

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh munculnya *trend* hijab di Indonesia khususnya di Bandung. Dengan kembalinya tren *colorful*, market pasar *fashion* telah di gandrungi oleh berbagai kalangan, namun tidak sedikit anak muda, khususnya *Gen Z*, yang masih ragu atau menganggap *fashion colorful* sudah usang sehingga tidak percaya diri menggunakan produk yang terkesan ramai. Padahal *fashion colorful* dapat menginterpretasi seseorang menjadi lebih ceria dan lebih bebas berekspresi dalam *fashion*. Salah satu *brand* yang menyediakan kebutuhan *fashion colorful* yakni, Giok Scarf & Apparel yang berasal dari Bandung. Giok Scarf & Apparel hadir untuk mendukung para pencinta *fashion* khususnya wanita untuk bebas berekspresi dengan warna, namun kontroversi *colorful* terlalu terlihat *old fashion* serta kurangnya promosi yang dapat memikat para calon konsumen generasi *Z* di media yang telah dilakukan menjadi persoalan dalam penelitian penulis. Maka dari itu penulis mengumpulkan data serta menggunakan instrument observasi, wawancara, dan kuisioner yang kemudian seluruh data dianalisis dengan menggunakan metode *AOI*, *SWOT* dan *matriks* perbandingan. Penelitian yang penulis jalankan dapat disimpulkan bahwa “Perancangan Promosi Produk Giok Scarf & Apparel Untuk Generasi *Z*” akan melakukan promosi dengan konsep visual yang lebih ekspresif dan media promosi yang lebih interaktif untuk menarik minat konsumen khususnya generasi *Z*.

**Kata Kunci : *Colorful, Fashion, Generasi Z, Promosi***