

KONSTRUKSI CITRA KABUPATEN SIDOARJO DALAM BATIK JETIS SIDOARO

A.A.I. Prihandari Satvikadewi¹, Fidela Aireil Herdandi²

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
fidelaaireil9b09@gmail.com

Abstract

City image construction refers to the way a city is shaped, represented, and interpreted by its residents, visitors, and through the media and evolving narratives. City image plays an important role in terms of tourism, investment, and city identity, and can influence how people see the place. This research analyzes 4 motifs of Batik Jetis Sidoarjo including Kembang Bayam, Kembang Tebu, Beras Wutah, and Bandeng Shrimp which are constructed into the image and city branding of Sidoarjo Regency. This research approach is qualitative with explorative research type. The research method used is the visual communication method by Gillian Rose which contains Site of production, Site of image, and Site of audience, each site has a modality, namely the modalities of composition, technology, and social. Based on the results of analysis and interviews with one of the Batik Jetis shop owners in Sidoarjo Regency, it was found that the four Batik Jetis motifs have characteristics that exist in Sidoarjo Regency, these characteristics are taken from the natural potential produced by Sidoarjo Regency. Where the research is associated with supporting theories including image theory and city branding theory associated with 3 modalities initiated by Gillian Rose that Batik Jetis Sidoarjo is the hallmark of Sidoarjo Regency.

Keywords: City image; city branding; visual communication;

Abstrak

Konstruksi citra kota merujuk pada cara sebuah kota dibentuk, diwakili, dan diinterpretasikan oleh penduduknya, pengunjung, serta melalui media dan narasi-narasi yang berkembang. Citra kota memainkan peran penting dalam hal pariwisata, investasi, dan identitas kota, dan dapat memengaruhi cara orang melihat tempat tersebut. Penelitian ini menganalisis 4 motif Batik Jetis Sidoarjo diantaranya Kembang Bayam, Kembang Tebu, Beras Wutah, dan Udang Bandeng yang di konstruksikan kedalam citra dan city branding Kabupaten Sidoarjo. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian eksploratif. Metode penelitian yang digunakan ialah metode komunikasi visual oleh Gillian Rose yang berisi Site of production, Site of image, dan Site of audience yang masing-masing situs memiliki modalitas yaitu modalitas komposisi, teknologi, dan sosial. Berdasarkan hasil analisis dan wawancara terhadap salah satu pemilik toko Batik Jetis yang ada di Kabupaten Sidoarjo, ditemukan bahwa ke empat motif Batik Jetis tersebut memiliki ciri khas yang ada di Kabupaten Sidoarjo, ciri khas tersebut diambil pada potensi alam yang dihasilkan oleh Kabupaten Sidoarjo. Dimana pada penelitian tersebut dikaitkan dengan teori pendukung diantaranya ialah teori citra dan teori city branding dikaitkan dengan 3 modalitas yang digagas oleh Gillian Rose bahwa Batik Jetis Sidoarjo ialah ciri khas Kabupaten Sidoarjo.

Kata Kunci: Citra kota; city branding; komunikasi visual;

A. PENDAHULUAN

City branding dapat diartikan sebagai suatu metode atau proses yang digunakan untuk mempromosikan suatu kota di tingkat nasional dan internasional. Dalam proses pengenalan tersebut citra akan menciptakan merek yang berbeda dari kota lain dan akan menarik investor, wisatawan, dan banyak lagi. *City branding* secara umum mengacu pada pengelolaan citra kota dengan tujuan untuk menciptakan citra kota yang baik, dan lebih khusus lagi dan bagaimana citra tersebut dapat dibentuk serta apa saja yang diperlukan untuk melakukan pengelolaan citra tersebut, berfokus pada aspek komunikasi (Moilanen dan Rainisto, 2009). (Luthfi et al., n.d. 2018).

Salah satu media *city branding* yang digunakan oleh kota-kota besar di Indonesia adalah batik diantaranya Jogja, Solo, Madura, Jambi. Pekalongan ialah salah satu kota penghasil batik terbesar dan menjadikan batik sebagai identitas kota tersebut. Pekalongan menjadi kota dagang dan wisata berkat pengusaha dan pengrajin batik yang menawarkan keberagaman motif dan desain batik. Orang-orang datang ke sana untuk berbelanja, berwisata, atau berinvestasi dalam saham. Selain itu, proses pembuatan batik Pekalongan sebagian besar dilakukan di rumah-rumah masyarakat Pekalongan dan sangat erat kaitannya dengan kehidupan mereka.

Salah satu Kabupaten penghasil batik ialah Kabupaten Sidoarjo yang mana merupakan wilayah pesisir yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Jenis batik yang di produksi ialah batik tulis, Produksi batik tulis Kabupaten Sidoarjo berada di daerah Diponegoro, pusat kota Sidoarjo, di Lemah Putro yang dinamakan Kampoeng Batik Jetis. Batik Jetis sendiri menjadi ciri khas Kabupaten Sidoarjo. Berikut beberapa motif Batik Jetis khas Kabupaten Sidoarjo yaitu Beras Wutah, Kembang Bayem, Kembang Tebu, dan Udang Bandeng.

Sejarah mencatat bahwa batik tulis tradisional Sidoarjo berasal dari Jetis sejak tahun 1675. Menurut Dave (2014), Mbah Mulyadi, yang konon berasal dari keturunan raja Kediri yang melarikan diri ke Sidoarjo, adalah orang pertama yang mengajarkan batik ini. Mbah Mulyadi mulai berjualan di Pasar Kaget, yang sekarang disebut Pasar Jetis,

dengan didampingi para pengawalnya. Banyak pedagang dari luar daerah, terutama pedagang Madura, datang ke Pasar Jetis karena jumlah penduduk yang meningkat dan citra perdagangan yang lebih baik. Batik tulis yang dibuat oleh penduduk Jetis sangat disukai oleh pedagang Madura. Karena sebagian besar penduduk Madura mengenakan batik sebagai pakaian tradisional dan sehari-hari, maka Batik Jetis sangat diminati oleh wisatawan luar daerah, terutama Masyarakat Madura. Batik yang mereka sukai umumnya berupa motif bunga yang penuh warna mencolok seperti merah, biru, hijau, dan lain sebagainya.

Pada dasarnya Sidoarjo memiliki banyak ciri khas atau citra yang merupakan pembeda dari kota-kota lainnya diantaranya ada udang dan bandeng dimana masyarakat Sidoarjo mayoritas memiliki hasil tambak dari ikan bandeng dan udang di daerah kabupaten Sidoarjo (Sukmana, 2016) sekaligus ikon Kabupaten Sidoarjo. Lumpur Lapindo yang merupakan bencana yang terjadi di Kecamatan Porong, Jabon, dan Tanggulangin ini berdampak buruk terhadap citra internal dan eksternal Sidoarjo. Citra ini tidak hanya berdampak signifikan dan bertahan lama bagi masyarakat, namun juga mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan dan investor yang berkunjung ke Sidoarjo. Tidak disarankan untuk menggunakan citra ini sebagai strategi pengembangan merek di Kabupaten Sidoarjo karena berpotensi mengganggu kawasan industri di sekitarnya.

Salah satu sentra batik terbesar yang sampai saat ini masih eksis di Sidoarjo ialah Kampoeng Batik Jetis dan menjadi rumah bagi para perajin batik. Pelestarian produk budaya tersebut penting untuk merevitalisasi pariwisata produk budaya Batik di Sidoarjo. Namun produk budaya lokal tersebut kurang dipromosikan secara maksimal oleh pemerintah kota Sidoarjo. Oleh karena itu perlu direncanakan bagaimana cara mencitrakan Batik Jetis khas Sidoarjo sebagai ciri khas Kabupaten Sidoarjo itu sendiri dari sudut pandang pelestarian budaya dan bagaimana dapat menjadi sumber daya pariwisata Kabupaten Sidoarjo.

Pada penelitian ini upaya Kabupaten Sidoarjo membentuk citra dalam Batik Jetis di Sidoarjo membangun citra destinasi wisata budaya agar mampu menarik wisatawan

untuk berkunjung, dan mengungkap bahwasannya makna dibalik Kabupaten Sidoarjo yang memiliki branding Pesona Delta yang artinya Kabupaten Sidoarjo memiliki beragam potensi baik di sektor industri, pariwisata, kebudayaan, dan alam. Salah satunya ialah Batik Jetis yang tepatnya di Desa Lemah Putro Sidoarjo. Berdasarkan latar belakang diatas tujuan penelitian ini mengungkap konstruksi citra Kabupaten Sidoarjo “Pesona Delta” yang dituangkan dalam Batik Jetis Sidoarjo.

Penelitian ini meneliti bagaimana konstruksi Kabupaten Sidoarjo dalam Batik Jetis Sidoarjo yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengeksplorasi konstruksi citra Kabupaten Sidoarjo dalam Batik Jetis motif Beras Wutah, Kembang Bayem, Kembang Tebu, dan Udang Bandeng. Beberapa studi terdahulu yaitu Citra Kabupaten Sidoarjo Dalam Konteks Branding Kota (Bhima, Gagas, Reza 2023), Manajemen Citra Kampung Jetis Sebagai Sentra Batik di Sidoarjo (Syawaludin syah dan Mochammad Zamroni 2015), Penerapan Citra Visual Batik Pada Elemen Perancangan Bentuk dan Massa Bangunan Kampung Batik Jetis Sidoarjo (Mutia, Pamungkas, Ridjal 2013), Kampung Batik Jetis (Revitalisasi yang Bercitra Visual Sebagai Kawasan Wisata Batik) (Mutia 2013), Eksistensi City Branding ‘Pesona Delta dalam Membangun Image Kabupaten Sidoarjo (Fadhilah, Saleh, Wardasari 2023), Perancangan Branding Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo Sebagai Upaya Melestarikan Produk Budaya Lokal (Nugraha, Bahruddin, Aziz 2013). Berdasarkan penelitian terdahulu belum ada yang membahas konstruksi citra Kabupaten Sidoarjo dalam Batik Jetis dengan metode komunikasi visual oleh Gillian Rose.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian eksploratif. Teknik pengumpulan data penelitian ini ialah wawancara tidak terstruktur dengan narasumber menggunakan panduan wawancara komunikasi visual oleh Gillian Rose, dan dokumentasi 4 motif Batik Jetis Sidoarjo. Metode analisis data yang digunakan ialah metode komunikasi visual oleh Gillian Rose yang memiliki 3 site yaitu, Site of production, site of image, dan site of audience yang di dalamnya masing-masing terdiri dari modalitas teknologi, komposisi, dan sosial. Pada sisi produksi gambar, terdapat




beberapa instrumen pokok yang perlu diperhatikan yaitu, teknologi berkaitan dengan peralatan atau media yang digunakan. Keingintahuan pada bagaimana karya dihasilkan, meliputi peralatan atau bahan yang digunakan. Peralatan pada pembuatan karya dapat mempengaruhi karakter, bentuk dan makna. Lalu pada komposisi, Ketika sebuah gambar dibuat, maka akan mengacu pada sejumlah strategi formal seperti isi, warna, dan kesatuan bentuk. Yang terakhir sosial, latar belakang dan kondisi ekonomi, sosial, politik pada saat karya dibuat akan berpengaruh pada hasilnya. Faktor sosial menjadi salah satu sisi penting dalam memahami gambar visual. Sebuah foto secara tidak langsung tertanam produk budaya (ekonomi, politik, sosial, budaya) dari subyek yang memotret (Rose, 2001). Komunikasi Visual Gillian Rose ini menganalisis tiga modalitas dalam beberapa situs(Rose, 2001). Modalitas terbagi dari tiga yakni teknologi, komposisi, dan sosial.

1. Modalitas teknologi menganalisis seperangkat teknis yang memproduksi objek visual tertentu, seperti, cat, cetak, tinta dan sebagainya. Segala hal teknis yang menjadi apparatus produksi visual.
2. Modalitas komposisi menganalisis aspek formal yang berada dalam objek visual tertentu seperti gaya visual, figure dalam karya, warna dan sebagainya.
3. Modalitas sosial menganalisis kondisi-kondisi politik, sosial, dan ekonomi tertentu dan bagaimana kondisi tersebut memengaruhi objek visual.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti menganalisis motif-motif Batik Jetis Sidoarjo menggunakan metode komunikasi visual Gillian Rose yaitu site of production, site of image, dan site of audience.

Hasil Analisis Motif Batik Jetis Kembang Bayam

Motif Batik	Situs	Modalitas		
		Teknologi	Komposisi	Sosial
<p>Kembang Bayem</p> 	Produksi	Alat dan bahan yang dibutuhkan ialah primisma, malam, gawangan, canting, kompor, spidol, zat pewarna sintesis, soda as, minyak kacang.	Batik Jetis motif Kembang Bayem ini termasuk jenis batik tulis. Terlihat jelas di dalam motif terdapat goresan cantingan.	Sudah ada sejak tahun 1980-an. Batik ini merupakan batik tulis yang menggunakan canting manual untuk membuat motif dan pola Kembang Bayem tersebut.
 	Image	4 kombinasi warna dalam 1 batik yaitu yaitu hijau, merah, biru, putih, dan hitam. Di akhir kain di tutup dengan warna hitam yang memblok bagian bawah motif Kembang Bayem. Dalam satu batik memiliki corak-corak yang berbeda.	Memiliki banyak kombinasi warna-warna yang cerah dan tata letak yang tidak berdempetan atau menyebar di berbagai sudut.	Terlihat pada motif Kembang Bayem mendominasi kain batik tersebut. Motif batik tersebut ingin menyampaikan bahwasannya kawasan Sidoarjo memiliki atau membudidayakan tanaman bayam.
	Audiens	Mereka mengetahui Batik Jetis ini dari mulut ke mulut	Respon konsumen Batik Jetis memiliki	Masyarakat kelas bawah memeni batik tulis ini untuk kemeja,

		atas rekomendasi teman-teman mereka.	motif dan perpaduan warna cerah (kontras) tetapi sangat cocok.	jarik, selendang. Sedangkan masyarakat kelas atas mereka membuat batik ini untuk seragam kantor mereka atau acara pernikahan.
--	--	--------------------------------------	--	---



Gambar 4. 1 Motif Kembang Bayem

Dokumen: Pribadi

Site of Production atau Teknik produksi mengandung 3 modalitas yaitu teknologi, komposisi, dan sosial. Modalitas teknologi yaitu memproses sebuah visual memiliki teknik penyelesaian yang berbeda, satu teknik dapat menunjukkan tekstur dan teknik yang lain. Teknik yang digunakan dalam memproduksi Batik Jetis ini adalah Tulis, dimana agar memiliki karya seni tersendiri. Batik Jetis Namiroh ini menggunakan kain primisima. Alat dan bahan yang digunakan untuk membuat Batik Jetis ini ialah canting, wajan, kompor, pensil atau spidol, gawangan, bak celup, kursi kecil, malam, kain (prima, primis), dan zat pewarna sintesis berupa (naptol, indigosol, remasol). Dengan cara yang pertama potong kain primisima, setelah dipotong masak kain tersebut dengan soda as dan minyak kacang, Lalu di Jemur di rendam lagi hingga beberapa kali, setelah itu kain tersebut di geplok, dan tahap terakhir kain di batik sesuai pola yang diinginkan.

Modalitas komposisi yang dibahas di situs ini berkaitan dengan metode produksi; misalnya, apakah suatu objek visual dianggap sebagai fotografi, lukisan cat minyak, cat akrilik, atau patung, dan bagaimana masyarakat mengkategorikannya. Batik Jetis ini ialah batik tulis yang di canting secara manual agar mempunyai karya seni tersendiri, batik ini menggunakan bahan malam dan pewarna sintetis, dalam motif Batik Kembang Bayem tersebut ada beberapa visual seperti Burung Merak dan Kembang. Motif Kembang Bayem ini menghiasi di berbagai sudut Batik tersebut hingga di setiap sudutnya dipenuhi oleh Kembang Bayem yang selalu menggapit Burung Merak dan Kembang. Lalu di bagian lainnya terdapat isen-isen (motif titik-titik) yang cenderung menyebar rata. Batik tersebut ingin menandakan bahwa Kabupaten Sidoarjo memiliki dan memproduksi banyak tanaman bayam. Tanaman bayam ini tumbuh di berbagai tempat, seperti pekarangan rumah penduduk atau di tempat lain.

Terakhir, modalitas sosial mencakup bagaimana keadaan politik, ekonomi, dan sosial dalam tatanan masyarakat dipengaruhi oleh pembuatan objek visual. Batik Motif Kembang Bayem ini sudah ada sejak tahun 1980-an, motif batik ini ditargetkan untuk semua kalangan masyarakat khususnya warga lokal Sidoarjo dan masyarakat pesisir yaitu Madura yang dimana motif batik ini dan warna dari kain batik yang cerah. Menurut data wawancara yang ada dengan pemilik toko Batik Jetis Namiroh

“Bahan-bahan yang digunakan untuk Batik Jetis ini berasal dari Solo, obatnya dari Pekalongan”.

Karena bahan-bahan tersebut tidak tersedia di Kabupaten Sidoarjo dan untuk menjaga kualitas yang ada di Batik Namiroh tersebut.

Site of Image mempunyai tiga modalitas membentuk makna setiap objek visual. Pertama modalitas teknologi yang mencakup metode untuk menampilkan benda visual, seperti grid, komposisi, warna, kontras, dan elemen formal lainnya. Motif Kembang Bayem yang terdapat di Batik Jetis ini, menampilkan hasil bumi yang melimpah di Kabupaten Sidoarjo. Warna yang digunakan dalam motif Kembang Bayem ini terdiri dari 4 kombinasi warna yaitu hijau, merah, biru, putih, dan hitam. Ada 3 warna cerah di dalam 1 motif batik tersebut. Pada akhir kain batik tersebut diberi garis tepi atau

penutup berupa blok warna hitam. Makna dalam warna yang terdapat batik tidak lain karena mengikuti warna dasar yang pada masanya masyarakat pesisir atau Madura menginginkan warna-warna cerah untuk dasar batik sendiri. Dalam tata letak beberapa motif dalam batik tersebut ialah suatu karya tersendiri bagi para pecanting. Dalam 1 batik tersebut memiliki banyak motif yang berbeda selain motif Kembang Bayem ada Burung Merak, Kembang, titik-titik.

Komposisi merupakan modalitas kedua, yang menentukan bagaimana masyarakat mengkategorikan objek visual tertentu. Motif Batik Kembang Bayem ini menggunakan teknik batik tulis agar menghasilkan karya seni yang berbeda dan memiliki nilai jual yang tinggi dari jenis batik lainnya. Memiliki banyak kombinasi warna-warna yang cerah dan tata letak yang tidak berdempetan atau menyebar di berbagai sudut.

Bagaimana visual dapat mempengaruhi masyarakat adalah modalitas terakhir. Banyak tumbuhan bayam yang terdapat di Kabupaten Sidoarjo, terutama di wilayah Tulangan, yang terkenal sebagai penghasil sayur-sayuran, termasuk bayem, seperti yang ditunjukkan oleh motif kain batik Kembang Bayam ini. Terlihat pada corak yang ditunjuk oleh anak panah yang mendominasi kain batik tersebut. Motif batik tersebut ingin menyampaikan bahwasannya kawasan Sidoarjo memiliki banyak tanaman bayam. Batik yang berisi motif berbagai macam hasil bumi ini sekaligus mengingatkan dan bangga bahwasannya Kabupaten Sidoarjo memiliki hasil alam yang beraneka ragam dan melimpah. Motif Batik Jetis Sidoarjo menggambarkan budidaya bayam yang hampir semua rumah memiliki tanaman bayam dan Batik Jetis ini mengandung warna dasar cerah merah, hijau, biru, dan kuning dikarenakan banyaknya peminat dari Madura yang senang dengan warna-warna cerah.

Site of Audience Pada proses analisis situs modalitas teknologi menganalisis bagaimana audiens bereaksi terhadap presentasi visual. Menurut data saat wawancara bersama konsumen Batik Jetis mereka mengetahui dari mulut ke mulut atau teman yang merekomendasikan mereka pada Batik Jetis tersebut.

Pada tahapan modalitas Komposisi situs ini akan menganalisis interpretasi audiens yaitu apa yang dipresentasikan oleh peserta dalam sebuah objek visual. Melalui Batik Jetis ini respon konsumen terhadap motif.

“Batik Jetis memiliki motif dan perpaduan warnanya sangat pas, walaupun motif terlihat tradisional dan warna sangat kontras atau cerah tetapi sangat cocok. Tentunya Batik Jetis ini menjadi ciri khas Batik Sidoarjo dengan berbagai macam motif yang menandakan ciri khas Sidoarjo”.



Reaksi terhadap setiap kelas masyarakat merupakan modalitas ketiga. Bagaimana masyarakat kelas bawah dan kelas menengah bereaksi terhadap objek visual akan berbeda-beda. Dari data wawancara yang ada bersama Ibu Ratna,

“Bahwa masyarakat kelas bawah dan atas (instansi) melihat Batik Jetis ini dijadikan sebuah seragam namun, masyarakat kelas menengah melihat Batik Jetis ini dijadikan sebagai pakaian sehari-hari, contohnya seperti kemeja, sarung, jarik, selendang, dan lain-lain. Beberapa masyarakat kelas atas atau instansi sampai saat ini masih membeli Batik Jetis ini untuk beberapa hal contohnya ialah seragam PNS di Kabupaten Sidoarjo yang bercorak Udang dan Bandeng”.

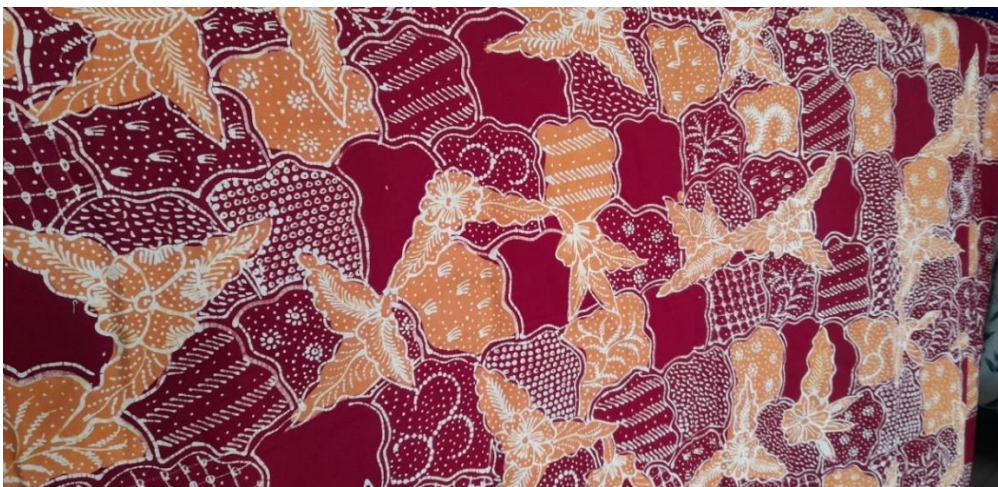
Maka dapat disimpulkan bahwa beberapa masyarakat khususnya instansi di Kabupaten Sidoarjo masih menjunjung tinggi Batik Jetis khas Sidoarjo yang digunakan untuk seragam sehari-hari.

Berikut adalah tabel analisis motif Batik Jetis Beras Wutah menggunakan metode site of production, image, dan audiens Komunikasi Visual oleh Gillian Rose dan terdapat beberapa modalitas di setiap situs yang ada yaitu teknologi, komposisi, dan sosial.

Tabel 4. 1 Hasil Analisis Motif Batik Jetis Beras Wutah

Motif Batik	Situs	Modalitas		
		Teknologi	Komposisi	Sosial
<p>Beras Wutah</p> 	Produksi	Alat dan bahan yang dibutuhkan ialah primisma, malam, gawangan, canting, kompor, spidol, zat pewarna sintetis, soda as, minyak kacang.	Batik Jetis motif Beras Wutah ini termasuk jenis batik tulis. Terlihat jelas di dalam motif terdapat goresan cantingan.	Sudah ada sejak tahun 1980-an. Batik ini merupakan batik tulis yang menggunakan canting manual untuk membuat motif dan pola Beras Wutah tersebut.
	Image	Beras Wutah ini terdiri dari 3 kombinasi warna yaitu kuning, merah, dan putih. Ada 2 warna cerah di dalam 1 motif batik tersebut. Batik ini memiliki banyak corak yaitu Merico Bolong, Sekar Jagad, Kembang Tebu. Garis-garis, titik-titik sebagai isen-isen.	Memiliki banyak kombinasi warna-warna yang cerah dan tata letak yang tidak berdempetan atau menyebar di berbagai sudut.	Terlihat pada motif Beras Wutah mendominasi kain batik tersebut. Motif batik tersebut ingin menyampaikan produksi beras di Kabupaten Sidoarjo yang melimpah.
	Audiens	Mereka mengetahui Batik Jetis ini	Respon konsumen "Batik Jetis memiliki	Masyarakat kelas bawah membeli batik tulis ini

		dari mulut ke mulut atas rekomendasi teman-teman mereka..	motif dan perpaduan warnanya sangat pas, walaupun motif terlihat tradisional dan warna sangat kontras atau cerah tetapi sangat cocok”.	untuk kemeja, jarik, selendang. Sedangkan masyarakat kelas atas mereka membuat batik ini untuk seragam kantor mereka atau acara pernikahan.
--	--	---	--	---



Gambar 4. 2 Motif Beras Wutah
Dokumen: Pribadi

Site of production memiliki tiga modalitas: teknologi, komposisi, dan sosial. Modalitas teknologi melibatkan penerjemahan visual, dengan masing-masing teknik penyelesaian yang berbeda, misalnya, satu teknik dapat menunjukkan tekstur dan tekstur lainnya. Teknik yang digunakan dalam memproduksi Batik Jetis ini adalah Tulis, dimana agar memiliki karya seni tersendiri. Batik Jetis Namiroh ini menggunakan kain primisima. Alat dan bahan yang digunakan untuk membuat Batik Jetis ini ialah canting, wajan, kompor, pensil atau spidol, gawangan, bak celup, kursi kecil, malam, kain (prima, primis), dan zat pewarna sintesis berupa (naptol, indigosol, remasol). Dengan cara yang pertama potong kain primisima, setelah dipotong masak kain tersebut dengan soda as dan minyak kacang, Lalu di Jemur di rendam lagi hingga beberapa kali, setelah itu kain tersebut di geplok, dan tahap terakhir kain di batik sesuai pola yang diinginkan.

Modalitas komposisi yang dibahas di situs ini berkaitan dengan metode pembuatan contohnya, apakah sebuah karya seni adalah foto, lukisan cat minyak, cat akrilik, atau patung, singkatnya bagaimana masyarakat mengklasifikasikan sebuah objek visual. Batik Jetis ini ialah batik tulis yang di canting secara manual menggunakan bahan malam dan pewarna sintetis, dalam motif Batik Jetis Beras Wutah di dalam batik tersebut ingin menunjukkan bahwa Kabupaten Sidoarjo penghasil beras terbesar pada masanya dan mempunyai latar belakang agraris karena terletak pada wilayah yang subur, yakni di delta Sungai Brantas. Dibuktikan pula dengan adanya Candi Pari. Motif Beras Wutah ini menghiasi di beberapa sudut batik tersebut. Tidak hanya Beras Wutah saja namun ada motif lainnya seperti, Merico Bolong, Kembang, Kembang Tebu, Padi, Titik-titik. Motif Beras Wutah ada di beberapa sudut Batik tersebut hingga di setiap sudutnya dipenuhi oleh Beras Wutah. Batik tersebut ingin menandakan bahwa Kabupaten Sidoarjo memiliki dan memproduksi Beras, Motif Beras Utah ini terkait dengan melimpahnya bahan pangan terutama padi yang ada di Sidoarjo.

Terakhir, modalitas sosial mencakup bagaimana keadaan politik, ekonomi, dan sosial dalam tatanan masyarakat dipengaruhi oleh pembuatan objek visual. Batik motif Beras Wutah ini sudah ada sejak tahun 1980-an, motif batik ini ditargetkan untuk semua kalangan masyarakat khususnya warga lokal Sidoarjo dan masyarakat pesisir yaitu Madura yang mana minat dengan motif batik ini dan warna dari kain batik yang cerah. Karena motif Batik Jetis Sidoarjo mengandung warna dasar cerah merah, hijau, biru, dan kuning. Menurut data wawancara yang ada dengan pemilik toko Batik Jetis Namiroh

“Bahan-bahan yang digunakan untuk Batik Jetis ini berasal dari Solo, obatnya dari Pekalongan”.

Karena bahan-bahan tersebut tidak tersedia di Kabupaten Sidoarjo dan untuk menjaga kualitas yang ada di Batik Namiroh tersebut.

Site of Image tiga modalitas membentuk makna setiap objek visual. Pertama modalitas teknologi yang mencakup metode untuk menampilkan benda visual, seperti grid, komposisi, warna, kontras, dan elemen formal lainnya. Motif Beras Wutah yang terdapat di Batik Jetis ini, menampilkan hasil bumi yang melimpah di Kabupaten

Sidoarjo, Terakhir, modalitas sosial mencakup bagaimana keadaan politik, ekonomi, dan sosial dalam tatanan masyarakat dipengaruhi oleh pembuatan objek visual. Warna yang digunakan dalam motif Beras Wutah ini terdiri dari 3 kombinasi warna yaitu kuning, merah, dan putih. Ada 2 warna cerah di dalam 1 motif batik tersebut. Dari atas kain hingga bawah batik motif Beras Wutah memiliki motif yang sama dan berulang berbeda dengan motif Kembang Bayem yang diakhiri oleh warna hitam di akhir kain. Batik tersebut memiliki beberapa corak yang berbeda-beda seperti, Merico bolong, Sekar Jagad, Kembang Tebu.

Komposisi merupakan modalitas kedua, yang menentukan bagaimana masyarakat mengategorikan objek visual tertentu. Motif Batik Beras Wutah ini menggunakan teknik batik tulis agar menghasilkan karya seni yang berbeda dengan lainnya. Memiliki banyak kombinasi warna-warna yang cerah dan tata letak yang tidak berdempetan atau menyebar di berbagai sudut. Tata letak setiap hasil motif yang berbeda-beda selalu ditempatkan pada setiap ruang tersendiri.

Bagaimana visual dapat mempengaruhi masyarakat adalah modalitas sosial terakhir. Batik motif Beras Wutah ini memiliki arti bahwasannya Kabupaten Sidoarjo memiliki hasil produksi beras yang melimpah. Di dalam batik tersebut banyak sekali motif hasil bumi diantaranya Padi, Beras, dan Merico Bolong. Batik yang berisi motif berbagai macam hasil bumi ini sekaligus mengingatkan dan bangga bahwasannya Kabupaten Sidoarjo memiliki hasil alam yang beraneka ragam dan melimpah.

Site of Audience pada proses analisis situs modalitas teknologi menganalisis bagaimana audiens bereaksi terhadap presentasi visual. Menurut data saat wawancara bersama konsumen Batik Jetis mereka mengetahui dari mulut ke mulut atau teman yang merekomendasikan mereka pada Batik Jetis tersebut.

Pada tahapan modalitas Komposisi situs ini akan menganalisis interpretasi audiens yaitu apa yang dipresentasikan oleh peserta dalam sebuah objek visual. Melalui Batik Jetis ini respon konsumen terhadap motif.

“Batik Jetis memiliki motif dan perpaduan warnanya sangat pas, walaupun motif terlihat tradisional dan warna sangat kontras atau cerah tetapi sangat cocok. Tentunya Batik Jetis ini menjadi ciri khas Batik Sidoarjo dengan berbagai macam motif yang menandakan ciri khas Sidoarjo”.

Reaksi terhadap setiap kelas masyarakat merupakan modalitas ketiga. Bagaimana masyarakat kelas bawah dan kelas menengah bereaksi terhadap objek visual akan berbeda-beda. Dari data wawancara yang ada bersama Ibu Ratna,


“Bahwa masyarakat kelas bawah dan atas (instansi) melihat Batik Jetis ini dijadikan sebuah seragam namun, masyarakat kelas menengah melihat Batik Jetis ini dijadikan sebagai pakaian sehari-hari, contohnya seperti kemeja, sarung, jarik, selendang, dan lain-lain. Beberapa masyarakat kelas atas atau instansi sampai saat ini masih membeli Batik Jetis ini untuk beberapa hal contohnya ialah seragam PNS di Kabupaten Sidoarjo yang bercorak Udang dan Bandeng”.

Maka dapat disimpulkan bahwa beberapa masyarakat khususnya instansi di Kabupaten Sidoarjo masih menjunjung tinggi Batik Jetis khas Sidoarjo yang digunakan untuk seragam sehari-hari.

Berikut ialah tabel analisis motif Batik Jetis Udang Bandeng menggunakan metode site of production, image, dan audiens Komunikasi Visual oleh Gillian Rose dan terdapat beberapa modalitas di setiap situs yang ada yaitu teknologi, komposisi, dan sosial.

Tabel 4. 2 Hasil Analisis Motif Batik Jetis Udang Bandeng

Motif Batik	Situs	Modalitas		
		Teknologi	Komposisi	Sosial
Udang Bandeng	Produksi	Alat dan bahan yang dibutuhkan ialah primisma, malam, gawangan, canting, kompor, spidol, zat	Batik Jetis motif Udang Bandeng ini termasuk jenis batik tulis. Terlihat jelas di dalam motif terdapat	Sudah ada sejak tahun 2000-an. Batik ini merupakan batik tulis yang menggunakan canting manual untuk membuat

		pewarna sintetis, soda as, minyak kacang.	goresan cantingan.	motif dan pola Udang Bandeng.
	Image	Ada 2 Warna yang terdapat di dalam Batik tersebut yaitu biru dan putih. Pada akhir kain bermotif Udang Bandeng ini di tutup dengan isen-isen (titik-titik) yang menyebar di berbagai sudut. Selain Udang dan Bandeng batik tersebut memiliki motif kembang.	Memiliki 2 kombinasi warna-warna yang cerah dan tata letak yang tidak berdempetan atau menyebar di berbagai sudut.	Terlihat pada motif batik Udang dan Bandeng di dalam kain tersebut mendominasi batik yang ingin menandakan bahwasannya Kabupaten Sidoarjo memiliki banyak produksi Udang dan Bandeng yang melimpah.
	Audiens	Mereka mengetahui Batik Jetis ini dari mulut ke mulut atas rekomendasi teman-teman mereka.	Respon konsumen "Batik Jetis memiliki motif dan perpaduan warnanya sangat pas, walaupun motif terlihat tradisional dan warna sangat kontras atau cerah tetapi sangat cocok"	Masyarakat kelas bawah membeli batik tulis ini untuk kemeja, jarik, selendang. Sedangkan masyarakat kelas atas mereka membuat batik ini untuk seragam kantor mereka atau acara pernikahan.



Gambar 4. 3 Motif Udang Bandeng
Dokumen: Pribadi

Site of production memiliki tiga modalitas: teknologi, komposisi, dan sosial. Modalitas teknologi melibatkan penerjemahan visual, dengan masing-masing teknik penyelesaian yang berbeda, misalnya, satu teknik dapat menunjukkan tekstur dan tekstur lainnya. Teknik yang digunakan dalam memproduksi Batik Jetis ini adalah Tulis, dimana agar memiliki karya seni tersendiri. Batik Jetis Namiroh ini menggunakan kain primisima. Alat dan bahan yang digunakan untuk membuat Batik Jetis ini ialah canting, wajan, kompor, pensil atau spidol, gawangan, bak celup, kursi kecil, malam, kain (prima, primis), dan zat pewarna sintetis berupa (naptol, indigosol, remasol). Dengan cara yang pertama Potong kain primisima, setelah dipotong masak kain tersebut dengan soda as dan minyak kacang, Lalu di Jemur di rendam lagi hingga beberapa kali, setelah itu kain tersebut di geplok, dan tahap terakhir kain di batik sesuai pola yang diinginkan.

Modalitas komposisi yang dibahas di situs ini berkaitan dengan metode pembuatan contohnya, apakah sebuah karya seni adalah foto, lukisan cat minyak, cat akrilik, atau patung, singkatnya bagaimana masyarakat mengklasifikasikan sebuah objek visual. Batik Jetis ini ialah batik tulis yang di canting secara manual menggunakan bahan malam dan pewarna sintetis, dalam motif Batik Jetis Udang Bandeng di dalam batik tersebut ingin menunjukkan bahwa Kabupaten Sidoarjo sebagian besar masyarakat berprofesi sebagai penambak Udang dan Bandeng. Udang Bandeng diatas

menunjukkan logo yang dimiliki oleh Kabupaten Sidoarjo. Selain itu masyarakat Sidoarjo memiliki tradisi “Lelang Bandeng”.

Terakhir, modalitas sosial mencakup bagaimana keadaan politik, ekonomi, dan sosial dalam tatanan masyarakat dipengaruhi oleh pembuatan objek visual. Batik Motif Udang Bandeng ini sudah ada sejak tahun 2000-an, Motif batik ini diminati mayoritas masyarakat pesisir atau Madura bahkan lokal, karena motif Batik Jetis Sidoarjo mengandung warna dasar cerah merah, hijau, biru, dan kuning. Menurut data wawancara yang ada dengan pemilik toko Batik Jetis Namiroh

“Bahan-bahan yang digunakan untuk Batik Jetis ini berasal dari Solo, obatnya dari Pekalongan”.

Karena bahan-bahan tersebut tidak tersedia di Kabupaten Sidoarjo dan untuk menjaga kualitas yang ada di Batik Namiroh tersebut.

Site of Image memiliki tiga modalitas membentuk makna setiap objek visual. Pertama modalitas teknologi yang mencakup metode untuk menampilkan benda visual, seperti grid, komposisi, warna, kontras, dan elemen formal lainnya. Dengan adanya motif Udang Bandeng yang terdapat di Batik Jetis ini, menampilkan hasil bumi yang melimpah dan lambang yang dimiliki oleh Kabupaten Sidoarjo. Ada 2 Warna yang terdapat di dalam Batik tersebut yaitu biru dan putih. Selain Udang dan Bandeng di dalam batik tersebut memiliki motif kembang. Tata letak penempatan motif tersebut menyebar dan tidak berdempetan serta di setiap nya di beri isen-isen seperti titik-titik, pada ujung kain tersebut diberi motif titik-titik.

Komposisi merupakan modalitas kedua, yang menentukan bagaimana masyarakat mengkategorikan objek visual tertentu. Motif Batik Udang Bandeng ini menggunakan teknik batik tulis agar menghasilkan karya seni yang berbeda dengan lainnya. Memiliki banyak kombinasi warna-warna yang cerah dan tata letak yang tidak berdempetan atau menyebar di berbagai sudut.

Bagaimana visual dapat mempengaruhi masyarakat adalah modalitas sosial terakhir. Batik motif Udang Bandeng ini menandakan bahwasannya masyarakat

Kabupaten Sidoarjo sebagian besar profesinya penambak Udang dan Bandeng. Di dalam batik tersebut ada beberapa motif selain Udang dan Bandeng, yaitu kembang dan isen-isen (titik-titik). Dimana Udang dan Bandeng di dalam kain tersebut mendominasi batik yang ingin menunjukkan bahwasannya Kabupaten Sidoarjo memiliki banyak produksi Udang dan Bandeng yang melimpah. Batik yang berisi motif berbagai macam hasil bumi ini sekaligus mengingatkan dan bangga bahwasannya Kabupaten Sidoarjo memiliki hasil alam yang beraneka ragam dan melimpah. Batik Udang Bandeng ini juga sangat merepresentasikan citra Kabupaten Sidoarjo yang memiliki logo atau Ikon Kota yaitu berbentuk Udang Bandeng.

Site of Audience pada proses analisis situs modalitas teknologi menganalisis bagaimana audiens bereaksi terhadap presentasi visual. Menurut data saat wawancara bersama konsumen Batik Jetis mereka mengetahui dari mulut ke mulut atau teman yang merekomendasikan mereka pada Batik Jetis tersebut.

Pada tahapan modalitas Komposisi situs ini akan menganalisis interpretasi audiens yaitu apa yang dipresentasikan oleh peserta dalam sebuah objek visual. Melalui Batik Jetis ini respon konsumen terhadap motif.

“Batik Jetis memiliki motif dan perpaduan warnanya sangat pas, walaupun motif terlihat tradisional dan warna sangat kontras atau cerah tetapi sangat cocok. Tentunya Batik Jetis ini menjadi ciri khas Batik Sidoarjo dengan berbagai macam motif yang menandakan ciri khas Sidoarjo”.

Modalitas ketiga adalah Sosial, yang mencakup reaksi pada setiap kelas masyarakat. Bagaimana masyarakat kelas menengah bereaksi terhadap sebuah objek visual akan berbeda dengan bagaimana masyarakat kelas bawah bereaksi. Dari data wawancara yang ada bersama Ibu Ratna,


“Bahwa masyarakat kelas bawah dan atas (instansi) melihat Batik Jetis ini dijadikan sebuah seragam namun, masyarakat kelas menengah melihat Batik Jetis ini dijadikan sebagai pakaian sehari-hari, contohnya seperti kemeja, sarung, jarik, selendang,


dan lain-lain. Beberapa masyarakat kelas atas atau instansi sampai saat ini masih membeli Batik Jetis ini untuk beberapa hal contohnya ialah seragam PNS di Kabupaten Sidoarjo yang bercorak Udang dan Bandeng”.

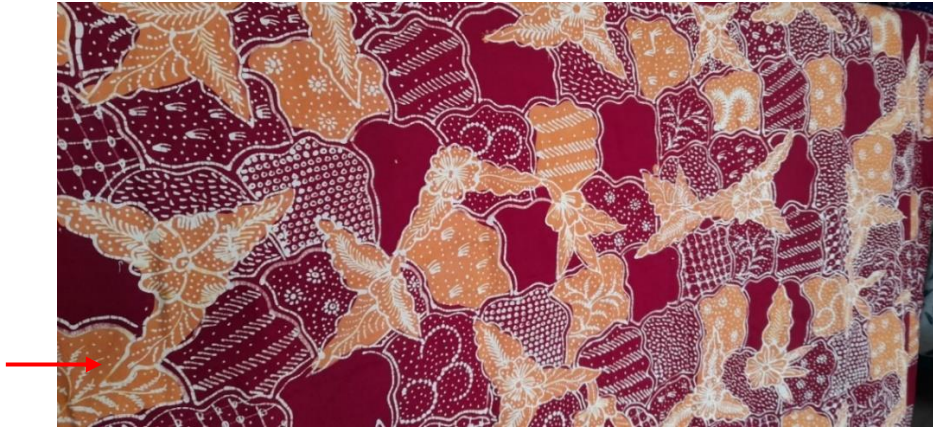
Maka dapat disimpulkan bahwa beberapa masyarakat khususnya instansi di Kabupaten Sidoarjo masih menjunjung tinggi Batik Jetis khas Sidoarjo yang digunakan untuk seragam sehari-hari. Bahkan beberapa instansi di Sidoarjo memiliki seragam khusus yang bercorak Udang Bandeng dimana corak atau motif tersebut merepresentasikan Kabupaten Sidoarjo.

Berikut ialah tabel analisis motif Batik Jetis Kembang Tebu menggunakan metode site of production, image, dan audiens Komunikasi Visual oleh Gillian Rose dan terdapat beberapa modalitas di setiap situs yang ada yaitu teknologi, komposisi, dan sosial.

Tabel 4. 3 Hasil Analisis Motif Batik Jetis Kembang Tebu

Motif Batik	Situs	Modalitas		
		Teknologi	Komposisi	Sosial
Kembang Tebu 	Produksi	Alat dan bahan yang dibutuhkan ialah primisma, malam, gawangan, canting, kompor, spidol, zat pewarna sintetis, soda as, minyak kacang.	Batik Jetis motif Kembang Tebu ini termasuk jenis batik tulis. Terlihat jelas di dalam motif terdapat goresan cantingan.	Sudah ada sejak tahun 1980-an. Batik ini merupakan batik tulis yang menggunakan canting manual untuk membuat motif dan pola Kembang Tebu.

	<p>Image</p>	<p>Kembang Tebu ini terdiri dari 3 kombinasi warna yaitu kuning, merah, dan putih. Ada 2 warna cerah di dalam 1 motif batik tersebut. Batik ini memiliki banyak corak yaitu Merico Bolong, Sekar Jagad, Kembang Tebu. Garis-garis, titik-titik sebagai isen-isen. Pola motif batik ini berulang-ulang.</p>	<p>Memiliki banyak kombinasi warna-warna yang cerah dan tata letak yang tidak berdempetan atau menyebar di berbagai sudut.</p>	<p>Terlihat pada motif Kembang Tebu ingin menyampaikan bahwasannya kawasan Sidoarjo khususnya di daerah barat memiliki tanah yang subur sehingga banyak kebun Tebu di Kabupaten Sidoarjo dan pada masanya memiliki pabrik gula terbesar.</p>
	<p>Audiens</p>	<p>Mereka mengetahui Batik Jetis ini dari mulut ke mulut atas rekomendasi teman-teman mereka.</p>	<p>Respon konsumen "Batik Jetis memiliki motif dan perpaduan warnanya sangat pas, walaupun motif terlihat tradisional dan warna sangat kontras atau cerah tetapi sangat cocok"</p>	<p>Masyarakat kelas bawah membeli batik tulis ini untuk kemeja, jarik, selendang. Sedangkan masyarakat kelas atas mereka membuat batik ini untuk seragam kantor mereka atau acara pernikahan.</p>



Gambar 4. 4 Motif Kembang Tebu

Dokumen : Pribadi

Site of production memiliki tiga modalitas: teknologi, komposisi, dan sosial. Modalitas teknologi melibatkan penerjemahan visual, dengan masing-masing teknik penyelesaian yang berbeda, misalnya, satu teknik dapat menunjukkan tekstur dan tekstur lainnya. Teknik yang digunakan dalam memproduksi Batik Jetis ini adalah Tulis, dimana agar memiliki karya seni tersendiri. Batik Jetis Namiroh ini menggunakan kain primisima. Alat dan bahan yang digunakan untuk membuat Batik Jetis ini ialah canting, wajan, kompor, pensil atau spidol, gawangan, bak celup, kursi kecil, malam, kain (prima, primis), dan zat pewarna sintetis berupa (naptol, indigosol, remasol). Dengan cara yang pertama Potong kain primisima, setelah dipotong masak kain tersebut dengan soda as dan minyak kacang, Lalu di Jemur di rendam lagi hingga beberapa kali, setelah itu kain tersebut di geplok, dan tahap terakhir kain di batik sesuai pola yang diinginkan.

Modalitas komposisi yang dibahas di situs ini berkaitan dengan metode pembuatan contohnya, apakah sebuah karya seni adalah foto, lukisan cat minyak, cat akrilik, atau patung, singkatnya bagaimana masyarakat mengklasifikasikan sebuah objek visual. Batik ini merupakan batik tulis terlihat bahwasannya ada goresan canting secara manual agar mempunyai karya seni tersendiri, batik ini menggunakan bahan malam dan pewarna sintetis, dalam motif Batik Kembang Tebu ingin menunjukkan bahwa Kabupaten Sidoarjo bagian barat tanahnya sangat subur, maka dapat dimanfaatkan penanaman tebu untuk dijadikan produk gula. PG Candi adalah salah

satu dari banyak pabrik gula yang dibangun oleh pemerintah Hindia-Belanda di wilayah Sidoarjo.

Modalitas terakhir adalah sosial, dalam situs produksi modalitas sosial mencakup bagaimana keadaan politik, ekonomi, dan sosial dalam tatanan masyarakat terpengaruh secara oleh produksi dari sebuah objek visual. Batik Motif Kembang Tebu ini sudah ada sejak tahun 1980-an, motif batik ini ditargetkan untuk semua kalangan masyarakat khususnya warga lokal Sidoarjo dan masyarakat pesisir yaitu Madura yang mana minat dengan motif batik ini dan warna dari kain batik yang cerah. Karena motif Batik Jetis Sidoarjo mengandung warna dasar cerah merah, hijau, biru, dan kuning. Menurut data wawancara yang ada dengan pemilik toko Batik Jetis Namiroh

“Bahan-bahan yang digunakan untuk Batik Jetis ini berasal dari Solo, obatnya dari Pekalongan”.

Karena bahan-bahan tersebut tidak tersedia di Kabupaten Sidoarjo dan untuk menjaga kualitas yang ada di Batik Namiroh tersebut.

Site of Image memiliki tiga modalitas membentuk makna setiap objek visual. Pertama modalitas teknologi yang mencakup metode untuk menampilkan benda visual, seperti grid, komposisi, warna, kontras, dan elemen formal lainnya. Dengan adanya motif Kembang Tebu yang terdapat di Batik Jetis ini, menampilkan hasil bumi Kabupaten Sidoarjo yang melimpah sehingga memiliki pabrik. Ada 3 kombinasi warna yaitu kuning, merah, dan putih. Ada 2 warna cerah di dalam 1 motif batik tersebut. Tata letak penempatan motif tersebut menyebar dan tidak berdempetan serta di setiap nya di beri isen-isen seperti titik-titik, pada ujung kain tersebut diberi motif titik-titik.

Modalitas kedua adalah Komposisi, bagaimana masyarakat mengklasifikasikan sebuah objek visual tertentu. Motif Batik Kembang Tebu ini menggunakan teknik batik tulis agar menghasilkan karya seni yang berbeda dengan lainnya. Memiliki banyak kombinasi motif berbeda dan warna yang cerah dan tata letak yang tidak berdempetan atau menyebar di berbagai sudut.

Bagaimana visual dapat mempengaruhi masyarakat adalah modalitas sosial terakhir. Batik motif Kembang Tebu memiliki arti bahwasannya Kabupaten Sidoarjo memiliki hasil produksi Tebu yang melimpah. Di dalam batik tersebut banyak sekali motif hasil bumi diantaranya Padi, Beras, dan Merico Bolong. Batik yang berisi motif berbagai macam hasil bumi ini sekaligus mengingatkan dan bangga bahwasannya Kabupaten Sidoarjo memiliki hasil alam yang beraneka ragam dan melimpah. motif ini dibuat karena Kembang Tebu salah satu hasil alam yang melimpah di Sidoarjo. PG Candi adalah salah satu dari banyak pabrik gula yang dibangun oleh pemerintah Hindia-Belanda di wilayah Sidoarjo

Site of Audience pada proses analisis situs modalitas teknologi ialah menganalisis bagaimana audiens bereaksi terhadap presentasi visual. Menurut data saat wawancara bersama konsumen Batik Jetis mereka mengetahui dari mulut ke mulut atau teman yang merekomendasikan mereka pada Batik Jetis tersebut.

Pada tahapan modalitas Komposisi situs ini akan menganalisis interpretasi audiens yaitu apa yang dipresentasikan oleh peserta dalam sebuah objek visual. Melalui Batik Jetis ini respon konsumen terhadap motif.

“Batik Jetis memiliki motif dan perpaduan warnanya sangat pas, walaupun motif terlihat tradisional dan warna sangat kontras atau cerah tetapi sangat cocok. Tentunya Batik Jetis ini menjadi ciri khas Batik Sidoarjo dengan berbagai macam motif yang menandakan ciri khas Sidoarjo”.

Reaksi terhadap setiap kelas masyarakat merupakan modalitas ketiga. Bagaimana masyarakat kelas bawah dan kelas menengah bereaksi terhadap objek visual akan berbeda-beda. Dari data wawancara yang ada bersama Ibu Ratna,

“Bahwa masyarakat kelas bawah dan atas (instansi) melihat Batik Jetis ini dijadikan sebuah seragam namun, masyarakat kelas menengah melihat Batik Jetis ini dijadikan sebagai pakaian sehari-hari, contohnya seperti kemeja, sarung, jarik, selendang, dan lain-lain. Beberapa masyarakat kelas atas atau instansi sampai saat ini masih membeli Batik Jetis ini untuk beberapa hal contohnya ialah seragam PNS di Kabupaten Sidoarjo yang bercorak Udang dan Bandeng”.

Maka dapat disimpulkan bahwa beberapa masyarakat khususnya instansi di Kabupaten Sidoarjo masih menjunjung tinggi Batik Jetis khas Sidoarjo yang digunakan untuk seragam sehari-hari.

City Branding Batik Jetis Sidoarjo

Kabupaten Sidoarjo adalah provinsi di Jawa Timur yang berada di pantai. Kabupaten Sidoarjo bertabrakan langsung dengan Kota Surabaya, yang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Timur. Hal ini juga berbatasan dengan Kabupaten Gresik di barat laut, Kabupaten Mojokerto di sebelah barat daya, dan Kabupaten Pasuruan di selatan. Di bagian timurnya, Sidoarjo berbatasan dengan Selat Madura. Dengan banyaknya tempat wisata, pertumbuhan ekonomi, kekayaan sejarah, dan keuntungan budayanya, Meskipun Kabupaten Sidoarjo memiliki banyak potensi dan keunggulan, namun ia masih belum memanfaatkan sepenuhnya identitas visualnya untuk mendukung identitas kota, seperti Batik Jetis, batik khas yang seharusnya menjadi identitas kota. Untuk memanfaatkan potensi yang jelas akan meningkatkan perekonomian Kabupaten Sidoarjo, Dinas Pariwisata memperluas operasinya.

Peraturan Bupati (Perbup) Nomor 26 tahun 2017 tentang logo identitas kota Kabupaten Sidoarjo menetapkan merek kota ini sebagai identitas daerah. Saat ini, Kabupaten Sidoarjo dikenal sebagai "Pesona Delta" sebagai merek kota dengan banyak potensi di bidang bisnis, pariwisata, Kebudayaan, dan sumber alam, seperti Udang Bandeng, Lumpur Lapindo, Candi Pari, Batik Jetis, dan kekayaan alam seperti beras dan gula. Namun, Batik Jetis ini sangat kurang di dengar masyarakat padahal Batik Jetis Sidoarjo merupakan warisan budaya khas Sidoarjo sendiri.

Dari beberapa batik yang ada di Kabupaten Sidoarjo, Batik Jetis ini masih eksis dan bertahan hingga sekarang. Batik Jetis masih banyak yang menjaga warisan budaya ini secara turun temurun, banyak masyarakat di Jetis ini yang masih melestarikan warisan budaya dan menurunkan bisnis ini secara turun temurun. Walaupun ada beberapa rumah yang tidak produksi lagi tapi dibandingkan batik lainnya, Batik Jetis masih eksis sampai sekarang.

City branding ini melihat pada 4 motif Batik Jetis, yaitu Kembang Bayem, Kembang Tebu, Beras Wutah, dan Udang Bandeng ini dilihat dari segi 3 modalitas menurut Gillian Rose. 3 modalitas tersebut ialah *Site of Production*, *Site of Image*, dan *Site of Audience*. Dari segi *Site of Production* sudah terlihat jelas city branding Kabupaten Sidoarjo. *Site of production* atau teknik produksi Batik Jetis ini khususnya 4 motif tersebut memiliki unsur-unsur yang berkaitan dengan identitas yang dimiliki oleh Kabupaten Sidoarjo,

Site of production memiliki tiga modalitas: teknologi, komposisi, dan sosial. Modalitas teknologi melibatkan penerjemahan visual, dengan masing-masing teknik penyelesaian yang berbeda, misalnya, satu teknik dapat menunjukkan tekstur dan tekstur lainnya. Teknik yang digunakan dalam memproduksi Batik Jetis ini adalah Tulis, dimana agar memiliki karya seni tersendiri. Yang pertama, Batik Jetis motif Beras Wutah yang memiliki bentuk simbol berwarna putih yang menyerupai biji beras memiliki makna bahwa adanya hasil bumi kota Sidoarjo yang melimpah ruah. Motif beras utah ini adalah yang pertama di Sidoarjo dan juga berfungsi sebagai simbol kota yang terkenal sebagai salah satu penghasil beras terbesar di Indonesia. Ini menunjukkan bahwa Sidoarjo memiliki penggilingan padi terbesar di Jalan Gajah Mada. Selain penggilingan padi, situs Candi Pari di Kecamatan Porong Sidoarjo menunjukkan bahwa Sidoarjo adalah penghasil beras terbesar. Salah satu tanaman budidaya terpenting di dunia adalah padi, yang dapat menghasilkan makanan pokok setelah melewati proses dari panen hingga penggilingan gabah, yang kemudian menghasilkan beras. Sidoarjo mempunyai tanah yang subur dan areanya yang luas memungkinkan tanaman padi untuk tumbuh subur (T, Joko Widodo M et al., n.d.)

Yang kedua, Batik motif Kembang Bayam, Kota Sidoarjo terkenal dengan lahan pertanian dan perkebunan yang luas, dan motif Kembang Bayam adalah simbolnya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya tanaman bayam di pekarangan rumah atau ditanam secara khusus. Masyarakat desa Jaticalang di Kota Sidoarjo, yang berada di kecamatan Prambon, masih menanam bayam. Desa ini dipilih sebagai kawasan perkebunan bayam terbaik sejak tahun 2000 oleh Dinas Pertanian kota Sidoarjo sebagai proyek pilot. Sebagai

bukti kepedulian Dinas Pertanian, Disperbunak memberikan bantuan berupa satu unit mesin cangkul dan memberikan pelatihan rutin tentang manajemen tanaman bayam yang optimal. Dengan luas dua hektar, kebun bayam ini terdiri dari dua puluh delapan petak, masing-masing diurus oleh satu petani. Motivasi bayam dengan kelopak yang lebar dan besar menunjukkan bahwa tanaman bayam yang ada di Sidoarjo harus dilestarikan karena luasnya lahan dan kondisi tanah yang subur. Bunga berkelopak kecil menunjukkan bahwa bibit tanaman yang bermula dari sesuatu yang kecil dapat tumbuh subur jika kita memiliki semangat yang besar untuk merawat bayam.

Yang ketiga, gambar Kembang Tebu menggambarkan Sidoarjo, yang dulunya memiliki ratusan hektar perkebunan tebu yang digunakan sebagai bahan baku untuk beberapa pabrik gula. PG Candi adalah salah satu dari banyak pabrik gula yang dibangun oleh pemerintah Hindia-Belanda di wilayah Sidoarjo.

Yang keempat, motif Udang Bandeng Kabupaten Sidoarjo merupakan kota yang dikenal dengan lambang Bandeng dan Udang karena mayoritas warga Sidoarjo memiliki hasil tambak dari ikan bandeng dan udang di daerah kabupaten Sidoarjo. Makna motif tersebut erat dengan potensi dan kearifan lokal daerah tersebut. Motif udang dan bandeng menggambarkan jika Sidoarjo adalah salah satu kota penghasil ikan dan udang yang melimpah.

Dari keempat motif batik tersebut menunjukkan bahwa setiap elemen mengandung hasil alam yang ada di Kabupaten Sidoarjo. Dimana Kabupaten Sidoarjo memiliki city branding berupa "Pesona Delta" yang menggambarkan beragam potensi alam yang dihasilkan oleh Kabupaten Sidoarjo. Secara konsep, city branding ingin menggambarkan Kabupaten Sidoarjo sebagai kota delta dengan banyak potensi di bidang ekonomi, pariwisata, kebudayaan, dan sumber daya alamnya. Secara konsep, city branding ingin menggambarkan Kabupaten Sidoarjo sebagai kota delta dengan banyak potensi di bidang ekonomi, pariwisata, kebudayaan, dan sumber daya alamnya. Konsep ini didapat dari keadaan geografis dan sejarah pembentukan daerah, yaitu Sidoarjo merupakan daerah delta yang terbentuk dari endapan Sungai Porong dan Sungai Mas. Dan dari keadaan Kabupaten Sidoarjo yang memiliki banyak potensi

daerah, seperti potensi industrial yang dibuktikan dengan banyaknya pabrik di kawasan Sidoarjo khususnya daerah Krian, potensi budidaya dan tangkap perikanan yang mengandalkan udang dan bandeng sebagai komoditas unggulan, potensi pariwisata seperti wisata Pulau Lusi, Candi Pari, Delta Fishing, Lumpur Sidoarjo, serta potensi budaya seperti Batik Jetis Sidoarjo dan acara lelang bandeng yang menjadi daya tarik tersendiri bagi Kabupaten Sidoarjo. Dari perbandingan antara konsep city brand dan keadaan Sidoarjo yang terjadi di lapangan

Hal tersebut menunjukkan bahwa dari *site of production* Batik Jetis khususnya 4 motif, Kembang Tebu, Kembang Bayem, Beras Wutah, dan Udang Bandeng menunjukkan potensi yang ada di Kabupaten Sidoarjo. Secara tidak langsung motif-motif batik tersebut masih bertahan dan masih banyak digemari oleh masyarakat lokal maupun luar kota. City branding yang dibentuk melalui motif Batik Jetis ini menyisipkan potensi alam yang ada di Kabupaten Sidoarjo.

Citra Kabupaten Sidoarjo Dalam Batik Jetis

Identitas suatu kota menunjukkan citranya. Ketika dimasukkan ke dalam rencana strategi pemasaran suatu wilayah, citra kota ini dapat menarik investor. Simbol dan logo yang digunakan oleh perusahaan untuk menunjukkan produknya memiliki informasi citra. Simbol dan logo ini dapat menunjukkan kualitas dan visi perusahaan selain membedakannya dari pesaing. Untuk menarik minat pelanggan, perusahaan menggunakan ciri ini dengan berusaha memberikan informasi yang dapat mengubah (Suryani, 2008:160). Pelanggan yang positif terhadap produk cenderung memilih dan membeli produk yang mereka sukai (Suryani, 2008:160).

Kesan yang dihasilkan dari pemahaman suatu kenyataan disebut citra. Seseorang mengumpulkan informasi, yang mengarah pada pemahaman ini. Kira-kira mungkin positif atau negatif. Itu benar bahwa semua orang atau organisasi ingin dicitrakan dengan baik. Karena dalam kancah persaingan yang sangat kompetitif seperti orang dewasa ini, hanya orang dan organisasi yang memiliki citra yang positif yang dapat bertahan.

City image (citra kota) merupakan kesan yang menggambarkan sebuah kota yang ada di benak seseorang. Jika dikaitkan dengan analisis komunikasi visual Gillian Rose terhadap 4 motif Batik Jetis, Kembang Bayam, Kembang Tebu, Beras Wutah, dan Udang Bandeng. Citra ini dapat dilihat dari situs-situs Gillian Rose seperti *Site of Production*, *Site of Image*, dan *Site of Audiens*. Citra tersebut terbentuk karena beberapa persepsi masyarakat atau konsumen Batik Jetis Sidoarjo. Beberapa wawancara oleh pemilik toko Batik Namiroh, Ibu Ratna mengenai konsumen Batik Jetis Sidoarjo:

“Banyak masyarakat sini sudah mengetahui bahwa Batik Jetis ini ciri khas Kabupaten Sidoarjo, dilihat dari motif-motif yang menggambarkan Sidoarjo seperti, Udang Bandeng, Beras Wutah, Kembang Bayem, dan Kembang Tebu”

Peneliti bertanya mengapa beberapa masyarakat membeli Batik Jetis ini kepada Ibu Ratna, selaku pemilik toko Batik Namiroh:

“Ya, karena sudah menjadi ciri khas Kabupaten Sidoarjo”

Banyaknya potensi alam yang dimiliki oleh Kabupaten Sidoarjo dan dituangkan ke dalam motif Batik Jetis yang masih bertahan hingga saat ini. Beberapa masyarakat Sidoarjo mengerti potensi alam yang ada di kota ini.

Beberapa bentuk citra Kabupaten Sidoarjo ialah udang dan bandeng sebagai komoditas unggulan, potensi pariwisata seperti wisata Pulau Lusi, Candi Pari, Delta Fishing, Lumpur Lapindo, serta potensi budaya seperti batik jetis sidoarjo dan acara lelang bandeng yang menjadi daya tarik tersendiri bagi Kabupaten Sidoarjo. Selain itu ada beberapa personalitas masyarakat Sidoarjo yang menjadi citra atau image yang dimiliki mereka di antaranya *friendly*, *family oriented*, *hard working*, *cheerful*, kata sifat tersebut ialah hasil dari salah satu penelitian yang menguji tentang citra Kabupaten Sidoarjo dalam branding kota melalui kuesioner personalitas terhadap masyarakat Sidoarjo (Danniswara, 2023).

Jika dikaitkan dengan Penghasil Udang dan Bandeng yang mana citra Kabupaten Sidoarjo, terdapat di motif Batik Udang Bandeng yang memasukkan unsur Udang dan Bandeng ke dalam kain tersebut. Yang kedua Candi, banyaknya candi di

Kabupaten Sidoarjo, salah satunya ialah Candi Pari yang mana situs Candi Pari di Kecamatan Porong Sidoarjo menunjukkan bahwa Sidoarjo adalah penghasil beras terbesar dan dituangkan ke dalam motif Beras Wutah. Yang ketiga, pekerja keras jika dilihat dari motif Udang dan Bandeng memiliki makna bahwa masyarakat Sidoarjo sebagian besar berprofesi sebagai penambak udang dan bandeng yang, menghasilkan gula dan memiliki pabrik gula yang mana di tuangkan ke dalam motif Kembang Tebu, memiliki budidaya dan hasil alam seperti Kembang Bayem hingga berkembang dan mempunyai beberapa pabrik untuk mengelola potensi alam itu menunjukkan bahwa Masyarakat Sidoarjo memiliki sifat pekerja keras.

Citra tersebut sudah tertangkap di benak konsumen Batik Jetis dan masyarakat Sidoarjo terhadap Batik Jetis. Tentunya, konstruksi ini diterima baik oleh masyarakat bahwa citra Kabupaten Sidoarjo tertuang di dalam motif Batik Jetis Sidoarjo.

KESIMPULAN

Setelah dilakukan wawancara dan analisis empat motif Batik Jetis menggunakan komunikasi visual Gillian Rose, di temukan bahwa motif Batik Jetis khususnya, Kembang Bayam, Beras Wutah, Kembang Tebu, dan Udang Bandeng ini memang sedari awal sudah dikonstruksikan di dalam batik tersebut memiliki nilai-nilai potensi alam atau ciri khas Kabupaten Sidoarjo. Seperti Kembang Tebu di dalam kain batik tersebut terdapat motif Kembang Tebu yang menandakan daerah Kabupaten Sidoarjo penghasil gula dan memiliki pabrik terbesar pada masanya. Yang kedua Kembang Bayam, hal ini dibuktikan dengan banyaknya tanaman bayam di pekarangan rumah atau ditanam secara khusus di Kabupaten Sidoarjo lalu di budidayakan. Yang ketiga, Beras Wutah yang terkenal sebagai salah satu penghasil beras terbesar di Indonesia pada. Yang ke empat, Udang Bandeng Masyarakat Sidoarjo Sebagian berprofesi sebagai penambak Udang Bandeng sekaligus menjadi ikon Kabupaten Sidoarjo. Dari sisi motif Batik Jetis tersebut mengandung elemen-elemen yang berkaitan dengan Citra Kabupaten Sidoarjo, terlihat banyak sekali motif-motif dalam 1 Batik Jetis yang menggambarkan bahwa Batik Jetis ialah ciri khas Kabupaten Sidoarjo. Citra Kabupaten Sidoarjo dalam Batik Jetis dikonstruksikan melalui citra yang sudah dibentuk yaitu pekerja keras dikonstruksikan

melalui motif Kembang Tebu, Kembang Bayam, Beras Wutah, dan Udang Bandeng motif yang terdapat dalam batik tersebut ialah hasil atau potensi alam yang dimiliki oleh Kabupaten Sidoarjo dan dikembangkan dengan banyaknya pabrik yang mengembangkan potensi alam di Sidoarjo. Penghasil udang dan bandeng dilihat dari motif Udang dan Bandeng sekaligus menjadi ikon Kabupaten Sidoarjo, yang menjadi ciri khas Sidoarjo sendiri. Sedangkan Candi dilihat dari motif Beras Wutah dimana ada sektor candi yang bernama Candi Pari yaitu candi yang berdiri di Tengah-tengah padi (pari) Kabupaten Sidoarjo menunjukkan bahwa adalah penghasil beras terbesar dan dituangkan ke dalam motif Beras Wutah.

City branding dan citra Kabupaten Sidoarjo terhadap motif Batik Jetis tersebut berhasil di terima baik oleh konsumen dan di konstruksikan pada Batik Jetis sampai saat ini. City branding Kabupaten Sidoarjo ini ialah "Pesona Delta" yang berarti memiliki banyak beragam potensi alam itu tertuang dalam Batik Jetis yang rata-rata motif Batik Jetis berbentuk flora dan fauna, selain itu citra Kabupaten Sidoarjo seperti Udang Bandeng, Candi, Pekerja keras tertuang ke dalam Batik Jetis tersebut. Salah satunya potensi alam yang dihasilkan oleh Kabupaten Sidoarjo di kembangkan secara baik hingga sampai saat ini banyak sekali pabrik-pabrik yang ada di Sidoarjo untuk pengembangan potensi alam yang dihasilkan oleh Kabupaten Sidoarjo.

Dalam 3 modalitas komunikasi visual Gillian Rose, Site of production, Site of image, dan Site of audience terhadap motif Batik Jetis Sidoarjo diantaranya Kembang Bayam, Kembang Tebu, Beras Wutah, dan Udang Bandeng di dalam motif tersebut terbentuknya Site of production yang memang sudah dikonstruksikan untuk membentuk citra Kabupaten Sidoarjo terlihat dari motif-motif yang menggambarkan potensi alam yang dimiliki Sidoarjo, Site of Image dari segi visual, warna, grid, tata letak, dan elemen lainnya menunjukkan bahwa Batik Jetis ini jika dilihat dari segi peneliti benar-benar menandakan ciri khas Kabupaten Sidoarjo yang diambil dari potensi alam Sidoarjo. Site of audience dari motif Batik Jetis tersebut bahwasannya konsumen Batik Jetis mengetahui bahwa batik ini ciri khas Sidoarjo, konsumen Batik Jetis ini kebanyakan mencari motif-motif yang berhubungan dengan citra atau ciri khas Sidoarjo seperti

Udang Bandeng yang menjadi ikon Kabupaten Sidoarjo. Hal ini menunjukkan bahwasannya konsumen mengerti bahwa Batik Jetis ini ialah batik khas Sidoarjo yang memiliki motif potensi alam yang dimiliki oleh Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Femi Fauziah. "Representasi, Ideologi dan Rekonstruksi Media." *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2020): 92-99.
- Anisa, Chintya Fitri, and Beni Hidayat. "Penerapan Smart City dalam Pelaksanaan Pelayanan Publik di Kota Magelang." *Wacana Paramarta: Jurnal Ilmu Hukum* 22, no. 1 (2023): 54-60.
- Arfiant, Ditta Yuni. "Batik jetis khas Sidoarjo." *Universitas Nahdlatul Ulama, Sidoarjo* (2018).
- Pratiwi, Desna Aryana, and Dinda Rakhma Fitriani. "Government Public Relations Pada Diskominfo Kota Depok Dalam Pengelolaan Informasi Dan Komunikasi Publik Untuk Mencapai Good Governance." *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2021): 79-90.
- Ashari, Muh. "Pusat perdagangan kerajinan dan kuliner khas Sidoarjo: Tema metafora kombinasi." PhD diss., Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2012.
- Azzahra, Ratna Safira. "Makna simbolik batik tulis motif mangga podang Kabupaten Kediri." *CaLLs: Journal of Culture, Arts, Literature, and Linguistics* 9, no. 1 (2023): 33-52.
- Bahrudin, Muh, and Ekky Fardhy Satria Nugraha. "Masyarakat Kampong Batik Jetis Sidoarjo: Antara Mempertahankan Batik Tulis Sebagai Produk Budaya Lokal dan Kontribusi Ekonomi." (2013): 143-150.
- Bastari, Rendy Pandita. "KECENDERUNGAN VISUALISASI ANAK-ANAK DALAM MERESPON SITUASI PANDEMI." (2022).
- Bhaskara, Bhagas. "REPRESENTASI CITRA ANAK-ANAK PADA KARYA DIGITAL IMAGING DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM." PhD diss., Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2019.
- Danniswara, R. Bhima, Gagas Ezhar Rahmayadi, and Reza Ramadani Firman. "CITRA KABUPATEN SIDOARJO DALAM KONTEKS BRANDING KOTA." Kegiatan Branding Batik Komar Sebagai Pengusaha Batik Di Jawa Barat. *Jurnal RASI*, 1(1), 92-104.
- Darmaputri, Gabriela Lordy. "Representasi Identitas Kultural dalam Simbol-simbol pada Batik Tradisional dan Kontemporer: Studi Semiotika Fashion pada Batik." PhD diss., UNIVERSITAS AIRLANGGA, 2015.
- Dinnie, Keith. *City branding: Theory and cases*. Springer, 2010.
- Fadhilah, Rachma Ayu, Akhmad Muwafik Saleh, and Nilam Wardasari. "Eksistensi City Branding 'Pesona Delta'dalam Membangun Image Kabupaten Sidoarjo." *Tuturlogi: Journal of Southeast Asian Communication* 2, no. 6 (2023): 168-177.
- Faradies, Hadanilla Ilma. "Strategi komunikasi city branding pemerintah kota Pekalongan dalam mempromosikan world's city of Batik." *COMMICAST* 1, no. 1 (2020): 20-25.

Fathinnah, Alike, Agus Rochani, and Milla Karmilah. "Strategi City Branding Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan." *Jurnal Kajian Ruang* 2, no. 1 (2022).

Firadusi, A. (2023, 2 Oktober) *Selamat Hari Batik Nasional! Ini Lima Motif Batik Khas Sidoarjo*. Diakses pada 15 Maret 2024, dari <https://radarsidoarjo.jawapos.com/lifestyle/853036287/selamat-hari-batik-nasional-ini-lima-motif-batik-khas-sidoarjo>

Fathinnah, Alike, Agus Rochani, and Milla Karmilah. "Strategi City Branding Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan." *Jurnal Kajian Ruang* 2, no. 1 (2022).

Firnanda, P. P., A. P. Werdany, Dessy Retha OP, and Syamsyul Ma'arif. "Rebranding Kabupaten Sidoarjo sebagai Kota yang Enjoy dan Asyik." *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa dan Desain* 6, no. 1 (2021): 39-52.

Hidayat, Arini Amirah. "Analisis Makna Semiotik dan Representasi Budaya Tiongkok pada Motif Batik Lasem." PhD diss., Universitas Brawijaya, 2017.

Kusuma, Gladi Dwinta, Prayudi Prayudi, and Christina Rochayanti. "Konstruksi Realita Sosial City Branding Magelang Kota Sejuta Bunga (MKSB)." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 17, no. 3 (2020): 314-327.

Listanto, Virgiawan. "Batik Sebagai Representasi Produk Industri Kreatif di Sidoarjo Reinvensi Pragmatis Untuk Inovasi Industri Kreatif Berbasis Budaya Visual Nusantara." In *Seminar Nasional Seni dan Desain 2019*, pp. 465-469. State University of Surabaya, 2019.

Luthfi, Adhiimsyah, and Aldila Intaniar Widyaningrat. "Konsep city branding sebuah pendekatan "the city brand hexagon" pada pembentukan identitas kota." *UNEJ e-Proceeding* (2018).

Mubarok, Muhammad Mufti. "Pengaruh Brand Image Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jetis Sidoarjo Dimediasi Oleh Minat Beli." (2018).

Mujiono, Kukuh, and S. Rouli Manalu. "Pengaruh Pengetahuan Program Komunikasi City Branding World's City of Batik Kota Pekalongan Terhadap Persepsi Citra Kota dan Minat Berkunjung Wisatawan." *Interaksi Online* 7, no. 1 (2018): 99-107.

Mutia, Fairuz. "Kampung Jetis Sidoarjo (Revitalisasi yang Bercitra Visual sebagai Kawasan Wisata Batik)." PhD diss., Universitas Brawijaya, 2013.

Nugraha, Ekky Fardhy Satria, Muh Bahruddin, and Abdul Aziz. "Perancangan Branding Kampong Batik Jetis Sidoarjo sebagai Upaya Melestarikan Produk Budaya Lokal." PhD diss., Universitas Dinamika, 2013.

Prasetyo, Andry. "Elisitasi Foto: Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Visual." (2020).

Pratama, Bagus Sukma, Budi Santoso, and S. Sos. "Peran Public Relation Dalam Membangun Citra Kota (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Humas Kota Surakarta Dalam Membangun Solo Sebagai Kota Budaya)." PhD diss., Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018.

- Purgar, Krešimir, ed. *WJT Mitchell's image theory: living pictures*. Taylor & Francis, 2016.
- Purwo, Rakhmad Handin Setya, and Durinta Puspasari. "Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur." *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)* 8, no. 3 (2020): 458-467. Putry, D.
- Putry, Dessy Ratna, Dedit Priyono, and Wicaksono Wisnu Legowo. "MOTIF BATIK POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA DAN PEMAKNAANNYA SEBAGAI REPRESENTASI DAERAH TEGAL." *PARAVISUAL: Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia* 2, no. 1 (2022): 10-17.
- Rizali, N., & Sudardi, B. (2019, August). IDENTITAS LOKAL DALAM BATIK PARANG SUKOWATI. In *Prosiding Seminar Nasional Bahasa, Sastra, dan Seni (Sesanti)* (pp. 103-116).
- Saputri, Febriananda Ramadhanet Darmawan. "Peran Asosiasi Batik Sidoarjo (ABSI) dalam Upaya Pelestarian Batik Tulis (Studi Deskriptif Terhadap Asosiasi Batik Sidoarjo Di Desa Jetis)." PhD diss., UNIVERSITAS AIRLANGGA, 2017.
- Sari, Ismi Mutia, and Yusuf Risanto. "ANALISIS IMPLEMENTASI CITY BRANDING (Studi pada Kota Batu, Jawa Timur)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 3, no. 2 (2016).
- Sari, Winda Rahma. "Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Lembaga Pada Badan Wakaf Al-Qur'an." Bachelor's thesis, Winda Rahma Sari, 2018.
- Satyanandani, Ketut Anindita, Merry Fridha Tri Palupi, and Mohammad Insan Romadhan. "Citra Diri Virtual pada Pengguna Instagram (Studi Dramaturgi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya)." *Jurnal Representamen* 9, no. 1 (2023).
- Siti, Zakiah Aviza. "PENGETAHUAN LOKAL DALAM PENGEMBANGAN KREASI MOTIF BATIK PARIANGAN SUMATERA BARAT." PhD diss., Universitas Andalas, 2022.
- Sitompul, Saranta Tassia Margareta, and Syafruddin Pohan. "KONSTRUKSI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI KOMUNITAS SHARE&CARE DALAM MEMOTIVASI DIRI PENDERITA KANKER DI RUMAH SAKIT MURNI TEGUH MEDAN." *JURNAL SOCIAL OPINION: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (2020): 167-176.
- Sodik, Mohamad. "Hubungan Antara Image Sekolah Terhadap Minat Siswa Untuk Masuk Di MTs Negeri 2 Nganjuk." PhD diss., IAIN Kediri, 2018.
- Sofiana, Nina. "REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM MAJALAH LIFESTYLE." *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 17, no. 1 (2013): 39-74.
- Sugiantoro, S. "PENGANTAR PERAN DAN FUNGSI NILAI-NILAI KEARIFAN LOKAL SIDOARJO."
- Susanti, Rifda Amalia. "MEDIA PROMOSI CITY BRANDING "WORLD'S CITY OF BATIK" PEKALONGAN." PhD diss., ISI Surakarta, 2018.

Syah, M. Z. S., and Mochammad Zamroni. "Manajemen Citra Kampung Jetis sebagai Sentra Batik di Sidoarjo." (2015).

Trixie, Alicia Amaris. "Filosofi Motif Batik Sebagai Identitas Bangsa Indonesia." *Folio* 1, no. 1 (2020): 1-9.

Universitas Kristen Petra. Metode Penelitian. Diakses pada 28 Oktober 2023, dari <https://dewey.petra.ac.id/repository/jiunkpe/jiunkpe/s1/ikom/2019/jiunkpe-is-s1-2019-51413059-45224-representasi-chapter3.pdf>

Widyaswara, Bramantya Yoga. "Perancangan Elemen City Branding Sebagai Upaya Peningkatan Citra Pariwisata Kabupaten Trenggalek." PhD diss., Institut Teknologi Sepuluh Nopember, 2018.

Wiyadi, Capriandy Dibyawira, Petrus Gogor Bangsa, and Aniendya Christianna. "Analisis Visualisasi Iklan Televisi XI Prioritas Versi" Re-imagined." *Jurnal DKV Adiwarna* 1, no. 8 (2016): 11.

Wulandari, Sulistyowati Eka, Imam As'ary, Yudi Prasetyo, and Jl Jenggala Kotak Pos. "PERKEMBANGAN MOTIF BATIK JETIS SIDOARJO DALAM TINJAUAN SEJARAH (THE DEVELOPMENT OF BATIK DESIGN FROM JETIS SIDOARJO IN HISTORICAL OBSERVATION)."