

## ABSTRAK

**Mochammad Zamroni Syawaludin Syah**, B06211015, 2015. Manajemen Citra Kampung Jetis Sebagai Sentra Batik di Sidoarjo. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Manajemen Citra, Pengrajin Batik

Dalam penelitian ini, peneliti mengangkat rumusan masalah, yaitu Bagaimana manajemen citra yang dilakukan pengrajin batik di Kampung Jetis Sidoarjo.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakanlah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai manajemen citra yang dilakukan pengrajin batik di Kampung Jetis Sidoarjo, kemudian data tersebut dianalisis dengan teori *Brand Communication* oleh Schultz dan Barnes

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa . Manajemen Citra Kampung Jetis Sebagai Sentra Batik di Sidoarjo. (1) Komunikasi Antara Pengrajin Batik Berjalan Cukup Baik (2) Upaya Pengrajin dalam Mengkomunikasikan Citra Produk Batik Jetis (3) Penggunaan Logo pada Produk Batik Jetis Sidoarjo (4) Promosi sebagai Proses Komunikasi dalam Pemasaran (5) Manajemen Citra Produk Batik Jetis oleh Pengrajin

Bertitik tolak dari penelitian ini, beberapa saran yang diperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pengerajin batik jetis sidoarjo adalah (1) Meningkatkan mutu kualitas dari produk batik, agar batik sidoarjo khususnya batik jetis tetap eksis di kancah nasional (2) Meningkatkan hubungan yang baik antara pengerajin satu dengan yang lain agar komunikasi dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang diinginkan oleh pengerajin (3) meningkatkan variasi motif batik agar para konsumen tidak jenu dengan motif batik yang itu aja