

## ABSTRAK

### “PERANCANGAN BRAND CAMPAIGN UNTUK BRAND ANOMAN COLLEZIONI YANG MENGANGKAT KELEBIHAN BATIK”

Penelitian ini ditulis karena berkurangnya minat pada kebudayaan lokal terutama kain batik dimasyarakat Indonesia Menurut dari wawancara dengan owner Anoman yaitu Minarto Jani mengatakan customer yang datang ke toko Anoman cenderung pada segment menengah keatas dengan usia 50 tahun keatas untuk jenis kelamin pria dan wanita. Sehingga dapat dilihat dari observasi tersebut pada generasi Millennial dan generasi Z sudah memiliki perbedaan pandangan terhadap kain batik, penelitian ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang arti – arti motif batik, agar pemikiran masyarakat dapat mengerti dan menghargai kebudayaan batik, karena batik adalah sebuah seni dan budaya asli Indonesia yang tidak dimiliki oleh negara mana pun didunia. Target market dari Anoman Collezioni sendiri ditujukan untuk usia 30 – 50 tahun pria dan wanita yang menyukai batik sehingga media promosi dan gaya desain disesuaikan dengan target market. Untuk mendukung perancangan tersebut penulis membutuhkan data sekunder dari studi literatur dengan sumber buku, jurnal, maupun artikel dari internet yang berhubungan dengan media promosi untuk mengetahui perilaku customer dengan tepat, brand campaign untuk mengetahui media apa yang akan digunakan, gaya desain untuk mengetahui gaya desain seperti apa yang sesuai, media social untuk mengetahui media apa yang akan digunakan, lalu keputusan pembelian untuk mempengaruhi perilaku konsumen. Lalu penulis juga membutuhkan data primer berupa validasi data melalui wawancara dengan tiga expert user, tiga extreme user, dan melakukan penyebaran survei uji coba desain kepada seratus enam responden yang sesuai dengan target market untuk menguji coba gaya desain, konten, dan strategi promosi yang digunakan “Anoman Collezioni” agar promosi yang dibuat sesuai dengan selera dan dapat diterima oleh target market. Perancangan menghasilkan brand campaign untuk “Anoman Collezioni” berupa konten edukasi, informasi, interaktif lalu endorsement, giveaway dan media promosi pendukung lainnya yang berupa offline hingga online.

**Kata kunci:** Gaya Desain, Keputusan Pembelian, Media Sosial, Media Promosi, Brand Campaign

## ABSTRACT

### "DESIGN OF BRAND CAMPAIGN FOR ANOMAN COLLEZIONI BRAND THAT RAISES THE ADVANTAGES OF BATIK"

*This research was written because of the reduced interest in local culture, especially batik fabrics in Indonesian society. According to an interview with Anoman owner Minarto Jani said customers who come to Anoman stores tend to be in the upper middle segment with the age of 50 years and above for the sex of men and women. So that can be seen from the observation in the Millennial generation and generation Z already have different views on batik fabrics, this research aims to educate the public about the meaning - meaning of batik motifs, so that people's minds can understand and appreciate batik culture, because batik is an art and culture native to Indonesia that is not owned by any country in the world. The target market of Anoman Collezioni itself is intended for 30 - 50 years old men and women who love batik so that the promotional media and design style are tailored to the target market. To support the design, the author needs secondary data from literature studies with sources of books, journals, and articles from the internet related to promotional media to know the behavior of customers appropriately, brand campaigns to know what media to use, design styles to know what kind of design style is appropriate, social media to know what media to use, then purchasing decisions to influence consumer behavior. Then the author also needs primary data in the form of data validation through interviews with three expert users, three extreme users, and conducting a design test survey spread to one hundred and six respondents who are in accordance with the target market to test the design style, content, and promotional strategies used by "Anoman Collezioni" so that promotions are made according to taste and acceptable to the target market. The design produced a brand campaign for "Anoman Collezioni" in the form of educational content, information, interactive and endorsements, giveaways and other supporting promotional media in the form of offline to online.*

**Keywords:** *Design Style, Purchasing Decisions, Social Media, Promotional Media, Brand Campaign*