

## ABSTRAK

Dalam era modern, remaja mulai memperhatikan penampilannya. Bagi remaja putri, wajah merupakan kesan pertama yang menunjang penampilannya. Banyak orang, terutama remaja dengan tingkat aktivitas tinggi, semakin sadar akan efek samping radiasi UV langsung terhadap kulit dan membutuhkan perlindungan yang efektif. Emina merupakan salah satu produsen kosmetik terkemuka di Indonesia, khususnya untuk perawatan kulit. Sejak tahun 2015, Emina, bagian dari *PT Paragon Technology and Innovation*, telah menjadi pemain di pasar kosmetik yang menargetkan remaja dan wanita muda Indonesia yang berusia antara 15 hingga 25 tahun. Meskipun Emina telah berhasil bersaing dalam kategori make-up, perusahaan ini menghadapi tantangan dalam kategori *skincare*, mungkin disebabkan oleh kurangnya kesadaran remaja mengenai perawatan kulit dan jenis kulit mereka juga kurangnya strategi promosi kreatif yang dapat mempertahankan brand recognition produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan teknik pemasaran yang efisien bagi Emina dalam meningkatkan kesadaran remaja tentang produk *skincare* mereka dikhususkan untuk produk sunscreen emina sun battle spf 30 pa+++ Penelitian ini juga didukung dengan Metode pengumpulan data diantaranya Observasi, Wawancara, Kuisisioner dan Studi Pustaka guna untuk mengumpulkan data – data yang konkrit. Strategi promosi yang diusulkan didasarkan pada konsep kreatif yang mencerminkan identitas brand Emina yang Fun & Playfull, dengan memanfaatkan media Instagram sebagai sarana untuk mendukung akses dan informasi bagi target audiens. Dengan demikian, strategi promosi ini diharapkan dapat mengubah perilaku konsumen, mempertahankan brand recognition, dan membantu Emina memperluas pasar untuk produk emina sun battle spf 30 pa+++.

Kata Kunci: *Brand Recognition*, Emina, Strategi Promosi, Sunscreen