

BAB V

MEDIA PROMOSI DAN PENYAJIAN KARYA

5.1. Penyajian Karya

Penyajian karya diwujudkan dalam bentuk dokumentasi foto dan video berdurasi 2 menit yang menampilkan hasil akhir rancangan busana dengan pendekatan visual yang terkonsep. Foto dan video ini dirancang untuk menyampaikan karakter dan keunikan dari tiap *look* yang telah dirancang, serta memperlihatkan dengan jelas detail bahan dan teknik yang digunakan.

Konsep utama dari dokumentasi ini adalah memperlihatkan karakter *Princess Karina* dan *mermaid*, terinspirasi dari dunia bawah laut yang dingin dan penuh misteri. Nuansa ini divisualisasikan melalui pencahayaan bernuansa biru dingin serta gerakan model yang lembut dan mengalir, menyerupai makhluk laut yang anggun. Musik pengiring yang digunakan bertemakan siren, menambah kesan dramatis dan emosional, sekaligus memperkuat suasana imajinatif khas dunia bawah laut.

Proses pengambilan gambar dilakukan di Bandung *Creative Hub* (BCH), sebuah ruang kreatif yang memberikan fleksibilitas untuk mengatur pencahayaan dan suasana secara maksimal. Dalam video ini, 4 *look* ditampilkan secara bergantian. Setiap *look* direkam dengan komposisi visual yang menunjukkan siluet secara utuh serta *close-up* untuk memperlihatkan detail bahan. Setiap busana diperagakan oleh model yang bergerak selaras dengan konsep visual, sehingga keseluruhan dokumentasi mampu menyampaikan bentuk dan motif dari karakter *Princess Karina*.

Di balik proses dokumentasi ini terdapat kerja kolaboratif dari tim kreatif yang terdiri atas videografer dan editor, yang bertanggung jawab terhadap pengambilan gambar dan proses penyuntingan video. Seorang *creative director* turut mengarahkan alur visual serta gaya penyajian sesuai dengan konsep desain. Pencahayaan diatur oleh *lighting director* untuk menciptakan efek bawah laut, sementara *fashion stylist* memastikan setiap elemen busana tampil maksimal.

Berikut beberapa gambar proses pembuatan foto dan video:



Gambar 5. 1 Proses Pembuatan Video
(Sumber: Dinda Julia,2025)

Berikut beberapa dokumentasi foto:





Gambar 5. 2 Dokumentasi Karya
(Sumber: Dinda Julia, 2025)

Tampilan *make up* untuk mendukung karya ini menghadirkan nuansa laut, terinspirasi dari karakter *mermaid*. Riasan mata menjadi fokus utama, dengan dominasi gradasi biru, dan *shimmering aquamarine* seperti kilau air di bawah cahaya. Kulit terlihat *dewy* dan *glowing*, mencerminkan efek kulit basah atau “*wet look*” khas estetika laut. Teknik *contouring* yang tajam dipadukan dengan blush pink. Warna bibir umumnya netral atau *nude* ke arah *mauve* dan *terracotta*, tidak terlalu mencolok namun tetap mempertegas karakter. Rambut ditata *sleek*, basah, atau disisir rapi ke belakang.



Gambar 5. 3 *Moodboard Make Up*
(Sumber: Dinda Julia, 2025)

5.2. Media Promosi

5.2.1. Media Promosi Kerja

Media promosi (*branding tools*) adalah strategi pemasaran yang bertujuan meningkatkan citra sebuah brand. Dalam pengkaryaan ini, media promosi yang dilakukan oleh pengkarya meliputi membuat nama merk (*brand*), *label*, *hangtag*, kartu nama, pengemasan (*packaging*) serta media promosi melalui instagram dan YouTube.

5.2.1.1. Nama *Brand*/Merk

Nama *brand* dari karya ini adalah Lauté. Kata Lauté adalah nama brand yang berasal dari kata “laut”, yang dalam bahasa Indonesia berarti samudra atau lautan. Penambahan aksan pada huruf é terinspirasi dari bahasa Prancis, menambah kesan internasional, feminin, dan eksklusif. Pemilihan nama ini mencerminkan akar identitas *brand* yang terinspirasi dari dunia bawah laut penuh misteri, keindahan alami layaknya sosok putri duyung. Lauté berfokus pada busana *ready to wear* dan *ready to wear deluxe* khusus untuk *womenswear*, yang menggabungkan elemen desain modern dengan sentuhan fantasi laut. Ciri khas utama Lauté terletak pada pilihan warna yang konsisten, yakni berbagai turunan biru dan hijau emerald warna-warna yang erat kaitannya dengan laut dan karakter *mermaid*. Logo Lauté

dirancang dengan pendekatan minimalis dan modern, bentuk ekor *mermaid* disisipkan pada logo menjadi simbol ikonik. Berikut adalah logo *brand* pengkarya.



Gambar 5. 4 Logo Brand
(Sumber: Dinda Julia, 2025)

5.2.1.2. Label, Hangtag, dan Kartu Nama

Label adalah media yang berisi keterangan pada produk, seperti nama brand, *size* dan sebagainya. Label dari *brand* “LAUTÉ” berupa label bordir berisi logo dan informasi *brand* yang dijahit pada produk. Berikut adalah label dari *brand* “LAUTÉ”.



Gambar 5. 5 Label *Brand* Lauté
(Sumber: Dinda Julia, 2025)

Hangtag adalah media informasi yang didalamnya terdapat keterangan mengenai produk seperti logo, *size*, negara tempat dibuat, dan cara perawatan produk. *Hangtag* *brand* “LAUTÉ” ini berupa kertas berjenis *concord* berwarna

hijau dan putih. Bagian depan terdapat logo dan di bagian belakang terdapat keterangan informasi mengenai produk serta cara merawat produk. Cara merawat produk tugas akhir ini adalah dengan *dry cleaning* (pencucian tanpa air), disetrika dengan suhu medium, dan busana disarankan untuk digantung agar tidak kusut.

Berikut adalah hangtag brand “LAUTÉ”.



Gambar 5. 6 *Hangtag Brand Lauté*
(Sumber: Dinda Julia, 2025)

Kartu nama adalah kartu yang umumnya berisi informasi mengenai pemilik *brand*, nama perusahaan, nomor handphone, instagram *brand*, email, dan web. Kartu nama yang dibuat oleh pengkarya berbahan *art paper* dengan ukuran 4 cm x 5 cm. Berikut adalah kartu nama dari *brand* “LAUTÉ”.





Gambar 5. 7 Kartu Nama *Brand* Lauté
(Sumber: Dinda Julia, 2025)

5.2.1.3. Pengemasan/Packaging

Pengemasan yang digunakan pengkarya berupa *paper bag* dengan logo *brand* di depan. Sedangkan, untuk pengemasan produk yang lebih premium, pengkarya memilih menggunakan box. Berikut adalah *paper bag* dan box untuk kemasan produk *brand* “LAUTÉ”.



Gambar 5. 8 *Packaging Paperbag Brand* Lauté
(Sumber: Dinda Julia, 2025)



Gambar 5. 9 *Packaging Box Brand Lauté*
(Sumber: Dinda Julia, 2025)

5.2.2. Media Promosi Penyajian Karya (Instagram)

Instagram merupakan salah satu media yang saat ini digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa dengan instan dan cepat agar menarik minat masyarakat untuk membeli produk atau menggunakan jasa dari para pelaku usaha. Dengan adanya peluang tersebut, pengkarya menggunakan media instagram pribadi dengan membagikan sneak peak dan unggahan meliputi keseluruhan karya.



Gambar 5. 10 Media Promosi Instagram *Story*
(Sumber: Dinda Julia)