

Abstrak

TUJUAN PENELITIAN, ialah Untuk mendapatkan data yang akurat tentang kelebihan, kekurangan serta karakteristik produk *Shoecycle* agar mendapatkan strategi promosi yang tepat dengan diperkuat oleh landasan teori dari berbagai literature dari media cetak maupun elektronik. METODE PENELITIAN yang dilakukan adalah observasi langsung ke tempat produksi Shoecycle, wawancara langsung terhadap pemilik perusahaan, serta forum terbuka via online yang dilakukan terhadap beberapa target market. ANALISIS *Shoecycle* dalam judul merupakan produk yang disukai oleh remaja sampai dewasa yang peduli akan produk ramah lingkungan. Produk ini selain merupakan barang *eco-fashion* tetapi juga mengikuti lifestyle para remaja, maka strategi yang dilakukan merupakan strategi *offline* dan *online*. HASIL YANG DICAPAI untuk mempromosikan produk *Shoecycle* ini, maka strategi yang digunakan adalah dengan media offline dan online yang menampilkan visual yang menarik, *young, colorfull* juga hal yang mengarahkan mereka langsung pada kegiatan *Recycle* kain bekas. SIMPULAN Promosi *Shoecycle* ini menggunakan pendekatan perjalanan yang menggambarkan sebuah langkah cantik dan pintar tentang cara mencintai lingkungannya dengan menjaga kelestarian lingkungan dengan *Shoecycle*. DS

Kata Kunci : Promosi, Sepatu, *Recycle*, Ramah Lingkungan