

## BAB V MEDIA PROMOSI DAN PENYAJIAN KARYA

### 5.1 Tahap Penyajian Karya



Gambar 5.1 Poster Bandung Fashion Runway

(Sumber : Bandung Fashion Runway, 2025)

Karya ini disajikan dalam bentuk *fashion show* di salah satu *event fashion* yaitu Bandung Fashion *Run Away* yang di selenggarakan di studio 1 TVRI Jawa Barat pada tanggal 30 April 2025. Penyajian merupakan tahap akhir dari proses penciptaan, yang mencakup dokumentasi proses *fashion show*, karya busana disusun dengan narasi yang mengaitkan antara ide dasar, proses kreatif, teknik, serta konteks pemakaian. Tahap Penyajian merupakan tahap akhir dari proses penciptaan. Melalui penyajian yang terstruktur dan dokumentasi yang komprehensif, karya busana tidak hanya berperan sebagai produk estetis, tetapi juga sebagai medium edukasi dan inovasi dalam dunia fashion kontemporer.

Dalam penyajian ini juga dilakukan evaluasi akhir terhadap karya, baik dari segi estetika, teknis, maupun keberhasilannya dalam menyampaikan konsep visual bunga bangkai suweg ke dalam media busana *ready to wear deluxe*.

Berikut adalah beberapa dokumentasi saat proses fashion show :



Gambar 5.2 Stage Bandung Fashion Runway  
(Sumber : Bandung Fashion Runway, 2025)





Gambar 5.3 Hasil Foto Bandung *Fashion Runway*  
(Sumber : Bandung *Fashion runway*, 2025)



Gambar 5.4 Cuplikan Vidio *Live Streaming* youtube TVRI Jawa Barat  
(Sumber : TVRI Jawa Barat, 2025)

## 5.2. Media Promosi

Media promosi adalah segala bentuk platform atau alat yang digunakan untuk memperkenalkan koleksi, brand, atau gaya kepada pelanggan, baik untuk membangun citra maupun mendorong penjualan. Dalam pengkayaan ini, pengkarya memanfaatkan berbagai media promosi, seperti menciptakan nama merek (brand), label, *hangtag*, kartu nama, *packaging*, serta mempromosikannya melalui Instagram.

### 5.2.1. Merek (*Brand*)

Nama brand ini adalah Nazara yang terinspirasi langsung dari nama sang pengkarya yaitu Nisrina Azzahra. Pemilihan nama bukan sekedar kombinasi huruf,

tetapi mencerminkan indentitas dan karakter sang desainer yang ingin menghadirkan *fashion* yang elegan, modern tetap memiliki sentuhan personal. Nazara menjadi representasi dari perjalanan pengkarya dalam menuangkan ide dan gaya ke dalam setiap detail desain, menjadikannya tidak hanya sebagai label fashion, tetapi juga sebagai ekspresi jati diri.



Gambar 5.5 Logo *Brand*  
(Sumber : Nisrina Azzahra, 2025)

### 5.2.2 Label, *Hang Tag*, Kartu Nama

Label adalah penanda atau keterangan yang ditempelkan pada produk untuk memberikan informasi penting mengenai produk tersebut. Seperti nama *brand*, ukuran dan sebagainya. Berikut adalah label dari *brand* "NAZARA" .



Gambar 5.6 Label *Brand* Nazara  
(Sumber : Nisrina Azzahra, 2025)

*Hang Tag* adalah label atau gantungan kecil yang biasanya digantungkan pada produk dan berisi informasi penting mengenai produk tersebut. Isi hangtag ini berisi logo brand, ukuran produk, bahan atau material, instruksi perawatan, dan pesan brand.

Selain sebagai alat informasi, hangtag juga berfungsi sebagai bagian dari strategi branding untuk memperkuat citra visual dan identitas sebuah merek.



Gambar 5.7 Hangtag Brand  
(Sumber : Nisrina Azzahra, 2025)

Intruksi perawatan produk :

1. Cara penyucian

- Gunakan air dingin atau suhu ruangan.
- Pakai detergen cair khusus pakaian halus, tanpa pemutih.
- Cuci secara lembut dengan tangan, jangan disikat.
- Hindari merendam terlalu lama (maksimal 5 menit).
- Fokus cuci di bagian yang terkena noda, dengan menekan perlahan menggunakan kain lembut.
- Jangan diperas keras-keras, cukup ditekan pelan untuk mengurangi air.

2. Cara pengeringan

- Jangan gunakan mesin pengering.
- Jemur di tempat teduh, hindari sinar matahari langsung karena bisa membuat warna cepat pudar.
- Gunakan hanger khusus padded hanger (hanger yang dilapisi busa) agar bentuk bahu busana tetap terjaga.
- Atau bisa dikeringkan dengan cara diletakkan di atas handuk kering, lalu digulung perlahan untuk menyerap sisa air sebelum dijemur.

### 3. Cara penyimpanan

- Simpan dalam lemari bersih dan kering.
- Gunakan cover baju (dust cover) berbahan kain, bukan plastik, agar busana tetap bisa ‘bernapas’ dan tidak lembap.
- Jangan digantung jika busana berbahan berat atau penuh beading, karena bisa merusak bentuk. Sebaiknya disimpan dengan posisi terlipat dan dialasi kertas tisu bebas asam di antaranya.
- Simpan di ruang bersuhu stabil, jauh dari kelembapan tinggi.

### 4. Cara penyetrikaan

- Hindari setrika langsung di atas bordir, beading, atau payet.
- Gunakan setrika uap (steam iron) dengan suhu rendah.
- Lapisi kain tipis di atas permukaan busana saat menyetrika untuk mencegah kain langsung terkena panas.
- Untuk bagian halus, cukup digantung lalu disteam ringan tanpa menempelkan kepala setrika ke kain.

#### 5.2.3 Pengemasan/*Packaging*

Kemasan yang digunakan oleh pengkarya berupa paper bag yang menampilkan logo brand di bagian depan. Sementara itu, untuk produk dengan kesan lebih eksklusif, pengkarya memilih menggunakan kemasan box. Berikut adalah contoh paper bag dan box dari *brand* "NAZARA".



Gambar 5.8 Packaging Paper Bag Brand Nazara

(Sumber : Nisrina Azzahra, 2025)



Gambar 5.9 Packaging Box Brand Nazara

(Sumber : Nisrina Azzahra, 2025)



Gambar 5.10 Kartu Nama Brand Nazara

(Sumber : Nisrina Azzahra, 2025)

#### 5.2.4 Media Promosi Penyajian Karya (Instagram)

Instagram menjadi salah satu media digital yang efektif digunakan saat ini untuk mempromosikan produk maupun jasa secara cepat dan langsung kepada para pelanggan. *Platform* ini memungkinkan pelaku usaha menarik minat konsumen secara lebih luas dan efisien. Melihat peluang tersebut, pengkarya memanfaatkan akun Instagram sebagai sarana untuk menampilkan proses pembuatan karya, serta menggugah hasil akhir dari koleksi yang terdiri dari *look 1* hingga *look 5*.



Gambar 5.11 Unggahan pada Status Instagram  
(Sumber : Nisrina Azzahra, 2025)