

PERANCANGAN KAMPANYE “BATIK NONGKRONG” MENGGUNAKAN BATIK SURABAYA UNTUK ANAK MUDA

Ahmad Karim¹, Restu Ismoyo Aji², Aris Sutejo³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Jawa Timur

Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar, Surabaya, Indonesia

¹19052010021@student.upnjatim.ac.id;²restu.dkv@upnjatim.ac.id;³aris.dkv@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

Batik is an intangible cultural heritage of Indonesia that has been recognized by UNESCO and needs to be preserved. But unfortunately there are limitations to wearing batik, many consider batik as formal clothing that is only suitable for formal events such as weddings, offices, and other events. The purpose of this design is to normalize the use of batik clothes in various places, therefore a design for this batik hangout campaign was created using qualitative research methods by interviewing several sources who understand design. With this design, it is hoped that batik can be accepted by young people for use in casual activities, starting from cafes, entertainment facilities, and other leisure activities. The design result is an Instagram social media account named @banong.id, Instagram social media was chosen because it is easily accessible by young people.

Keywords: Batik, Hangout

ABSTRAK

Batik merupakan warisan budaya Indonesia tak benda yang sudah diakui UNESCO dan perlu dijaga kelestariannya. Namun sayangnya ada batasan mengenakan batik, banyak yang menganggap batik sebagai pakaian formal yang hanya cocok digunakan di acara formal seperti pernikahan, perkantoran, dan acara-acara lainnya. Tujuan perancangan ini adalah menormalisasikan penggunaan pakaian batik di berbagai tempat, oleh karena itu dibuatlah perancangan kampanye batik nongkrong ini yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mewawancarai beberapa narasumber yang faham dalam bidang perancangan. Dengan adanya perancangan ini diharapkan batik bisa diterima anak muda untuk digunakan di kegiatan santai mulai dari di cafe, sarana hiburan, dan kegiatan santai lainnya. Hasil perancangan berupa akun sosial media Instagram yang diberi nama @banong.id, sosial media Instagram dipilih karena mudah diakses oleh anak muda.

Kata Kunci: Batik, Nongkrong

1. PENDAHULUAN

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia berupa kain yang dibuat khusus dan memiliki motif-motif khasnya. Lembaga perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang membawahi masalah kebudayaan, UNESCO telah menyetujui batik sebagai warisan budaya tak benda kemanusiaan (*intangible cultural Heritage*) yang dihasilkan oleh Indonesia. Warisan budaya tak benda kemanusiaan merupakan satu dari tiga daftar yang dibuat di bawah konvensi UNESCO 2003 mengenai perlindungan warisan budaya tak benda untuk kemanusiaan.

Batik sudah lama dikenal sebagai warisan budaya Indonesia, dunia juga sudah mengenal bahwasannya batik berasal dari Indonesia. Namun disayangkan kita kurang memeliharanya dengan baik sehingga memberikan peluang bagi bangsa lain untuk memilikinya. Salah satu upaya kita dalam melestarikan budaya Nusantara ini yaitu dengan mengenakannya. (Wulandari, 2011)

Di zaman yang semakin berkembang saat ini tidak ada sama sekali batasan untuk mengenakan batik, kita dapat memakai batik di manapun dan kapanpun, namun sayangnya hingga saat ini batik dianggap sebagai pakaian formal yang banyak dipakai di acara-acara tertentu seperti pernikahan, pertemuan-pertemuan penting, acara perkantoran, dan kegiatan

resmi lainnya. Hampir tidak ditemui di kegiatan- kegiatan santai seperti jalan-jalan dan nongkrong dimanapun itu.

Kampanye ini menyoar anak muda untuk mengenakan batik dikegiatan nongkrong, Salah satu cara untuk menyampaikan informasi kepada anak muda saat ini ialah dengan menggunakan sosial media. Pada saat ini sosial media Instagram merupakan hal yang tidak asing lagi bagi anak muda. Pemilihan sosial media Instagram ini bisa menjadi hal yang tetap untuk menyalurkan segala informasi terhadap anak muda. Dengan begitu diharapkan kampanye menggunakan batik ini akan bisa tersampaikan ke anak muda.

Demi melestarikan dan mengedukasi batik dikegiatan santai khususnya nongkrong dimanapun itu, maka terfikirilah oleh penulis untuk membuat perancangan kampanye “Batik Nongkrong” menggunakan batik Surabaya di kegiatan nongkrong dengan menggunakan media instagram.

2. METODE PENELITIAN



sumber: Dokumentasi pribadi

Gambar 1. Wawancara Bu Karina

Penulis melakukan wawancara dengan Karina Rima Melati kelahiran Yogyakarta, 30 September 1982 yang merupakan pakar batik, dosen batik, dan mengajar di Stikom Yogyakarta mengenai Advertizing. Selain itu perannya dalam melestarikan batik beliau mendirikan bisnis industri batik dengan nama @plusbatik.id, wanita yang akrab disapa Bu Karina ini merupakan seseorang yang faham mengenai batik, Bu Karina mengenal batik dari keluarganya dan hingga saat ini menjadi pecinta batik dan mengikuti komitas Sekar Jagad yang merupakan komunitas pecinta batik yang berisi orang-orang yang menghargai dan melestarikan batik. Kegiatan komunitas tersebut juga sangat banyak, mulai dari mengamati batik dan berdiskusi mengenai batik.

Wawancara ini dilakukan secara daring pada tanggal 29 Januari 2023. Wawancara dilakukan penulis untuk mendapatkan data kualitatif yang dapat dijadikan sebagai masukan untuk perancangan. Dari hasil wawancara diperoleh data sebagaimana berikut :

- a. Batik yang diakui UNESCO merupakan sebuah prosesnya, bukan dari motifnya, maka dari itu wajib bagi kita menghargai batik yang memang benar benar asli dibuat dengan canting atau menggunakan lilin daripada menggunakan printing.
- b. Salah satu upaya Bu Karina dalam melestarikan batik yaitu mengolah limbah batik yang cukup banyak yaitu terdiri dari limbah cair, padat, dan gas, hal itu dilakukan

karena Bu Karina juga sadar bahwasannya industri fashion merupakan penghasil limbah nomor 2 terbesar di Dunia. Nantinya masalah limbah ini bisa juga diangkat menjadi konten edukasi yang ada didalam kampanye oleh penulis.

- c. Jika dalam perancangan terdapat media pendukung berupa kaos sebaiknya menampilkan kaos yang berisi informasi bagaimana batik yang sebenarnya, keluhan pengrajin batik, dan lain lainnya, diusahakan tidak mencontohkan batik printing.
- d. Boleh saja memadupadankan batik dengan aksesoris sebagai inspirasi berpakaian batik di kegiatan santai malah bagus, karena memang tidak ada aturan tersendiri untuk mengenakan batik selama kita tidak berada di wilayah keraton. Kecuali memang sedang di keraton yang mana ada beberapa jenis batik misalnya batik parang yang hanya boleh dipakai untuk orang tertentu dari keraton.
- e. Segala yang berkaitan dengan batik yang berdesain batik baik berupa baju modifikasi maupun sebuah tas berdesain batik bisa dikatakan sebagai menggunakan batik asalkan memang benar-benar dibuat dengan cara manual menggunakan lilin. Jika itu sebuah printing bukanlah dianggap menggunakan batik sesungguhnya akan tetapi menggunakan benda atau aksesoris yang berdesain atau memiliki motif tampilan batik.
- f. Kampanye yang terpenting juga mungkin bisa diselipi dengan bagaimana itu sebuah batik yang sebenarnya dibuat, bagaimana keluhan pengrajin batik, naik turunnya industri batik, limbahnya, dan lain lainnya. Dengan begitu anak muda akan lebih memahami dan menghargai batik yang dibuat dengan sangat teliti menggunakan perasaan disetiap lembar kainnya.
- g. Hal yang mungkin bisa menarik anak muda dalam kampanye yaitu makna dari batik yang dimana terdapat beberapa batik yang diciptakan memiliki artinya sendiri seperti contohnya batik motif tambal yang dimana dalam pembuatannya ada harapan akan kesembuhan yang memakainya.
- h. Mengenai media pendukung sebenarnya sah saja menempatkan motif batik di benda atau aksesoris apapun itu namun yang perlu diperhatikan adalah kesopanan kita dalam menempatkan batik tersebut misalnya pada kasus yang pernah ada ialah desain batik parang yang ditempatkan di alas kaki hotel yang dimana hal itu sangatlah tidak sopan, padahal batik parang merupakan batik yang sangat sakral apalagi ketika sudah memasuki wilayah keraton yang mana tidak semua orang diperbolehkan menggunakan batik parang tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari perancangan kampanye ini merupakan sosial media Instagram yang bernama @banong.id dengan postingan instagram sebagaimana berikut :

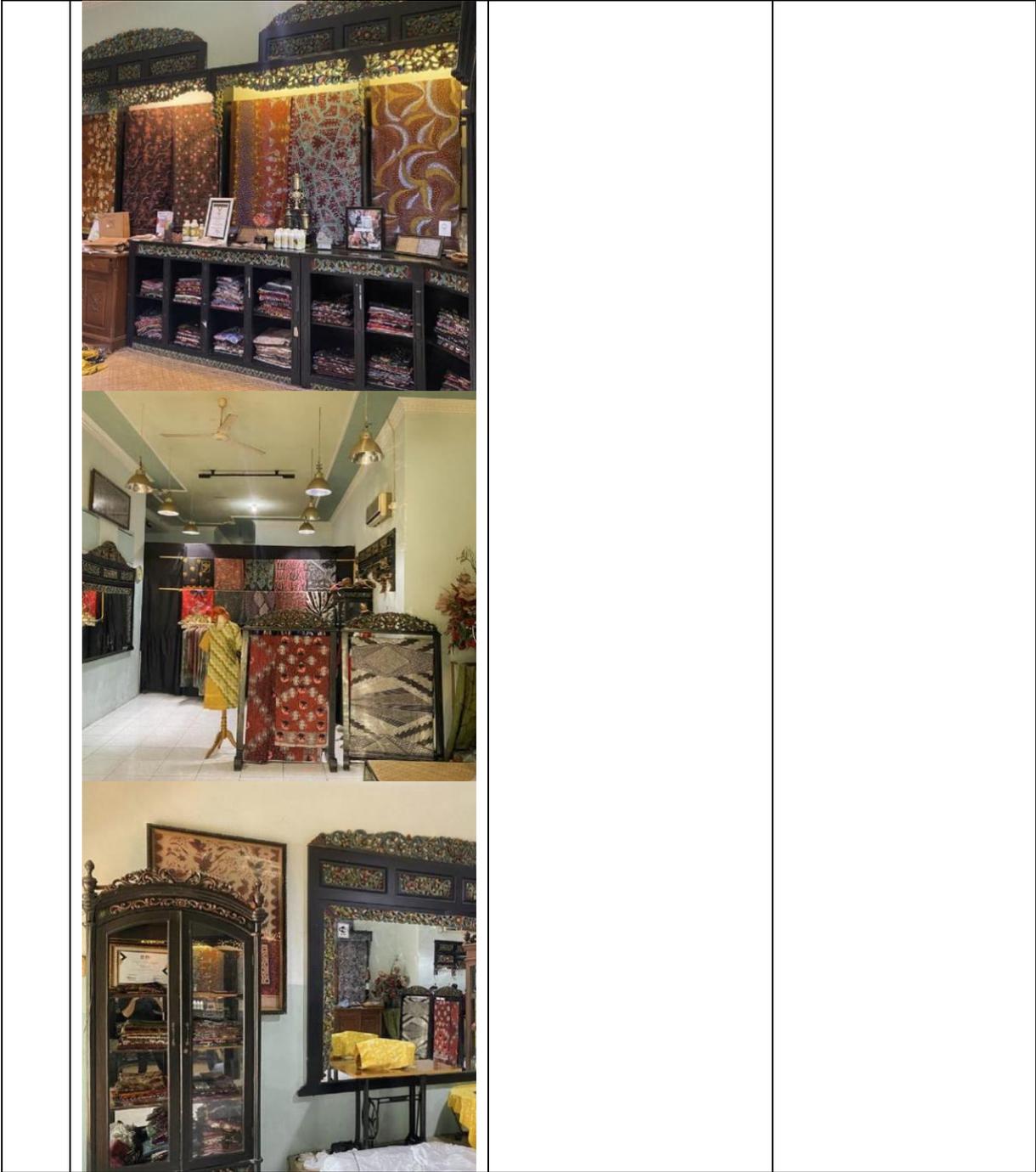
Tabel 1. Konten Kampanye

No	Tampilan	Caption	Penjelasan
1.		<p>Batik merupakan warisan seni dan kerajinan Indonesia yang berwujud sebuah kain dengan proses pembuatan motifnya menggunakan teknik pelapisan lilin secara tradisional. Batik Indonesia merupakan satu keseluruhan dari teknik, teknologi, serta pengembang motif dan budaya yang terkait yang telah diakui dunia sebagai warisan budaya Indonesia.</p> <p>#triviabatik #banong #batiknongkrong #batikeverywhere</p>	<p>Postingan ini menjelaskan bagaimana pengertian dari batik yang sebenarnya, agar lebih menarik postingan ini tidak semata menampilkan kain batik secara flat, namun menampilkan seseorang yang memakai batik dan memegang gelas. Postingan ini diunggah 7 Mei 2023 pukul 06.00 an pagi waktu dimana anak muda bangun tidur dan besar kemungkinan anak muda membuka Instagram saat bangun tidur sehingga konten menjadi ramai ketika diposting di jam tersebut.</p>
2.		<p>Berikut ini merupakan peralatan yang biasa digunakan untuk membuat :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Canting 2. Lilin 3. Kain 4. soda 5. Pewarna celup 6. Pewarna kuas 7. Wajan dan kompor <p>Dalam membuat batik bisa kamu kreasikan dan sesuaikan dengan keinginan kamu, kamu bisa menggunakan bahan kain yang kamu suka dan menggunakan jenis kompor apapun untuk melelehkan lilin.</p> <p>#triviabatik #banong #batiknongkrong #batikeverywhere</p>	<p>Postingan ini merupakan postingan foto carousel yang menampilkan peralatan-peralatan untuk membuat, pada postingan ini penulis mendapatkan informasi secara langsung kepada bapak usman pemilik rumah batik jawa timur. Postingan ini diunggah 8 Mei 2023 pukul 06.00 an pagi waktu dimana anak muda bangun tidur dan besar kemungkinan anak muda membuka Instagram saat bangun tidur sehingga konten menjadi ramai ketika diposting di jam tersebut.</p>

PERANCANGAN KAMPANYE “BATIK NONGKRONG” MENGGUNAKAN BATIK SURABAYA UNTUK ANAK MUDA

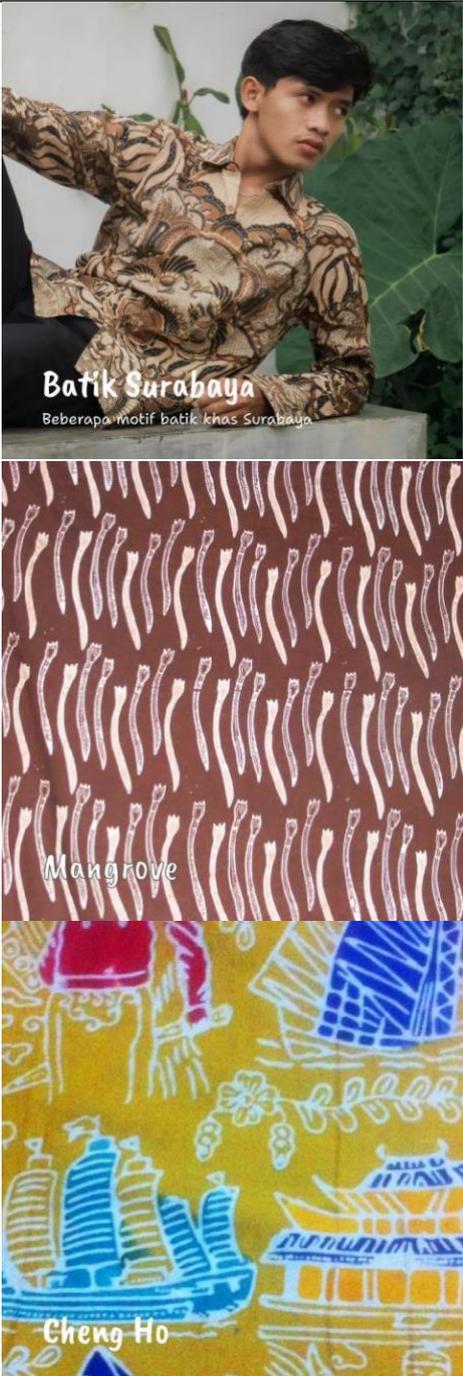
Ahmad Karim, Restu Ismoyo Aji, Aris Sutejo

	 <p>wajan dan Kompor Soda Kain Pewarna celup Pewarna Kaas Lilin Canting</p>		
<p>3.</p>	 <p>Rumah Batik Jawa Timur Bulak Banteng - Kenjeran - Surabaya</p>	<p>Udah tahu belum kalau ada rumah batik jawa Timur di Surabaya?</p> <p>Teman nongkrong bisa datang ke sana melihat beragam koleksi batik tulis dan membelinya. Selain itu kalian juga bisa mengikuti kegiatan workshop membuat batik tulis.</p> <p>Alamat lengkapnya disini : Jl. Dukuh Bulak Banteng Timur No.94, kel.Bulak Banteng, Kec. Kenjeran, Surabaya</p> <p>#triviabatik #banong #batiknongkrong #batikeverywhere</p>	<p>Postingan ini merupakan foto carousel yang menunjukkan bagaimana rumah batik jawa timur. Dan berisikan informasi lokasi dari rumah batik jawa timur yang dapat menambah wawasan bagi anak muda. Postingan ini diunggah 9 Mei 2023 pukul 21.00 an malam waktu dimana anak muda bersiap untuk tidur dan besar kemungkinan anak muda membuka Instagram sebelum tidur dan konten menjadi ramai ketika diposting di jam tersebut.</p>



PERANCANGAN KAMPANYE “BATIK NONGKRONG” MENGGUNAKAN BATIK SURABAYA UNTUK ANAK MUDA

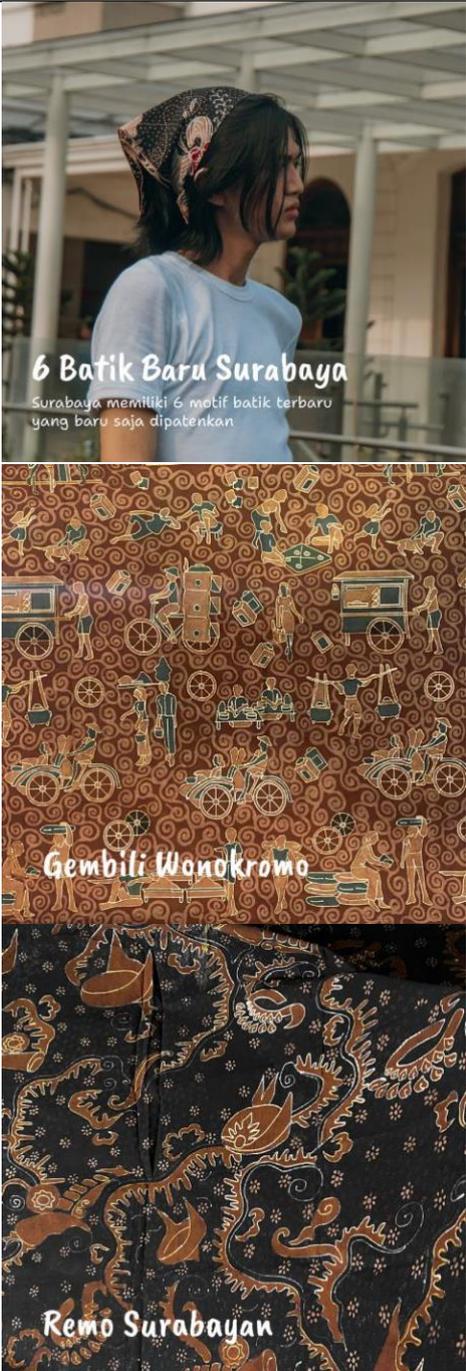
Ahmad Karim, Restu Ismoyo Aji, Aris Sutejo

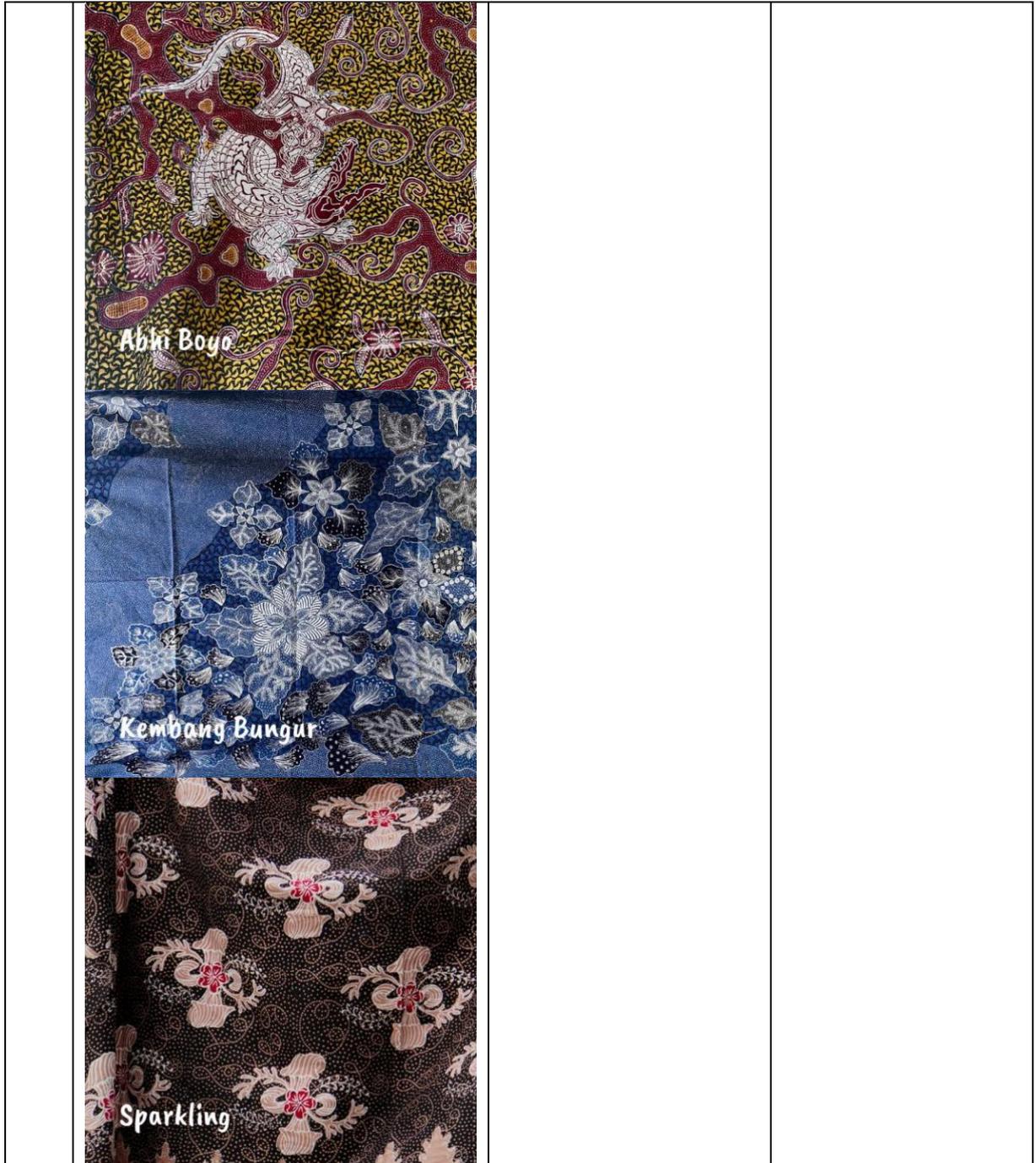
4.		<p>Terdapat cukup banyak, motif batik surabaya yaitu Batik Ujung Galuh atau Sura dan baya, Batik Sawunggaling, Batik Semanggi, Batik Mangrove, Batik Cheng Ho.</p> <p>Ada juga 6 motif lainnya yang terbaru, simak postingan kita terus ya teman nongkrong !</p> <p>Source : https://budaya.co/mengenal-lebih-dekat-batik-khas-dari-surabaya-2/</p>	<p>Pada postingan ini merupakan postingan carousel yang mengedukasi mengenai batik Surabaya yang lama, ada 5 batik surabaya yang dikenalkan dalam postingan ini. Di postingan ini tidak semata menampilkan motif batik Surabaya, namun diawali dengan cover atau tampilan slide pertama yang menampilkan model yang memakai batik Surabaya sehingga terlihat menarik. Postingan ini diunggah 9 Mei 2023 pukul 06.00 an pagi waktu dimana anak muda bangun tidur dan besar kemungkinan anak muda membuka Instagram saat bangun tidur sehingga konten menjadi ramai ketika diposting di jam tersebut.</p>
----	--	--	---



PERANCANGAN KAMPANYE “BATIK NONGKRONG” MENGGUNAKAN BATIK SURABAYA UNTUK ANAK MUDA

Ahmad Karim, Restu Ismoyo Aji, Aris Sutejo

<p>5.</p>		<p>Ada 6 motif batik Surabaya yang terbaru dari ajang kompetisi pembuatan batik khas Surabaya dan sudah dipatenkan sebagai batik khas Surabaya, nama-nama batik tersebut ialah Batik Sparkling, Batik Bunga Bungur, Batik Kinthir-Kinthir, Batik Abhi Boyo, Batik Gembili Wonokromo, Batik Remo Surabayan.</p> <p>Source : https://jatim.kompas.tv/article/348982/pemkot-kembali-kenalkan-koleksi-batik-khas-surabaya</p> <p>#triviabatik #banong #batiknongkrong #batikeverywhere</p>	<p>Postingan ini merupakan postingan carousel yang mengenalkan 6 batik Surabaya yang terbaru, sama dengan postingan sebelumnya mengenai batik Surabaya di awal postingan menampilkan model yang mengenakan batik Surabaya agar terlihat menarik. Postingan ini diunggah 9 Mei 2023 pukul 06.00 an pagi waktu dimana anak muda bangun tidur dan besar kemungkinan anak muda membuka Instagram saat bangun tidur sehingga konten menjadi ramai ketika diposting di jam tersebut.</p>
-----------	--	---	--



PERANCANGAN KAMPANYE “BATIK NONGKRONG” MENGGUNAKAN BATIK SURABAYA UNTUK ANAK MUDA

Ahmad Karim, Restu Ismoyo Aji, Aris Sutejo

			
6.		<p>Batik Kawula merupakan karya pemuda berkain yang proses pencantingannya dibuat bersama sama oleh pemuda berkain dan pengunjung acara “Wastra 1000 Asa” yang diselenggarakan oleh pemuda berkain.</p> <p>#triviabatik #banong #batiknongkrong #batikeverywhere</p>	<p>Postingan instagram ini mengenalkan batik kawula yaitu batik dari pemuda berkain, pada slide pertama menampilkan model yang mengenakan kain batik kawula dan pada slide ke 2 menampilkan detail dari motif batik kawula. Postingan ini diunggah 11 Mei 2023 pukul 21.00 an malam waktu dimana anak muda bersiap untuk tidur dan besar kemungkinan anak muda membuka Instagram sebelum tidur dan konten menjadi ramai ketika diposting di jam tersebut.</p>

<p>7.</p>		<p>Batik yang Asli merupakan batik yang membuat batik menggunakan lilin atau malam sebagai bahan utama untuk membatik.</p> <p>#triviabatik #banong #batiknongkrong #batikeverywhere</p>	<p>Pada postingan ini menjelaskan bagaimana batik yang asli atau batik sesungguhnya, postingan ini menampilkan salah satu media pendukung kampanye batik nongkrong yaitu scraft batik, dan secara tidak langsung menunjukkan cara penggunaan scarf. Postingan ini diunggah 11 Mei 2023 pukul 06.00 an pagi waktu dimana anak muda bangun tidur dan besar kemungkinan anak muda membuka Instagram saat bangun tidur sehingga konten menjadi ramai ketika diposting di jam tersebut.</p>
<p>8.</p>		<p>Proses pembuatan batik yang asli atau tulis dan cap melewati proses yang rumit, melibatkan lilin (malam), ngelotot, serta teknik pewarnaan yang tidak sederhana. Masih banyak unsur seni di dalamnya. Sedangkan tekstil printing sama sekali bukanlah sebuah karya seni.</p> <p>Kondisi pengrajin batik lokal menjadi semakin buruk karena bahan baku tekstil di dalam negeri justru mengalami kelangkaan dan kenaikan harga yang signifikan. Ini membuat harga batik lokal lebih mahal dari textile printing dengan motif batik dari China.</p> <p>#triviabatik #banong #batiknongkrong #batikeverywhere</p>	<p>Postingan ini menjelaskan bagaimana batik yang palsu atau batik yang bukan sesungguhnya, karena batik bukanlah hanya sekedar tampilan tapi pembuatannya yang membutuhkan keterampilan khusus. Postingan ini diunggah 11 Mei 2023 pukul 17.00 an sore dimana merupakan jam pulang kantor atau perkuliahan, besar kemungkinan anak muda untuk membuka instagram dan konten menjadi ramai ketika diposting di jam tersebut.</p>

PERANCANGAN KAMPANYE “BATIK NONGKRONG” MENGGUNAKAN BATIK SURABAYA UNTUK ANAK MUDA

Ahmad Karim, Restu Ismoyo Aji, Aris Sutejo

<p>9.</p>		<p>Buat teman nongkrong yang masih bingung gimana look untuk berkain, yuk simak video tutorial berkain ini. #berkain #banong #batiknongkrong #batikeverywhere</p>	<p>Postingan ini merupakan postingan video yang menampilkan cara berkain dengan 2 tampilan yang berbeda yang bisa ditiru oleh anak muda. Postingan ini diunggah Mei 2023 pukul 21.00 an malam waktu dimana anak muda bersiap untuk tidur dan besar kemungkinan anak muda membuka Instagram sebelum tidur dan konten menjadi ramai ketika diposting di jam tersebut.</p>
<p>10.</p>		<p>Berkain bukan berarti ga cocok ya pakai sepatu, teman nongkrong bisa pakai sepatu apa saja ketika berkain menyesuaikan konsep outfit teman nongkrong #berkain #banong #batiknongkrong #batikeverywhere</p>	<p>Pada postingan ini merupakan inspirasi berkain batik untuk anak muda ketika nongkrong. Postingan ini diunggah 14 Mei 2023 pukul 21.00 an malam waktu dimana anak muda bersiap untuk tidur dan besar kemungkinan anak muda membuka Instagram sebelum tidur dan konten menjadi ramai ketika diposting di jam tersebut.</p>
<p>11.</p>		<p>Pakai kemeja batik ga harus dikancingin semua, teman nongkrong bisa sedikit buka kancing bagian atas dan menambahkan aksesoris kalung sebagai pemanis outfit teman nongkrong. #berkain #banong #batiknongkrong #batikeverywhere</p>	<p>Pada postingan ini merupakan inspirasi mengenakan kemeja batik untuk anak muda ketika nongkrong. Postingan ini diunggah 14 Mei 2023 pukul 21.00 an malam waktu dimana anak muda bersiap untuk tidur dan besar kemungkinan anak muda membuka Instagram sebelum tidur dan konten menjadi ramai ketika diposting di jam tersebut.</p>

<p>12.</p>		<p>Gimana ? pengen tahu lebih lanjut mengenai pemuda berkain ? follow @pemudaberkain</p> <p>#berkain #banong #batiknongkrong #batikeverywhere</p>	<p>Postingan ini merupakan penjelasan mengenai <i>stake holder</i> dari perancangan kampanye batik nongkrong yaitu penjelasan apa itu pemuda berkain. Postingan ini diunggah 14 Mei 2023 pukul 17.00 an sore dimana merupakan jam pulang kantor atau perkuliahan, besar kemungkinan anak muda untuk membuka Instagram dan konten menjadi ramai ketika diposting di jam tersebut.</p>
<p>13.</p>		<p>Temen nongkrong mau kaos banong ?</p> <p>Order ? Atau mau gratis aja ?</p> <p>Cek story @banong.id lakuin rulesnya, dapetin kaos banong gratis !! 😊</p> <p>#banong #batiknongkrong #batikeverywhere</p>	<p>Postingan ini merupakan postingan salah satu inspirasi gaya ketika mengenakan kaos banong berwarna cream. Tidak lupa juga menampilkan detail bagian belakang kaos. Postingan ini diunggah 15 Mei 2023 Pukul 12.00 an siang waktu dimana istirahat kantor, perkuliahan dan mungkin juga sekolah, besar kemungkinan anak muda untuk membuka Instagram di jam tersebut sehingga konten menjadi ramai ketika diposting di jam tersebut.</p>



Sumber: Dokumen Pribadi

4. PENUTUP

Banyaknya anak muda yang menganggap pakaian batik merupakan pakaian formal membuat penulis membuat perancangan kampanye “Batik Nongkrong” ini, perancangan kampanye “Batik Nongkrong” ini dilakukan melalui sosial media Instagram @banong.id dan mengajak kerja sama dengan komunitas pemuda berkain atau @pemudaberkain.

Konten yang disuguhkan dalam kampanye “Batik Nongkrong” ini cukup banyak, mulai dari pengenalan batik tulis, motif batik khas Surabaya, hingga inspirasi menggunakan pakaian batik.

Dari perancangan kampanye “Batik Nongkrong” ini banyak anak muda yang mengikuti Instagram @banong.id selain suka dengan isi kontennya anak muda juga suka dengan tampilan warna dari setiap postingan Instagram @banong.id yang bernuansa hangat. Konten yang paling diminati anak muda ialah postingan carousel yang banyak menampilkan gambar atau video dalam satu postingan sedangkan postingan yang paling ramai merupakan postingan kolaborasi dengan akun Instagram @pemudaberkain.

Selain itu terdapat kegiatan kampanye secara langsung yang juga diminati oleh anak muda mulai dari kegiatan banong berbagi yang membagi bagikan takjil di sekitaran Alun-alun Surabaya hingga kegiatan foto “#GaMaluPakeBatik” yang diadakan di acara pameran Gerilya 2023. Takjil yang dibagikan dalam kegiatan banong berbagi habis tanpa terkecuali dan kegiatan foto di pameran Gerilya 2023 banyak yang berantusias mengikuti dengan foto di stan pameran banong menggunakan batik dan mengunggahnya ke story instagram pribadi. Hal ini menunjukkan bahwasannya kampanye ini sangatlah cocok dan sesuai dengan kegemaran anak muda.

Perancangan kampanye “Batik Nongkrong” ini telah disusun oleh penulis secara ilmiah dengan mewawancarai beberapa narasumber yang berkompeten dengan dukungan komunitas pemuda berkain. Perancangan ini merupakan salah satu upaya penulis untuk mengenalkan batik

dan menormalisasikan batik di kegiatan santai, namun perancangan ini masih butuh studi lebih lanjut apakah banyak anak muda yang menggunakan batik di kegiatan nongkrong. Perancangan ini bisa menjadi model kampanye serupa untuk batik khas di luar Surabaya.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam perancangan kampanye batik nongkrong ini mulai dari orang tua, dosen pembimbing dan juga komunitas pemuda berkain. Semoga artikel perancangan kampanye ini berguna bagi yang membacanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2015). Kampanye kreatif dalam kontestasi presidensial 2014. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 19(1), 16-39.
- Basuki, A. (2015). Makna warna dalam desain. *Retrieved April, 30, 2017*.
- Duku, S. (2011). Mengenal Kampanye Komunikasi. *Wardah*, 12(2), 185-197.
- Kurniatati Eny, 2015. Batik Mangrove Rungkut Surabaya. Universitas Negeri Surabaya
- Kurniadi, H., & Hizasalasi, M. (2017). Strategi komunikasi dalam kampanye diet kantong plastik oleh GIDKP di Indonesia. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 6(1), 21-31.
- Pamungkas, A. D., & Arifin, R. (2019). Demokrasi dan Kampanye Hitam dalam Penyelenggaraan Pemilihan Umum di Indonesia (Analisis atas Black Campaign dan Negative Campaign). *DIKTUM: Jurnal Syariah dan Hukum*, 17(1), 16-30.
- Pangestu, R. (2019). Penerapan kampanye sosial dalam desain komunikasi visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 4(2).
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Penerbit Andi.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Layout Dasar & Penerapannya*. Satria Multimedia
- Trixie, A. A. (2020). Filosofi Motif Batik Sebagai Identitas Bangsa Indonesia. *Folio*, 1(1), 1-9
- Venus, A. 2012. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Venus, A., Rema Karyanti, S., & Rakhmat, J. (2004). *Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Wijaya, P. Y. (1999). Tipografi dalam desain komunikasi visual. *Nirmana*, 1(1).
- Wulandari, Ari. 2011. *Batik Nusantara. Makna Filosofis, Cara Pembuatan, dan Industri Batik*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset