

BAB V

MEDIA PROMOSI DAN PENYAJIAN KARYA

5.1 Penyajian Karya

Karya ini ditampilkan dalam format *fashion show* pada ajang Bandung *Fashion Runway* yang berlangsung pada 30 April 2025 di TVRI Jawa Barat. Acara tersebut ditayangkan di saluran televisi TVRI Jawa Barat dan disiarkan ulang melalui *platform* media sosial *YouTube* pada 3 Mei 2025.

Konsep *fashion show* ini disajikan dalam bentuk parade di atas *catwalk* yang dirancang menyerupai panggung dengan tinggi sekitar 30 cm. *Catwalk* merupakan elemen kunci dalam peragaan busana, berbentuk jalur yang menjadi fokus utama di ruang pertunjukan. Di atas jalur inilah para model melenggang untuk menampilkan koleksi busana dalam sebuah *fashion show* (Sanicara, 2019).



Gambar 5.1 Penyajian Karya
(Sumber: Suharno, 2025)



Gambar 5.2 Penyajian Karya
(Sumber: TVRI Jawa Barat, 2025)

5.2 Media Promosi

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan produk kepada target pasar adalah dengan memanfaatkan media promosi. Dalam pelaksanaan tugas akhir ini, bentuk promosi yang digunakan terdiri dari dua jenis. Pertama, melalui kegiatan *fashion show* yang diselenggarakan oleh Bandung *Fashion Runway* dan dilaksanakan di Studio TVRI Jawa Barat pada tanggal 30 April 2025. Kedua, melalui media promosi mandiri yang dirancang secara personal,

meliputi pembuatan identitas merek (*brand*), desain label atau *hangtag*, kartu nama, serta kemasan produk (*packaging*) sebagai pendukung visual dan identitas produk.

5.3 *Brand/Merek*

Nama *brand* dari pengkarya ini adalah “Glaisy’s” yaitu penggabungan nama pengkaryaannya yaitu “sy” dan menambahkan kata glamour pada bagian “gla”. Penggunaan warna gold dan hitam melambangkan elegan dan ada hiasan kupukupu yang melambangkan *feminine*.

Berikut merupakan logogram, *logotype*, dan *tagline* pada *brand/merek* yang dibuat.



Gambar 5.3 *Brand/Merek*
(Sumber: Desy Ridha, 2025)

5.4 Label

Label pakaian adalah tanda pengenal yang menunjukkan siapa pembuat busana tersebut. Selain sebagai identitas produk, label juga dapat memberikan kesan tentang seberapa bagus kualitas pakaian yang dibuat (Rizak Zuhratul, 2020:1).



Gambar 5.4 Label
(Sumber: Desy Ridha, 2025)

5.5 Hangtag

Hangtag biasanya ditemukan menggantung pada bagian luar baju yang memberikan informasi mengenai logo *brand*, harga, warna, ukuran, dan cara perawatan baju tersebut. *Hangtag* dapat memberikan nilai tambah pada *brand/merek* dan produk. *Hangtag* dari *brand/merek Glaisy's* dibuat dengan nuansa hitam, *gold*, dan putih yang memberikan kesan elegan sesuai dengan identitas *brand* tersebut.



Gambar 5.5 Hangtag
(Sumber: Desy Ridha, 2025)

5.6 Kartu Nama

Kartu nama adalah salah satu media promosi cetak yang berfungsi sebagai alat komunikasi sekaligus identitas profesional dari sebuah brand atau pelaku usaha. Umumnya, kartu nama memuat berbagai informasi penting seperti nama *brand* atau merek, logo sebagai simbol visual yang mewakili identitas usaha, nomor kontak yang dapat dihubungi, alamat *email*, akun media sosial yang aktif, serta alamat lengkap tempat usaha.



Gambar 5.6 Kartu Nama
(Sumber: Desy Ridha, 2025)

5.7 Packaging/pengemasan

Kemasan atau *packaging* memiliki peran penting dalam membangun citra merek karena mampu menambah nilai estetika dan profesionalitas dari suatu produk. Selain sebagai elemen visual pendukung *brand*, *packaging* juga berfungsi utama untuk membungkus dan melindungi produk agar tetap aman dan terjaga kualitasnya hingga sampai ke tangan konsumen. Jenis dan bentuk kemasan sangat beragam, di antaranya seperti kotak (*box*), tas kertas (*paper bag*), dan kantong plastik, yang masing-masing dapat disesuaikan dengan karakter produk dan konsep merek yang ingin ditonjolkan.



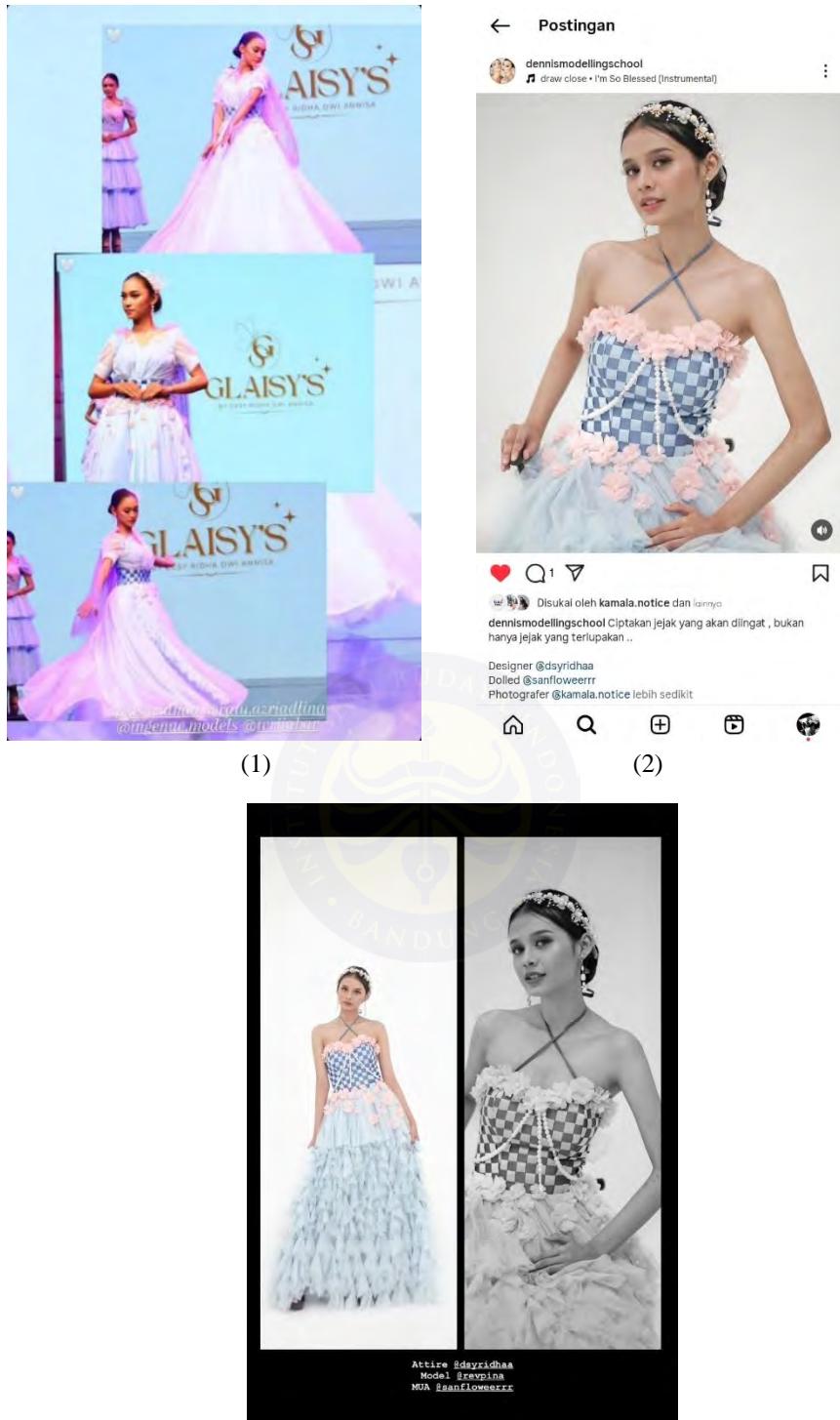
Gambar 5.7 Packaging/Pengemasan
(Sumber: Desy Ridha, 2025)

5.8 Media Promosi Penyajian Karya

Media promosi untuk penyajian karya berfungsi sebagai sarana untuk memperkenalkan dan menyebarluaskan hasil karya melalui media sosial, sehingga dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas. Promosi karya ini dilakukan melalui akun *Instagram* resmi Bandung *Fashion Runway* serta akun *Instagram* milik *brand* terkait.



Gambar 5.8 Media Promosi
(Sumber: bandungfashionrunway, 2025)



Gambar 5. 9. Media Promosi
 (Sumber: (1) @rzkacania_, (2) dennismodellingschool (3) kamala.notice)