

ABSTRAK

Meningkatnya jumlah produk skincare lokal yang beredar di pasar nasional mendorong perlunya strategi komunikasi merek yang tepat sasaran dan relevan dengan karakteristik audiens. Penelitian ini menyusun perancangan iklan promosi untuk produk *Avoskin Miraculous Retinol Ampoule* dengan fokus pada peningkatan *brand recall* di kalangan Generasi Z di Kota Bandung. Hasil Kuesioner menunjukkan bahwa meskipun mayoritas responden mengetahui manfaat dari produk tersebut, hanya sedikit yang mampu mengingat nama produknya secara langsung. Berdasarkan hal ini, dirancanglah iklan bertema “*Secret of The Night*” yang memadukan penggunaan media digital dan luar ruang serta dilengkapi dengan penyelenggaraan event interaktif. Iklan ini ditujukan untuk memperkuat daya ingat merek melalui pendekatan visual yang menarik serta pengalaman konsumen yang bersifat lebih personal.

Kata kunci: Perancangan Iklan, Promosi, Brand Recall, Avoskin, Generasi Z.