

## BAB V

### MEDIA PROMOSI DAN PENYAJIAN KARYA

#### 5.1 Penyajian Karya.

Secara khusus koleksi *Threads of Elegance* ini telah disajikan di *event* IN2MF pada tanggal 1 November 2024 di Jakarta Convention Centre. Penyajian karya ini telah sesuai dengan standar IN2MF melalui proses kurasi dari Prodi D4 Tata Rias dan Busana FSRD ISBI Bandung, maupun kurator IN2MF. Oleh karena tuntutan tugas akhir, maka berdasarkan pertimbangan dosen pembimbing dilakukan perubahan motif batik. Awalnya, yang digunakan adalah motif angklung lalu kemudian dirubah menjadi motif geometris. Perubahan motif ini didasarkan kebutuhan estetis serta target pasar yang dituju. Selain itu, *embellishment* bunga tulip yang pada awalnya sedikit ditambahkan menjadi banyak. Oleh sebab itu, secara visual ada perbedaan antara yang disajikan di *event* IN2MF dengan hasil akhir proyek tugas akhir ini.

Adapun penyajian karya dari hasil akhir proyek tugas akhir ini disajikan dalam bentuk video berdurasi 1 menit dengan konsep *makeup natural look*. Pemilihan *look* ini bertujuan untuk tidak mengganggu fokus *audience*, serta membuat busana yang digunakan tetap menjadi fokus utama. Berikut ini adalah *look makeup* yang telah ditentukan oleh panitia *event* IN2MF 2024.



Gambar 5. 1. *Moodboard makeup.*  
(Sumber : Panitia IN2MF, 2024)



Gambar 5. 2. *Penyajian Karya*  
(Sumber : Selvia, 2024)

### 5.3. Media Promosi

Media promosi dalam penyajian karya ini ada dua jenis, yakni media promosi yang dibuat pengkarya dan yang dibuat oleh pihak IN2MF.

#### 5.3.1. Media Promosi Karya

Media promosi yang dibuat oleh pengkarya adalah membuat merek (*brand*), *label*, *hangtag*, serta *packaging*. Selain itu, pengkarya juga melakukan media promosi melalui media sosial instagram.

#### 5.3.2. Media Promosi Pribadi

##### a. Nama brand

Nama dari *brand* ini adalah Salvara, yang diambil dari pelafalan nama pengkarya yaitu Selvia. Selain itu nama ini juga memberi kesan elegan dan bermakna dalam. Selain itu, nama ini juga bernuansa klasik dan global. *Brand* ini di khususkan untuk menjual produk *ready to wear deluxe*.

Karakteristik dari *brand* ini adalah menghadirkan busana yang *simple* tapi elegan, sehingga pada pembuatan logo pun tidak banyak ikon yang tertera (Gambar 5.1).

##### b. Logo

Logo “*Salvara. By Selvia*” menampilkan desain tipografi elegan dengan nuansa minimalis dan modern. Nama utama “Salvara.” ditulis dengan font bergaya tulisan tangan, menciptakan kesan feminin, personal, dan artistik. Subteks “By Selvia” dalam *font* serif kecil memperkuat identitas sebagai *brand signature* dari desainer, menambah sentuhan profesional dan berkelas. Latar belakang hitam melambangkan kemewahan, kekuatan, dan keanggunan yang tak lekang waktu, menjadikan keseluruhan tampilan logo terasa eksklusif dan berwibawa. Sementara warna putih pada tulisan menyimbolkan kesederhanaan, kemurnian, dan kejelasan,

menghadirkan kontras visual yang kuat dan elegan. Elemen *highlight* abu-abu transparan di balik sebagian huruf memberikan aksentasi halus tanpa mengganggu keseimbangan desain. Secara keseluruhan, logo ini mencerminkan karakter *brand* yang eksklusif, modis, dan penuh keanggunan, dengan kesan kuat namun tetap lembut.



Gambar 5. 3. Logo *Brand* Salvara  
(Sumber : Selvia, 2025)

**c. *Label, dan Hangtag***

Label adalah penanda yang dipasang pada produk *fashion*. Berfungsi untuk memberi informasi dasar mengenai identitas *brand*. Adapun hangtag adalah kartu tambahan yang digantungkan pada produk. Berikut ini adalah desain *label* dan *hangtag* menggunakan logo yang telah dibuat (gambar 5.2, gambar 5.3).



Gambar 5. 4. Gambar label.  
(sumber: Selvia, 2025)

**d. Kemasan /*Packaging*.**

Kemasan adalah pembungkus produk yang dirancang tidak hanya untuk melindungi produk tetapi juga dapat memperkuat visual sebuah brand. Berikut ini adalah contoh kemasan dari produk ini berupa paperbag dan box (gambar 5.5, gambar 5.6).



Gambar 5. 5. Gambar desain *paperbag*  
(Sumber: Selvia, 2025)



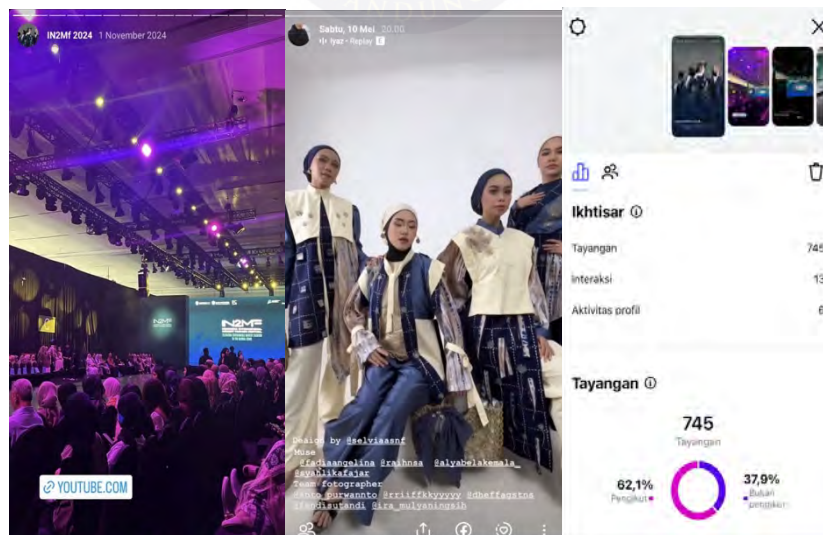
Gambar 5. 6. Gambar desain *box* kemasan  
(Sumber: Selvia, 2025)

### 5.3.4 Media Promosi Pihak IN2MF

Pihak penyelenggara (IN2MF) membuat promosi terkait karya para desainer yang terlibat melalui video dan poster yang diunggah di media sosialnya (gambar 5.8) . Adapun media promosi penyajian karya yang dibuat oleh pengkarya berupa membuat postingan ulang poster yang dibuat khusus oleh penyelenggara IN2Mf melalui media sosial instagram pengkarya (gambar 5.7).



Gambar 5.7. Media Promosi Pengkajian Karya.  
(Sumber: Selvia, 2025)



Gambar 5. 8. Media Promosi Pengkajian Karya  
(Sumber: Selvia, 2025)