

## BAB V

### MEDIA PROMOSI DAN PENYAJIAN KARYA

#### 5.1. Penyajian Karya

Karya ini disajikan pada *event* BFR ( Bandung *Fashion Runaway*) 2025 dalam bentuk *fashion show* dan ditayangkan di channel TVRI Jawa Barat.



Gambar 5. 1 ( Dokumentasi Acara BFR 2025 )  
Sumber: *Fotografer*, 2025

## 5.2. Media Promosi

### 5.2.1. Media Promosi Karya

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Laksana, 2019: 129). Media Sosial saat ini menjadikan dunia dalam genggaman, media Sosial sendiri adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Rulli, Nasrullah, 2015: 13).

### 5.2.2. Nama *Brand*/Merek

Nama merek pada pengkaryaan ini adalah Fadia Angelina *brand fashion* eksklusif yang terinspirasi dari nama pengkarya, memadukan keindahan seni dengan kemewahan. Setiap koleksi menghadirkan sentuhan glamor, feminim, dan ikonik, dirancang untuk yang ingin tampil menonjol dengan keanggunan yang elegan. Ciri khas dari merek ini adalah menggunakan tangan dalam proses pembuatannya sehingga karya yang dihasilkan eksklusif dengan kategori *ready to wear deluxe*. Dengan mengusung konsep *Victorian* Fadia Angelinaina menghadirkan desain yang unik, penuh karakter. Dari detail payet berkilau hingga *siluet* dramatis, setiap potongan memancarkan *aura feminine & luxury* untuk menciptakan *moment of Fadia Angelinaina* bagi setiap pemakainya.

Berikut adalah logogram dan ikon brand *FADIA ANGELINA*:

The image shows the brand name 'ANGELINA' in a stylized, elegant, cursive script. The letters are light purple or lavender in color. The 'A' at the beginning has a long, flowing tail that extends to the right, and the 'N' and 'A' at the end also have decorative flourishes.

Gambar 5. 2 (*Logo Brand Fadia Angelina*)  
Sumber: Fadia Angelina, 2025

### 5.2.3. Label, *Hang Tag*, dan Kartu Nama

*Label* merupakan media yang berisi identitas merek dan informasi produk yang meliputi ukuran produk, panduan pemeliharaan, dan sebagainya. *Label* dari merek ini merupakan *label* yang berisi logo merek yang dijahit di produk. Berikut merupakan *label* dari brand *FADIA ANGELINAINA*:



Gambar 5. 3 (*Label Brand Fadia Angelina*)  
Sumber: Fadia Angelina, 2025

*Hangtag* adalah label yang terpasang pada produk, biasanya berisi informasi penting seperti merek, ukuran, dan harga. *Hangtag* juga digunakan sebagai alat pemasaran untuk menarik perhatian konsumen dan memberikan kesan profesional pada produk. Berikut merupakan *hangtag* dari brand *Fadia Angelina*:



Gambar 5. 4 (*Hangtag Brand Fadia Angelina*)  
Sumber: Fadia Angelina, 2025

Kartu nama merupakan kartu yang digunakan untuk keperluan bisnis. Kartu nama berisi informasi mengenai suatu merek atau perusahaan yang meliputi nama penanggung jawab atau pemilik *brand* dan informasi kontak. Berikut merupakan kartu nama dari brand *Fadia Angelina*:



Gambar 5. 5 ( Kartu Nama *Brand* Fadia Angelina)  
Sumber: Fadia Angelina ,2025

#### 5.2.4 Pengemasan *Packing*

Pengemasan yang digunakan pengkarya berupa *paper bag* dengan logo *brand* di depan. Sedangkan untuk pengemasan produk yang lebih *premium*, perngkarya memilih menggunakan *box*. Berikut merupakan kartu nama dari *brand Angelina*:



Gambar 5. 6 (*Packing Brand Angelina*)  
Sumber: Fadia Angelina,2025

### 5.2.5 Media Promosi Penyajian Karya ( Instagram dan Tiktok )

Perkembangan media sosial menjadikan kemudahan bagi setiap orang dalam mengakses informasi dan komunikasi di dunia maya. Sosial media merupakan alat komunikasi yang digunakan masyarakat luas dalam melakukan interaksi dengan rekan kerja, teman, keluarga dan lain-lain (Widiastuti, 2018: 46). “Pada buku berjudul Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintahan” disebutkan bahwa instagram merupakan salah satu media sosial milik Facebook yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi konten, baik dengan bentuk video ataupun gambar. tiktok pada dasarnya merupakan aplikasi sosial untuk berbagi video dengan durasi pendek dimana para pengguna adalah sebagai pembuat konten (Wisnu, 2019).

Berikut ini merupakan dokumentasi dari penyajian karya:



Gambar 5. 7 Dokumentasi Dari Penyajian Karya  
Sumber: Fadia Angelina,2025