

BAB V PENYAJIAN KARYA DAN MEDIA PROMOSI

5.1. Penyajian Karya

Karya ini disajikan dalam bentuk *fashion show* di BFR (Bandung Fashion Runaway) 2025 yang bertajuk “SPECTRUM OF SHAPES”. BFR dilaksanakan pada 30 April 2025 di Studio 1 TVRI Jawa Barat dan ditayangkan di televisi dan youtube pada 03 Mei 2025. Berikut ini dokumentasi acara BFR.



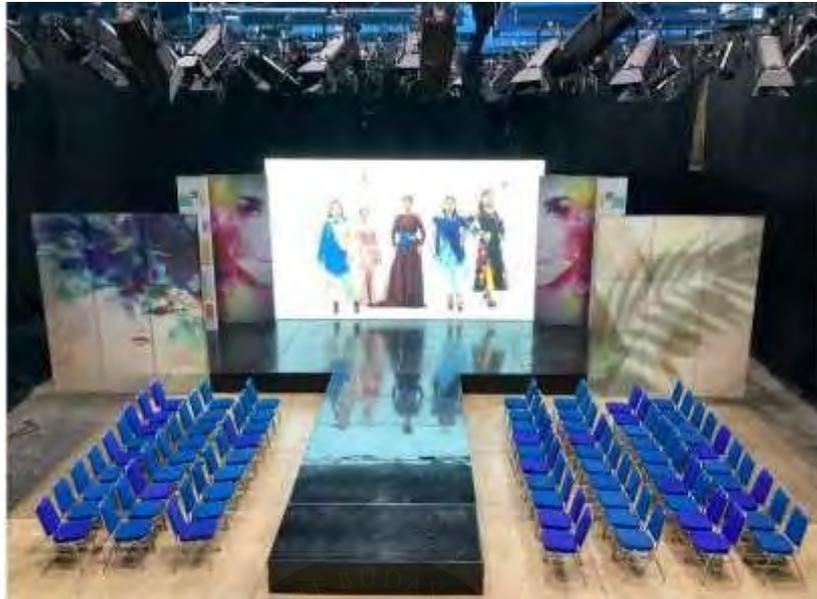
Gambar 5. 1 Dokumentasi BFR di Studio 1 TVRI Jawa Barat
(Sumber: Ilma Nur Rizki, 2025)



Gambar 5. 2 Dokumentasi BFR Youtube
(Sumber: Youtube TVRI Jabar, 2025)

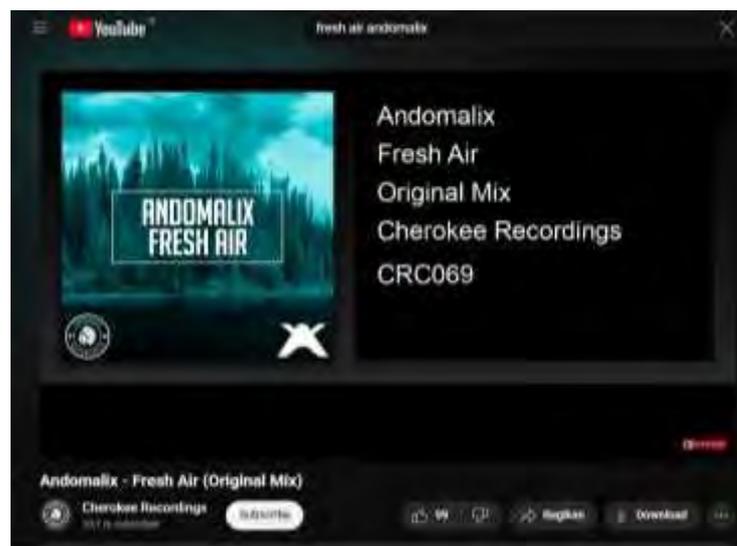
Busana yang ditampilkan sebanyak empat *look ready to wear* pada *fashion show* berkonsep parade. Bentuk panggung *fashion show* tersebut yaitu bentuk lidah dengan

diiringi musik yang menyesuaikan gaya busana *cottagecore*. Berikut layout panggung *fashion show*.



Gambar 5. 3 Layout Panggung
(Sumber: Suharno, 2025)

Musik yang digunakan berperan penting dalam membangun suasana dan memperkuat konsep, dalam *fashion* ini musik dengan nuansa lembut dipilih untuk menyesuaikan gaya *cottagecore*, sehingga menciptakan sebuah harmoni. musik yang dipilih yaitu lagu yang berjudul “Fresh Air” begenre *deep house* yang diaransemen oleh Andomalix dan di rilis pada tahun 2018.



Gambar 5. 4 Musik Fashion Show

(Sumber: Youtube Andomalix, 2025)

Adapun rias panggung yang digunakan yaitu rias cantik. Rias ini cenderung natural tidak terlalu mencolok namun tetap terlihat riasannya, dapat dilihat dari penggunaan alis dan *blush on* yang tidak berlebihan. Berikut rias yang digunakan pada fashion show.



Gambar 5. 5 Rias Fashion Show
(Sumber: Ilma Nur Rizki, 2025)

5.2. Media Promosi

5.2.1. Media Promosi

Proses penciptaan karya ini menggunakan media promosi yang meliputi identitas *brand* seperti nama *brand*, label, *hangtag*, *packaging*. Selain itu sosial media digunakan sebagai media untuk memperluas konsumen yang dilakukan secara online, instagram menjadi sosial media yang. a. Nama *Brand*/Merek

Nama *brand* pada karya ini berasal dari singkatan nama pengkarya yaitu “ILNR” dengan pelafalan “Ilener”, nama tersebut dipilih karena unik, sederhana, dan memiliki arti tersendiri. *Brand* ini memiliki ciri khas dan *tagline* yaitu custom made fashion, karena produk yang dihasilkan menyesuaikan dengan keinginan pelanggan. Sehingga *tagline* tersebut sejalan dengan ciri khas yang *brand* miliki.

Berikut logo *brand*.



Gambar 5. 6 Logo Brand
(Sumber: Ilma Nur Rizki, 2025)

b. Label, *Hang Tag* dan Kartu Nama

Label berisikan identitas *brand* dan informasi produk seperti ukuran, panduan pemeliharaan, dan sebagainya. Label dari ILNR berisikan logo dan dijahit di produk. Berikut merupakan label *brand*:



Gambar 5. 7 Label
(Sumber: Ilma Nur Rizki, 2025)

Hangtag yaitu tag merek yang bergantung pada produk yang berisikan identitas *brand*, ukuran produk, *tagline* produk, cara pemeliharaan, dan komposisi bahan. Berikut *hangtag* yang digunakan:



Gambar 5. 8 *Hangtag*

(Sumber: Ilma Nur Rizki, 2025)

Kartu yang menjadi keperluan untuk bisnis ini berisikan informasi mengenai *brand* atau perusahaan meliputi nama pemilik dan informasi lainnya. Berikut kartu nama *brand*:



Gambar 5. 9 Kartu Nama
(Sumber: Ilma Nur Rizki, 2025)

c. Pengemasan/*Packaging*

Pengemasan yang digunakan yaitu *zipper bag* dan *paper bag* yang terdapat logo diatas dan didepannya. Berikut *packaging* yang digunakan:



Gambar 5. 10 Packaging Zipper Bag

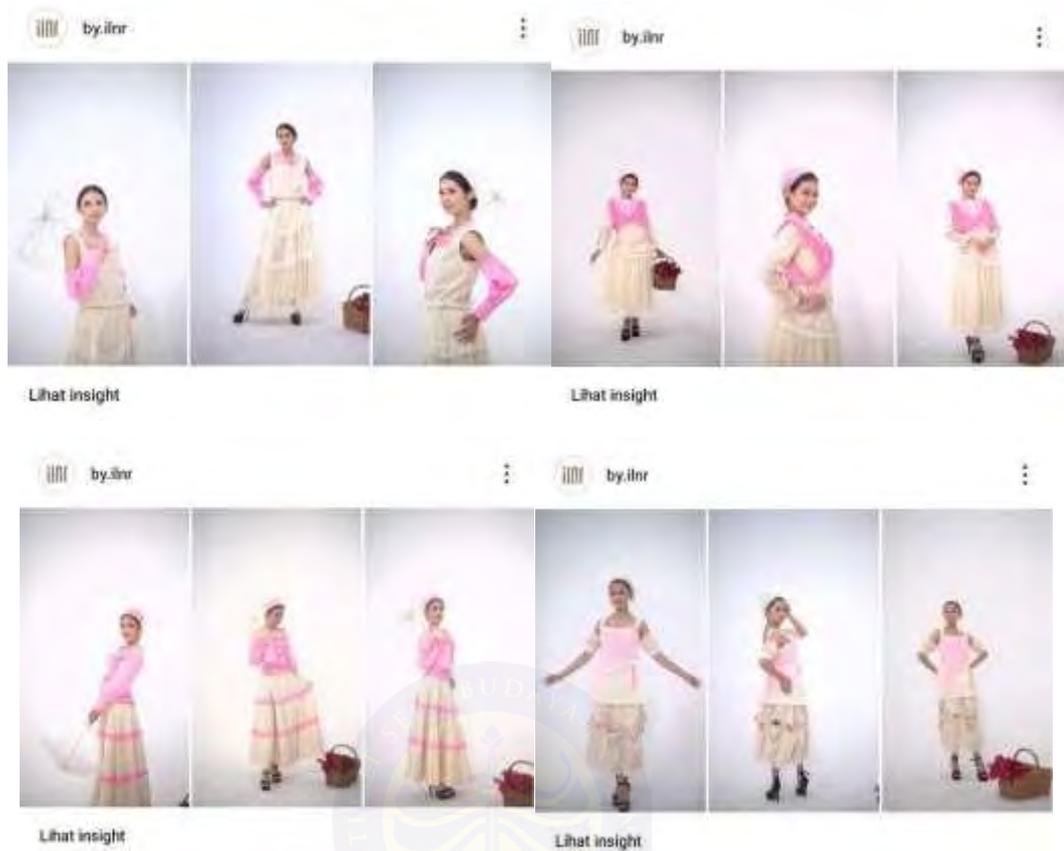
(Sumber: Ilma Nur Rizki, 2025)



Gambar 5. 11 Paper Bag
(Sumber: Ilma Nur Rizki, 2025)

5.2.2. Media Promosi Penyajian Karya

Instagram menjadi media promosi yang digunakan untuk pengkaryaan ini karena instagram mampu menyampaikan komunikasi pemasaran khususnya komunikasi visual dengan baik. Jangkauan yang luas menjadikan instagram menjadi *platform* yang pas untuk marketing atau promosi (Watajdid, 2021, 175). Berikut media promosi penyajian karya yang dilakukan di instagram *brand* dan instagram BFR 2025.



Gambar 5. 12 Media Promosi Karya
(Sumber: Ilma Nur Rizki, 2025)



Gambar 5. 13 Media Promosi Karya
(Sumber: Instagram BFR, 2025)