

BAB V

MEDIA PROMOSI DAN PENYAJIAN KARYA

5.1 Penyajian Karya

Karya ini disajikan dalam bentuk *fashion show* pada *event* Bandung Fashion Runway 2025 di TVRI Jawa Barat tanggal 30 April 2025. Konsep *fashion show*nya adalah formal *fashion show* (*fashion parade*), yakni *fashion show* yang menampilkan koleksi pengkarya melalui tubuh model dengan koreografi dan musik tertentu yang bertujuan untuk mempertunjukkan koleksi terbaru pengkarya pada publik. Selaku koreografer model pada *fashion show* ini adalah Dani Maulana, dan musik yang digunakan bernuansa suasana pesta. Adapun bentuk panggung dari *fashion show* ini adalah T dengan *runway* berwarna hitam (gambar 5.1).



Gambar 5. 1. Bentuk *runway* saat penyajian karya di TVRI
(Sumber: Dani Maulana, 2025)

Kegiatan yang dilakukan sebelum *fashion show* diantaranya adalah persiapan di *backstage* dan gladi bersih. Persiapan yang dilakukan di *backstage* adalah mempersiapkan busana di *standing hanger*, menyetrika, dan menyiapkan aksesoris yang akan dipakai (gambar 5.2). Setelah persiapan di *backstage* selesai,

dilanjutkan dengan gladi bersih (gambar 5.3). Gladi bersih diperlukan untuk memastikan semua yang terlibat dalam *fashion show* ini berjalan sesuai harapan.



Gambar 5. 2. Persiapan di *backstage*
(Sumber: Ayunia, 2025)



Gambar 5. 3. Suasana gladi bersih
(Sumber: Dani, 2025)

Setelah gladi bersih dipandang cukup, selanjutnya model melakukan rias wajah. Konsep *makeup* saat *fashion show* ini menggunakan tema rias *beauty clean* yang dirias oleh tim *make up artist* (gambar 5.4)



Gambar 5. 4. Moodboard Makeup
(Sumber: Ayunia, 2025)

Setelah selesai persiapan, dilaksanakan *fashion show* yang sesungguhnya. Pada tahap ini koleksi pengkarya dikenakan oleh 3 model yang menyajikannya di atas *catwalk* sesuai alunan musik dan arahan koreografer (gambar 5.5) .



Gambar 5. 5. Salah satu pose model saat memperagakan koleksi pengkarya
(Sumber: Izhar, 2025)



Gambar 5.6. Model bersama pengkarya saat memperagakan koleksi pengkarya
(Sumber: Izhar, 2025)

5.2 Media Promosi

Media promosi pada penyajian ini ada dua, yakni promosi yang dilakukan oleh TVRI Jawa Barat dan promosi yang dilakukan oleh pengkarya.

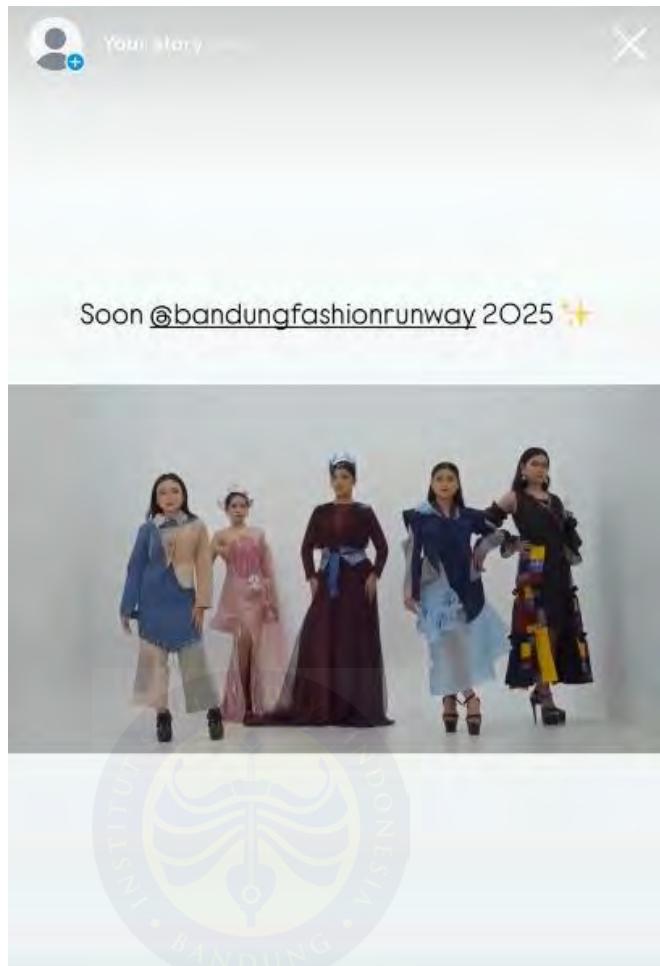
5.2.1 Media Promosi Pribadi

5.2.1.1 Postingan di Instagram

Terkait penyajian karya, media promosi yang dibuat pengkarya berupa foto yang mengenakan koleksi pengkarya dan diunggah melalui media instagram pengkarya (gambar 5.7). Selain itu pengkarya mengunggah video *teaser* yang dibuat oleh panitia pada media instagram pengkarya (gambar 5.8).



Gambar 5. 7. Pengkarya mengunggah foto koleksi busana di instagram
(Sumber: Ayunia, 2025)



Gambar 5. 8. Pengkarya mengunggah video *teaser* di instagram
(Sumber: Ayunia, 2025)

Selain media promosi di atas, pengkarya juga membuat media promosi yang terkait dengan produk, yakni logo, kartu nama, *hang tag*, *label*, dan pengemasan/*packaging*.

5.2.1.2. Logo *Brand*

Nama *brand* dari karya ini adalah Ayu. Kata ini berasal dari nama pengkarya yang bernama Khairunnisa Ayunia. Nama "Ayu", yang berarti cantik dalam bahasa Jawa, merepresentasikan filosofi merek untuk menghadirkan keindahan yang tidak hanya tampak secara visual, tetapi juga terasa melalui desain yang berkelas dan bernilai budaya. *Brand* ini menjual dan menyewakan busana *ready to wear* dan *ready to wear deluxe* dengan detail yang unik dan elegan. Bentuk logo dengan *font*

Cinzel Decorative dengan nuansa gold yang melambangkan kemewahan dan keanggunan. Berikut adalah *logotype brand* pengkarya.



Gambar 5. 9. *Logo brand* Ayu
(Sumber: Ayunia, 2025)

5.2.1.3 *Label, Hang Tag, Care Label dan Kartu Nama*

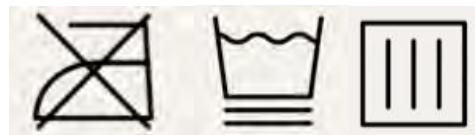
Label adalah media yang berisi keterangan pada produk, seperti nama *brand*, size dan sebagainya. *Label* dari *brand* Ayu berisi berupa *label* bordir berisi logo. Berikut adalah desain *label* dari *brand* “Ayu” (gambar 5.10).



Gambar 5. 10. Desain *label brand* Ayu
(Sumber: Ayunia, 2025)

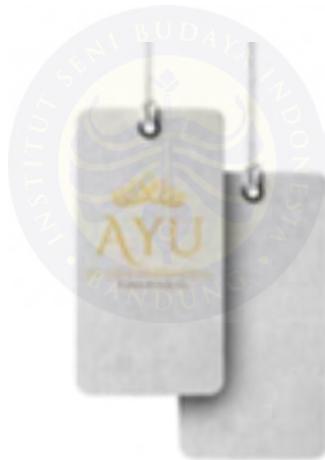
Perawatan pada busana bertujuan untuk memperpanjang umur busana dan menghindari kerusakan pada busana. Pada penciptaan karya ini memiliki perawatan khusus yakni pada *evening gown*. Pada *evening gown* dicuci dengan lembut dengan air dingin dikeringkan dengan digantung pada suhu tidak terlalu tinggi dan tidak

perlu di setrika. Penyimpanan setelah dicuci, dapat menyemprotkan parfum agar *gown* tetap harum dan disimpan dengan digantung pada *standing hanger*. Berikut adalah gambar desain *care label* atau simbol perawatan produk (gambar 5.11).



Gambar 5.11. Desain *care label*
(Sumber: Putriyani, 2025)

Hang tag adalah media informasi yang di dalamnya terdapat keterangan mengenai produk Ayu, yakni logo, *size*, dan cara perawatan produk. Berikut adalah desain gambar *hang tag* (gambar 5.12)



Gambar 5. 12. Desain *hang tag* produk Ayu
(Sumber: Ayunia, 2025)

Kartu nama adalah kartu yang umumnya berisi informasi mengenai pemilik *brand* Ayu, meliputi yakni nama perusahaan (Ayu), nomor *handphone*, alamat, dan email. Kartu nama yang dibuat oleh pengkarya berbahan *art paper* dengan ukuran 4 cm x 5 cm (gambar 5.13).



Gambar 5. 13. Desain kartu nama
(Sumber: Ayunia, 2025)

5.2.1.4 Pengemasan/*Packaging*

Pengemasan yang digunakan pengkarya berupa *cover jas* dengan logo *brand* di depan. Sementara itu untuk pengemasan produk yang lebih premium, pengkarya memilih menggunakan *box*. Berikut adalah desain *cover jas* dan *box* premium untuk kemasan produk *brand* Ayu (gambar 5.14)



Gambar 5. 14. Desain *cover jas* dan *box* premium
(Sumber: Ayunia, 2025)