

Abstrak

Batik adalah salah satu warisan budaya Indonesia yang diakui secara dunia oleh UNESCO. Kain lurik berbeda dengan kain batik, dimana kain batik sendiri biasanya dibuat menggunakan lilin panas yang sudah cair, lalu di gambarnya pada sebuah kain dengan menggunakan canting maupun alat cap khusus berbentuk balok dengan motif tertentu. Sedangkan kain Lurik sendiri dibuat dengan menggunakan benang katun yang ditunen menggunakan alat tradisional. Lurik sendiri merupakan kain tenun yang memiliki pola garis lurus berulang dan tegas pada setiap motifnya. Lurik sendiri identik dengan daerah Jawa Tengah dan Jogja, salah satu UMKM yang menjual kain lurik adalah Ola Lurik. Namun *branding* yang digunakan UMKM tersebut masih kurang maksimal sehingga diperlukan adanya *rebranding*. Sehingga masih banyak masyarakat yang tidak tahu menahu mengenai kain Lurik sendiri. Penelitian ini didasari dengan teori Desain Komunikasi Visual dengan menggunakan metode kualitatif yang memperoleh datanya melalui kuisisioner, wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil akhir dari perancangan ini adalah rebranding pada UMKM Ola Lurik berupa logo, foto produk, media promosi, dan juga media pendukung. Sehingga dengan adanya media yang digunakan semaksimal mungkin dapat mengenalkan kain Lurik ke masyarakat luas Indonesia melalui UMKM Ola Lurik.

Kata kunci : Lurik, Rebranding, UMKM Ola Lurik, Logo, Media Promosi, Media Pendukung