ABSTRAK

PT. Kurnia Teknik ini berdiri di bidang Teknik mesin dan memproduksi komponen-komponen local untuk mesin tekstil, besi (Metal Works) Selain menjual mesin olahan sampah plastik, PT. Kurnia Teknik juga menjual produk-produk hasil olahan dari sampah plastik seperti, asbak, tatakan gelas (lapik), kanvas, cangkir, pot bunga, kursi,meja. Belum adanya strategi media promosi PT. Kurnia Teknik meliputi strategi komunikasi, strategi visual, dan strategi media.

Pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, dengan analisis data pesaing, AISAS dan analisis SWOT untuk menentukan strategi promosi pesaing PT. Kurnia Teknik. Pesaing berpromosi menggunakan media sosial *Instagram* dan *link*. Menyikapi hal ini PT. Kurnia Teknik berpromosi melalu media sosial dan *website* dikarenakan dengan pertama kalinya PT. Kurnia Teknik melakukan promosi terhadap produknya, media sosial dan *website* yang berkonsep milenial dan minimalis adalah awalan yang tepat untuk memperkenalkan produk PT. Kurnia Teknik terhadap *audiens*

Dengan model pendekatan melalui media sosial dan *website* untuk menarik audiens terhadap produk PT. Kurnia Teknik.

Kata Kunci : Promosi, Sampah Plastik, Pendekatan