

ABSTRAK

Hal yang melatarbelakangi dimulainya usaha *skincare* ini ialah dari perhatian pada produk *skincare* yang beredar saat ini umumnya masih menggunakan bahan-bahan “*harsh chemical*” yang berdampak kurang baik bagi kesehatan jika digunakan dalam jangka panjang. Kun Anta body wash merupakan *castile soap* yang dibuat dengan proses tradisional saponisasi dari minyak zaitun, minyak kelapa, sehingga alami penuh nutrisi dan aman untuk digunakan jangka Panjang. Namun ternyata produk ini kurang diketahui karena kurangnya sebuah komunikasi langsung kepada masyarakat luas dan media yang mengakibatkan komunikasi yang mengakibatkan rendahnya awareness terhadap produk ini. Perancangan ini dibuat untuk mempromosikan produk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pencarian data melalui observasi, wawancara, kuesioner, serta studi pustaka. Data yang didapat dianalisis menggunakan teori-teori yang relevan seperti teori DKV, *advertising*, promosi, media, *new media*, *digital advertising*, sinematografi, hasil dari penelitian ini yaitu terancangnya strategi promosi yang sesuai dan dapat menjadi jawaban dari latar belakang masalah Kun Anta termasuk media promosi apa yang sesuai dan dapat digunakan sebagai menarik minat konsumen terhadap Kun Anta.

KATA KUNCI: *Skincare, Promosi, Sabun alami*