

ABSTRAK

Indonesia memiliki berbagai macam budaya. Salah satu warisan budaya Indonesia adalah batik. Warisan budaya batik telah diakui oleh UNESCO sebagai warisan dunia dari Indonesia. Salah satu usaha batik tradisional yang sudah berdiri sejak tahun 2004 Batik Lebetsibu. Usaha ini terus berkembang hingga sekarang, namun seiring dengan waktu, minat konsumen terhadap Batik Lebetsibu kian menurun yang mengakibatkan penurunan penjualan. Kegiatan pemasaran pada media *offline* maupun *online* belum efektif karena belum ada penerapan strategi pemasaran dan prinsip desain. Tujuan dari penelitian ini yaitu membentuk strategi dengan media promosi yang efektif agar dapat mengembangkan *awareness* audiens akan usaha dari Batik Lebetsibu. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, studi pustaka dan metode analisis data matriks perbandingan dan analisis STP. Melalui perancangan media promosi diharapkan masyarakat lebih mengenal dan memakai kain sebagai salah satu produk *fashion* yang memiliki unsur budaya Indonesia serta dapat meningkatkan perkembangan bisnis dan minat beli konsumen terhadap Batik Lebetsibu.

Kata kunci; Perancangan; Media Promosi; Batik; Cirebon