

ABSTRAK

PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI FESYEN MEREK QURIMA

Oleh:

Nadhifvia Audra Akmal Raiz

1601180302

Casual Style atau *Loungewear Style* menjadi pilihan favorit oleh semua kalangan usia dan ternyaman untuk dikenakan, karena ini identik dengan pakaian santai namun tetap menunjukkan kesopanan dan etika dalam berbusana, seperti pemakaian kemeja yang digunakan untuk aktivitas sehari-hari. Qurima adalah salah satu merek fesyen lokal sejak tahun 2018. Qurima mengusung *casual style* yaitu kemeja. Kemeja Qurima ini memiliki keunikan tersendiri, yang dimana kemeja tersebut ada warna, tekstur, dan motif. Permasalahan yang ada ialah kurangnya brand awareness pada Qurima sehingga masih banyak target audiens yang tidak mengetahui merek Qurima, dan kurangnya strategi promosi Qurima yang meliputi strategi media, dan strategi visual. Jika pesan utama tersampaikan, dan terancangnya media visual promosi Qurima sesuai dengan target audiens, maka permasalahan yang ada dapat diatasi dengan efektif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data ialah observasi, wawancara, studi Pustaka, dan kuisisioner, dan metode yang digunakan dalam analisis ialah SWOT, AOI, dan AISAS. Hasil akhir dari perancangan ini ialah dikenalnya merek Qurima, dan memvisualisasikan desain promosi pada media sosial Qurima.

Kata kunci: Fesyen, Strategi Promosi, Qurima