

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode analisis tekstual karena dianggap sesuai untuk menjelaskan makna yang ada pada visual image pada desain *merchandise* Sawoong. Teks (desain) akan diletakkan dalam konteks sosialnya agar analisis tidak hanya berhenti pada teks saja, melainkan juga kepada makna yang lebih dalam (konotasi). Menggunakan teori pemaknaan, penulis mengangkat permasalahan mengenai pemaknaan Sawoong terhadap heritage Surabaya yang dituangkan dalam desain *merchandise*.

Dalam 7 desain merchandisenya, Sawoong berusaha memperkuat citra-citra tertentu yang positif mengenai kota Surabaya, terutama sebagai kota kenangan melalui visualisasi dan konotasi positif yang memadukan berbagai ikon, gambar serta kata-kata. Konotasi-konotasi tersebut hadir sedemikian rupa sehingga nampak natural dan seolah-olah tak terbantahkan identitas kota Surabaya antara lain sebagai kota yang nyaman, indah, teratur, bahkan sebagai kota kenangan dikonstruksi melalui representasi yang diatur sedemikian rupa untuk menimbulkan makna seperti yang diinginkan Sawoong. Dibalik representasi mengenai kota Surabaya yang diciptakan oleh Sawoong terdapat sebuah kepentingan demi berputarnya roda ekonomi dan budaya yang akan menghasilkan keuntungan bagi Sawoong.

Identitas bisa diproduksi melalui representasi yang merupakan sebuah sistem simbolik. Sementara itu, sebuah representasi memiliki karakteristik yang khas, yaitu menunjuk kepada sesuatu yang lain yang bukan dirinya. Namun seringkali sebuah representasi justru beralih menjadi apa yang direpresentasikannya dan seolah-olah menjadi 'realitas' yang baru. Melalui representasi tersebut, sebuah identitas baik yang lama maupun yang baru bisa menjadi seolah-olah nyata, dan bukan sebuah rekaan.

Representasi yang dilakukan Sawoong melalui produk Sawoong yang bernuansa *tempo doeloe*, membawa nostalgia akan masa kolonial, mengangkat memori kolonial sebagai bagian dari sejarah identitas Surabaya. Upaya penggambaran artefak budaya dalam desain visual *heritage* Sawoong menunjukkan bahwa Sawoong berusaha melakukan penyelamatan warisan budaya Surabaya.

Kata kunci: Representasi, Identitas, Semiotik, Warisan Budaya, Surabaya.

ABSTRACT

This study used a qualitative approach and textual analysis method. It is considered appropriate to clarify the meaning of the visual image on the design of Sawoong merchandise. Text (design) will be placed in a social context so that the analysis does not just stop at the text, but also the deeper meaning (connotation).

In Its 7 designs, Sawoong trying to strengthen certain images are positive about the city of Surabaya, especially as the city of memories through visualization and positive connotation that blends a variety of icons, images and words. Connotations are present in such a way that seems natural and indisputable as if the city's identity as a city of Surabaya. They are a comfortable place, beautiful place, orderly place, even as the city of memories. It is constructed through representations set forth in such a way as to cause the desired meaning Sawoong. Behind the representation of Surabaya city created by Sawoong there is a benefit for the wheels of the economy and culture, especially profits for Sawoong.

Identity can be produced through the representation that is a symbolic system. Meanwhile, representation has typical characteristics, which refers to something other than itself. But often it turned into a representation of what it represents and as if a 'reality' is new. Through these representations, the identity of both the old and new as if it could be real, and not a fiction.

Sawoong representations made through the old day nuances products. It is bringing the nostalgia for the colonial. Colonial memories rise as part of the historical identity of Surabaya. Efforts depiction of cultural artifacts in visual design heritage Sawoong shows that Sawoong attempt to save the cultural heritage of Surabaya.

Key words: Representation, Identity, Semiotic, Heritage, Surabaya.