

BAB V

MEDIA PROMOSI DAN PENYAJIAN KARYA

5.1 Penyajian Karya

Karya ini disajikan dalam bentuk *fashion show* dalam salah satu *event fashion* yaitu BFR (Bandung Fashion Runway) di Studio 1 TVRI Jawa Barat pada tanggal 30 April 2025 dan disiarkan di televisi dan YouTube pada tanggal 3 Mei 2025.

Pengkarya menampilkan empat *look* karya *ready to wear deluxe* pada *fashion show* dengan konsep parade. Parade dilakukan dalam panggung *runway* berbentuk lidah diiringi dengan musik yang disesuaikan dengan gaya busana. Adapun musik pengiring *fashion show* adalah musik Sport Tech House by Infraction yang diaransemen oleh Hit The Groove. Berikut ini merupakan dokumentasi acara BFR 2025:



Gambar 5. 1 Dokumentasi Acara BFR 2025
(Sumber: BFR 2025)



Gambar 5. 2 Panggung BFR 2025
(Sumber: Dani Maulana, 2025)

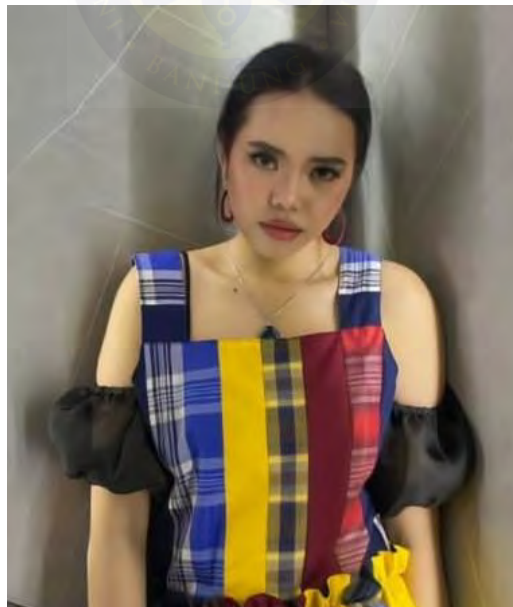


Gambar 5. 3 *Backstage*
(Sumber: Dani Maulana, 2025)



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

Adapun rias panggung yang dipakai adalah rias cantik/natural. Rias cantik/natural merupakan riasan wajah yang tampak alami dan *flawless*, (Suwandifta, J. R., dkk, 2025: 83). Berikut adalah riasan natural:



Gambar 5. 5 Riasan Natural
(Sumber: Bunga, 2025)

5.2 Media Promosi

Media promosi merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk/jasa ke masyarakat luas dengan tujuan menarik minat konsumen, (Jannah, Hadawiah, dan Majid, 2021: 25)

5.2.1 Media promosi Karya

Media promosi yang digunakan pada karya ini meliputi nama *brand* (merek), label, *hang tag*, kartu nama, dan *packaging*. Adapun untuk memperluas jangkauan dan menarik minat konsumen secara *online*, penggunaan media sosial seperti Instagram juga digunakan sebagai sarana untuk promosi karya. Menampilkan desain dan *detail* produk, serta bisa berinteraksi dengan audiens secara *online*. Media promosi tersebut diharapkan dapat memperkuat citra *brand* dan mampu menjangkau lebih luas.

5.2.1.1 Nama brand/merek

Nama merek pada pengkaryaan ini adalah 'ITAYULIA COLLECTION' yang diambil dari nama depan dan tengah pengkarya yaitu Ita Yulianingsih. *Logogram* terdiri dari huruf 'IYC' yang digabungkan menjadi satu dengan warna putih dan warna hitam untuk warna luar huruf. Melambangkan kesan elegan, mewah dan misterius.



Gambar 5. 6 Logo *Brand* ITAYULIA COLLECTION
(Sumber: Ita Yulianingsih, 2025)

5.2.1.2 Label, Hang Tag, dan Kartu Nama

Label merupakan media identitas atau gambar yang berfungsi sebagai sumber informasi produk. *Label* dari *brand* ITAYULIA COLLECTION menampilkan logo merek yang dijahit langsung pada produk. Berikut adalah tampilan *label* dari *brand* ITAYULIA COLLECTION:



Gambar 5. 7 Label *Brand* ITAYULIA COLLECTION
(Sumber: Ita Yulianingsih, 2025)

Hang tag merupakan *tag* merek yang tidak permanen yang digunakan pada produk. Biasanya *hang tag* dipasang di dekat kerah baju. *Hang tag* berisi identitas merek, ukuran produk dan *tagline* produk. Berikut merupakan *hang tag* dari merek ITAYULIA COLLECTION dengan *tagline* produk 'Be Unique, Be Memorable'.

Perawatan Pakaian

- a. Cuci dengan tangan, jangan menggunakan mesin cuci
- b. Gunakan air dingin atau suhu normal saat mencuci
- c. Jangan diperas
- d. Jemur di tempat teduh, hindari sinar matahari langsung
- e. Saat menyetrika, hindari bagian sarung tenun, gunakan suhu rendah dan alas pelindung bila perlu
- f. Simpan di tempat kering dan sejuk



Gambar 5. 8 *Hang Tag Brand* ITAYULIA COLLECTION
(Sumber: Ita Yulianingsih, 2025)

Kartu nama digunakan sebagai sarana komunikasi dalam kegiatan bisnis. Tercantum informasi penting mengenai suatu *brand* atau usaha, seperti nama pemilik atau penanggung jawab serta kontak yang dapat dihubungi. Berikut adalah contoh kartu nama dari *brand* ITAYULIA COLLECTION:



Gambar 5. 9 Kartu Nama *Brand* ITAYULIA COLLECTION
(Sumber: Ita Yulianingsih, 2025)

5.2.1.3 Pengemasan (*Packaging*)

ITAYULIA COLLECTION menggunakan dua jenis kemasan yang disesuaikan dengan segmentasi pasar. Untuk segmentasi premium, digunakan kemasan berupa *box* dengan logo *brand* di bagian atas, memberikan kesan eksklusif dan elegan. Sementara itu, untuk segmentasi umum digunakan kemasan *paperbag* yang lebih praktis namun tetap menjaga identitas *brand*. Berikut adalah dua jenis kemasan yang digunakan oleh ITAYULIA COLLECTION:



Gambar 5. 10 Kemasan *Box*
(Sumber: Ita Yulianingsih, 2025)



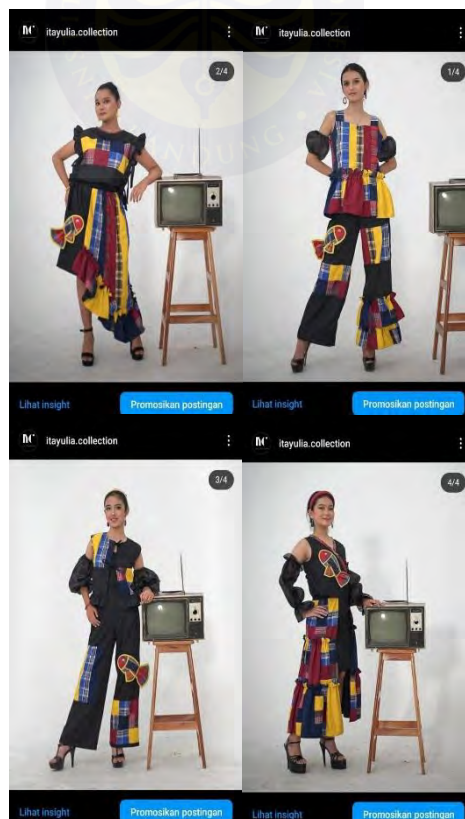
Gambar 5. 11 *Paperbag*
(Sumber: Ita Yulianingsih, 2025)

5.2.2 Media Promosi Penyajian Karya

Media promosi penyajian karya merupakan sarana untuk memperkenalkan hasil karya atau produk kepada masyarakat luas melalui berbagai platform. Pada koleksi ini, promosi dilakukan melalui akun Instagram Bandung Fashion Runway dan akun instagram pribadi *brand* ITAYULIA COLLECTION. Berikut gambar media promosi penyajian karya.



Gambar 5. 12 Poster BFR 2025
(Sumber: Akun Instagram @bandungfashionrunaway, 2025)



Gambar 5. 13 Media Promosi melalui Instagram *Brand*
(Sumber: Akun Instagram @itayulia.collection, 2025)