidaknya 30 *HNWI* berpartisipasi dalam studi ini dari setiap pasar.

### INVESTOR SANGAT MEMANTAU KONDISI PANDEMI

Salah satu hasil penting dari studi ini adalah pentingnya diversifikasi dalam lingkungan yang tidak pasti akibat penyebaran pandemi Covid-19. Lombard Odier menemukan bahwa investor memberikan perhatian yang sama besar terhadap risiko ekuitas, risiko suku bunga, risiko inflasi, dan risiko kredit. Ini berarti investor memiliki kekhawatiran bahwa beberapa peristiwa yang memengaruhi kinerja portofolio mereka mungkin terjadi dalam waktu dekat: koreksi pasar ekuitas, krisis kredit, kenaikan suku bunga, dan peningkatan inflasi.

Secara rinci, sebanyak 43,5 % *HNWI* merasa bahwa pasar ekuitas bergerak terlalu tinggi dan harus dikoreksi.

Sementara itu, hanya 31,4 % responden yang merasa bahwa pasar akan terus meningkat. Dalam konteks ini, investor mengandalkan saran dan keahlian bank untuk memberikan panduan seiring dengan peningkatan kesediaan investor untuk mendelegasikan manajemen portofolio.

Terkait inflasi, Lombard Odier menemukan hampir semua pasar mengkhawatirkan potensi kenaikan inflasi. Beberapa pihak pun berpikir untuk melakukan aksi lindung nilai terkait risiko ini.

Sementara itu, terkait risiko suku bunga, *HNWI* yang meyakini bahwa suku bunga rendah akan bertahan dalam jangka panjang, turun menjadi rata-rata 56 %. Padahal, dalam studi Lombard Odier serupa tahun 2020 lalu, terdapat 78 % responden individu dengan kekayaan bersih ultra tinggi meyakini suku bunga rendah akan bertahan.

## LAKUKAN DIVERSIFIKASI

Menurut Lombard Odier, adanya potensi konsentrasi risiko karena bias lokal membuat semakin penting bagi investor untuk melakukan diversifikasi, terutama untuk membuat portofolio mereka lebih mengglobal. Hal ini pun sejalan dengan filosofi investasi Lombard Odier dengan pendekatan terdiversifikasinya. Karena itu, salah satu jangkar utama dari penawaran Lombard Odier di Asia adalah pengelolaan portofolio dengan pendekatan inti-satelit.

Dengan strategi ini, aset investor disusun antara portofolio multi-aset inti yang likuid dan terdiversifikasi, dengan portofolio satelit, yang merupakan investasi tambahan yang melengkapi inti. Sementara portofolio inti bertujuan menghasilkan akumulasi modal jangka panjang melalui diversifikasi saham dengan efektivitas tingkat tinggi, portofolio satelit memungkinkan investor untuk mengambil peluang pasar jangka pendek. Kombinasi portofolio inti-satelit ini memungkinkan investor untuk memanfaatkan peluang *return* jangka pendek dari portofolio satelit, sembari tetap menjaga risiko dan diversifikasi investasi jangka panjang.

Lombard Odier juga melakukan survei terhadap *HNWI* terkait isu keberlanjutan. Ditemukan bahwa persepsi *HNWI* tentang isu keberlanjutan berubah, dari hanya "alasan kelayakan" menjadi peluang finansial yang masuk akal. Hal ini tampak dari bagaimana 59% responden meyakini bahwa kegiatan ekonomi berkelanjutan akan menghasilkan

keuntungan yang lebih baik, atau naik dibandingkan dengan 54 % responden pada tahun lalu.

Sementara itu, responden wanita memiliki keyakinan lebih tinggi daripada pria bahwa aktivitas ekonomi yang mempertimbangkan alasan keberlanjutan dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik (68 % untuk wanita; 54 % untuk pria). Di samping itu, Generasi Penerus (Next Gens) memiliki keyakinan lebih tinggi daripada generasi yang lebih tua untuk mendukung dan menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan.

## TETAP SEMANGAT DI TENGAH KONDISI TAK PASTI

Berdasarkan hasil tersebut, Lombard Odier dengan filosofi sederhana "memikirkan kembali segala hal" bertujuan membantu investor mendekarbonisasi portofolio mereka, mempertahankan diversifikasi, memberikan hasil, dan mendorong transisi ke depan. Bank pun disarankan untuk menyediakan rangkaian peluang lengkap dari investasi berkelanjutan. Bank juga diharapkan dapat membimbing nasabah yang belum sepenuhnya yakin bahwa mereka butuh menyelaraskan portofolio dengan semangat keberlanjutan.

Terkait keluarga, Lombard Odier menemukan bahwa 60 % responden di delapan pasar mengatakan krisis telah membuat mereka memikirkan kembali ihwal keluarga, tetapi setengah dari mereka belum bertindak. Hasil ini mengarah pada peluang signifikan bagi perbankan untuk menawarkan panduan.

Studi Lombard Odier juga menemukan bahwa tidak banyak investor yang merelokasi investasi mereka sejak awal krisis Covid-19, tapi banyak yang memikirkan hal tersebut. Hal ini menimbulkan pertanyaan utama untuk bank: bagaimana mempertahankan nasabah yang melakukan relokasi ke negara, pasar, atau yurisdiksi lain? Bagaimana jika sepertiga dari basis nasabah bank melakukan relokasi sehingga berdampak signifikan terhadap bisnis?

Menurut Lombard Odier, kunci bagi bank untuk dapat mempertahankan nasabah yang bergerak secara geografis adalah memiliki proposisi nilai yang kompatibel dengan pengaturan multi-yurisdiksi dari nasabah. Sebuah bank yang mampu terus memberikan saran bagi nasabah dari negara domestik, terlepas dari lokasi nasabah, akan memiliki keunggulan kompetitif yang cukup besar dibandingkan bank yang realitasnya murni di dalam negeri.

# INVESTASI DI SEKTOR TEKNOLOGI DAN DIGITAL MENJADI BEKAL PEMULIHAN EKONOMI NASIONAL

Pemulihan ekonomi nasional lewat transformasi ekonomi digital merupakan salah satu upaya yang diperlukan untuk mencegah depresi ekonomi yang berkepanjangan, akibat pandemi Covid-19. Di saat sektor lain lesu, sektor teknologi dan digital telah diuntungkan secara substansial dari pandemi COVID-19. Sebagai contoh, banyak dari kita saat ini yang bekerja dari rumah dengan menerapkan konferensi jarak jauh dan layanan *cloud*, menikmati hiburan dari layanan berlangganan *online* (seperti Netflix), memesan bahan makanan dan makanan melalui *platform* digital, dan membeli berbagai macam barang secara *online*. Dengan kata lain, optimalisasi sektor teknologi dan digital yang menawarkan cara baru bagi bisnis untuk tumbuh dan lebih produktif, dapat mendorong percepatan pemulihan ekonomi nasional.





## PROSPEK CERAH INDUSTRI TEKNOLOGI DAN DIGITAL

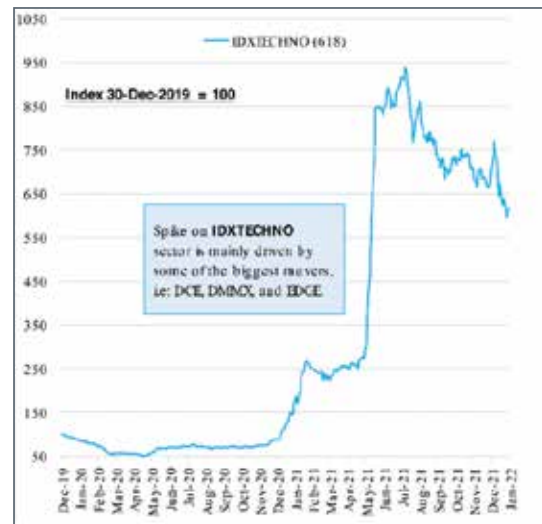
Dilihat dari sisi pasar modal, prospek saham teknologi dan digital dinilai sangat menjanjikan dalam waktu dekat. Para pelaku pasar Indonesia sangat berharap pada momentum *Initial Public Offering* (IPO) oleh sejumlah perusahaan teknologi, yang akan menjadi katalis positif bagi pasar modal Indonesia di tengah tekanan ekonomi. Lebih detail lagi, sektor teknologi dan digital yang dimaksud meliputi perusahaan yang terkait erat dengan teknologi seperti *marketplace*, bank digital, dompet digital, dan lain-lain. Maraknya perusahaan teknologi dan digital yang melakukan IPO pada tahun 2021 seperti Bukalapak, tentu saja dapat meningkatkan minat investasi yang signifikan di pasar modal.

Dalam pengklasifikasian sektor di Bursa Efek Indonesia (BEI), saham-saham sektor teknologi termasuk Bukalapak berada pada klasifikasi IDXTECH. Sebagai tambahan informasi pada awal tahun 2021, BEI meluncurkan indeks klasifikasi industri baru yang bernama IDX – IC (IDX – Industrial Classification) yang berisi 11 sektor industri yang



Grafik 1. Tren Indeks Sektoral IDX – IC vs IHSG

menggantikan 9 klasifikasi sektor JASICA. Klasifikasi sektor IDX – IC dibuat berdasarkan eksposur bisnis dari berbagai perusahaan yang telah melantai di bursa. Kesebelas sektor tersebut adalah sektor energi, *consumer-cyclical*, *consumer non-cyclical*, teknologi, *basic material*, kesehatan, infrastruktur, industri, finansial, transportasi dan logistik, dan properti *real estate*. Dari kesebelas sektor industri tersebut, sektor teknologi (IDXTECH) tumbuh signifikan selama tahun 2021.



Grafik 2. Tren Indeks Sektor Teknologi (IDXTECH)

Sumber: Economic and Analysis Unit Research Division, Bursa Efek Indonesia (15 Februari 2022).

## SEKTOR TEKNOLOGI TUMBUH SECARA SIGNIFIKAN

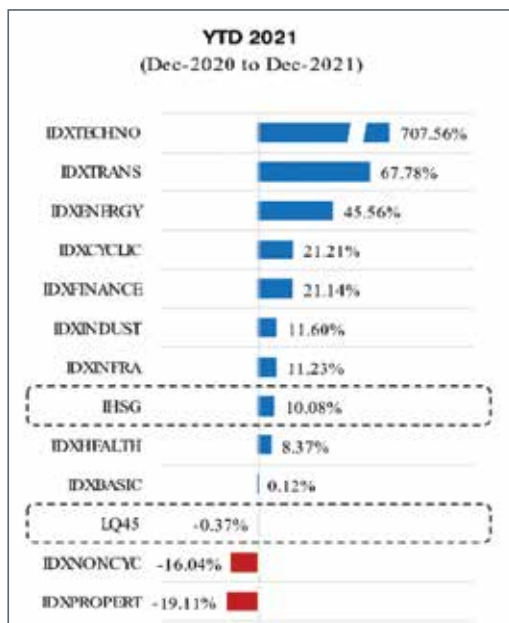
Berdasarkan data BEI, grafik 1 menjelaskan bahwa indeks diukur dari akhir tahun 2019, sebelum pandemi Covid-19, di mana pada waktu tersebut diberi angka acuan yaitu 100. Seluruh indeks bergerak searah dengan pergerakan IHSG, namun ada beberapa indeks yang tumbuh di bawah IHSG seperti properti (IDXPROPERTY) dan *non-cyclical*



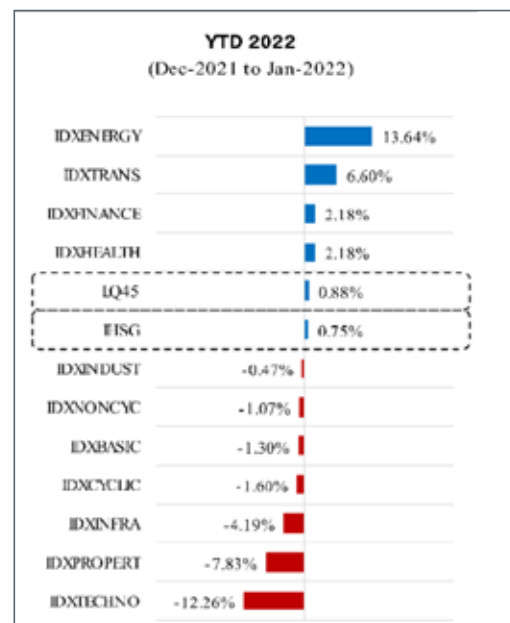
(IDXNONCYC). Angka di dalam kurung yang berada di samping indeks-indeks tersebut merupakan angka posisi terakhir yaitu Januari 2022.

Dapat kita simpulkan bahwa dibandingkan Desember 2019, hampir seluruh indeks tumbuh positif di atas 100 (angka acuan) pada Januari 2022 selain indeks properti dan *non-cyclical*. Beralih ke grafik 2, sektor teknologi tumbuh sangat signifikan dari Desember 2019, ke angka 618 pada Januari 2022 atau naik 6x lipat. Oleh karena itu, prospek saham teknologi dinilai sangat menjanjikan karena pertumbuhan yang sangat pesat dalam kurun waktu 1 tahun. Sebagai tambahan informasi, indeks IDXTECH berisi 28 saham-saham teknologi (per 15 Februari 2022) yang bergerak di sub-sektor perangkat lunak dan jasa Teknologi Informasi seperti Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTK); Digital Mediatama Maxima Tbk (DMMX); DCI Indonesia

Tbk (DCII); Indointernet Tbk (EDGE) yang berkontribusi besar terhadap peningkatan indeks IDXTECH.



Grafik 3. Pertumbuhan Indeks IDX – IC pada 2021



Grafik 4. Pertumbuhan Indeks IDX – IC pada Januari

Berdasarkan grafik 3, indeks IDXTECH yang terdiri atas saham-saham teknologi tumbuh 707,56% sepanjang tahun 2021, jauh di atas pertumbuhan IISG yang naik hanya 10,08%. Data ini menunjukkan bahwa optimalisasi sektor teknologi dapat menopang pertumbuhan pasar modal di tengah pandemi. Namun berbeda pada kondisi di awal tahun 2022, berdasarkan grafik 4, indeks IDXTECH berkontraksi hingga 12,26% selama bulan Januari 2022. Hal ini disebabkan oleh dua hal, yang pertama, indeks harga saham pada bulan Januari 2022 sedang mengalami penurunan karena faktor sentimen global. Kedua, pelaku pasar cenderung *taking profit* setelah kenaikan saham yang cukup pesat tahun lalu. Investor melakukan penjualan secara *massive* untuk mengamankan keuntungannya.

Sumber: Economic and Analysis Unit Research Division, Bursa Efek Indonesia (15 Februari 2022).

## PERILAKU INVESTASI BERUBAH

Peningkatan saham teknologi yang termasuk saham *second liner* pada tahun 2021 disebabkan adanya pola perubahan perilaku investasi. Sektor terbaru yang menjadi incaran investor adalah sektor *new economy*, seperti teknologi, *digital banking*, dan *e-commerce*. Perubahan investasi ini didominasi oleh investor milenial yang menguasai transaksi harian di BEI. Investor milenial lebih memilih sektor-sektor yang dekat dengan gaya hidup dan keseharian mereka, seperti sektor teknologi dan sektor perbankan yang memberikan solusi digital.

Selain itu, terdapat regulasi peningkatan modal inti dari 2 triliun menjadi 3 triliun pada akhir tahun lalu yang menjadi penggerak saham-saham bank digital. Oleh karena itu, ke depannya sektor *new economy* akan lebih menarik bagi para investor. Berdasarkan data BEI, per 29 Desember 2021, jumlah investor pasar modal meningkat 92,7% menjadi 7,48 juta investor dari sebelumnya 3,88 juta investor pada akhir Desember 2020. Jumlah ini meningkat hampir 7 kali lipat dibandingkan tahun 2017. Di tahun 2022, sektor telekomunikasi dan teknologi dipastikan akan menjadi primadona. Seiring dengan jejak Bukalapak, IPO *jumbo*, *unicorn*, *decacorn* dan *digital start-up* seperti GoTo, tiket.com, Traveloka, J&T\_Express, Blibli, dan lainnya akan terjadi di tahun 2022. Hal ini tentunya dapat menambah potensi melonjaknya saham-saham teknologi dan digital.

Peningkatan sektor teknologi sepanjang tahun 2021 dan potensi di tahun 2022, mencerminkan minat investor yang menaruh harapan tinggi terhadap pertumbuhan sektor teknologi. Dalam jangka panjang, sektor teknologi dapat mendukung perubahan struktural ekonomi. Saat ini, struktur ekonomi Indonesia didukung oleh sektor jasa sekitar 43%, sektor agrikultur sebesar 37% dan sektor manufaktur sebesar 20%. Berdasarkan data dari United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), negara dikatakan masuk kategori *upper middle-income countries*, ketika sektor jasa berkontribusi 55,44%, diikuti agrikultur 24,87% dan industri 19,69%. Untuk itu, dibutuhkan transformasi ekonomi secara struktural, dengan menambah kontribusi sektor jasa sekitar 10% dari kondisi sekarang. Peran serta sektor teknologi sangat melekat pada pertumbuhan sektor jasa ke depannya. Hal ini dikarenakan sektor teknologi dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan dapat memberikan nilai tambah tinggi. Oleh karena itu, dengan berinvestasi di sektor teknologi dan digital dapat menjadi bekal pendorong pemulihan ekonomi nasional serta perubahan struktural ekonomi di masa yang akan datang.

**Astari Adityawati**

Majalah Achevee Jilid I Tahun 2022





NFT

*Kehadiran NFT yang tengah viral  
bisa menjadi alternatif dan juga  
pelengkap dari instrumen investasi  
yang sudah ada. Kenali peluang dan  
tantangannya!*

# MENCERMATI TREN NFT

Memasuki tahun 2022, akun Ghozali Everyday seketika “mengguncang” jagad ruang media sosial Indonesia. Bagaimana tidak, akun yang terpampang di platform OpenSea ini viral lantaran meraih nilai hingga 12 miliar rupiah dari koleksi 930 foto *selfie* yang dijual dalam bentuk NFT (*non fungible token*). Tak ayal, sang pemilik akun, **Sultan Gustaf Al Ghozali** (22), sukses menjadi miliarder dengan meraup *cuan* sekitar 1,5 miliar rupiah—10% dari total nilai jual yang diperoleh—berkat unggahan foto dirinya tersebut.

Aksi *selfie* Ghozali—sapaan akrabnya—yang berbuah miliaran rupiah tentu bukan datang dalam sekejap mata. Ada konsistensi yang ditunjukkan oleh mahasiswa Program Studi Animasi Universitas Dian Nuswantoro (Udinus) Semarang itu, yakni setiap hari melakukan swafoto dan mengunggahnya di *marketplace* sejak lima tahun lalu. Deretan foto *selfie* Ghozali yang mengusung tema *time lapse* tersebut kemudian dipromosikan oleh komunitas NFT Indonesia, dan... laku terjual seluruhnya.

## SEBUAH ASET DIGITAL

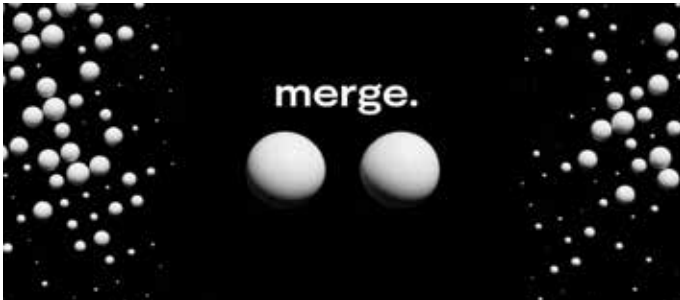
Tentu saja Ghozali bukan satu-satunya yang berhasil memanfaatkan NFT untuk mendulang kesuksesan finansial. Sejak kemunculannya pada tahun 2014, NFT sudah digunakan berbagai kalangan, terutama para seniman, untuk mengkonversi karyanya sebagai aset yang bernilai tinggi. Tahun lalu, CEO Twitter **Jack Dorsey** menjual *cuitan* pertamanya di Twitter melalui NFT dan laku dengan nilai sekitar 42 miliar rupiah. Boleh dibilang, sejak itulah NFT menjadi *booming* walaupun kemudian yang didaulat sebagai

NFT termahal di dunia bukanlah tweet bersejarah milik Jack Dorsey, melainkan The Merge.

Ya, The Merge, sebuah karya seniman digital Pak, berhasil terjual di angka 1,3 triliun rupiah. Hal ini membuat The Merge menduduki tangga teratas NFT termahal di dunia sepanjang tahun 2021. The Merge disebut-sebut sebagai karya digital yang unik, sedangkan Pak merupakan sosok yang tidak asing lagi di dunia NFT. Banyak karya seni ikonik yang lahir dari tangan Pak dan bernilai jual tinggi sehingga ia dikenal sebagai salah satu penguasa NFT. Dan masih banyak lagi NFT bernilai jual hingga ratusan miliar di luar sana selain Pak.

Bila dibandingkan dengan Pak, Jack Dorsey, atau jawara NFT lainnya, Ghozali mungkin saja dianggap sebagai recehan. Namun tidak dipungkiri bahwa viralnya akun Ghozali Everyday yang mampu menjual foto *selfie*—yang sebagian orang menilainya biasa-biasa saja—hingga miliaran rupiah seolah membuka mata banyak orang di Tanah Air perihal NFT ini. Apalagi kemudian langkah Ghozali “menular” ke Gubernur Jawa Barat **Ridwan Kamil** yang membantu menjual hasil karya para seniman Jawa Barat melalui NFT. Bahkan Ketua MPR **Bambang Soesatyo** pun “ikut-ikutan” menjajal NFT dengan menawarkan satu video kecelakaan balap dirinya bersama pebalap nasional **Sean Gelael** di OpenSea, dan ada yang melirikinya dengan membeli seharga 300 juta rupiah. Wow...!

Maraknya transaksi lewat NFT dengan nilai jual seperti tidak masuk akal memantik pertanyaan mendasar bagi banyak orang, khususnya kalangan awam, “apa sebenarnya NFT itu?“, dan bermacam tanda tanya seputar NFT lainnya.



Disarikan dari berbagai sumber, definisi NFT adalah aset digital pada jaringan *blockchain* yang memiliki kode identifikasi serta metadata unik dan berbeda satu sama lain (*one of the kind*). Selain itu, NFT juga bisa diartikan sebagai aset *computerized* yang menggambarkan beragam barang berwujud maupun tak berwujud yang memiliki keunikan tertentu.

Secara sederhana, NFT aset digital yang mewakili barang berharga dengan nilai yang tak bisa ditukar atau digantikan, dan hanya dimiliki oleh Anda. Untuk merekam transaksi, sebagian besar NFT NFT diperdagangkan memakai ether (ETH), koin buatan Ethereum.

Apa saja yang bisa dijual dalam bentuk NFT? Biasanya berupa karya seni yang cukup beragam rupanya, seperti foto, video pendek, GIF, musik, *game*, dan lain sebagainya. Atau Anda ingin mengkonversi aset dokumen ke dalam bentuk NFT? Tentu saja bisa. Kok, nilai jualnya luar biasa tinggi? Hal ini sangat bersandar pada subyektivitas, misalnya soal kualitas, kreativitas, serta reputasi dari si pembuat karya.

### TIDAK SAMA DENGAN *CRYPTOCURRENCY*

Banyak yang mengira NFT layaknya aset yang serupa dengan *cryptocurrency*, padahal tidak sepenuhnya benar. Meski disebut-sebut sebagai “anak keturunan” dari *cryptocurrency* karena merupakan aset yang dikembangkan dari *cryptocurrency*, namun NFT memiliki tujuan, bentuk, dan cara penggunaan yang berbeda dengan *cryptocurrency*.

Dikutip dari laman Asia One, kata *fungible* menjadi kata kunci yang membedakan NFT dengan *cryptocurrency*. Maksudnya, istilah itu mengisyaratkan bahwa ia dapat ditukar

dengan objek yang memiliki nilai serupa. Misalnya, aset seharga 10 dolar AS dapat dibayar dengan 2 aset seharga 5 dolar AS. Contoh lainnya, 1 Bitcoin dapat ditukar dengan objek seharga 1 Bitcoin.

Sesuai maknanya, NFT hanya dibuat satu kali dan tidak dapat ditukar dengan objek lainnya meski memiliki nilai serupa. Masing-masing NFT memiliki tanda tangan digital yang berbeda sehingga tidak mungkin tertukar dengan NFT lainnya. Itulah mengapa kepemilikan NFT bersifat mutlak. Di samping itu, yang membuat NFT terbilang unik ialah adanya informasi tentang aset digital itu sendiri.

### CARA KERJA NFT

Seperti diketahui, NFT merupakan bagian dari *blockchain*. Oleh sebab itu, sang pemilik NFT memverifikasi bahwa ia merupakan pemilik tunggal dari aset yang dibelinya. Misalkan Anda sudah membeli suatu aset, maka tidak seorang pun yang mampu membatalkan hak kepemilikan NFT yang sudah Anda bayarkan tersebut.

Sifat unik dari NFT ditunjukkan dengan cara aset digitalnya tidak bisa direproduksi berulang kali. Contoh, siapa pun sangat bisa melakukan *screen shot* dan memiliki *tweet* CEO Jack Dorsey yang telah terjual lewat NFT senilai 42 miliar. Akan tetapi yang punya kuasa untuk menjual hanyalah Jack Dorsey dan yang membeli NFT.

Jika Anda atau siapa pun ingin melakukan jual beli NFT, maka harus melalui proses *minting* NFT terlebih dahulu. Yang dimaksud *minting* NFT adalah proses pengubahan file digital menjadi aset di *blockchain*. Semua informasi mengenai aset tersebut termaktub di dalam *blockchain*.

Nah, untuk menjual aset digital, pemegang NFT wajib membuat akun di *marketplace* NFT atau yang disebut sebagai agen minting. Yang perlu menjadi perhatian Anda, tiap-tiap *marketplace* NFT mempunyai regulasi yang tidak sama satu sama lain. Selain itu, sebagai orang yang ingin menjual NFT, Anda harus memiliki *cryptocurrency* yang mendukung aktivitas jual beli di *marketplace* pilihan Anda.

Beberapa *marketplace* NFT yang cukup populer dan bisa menjadi referensi bagi Anda, antara lain Open Sea, Rarible, CryptoPunks/Larva Labs, NBA Top Shot, dan MakersPlace. Sementara *marketplace* NFT asal Indonesia, di antaranya adalah Toko Mall, Baliola, Paras.id, Enevti, Kolektibel, dan Artsky.

### ANTARA KETIDAKPASTIAN DAN MENJANJIKAN

Sebagai “barang baru” yang kemudian melejit dan menjadi perhatian banyak kalangan, tentu NFT tidak lepas dari pro dan kontra. Istilah *non fungible* atau ketidaksepadanan berujung pada kritik dari sejumlah orang. Mereka menganggap harga setinggi langit yang digelontorkan untuk *item* yang seyogyanya tidak terlalu berharga hanyalah suatu tindakan yang menghambur-hamburkan uang. Namun bagi mereka yang pro, NFT dipandang bukan sekadar berinvestasi secara digital tapi juga sebagai bentuk apresiasi terhadap sebuah karya.

Di antara pro dan kontra, ada yang berpendapat bahwa pemanfaatan *blockchain* sebagai tempat untuk mencatat bukti kepemilikan suatu aset berpotensi menciptakan revolusi cara berpikir khalayak mengenai kepemilikan barang. Ya, tentunya setiap kita memiliki pandangan masing-masing terkait instrumen investasi yang satu ini.

Pasar NFT memang masih tergolong baru, meskipun sejatinya sudah berkibar sejak 2014 lalu. Hal inilah yang kemudian dinilai oleh sebagian kalangan bahwa jual beli NFT tidak luput dari risiko yang mengintai. Malah ada juga yang menggarisbawahi pasar NFT masih penuh ketidakpastian atau spekulatif.



HALAMAN SEBELUM: NFT TERMAHAL KARYA THE MERGE, TWEET JACK DORSEY.  
HALAMAN INI: LUKISAN KARYA RIDWAN KAMIL, TIMELAPSE SWAFOTO GHOZALI.



Dikutip dari Kompas, nilai transaksi digital yang berbasis NFT menurut Financial Times (2021), diperkirakan mencapai 40 miliar dollar AS atau setara dengan Rp 570 triliun (dengan kurs Rp 14.250 per dollar AS) sejak 2014 sampai dengan akhir Desember 2021 lalu. Angka yang fantastis, bukan?

Di Indonesia sendiri, selain fenomena Ghozali yang meledak kesadaran sebagian masyarakat perihal NFT, Pemerintah pun mulai mengakui eksistensi pasar NFT. Bukan tidak mungkin ke depannya NFT akan bertransformasi menjadi instrumen investasi yang menjanjikan. Prospek cerah NFT setidaknya bisa dilihat dari penggunaannya yang *borderless*. Suatu karya yang diperjualbelikan melalui NFT bisa diakses secara global. Pangsa pasar yang begitu luas!

Jika Anda tertarik dan melirik NFT untuk menambah portofolio investasi, pastikan Anda bukan sekadar ikut-ikutan tren. Kenali NFT secara cermat, mulai dari risiko, peluang, hingga tantangannya.



*Olahraga yang tepat dapat memulihkan gejala Covid yang berkepanjangan.*

# PULIH DARI LONG COVID DENGAN OLAHRAGA



Bila Anda pernah terinfeksi virus Corona dan telah dinyatakan sembuh, Anda harus tetap waspada. Covid-19 yang pernah Anda derita masih dapat menyisakan gangguan bagi kesehatan. Banyak penyintas Covid-19 yang masih merasakan kondisi ini hingga berbulan-bulan setelah dinyatakan sembuh.

### KENALI GEJALA LONG COVID-19

Pasien Covid-19 umumnya dapat sembuh dalam beberapa minggu, yang dinyatakan dengan hasil negatif pada pemeriksaan antigen maupun PCR. Namun pada beberapa orang terutama yang memiliki penyakit bawaan (komorbid) dapat terus mengalami gangguan kesehatan bahkan setelah masa pemulihan. Keadaan ini yang disebut dengan "Long Covid" alias gangguan Covid yang berkepanjangan. Meski disebut-sebut lebih banyak terjadi pada pasien dengan komorbid dan lansia, tidak sedikit pula pasien berusia muda dan memiliki kondisi kesehatan yang baik sebelum terinfeksi virus Corona dilaporkan merasakan kondisi ini.

Beberapa kondisi jangka panjang pasca infeksi virus Corona yang dapat dialami oleh penyintas COVID-19 adalah:

- Kelelahan ekstrim
- Sesak napas
- Nyeri pada bagian dada
- Masalah dengan memori dan konsentrasi ("kabut otak")
- Kesulitan tidur (insomnia)
- Palpitasi jantung atau jantung berdebar
- Pusing
- Nyeri sendi
- Depresi dan kecemasan
- Tinnitus dan nyeri pada telinga
- Merasa mual, diare, sakit perut, kehilangan nafsu makan
- Suhu tinggi, batuk, sakit kepala, sakit tenggorokan, perubahan indera penciuman atau perasa
- Ruam atau rambut rontok.

Beberapa pasien bahkan dilaporkan mengalami komplikasi *Long Covid* yang lebih serius, terutama yang memengaruhi sistem organ di dalam tubuh. Kondisi ini dapat diketahui setelah pasien merasakan gejala penyakit yang berbeda dari Covid-19 dan memeriksakan diri ke dokter.

### OLAHRAGA TEPAT UNTUK PULIHKAN LONG COVID

Umumnya *Long Covid* tidak berat dan menyulitkan mantan penderita, tapi kualitas hidup Anda mungkin akan terasa menurun akibat kondisi kesehatan yang tidak fit. Agar kekuatan fisik dapat kembali prima, diperlukan rehabilitasi dan penyesuaian aktivitas seperti dengan berolahraga.

Olahraga bisa dimulai sejak masih terinfeksi COVID-19 tetapi tidak lagi menunjukkan gejala. Misalnya jika sudah tidak mengalami demam, nyeri dada, atau sesak napas.

Lakukan olahraga mulai dari intensitas ringan secara bertahap. Anda dapat mengikuti panduan berolahraga di bawah ini:

#### MINGGU 1

Mulai olahraga ringan seperti peregangan, latihan keseimbangan atau yoga dengan fokus pada latihan pernapasan.

#### MINGGU 2

Anda bisa mulai melakukan jalan santai atau yoga dengan durasi 10–15 menit lebih lama dari olahraga pada minggu pertama. Pada tingkat ini, Anda harus dapat melakukan percakapan penuh tanpa kesulitan selama berolahraga.

#### MINGGU 3

Kondisi kesehatan Anda sudah membaik, Anda bisa mulai berolahraga jalan cepat, naik dan turun tangga, jogging, berenang, atau bersepeda.



#### MINGGU 4

Di minggu keempat, Anda dapat melakukan olahraga yang melatih koordinasi, kekuatan, dan keseimbangan. Misalnya senam aerobik dan latihan dengan beban, namun dengan intensitas yang tidak terlalu berat.

Latihan olahraga ini sebaiknya dimulai dengan rentang waktu bertahap, mulai dengan berolahraga selama 5 menit, lalu meningkat menjadi 10 menit dan seterusnya.

Ingatlah untuk selalu memantau kondisi tubuh sebelum dan setelah berolahraga. Jika detak jantung tidak normal, sesak napas, kulit pucat, bibir biru, atau kelelahan ekstrem meski baru memulai sesi olahraga, segera hubungi dokter atau fasilitas kesehatan terdekat untuk mendapatkan penanganan.



### PERLUKAH SUPLEMEN UNTUK LONG COVID?

Konsumsi suplemen bagi para penyintas Covid dianggap cukup membantu dalam meringankan efek *Long Covid*. Jadi Anda yang saat isoman menambah asupan suplemen selain asupan makanan sehat, tak ada salahnya melanjutkan asupan vitamin dan mineral yang sudah Anda konsumsi. Tentunya setelah berkonsultasi dengan dokter, agar lebih aman.

#### 1. Vitamin B12 dan Asam Folat

Dikutip dari laman klikdokter, untuk mengatasi kelelahan, Anda dapat tambahkan suplemen vitamin B12 yang dikombinasikan dengan asam folat. Keduanya diyakini dapat meredakan gejala kelelahan setelah sembuh dari COVID-19. Sebab, vitamin B12 dan asam folat memiliki peran untuk meningkatkan fungsi metabolisme tubuh.

#### 2. Asam Lemak Esensial Omega-3 dan Omega-6s

Untuk mengurangi keluhan kelelahan dan nyeri tubuh pasca Covid-19, Anda bisa mengonsumsi suplemen mengandung asam lemak omega-3 dan omega-6. Anda juga bisa memperbanyak konsumsi ikan sebagai alternatif sumber asam lemak esensial alami.

#### 3. Magnesium dan Kalsium

Penyintas Covid sering merasakan nyeri otot atau pegal. Anda dapat menambahkan suplemen magnesium dan kalsium, atau perbanyak asupan dari produk olahan susu. Magnesium juga disebut dapat membantu Anda lebih rileks dan lebih nyenyak tidur, setelah pola tidur yang kemungkinan terganggu akibat demam dan batuk saat terpapar Covid-19.

# SECERCAH HARAPAN DI TAHUN MACAN AIR

*Meski masih belum selesai  
dari kondisi pandemi, harapan  
positif di tahun Macan Air  
hendaknya tidak surut.*



Siapa saja tentu mengharapkan untuk mendapatkan keberuntungan dan peluang sukses. Di tahun 2022 ini, berdasarkan perhitungan kalender Tiongkok, kita memasuki tahun Macan Air. Bagaimana situasi yang diperkirakan muncul pada tahun ini? Berikut penjelasannya.

### SIFAT DARI TAHUN MACAN AIR

Perhitungan kalender Tiongkok selalu menyelaraskan dengan elemen alam, yaitu unsur air, kayu, api, logam, dan angin. Masing-masing elemen alam ini membentuk harmoni agar manusia bisa hidup dengan baik dan seimbang.

Sesuai dengan namanya, Macan adalah fauna yang memiliki sifat independen, berani, namun setia dan tidak mudah goyah pada pendiriannya. Kekuatan yang dimiliki oleh Macan juga menunjukkan sifat penuh perhitungan dan tidak mudah menyerah terhadap tantangan. Unsur-unsur inilah yang perlu diteladani untuk menjadi kekuatan kita menghadapi tahun 2022 yang masih saja belum lepas dari pandemi.

Ingatlah juga bahwa Macan memiliki sifat penuh kebebasan yang terkadang terkesan sulit dikendalikan. Hal ini yang kadang membuat mereka yang berada dalam naungan elemen ini menjadi terlalu percaya diri. Tentunya, di tahun 2022 ini kita masih perlu hati-hati dalam mengambil keputusan besar dan selalu menjaga diri agar tetap dalam kondisi prima.

Meski demikian, elemen air pada Macan memiliki unsur Ying alias "dingin". Tahun ini disebut-sebut memberi harapan positif akan peluang-peluang baik, terutama dalam hal hubungan antar manusia dan keluarga.

Sisi positifnya lagi, mereka yang memiliki shio Macan dikatakan memiliki peluang untuk berhasil dalam karier, selama disertai kerja keras dan keyakinan untuk memberi yang terbaik dalam pekerjaan. Mengutip dari paparan laman Business Mirror, dikatakan bahwa tahun ini Anda tidak

perlu takut untuk mencoba hal baru, menuangkan ide-ide segar, bertualang, maupun melakukan eksperimen dalam bisnis.

### SAATNYA BERADAPTASI

Dalam hal keuangan, beradaptasi dengan cara-cara baru bisa memberikan peluang untuk lebih beruntung pada tahun ini. Disebut-sebut bahwa tahun ini gaya hidup serba digital dengan pemanfaatan *e-wallet* misalnya, akan semakin dinamis. Kita akan semakin terbiasa menggunakan perangkat-perangkat transaksi non tunai yang praktis dan tersedia di mana saja.

Untuk yang bergerak dalam bisnis dan *entrepreneurship*, jangan ragu untuk bersikap lebih kreatif dan strategis dalam menjalani bidang yang saat ini ditekuni. Anda diharapkan lebih siap dalam menghadapi era yang makin dinamis dan mudah berubah, sehingga fokus Anda perlu dipertajam dan penuh perhitungan, agar Anda tidak ketinggalan kereta.

### Tips agar lebih berpeluang baik di tahun 2022

Berikut ini adalah tips yang bisa Anda lakukan dalam menghadapi tahun 2022:

- Semakin dekat dengan keluarga, agar energi positif semakin kuat.
- Saatnya untuk membayar utang. Hal ini akan meringankan beban yang ada pada pundak Anda, sehingga Anda lebih bisa berfokus pada pekerjaan.
- Jangan lupa untuk mengucapkan syukur atas apa yang sudah diberikan Sang Pencipta kepada Anda dan keluarga.
- Perkaya wawasan Anda dengan banyak mempelajari hal baru. Selain meningkatkan motivasi, Anda akan makin bisa merancang ide-ide kreatif yang mendukung aktivitas.



# SLEEPWEAR YANG NAIK KELAS: CHIC & SANTAI

*Setelan piyama yang multifungsi rupanya masih akan menjadi tren fashion di 2022.*

Pandemi covid-19 mengubah banyak hal dalam hidup kita. Kini bekerja lebih banyak dilakukan dari rumah, aktivitas belajar dilakukan secara daring dan belanja keperluan sehari-hari lewat *e-commerce* juga semakin tinggi peminatnya. Perubahan ini tidak ketinggalan ikut mempengaruhi tren *fashion*. *Sleepwear* seperti piyama yang sebelumnya hanya dikenakan saat tidur, kini 'naik kelas' menjadi *outfit* yang layak dikenakan ke luar rumah, bahkan ke tempat kerja.

## DIPOPULERKAN SELEBRITI

Tren piyama sebagai *outfit* keren di luar rumah sebenarnya sudah dimulai jauh sebelum pandemi covid-19. Aktris **Lena Dunham** terlihat pertama kali mengenakan busana seperti piyama rancangan desainer **Giambattista Valli** ke acara *red carpet* Emmy Awards 2014.

Piyama semakin hits setelah penyanyi **Rihanna** mengenakannya di pertunjukan *Rogue Man*. Saat itu Rihanna mengenakan piyama yang dirancang oleh **Adam Selman**. Di tahun 2016 model terkenal, **Gigi Hadid** tampil mengenakan piyama sutra dari **Fleur du Mal** ke sebuah *private party* gelaran **Stuart Weitzman**, London.

Tak hanya selebriti wanita, aktor terkenal **Ryan Gosling** juga pernah terlihat mengenakan atasan model piyama

dengan celana panjang dan sepatu Oxford. Tanpa banyak aksesoris, Gosling tetap terlihat keren.

Selebriti tanah air tentu tidak ingin ketinggalan. Banyak nama terkenal dunia hiburan Indonesia yang tampak mengenakan piyama rancangan desainer kelas dunia. Sebut saja **Prilly Latuconsina**, **Bunga Citra Lestari**, **Luna Maya** dan sederet selebriti lokal lainnya. Dampaknya bisa ditebak, tren piyama mulai diikuti kalangan masyarakat umum, mulai dari pekerja kantoran, ibu rumah tangga hingga remaja.

Setelan tidur ini pertama kali dikenal dunia sebagai *fashion* pria yang dimulai di Inggris pada abad ke-17. Awalnya hanya dikenakan kaum bangsawan sampai akhirnya menjadi busana sehari-hari pria di abad ke-18. Sementara kata "piyama" atau "*pajamas*" berasal dari bahasa Hindi yang memiliki arti bahan untuk menutupi bagian kaki. Hingga kata ini dikenal sebagai "celana longgar pria" yang banyak dikenakan pria dari Asia Selatan, umumnya berbahan sutra atau katun.

## MASIH JADI TREN DI 2022

Di saat pandemi orang-orang lebih banyak menghabiskan waktu di rumah. Dengan semakin kaburnya garis antara bekerja dari rumah atau tinggal di tempat kerja, atau

sekadar tinggal di rumah dan jarang pergi keluar, piyama pun menjadi multifungsi. Pemilihan baju akan lebih diutamakan pada sisi kenyamanan dan bisa dikenakan di segala situasi.

Dikutip dari situs Huffington Post, pakaian model piyama masih akan menjadi tren di tahun 2022. Piyama akan pantas dikenakan sebagai *outfit* ke luar rumah, bahkan *event special* jika dipadukan dengan sepatu berhak tinggi dan aksesoris mewah, sambil Anda membawa *clutch* cantik.

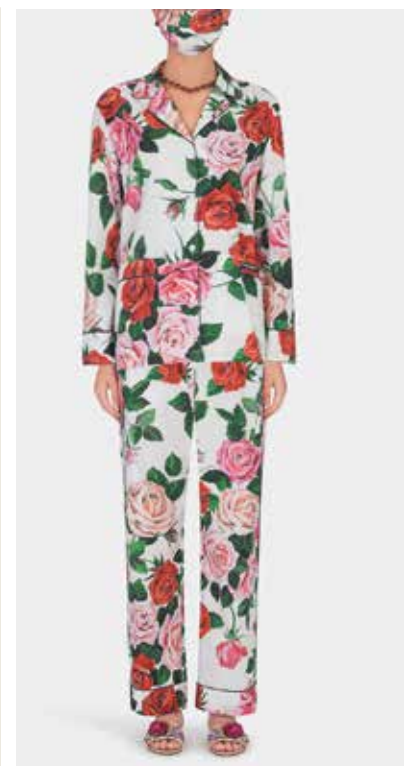
Situs Pinterest berdasarkan analisis pengguna mereka, memprediksi tren *fashion* piyama masih akan disukai di tahun 2022. Berdasarkan analisis pencarian dari 400 juta pengguna Pinterest di seluruh dunia, tren *fashion* masih akan didominasi jenis pakaian yang nyaman dikenakan akibat pandemi yang masih berlangsung. Setelan piyama dengan warna-warna terang, seperti *fuschia* dan biru elektrik adalah yang paling banyak dicari, terutama yang berbahan sutra dan satin.

## TIPS MEMILIH PIYAMA SET

Buat Anda yang lebih mementingkan kenyamanan dalam berbusana, tren piyama ini sangat menguntungkan. Asal tepat memilih dan menggabungkan, Anda dapat terlihat *chic* dan mewah tanpa harus merelakan unsur kenyamanan. Beberapa label *fashion* seperti **Alexander Wang**, **Celine**, **Givenchy**, dan **Dolce & Gabbana** mengeluarkan koleksi baju kasual dengan bahan dan model mirip piyama.

Untuk kesan lebih formal, Anda bisa mengenakan pakaian piyama dengan sepatu hak tinggi serta merias wajah. Ini untuk menghindari kesan seperti baru bangun tidur. Jangan kenakan terlalu banyak aksesoris agar tidak kelihatan terlalu 'ramai' karena piyama biasanya memiliki motif yang sudah ramai.

Sementara untuk kesan *edgy* dan kekinian, Anda bisa memilih piyama set dengan motif *print* yang cukup banyak variasinya. Piyama dengan motif garis-garis bisa menjadi pilihan terakhir agar tidak terlihat terlalu seperti baju tidur.





HALAMAN KIRI: GIGI HADID, RYAN GOSLING, BAJU RANCANGAN ALEXANDER WANG, DOLCE & GABBANA.  
HALAMAN KANAN: ANGELINA JOLIE, RIHANNA

Tambahkan aksesoris berupa kalung *choker* dan *mules shoes*.

Ingin tampilan berbeda? Anda bisa memadukan atasan model piyama dengan celana jeans.

## PIYAMA NYAMAN DARI BRAND LOKAL

Di pasar *fashion* lokal, tren piyama melahirkan banyak *brand* lokal yang mengkhususkan produknya pada beragam pilihan baju rumah seperti piyama. Beberapa diantaranya bisa Anda jadikan pilihan.

- **SARE**  
Brand yang berdiri sejak 2015 ini menyediakan beragam pilihan baju rumah yang nyaman dan keren, untuk laki-laki maupun perempuan. Sare juga

menjanjikan bahan yang *durable* sekaligus mudah dicuci, dan tidak memerlukan perawatan ekstra.

- **Yuana Tanaya**  
Brand yang berbasis di Surabaya ini banyak berkreasi menggunakan bahan tradisional. Koleksinya dibuat dalam jumlah terbatas, serta dilengkapi dengan topi atau masker senada.
- **Lua.rtw**  
Lua hadir dengan ukuran *all size*, *cutting* sederhana, *dress* panjang maupun setelan, dan bahan super-nyaman, seperti rayon, linen Prancis dan katun. Bahan linen yang hadir dalam warna netral semakin nyaman dipakai saat lebih banyak dicuci.
- **Everyday Major Minor**  
Dari tangan kreatif pasangan **Ari & Sari Seputra**, brand ini memberikan pilihan *sleepwear* eksklusif yang sungguh menggugah hati untuk dimiliki. Brand ini banyak menggunakan bahan tencel yang ramah lingkungan, motif modern dan *cutting* longgar.
- **Majoli Family**  
Warna-warna lembut dan netral, menjadi salah satu ciri khas Majoli yang membuatnya banyak digemari.
- **Banana Ladies**  
Koleksinya banyak menggunakan motif seru dan warna cerah dengan nuansa *tropical* yang kuat.
- **The Semilir**  
Ciri khas *brand* ini ada pada desainnya yang feminin yang didominasi warna pastel.
- **Sleepsuit**  
Brand asal Bandung ini memiliki ciri khas pada desain piyamanya dengan potongan kemeja dan garis tepi yang kontras.
- **Sleep Code**  
Sleep Code menawarkan setelan piyama atau *dress* berbahan katun organik dengan model *peplum* dan *convertible*. Tersedia pula piyama bagi ibu hamil/menyusui.

# DARI BARAK MILITER JADI POTONGAN PALING SEMPURNA

*Gaya rambut French crop disukai bukan karena tampak keren semata, tapi juga praktis dan, thank God, mampu menyembunyikan bentuk “M” pada dahi.*

Karakter *French crop*, gaya rambut yang tengah digandrungi, sangat cocok dengan pria. Potongannya pendek, tampak rapi tanpa perlu *high-maintenance*, sehingga ideal bagi kaum Adam yang umumnya tidak suka berlama-lama menata rambut. Apalagi gaya yang satu ini juga sanggup menyasati momok yang kerap dialami pria dewasa: kemunduran garis rambut di kepala.

Potongan pendek dan praktis gaya ini terinspirasi oleh rambut militer Prancis. Ringkas, tidak perlu banyak penataan. Bayangkan, apa jadinya bila para tentara terlalu lama men-*styling* rambut mereka?

## IDE STYLING UNTUK FRENCH CROP

*French crop* identik dengan rambut di bagian atas kepala yang sedikit berponi. Rambut pada bagian tersebut terlihat lebih lebat, kemudian bergradasi pada bagian samping dan belakang dengan potongan semakin tipis.

Namun potongan rambut *French crop* cukup fleksibel buat dikreasikan ke dalam beragam gaya tanpa meninggalkan benang merahnya. Dirangkum dari *TheTrendSpotter* dan beberapa sumber lain, berikut ini ide *styling* rambut *French crop*.

### 1. CLASSIC FRENCH CROP

Gaya rambut *French crop* yang *basic*, terbilang sangat simpel. Karenanya cocok bagi para pria yang tidak suka gaya yang merepotkan. Rambut pada bagian belakang dan samping dipotong untuk menghadirkan penampilan yang *clean* serta *sharp look*. Namun seberapa pendek dipotongnya jangan sampai terlalu kontras dengan panjang rambut bagian atas.

Selebihnya, Anda dapat menata rambut dalam berbagai cara. Contohnya, poni yang dipotong tak simetris akan memberi kesan alami, namun tetap rapi dan solid, sekaligus memberi ruang bagi Anda buat sesekali merapikan rambut jika diperlukan. Anda tentu mengerti saat merapikan rambut, perhatian akan mengarah ke bagian poni dan ini dapat menaikkan level *coolness* Anda.

### 2. TEXTURED FRENCH CROP

Jika menginginkan potongan *French crop* yang rapi tapi tidak ingin menyembunyikan jiwa pemberontak, pertahankan rambut bagian atas tetap panjang hingga medium. Aplikasikan sedikit *pomade* mulai dari dasar ke ujung rambut sambil sedikit mengacak-acaknya.

Ingat, *pomade*-nya benar-benar sedikit saja. Rambut Anda harus tetap ringan dan tidak kaku.

### 3. FRENCH CROP UNDERCUT

Paduan dengan gaya *undercut* jadi cara keren buat menambahkan sentuhan *edgy* pada *French crop* gaya klasik. Perbedaan panjang rambut bagian atas dengan bagian sisi





dan belakang kepala yang dicukur tampak kontras. Rambut bagian atas dipotong ujungnya (*pont cut*) dan beberapa bagiannya mesti jatuh di atas dahi.

Kelebihan gaya *undercut* terletak pada fleksibilitasnya, yang memberi kita kekuatan layaknya bunglon: berubah-ubah antara gaya profesional dan *playful* dengan begitu mudahnya, hanya dengan sedikit perubahan *styling* yang simpel. Untuk tampilan rapi, jaga rambut atas tetap lurus dan disisir ke depan. Buat pilihan lainnya, biarkan rambut jatuh bebas dan tambahkan tekstur untuk menciptakan estetika maskulin.

#### 4. CROP WITH SKIN FADE

Gaya *fading* merupakan salah satu potongan paling populer bagi pria. Nah, ini adalah potongan *fade* paling ekstrem dan bisa jadi paling bebas perawatan. *Skin fade* berarti rambut di bagian sisi berbau halus dengan kulit. Potong ujung rambut (*point cut*) bagian atas guna menciptakan kontras yang dramatis dengan bagian *skin fade*.

Jika rambut bagian atas Anda cukup panjang, coba kibaskan ujungnya ke salah satu sisi. Maka hadirilah penampilan yang cukup santai namun tetap rapi dan terlihat sangat efektif.

#### 5. FRENCH CROP UNTUK GARIS RAMBUT YANG MULAI SUSUT

Ini adalah gaya *French crop* yang bermanfaat buat menyiasati garis rambut yang kian mundur. Ya, garis rambut yang mengalami kemunduran membentuk "M" pada dahi, sehingga bikin penampilan terkesan berumur.

Gaya ini didapatkan dengan membaurkan rambut di bagian atas kepala hingga ujungnya membentuk layer. Tata rambut dengan mengaplikasikan produk *styling* yang ringan untuk menciptakan tampilan *messy* yang disengaja.

Berkat *haircut* yang praktis namun rapi sekaligus tampil gaya seperti ini, Anda tidak akan lagi terlihat terlampau biasa maupun terlambat menghadiri sebuah acara penting cuma gara-gara urusan menata rambut.

Jadi, Anda ingin coba gaya rambut *French crop* yang mana?





TEXTURED FRENCH CROP



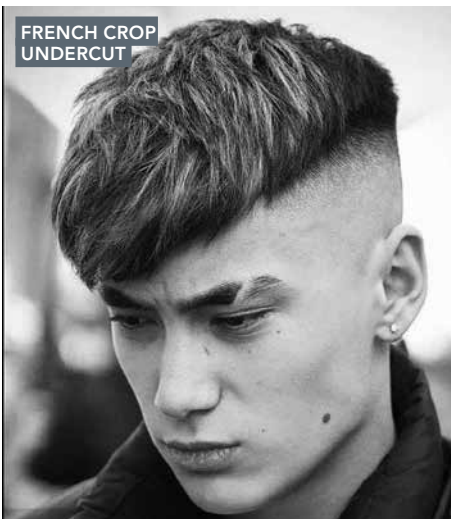
TEXTURED FRENCH CROP



FRENCH CROP FOR RECEDING HAIRLINE



CLASSIC FRENCH CROP



FRENCH CROP UNDERCUT

## DOS & DON'TS FRENCH CROP

Beberapa poin ini dapat Anda terapkan, serta hindari, agar tampilan *French crop* makin maksimal.

- ✓ Padukan *French crop* dengan jambang yang tumbuh hingga mencapai dagu serta dengan kumis untuk terlihat lebih trendi.
- ✓ *French crop* lebih cocok diaplikasikan pada pemilik wajah oval, bukan bulat.
- ✓ Pemilik rambut lurus maupun ikal dapat mencoba gaya *French crop*, asalkan rambutnya tidak kaku.
- ✓ Jika ingin melakukan *styling* sebaiknya gunakan produk berjenis *clay*, yang dapat membuat rambut lebih bervolume dan bertekstur. Tak seperti anggapan yang beredar, hasil *styling* dari *clay* pun ringan, tampak *matte* (tidak mengilat) dan tidak terlihat kaku sehingga cocok buat *French crop*, serta lembut dan rambut mudah buat diatur kembali.

# RADAR TERTUJU KEPADA **STANDAR EMISI EURO 4**





*Sudah siapkah kita menyambutnya, atau potensi peningkatan kualitas udara mesti kembali tertunda?*

Ranah transportasi jadi sorotan lantaran disebut-sebut sebagai salah satu pemicu perubahan iklim dunia. Maka berbagai negara yang hadir pada KTT Perubahan Iklim, dikenal sebagai *Conference of Parties (COP)*, pada Desember 2015 silam berkomitmen menurunkan emisi gas buang sebesar 29% pada 2030.

Sebenarnya upaya menekan emisi telah dimulai sejak lama di Eropa. Pada 1992 Uni Eropa mengeluarkan peraturan yang mewajibkan mobil berbahan-bakar bensin menggunakan katalis. Ini kemudian disebut sebagai standar Euro 1.

Sejak itu, telah ada 5 standar berikutnya yang ditetapkan Uni Eropa guna meningkatkan kualitas udara, yaitu Euro 2 (1996), Euro 3 (2000), Euro 4 (2005), Euro 5 (2009), dan Euro 6 (2014). Sementara Euro 7 rencananya bakal ditetapkan pada 2025.

Indonesia baru akan menerapkan standar Euro 4 bagi kendaraan diesel pada April 2022 mendatang, setelah terpaksa mundur setahun akibat pandemi COVID-19. Sementara untuk kendaraan berbahan bakar bensin, CNG, dan elpiji telah diberlakukan sejak 2018.

Rencana tersebut dituangkan lewat Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan No. P.20/MENLHK/SETJEN/KUM.1/3/2017 tentang baku Mutu Emisi Gas Buang Kendaraan Bermotor Tipe Baru Kategori M, N, dan O atau yang lebih dikenal dengan standar emisi Euro 4.

Kategori M adalah untuk kendaraan bermotor roda empat atau lebih yang digunakan untuk angkutan orang. Sedangkan kategori N untuk angkutan barang, dan kategori O untuk kendaraan bermotor penarik untuk gandengan atau tempel.

## MENGENAL STANDAR EMISI EURO 4

Secara umum, standar emisi Euro merupakan standar yang digunakan negara Eropa untuk meningkatkan kualitas udara di sana. Makin tinggi standar Euro yang ditetapkan, berarti kandungan partikel berbahaya dari gas buang kendaraan semakin ditekan. Partikel-partikel yang berdampak negatif pada manusia dan lingkungan tersebut antara lain karbon monoksida, karbon dioksida, nitrogen oksida, dan *volatile hydrocarbon*.

Pada Euro 4, kandungan nitrogen oksida dari gas buang kendaraan berbahan bakar bensin tidak boleh lebih dari 80 mg/km, sementara untuk mesin diesel 250 mg/km dan *particulate matter*-nya maksimal 25 mg/kg.

Penerapan Euro 4 dapat berefek positif bagi lingkungan, terutama di kota-kota besar yang banyak dilalui oleh kendaraan beroda empat atau lebih. Menurut kalkulasi pemerintah, seperti dilansir Direktorat Jenderal Pengendalian Perubahan Iklim berdasar *Laporan Inventarisasi Gas Rumah Kaca dan MRV Nasional 2017*, jumlah emisi gas rumah kaca (gas-gas di atmosfer yang menyebabkan efek rumah kaca) di dalam negeri akan menurun hingga 26% setelah regulasi ini diberlakukan.

Standar emisi ini dapat terpenuhi, dengan catatan, antara lain jika kualitas bahan bakar yang digunakan pada kendaraan memenuhi standar BBM untuk mesin Euro 4. Karakteristik mesin tersebut berdesain lebih rapat dan dibekali alat konverter katalitik untuk menghasilkan pembakaran yang lebih sempurna dan gas buang yang sesuai standar Euro 4.

Bagi produsen-produsen otomotif di Indonesia, bisa dibayangkan tidak ada masalah karena mereka juga memproduksi mesin ke negara-negara yang menerapkan standar emisi lebih tinggi, sehingga rata-rata juga sudah siap memproduksi kendaraan berstandar emisi Euro 4.

Pada sisi kualitas bahan bakar, menjadi tugas Pertamina untuk menyediakan BBM bagi mesin berstandar Euro 4.

## SUDAH SIAP IMPLEMENTASI?

Isu yang mengemuka soal ketersediaan bahan bakar berstandar emisi Euro 4 bagi kendaraan bermesin diesel,

dijawab mantap oleh pihak Pertamina melalui Remigius Choerniadi Tomo selaku Manager Product and Service Development PT Pertamina Patra Niaga.

“Untuk menyambut kebijakan Euro 4, dari Pertamina sendiri sebagai penyedia bahan bakar minyak tidak ada masalah karena sudah dipersiapkan secara matang,” tegasnya pada ajang GIIAS 2021, pertengahan November 2021 lalu. Ia pun menyatakan bahwa pihaknya yakin BBM-nya dapat mulai dipasarkan pada April 2022 ke seluruh SPBU Pertamina di kota-kota besar di Indonesia.

Seperti diungkapkannya, dari sekitar 5.000-an SPBU Pertamina, sekitar 2.000-an SPBU sudah siap menjual BBM jenis diesel Pertamina Dex, dan seiring berjalannya waktu, populasinya akan terus menyebar ke seluruh SPBU Pertamina yang ada di Indonesia.

Setelah mengalami pemunduran jadwal selama 1 tahun, semoga semua pihak terkait kian matang dalam menyiapkan dan mengimplementasikan standar emisi Euro 4.



## EURO 4 TIDAK CUMA MENURUNKAN KADAR EMISI

Selain menurunkan kadar emisi, penerapan Euro 4 di Indonesia juga dapat menghadirkan manfaat lain, seperti meningkatkan angka produksi kendaraan dan mendorong peningkatan kualitas bahan bakar berikut penyerapannya di tengah masyarakat.

Saat ini pabrikan dalam negeri masih menggunakan standar Euro 2 dalam memproduksi kendaraan beroda empat atau lebih untuk pasar lokal. Sementara untuk yang diekspor, menggunakan Euro 4. Ya, dengan kata lain terdapat dua standar produksi.

Efeknya, pabrik-pabrik kendaraan tersebut perlu memiliki lebih banyak alat, tenaga kerja, bahan baku, dan teknologi guna memenuhi kebutuhan keduanya.

Jika Euro 4 sudah diterapkan, pabrikan dalam negeri cukup menggunakan satu standar produksi, yakni Euro 4 tentunya. Kemudian dengan sumber daya yang dialihkan untuk fokus ke satu standar produksi, angka produksi kendaraan pun dapat ditingkatkan.

Sementara pada sisi kualitas bahan bakar, standar Euro 4 memiliki spesifikasi bahan bakar khusus. Ketentuan bensin dan solar untuk kendaraan berstandar Euro 4 ialah kadar sulfur yang dikandungnya wajib di bawah 50 ppm, berbeda dengan standar Euro 2 yang masih boleh mengandung kadar sulfur sampai di bawah 500 ppm.

Penurunan yang terbilang drastis ini tentunya memaksa produsen bahan bakar buat menghasilkan bahan bakar yang jauh lebih bersih. Ketika ini terjadi, para pengendara pun akan menggunakan bahan bakar yang lebih efisien bagi kendaraan mereka.

## SPESIFIKASI STANDAR EMISI EURO 1 SAMPAI 4

Seperti apa perbedaan Euro 4 dengan sebelumnya? Berikut ini spesifikasi standar emisi Euro seperti dipaparkan pada laman resmi Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral.

### Euro 1

Mulai diperkenalkannya konverter katalis dan bensin tanpa timbal untuk mobil.

#### Batas emisi

Bensin : CO 2,72 g/km, HC + NOx 0,97 g/km

Diesel : CO 2,72 g/km, HC + NOx 0,97 g/km, PM: 0,14 g/km

### Euro 2

Memperkenalkan batas emisi yang berbeda untuk mesin bensin dan diesel pada keempat parameter emisi.

#### Batas emisi

Bensin : CO 2,20 g/km, HC + NOx 0,50 g/km

Diesel : CO 1,00 g/km, HC + NOx 0,70 g/km, PM: 0,08 g/km

### Euro 3

Memperkenalkan batas terpisah untuk emisi hidrokarbon dan nitrogen oksida bagi mesin bensin dan mesin diesel.

#### Batas emisi

Bensin : CO 2,30 g/km, HC 0,20 g/km, NOx 0,15 g/km

Diesel : CO 0,64 g/km, HC 0,56 g/km, NOx 0,50 g/km, PM 0,05 g/km

### Euro 4

Pengurangan signifikan ambang batas untuk partikulat dan nitrogen oksida dalam mesin diesel. Beberapa mobil baru bermesin diesel memperoleh diesel particulate filters (DPFs) yang sanggup menangkap 99 persen partikulat.

#### Batas emisi

Bensin : CO 1,00 g/km, HC 0,10 g/km, NOx 0,08 g/km

Diesel : CO 0,50 g/km, HC + NOx 0,30 g/km, NOx 0,25 g/km, PM 0,025 g/km

#### KETERANGAN

CO : karbon monoksida

HC : hidrokarbon

NOx : nitrogen oksida

PM : particulate matter (polusi oleh campuran partikel padat dan cair yang ditemukan di udara)

# THE NEW GEN OF CELEBRITIES: BERJAYA DARI KONTEN SINGKAT



*Mereka yang mendulang popularitas dari konten video singkat bermuatan spontan, jujur, dan.... receh?*

Hadirnya TikTok ternyata mengubah, atau lebih tepatnya menambah, jalan menuju popularitas. Sebelumnya banyak YouTuber yang membuat vlog dengan durasi cukup panjang, mirip film pendek *indie*, dengan konsep yang matang, serta tak segan-segan berinvestasi pada *gadget* maupun perangkat tercanggih yang ada guna menghasilkan konten keren. Kini, TikTok menghadirkan pilihan yang lebih spontan.

Spontanitas jadi kekuatan konten TikTok. Dalam arti, kontennya yang banyak beredar dan viral tidak harus keren-keren amat dalam *editing* video maupun penuturan. Tapi di balik 'mentahnya' konten TikTok, justru terasa kejujurannya serta *relate* dengan keseharian *viewer*-nya, meski kadang "rekeh" alias kurang begitu penting.

Suksesnya TikTok pun mendorong media sosial lainnya untuk turut membuat fitur konten singkat, seperti YouTube Short dan Instagram Reels. Para pembuat konten singkat pun senang, karena punya lahan bermain yang baru untuk mendulang cuan. Mudahnya, dari satu video singkat yang diunggah, bisa ditayangkan ulang di media sosial yang lain, dan akhirnya sama-sama menanggung untung.

## DERETAN SELEB TIKTOK LOKAL

Karena pembuatan konten yang cenderung lebih simpel, masyarakat pun berbondong-bondong menjadi pembuat konten singkat. Termasuk di Indonesia, baik itu di kota besar maupun daerah, bermunculan kreator konten singkat di *platform* ini. Isi kontennya pun kian beragam, dari yang mulanya sekadar menari hingga mengulas produk kecantikan, menjelma menjadi karakter budaya pop, atau bermuatan *satire*.



Ini dia deretan TikTok-er lokal yang menjadi selebriti baru, berkat mendulang jutaan *follower* sebagai pemirsa dari konten video singkat yang mereka buat.



Konten yang di-share oleh wanita yang akrab disapa "Caca" ini cukup beragam, mulai dari bermain

*game*, menari, hingga berdandan dengan mengaplikasikan produk-produk *skincare*. Berkat kepopulerannya, Caca sempat menerima penghargaan sebagai *Popular Creator of the Year* pada TikTok Awards Indonesia tahun 2020.

untuk tim EVOS eSports. Di samping soal *game*, ia juga rajin membagikan video singkat seputar kuliner, aktivitasnya saat bermain bersama kucing, dan tentunya menari.



Hobi *beauty make up* sukses menempatkan dirinya sebagai salah satu *beauty influencer* terfavorit di

Indonesia. Perempuan blasteran Indonesia-India ini bahkan kreatif dalam aplikasi *make up*-nya. Jharna bisa menjelma menjadi berbagai karakter budaya pop, seperti Harley Quinn sang kekasih The Joker, bahkan boneka horor Chucky. Pada ajang TikTok Awards Indonesia 2020 yang lalu, ia memenangkan penghargaan kategori *Best of Fashion and Beauty*.



Meroket berkat konten koleksi *squishy*-nya di YouTube, perempuan muda kelahiran 1995 ini pun m e r a m b a h

Instagram dan TikTok tanpa harus repot-repot menampilkan konten unik. Unggahannya ketika menari, bernyanyi, dan video-video hiburan lain tetap banyak ditonton pemirsa TikTok. Begitu suksesnya Ria, sampai-sampai acara pernikahannya pun disorot media dan terus menerus jadi perbincangan di jagad hiburan tanah air.



Konten perempuan yang satu ini banyak menampilkan kenafian remaja seusianya. Tapi tidak cuma itu,

ia juga pernah mengunggah video-video *slow motion*, selain tentunya juga konten menari. Dilihat dari jumlah *follower*-nya, nampaknya tidak berlebihan kalau menyebut ia sebagai salah satu *role model* di kalangan gadis seusianya.



Sebagai seorang *gamer*, mojang Bandung ini mulai melejit ketika dirinya menjadi *brand ambassa-*

Catatan: Jumlah *follower* per minggu terakhir Februari 2022.

## TIKTOKER PALING GEMILANG

Tentunya yang diharapkan oleh para pembuat konten dari konten singkat tidak cuma menghasilkan *follower*, melainkan kucuran penghasilan dalam bentuk uang royalti dari berbagai media sosial, juga peluang *endorsement* produk tertentu. Ketenaran seleb generasi baru ini di ranah maya pun tak jarang mengantarkannya kepada kerja sama dengan *brand* besar di dunia nyata.

Berikut ini beberapa TikTok-er internasional terkaya di dunia sepanjang tahun 2021 menurut *GOBankingRates*, dengan estimasi kekayaan bersihnya.



### Burak Ozdemir (11 juta dolar AS)

Tidak seperti TikTok-er pada umumnya, pria Turki ini adalah seorang *chef* sekaligus pengusaha restoran. Video tentang kreasi kulinernya yang berukuran raksasa viral hingga restoran-restoran miliknya ramai dikunjungi para selebriti, baik sesama *influencer* maupun musisi, atlet, bangsawan Timur Tengah, termasuk presiden negaranya, Recep Tayyip Erdogan.

### Addison Rae Easterling (8 juta dolar AS)

Tidak butuh waktu lama bagi Addison Rae untuk menjadi salah satu TikTok-er terpopuler, dan terkaya, saat ini. Ia memulai pada 2020 di usia 19 tahun. Karier TikTok-nya melejit hingga perempuan ini memutuskan buat berhenti kuliah dan memilih menjadi kreator konten *full time* di *platform* ini. Dirinya juga kemudian menjadi jubah global bagi perusahaan clothing ternama, American Eagle.

### Charli D'Amelio (8 juta dolar AS)

Populer berkat video menarinya yang viral, perempuan yang baru genap berusia 18 tahun pada bulan Mei ini pernah diundang menari bersama Bebe Rexha untuk membuka konser Jonas Brother di Barclays Center, New York, 2019 silam. Tahun berikutnya ia meluncurkan buku pertamanya, *Essentially Charli: The Ultimate Guide to Keeping It Real*.

### Dixie D'Amelio (6 juta dolar AS)

Menguntit sang adik, Charli, dalam hal kekayaan, bedanya seleb TikTok ini lebih memilih karier bermusik. *Be Happy*, single pertamanya, menjadi *trending* melampaui Kanye West di hari perilisannya. Bersama Charli, ia menandatangani kontrak dengan perusahaan clothing Hollister dan perusahaan makeup Morphe.

### Baby Ariel (6 juta dolar AS)

TikTok-er ini sudah eksis bahkan sejak TikTok masih bernama Musical.ly. Berbekal konten menyanyi dan akting, wanita bernama asli Ariel Martin ini menjadi salah satu bintang bintang awal TikTok. *Time* menyebutnya sebagai salah satu orang paling berpengaruh di internet, sementara *Forbes* menempatkannya pada daftar *top influencer* dalam dunia hiburan.

Dahsyat juga, ya, kekuatan TikTok. Tapi di balik kesuksesan para TikTok-er, sekali lagi terselip pertanyaan klasik. Sampai kapankah popularitas mereka dapat bertahan? Apakah status selebriti mereka akan sesingkat video yang mereka buat?

Mengutip dialog populer di film *Trainspotting*, "The world's changing. Music's changing. Even drugs are changing. You can't stay in here all day dreaming about heroin and Ziggy Pop (salah sebut Iggy Pop)."

Di era kini mungkin bisa ditambahkan: *The social medias are changing*.

**BUMN** UNTUK INDONESIA

**mandiri**  
prioritas

# beli gadget enteng bisa nyicil 0%\*

## kartu kredit

Periode program hingga 31 Desember 2022.

\*Info: [bmri.id/cicilan](http://bmri.id/cicilan)



**0%**  
cicilan

**erafone** **iBox** **NVSA** **SAMSUNG** **eraspace**

**electronic city**  
Light up your Moments

**HARTONO**  
Your Life/Time Partner

**mi** **Xiaomi Store**  
Authorized Reseller

**digimap**  
by MAF

segera download

**livin'**  
by Mandiri



# GERBANG METAVERSE TELAH DIBUKA

*Ditenagai oleh sederet teknologi mutakhir, semesta yang satu ini kian mengaburkan garis batas antara dunia nyata dan maya.*

**M**etaverse masih 'bayi', dan menurut para pakar masih jauh dari bentuk sempurna. Terbukti, peluncuran ponsel *flagship* Samsung di *metaverse* belum lama ini diwarnai beberapa kendala teknis. Dari keluhan pengunjung yang tak dapat memesan produk hingga seorang reporter *CNBC Internasional* yang kesulitan masuk ruang acara, kemudian terpaksa kembali ke dunia nyata.

Namun potensi *metaverse* bikin perusahaan-perusahaan teknologi terkemuka, sebut saja Autodesk, Amazon, dan Roblox berinvestasi pada semesta ini. *Metaverse*, yang kian mengaburkan batas antara dunia nyata dan virtual, diprediksi akan sekali lagi mentransformasi cara kita untuk saling terhubung dalam berbagai bidang ke level selanjutnya.

Termasuk koneksi yang kuat dengan ekonomi. Seperti diungkapkan oleh Stefan Hall, seorang *Project Lead, Media, Entertainment and Culture* di *World Economic Forum*, *metaverse* akan menjadi perpanjangan tangan ekonomi dunia nyata.

## TEKNOLOGI PENDUKUNG METAVERSE

Prinsipnya, *metaverse* merupakan sebuah konsep semesta (alam) yang memungkinkan orang-orang terhubung maupun berinteraksi lewat media virtual, berkat dukungan berbagai teknologi.

### VIRTUAL REALITY (VR) DAN AUGMENTED REALITY (AR)

Berbeda dengan VR dan AR sebelumnya yang kebanyakan dimanfaatkan buat bermain *game*, saat kita mengunjungi *metaverse* keduanya berguna untuk melakukan apa saja: bekerja, bermain, nonton konser, maupun *hangout*. Bayangkan kita memiliki avatar sebagai penggambaran diri kita dan melakukan aktivitas dunia nyata di semesta virtual *metaverse*.

### ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)

*Metaverse* perlu didukung oleh AI (kecerdasan buatan) guna meniru fungsi kognitif manusia.

## BLOCKCHAIN

Ini dia salah satu teknologi paling inovatif dalam satu dekade ke belakang. *Blockchain* menyimpan data/informasi dalam blok-blok khusus yang saling terhubung. Setiap blok dapat saling akses sehingga informasi yang disimpan lebih transparan. Tapi tentunya info yang tersimpan dienkripsi lebih dulu agar tidak bisa diakses oleh pihak yang tak punya otoritas.

*Blockchain* dapat dimanfaatkan untuk pengelolaan mata uang digital, pembayaran *online*, serta industri perbankan hingga kesehatan dalam menyimpan data riwayat pasien, dan banyak lagi. Maka tak dimungkiri teknologi *blockchain* pun akan digunakan pada berbagai fitur di *metaverse*.

## INTERNET OF THINGS (IOT)

Teknologi ini memungkinkan kita menghubungkan dan mensinkronisasi berbagai perangkat atau gadget secara bersamaan ke jaringan yang sama atau internet. Sehingga perangkat selain ponsel, tablet, maupun komputer, turut menjadi cerdas. Ini akan menjadi teknologi yang berharga untuk diterapkan di *metaverse*.

## DI DALAM NEGERI TAK SEKADAR GAUNG

Gaung *metaverse* tidak sekadar sampai ke Indonesia, namun pengaplikasian teknologinya telah terasa secara bertahap. Salah satu contohnya oleh perusahaan seperti Shinta VR, yang antara lain bergerak di bidang industri pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan tersinkronisasi berbasis multi-perangkat (VR, komputer, dan smartphone) dan telah dipakai di beberapa perusahaan maupun universitas. Menariknya, perusahaan ini juga menciptakan Virtual Character System yang menyediakan *influencer* dan *YouTube* virtual bagi industri media dan hiburan.

Nah, patut ditunggu kelanjutan tumbuh kembang *metaverse* di dunia maupun dalam negeri.



**MAKSIMALIS GAYA BARU:  
MENDOBRAK TREN HUNIAN  
SERBA LAPANG DAN MINIMAL**



*Hunian bergaya ramai mulai kembali dilirik dengan kreasi yang memadukan berbagai elemen dan warna.*

Mengatur interior rumah agar nyaman ditinggali membutuhkan referensi dan ide yang beragam. Jika sebelumnya hunian dengan gaya minimalis banyak dijadikan inspirasi, tren hunian saat ini agaknya mulai meninggalkan gaya serba sepi dan lapang, diubah menjadi gaya hunian maksimalis. Seperti apa gaya baru maksimalis dan bagaimana mengaplikasikannya dalam penataan rumah Anda? Simak penjelasannya berikut ini.

## MENGENAL GAYA INTERIOR MAKSIMALIS

Tren ini salah satunya dilirik oleh **Keren Richter**, desainer interior dari White Arrow, yang membagikan idenya kepada Vogue. Maksimalisme bisa berarti tidak ada pembatasan akan penggunaan berbagai elemen, unsur, dan aksesoris dekoratif ruang. Gaya desain maksimalis sangat lekat dengan ruang yang penuh warna sehingga melahirkan kesan unik, semarak dan mewah. Gaya maksimalis menonjolkan aksesoris mencolok sehingga ruangan terlihat lebih dinamis. Berbeda dengan desain minimalis yang cenderung sederhana dan seminimal mungkin menggunakan perabot, desain maksimalis akan menerapkan apapun yang dianggap pas dan tepat untuk dipasang di dalam ruangan. Menurut Richter, gaya hunian maksimalis banyak diadaptasi di rumah-rumah eklektik ala Inggris dengan memanfaatkan pelapis dinding bermotif ramai, kain gordena dengan lipatan-lipatan dan motif khas, sehingga memberi atmosfer yang “chaotic collected” alias ramai yang disengaja.

Meskipun interior maksimalis merupakan kebalikan dari interior minimalis, bukan berarti rumah Anda terlihat berantakan. Maksimalis bukanlah gaya penataan dengan sesuatu serba besar atau sembarangan tapi lebih kepada konsep penataan yang seakan bercerita tentang kepribadian dan minat dari sang pemilik hunian. Desain maksimalis mengedepankan warna-warna berani, berbagai pola, dan kreativitas. Detail-



detailnya akan memenuhi ruangan dengan hal-hal yang Anda minati dan banggakan. Jadi, rumah maksimalis akan terisi penuh dengan cerita kehidupan dan sejarah yang sangat personal untuk Anda; semua hal yang ada di dalam rumah akan memberikan cerita yang berbeda.

### MENENTUKAN TEMA DESAIN

Memilih gaya desain maksimalis berarti Anda lebih bebas berekspresi. Semua unsur dan elemen desain, juga aksesori-aksesori interior yang ingin Anda hadirkan bisa digunakan sebebas dan sesuka Anda. Kebebasan inilah yang menciptakan gaya yang unik. Interior rumah maksimalis juga bisa tampak sangat personal, impresif. Banyaknya ornamen dan aksesori yang digunakan memunculkan karakter pemilik rumah.

Penikmat gaya maksimalis biasanya cenderung gemar mengoleksi banyak hal, lalu memajangnya sebagai elemen dekoratif di rumah mereka. Agar tidak terkesan berantakan dalam mengekspresikan dan memajang koleksi Anda sebagai pajangan, tentukan tema pada setiap ruang saat akan mulai mendekorasi.

Banyak tema yang bisa dipilih saat akan menggunakan gaya maksimalis, mulai tema romantis dengan memasukkan warna hangat pada ruangan dengan sentuhan perabot yang antik atau, tema *cheerful* dengan menggunakan warna





cerah dengan motif abstrak pada *wallpaper* atau sofa, atau Anda bisa menjadikan benda koleksi sebagai dasar tema dekorasi. Menentukan tema sebagai dasar Anda memulai dekor akan membantu nuansa maksimalis rumah tetap meriah tanpa terkesan berantakan.

## INSPIRASI UNTUK BERBAGAI TIPE HUNIAN

Apapun tipe rumah Anda, gaya maksimalis tetap bisa dijadikan sebagai inspirasi interior. Jika rumah berada pada lahan yang luas, tentunya Anda bisa lebih leluasa memilih tema serta memilih perabot dan aksesoris yang akan digunakan. Desain maksimalisme sangat kaya ide dan inspiratif. Jadi, Anda pasti akan menemukan perbedaan saat melihat satu rumah maksimalis ke rumah maksimalis lainnya.

Pertama tentu Anda perlu menentukan tema yang sesuai kemudian mulai mendekor dengan karakter Anda. Tema Victorian, kontemporer, *psychedelic*, atau *pop art* berarti berani memadukan warna dan komposisi. Menggabungkan permadani, *wallpaper*, lukisan, dan foto bisa menjadi awal baik untuk kurasi ruangan yang maksimal. Tambahkan furnitur dalam pola dan warna yang berbeda, setiap lapisan harus berbagi cerita tentang rumah Anda.

Sedangkan untuk menyiasati rumah yang dibangun di atas lahan yang terbatas, cobalah bermain dengan warna dan corak pada dinding dan furnitur. Fokus pada satu area

yang akan menonjolkan gaya maksimalis. Misalnya, Anda menggunakan *wallpaper* bermotif di satu sisi ruangan dan tembok polos dengan warna senada dengan dasar *wallpaper* yang digunakan. Manfaatkan rak buku untuk penyekat ruangan kemudian mengisinya dengan buku bersampul unik atau buku-buku atau majalah koleksi. Memilih sofa bercorak yang menggambarkan kepribadian sebagai aksesoris juga bisa dijadikan pilihan gaya maksimalis hunian Anda.

### MAKSIMALIS TANPA TERKESAN BERLEBIHAN

Pemilihan gaya maksimalis apabila tidak diaplikasikan dengan tepat bisa membuatnya kehilangan unsur unik dan estetik bahkan terlihat berantakan. Agar gaya maksimalis hunian Anda tetap elegan dan khas, cobalah mengikuti kiat berikut ini:

- Pilih hanya beberapa warna, dua atau tiga, yang terkoordinasi, kemudian tambahkan dengan aksesoris yang mengikuti tema.
- Jika Anda ingin menggunakan beberapa motif, cobalah untuk memadukannya dengan skala yang berbeda. Pola kecil, sedang, dan besar yang ditata artistik akan terlihat indah dan tidak menyakkan.
- Desain maksimalis tidak menganjurkan adanya penimbunan barang-barang secara berlebihan dalam sebuah ruangan.
- Sesuaikan dengan lahan yang tersedia. Jika Anda tidak memiliki cukup ruang untuk memajang koleksi, sebaiknya utamakan yang memang sesuai dengan tema yang akan digunakan saja.

Dengan tetap mengikuti tema dan memilih perabotan yang akan digunakan, Anda akan dengan mudah mewujudkan gaya hunian maksimalis yang elegan, unik dan pastinya *over the top*.

# LIBURAN UNTUK SELF-HEALING

*Liburan untuk membantu self-healing menjadi penting dilakukan pada saat pandemi. Apa bedanya dengan liburan biasa?*

Salah satu dampak dari pandemi yang sudah berlangsung lebih dari dua tahun adalah meningkatnya gangguan kesehatan mental di masyarakat. Menurut data dari WHO, pada Oktober 2020, penderita gangguan kesehatan mental di seluruh dunia meningkat drastis sejak awal pandemi berlangsung. Fakta ini membuat kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan mental juga ikut meningkat.

Saat situasi dan kondisi sudah memungkinkan, tak ada salahnya Anda cuti dari aktivitas sehari-hari kemudian pergi berlibur. Namun liburan yang Anda ambil tidak lagi sekadar untuk mendapatkan perubahan suasana atau melepaskan diri dari kesibukan sehari-hari. Kali ini, liburan yang Anda lakukan mempunyai tujuan yang jelas, yaitu untuk membantu *self-healing*.

## PENTINGNYA SELF-HEALING SAAT PANDEMI

Istilah *self-healing* akhir-akhir ini banyak digunakan oleh generasi milenial sebagai alasan untuk mengajukan cuti dan pergi berlibur saat sudah merasa penat dan jenuh dengan pekerjaan. Padahal, liburan untuk *self-healing* berbeda dari liburan yang biasa dilakukan.

Agar lebih jelas, Anda bisa memahami terlebih dahulu tentang istilah *self-healing*, terutama jika dikaitkan dengan pandemi. *Self-healing* adalah proses penyembuhan kondisi mental dan emosional yang terluka atau terganggu akibat pengalaman buruk dan trauma di masa lalu. Jika tidak diatasi dan disembuhkan, maka luka dan gangguan yang memicu masalah kesehatan mental ini bisa berdampak ke kesehatan fisik bahkan ke kondisi tubuh secara keseluruhan.





Saat COVID-19 datang dan pandemi terjadi, banyak orang yang mengalami kehilangan akibat kematian orang-orang terdekat. Ini masih ditambah dengan rasa kesepian dan jenuh akibat aktivitas yang sangat dibatasi, kehilangan atau berkurangnya penghasilan, serta rasa takut dan cemas mengenai kondisi masa depan yang tak pasti. Semua ini dapat memicu munculnya gangguan kesehatan mental atau memperburuk yang sudah ada.

Berlibur untuk *self-healing* menjadi pilihan yang tepat bagi Anda yang mengalami gangguan kesehatan mental selama pandemi, seperti stres, depresi, dan gangguan kecemasan. Walau tak serta-merta menyembuhkan, tapi dapat membantu proses *self-healing* yang tentu saja tak berlangsung instan.



## LIBURAN YANG MEMBANTU SELF-HEALING

Manfaat liburan bagi kesehatan mental memang telah terbukti. Liburan merupakan cara yang sehat bagi Anda untuk melepaskan diri dari rutinitas, mengalami hal-hal yang sangat berbeda dari yang biasa dilakukan sehari-hari, serta membuat memori baru yang dapat dikenang seumur hidup. Disrupsi terhadap rutinitas dan mengenalkan sesuatu yang baru kepada otak terbukti dapat meningkatkan kognisi serta mengaktifkan sirkuit penghargaan di otak yang berhubungan dengan perilaku positif.

Lalu bagaimana dengan liburan yang secara spesifik membantu proses *self-healing*? Menurut Jaime Kurtz, Ph.D., seorang *associate professor* di bidang psikologi dan penulis buku *The Happy Traveler: Unpacking the Secrets of Better Vacations*, liburan yang dilakukan dengan intensi (*intentional travel*), salah satunya untuk *self-healing*, adalah liburan yang membantu merawat diri. "Liburan seperti ini membantu Anda untuk diam, menarik napas, membuat tubuh relaks, dan melihat ke dalam diri," ungkapnya.

Saat melakukan liburan yang dilakukan dengan intensi, seseorang akan dengan sengaja meluangkan waktu untuk mencari solusi dari masalah yang ia hadapi. Hal ini biasanya sulit dilakukan saat masih terjebak dalam rutinitas sehari-hari. Karena itulah, orang tersebut butuh untuk keluar dari rutinitas, pergi ke tempat yang berbeda, dan berlibur untuk sementara waktu.

Dengan meluangkan waktu khusus untuk memikirkan apa yang telah terjadi dan menganalisisnya tanpa terburu-buru, dapat membantu seseorang untuk menemukan solusi yang akurat dan membuat keputusan yang tepat. Untuk yang sedang melakukan *self-healing*, hal ini akan membantu proses penyembuhan.

## RENCANAKAN DENGAN BAIK, TAPI TIDAK BERLEBIHAN

Bisa jadi liburan untuk *self-healing* merupakan konsep liburan yang baru bagi Anda, tapi tetap tertarik untuk melakukannya. Karena merupakan liburan yang dilakukan dengan intensi, maka Anda memang harus melakukan

persiapan dan perencanaan yang baik sejak awal, yang kemungkinan akan berbeda dari liburan biasa. Anda harus memperhatikan durasi, lokasi, dan aktivitas yang dapat mendukung niat dan tujuan Anda untuk melakukan *self-healing*.

Berikut ini beberapa tips yang bisa Anda terapkan saat merencanakan liburan untuk *self-healing*:

**LOKASI.** Tak perlu menyepi ke tempat terpencil yang jauh dari manusia untuk liburan ini. Anda cukup memilih lokasi yang memiliki suasana berbeda dari tempat Anda tinggal dan beraktivitas sehari-hari. Hotel atau resort yang terletak di lokasi yang alami bisa menjadi pilihan karena berdekatan dengan alam dapat membantu proses *self-healing*.

**DURASI.** Agar hasilnya optimal, maka Anda sebaiknya sediakan waktu yang cukup panjang untuk liburan kali ini. *Weekend getaway* mungkin tidak cocok untuk liburan yang ditujukan untuk *self-healing* karena durasi yang terlalu singkat. Anda tentu tak ingin diburu waktu saat sedang menyelesaikan masalah, begitu juga dengan saat sedang menyembuhkan diri.

**AKTIVITAS.** Mungkin Anda bingung, aktivitas apa yang harus Anda lakukan saat liburan untuk *self-healing*. Pada dasarnya, aktivitas yang Anda lakukan serupa dengan saat Anda menyembuhkan diri dari penyakit fisik tapi ditambahkan dengan aktivitas lain untuk membantu menyembuhkan gangguan kesehatan mental. Di antaranya adalah istirahat yang cukup, *journaling*, berdialog dengan diri-sendiri, bermeditasi, melatih pernapasan, berolahraga, dan makan makanan yang sehat. Jangan lupa selipkan waktu kosong untuk Anda menikmati liburan dengan bersantai, jalan-jalan, atau perawatan diri di spa.

**TEMAN BERLIBUR.** Mungkin Anda tipe yang lebih suka berlibur bersama orang lain dan bukan *solo traveler*. Tak masalah, selama Anda memilih teman berlibur yang tepat. Ia harus paham bahwa Anda sedang berlibur dengan tujuan untuk *self-healing*, sehingga dapat mengatur aktivitas yang lebih sesuai dengan tujuan liburannya sendiri.





Jika Anda tak ingin repot mengatur jadwal dan aktivitas selama liburan untuk *self-healing*, Anda bisa memilih berlibur di *wellness retreat* atau *resort* yang menyediakan *wellness* program yang bisa disesuaikan untuk kebutuhan Anda. Mereka biasanya menyediakan berbagai tenaga ahli, baik berupa psikolog, pelatih olahraga, dan tenaga medis profesional lainnya untuk membantu proses *self-healing* yang Anda jalani. Ada baiknya Anda membuat perjanjian terlebih dahulu untuk mengetahui proses pendaftaran dan persyaratan yang harus dipenuhi.

Beberapa *resort* dan *wellness retreat* yang dapat Anda kunjungi di antaranya adalah:

- Amanpuri di Phuket, Thailand.
- Como Shambala Estate di Ubud, Indonesia.
- Aro Hā di Glenorchy, New Zealand.
- Gangtey Lodge di Gangtey Valley, Bhutan.
- Ananda in the Himalayas, Uttarakhand, India.

Bisa jadi liburan untuk *self-healing* ini membuat Anda keluar dari zona nyaman karena, misalnya, Anda harus mengubah gaya liburan yang selama ini Anda lakukan atau Anda harus mengingat kembali trauma yang menyakitkan yang selama ini berusaha dilupakan.

Anda tak perlu memaksakan diri. Jika merasa butuh bantuan, jangan ragu untuk menghubungi tenaga medis profesional yang dapat membantu proses penyembuhannya.



**BUMI** UNTUK  
INDONESIA

**mandiri**  
private

**diskon 15%\***  
dengan mandiri debit private



**ST REGIS**  
BALI

hingga 31 Oktober 2022  
\*info: [bmri.id/stregis](http://bmri.id/stregis)

segera download



mandiri call 14000 | [www.bankmandiri.co.id](http://www.bankmandiri.co.id)  
Bank Mandiri @bankmandiri Bank Mandiri @bankmandiri



Bank Mandiri terdaftar dan  
Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan



Serta Mengikuti Prinsip  
Pengawasan LPS





ART TREND 2022:  
FIGURATIVE ART –  
A RETURN OF  
REPRESENTATION



*Seni figuratif, terutama lukisan figuratif, diprediksi kembali mengalami kebangkitan pada tahun ini dalam bentuk kontemporer.*

Pandemi telah memengaruhi hampir semua aspek kehidupan manusia, tidak terkecuali pasar seni rupa. Kabar baiknya, setelah ajang pagelaran seni sempat sepi karena pembatasan kegiatan masyarakat, tahun ini pasar seni rupa kembali bergeliat. Memasuki tahun 2022, pasar seni rupa diprediksi akan menampilkan satu kebangkitan aliran yang sempat mati suri, yakni seni figuratif (figurative art) untuk kembali “naik panggung”. Apa itu *figurative art*?

### BUKAN GAYA SENI YANG BARU

Melonggarnya pembatasan kegiatan membuat pagelaran seni rupa mulai banyak diselenggarakan oleh galeri top dunia. Menariknya, beberapa pagelaran seni rupa ini banyak menampilkan karya dari pelukis senior figuratif. Di Brussel, Belgia, diselenggarakan pameran yang menampilkan karya **David Hockney**, pelukis figuratif yang harga lukisannya mencapai USD 90,3 juta. Sementara di Florence, Italia, dipamerkan lukisan figuratif karya **Jenny Saville**. Untuk pertama kalinya, pameran retrospektif maestro lukisan figuratif **Alex Katz**, diselenggarakan di Madrid, Spanyol.

*Figurative art* atau seni figuratif memang diprediksi akan mendominasi pasar seni rupa tahun ini. Gaya seni rupa ini menampilkan objek yang inspirasinya berasal dari dunia nyata seperti manusia, binatang, tumbuhan, bahkan *landscape*. Objek yang idenya diambil dari realitas, membuat seni figuratif bisa dikatakan sebagai representasi, dokumentasi, dan juga refleksi dari dunia nyata yang dituangkan dalam sebuah karya.

Seni figuratif sebenarnya sudah ada sejak 35.000 tahun lalu. Gambar-gambar manusia, binatang, dan tumbuhan yang ditemukan pada zaman itu termasuk dalam seni

figuratif. Seni figuratif tidak hanya mencakup seni rupa, tapi juga dalam dunia bahasa. Namun, bila membicarakan seni figuratif yang akan *comeback* pada tahun ini, yang dimaksud adalah karya seni rupa, khususnya lukisan figuratif.



ATAS: PEORTRAIT OF AN ARTIST (POOL WITH TWO FIGURES) - DAVID HOCKNEY.  
KANAN: CHUCK CLOSE - ALEX KATZ



## LUKISAN FIGURATIF DARI MASA KE MASA

Saat lukisan figuratif mengalami masa kejayaan pada zaman Renaisans, Barok, dan era lain pada abad ke-14, melukis bentuk tubuh atau anatomi manusia yang mirip dengan aslinya menjadi pencapaian seorang seniman. Oleh karena itu, di era tersebut banyak karya yang dihasilkan menunjukkan anatomi tubuh yang realistis, baik di karya lukis maupun patung. Beberapa senimannya yang terkenal pada masanya adalah **Rembrandt**, **Salvador Dali**, ataupun **Michelangelo**.

Sampai pada abad ke-19, lukisan figuratif masih mendominasi dunia seni di Barat dengan seniman yang memiliki keahlian luar biasa. Gaya lukisan yang muncul, mulai dari realistis, impresionis, maupun post-impresionis, masih mengutamakan teknik yang dapat merepresentasikan apa yang nyata ke dalam kanvas. Munculnya aliran seni rupa lain seperti ekspresionisme, kubisme, dan surealis juga masih menunjukkan objek figur walaupun dengan teknik dan gaya yang berbeda.

**Picasso** misalnya, yang dikenal sebagai pelopor aliran kubisme, tidak menampilkan bentuk tubuh dengan ukuran anatomi yang nyata dalam karyanya, namun dalam guratan bentuk-bentuk dan warna yang beragam.

## KEJATUHAN LUKISAN FIGURATIF

Setelah mengalami masa keemasan selama ratusan tahun, beberapa seniman yang sebelumnya melukis dengan gaya figuratif mulai tergoda untuk menampilkan bentuk lain di kanvas. Bila selama masa jayanya lukisan figuratif menjadi representasi manusia, maka para pelukis, khususnya di zaman *post-impresionis*, seperti **Vincent van Gogh** berangsur-angsur meninggalkan gaya seni figuratif tradisional dan memunculkan goresan dalam bentuk lain, walau masih mengandung unsur figuratif.

Munculnya kamera pada awal abad-20 membuat lukisan figuratif mulai ditinggalkan. Pada saat itu, pelukis semakin mempertanyakan akan peran lukisan sebagai media representasi. Teknologi kamera yang dapat memotret realitas dalam bentuk yang sempurna menjadi titik balik pencarian seniman dalam mencari bentuk lukisan lain. Seniman perlahan keluar dari pakem lukisan representatif menjadi lukisan non-objektif atau non-representatif, atau yang dikenal dengan gaya abstrak.



Kemunculan aliran abstrak juga menjadi penanda turunnya popularitas lukisan figuratif di pasar seni dunia. Bila lukisan figuratif mengambil inspirasi dari dunia nyata dan menampilkan kenyataan, lukisan abstrak justru ingin menjauh dari bentuk realistis. **Piet Mondrian**, **Kazimir Malevich**, **Robert Delaunay**, **Jackson Pollock**, dan **Clement Greenberg** adalah beberapa pelukis abstrak yang mumpuni.

Kondisi ini ditambah dengan naiknya budaya pop, seperti karya **Andy Warhol** ataupun **Michel Basquiat**. Gaya *pop art* yang bentuk dan warnanya dipengaruhi oleh dunia hiburan, konsumerisme, *advertising*, setelahnya akan masih mempengaruhi gaya lukisan figuratif kontemporer masa kini.

## KEBANGKITAN LUKISAN FIGURATIF

Bangkit dan tenggelamnya berbagai aliran seni rupa terjadi hampir setiap zaman. Setelah pasar seni rupa lama didominasi oleh pelukis abstrak, pada awal tahun 2000-an, beberapa seniman lukis mulai kembali berkarya dengan menampilkan figur. Alex Katz dan pelukis figuratif lainnya diyakini akan memeriahkan kebangkitan lukisan figuratif di pasar seni rupa tahun ini.

Situasi pandemi menjadi salah satu faktor bangkitnya lukisan figuratif. Kerinduan akan figur manusia dan



HALAMAN KIRI: DIVERS II - ANDRAE GREEN.  
 HALAMAN KANAN: RUPTURE - JENNY SAVILLE,  
 WEST WINDOW - ALEX KATZ, MODEL WITH  
 UNFINISHED SELF PORTRAIT - DAVID HOCKNEY.

kebutuhan untuk terkoneksi dengan orang lain saat pandemi menjadi pendorong para penikmat seni untuk melihat refleksi kehidupan sehari-hari lewat karya seni. Karya berupa *portrait*, *landscape*, *interior* dan juga *still life* banyak direpresentasikan lewat lukisan figuratif. Saat ini, karya figuratif dianggap lebih memenuhi kebutuhan emosional bagi penikmat seni, dibandingkan karya abstrak.

Seni figuratif yang sejak awal berupa representasi dari dunia nyata, kini ditampilkan lebih dinamis dan relevan dengan situasi sekarang. Lukisan figuratif kontemporer yang banyak hadir menunjukkan karya yang tidak hanya terpaku pada representasi objek, tapi digabungkan dengan bentuk abstrak. Gabungan antara seni figur dan abstrak ini dikatakan akan semakin memperluas dimensi dari lukisan figuratif kontemporer.

Maraknya dunia digital yang lebih fokus ke visual, ditambah lagi dengan masih diminatinya pop art di pasar seni, ikut memengaruhi karya dari para pelukis figuratif muda. Ini membuat lukisan figuratif kontemporer banyak menampilkan warna yang cerah dan pop, dengan goresan yang tidak serta merta sesuai anatomi. Lukisan figuratif kontemporer juga banyak menampilkan ekspresi diri dan ideologi politik dari senimannya, misalnya isu tentang gender dan ras.



Begitu banyak pengaruh situasi dan kondisi masyarakat saat ini terhadap seni figuratif, khususnya lukisan figuratif, membuat penikmat seni antusias untuk menyambut kebangkitannya tahun ini dalam bentuk yang kontemporer.

# EKSOTIKA KULINER REKOMENDASI MEDIA SOSIAL

*Media sosial makin berpengaruh dalam memunculkan tren kuliner viral; maukah Anda ikut mencicipinya?*

Kegiatan berselancar di media sosial tidak hanya untuk mengikuti perkembangan tren gaya hidup namun ternyata juga menjadi rujukan untuk berwisata kuliner. Ada beragam jenis kuliner yang sebelumnya asing jadi banyak dicari karena viral di media sosial.

Belakangan, beberapa makanan mendadak viral dan diburu para penggemar kuliner. Tentu saja ini disebabkan maraknya video konten singkat di media sosial yang memberi tantangan kepada para *follower* untuk turut mencoba. Meski kebanyakan bukan jenis makanan baru, namun serunya menjawab tantangan di media sosial menjadikannya menarik. Ini dia, beberapa makanan viral saat ini:







## OYSTER

Oyster, yang juga dikenal dengan sebutan tiram merupakan jenis kerang dalam cangkang yang berkapur dan memiliki bentuk pipih. Oyster disajikan sebagai hidangan karena memiliki kandungan gizi berlimpah. Oyster memiliki kandungan protein tinggi dapat memperlancar sistem metabolisme tubuh. Selain itu, oyster pun rendah kalori sehingga aman dikonsumsi tanpa harus khawatir tentang lemak yang masuk ke dalam tubuh secara berlebihan.

Oyster biasanya disajikan secara mentah untuk mendapatkan cita rasa terbaiknya. Oyster segar biasa dijadikan menu unggulan banyak restoran mewah karena memang harganya yang cukup mahal. Di Indonesia sendiri, sudah banyak restoran yang menyajikan oyster dengan berbagai cara. Jika tertarik mencicipi, Anda bisa coba mengunjungi Hokkaido Izakaya yang berlokasi di Sudirman, Jakarta, di antaranya Keraton The Plaza atau Satoo Shangri-La Hotel.

## KAVIAR

Anda mungkin sudah pernah mendengar menu satu ini. Banyak disajikan sebagai hidangan pembuka atau pendamping pada menu makanan mewah, telur ikan sturgeon ini memang memiliki daya pikatnya sendiri. Rasanya yang gurih memang akan membangkitkan selera makan dan cocok sebagai pendamping atau *topping* makanan pembuka. Kaviar adalah telur ikan sturgeon (*Acipenser fulvescens*) yang telah diproses dan digarami. Semakin langka jenis kaviar, akan semakin mahal harganya. Ikan Sturgeon sendiri termasuk langka dan untuk budidayanya itu ada di negara China.

Kaviar menjadi makanan lezat alami serta kaya akan protein, asam amino, zat besi, dan vitamin B12. Rasa gurih khas yang membuat kaviar lebih enak disajikan dalam keadaan mentah atau masih berbentuk telur. Bentuk kaviar sendiri berukuran kecil dan tak sebesar kelereng dan dijual dalam kemasan kaleng kecil. Penasaran dengan rasanya? Anda bisa coba mengunjungi Atico by Javanegra yang terletak di bilangan Kuningan, Jakarta, untuk mencicipi menu *angel hair pasta* andalan mereka yang disajikan dengan saus *creamy* dan *topping* kaviar.

## BUAH-BUAHAN UNIK

Menikmati buah-buahan tentu sudah jadi hal yang biasa dalam menu sehari-hari. Namun pernahkan Anda mencicipi buah impor yang memiliki keunikan rasa atau bentuk? Mulai dari buah dengan bentuk yang aneh hingga buah dengan warna aneh namun memiliki cita rasa yang sangat lezat. Untuk mencicipinya Anda perlu khusus membelinya di supermarket kelas satu yang menyediakan lorong khusus buah-buahan impor atau memesan di penyedia buah impor secara online.

- **ANGGUR SHINE MUSCAT** adalah buah anggur dengan cita rasa mirip permen. Anggur Muscat berasal dari dataran Mediterania, dan dianggap sebagai anggur tertua di dunia. Kini buah ini pun banyak ditemukan di Jepang.

Anggur Muscat Jepang paling cocok dikonsumsi langsung (tidak diolah menjadi minuman ringan atau wine). Sebab, anggur berbentuk oval ini tidak berbiji dan memiliki kulit yang tipis. Selain rasa manis yang memikat, tekstur daging buahnya pun berbeda dengan jenis anggur lainnya. Padat dan lebih renyah. *Juicy* tapi tidak terlalu berair saat dimakan. Selain dimakan sebagai buah segar, cocok juga dijadikan topping berbagai macam *dessert* hingga diambil sarinya untuk bahan gelato, *cocktail*, hingga es serut.

- **WHITE STRAWBERRY** atau Strawberry White Jewel merupakan buah stroberi asal Jepang yang bukannya berwarna merah cerah, tetapi malah putih pucat. Jangan salah, meski warnanya kurang cerah, rasanya cukup manis dan segar. Buah stroberi putih saat ini bahkan telah menjadi salah satu buah mewah di negeri sakura tersebut.
- **BUAH BLACK SAPOTE** yang juga termasuk ke dalam spesies kesemek ini memiliki nama ilmiah *Diospyros Nigra* dan berasal dari Meksiko. Warna buah black sapote adalah hitam seperti namanya, sedangkan bentuknya lebih cenderung seperti tomat, yaitu bulat dan dikenal sebagai buah dengan cita rasa yang mirip seperti puding coklat.



## Entertainment

---



### SPECIAL PROMO

---

Every Friday & Saturday  
Buy One Get One Free The Premiere XXI

**Berlaku s/d 30 Juni 2022**

Link FAQ [bmri.id/thepremierepp](http://bmri.id/thepremierepp)

## Education Assistance

---



### SPECIAL PROMO

---

Layanan 8 Easy Edsteps  
persiapan studi keluar negeri.

**Berlaku s/d 31 Desember 2023**

## hotel & leisure

---



# 15%

---

Penawaran khusus nasabah pemegang  
kartu debit Mandiri Private. Suites & Luxury  
Villa Listing, Gourmand Deli, King Cole Bar,  
Iridium Spa.

**Berlaku s/d 31 Oktober 2022**

Link FAQ [bmri.id/stregis](http://bmri.id/stregis)



# 15%

---

Penawaran khusus nasabah kartu debit  
Mandiri Prioritas. Best Flexible Rate for Room  
Hotel & Resorts, Best Flexible Rate for Luxury  
Villa, Arwana Restaurant & Cornerstone Deli,  
The Lagoon Spa.

**Berlaku s/d 31 Oktober 2022**

Link FAQ [bmri.id/thelaguna](http://bmri.id/thelaguna)

## food & beverages

---



# 15%

---

Berlaku untuk pembelian  
minimum Rp500 ribu.

**Berlaku s/d 30 April 2022**

Link FAQ [bmri.id/exquise](http://bmri.id/exquise)



## hospital & wellness



### SPECIAL PROMO

Disc. 5% untuk rawat inap &  
Disc. 10% untuk pemeriksaan eksekutif

**Berlaku s/d 31 Desember 2023**



### SPECIAL PROMO

Disc. 10% Pemeriksaan Lab &  
Disc. 15% untuk panel Wellness testing

**Berlaku s/d 30 November 2022**



### SPECIAL PROMO

Disc. 10% MCU,  
Airport Evac, MMC Priority Membership

**Berlaku s/d 31 Desember 2022**

Link FAQ [bmri.id/mmcprio](https://bmri.id/mmcprio)

## beauty

Wardāh

# 30%

Offline & Official webstore.

**Berlaku s/d 31 Desember 2022**

Link FAQ [bmri.id/wardah30](https://bmri.id/wardah30)

CRYSTALLURE  
by WARDĀH

# 30%

Offline & Official webstore.

**Berlaku s/d 31 Desember 2022**

Link FAQ [bmri.id/crystallure](https://bmri.id/crystallure)



# 30%

Offline & Official webstore.

**Berlaku s/d 31 Desember 2022**

Link FAQ [bmri.id/makeover30](https://bmri.id/makeover30)

# travel & lifestyle privileges



airport executive lounge



## balikpapan ✈️

SAMS Sepinggah

- Blue Sky Premier Lounge

## bandung ✈️

Husein Sastranegara

- Saphire Lounge

## banjarmasin ✈️

Syamsudin Noor

- Concordia Lounge

## denpasar ✈️

I Gusti Ngurah Rai Domestik

- Concordia Lounge ✈️

## jakarta ✈️

Soekarno Hatta T3 Domestik

- Saphire Temporary Lounge (Gate 13)
- Saphire Temporary Lounge (Gate 18)

## makassar ✈️

Sultan Hasanudin

- Concordia Lounge

## malang ✈️

Abdul Rachman Saleh

- East Java Lounge

## manado ✈️

Sam Ratulangi

- Concordia Lounge

## mataram ✈️

Lombok

- Concordia Lounge

## medan ✈️

Kualanamu

- Saphire Lounge

## padang ✈️

Minangkabau

- Banua Lounge

## palembang ✈️

Sultan Mahmud Badaruddin II

- Syailendra Lounge

## pekanbaru ✈️

Sultan Syarif Kasim II

- Blue Sky Premier Lounge

## pontianak ✈️

Supadio

- Blue Sky Premier Lounge

## semarang ✈️

Ahmad Yani

- Concordia Lounge

## solo ✈️

Adi Sumarmo

- Concordia Lounge

## surabaya ✈️

Juanda Terminal 1 Internasional

- Concordia Lounge
- Juanda Terminal 1 Domestik
- Concordia Lounge

## yogyakarta ✈️

Kulon Progo

- Concordia Lounge

- ✈️ Layanan Airport Executive Lounge&Merchant Bandara sudah beroperasi normal.
- ✈️ Layanan Airport Executive Lounge&Merchant Bandara ditutup sementara terkait Covid-19.

Untuk bandar udara yang memiliki lebih dari 1 executive lounge/merchant bandara, Nasabah Prioritas/Private hanya dapat menggunakan 1 pilihan executive lounge/merchant bandara untuk setiap kali penerbangan.

Sehubungan dengan sedang ditutupnya operasional Bandara Juanda Terminal 2 Surabaya, maka Nasabah dapat menikmati layanan di Concordia Lounge Bandara Juanda Terminal 1 Surabaya sampai dengan beroperasi kembalinya Bandara Juanda Terminal 2 Surabaya.



airport premium assistance



- ◆ Tangerang - Terminal 3 Domestik Bandara Soekarno Hatta
- ◆ Denpasar - Terminal Domestik Bandara I Gusti Ngurah Rai
- ◆ Surabaya - Terminal 2 Domestik Bandara Juanda
- ◆ Medan - Terminal Domestik Bandara Kualanamu
- ◆ Makassar - Terminal Domestik Bandara Sultan Hasanuddin



airport vip transfer



- Jakarta  
Dari dan menuju Bandar Udara Soekarno Hatta
- Surabaya  
Dari dan menuju Bandar Udara Juanda
- Denpasar  
Dari dan menuju Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai
- Medan  
Dari dan menuju Bandara Kualanamu
- Singapura  
Dari dan menuju Bandara Changi



## Free valet parking

- ▶ Pacific Place, Jakarta
- ▶ Grand Indonesia, Jakarta



golf clinic



- Jakarta. Pondok Indah Golf Driving Range
- Jakarta. The Club Gading Mas Driving Range
- Jakarta. Damai Indah Golf-PIK Course
- Bandung. Parahyangan Golf Club
- Surabaya. Ciputra Golf Driving Range
- Bali. Bali National Golf Driving Range
- Makassar. Padivalley Golf Driving Range

**BUMN** UNTUK  
INDONESIA

**mandiri**  
prioritas

**cashback Rp100 rb  
+ diskon s/d 20% *livein'* poin<sup>1</sup>  
kartu kredit / debit prioritas**

Periode program hingga 30 Desember 2022.

*\*Info: [bmri.id/homegalleria](http://bmri.id/homegalleria)*

**HÖME  
GALLERIA**  
BY **informa.**

segera download



**BUMN** UNTUK INDONESIA

**mandiri**  
prioritas

every friday & saturday  
**buy 1 get 1 free\***  
dengan debit prioritas atau private

**XXI**



hingga 30 Juni 2022  
\*info: [bmri.id/thepremierepp](http://bmri.id/thepremierepp)

segera download



mandiri call 14000 | [www.bankmandiri.co.id](http://www.bankmandiri.co.id)  
Bank Mandiri @bankmandiri Bank Mandiri @bankmandiri



Bank Mandiri Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan



Serta Menyediakan Fasilitas Permodalan LPS

