

ABSTRAK

Devin (625170041)

PERANCANGAN KAMPANYE KOMERSIL MENJADIKAN BUSANA MOTIF BATIK SEBAGAI BUSANA KASUAL BAGI MAHASISWI

Sudah menjadi budaya bagi mahasiswa-mahasiswi jika busana batik hanya cocok dikenakan untuk acara formal. Menurut mereka, batik adalah busana yang memiliki kesan tertinggal zaman sehingga mereka enggan untuk mengenakan batik untuk sehari-hari. Hal ini menjadi salah satu masalah untuk Batikula memasarkan busana batiknya bagi mahasiswi. Melalui perancangan kampanye komersil ini diharapkan busana batik Batikula mampu dikenal sebagai busana batik kasual bagi mahasiswi berusia 18-25 tahun. Perancangan ini menggunakan modul AIDA+S (*Attention, Interest, Desire, Action + Share*). Pengambilan data primer dilakukan melalui hasil observasi, wawancara mendalam, dan pembagian kuisioner terhadap target sasaran mahasiswi. Selain itu, data sekunder diambil melalui studi pustaka tentang *digital marketing* untuk membantu berhasilnya kampanye komersil ini. Hasil dari perancangan ini berupa *digital ads* baik foto dan video yang akan diunggah di platform Instagram, Tiktok, dan Pinterest yang menunjukkan busana batik sebagai busana kasual.

Kata kunci : kampanye komersil, busana batik, kasual, *digital ads*