

## ABSTRAK

Farah Salsabila Fauzi, 2022. **Perancangan Media Promosi Digital Batik Situbondo Oleh Dinas Koperasi, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Situbondo**. Tugas Akhir, Program Studi Desain Komunikasi Visual (S1), STIKI – MALANG, Pembimbing: Pujianto Co. Pembimbing: Adita Ayu Kusumasari

Kata kunci: Promosi digital, Batik Situbondo, Media Promosi

Batik Situbondo telah ada sejak tahun 1970-an, mengalami periode baru pada tahun 1994. Batik ini baru dikenal luas pada tahun 2011. Hingga saat ini promosi tidak dapat dilakukan secara maksimal dan berkala. Akun instagram @punya\_situbondo yang baru dikelola pada November 2020, melakukan upload tentang Batik Situbondo setahun sekali. Terdapat data IKM batik pada tahun 2015, tercatat 19 perajin Batik Situbondo namun hanya 6 perajin aktif yang masih memproduksi batik. Sehingga diperlukan perancangan visual yang memanfaatkan media digital sebagai media penyampainnya guna mempromosikan dan menarik perhatian masyarakat tentang Batik Situbondo. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumen. Analisis data yang digunakan adalah Analisis SWOT untuk menganalisis *competitor*. Sedangkan metode perancangan yang digunakan adalah *design thinking* dari David Kelley. Melihat permasalahan yang ada solusi yang diberikan adalah melakukan perancangan promosi digital dengan mempertimbangkan strategi kreatif yang dapat menarik *audience* terhadap produk Batik Situbondo. Strategi yang digunakan adalah merancang *Feed* Instagram sebagai media utama, dilengkapi dengan video *reels* yang merupakan bagian dari feed instagram, poster, video youtube, video tiktok, web banner, dan *merchandise* sebagai media pendukung. Sehingga di dapatkan beberapa saran seperti diperlukan adanya konten terjemahan dalam bahasa yang berbeda agar Batik Situbondo dapat dikenal *audience* internasional, diperlukan juga pengembangan tata letak dan konten dengan lebih kreatif agar *audience* dapat lebih tertarik. Hasil uji coba dari 50 responden, memiliki tingkat keterbacaan yang baik, tingkat kemenarikan visual, foto dan ilustrasi baik, kegunaan media pendukung baik sehingga media yang dihasilkan menarik dan mudah dipahami oleh *audience*.

## ABSTRACT

Farah Salsabila Fauzi, 2022. ***Design of Digital Promotional Media for Situbondo Batik by the Office of Cooperatives, Trade and Industry of Situbondo Regency.*** Final Project, Study Program Desain Komunikasi Visual (S1), STIKI – MALANG, Advisor 1 : Pujianto Advisor 2 : Adita Ayu Kusumasari

*Keywords : Digital promotion, Situbondo Batik, Promotional Media*

*Situbondo batik has existed since the 1970s, experiencing a new period in 1994. This batik was only widely known in 2011. Until now promotions cannot be carried out optimally and regularly. The Instagram account @punya\_situbondo which was only managed in November 2020, uploads about Batik Situbondo once a year. There are data on IKM batik in 2015, there were 19 Situbondo Batik craftsmen, but only 6 active craftsmen still produce batik. So we need a visual design that utilizes digital media as a medium of delivery to promote and attract people's attention to Batik Situbondo. Data collection techniques include observation, interviews, questionnaires, and documents. The data analysis used is SWOT analysis to analyze competitors. While the design method used is design thinking by David Kelley. Seeing the existing problems, the solution is to design digital promotions by considering creative strategies that can attract the audience to Batik Situbondo products. The method used is to design the Instagram Feed as the primary media, equipped with video reels that are part of the Instagram feed, posters, YouTube videos, tiktok videos, web banners, and merchandise as supporting media. So that some suggestions are obtained, such as the need for translated content in different languages so that Batik Situbondo can be recognized by international audiences, it is also necessary to develop a more creative layout and content so that the audience can be more interested. The test results from 50 respondents have a good level of readability, level of visual attractiveness, good photos and illustrations, and good use of supporting media so that the resulting media is attractive and easily understood by the audience.*