

ABSTRAK

Fenomena pemanasan global dan krisis iklim yang semakin meningkat mendorong perlunya kesadaran dalam memilih produk yang ramah lingkungan, termasuk *sunscreen*. Beberapa bahan kimia dalam *sunscreen* diketahui berdampak buruk terhadap ekosistem terumbu karang. Oleh karena itu, brand Tavi dari Paragon menghadirkan produk *sunscreen* “Cica Res-Q10 Sun Shield” yang mengusung nilai *reef-safe*, vegan, dan *cruelty-free*. Perancangan tugas akhir ini bertujuan untuk menciptakan strategi promosi berbasis kampanye iklan yang menyampaikan pesan keberlanjutan lingkungan kepada masyarakat, khususnya perempuan muda di Kota Bandung. Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuisioner, wawancara, dan studi pustaka. Analisis data menggunakan pendekatan AOI, AISAS, dan matriks untuk menyusun strategi kreatif yang relevan. Hasil perancangan dituangkan ke dalam berbagai media promosi baik ATL maupun BTL dengan pendekatan *brand activation* melalui event di Trans Studio Mall Bandung, bertepatan dengan Hari Laut Sedunia. Diharapkan perancangan ini dapat meningkatkan *brand awareness* Tavi sekaligus membangun perilaku konsumen yang lebih peduli terhadap isu lingkungan.

Kata kunci: *sunscreen, reef-safe, brand activation, awareness.*