

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR BAGAN.....	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Metode Penelitian.....	4
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	4
1. Observasi	4
2. Wawancara.....	5
3. Studi Pustaka.....	5

4. Kuisisioner.....	5
1.6.2 Metode Analisis.....	5
1. SWOT	5
2. AISAS	6
3. AOI	6
1.7 Kerangka Perancangan	7
1.8 Pembabakan.....	8
BAB I PENDAHULUAN.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
BAB III DATA DAN ANALISIS	8
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	8
BAB V PENUTUP	8
BAB II.....	9
DASAR PEMIKIRAN	9
2.1 Fesyen.....	9
2.2 Promosi.....	9
2.3 Periklanan	9
2.4 SWOT.....	11
2.5 AISAS	11
2.6 AOI.....	12
2.7 Media Iklan.....	12
2.8 Strategi pesan	13
2.9 Desain Komunikasi Visual.....	13
BAB III	16

DATA DAN ANALISIS MASALAH	16
3.1 Data Perusahaan	16
3.1.1 Profil Qurima	17
3.1.2 Data Produk Qurima	17
3.1.3 Data Media Sosial Qurima.....	18
3.1.4 Data Permasalahan Qurima	19
3.2 Data Khalayak Pasar.....	19
3.2.1 Segmenting	19
3.3 Data Empirik.....	19
3.3.1 Data Observasi	19
3.3.2 Data Wawancara	20
3.3.3 Data Kuisisioner	20
3.4 Analisis AOI.....	21
3.5 Data Sejenis	22
3.5.1 Benari.....	22
3.5.2 Analisis SWOT	23
3.6 Kesimpulan Hasil Analisis	24
BAB IV	25
KONSEP PERANCANGAN	25
4.1 Latar Belakang Masalah dan Solusi Atas Permasalahan.....	25
4.2 Strategi.....	25
4.3 Konsep Pesan	27
4.4 Konsep Visual	27
1. Referensi Visual	28

2. Warna	28
3. Font.....	29
4.5 Konsep Visualisasi Media	29
4.5.1 Attention	29
4.5.2 Interest	30
4.5.3 Search.....	30
4.5.4 Action.....	31
4.5.5 Share	31
BAB V.....	33
KESIMPULAN.....	33
DAFTAR PUSTAKA.....	34