

## ABSTRAK

Promosi adalah salah satu tindakan penting yang perlu dilakukan suatu perusahaan untuk mengenalkan produk ataupun identitas yang dimiliki perusahaan tersebut kepada publik. Di era Industri 4.0 dimana *internet* adalah hal yang paling relevan saat ini, perancangan menjadi *tricky* karena *audience* yang menerima informasi, lebih luas dan banyak daripada media konvensional. Ladouchevita adalah *brand* mode asal Bandung yang menawarkan pakaian *sustainable* yang ramah lingkungan yang akan mempromosikan koleksi terbarunya, dengan model bisnis *Slow Fashion* dimana proses produksi lebih terukur dan adil bagi semua pihak, Ladouchevita mempromosikan keberlanjutan positif bagi pihak produsen, konsumen, juga *ownernya*. *Outcome* dari perancangan ini adalah terancangannya rangkaian promosi Ladouchevita yang sesuai *dengan target audience*.

**Kata Kunci** : Promosi, Ladouchevita, Slow Fashion.