

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE SOSIAL PRODUK SARUNG SAMARINDA BAGI GENERASI MUDA

Oleh : Karina Rahmanadya Noorsani

NIM : 1601154438

Pada kalangan generasi muda, produk Sarung Samarinda masih kurang digunakan dan kurang disukai. Saat ini produk Sarung Samarinda hanya digunakan sebagai bawahan saat beribadah kecuali pada ruang lingkup pemerintahan kota yang digunakan sebagai seragam. Namun sekarang, produk Sarung Samarinda dimodifikasi menjadi produk fashion seperti sepatu, tas, aksesoris, baju pesta, baju casual, topi dan sebagainya. Dengan demikian, sosialisasi terus dilakukan melalui beberapa acara yang dirancang Dinas Pariwisata Kota Samarinda. Pengaruh budaya dari luar negeri juga menjadi alasan kurangnya peminat pada produk sarung, karena sarung dianggap kuno dan tidak *fashionable*. Perancangan ini dilakukan untuk mengubah opini generasi muda mengenai Sarung Samarinda yang terlihat kuno. Kemudian direncanakan dengan strategi yang lebih baik lagi, menarik dan dapat digunakan oleh semua kalangan terutama generasi muda. Metode yang digunakan ialah metode pengumpulan data primer dan sekunder, yang meliputi wawancara, observasi, kuesioner dan studi pustaka. Untuk analisisnya menggunakan metode data analisis yang meliputi SWOT, STP dan matriks. Perancangan ini dilakukan untuk menciptakan rasa cinta terhadap produk lokal yang ada di daerah Kota Samarinda, juga dapat memberitahukan kepada generasi muda bahwa produk Sarung Samarinda dapat menjadi gaya hidup anak muda.

Kata kunci: Generasi muda, Sarung Samarinda, Gaya Hidup Anak Muda