

ABSTRAK

Batik Gedhog merupakan batik yang berasal dari Tuban Jawa Timur. Batik Gedhog ini memiliki pengaruh tiga budaya yaitu Jawa, Islam dan Tiongkok. Serta dalam motifnya memiliki keunikan dari segi motif yang modis dan memiliki filosofis tentang kehidupan. Di jaman sekarang generasi milenial banyak yang kurang antusias terhadap karya seni tradisional, salah satunya karya seni Batik Gedhog. Masyarakat dan wisatawan luar daerah masih banyak yang kurang mengetahui tentang Batik Gedhog serta persaingan batik juga semakin ketat yang dimana banyak varian batik yang mulai memasarkan produknya diluar market leader sehingga batik gedhog memerlukan strategi promosi yang tepat yang bertujuan untuk menciptakan awareness kepada generasi milenial serta dapat bersaing dalam mempromosikan Batik Gedhog. Dalam perancangan strategi promosi Batik Gedhog menggunakan metode kualitatif dalam pengumpulan data serta menerapkan teori DKV, media, promosi, Advetising. Dalam perancangan strategi promosi batik gedhog menghasilkan event sebagai media utama yang dimana akan meningkatkan antusias dan memberikan pengalaman kepada khalayak sasaran, serta meningkatkan penjualan terhadap Batik Gedhog.

Kata kunci: Batik Gedhog, Generasi Millenial, Event