

## **PERANCANGAN KAMPANYE PENGENALAN MOTIF BATIK JATIWANGI BLORA, JAWA TENGAH**

**MAHALRANI PUTRI AYUK KAISAR**

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu  
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : 114201000917@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Kurangnya perhatian masyarakat terhadap kebudayaan lokal dapat menjadi dampak yang negatif bagi kaum muda. Mereka menjadi seperti tidak mengetahui adanya kebudayaan lokal tersebut dan cenderung kurang peduli. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh DPPKKI (Dinas Perhubungan Pariwisata Kebudayaan Komunikasi dan Informatika) Kabupaten Blora, telah diketahui bahwa 55% dari anak Sekolah Dasar di Blora tidak mengetahui bentuk motif-motif batik yang dimiliki Kota Blora. Perancangan ini menggunakan semua data yang didapat dan diperkuat dengan menggunakan analisis framing, dimana permasalahan tersebut perlu ditanggulangi dengan melakukan hal-hal kecil sebagai bentuk pengenalan akan batik lokal. Bentuk kampanye yang dilakukan bukanlah suatu bentuk kampanye konvensional, melainkan kampanye yang melakukan pendekatan melalui sosialisasi media-media yang biasanya ditemui oleh target audiens setiap hari, yaitu sampul buku tulis, pembatas buku, pensil, jadwal pelajaran, name tag dan lain-lain. Media pengenalan kampanye ini berbentuk roadshow dari sekolah ke sekolah di Kecamatan Blora dalam rangka memperkenalkan Batik Jatiwangi Blora melalui motifnya, akan menjadi media yang cocok untuk anak-anak usia ini. Kampanye pengenalan motif Batik Jatiwangi ini dirancang untuk memberikan pengetahuan dan pengenalan tentang 10 motif Batik Jatiwangi, sehingga mereka dapat melestarikan kebudayaan Batik Jatiwangi sebagai eksplorasi kekayaan alam yang dimiliki kota Blora sejak usia dini, sekaligus menanamkan rasa cinta terhadap Batik asal Blora kepada anak-anak usia 6-12 tahun melalui motifnya.

Kata Kunci : Batik Jatiwangi, Blora, kampanye, perancangan.

## **CAMPAIGN DESIGN TO INTRODUCE PATTERN OF BATIK JATIWANGI IN BLORA, CENTRAL JAVA**

**MAHALRANI PUTRI AYUK KAISAR**

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu  
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : 114201000917@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Lack of public attention on get local culture be negatively impacted filter for youth. They do not know the local culture and pretend to be not aware. According to research conducted by DPPKKI (Department of Transportation Tourism Culture Communication and Information) Blora, it is known that 55% of primary school children in Blora not know the form of batik motifs owned Blora city. This design uses all of the data obtained and amplified using framing analysis, where the problem needs to be addressed by doing little things as a form of introduction to local batik. Shape of the campaign is not a conventional form of campaign, but a campaign approach through media socialization is usually met by the target audience every day, which cover notebooks, bookmarks, pencils, timetable, name tags and others. The introduction of this form of media campaign roadshow from school to school in the district in order to introduce Batik Jatiwangi Blora through motive, would be a suitable medium for kids this age. Batik motifs Jatiwangi awareness campaign is designed to provide knowledge and recognition of Batik motifs Jatiwangi 10, so that they can preserve the culture of Batik Jatiwangi as exploitation of natural resources owned by the city of Blora from an early age, as well as instilling a love of Batik origin Blora to children aged 6-12 years through his motives.

Keyword : Batik Jatiwangi, Blora, campaign, design.