



DAYA TARIK WISATAWAN TERHADAP BATIK MOTIF CORONA

Oleh

Dian Retnasari

Program Studi Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta

E-mail: dian.retnasari@uny.ac.id

Abstrak

Indonesia memiliki beranekaragam batik dari Sabang sampai Merauke. Setiap daerah memiliki motif dan makna motif yang berbeda-beda. Begitu pula dengan batik yang dibuat oleh masyarakat Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satunya adalah batik motif Corona yang dikembangkan, terinspirasi dengan adanya virus corona. Daya tarik wisatawan atau ketertarikan wisatawan pada batik motif corona penting diketahui untuk keberlangsungan UMKM pengrajin batik di Sewon. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survey, yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena tentang daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona. Pengumpulan data menggunakan angket yang disebar menggunakan google form. Pengambilan data dilakukan pada bulan Desember 2022 sampai dengan Februari 2023. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive random sampling. Secara keseluruhan berdasarkan hasil penelitian daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona dapat diketahui memiliki persentase 22% sangat tinggi, 75% tinggi, 3% rendah, dan 0% sangat rendah. Hasil tersebut menggambarkan bahwa batik motif corona yang dijual memiliki keindahan, bentuk, warna, ukuran, perhatian, kebutuhan, harga, dan kualitas hiasan yang dapat diterima oleh masyarakat.

Kata Kunci : wisatawan, batik, corona, daya tarik

PENDAHULUAN

Pengetahuan manusia dapat menentukan sikap terhadap suatu produk atau jasa (Sarwoko, 2017). Informasi tersebut didapat dari hasil penginderaan manusia dan pengalaman sejak lahir yang meliputi aspek pengetahuan, pemahaman, penerapan, analisis, sintesis, dan penilaian yang menjadikan seseorang tersebut memaknai akan sesuatu hal (Pakpahan, 2017). Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang baik dari internal maupun eksternal. Pengetahuan setiap orang akan bervariasi, tergantung dari faktor yang ditimbulkan. Dengan pengetahuan yang bervariasi tersebut maka akan menimbulkan minat atau keinginan yang berbeda-beda pada seseorang. Keinginan dan ketertarikan yang besar oleh seseorang terhadap

sesuatu sehingga mendorongnya untuk melakukan tindakan yang berpengaruh cukup besar terhadap sikap seseorang. Keinginan seseorang untuk membeli suatu produk tertentu sebelum keputusan pembelian dipengaruhi oleh daya tarik (Ansari, 2015). Daya tarik seseorang terbentuk melalui beberapa faktor diantaranya adalah sikap orang lain tentang suatu produk, pekerjaan yang dimiliki, sosial ekonomi, hobi, jenis kelamin, dan usia.

Batik merupakan hasil karya budaya bangsa Indonesia yang memiliki nilai seni tinggi, dengan corak, serta tata warna yang khas sehingga menunjukkan identitas bangsa Indonesia (Hakim, 2018). Batik merupakan kain bergambar yang proses pembuatannya dengan menerangkan malam



pada suatu kain kosong sehingga membentuk motif khusus dengan ciri khas tersendiri. Batik sebagai salah satu warisan budaya dunia yang telah dikukuhkan oleh UNESCO merupakan warisan nenek moyang bangsa Indonesia. Batik bukan hanya sekedar corak yang di gambarkan oleh seorang seniman saja, namun batik memiliki makna dalam setiap motifnya. (Amaris Trixie, 2020). Beberapa faktor yang mempengaruhi lahirnya motif-motif batik antara lain adalah letak geografis, sifat, tata penghidupan daerah, kepercayaan, adat di suatu daerah, dan keadaan alam sekitar termasuk flora dan fauna.

Indonesia memiliki banyak sekali ragam batik dari Sabang sampai Merauke. Setiap daerah memiliki motif dan makna motif yang berbeda-beda. Begitu pula dengan batik yang dibuat oleh masyarakat Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Awalnya mayoritas penduduk di Sewon bekerja sebagai pembatik di Bayat, Klaten, Jawa Tengah. Pascagempa mulailah muncul pengrajin batik yang mendirikan usaha dengan mengembangkan motif batik beranekaragam. Salah satunya adalah batik motif Corona yang dikembangkan oleh masyarakat, terinspirasi dengan adanya virus corona dengan kekhasan motif seperti virus corona. Selain motifnya yang khas, beberapa batiknya ada yang menggunakan pewarna alami yang berasal dari tumbuhan yang tumbuh subur di wilayah sekitar. Tumbuhan tersebut diantaranya; daun dan kulit kayu jati, kulit manggis, kayu mahoni, daun putrimalu, daun indigofera, daun mangga, daun jambu, jalawe yang ramah terhadap lingkungan. Dari hasil survei awal yang dilakukan peneliti ternyata sampai dengan tahun 2022, dimana setelah PKKM dicabut masih banyak wisatawan lokal

maupun asing yang membeli batik motif ini.

Daya tarik merupakan kemampuan menarik perhatian seseorang, sehingga timbulnya keinginan akan suatu objek atau hal lain (Sholeh, 2017). Daya tarik adalah suatu hal yang mempunyai kualitas yang dapat menimbulkan sifat yang menyebabkan kecenderungan yang mengarah pada sumber dorongan, (Chaplin dalam Nugroho, 2009). Suatu objek harus memiliki daya tarik yang dapat memberikan kesan tertentu pada suatu objek, sehingga dapat membangkitkan rasa keinginan pada masyarakat. Hal-hal yang menjadi daya tarik pada suatu objek dapat dilihat dari bentuk, ukuran, warna, keunikan, keindahan dan estetika, hingga objek yang berkualitas. Masyarakat tidak semuanya tertarik pada suatu objek, terlebih lagi jika objek tersebut tidak memiliki keunikan, keindahan, dan karakteristik maka masyarakat akan kurang tertarik pada objek tersebut atau objek tersebut kurang menarik perhatian masyarakat, dan itulah mengapa sangat perlu mengetahui bahwa daya tarik itu sangat penting untuk dimiliki suatu objek agar dapat menarik perhatian atau minat masyarakat. Daya tarik wisatawan atau ketertarikan wisatawan pada batik motif corona penting diketahui untuk keberlangsungan UMKM pengrajin batik di Sewon, ketertarikan wisatawan pada batik motif corona tentunya dipengaruhi oleh beberapa hal seperti kerapihan, kombinasi warna, detail, dan bentuk aksennya. Faktor-faktor apa yang menyebabkan wisatawan tertarik pada batik motif corona juga belum diketahui, hal ini perlu ada informasi yang dapat dipertanggung jawabkan untuk pengembangan motif.



LANDASAN TEORI

Daya tarik merupakan kemampuan untuk memikat dan menarik seseorang untuk menyukai suatu objek (Deklara, 2016). Daya tarik perlu dimiliki supaya dapat menarik atau memikat seseorang dalam suatu objek yang ingin diperlihatkan. Setiap individu memiliki karakteristik sendiri dalam pemilihan sebuah objek, mereka membuat kriteria, ide, dan penilaian tertentu pada suatu objek. Daya tarik menjadi penting karena daya tarik suatu objek itulah yang membuat barang atau jasa terlihat menarik (Haryatno, 2020), maka dari itu sebuah objek harus memiliki daya tarik agar dapat menarik minat seseorang. Adapun faktor-faktor dominan yang ada pada sebuah benda sehingga dapat mempengaruhi ketertarikan, antara lain: keindahan, bentuk, warna, ukuran, perhatian, kebutuhan, harga, kualitas, dan keputusan (Diana, 2019; Kirom et al., 2016).

Berdasarkan etimologi dan terminologinya, kata batik berasal dari Bahasa Jawa yang merupakan rangkaiannya kata dari *mbat* dan *tik*. *Mbat* dapat diartikan sebagai *ngembat* atau *melempar berkali-kali*, sedangkan *tik* berasal dari kata *titik* yang tidak mengalami perubahan arti. Jadi, dapat disimpulkan bahwa *membatik* berarti *melempar titik-titik berkali-kali pada kain*. *Titik-titik* yang dilempar tersebut kemudian berhimpitan sehingga membentuk garis (Amanah, 2014). *Membatik* dapat diartikan sebagai kegiatan melukis atau menggambar di atas kain putih dengan menggunakan alat yang bernama *canting*, *kuas* dan sejenisnya serta sebagai bahannya menggunakan cairan malam yang berfungsi sebagai perintang warna.

Batik merupakan komoditas tekstil yang berkembang dalam hal desain motif yang didasari kesukaan konsumen

terhadap motif serta warna yang digunakan. Telah banyak produk batik yang diproduksi dengan menggunakan berbagai media tekstil dengan motif khas tiap daerah dan secara langsung memperkaya seni batik di Indonesia (Larasati, 2021). Batik memiliki nilai ekonomis yang cukup menjanjikan mengingat batik merupakan sebuah seni yang memiliki nilai tersendiri bagi masyarakat. Selain itu, motif batik sangat beragam dan memiliki berbagai kualitas. Batik adalah karya budaya yang merupakan warisan nenek moyang dan memiliki nilai seni yang tinggi, dengan corak, serta tata warna yang khas milik suatu daerah yang menunjukkan identitas bangsa Indonesia. Batik sebagai aset budaya merupakan ikon produk Indonesia yang memiliki nilai historis dan memiliki citra eksklusif yang menggambarkan status pemakainya (Amanah, 2014).

Yogyakarta juga terkenal akan kekhasan batiknya, perekonomian yang berasal dari industri batik di Yogyakarta tidak terlepas dari optimasi tren digitalisasi dalam revolusi industri 4.0 (Tanjung et al., 2019). Salah satu tempat di Yogyakarta yang memproduksi batik adalah Sewon. Banyak pengrajin batik di Sewon mengembangkan batik motif corona, hal ini terinspirasi dengan adanya corona virus. Batik motif corona dibuat bervariasi, ada yang menggunakan pewarna sintetis dan ada yang alami. Pengrajin juga menawarkan batik motif corona dengan varian harga, harapannya semua kalangan dapat membeli dan menggunakan batik motif ini.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survey. Penelitian ini bertujuan untuk



menggambarkan fenomena tentang daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona. Pengumpulan data menggunakan angket yang disebarakan menggunakan google form. Angket diberikan kepada wisatawan yang datang dan membeli batik motif corona di beberapa gerai batik Sewon. Pengambilan data dilakukan pada bulan Desember 2022 sampai dengan Februari 2023. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive random sampling.

Angket yang akan digunakan untuk pengambilan data, diuji validitas dan

HASIL DAN PEMBAHASAN

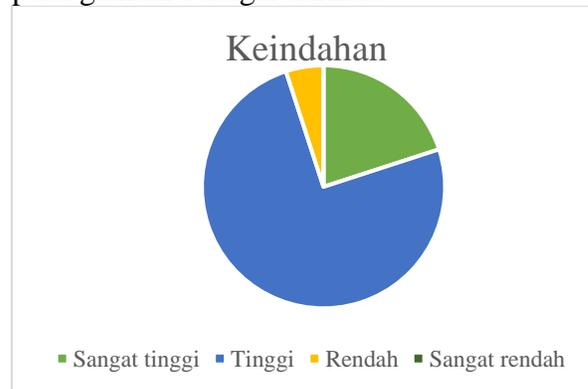
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona. Deklara N.W, dkk (2018) menegaskan bahwa daya tarik merupakan kemampuan seseorang atau suatu hal dalam memikat dan menarik seseorang untuk menyukai suatu objek. Daya tarik dapat timbul karena terdapat suatu keunikan atau ciri khas dan kemudahan dalam menggunakan atau memahami suatu hal. Daya tarik perlu dimiliki supaya dapat menarik perhatian masyarakat ke dalam suatu objek sasaran yang ingin diperlihatkan kepada masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa daya tarik wisatawan terhadap motif di dasarkan oleh 9 indikator. Deskripsi data hasil penelitian daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona diuraikan berdasarkan per indikator sebagai berikut:

Keindahan (Estetika)

Berdasarkan daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona, indikator keindahan diketahui memiliki persentase sangat tinggi 20%, tinggi 75%, rendah 5%, dan sangat rendah 0%. Hasil tersebut dapat artikan daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona yang disajikan memiliki keindahan yang bisa diterima oleh wisatawan karena

reliabilitasnya terlebih dahulu. Validitas yang digunakan adalah validitas konstruk (construct validity). Butir-butir pernyataan dalam angket ditelaah oleh orang ahli (expert judgment). Dalam penelitian ini expert judgment nya adalah dosen PTBB yang berjumlah 3 orang yang ahli dibidang fashion. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif kuantitatif. Proses penghitungan pada statistik deskriptif kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif kuantitatif persentase.

berkategori tinggi. Hasil tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

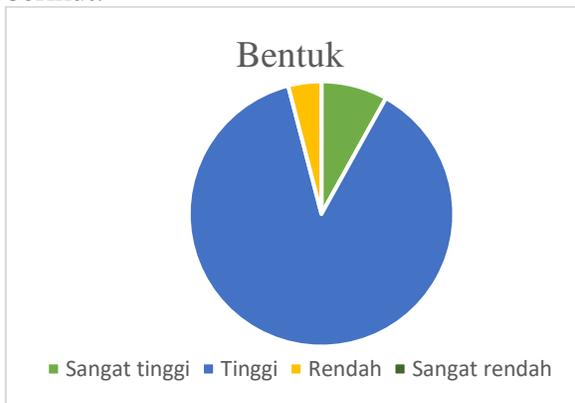


Gambar 1. Persentase Indikator Keindahan

Estetika berasal dari kata Yunani Aesthesis, yang berarti perasaan atau sensitifitas. Estetika merupakan bagian filsafat (keindahan), yang diturunkan dari persepsi indra (senseperception), (Nyoman Kuntha Ratna, 2007). Sumaryati (2017) menegaskan bahwa keindahan adalah suatu kumpulan dari suatu hubungan yang selaras dalam suatu benda, hubungan benda dengan pengamat. Sehingga penting seorang pengrajin dalam mengembangkan motif, memperhatikan unsur keindahan ini, karena keindahan merupakan indikator yang berkontribusi meningkatkan daya tari wisatawan.

Bentuk

Berdasarkan daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona, indikator bentuk dapat diketahui memiliki persentase sangat tinggi 8%, tinggi 87%, rendah 5%, dan sangat rendah 0%. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona yang dijual memiliki bentuk yang bisa diterima oleh wisatawan karena berkategori tinggi. Hasil tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



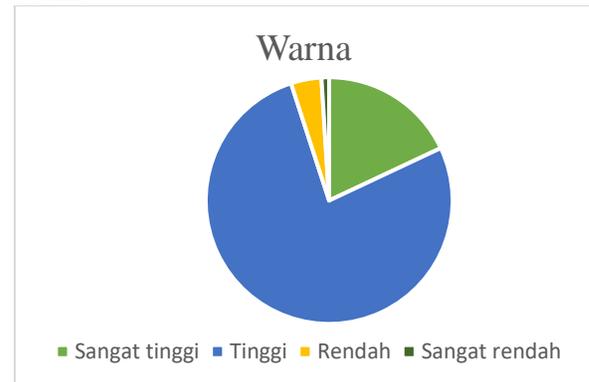
Gambar 2. Persentase Indikator Bentuk

Bentuk dalam seni adalah garis yang menutupi suatu area, mengacu pada kontur sebuah garis, garis paling luar sebuah bidang, atau batas dari massa atau volume tiga dimensi (Ching, 102). Berdasarkan hasil penelitian distribusi frekuensi indikator bentuk, dapat diketahui berkategori tinggi, dengan persentase 87% dari 100 responden.

Warna

Berdasarkan daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona, indikator warna dapat diketahui memiliki persentase sangat tinggi 18%, tinggi 77%, rendah 4%, sangat rendah 1%. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona yang dijual memiliki warna yang bisa diterima oleh wisatawan karena berkategori tinggi. Hasil tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk

diagram dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

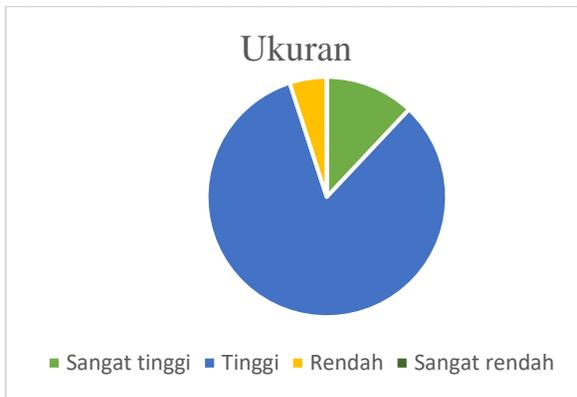


Gambar 3. Persentase Indikator Warna

Menurut Ching (1991), warna adalah corak, intensitas dan nada yang menjadi atribut paling mencolok yang dapat membedakan suatu bentuk dengan lingkungannya. Berdasarkan hasil penelitian distribusi frekuensi indikator warna, dapat diketahui berkategori tinggi, dengan persentase 77% dari 100 responden, yang artinya banyak wisatawan tertarik dengan batik motif corona karena warnanya.

Ukuran

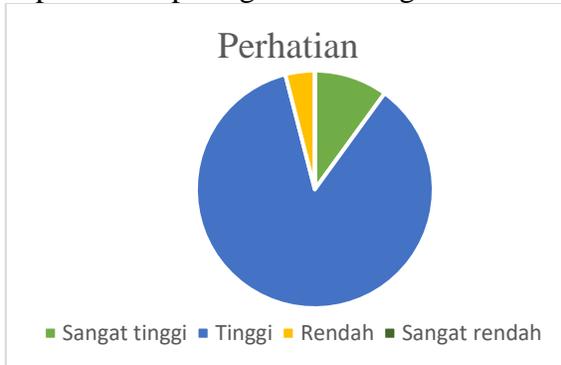
Ukuran menentukan panjang pendeknya dan garis besar kecilnya bentuk menjadi berbeda (Yuliati, Nanie Asri, 2007). Berdasarkan daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona, indikator ukuran dapat diketahui memiliki persentase sangat tinggi 12%, tinggi 83%, rendah 5%, sangat rendah 0%. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona yang dijual memiliki ukuran motif yang bisa diterima oleh wisatawan karena berkategori tinggi. Hasil tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 4. Persentase Indikator Ukuran

Perhatian

Suryabrata (1982) mendefinisikan perhatian sebagai frekuensi atau tingkat kesadaran yang membuat seseorang untuk melakukan kegiatan pembelian. Berdasarkan daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona, indikator perhatian dapat diketahui memiliki persentase sangat tinggi 10%, tinggi 86%, rendah 4%, dan sangat rendah 0%. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona yang dijual memiliki center of interest yang bisa diterima oleh wisatawan karena berkategori tinggi. Hasil tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

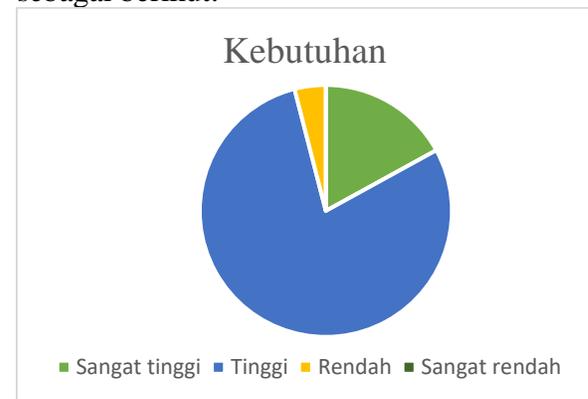


Gambar 5. Persentase Indikator Perhatian

Kebutuhan (fungsi)

Kebutuhan dapat diartikan sebagai sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia, atau keinginan manusia yang harus dipenuhi, demi tercapainya kepuasan rohani maupun jasmani. Penciptakaan suatu benda mempunyai nilai

fungsional, maka faktor kegunaan dan faktor estetis suatu benda menjadi prioritas utama sebagai daya tarik. Sebuah karya/benda yang memiliki nilai fungsional yang tepat dan kualitas estetika yang memadai akan membangkitkan minat serta selera pemakai (Gustami, 2000; 181). Berdasarkan daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona, indikator kebutuhan dapat diketahui memiliki persentase sangat tinggi 17%, tinggi 79%, rendah, 4%, sangat rendah 0%. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona yang dijual memiliki indikator yang menyebabkan wisatawan merasa membutuhkan batik motif ini. Hasil tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

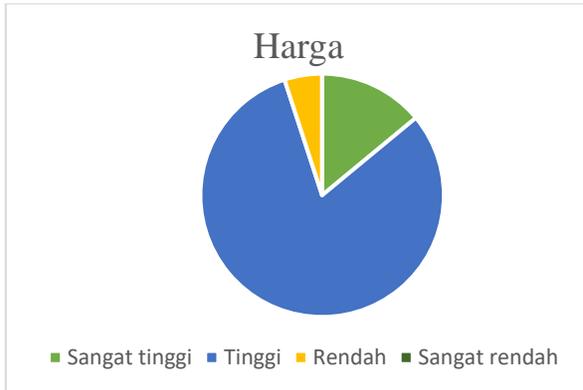


Gambar 6. Persentase Indikator Kebutuhan

Harga

Harga didefinisikan sebagai jumlah uang atau barang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi dari barang yang lain dan layanannya (Rosvita; 2010). Berdasarkan daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona, indikator harga dapat diketahui memiliki persentase sangat tinggi 14%, tinggi 81%, rendah 5%, dan sangat rendah 0%. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona yang dijual harganya terjangkau, sehingga wisatawan tertarik untuk membeli. Hasil tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk

diagram dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 7. Persentase Indikator Harga

Kualitas Objek (Hiasan)

Mowen (1994) menjelaskan kualitas sebagai konsistensi karakter benda/produk yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan khusus dan kondisi tertentu. Berdasarkan daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona, indikator kualitas dapat diketahui memiliki persentase sangat tinggi 12%, tinggi 83%, rendah 4% dan sangat rendah 1%. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona yang dijual memiliki kualitas yang dapat diterima oleh wisatawan. Hasil tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 8. Persentase Indikator Kualitas

Keputusan

Berdasarkan daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona, indikator keputusan dapat

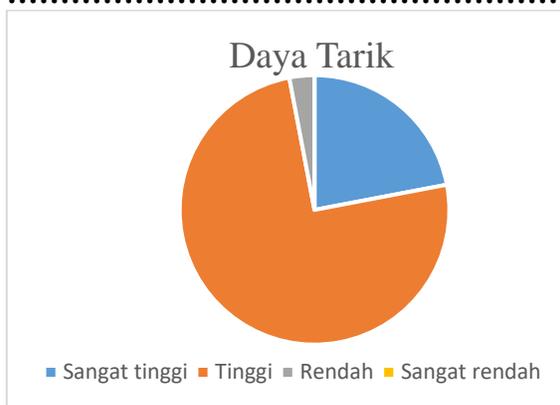
diketahui memiliki persentase sangat tinggi 18%, tinggi 80%, rendah 6% dan sangat rendah 1%. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona yang dijual memiliki daya tarik yang membuat wisatawan untuk memutuskan melihat atau membeli. Hasil tersebut apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 9. Persentase Indikator Keindahan

Pengambilan keputusan adalah salah satu bentuk pemikiran dan hasil dari tindakan itu disebut dengan keputusan, (Desmita, 2009). Berdasarkan hasil penelitian distribusi frekuensi indikator keputusan masyarakat, dapat diketahui berkategori tinggi dengan persentase 80% dari 100 responden.

Secara keseluruhan berdasarkan hasil penelitian daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona dapat diketahui memiliki persentase sangat tinggi 22%, tinggi, 75%, rendah, 3%, dan sangat rendah 0%. Hasil tersebut dapat batik motif corona yang dijual memiliki keindahan, bentuk, warna, ukuran, perhatian, kebutuhan, harga, kualitas hiasan, dan keputusan masyarakat yang menarik dan dapat diterima oleh masyarakat dikarenakan berkategori tinggi. Hasil ini apabila ditampilkan dalam bentuk diagram dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 10. Persentase Daya Tarik Wisatawan Pengrajin Batik di daerah Sewon menyajikan berbagai variasi warna, harga, dan kualitas bahan sehingga para wisatawan bisa membeli sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Beberapa contoh motif yang dijual disana antara lain sebagai berikut:



Gambar 12. Batik Motif Corona

PENUTUP

Kesimpulan

Daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona yang disajikan dari faktor-faktor yang meliputi keindahan, bentuk, warna, ukuran, perhatian, kebutuhan, harga, kualitas, dan keputusan masyarakat berada pada kategori tinggi. Jika dilihat dari data yang ada pada hasil dan pembahasan indikator yang memiliki tingkat paling tinggi adalah indikator bentuk motif. Hal tersebut terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat sebagian besar masyarakat yaitu 87% dari 100 responden memiliki daya tarik tinggi karena menilai bahwa motif corona memiliki keunikan dan estetik tersendiri. Kemudian secara keseluruhan, dari penelitian daya tarik wisatawan terhadap batik motif corona terbukti memiliki persentase yaitu sangat tinggi 22%, tinggi 75%, rendah 3%, dan sangat rendah 0%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa batik motif corona yang dibuat oleh para pengrajin bati di Sewon dapat diterima oleh wisatawan.

Saran

Batik motif corona memiliki daya tarik yang tinggi terhadap wisatawan, baik lokal maupun asing. Maka kerajinan batik dengan motif corona ini harusnya dapat dikembangkan untuk meningkatkan kreatifitas para pengrajin, yang secara tidak langsung dapat meningkatkan ekonomi masyarakat setempat. Batik motif corona juga penting untuk dipatenkan, agar batik Yogyakarta semakin terlindungi dan lestari. Para pengrajin juga digiatkan untuk meningkatkan penggunaan bahan alami dan pengolahan limbah dengan baik agar tidak mencemari lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amanah, A. (2014). Sejarah Batik Dan Motif Batik Di Indonesia. *Seminar Nasional Riset Inovatif II*, 2, 539–545.
- [2] Amaris Trixie, A. (2020). Filosofi Motif Batik Sebagai Identitas Bangsa Indonesia. *Journal of Design and Creative Industry*,



- I(1), 1–9. Retrieved from <https://journal.uc.ac.id/index.php/FOLIO/article/view/1380/1148>
- [3] Ansari. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ponsel merek samsung. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- [4] Diana, W. (2019). Faktor-faktor yang sangat dominan memengaruhi daya tarik Destinasi pariwisata Lubuk Minturun di Kota Padang. *Jurnal Menara Ilmu*, XIII(4), 163–168.
- [5] Hakim, L. M. (2018). Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa dan Nation Brand Indonesia. *Nation State Journal of International Studies*, 1(1), 61–90. doi: 10.24076/nsjis.2018v1i1.90
- [6] Haryatno. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata. *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata*, 0341, 45–47.
- [7] Kirom, N. R., Sudarmiatin, & Putra, I. W. J. A. (2016). Faktor-faktor Penentu Daya Tarik Wisata Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 1(3), 536–546.
- [8] Larasati, M. (2021). Pelestarian Budaya Batik Nusantara Sebagai Identitas Kultural Melalui Pameran Di Museum Batik Pekalongan Pada Masa Covid-19. *Tornare: Journal of Sustainable Tourism Research*, 3(1), 46–50. Retrieved from <http://jurnal.unpad.ac.id/tornare/article/view/29849>
- [9] Pakpahan, D. R. (2017). Pengaruh Pengetahuan dan Sikap terhadap Perilaku Masyarakat pada Bank Syariah di Wilayah Kelurahan Sei Sikambing D. *At-Tawassuth*, 3(3), 345–367. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.30821/ajei.v2i2.1226>
- [10] Sarwoko, E. C. M. (2017). Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Berkaitan dengan Penerapan Program CSR (Corporate Sosial Responsibility). *Ekonomi Modernisasi*, 3(2), 147–164.
- [11] Sholeh, H. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Air Terjun Aek Martua Di Desa Tangun Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu Kabupaten Riau. *Jom FISIP, Volume 4*, 1–11.
- [12] Tanjung, R. W., Suryaningsum, S., Maharani, A. N., & Hendri, R. (2019). BATIK YOGYAKARTA DALAM ERA REVOLUSI INDUSTRI 4 . 0 Yogyakarta Batik in Industrial Revolution 4 . 0 Era. *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik*, 1(1), 1–10. Retrieved from <https://proceeding.batik.go.id/index.php/SN BK/article/view/7>
- [13] Deklara, dkk. (2018). Daya Tarik Pembelajaran Di Era 21 Dengan Blended Learning. *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*. 1(1), 13-18.
- [14] Sumaryati. (2017). *Kontribusi Estetika Dalam Menciptakan Pembelajaran yang Menyenangkan dan Berkemajuan*. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan
- [15] Yuliati. N.A. (2007). Peningkatan Kreativitas Seni dalam Desain Busana. *Jurnal Seni dan Pendidikan Seni* 5(2), 173-184.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN