

ABSTRAK

Saat ini industri batik tradisional di berbagai daerah di Indonesia sedang berkembang pesat, salah satunya di kota Bandung. Maraknya batik tiruan di kota Bandung, membuat pengrajin batik harus bersaing dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan, terutama dari segi keanekaragaman desain agar tetap mampu bertahan dan bersaing di industri batik guna memerangi bangkitnya batik tiruan, khususnya di kota Bandung. Fokus utama Rumah Batik Komar adalah untuk mengedukasi masyarakat, khususnya pelajar di Bandung, tentang batik tradisional sebagai upaya memerangi imitasi batik. Untuk itu Rumah Batik Komar mengembangkan program Eduwisata Rumah Batik Komar, agar masyarakat Kota Bandung dapat mengenal batik dan merasakan langsung sensasi membatik yang autentik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif, metode pengumpulan data dengan melakukan observasi, studi literatur, dan wawancara. Metode analisis data yaitu dengan analisis SWOT, AISAS, AOI dan teori-teori pendukung.

Penulis menyimpulkan bahwa perlu merancang strategi promosi untuk Eduwisata Rumah Batik Komar dan desain visual yang memasukkan unsur-unsur AISAS di dalamnya.

Keywords: Pariwisata, Batik, Autentik, Promosi