

ABSTRAK

Ulos adalah kain tradisional yang memiliki nilai sejarah dan budaya yang mendalam bagi masyarakat Batak Toba di Sumatera Utara. Namun, informasi mengenai Ulos masih terbatas dan kurang dikenal oleh masyarakat luas, terutama generasi muda. Oleh karena itu, diperlukan media informasi yang dapat memperkenalkan dan melestarikan kekayaan budaya ini yaitu dalam bentuk Kampanye Sosial. Tujuan dari Perancangan Kampanye Sosial Pengenalan Ulos Batak Toba sebagai Pakaian Tradisional adalah untuk memberikan edukasi dan informasi yang efektif tentang sejarah, motif, jenis-jenis, makna, fungsi dan cara penggunaan Ulos kepada masyarakat luas. Media ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap budaya Batak Toba. Metode kualitatif seperti SWOT digunakan dalam perancangan ini untuk mendapatkan data yang valid. Proses penelitian melibatkan wawancara dengan pengrajin dan pemilik toko Ulos Batak Toba, observasi langsung, serta studi pustaka tentang Ulos Batak Toba. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis untuk merancang kampanye sosial dalam bentuk *big book* dan *e-book* yang informatif dan menarik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Batak Toba memiliki berbagai jenis Ulos dengan makna simbolis yang berbeda-beda, serta proses pembuatan yang rumit dan memerlukan keahlian khusus. Berdasarkan temuan ini, *big book* dan *e-book* untuk Ulos Batak Toba dirancang dengan desain yang menarik dan informatif, Media kampanye sosial ini diharapkan dapat menjadi sarana edukasi dan informasi yang efektif dalam melestarikan dan memperkenalkan budaya Batak Toba kepada masyarakat luas.

Kata Kunci: Ulos, Batak Toba, Kampanye Sosial, *Big Book*, *E-Book*

ABSTRACT

Ulos is a traditional cloth with profound historical and cultural value for the Batak Toba people in North Sumatra. However, information about Ulos remains limited and is not widely known by the general public, especially the younger generation. Therefore, a medium that can introduce and preserve this cultural heritage through a Social Campaign is necessary. The objective of the Social Campaign Design for Introducing Ulos Batak Toba as Traditional Clothing is to provide effective education and information about the history, motifs, types, meanings, functions, and usage of Ulos to the broader community. This medium is expected to increase awareness and appreciation of Batak Toba culture. Qualitative methods such as SWOT are used in this design to obtain valid data. The research process involves interviews with craftsmen and owners of Ulos Batak Toba shops, direct observation, and literature studies on Ulos Batak Toba. The collected data is then analyzed to design an informative and attractive social campaign in the form of a big book and an e-book. The research findings show that the Batak Toba community has various types of Ulos with different symbolic meanings, and the manufacturing process is intricate and requires special skills. Based on these findings, the big book and e-book for Ulos Batak Toba are designed with engaging and informative content. This social campaign medium is expected to be an effective educational and informational tool in preserving and introducing Batak Toba culture to the wider public.

Keywords: *Ulos, Batak Toba, Social Campaign, Big Book, E-Book*