

Abstrak

Saat ini, perkembangan dunia kecantikan sedang hangat dibicarakan dikalangan wanita, salah satu bentuknya brand lokal yaitu, Wardah *cosmetic*. Wardah *brand cosmetic* yang mencantumkan label halal dalam kemasan produknya. Produk yang luncurkan salah satunya adalah *Skincare* Wardah Haji & Umroh. Semua produk Wardah berhasil mempromosikan sampai ke target audience yang diinginkan akan tetapi untuk produk Wardah Haji & Umroh promosi yang dilakukan masih kurang sampai ke target *audience*. Namun ternyata produk ini kurang diketahui karena kurangnya sebuah komunikasi langsung kepada masyarakat luas dan media yang mengakibatkan komunikasi yang mengakibatkan rendahnya *awareness* terhadap produk ini. Perancangan ini dibuat untuk mempromosikan produk *Skincare* Haji & Umroh yang memiliki tujuan agar *target audience aware* dan melakukan pembelian terhadap produk ini. Produk ini sendiri memberikan *benefit* yang cocok dengan semua jenis kulit. Perancangan promosi ini menggunakan beberapa metode penelitian kualitatif, metode analisis SWOT dan AISAS.

Kata Kunci : Promosi, *Cosmetic*, *Skincare*, Halal, Haji & Umroh