

BAB V

PENYAJIAN KARYA DAN MEDIA PROMOSI

5.1 Penyajian Karya

Penyajian karya ini disajikan dalam bentuk *fashion show* pada *event* Bandung *Fashion Runway* yang diselenggarakan pada tanggal 30 April 2025 di TVRI Jawa Barat. Acara *show* disiarkan di televisi TVRI Jawa Barat dan di media sosial youtube pada tanggal 30 Mei 2025.

Pengkarya menampilkan empat *look* busana *ready to wear deluxe* pada formal *fashion show*. Menurut Saniscara (2019), Formal *fashion show* ditandai dengan adanya *catwalk* dan model yang berjalan diatasnya. Penonton langsung melihat model dan *fashion* yang sedang diperagakannya langsung dari area *catwalk*. Pertunjukan formal *fashion show* memiliki konsep tertentu yang disesuaikan dengan tema perancangan *fashion* tersebut, fokus utama dalam acara ini adalah pakaian ataupun aksesoris yang ingin ditampilkan.

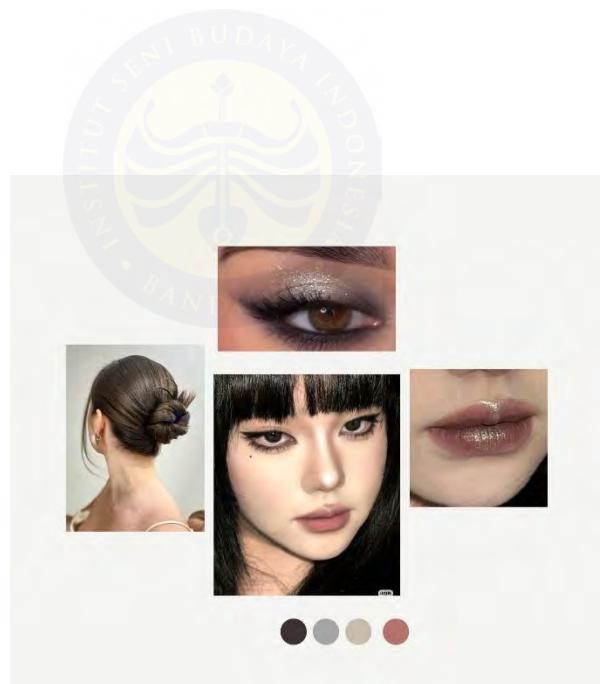
Tampilan *make up* pada karya ini dengan konsep *make up high-definition contour* dengan aksen dramatis dengan hiasan mata yang tajam. Palet warna yang digunakan didominasikan oleh warna nuansa abu metalik yang memberikan kesan kuat. Sentuhan *eyeliner*, *eyeshadow* bertekstur *shimmer*, serta bulu mata ekstra panjang. Parade tersebut diiringi dengan musik yang disesuaikan dengan gaya busana *edgy style*. Adapun musik pengiring *fashion show* adalah musik Purple Whale bergenre Techno yang diaransment oleh MatteoTura dan Enrico.

Konsep *fashion show* berbentuk parade yang dilakukan pada *catwalk* berbentuk *platform* dengan ketinggian antara 30 cm. *Catwalk* merupakan bagian terpenting dari sebuah *fashion show* yang bentuknya berupa lajur yang menjadi pusat perhatian utama pada ruangan peragaan busana, dimana di lajur itu para model berjalan memperkenalkan pakaian dengan aksesoris yang dikenakannya.

Catwalk berbentuk T dengan *stage* melebar dan *runway* memanjang ke arah penonton. *Runway* dengan panggung yang berbentuk huruf “T” ini adalah bentuk yang paling baik untuk menampilkan sebuah *fashion* dalam sebuah acara *fashion show* (Saniscara (2019). *Layout* panggung dapat dilihat pada gambar 5.1.



Gambar 5.1 *Layout Panggung*
(Suharno, 2025)



Gambar 5.2 *Moodboard Makeup*
(Siska Dewi, 2025)



Gambar 5. 3 Dokumentasi Acara BFR 2025
(Sumber : BFR,2025)



Gambar 5. 4 Cuplikan Penayangan Youtube
(Sumber :Youtube TVRI Jawa Barat,2025)

5.2 Media Promosi

Media promosi adalah strategi pemasaran yang menjadi salah satu peran penting dalam menyebarkan informasi yang bertujuan untuk mengenalkan karya dan meningkatkan citra *brand*. Pada pengkaryaan ini media promosi yang dibuat adalah *brand*, label, *hangtag*, kartu nama, dan *packaging*.

5.2.1 Merek (*Brand*)

‘Dwyka Fashion’ adalah *brand* yang bergerak dibidang industri *fashion*. Dwyka diambil dari nama pemiliknya yaitu Siska Dewi. Logo khas berwarna hitam yang minimalis namun elegan. Dwyka *Fashion* ingin mempertegas kesan premium dalam setiap desainnya. Berikut adalah logo *brand* Dwyka *Fashion*.



Gambar 5.5 Logo Brand Dwyka Fashion
(Sumber : Siska Dewi, 2025)

5.2.2 Label, *Hangtag*, dan Kartu Nama

Label merupakan media untuk memberikan informasi tentang produk. Label Dwyka *Fashion* memuat informasi tentang merek *Brand*, ukuran *size* produk dan keterangan *made in* Indonesia sebagai identitas produk lokal.



Gambar 5.6 Label Brand Dwyka Fashion
(Siska Dewi, 2025)

HangTag pada *Brand* “Dwyka Fashion” berupa label. Terdapat *logo brand* dan informasi mengenai media sosial akun *Instagram brand*.



Gambar 5.7 *Hangtag* Dwyka Fashion
(Siska Dewi, 2025)

Kartu nama dari *brand* “Dwyka Fashion” memuat tentang *logo brand*, alamat *brand*, sosial media dan sebagainya. Berikut kartu nama dari *brand* Dwyka Fashion.



Gambar 5.8 Kartu Nama *Brand* Dwyka Fashion
(Siska Dewi, 2025)

5.2.3 Pengemasan (*Packaging*)

Pengemasan (*packaging*) merupakan material pembungkus yang digunakan untuk melindungi produk sehingga produk aman sampai ketangan konsumen. *Packaging* pada *brand* Dwyka Fashion berupa *paper bag* berwarna putih dengan logo di bagian depan dan informasi sosial media pada bagian

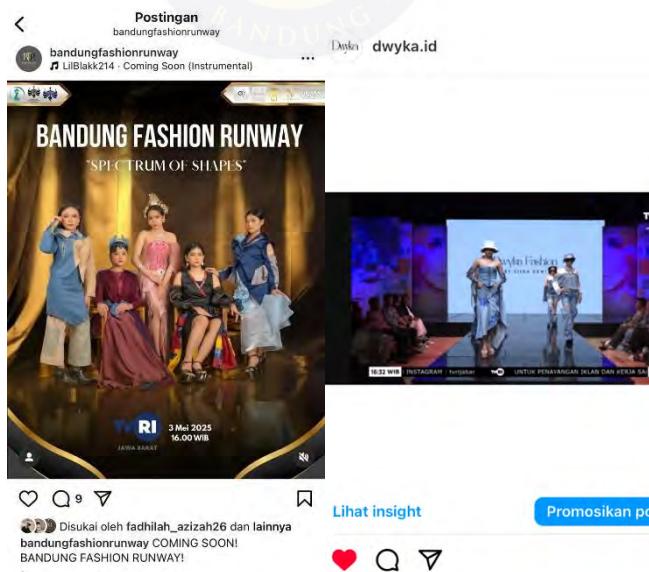
belakang untuk menciptakan citra merek juga berfungsi sebagai strategi pemasaran.



Gambar 5.9 Paper Bag Dwyka Fashion
(Sumber : Siska Dewi, 2025)

5.3 Media Promosi Penyajian Karya

Media promosi penyajian karya merupakan tempat dimana karya diperkenalkan dan disebarluaskan di media sosial agar lebih dikenal oleh khalayak umum. Media promosi penyajian karya melalui akun *instagram* resmi Bandung *Fashion Runway* dan akun *Instagram Brand*.



Gambar 5.10 Media Promosi di *Instagram*
a) Poster Promosi Bandung *Fashion Runway*
b) Media promosi *Instagram Brand*
(Siska Dewi, 2025)