

## BAB V

### PENYAJIAN KARYA DAN MEDIA PROMOSI

#### 5.1 Penyajian Karya

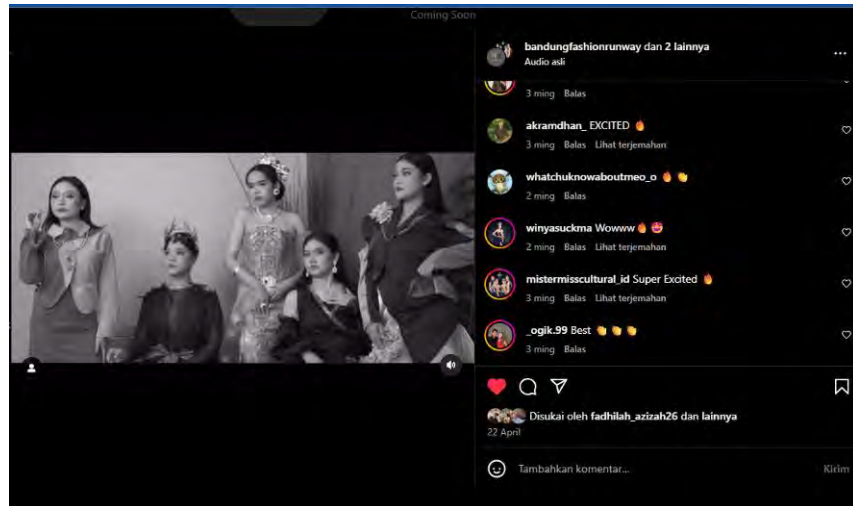
Karya ini disajikan dalam pagelaran *fashion show* pada *event* Bandung *Fashion Runway* (BFR), yang berlangsung di TVRI Jawa Barat, Kota Bandung. Bandung *Fashion Runway* (BFR) ini dilaksanakan pada tanggal 30 April 2025. *Event* ini juga disiarkan melalui saluran televisi TVRI Jawa Barat pada tanggal 03 Mei 2025 pada pukul 16.00 WIB. Dalam pelaksanaan *fashion show* ini, disusun sebuah konsep yang mencakup tema, konsep panggung, dan beberapa dokumentasi untuk memperkuat penyampaian konsep dalam pagelaran *fashion show* ini. Konsep tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- a) Tema yang diusung oleh panitia dalam acara Bandung *Fashion Runway* adalah “*Spectrum of Spaces*” yaitu koleksi yang mengeksplorasi gerak, bentuk, tekstur, dan ekspresi pada busana.



Gambar 5.1 Poster Bandung *Fashion Runway*  
(Sumber: Bandung *Fashion Runway*, 2025)

- b) Bandung *Fashion Runway* membuat video *teaser* sebagai salah satu media promosi yang ditampilkan melalui Instagram @bandungfashionrunway.



Gambar 5.2 Video *Teaser* Bandung *Fashion Runway*  
(Sumber: Instagram bandungfashionrunway, 2025)

- c) Konsep *fashion show* pada acara ini berbentuk parade dengan model berjalan di atas *catwalk* menampilkan busana kepada *audiens*. Bentuk panggung pada *fashion show* ini berbentuk persegi panjang dengan *LED screen* pada posisi tengah, *lighting* pada posisi sekitaran atas panggung, dan media untuk dokumentasi berada di depan *stage*. Bagian kanan, kiri, dan depan panggung merupakan kursi undangan untuk para tamu.

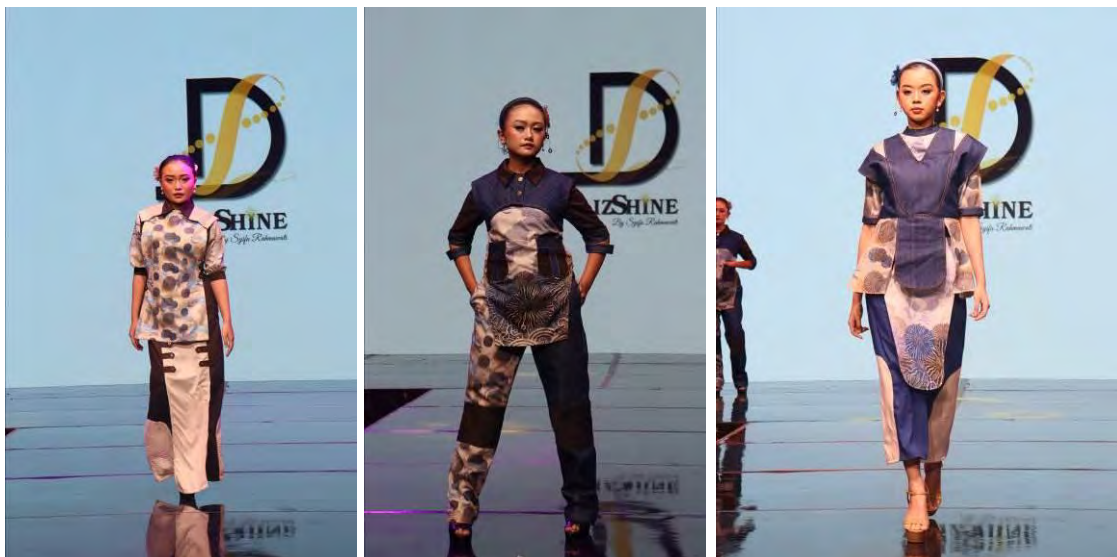


Gambar 5.3 *Stage* Bandung *Fashion Runway* TVRI Jawa Barat  
(Sumber: Bandung *Fashion Runway*, 2025)



Gambar 5.4 *Stage Bandung Fashion Runway* TVRI Jawa Barat  
(Sumber: Suharno, 2025)

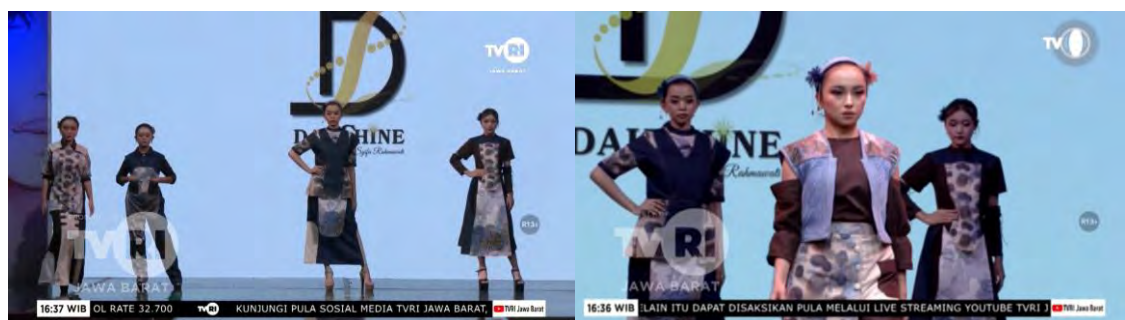
- d) Kegiatan *fashion show* dimulai pada pukul 16.00 WIB pada tanggal 30 April 2025. Kegiatan ini tidak disiarkan secara langsung melalui saluran televisi TVRI Jawa Barat, sehingga pada saat tanggal tersebut video dibuat secara *tapping*. Berikut merupakan dokumentasi *fashion show*.





Gambar 5.5 Hasil Foto Bandung *Fashion Runway*  
(Sumber: Bandung *Fashion Runway*, 2025)

Selain itu, acara ini juga mengadakan disiarkan pada saluran televisi nasional TVRI Jawa Barat dan *streaming youtube* di *channel* akun TVRI Jawa Barat pada tanggal 03 Mei 2025. Berikut merupakan gambar hasil cuplikan *streaming* TVRI Jawa Barat:



Gambar 5.6 Cuplikan Video *Streaming Youtube* TVRI Jawa Barat  
(Sumber: TVRI Jawa Barat, 2025)

## 5.2 Media Promosi

Promosi merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh individu maupun perusahaan kepada masyarakat umum dengan tujuan untuk mengenalkan



produk, jasa, merek, atau perusahaan, sekaligus membangun ketertarikan masyarakat agar tertarik untuk membeli atau menggunakan produk (Puri, L. M., & Ratnasari, E., 2023:394). Terdapat berbagai tujuan yang ingin dicapai dari aktivitas promosi, menurut Julitawaty, dkk. (2020:48), tujuan promosi yaitu:

- a. Menciptakan atau meningkatkan *awareness* produk atau *brand*;
- b. Meningkatkan preferensi *brand* pada target pasar;
- c. Meningkatkan penjualan dan *market share*;
- d. Mendorong pembelian ulang merek yang sama;
- e. Memperkenalkan produk baru;
- f. Menarik pelanggan baru.

Pada tahapan promosi, pengkarya merancang beberapa media promosi yang digunakan untuk proses pengkaryaan ini di antaranya merek (*brand*), label, *hangtag*, kartu nama, dan *packaging*.

### 5.2.1 Merek (*Brand*)

“DaizShine” merupakan nama merek dalam pengkaryaan ini. DaizShine merupakan penggabungan kata dari “daizy” dan “shine”. Daizy merupakan variasi ejaan dari kata *daisy* serta terinspirasi dari bunga *daisy* yang dikenal dengan tampilannya yang sederhana namun dapat memikat perhatian. Bunga *daisy* juga disimbolkan feminim dan keceriaan. Kata “shine” berasal dari bahasa Inggris yang berarti bersinar. Berdasarkan makna dari dua kata tersebut, diharapkan dapat terus maju, berkembang, dan dapat memberikan yang terbaik kepada *customer*. Warna yang dipilih merupakan warna hitam, kuning, dan *gold* karena menyesuaikan dengan nama merek dan memberikan kesan elegan. Terdapat huruf “S” pada logo yang merupakan inisial nama depan pengkarya. Berikut merupakan logo merek (*brand*) pengkarya:



Gambar 5.7 Logo *Brand* DaizShine  
(Sumber: Syifa Rahmawati, 2025)

### 5.2.2 Label, *Hangtag*, dan Kartu Nama

Label koleksi ini berisikan nama *brand*, petunjuk perawatan, dan *size*. Label terbuat dari pita satin putih dan terdapat nama *brand* yang disablon, kemudian label dijahit pada produk bagian dalam dekat garis leher. Cara perawatan pada koleksi busana ini adalah dengan menggunakan setrika uap suhu rendah, gunakan kain lapisan tambahan saat menyetrika, dan hindari mencuci dengan mesin. Berikut merupakan label dari *brand* “Daizshine”:



Gambar 5.8 Label *Brand* DaizShine  
(Sumber: Syifa Rahmawati, 2025)

*Hangtag* berisi nama *brand*, nama produk, ukuran, harga, dan intruksi perawatan yang dibuat dari kertas tebal *artpaper* dan terdapat tali pada bagian atas. Berikut merupakan *hangtag* dari *brand* “Daizshine”:



Gambar 5.9 Hangtag Brand DaizShine  
(Sumber: Syifa Rahmawati, 2025)

Kartu nama merupakan kartu yang berisi informasi perusahaan berupa nama *brand*, nama pemilik, nomor *handphone*, email, dan sosial media. Kartu nama dibuat dengan menggunakan bahan *art paper* dengan ukuran 9 cm × 6 cm. Berikut merupakan kartu nama dari *brand* “Daizshine”:



Gambar 5.10 Kartu Nama Brand DaizShine  
(Sumber: Syifa Rahmawati, 2025)

### 5.2.3 Packaging/Pengemasan

*Packaging* yang dibuat berupa *paper bag* berwarna putih dengan tali jenis tali kur agar lebih kuat dan tebal. *Packaging* berfungsi sebagai pelindung serta mengemas produk. Berikut merupakan *packaging* dari *brand* “Daizshine”:



Gambar 5.11 *Packaging Brand DaizShine*  
(Sumber: Syifa Rahmawati, 2025)

