

ABSTRAK

MARISSA REGINA (625110072)

PERANCANGAN VISUAL PROMOSI *CLOTHING LINE "THE FAT DOCTOR"*

Dewasa ini, banyak orang beranggapan bahwa kecantikan seseorang diukur secara fisik. Bentuk tubuh yang ideal merupakan impian setiap wanita. Jika wanita yang bertubuh langsing saja memiliki keinginan tersebut, dapat dibayangkan bagaimana ambisi wanita-wanita bertubuh besar untuk memiliki bentuk tubuh yang ideal.

The Fat Doctor adalah salah satu *plus size clothing* yang berlokasi di Jakarta yang menjual pakaian-pakaian khusus wanita berbadan besar. *The Fat Doctor* menekankan bahwa menjadi cantik bukan hanya milik wanita bertubuh langsing saja.

Sayangnya, keberadaan *The Fat Doctor* belum banyak diketahui oleh orang-orang bertubuh besar dikarenakan promosi yang dilakukan tidak begitu gencar. Maka dari itu, diperlukan suatu komunikasi visual untuk mempromosikan *The Fat Doctor* agar lebih dikenal masyarakat luas dan dapat meningkatkan kepercayaan diri para wanita bertubuh besar dengan pakaian-pakaian yang *fashionable*.

Penelitian dalam perancangan ini bersifat kualitatif. Metode yang penulis gunakan untuk menganalisis permasalahan ini adalah wawancara, kuesioner, dan studi pustaka, mengingat target sasaran yang spesifik dan jumlahnya sedikit maka wawancara dengan Novi Nataliya, selaku pemilik dan pengelola *The Fat Doctor* dilakukan untuk mendapatkan informasi secara mendetail. Kuesioner dilakukan untuk mengetahui respon pasar terhadap produk dari *The Fat Doctor*.

Hasil penelitian tersebut dirangkum dan dituangkan melalui media visual berupa media utama dan media pendukung promosi. Media-media tersebut berupa *website*, stiker LINE, iklan banner Google, media sosial, poster, iklan majalah, *flyer*, *standing banner*, *hanging tag*, *photobooth*, kartu member, *gift voucher*, *paper bag*, kotak pengiriman, serta *merchandise* berupa *pouch*, gantungan kunci, dan stiker.

Kata kunci : Promosi, Pakaian, Fesyen, Ukuran besar.