

ABSTRAK

Masalah tidur adalah hal yang sering dialami oleh generasi Z, terutama karena rutinitas yang padat, tekanan untuk selalu produktif, dan kebiasaan terpapar layar gadget secara berlebihan. Kurangnya kualitas tidur ini berdampak pada kesehatan dan menurunkan performa mereka dalam aktivitas sehari-hari. Antangin Good Night adalah suplemen herbal yang dapat membantu meningkatkan kualitas tidur, namun sayangnya produk ini masih kurang dikenal di kalangan Gen Z karena minimnya upaya promosi. Tugas akhir ini berfokus pada perancangan promosi untuk meningkatkan *awareness* terhadap produk Antangin Good Night di kalangan Gen Z yang ada di Bandung. Proses perancangan dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner, lalu dianalisis menggunakan metode SWOT, AISAS, dan AOI. Hasil akhirnya berupa strategi komunikasi visual dan media promosi yang dirancang agar lebih menarik, relevan, dan sesuai dengan gaya komunikasi Gen Z, dengan tujuan menyampaikan bahwa tidur yang berkualitas adalah kunci hidup yang lebih sehat dan produktif.

Kata Kunci : Kualitas Tidur, Generasi Z, Antangin Good Night, Promosi, *Brand Awareness*.