

BAB V

PENYAJIAN KARYA

5.1. Penyajian Karya

Tiga karya *cocktail dress* utama ini disajikan pada tanggal 01 November 2024, di Surabaya untuk *opening dance* malam *Grand Final Miss Teenager Indonesia 2024* (gambar 5.1) dan digunakan oleh tiga *finalis*. Ketiga *finalis* tersebut merupakan *finalis* asal Kalimantan Timur (gambar 5.2), NTT (Nusa Tenggara Timur) (gambar 5.3), dan D.I.Yogyakarta 1 (gambar 5.4).



Gambar 5.1. *Opening Dance Grand Final Miss Teenager 2024*
Sumber: Syifa Yulianti (2024)



Gambar 5.2. Busana *look 2* yang digunakan oleh *Miss Teenager Kalimantan Timur*
Sumber: Syifa Yulianti (2024)



Gambar 5.3. Busana *look 3* yang digunakan oleh *Miss Teenager NTT*
Sumber: Syifa Yulianti (2024)



Gambar 5.4. Busana *look 1* yang digunakan oleh *Miss Teenager D.I.Yogyakarta*
Sumber: Syifa Yulianti (2024)

Penyajian dilakukan secara langsung di Gedung Balai Pemuda Surabaya dan secara *live streaming* di *channel* youtube SIFF TV. Tata panggung yang digunakan pada *event* ini bukan merupakan panggung *fashion show* pada umumnya, namun menggunakan panggung proscenium (*proscenium*).

Panggung proscenium merupakan salah satu jenis panggung teater yang paling klasik dan banyak digunakan di berbagai pertunjukan seni, baik pertunjukan teater, konser, bahkan pertunjukan tari. Menurut Santosa dalam Bastiani (2022) panggung proscenium dapat disebut sebagai panggung bingkai karena penonton menyaksikan aksi melalui sebuah bingkai atau lengkung (*proscenium arch*).

Bingkai ini berfungsi layaknya jendela besar yang membingkai area pertunjukan, menciptakan batas visual yang tegas antara penonton dan ruang aksi para pemain di atas panggung. Susunan tempat duduk penonton pada panggung proscenium biasanya menghadap langsung ke arah depan panggung, sehingga penonton hanya melihat pertunjukan dari satu arah. Tata letak panggung ini memungkinkan fokus pandangan yang lebih terarah, serta pengaturan pencahayaan, dekorasi, dan latar belakang yang lebih kompleks dan terencana.

Adapun kekurangan dari panggung proscenium adalah terbatasnya interaksi antara pemain dan penonton, karena adanya pemisahan fisik dan visual yang jelas. Oleh sebab itu, *finalis* tidak dapat memperagakan busana sebagaimana model profesional di atas *catwalk*. Dampaknya pada pertunjukan *opening dance Miss Teenager Indonesia 2024*, penonton tidak dapat melihat detail busana secara jelas. Berbeda dengan jenis panggung *thrust* atau arena, panggung proscenium menciptakan jarak yang lebih formal dan struktural, menjadikannya kurang cocok untuk pertunjukan yang bersifat interaktif atau berskala intim.

Meskipun tata panggung tidak seprofesional tata panggung *fashion show* pada umumnya, namun perhelatan ini menjadi salah satu *moment opening* yang sangat memukau, karena mampu mencerminkan semangat muda, kepercayaan diri dan keanggunan para *finalis*. *Moment* ini menampilkan koreografi yang sangat energik, kostum berwarna cerah, dan pencahayaan lampu dengan warna *clear* dan biru dirancang untuk memperkuat nuansa *glamour* dari warna busana yang digunakan.

Pada saat *opening dance Miss Teenager Indonesia 2024*, para finalis tampil dengan *makeup* cantik, *fresh* dan *natural*, sesuai dengan semangat muda yang dibawa pada kompetisi ini. Adapun yang dimaksud *makeup* cantik adalah tata rias yang memperlihatkan daya tarik untuk menutupi kekurangan pada fitur wajah. Setiap *finalis* juga mengenakan *pageant sash* (selempang *pageant*) yang bertuliskan asal daerah masing-masing. *Pageant sash* berfungsi sebagai identitas sekaligus bentuk representasi dari keberagaman peserta.

Untuk alas kaki, para finalis menggunakan sepatu pribadinya berwarna hitam atau silver. Pemilihan warna-warna netral ini dilakukan agar tidak mengalihkan fokus dari busana yang dikenakan para *finalis*. Sebagai pelengkap, setiap *finalis* juga memakai aksesoris berupa *earrings* berwarna silver untuk mempercantik tampilan, memberikan sentuhan *glamour* dan serasi dalam keseluruhan penampilan.

Selain ditampilkan pada *event Grand Final Miss Teenager Indonesia 2024*, tiga tampilan *cocktail dress* ini kemudian dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan elemen *fashion* berupa *tail* dan *cape sleeve* guna memperkaya nilai estetika sekaligus meningkatkan aspek fungsionalitas busana.

Setelah seluruh karya selesai pengkarya melakukan *photoshoot* dan *videoshoot* untuk kebutuhan *output* tugas akhir berupa foto dan *video fashion* yang kemudian dipublikasi di media sosial instagram pengkarya. *Photoshoot* dan *videoshoot* dilakukan pada tanggal 11 Mei 2025 di Studio Flash Foundation, Bandung. Sesi ini juga didukung oleh beberapa *crew* yang terlibat, diantaranya; *director* oleh Syifa Sahara, *videographer* dan *editor* oleh Bagas Depe, *photographer* oleh Bintang Artra, model oleh Raihannisa, Khanisa Amanda dan Argi Dwi, *makeup artist* oleh Mbanana Makeup dan Inne Setiani, *hairdo* oleh Ghaida dan Mbanana Makeup, serta *assistant designer* oleh Putri Alya Rasidi.

Pada proses *photoshoot* dan *videoshoot*, konsep *makeup* yang digunakan adalah *makeup* cantik. Berikut merupakan *makeup and hairdo board* yang digunakan:



Makeup & Hairdo Board



Gambar 5.5. *Makeup & hairdo board*
Sumber: Kreasi Syifa Yulianti, 2025

Makeup & hairdo board ini merepresentasikan konsep tata rias dan gaya rambut yang *elegant* dan *timeless*, dengan *look glamour modern* yang tetap natural dan tidak berlebihan. Palet warna *makeup* yang digunakan terdiri dari nuansa *warm neutral*, mulai dari *nude beige*, *peachy brown*, hingga *rich chocolate* yang menciptakan tampilan kompleks namun tetap *soft* dan harmonis dengan warna kulit.

Ciri khas dalam *makeup* yang digunakan adalah kulit yang *flawless* dan *glowing*, lengkap dengan teknik *contouring* dan *highlighting* yang halus namun terstruktur. Fokus utama *makeup* ini terletak pada bagian mata dengan penggunaan *eyeliner* tajam dan bulu mata untuk mempertegas bentuk mata. Kemudian pada bagian bibir diberi sentuhan warna *nude* atau *peach brown matte* yang memperkuat kesan klasik dan dewasa, namun tetap lembut.

Gaya rambut menggunakan variasi yang *chic* namun tetap seragam dalam kesan *sleek* dan feminin, yakni gelombang rambut ala Hollywood *glam*, *sleek ponytail* dengan belahan samping, hingga *updo modern* dengan sentuhan *messy soft*. Gaya tersebut menyampaikan pesan elegansi yang *effortless*. Gaya rambut ini ideal untuk melengkapi tampilan *fashion* yang *sophisticated* namun tetap relevan dengan *trend* saat ini.

Makeup & hairdo board ini secara keseluruhan cocok digunakan untuk konsep *fashion film*, editorial, atau presentasi koleksi busana yang mengedepankan karakter feminin, kuat, dan anggun. *Look* ini sempurna untuk mendampingi busana dengan siluet tegas, tekstur mewah, atau detail *embellishment* yang *intricate*.

Pada proses *photoshoot* dan *videoshoot*, alas kaki yang digunakan adalah sepatu *heels* berwarna hitam. Penggunaan *heels* dalam sesi pemotretan busana memiliki peran penting dalam membentuk estetika visual serta mendukung penyampaian karakter dari koleksi yang ditampilkan. Secara visual, *heels* mampu menciptakan ilusi tubuh yang lebih jenjang dan proporsional, terutama pada bagian kaki. Hal ini dapat memperkuat garis siluet busana, serta memberi kesan ramping dan elegan pada keseluruhan tampilan. *Heels* juga dapat mempengaruhi *flow* atau jatuhnya kain, terutama untuk jenis busana dengan siluet panjang, *flowing*, atau detail *drapery*, agar tercipta visual yang dramatis dan harmonis dalam *frame* foto atau video.

Selain hal di atas, *heels* juga dapat mempengaruhi postur tubuh model secara signifikan. Model cenderung berdiri lebih tegap dengan bahu terbuka dan tubuh yang lebih stabil. Postur ini menciptakan gestur yang lebih meyakinkan dan anggun di hadapan kamera, sehingga menghasilkan visual yang kuat dan berkarakter dalam setiap pengambilan gambar dan video.

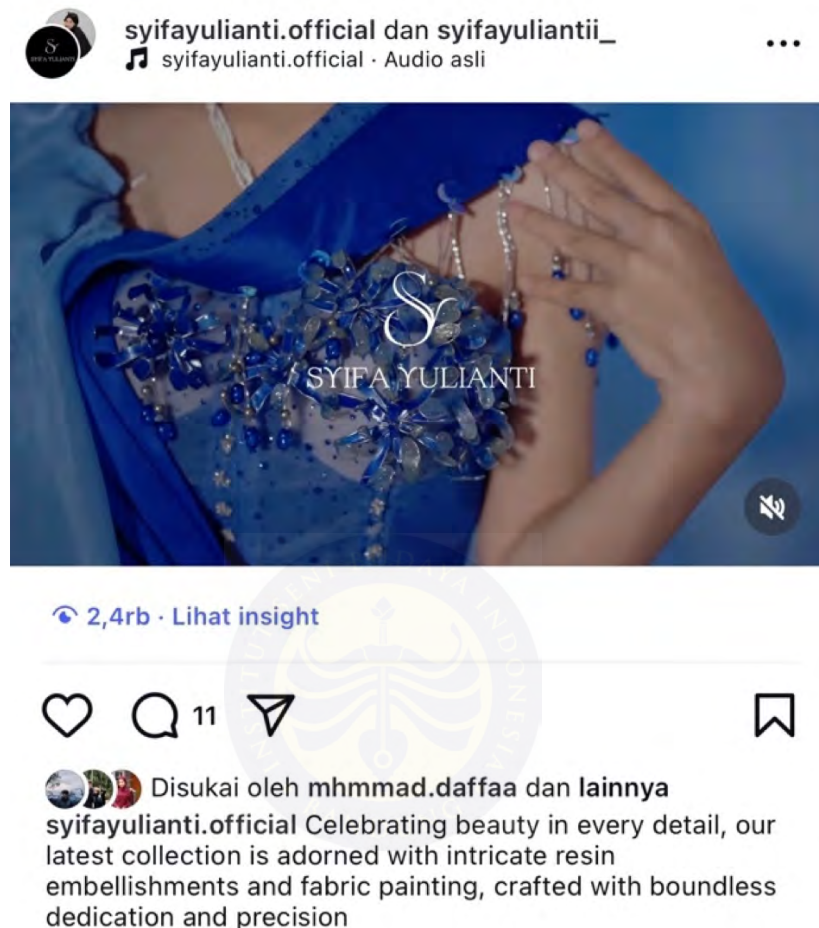
Sesi *photoshoot* dan *videoshoot* ini juga dilengkapi dengan aksesoris berupa *earrings*, *necklace*, dan *crown*. *Earrings* berperan sebagai aksesoris yang mempertegas garis wajah dan menambahkan sentuhan elegan pada tampilan. *Necklace* silver memberikan kesan modern dan mewah, mengisi ruang di area leher dengan harmonis tanpa mengganggu fokus busana utama. Adapun *crown*, dapat menonjolkan karakter yang ingin disampaikan dalam pemotretan, serta membentuk kesan yang dramatis.

Berdasarkan hal di atas, pemilihan *heels* dan penggunaan aksesoris dalam sesi pemotretan bukan sekadar kebutuhan *fashion*, melainkan bagian dari strategi visual yang mendukung karakter desain secara utuh.

5.2. Media Promosi

Media promosi menjadi kunci dalam industri *fashion* yang sangat kompetitif untuk membangun citra sebuah brand dan menjangkau target pasar secara efektif. Dalam penciptaan karya ini, media promosi yang digunakan oleh pengkarya

adalah media sosial instagram (gambar 5.6). *Account* yang digunakan adalah *account* pribadi dan *account brand* pengkarya (gambar 5.7 – 5.8).



Gambar 5.6. *Video fashion* yang dipromosikan melalui media sosial instagram pengkarya
Sumber: Dokumentasi Syifa Yulianti



Gambar 5.7. *Account* instagram pribadi milik pengkarya
Sumber: Syifa Yulianti (2025)



Gambar 5.8. *Account brand* pengkarya
Sumber: Syifa Yulianti (2025)

Media sosial menjadi salah satu *platform* utama karena mampu menampilkan visual koleksi secara menarik, memperlihatkan proses kreatif di balik layar, serta berinteraksi langsung dengan audiens. Selain itu, nama *brand*, video busana dan kolaborasi dengan publik figur atau beberapa media juga menjadi strategi promosi yang efektif dalam meningkatkan daya tarik *brand*. Selain itu, media promosi ini juga dilengkapi dengan kartu nama, *cover* busana, label, *care label* dan *packaging*.

5.2.1. Nama *Brand* dan Logo

Nama *brand* dari penciptaan karya ini adalah Syifa Yulianti, yang diambil langsung dari nama pengkarya. Pemilihan nama ini bertujuan untuk memperkenalkan dan meningkatkan citra sang pengkarya sebagai seorang *fashion designer* kepada publik. *Brand* 'Syifa Yulianti' merupakan label *fashion* yang berfokus pada produk gaun, *couture*, dan berbagai jenis busana lainnya. *Brand* ini memiliki karakteristik khas yang kuat yaitu busana yang menggunakan teknik *fabric manipulation* dan *embellishment*, sehingga menciptakan tampilan busana yang unik, berkelas, dan artistik.

Logo *brand* ini terdiri dari tulisan "SYIFA YULIANTI" dan simbol "SY" sebagai singkatan dari Syifa Yulianti. *Font* yang digunakan adalah *font* SS Bruney. Tipografi ini dipilih karena mencerminkan karakter yang elegan, klasik, dan berkelas. Gaya huruf SS Bruney yang formal dan anggun sering digunakan

untuk menghadirkan kesan profesional, mewah, dan berwibawa, sehingga sangat cocok untuk memperkuat citra *brand* yang penuh keanggunan dan percaya diri. Warna yang digunakan pada logo adalah kombinasi hitam dan putih. Warna ini dipilih karena mencerminkan kesan yang sederhana (*simple*) namun tetap elegan, sekaligus memberikan tampilan yang bersih, kuat, dan *timeless*.

Berikut adalah logo dan nama *brand* pengkarya.



Gambar 5.9. Logo *brand* SYIFA YULIANTI
Sumber: Syifa Yulianti (2025)

5.2.2. Kartu Nama

Kartu nama dalam industri kreatif seperti *fashion*, sering dirancang menggunakan estetika visual yang mencerminkan identitas *brand*. Hal ini bertujuan agar lebih menarik dan mudah diingat oleh orang-orang. Selain itu, kartu nama berfungsi sebagai media komunikasi pertama yang menciptakan kesan profesional dan memperkuat *personal branding* atau perusahaan. Kartu nama ini berisikan nama *designer* atau nama *brand*, nomor telfon yang dapat dihubungi untuk pemesanan, lokasi *designer*, dan email *designer*.

Berikut adalah kartu nama dari *brand* SYIFA YULIANTI:



Gambar 5.10. Kartu nama *brand* SYIFA YULIANTI nampak depan dan belakang
Sumber: Syifa Yulianti (2025)

5.2.3. Cover Busana

Cover busana ini berupa pelindung atau pembungkus pakaian yang terbuat dari kain. *Cover* busana dapat berfungsi untuk melindungi pakaian, menjaga busana dari debu, kotoran, dan kelembapan yang dapat merusak bahan atau detail pakaian. Selain itu, *cover* busana dapat meningkatkan nilai estetika sehingga terkesan menarik dan profesional, serta memperkuat citra *brand* serta menambah kesan eksklusif pada produk. Berikut adalah *cover* busana yang digunakan:



Gambar 5.11. Cover busana *brand* SYIFA YULIANTI
Sumber: Syifa Yulinati (2025)

5.2.4. Label dan *Care Label*

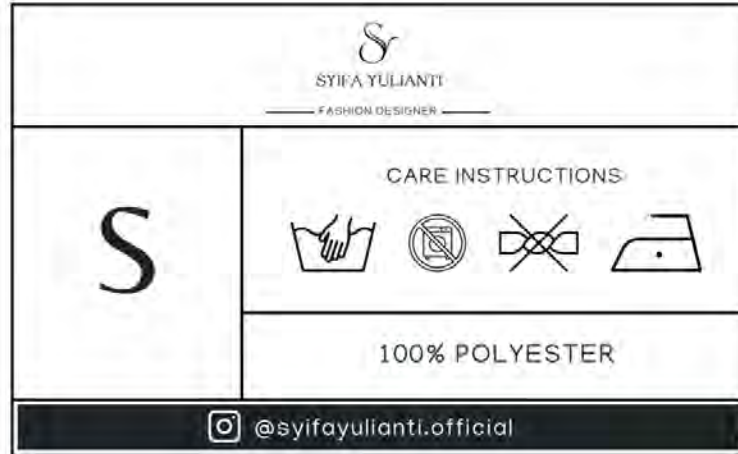
Label merupakan *tag* yang terdapat pada produk untuk memberikan informasi penting mengenai identitas *brand*. Label yang digunakan oleh pengkarya dipasang dengan cara dijahit di bagian dalam pakaian. Label ini berisikan nama *brand* pengkarya. Berikut adalah label dari *brand* pengkarya



Gambar 5.12. Label busana *brand* SYIFA YULIANTI
Sumber: Syifa Yulinati (2025)

Produk ini dilengkapi juga *care label* khusus yang berisi panduan perawatan atau instruksi pemeliharaan untuk menjaga kualitas dan keawetan busana. Fungsi *care label* ini untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang ukuran busana, informasi bahan, cara mencuci, mengeringkan, menyetrica,

dan merawat busana dengan benar agar tidak rusak. Berikut adalah *care label* dari *brand* pengkarya:



Gambar 5.13. *Care label brand SYIFA YULIANTI*
Sumber: Syifa Yulianti (2025)

5.2.5. *Packaging*

Packaging merupakan wadah atau pembungkus yang digunakan untuk menyimpan, melindungi, dan menyajikan produk kepada konsumen. Dalam industri *fashion*, *packaging* tidak hanya berfungsi sebagai pelindung pakaian, namun menjadi bagian penting dari strategi branding dan pengalaman pelanggan (*customer experience*). Berikut adalah *packaging* yang digunakan untuk *brand* pengkarya:



Gambar 5.14. *Packaging brand SYIFA YULIANTI*
Sumber: Syifa Yulianti (2025)