

## ABSTRAK

Industri kosmetik di Indonesia berkembang sangat pesat, penggunaan kosmetik di Indonesia seolah sudah menjadi kebutuhan primer. CV Pure O sebagai perusahaan yang bergerak di kosmetik alami di Indonesia menjadi salah satu perusahaan *brand* kosmetik yang memiliki peluang besar untuk dilakukannya sebuah pencapaian sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Produk Pure O yang memiliki kualitas tidak kalah dengan produk luar negeri ini, layak untuk di informasikan produk kosmetik yang alami kepada masyarakat di Indonesia dan bangga terhadap produk dalam negeri.

Produk Pure O sudah tersebar di beberapa negara di asia tenggara. Sebagian masyarakat besar, terutamanya kaum wanita sudah menggunakan produk Pure O, akan tetapi hal yang disayangkan adalah Pure O tidak pernah melakukan media promosi. Masyarakat tidak menyadari akan adanya *brand* Pure O. Hal ini yang membuat Pure O menjadi kalah saing di industri kosmetik. Pure O memiliki produk yang sangat bagus tetapi tidak pernah menyebarluaskan *brand*-nya sendiri. Produk-produk dari Pure O memiliki banyak anak *brand* tersendiri tanpa adanya nama Pure O.

Dengan permasalahan yang ada, yaitu kurangnya *brand awareness* terhadap *brand* Pure O kosmetik, maka tujuan perancangan promosi Pure O kosmetik ini diharapkan masyarakat yang sudah atau belum menggunakan produk Pure O menyadari bahwa produk yang selama ini dipakai adalah produk Pure O yang berasal dari Indonesia yang diproduksi dengan bahan yang alami dan organik. Produk yang alami menjadi sasaran bagi sebagian wanita di Indonesia.

**Kata kunci : Murni, Alami, Organik**