

BAB V

PENYAJIAN DAN MEDIA PROMOSI

5.1. Penyajian Karya

Karya ini disajikan dalam bentuk *fashion show* pada *event* Bandung Fashion Runway “Spectrum Of Shapes”, yang berlangsung di Studio 1 TVRI, Bandung pada tanggal 3 Mei 2025. Bandung *Fashion Runway* ini merupakan *event fashion show* baru yang diadakan oleh mahasiswa dan prodi Tata Rias dan Busana. Acara *fashion show* ini bekerja sama dengan TVRI Jawa Barat sebagai media promosi di televisi dan juga channel youtube. Penyajian karya ini dilakukan melalui proses *tapping* yang dilaksanakan pada tanggal 30 April 2025. Tata letak panggung pada *event fashion runway* ini memiliki *layout* panggung berbentuk huruf T yang memanjang ke arah penonton. Berikut adalah dokumentasinya.



Gambar 5. 1 Layout Panggung
(Suharno, 2025)

Karya yang disajikan pada *fashion runway* ini terdiri dari empat karya dengan penyajian *make-up beauty natural*. *Make-up beauty natural* merupakan salah satu teknik tata rias wajah yang menonjolkan kecantikan alami seseorang dengan tampilan

yang sederhana, segar, dan tidak berlebihan. Penggunaan *make-up* ini merupakan ketentuan dari pihak acara Bandung *Fashion Runway* dikarenakan keterbatasan model yang tampil pada acara ini. Untuk *backsound* yang digunakan pada acara ini menggunakan lagu atau instrument yang *upbeat* untuk memberikan suasana yang meriah. Berikut adalah dokumentasinya:



Gambar 5. 2 Bandung Fashion Runway
(TVRI, 2025)

5.2. Media Promosi

Promosi merupakan upaya komunikasi oleh desainer untuk memperkenalkan produk busana dan aksesoris yang dimilikinya agar dapat menarik pelanggan. Tujuan promosi dalam penciptaan karya tugas akhir ini adalah untuk memperkenalkan *brand* dari koleksi busana ini.

Media promosi ini diserahkan kepada pihak penyelenggara *event* yaitu ketua pelaksana acara Bandung Fashion Runway ini. Promosi yang dilakukan berupa penyebaran poster *online* di media sosial seperti Instagram dan youtube. Poster ini diunggah di media sosial Bandung Fashion Runway. Berikut poster dari *event* TVRI.



Gambar 5. 3 Poster *Bandung Fashion Runway* (TVRI, 2025)

5.2.1 Nama *Brand*

Nama *brand*/merek yang dibuat adalah “B.Me Fashion” yang merujuk pada kata *be me* dalam bahasa Inggris yang artinya menjadi diri sendiri. Kata ini diambil

karena memiliki makna bahwa *fashion* itu merupakan jati diri seseorang yang tidak dapat dipahami oleh orang lain. Berikut gambar logo brand dari pengkaryaan ini.



Gambar 5. 4 *Logo Brand*
(Azizah, 2025)

5.2.2 *Label, Hangtag, dan Kartu Nama*

Label merupakan tanda pengenalan yang melekat langsung pada produk fashion atau tekstil, biasanya berupa potongan kain, pita, atau bahan sintetis yang dijahit di bagian dalam busana (seperti di leher, pinggang, atau sisi dalam baju). Berikut gambar dari label *brand* B.Me Fashion.



Gambar 5. 5 *Label Brand B.Me Fashion*
(Azizah, 2025)

Hangtag adalah media informasi yang di dalamnya terdapat keterangan logo, size, harga, dan informasi cara pemeliharanya. *Hangtag* bersifat sementara dan biasanya dilepas saat produk akan dipakai. Berikut gambar *hangtag brand B.Me Fashion*



Gambar 5. 6 *Hangtag Brand B.Me Fashion*
(Azizah, 2025)

Kartu nama merupakan media berupa kartu yang memuat informasi tentang nama brand, nama owner, alamat brand, number telfon, alamat email dan nama sosial media.



Gambar 5. 7 *Kartu Nama Brand B.Me Fashion*
(Azizah, 2025)

5.2.3 Pengemasan

Packaging (pengemasan) adalah kemasan yang digunakan untuk melindungi, menyimpan, dan menyajikan produk sebelum sampai ke tangan konsumen. Dalam industri fashion, packaging tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga menjadi media promosi dan identitas brand yang dapat memberikan pengalaman tersendiri bagi konsumen saat menerima produk.



Gambar 5. 8 Packaging Brand B.Me Fashion
(Azizah, 2025)