

ABSTRAK

Indonesia dikenal dengan budayanya yang beragam dan potensi wisatanya. Salah satu produk wisata yang dimiliki Indonesia adalah festival budaya, namun tidak semua provinsi memiliki dan bisa mengemas festival tersebut menjadi daya tarik bagi turis. Salah satu dari sekian banyak festival budaya yang ada di Indonesia adalah Festival Batanghari. Festival yang baru mulai diadakan tahun lalu ini membutuhkan identitas visual maupun media promosi yang baik, namun penulis mendapatkan bahwa sebagian besar penduduk Kota Jambi sendiri belum mengetahui festival yang diadakan di kotanya tersebut.

Metode yang digunakan penulis dalam pengumpulan data adalah observasi, studi literatur, wawancara dan kuesioner. Dari hasil pengumpulan data penulis mendapat kesimpulan bahwa Festival Batanghari tahun 2014 lalu belum memiliki baik identitas visual yang kuat maupun media promosi dengan baik. Oleh karena itu penulis melakukan *redesign* terhadap identitas visual dan media promosi yang ada dengan tujuan membuat *branding* terhadap Festival Batanghari lebih efektif dan akhirnya dapat diketahui oleh penduduk Kota Jambi maupun warga negara Indonesia dari provinsi lain.

Konsep perancangan dalam bidang desain visual yang ditawarkan penulis adalah dengan menggunakan salah satu motif batik Jambi, motif batik Batanghari dan konsistensi penggunaan warna pada media promosi. Penulis juga merancang website yang memiliki fitur *music player* guna menambah partisipasi karya dari *event* sebelumnya, dan *mini-event* “*Experience Batanghari*” yang diharapkan menambah *experience* maupun pemasukan dari pengunjung Festival.

Kata kunci: Festival Budaya, Jambi, Media Promosi, Melayu