

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bordir juga berarti menyulam yang artinya adalah pekerjaan menjahit dengan cara memberi hiasan pada kain yang dilakukan dengan tangan dan dapat pula dilakukan dengan menggunakan mesin jahit biasa atau mesin jahit bordir atau mesin bordir komputer. Motif bordir merupakan suatu dasar atau pokok dari suatu pola gambar yang merupakan pangkal atau pusat rancangan gambar, sehingga makna dari tanda, simbol atau lambang di balik motif tersebut dapat diungkap. Di dalam motif terdapat susunan yang terdiri atas unsur bentuk atau obyek, skala atau proporsi, dan komposisi. Motif menjadi pangkalan atau pokok dari suatu pola, motif itu mengalami proses penyusunan dan diterapkan secara berulang-ulang sehingga diperoleh sebuah pola. Pola itulah yang nantinya akan diterapkan pada benda lain yang nantinya akan menjadi ragam hias. Gambar (motif) merupakan susunan, rangkaian atau perpaduan dari bentuk-bentuk dasar motif, bentuk berbagai garis, warna, tekstur, dan sebagainya yang tersusun sedemikian rupa sehingga membentuk suatu gambar (motif) baru yang indah, serasi, bernilai seni, dan orisinal. (Titin, 2019)



Gambar 1.1 Seni bordir

Sumber : lunargarment.com, di akses tahun 2024

Bordir Tasikmalaya terkenal karena keindahan dan kerumitan desainnya. Pengrajin bordir di Tasikmalaya memiliki keahlian khusus dalam menciptakan motif-motif tradisional yang menggambarkan kekayaan budaya Indonesia. Bordir Tasikmalaya sering kali digunakan untuk mempercantik berbagai produk tekstil seperti pakaian, selendang, taplak meja, dan bahkan dekorasi dinding. Motif - motif bordir ini sering kali terinspirasi oleh alam sekitar, fauna, flora, serta motif-motif tradisional Indonesia lainnya. Keindahan dan kerumitan bordir Tasikmalaya membuatnya diminati sebagai produk souvenir dan oleh para kolektor seni tekstil. Dalam tradisi seni tekstil, khususnya sulaman, Tasikmalaya telah memperlihatkan keahlian dan keindahan yang unik. Bordir Tasikmalaya bukan sekadar seni sulaman biasa. Bordir Tasikmalaya adalah perwujudan warisan budaya yang kaya dan bersejarah. Menggunakan benang-benang berkualitas tinggi dan teknik sulaman yang rumit, para pengrajin Tasikmalaya telah mempertahankan keahlian ini dari generasi ke generasi. Bordir Tasikmalaya memiliki akar dalam tradisi lokal. Dari pola hingga warna, setiap detail merangkum cerita dari kehidupan sehari-hari, alam sekitar, dan mitos lokal. Motif-motifnya sering kali menggambarkan alam tropis Indonesia, seperti bunga-bunga eksotis, burung-burung yang berwarna-warni, dan binatang-binatang endemik.

Salah satu daya tarik utama bordir Tasikmalaya adalah keragaman motif dan teknik yang digunakan. Motif-motifnya berkisar dari yang sederhana hingga yang sangat rumit, mencakup segala sesuatu mulai dari geometri hingga alam semesta. Dengan teknik sulaman tangan yang terampil, para pengrajin mampu menciptakan karya seni yang memukau dengan *detail* yang luar biasa. Beberapa teknik sulaman yang sering digunakan melibatkan penggunaan berbagai jenis jahitan seperti jahit lurus, jahit lubang, dan jahit helai. Penggunaan warna yang cerah dan kontras juga membuat bordir Tasikmalaya sangat menonjol. Selain itu, penggunaan berbagai jenis benang, termasuk benang sutra alami, memberikan tekstur yang unik dan daya tahan yang luar biasa pada sulaman ini.

Bordir Tasikmalaya tidak hanya dipandang sebagai kerajinan tangan, tetapi juga diakui sebagai seni. Para desainer busana dan perancang interior sering menggunakan bordir Tasikmalaya untuk menambah keanggunan pada karya mereka. Gaun-gaun pengantin, kebaya, dan aksesoris mode sering kali didekorasi dengan bordir Tasikmalaya, menciptakan tampilan yang

anggun dan memesona. Dalam seni dekoratif, bordir Tasikmalaya sering ditemukan dalam bentuk taplak meja, sarung bantal, hingga lukisan sulaman dinding. Keindahan dan kerumitan motifnya membuatnya cocok sebagai pusat perhatian dalam ruangan apa pun. Sentuhan artistik bordir Tasikmalaya dapat meningkatkan estetika dan kehangatan dalam setiap ruangan. Dengan memperkenalkan bordir Tasikmalaya kepada wisatawan domestik dan internasional, pariwisata di daerah ini juga dapat berkembang, membuka peluang bagi para pengusaha dan pengrajin lokal untuk mendapatkan penghasilan yang lebih baik.

Kota Tasikmalaya meraih kehormatan istimewa sebagai bagian dari Program Kolaborasi Qatar - Indonesia 2023 *Years of Culture* (YoC), sebuah inisiatif yang bertujuan untuk memperkuat pertukaran budaya antara kedua negara. Program ini tidak hanya menjadi jembatan pertukaran kebudayaan, tetapi juga menjadi alat untuk memajukan sektor kreatif dan menguatkan hubungan antar masyarakat. Kota Tasikmalaya terpilih sebagai tempat tujuan residensi tiga seniman, salah satunya berasal dari Qatar. Keputusan ini didasarkan pada potensi kebudayaan Kota Tasikmalaya, khususnya dalam seni bordir. Bordir Tasikmalaya terpilih karena kesamaan dengan budaya menyulam kain yang dimiliki oleh Qatar. Kolaborasi ini akan melibatkan desainer Indonesia dan desainer Qatar yang akan menciptakan produk-produk inspiratif terinspirasi dari budaya bordir Tasikmalaya. Hasil kolaborasi ini nantinya akan dipamerkan di berbagai tempat, termasuk Qatar Museums, Museum Seni Islam (MIA) Mathaf, *MIA Park*, *Al-Riwaq Doha Exhibition Space*, *Arab Museum of Modern Art*, dan QM Gallery di Katara.

" Kita memiliki budaya sulam yang sama, yaitu bordir, baik itu di Indonesia maupun di Qatar. Oleh karena itu, budaya bordir dari Kota Tasikmalaya dipilih untuk menjadi fokus kolaborasi ini," ujar Project Manager Program Culturar, Dr. Kahfiati Kahdar, MA, dalam acara *Designers Talk and Pre-Exhibition Collaboration* Qatar - Indonesia 2023 yang diadakan di Ballroom Sakura Hotel Santika pada Rabu (18/10/2023). (Rukanda, 2023)



Gambar 1.2 Creative Industry

Sumber : barantum.com, di akses tahun 2024

Industri kreatif adalah bidang yang cukup luas dan masih terbuka lebar seperti musik, film, fashion, komunikasi visual, kerajinan tangan, IT, dsb. untuk diterjuni oleh para kreator. Jika seseorang menekuni satu jenis kreativitas dan mulai berusaha mengkomersialkan hasil kreativitasnya, maka mereka sudah merintis menjadi seorang wirausaha yang mengandalkan kreativitas (*Creativepreneur*). Dasar kerja *creativepreneur* adalah kreativitas. Kreativitaslah yang menuntun seorang *creativepreneur* memulai konsep bisnisnya, kemudian mengeksekusinya menjadi bisnis nyata. *creativepreneur* lebih banyak ditekuni oleh generasi muda yang melakukan bisnis dengan ide-ide yang lebih kreatif. (Antara dan Yogantari, 2018)

Industri kreatif bordir Tasikmalaya merupakan bagian integral dari warisan budaya Indonesia. Bordir khas Tasikmalaya menampilkan keindahan dan kehalusan yang unik, dengan motif-motif yang terinspirasi dari alam dan kearifan lokal. Industri kreatif bordir Tasikmalaya tidak hanya mencakup pembuatan karya seni yang indah, tetapi juga berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan mempromosikan keahlian tradisional. Dengan memadukan

kreativitas, keahlian, dan nilai budaya, industri kreatif bordir Tasikmalaya menjadi bagian yang penting dalam memperkaya dan melestarikan warisan budaya Indonesia.

Konten visual adalah segala bentuk media atau materi yang dapat dilihat oleh mata dan digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi. Ini mencakup berbagai jenis format seperti gambar, video, grafik, ilustrasi, infografis, animasi, dan lain-lain. Konten visual sangat efektif dalam menarik perhatian dan mempermudah pemahaman, karena manusia secara alami lebih responsif terhadap informasi yang disajikan secara visual dibandingkan dengan teks saja. Konten ini sering digunakan dalam berbagai konteks, termasuk pemasaran, pendidikan, dan komunikasi digital.

Media pemasaran merujuk pada berbagai platform dan saluran yang digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan kepada konsumen. Ini termasuk iklan televisi, iklan radio, iklan cetak, pemasaran *online*, media sosial, pemasaran konten, email, dan masih banyak lagi. Media pemasaran memungkinkan perusahaan untuk mencapai *audiens* target mereka, membangun merek, dan mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan kemajuan teknologi, media pemasaran terus berkembang dan menawarkan berbagai cara untuk berinteraksi dengan konsumen. Penting bagi perusahaan untuk memilih media pemasaran yang sesuai dengan target pasar dan tujuan bisnis mereka.

Media pemasaran memiliki beragam manfaat, termasuk:

1. Meningkatkan Kesadaran: Media pemasaran memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kesadaran tentang merek, produk, atau layanan mereka di antara audiens target.
2. Mendorong Keterlibatan: Melalui media pemasaran, perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen, mendengarkan umpan balik, dan membangun keterlibatan yang lebih dalam.
3. Memperluas Jangkauan: Dengan berbagai platform media, perusahaan dapat mencapai audiens yang lebih luas, baik secara geografis maupun demografis.

4. Memengaruhi Keputusan Pembelian: Media pemasaran dapat mempengaruhi sikap dan keputusan pembelian konsumen melalui konten yang relevan dan strategi promosi yang efektif.

5. Membangun Merek: Dengan menggunakan media pemasaran secara konsisten, perusahaan dapat membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan loyalitas konsumen.

6. Mengukur Kinerja: Melalui analisis data dan metrik kinerja, perusahaan dapat mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran dan melakukan penyesuaian untuk meningkatkan hasil.

Dengan memahami manfaat media pemasaran, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk mencapai tujuan pemasaran mereka. Indonesia memiliki kekayaan budaya bordir yang kaya dan beragam. Setiap daerah di Indonesia memiliki gaya bordir yang unik, mencerminkan keanekaragaman etnis, budaya, dan tradisi. Misalnya, bordir Tapis dari Lampung, bordir Palembang, bordir Toraja, bordir Tenun Ikat dari Nusa Tenggara Timur, dan banyak lagi. Bordir-bordir ini sering kali menampilkan motif-motif alam, flora, fauna, dan simbol-simbol budaya yang penting bagi masyarakat setempat. Keterampilan bordir turun-temurun telah menjadi bagian integral dari warisan budaya Indonesia dan terus dilestarikan sebagai bagian yang penting dari identitas lokal. Bordir juga sering kali digunakan dalam busana tradisional, tekstil rumah tangga, dan barang-barang kerajinan, memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari dan perayaan budaya. Dengan keindahan dan keahlian yang terkandung di dalamnya, budaya bordir Indonesia merupakan aset berharga yang patut dijaga dan dihargai.

Industri kreatif bordir Indonesia merupakan bagian integral dari kekayaan budaya Indonesia. Bordir Indonesia dikenal karena keindahan, kehalusan, dan keberagaman motifnya yang mencerminkan keanekaragaman budaya di seluruh kepulauan. Industri kreatif bordir ini melibatkan ribuan pengrajin dan perajin yang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diturunkan secara turun-temurun. Mereka menghasilkan beragam produk bordir, mulai dari pakaian tradisional, tekstil rumah tangga, hingga barang-barang kerajinan dengan kualitas dan desain yang unik.

Industri kreatif bordir Indonesia juga memberikan dampak ekonomi yang signifikan dengan memberdayakan masyarakat lokal, terutama perempuan di pedesaan, untuk terlibat dalam

proses produksi. Selain itu, industri ini juga menjadi daya tarik pariwisata karena produk-produk bordir Indonesia sering kali menjadi oleh-oleh yang diminati oleh wisatawan.

Dengan keindahan dan keahlian yang terkandung di dalamnya, industri kreatif bordir Indonesia terus berkembang dan memainkan peran penting dalam mempromosikan warisan budaya Indonesia ke dunia.

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki kerajinan terbesar yaitu Tasikmalaya, Tasikmalaya merupakan daerah yang terpilih dalam program unggulan yang dilaksanakan oleh KaTa Kreatif (Indonesia Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) yaitu program membantu meningkatkan inovasi dan kewirausahaan para pelaku ekonomi kreatif (ekraf). Tasikmalaya adalah salah satu kota dengan keunggulan subsektor kriya yang berpotensi mendunia. Jenis-jenis kerajinan yang menonjol dan menjadi icon di Tasikmalaya adalah kerajinan bordir, kerajinan kelom geulis, kerajinan mendong, kerajinan bambu, hiasan, kerajinan batik Tasikmalaya, dan payung geulis. Semua jenis kerajinan hampir seluruhnya dihasilkan oleh turun temurun dari nenek moyang, orangtua, sampai anak-anaknya. Dari banyaknya kerajinan yang dimiliki daerah Tasikmalaya, kerajinan bordir merupakan jenis kerajinan dengan jumlah pelaku terbanyak yaitu 1.199 Unit atau 11.674 orang. Banyaknya jumlah yang menghasilkan bordir ini dikarenakan bordir merupakan hasil karya turun temurun sejak adanya zaman Belanda (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2023).

Keberadaan bordir di Tasikmalaya sudah berkembang dari masa ke masa, mulai dari :

1. Pengerjaan, bentuk motif.
2. Variasi pada produknya.
3. Kerajinan bordir terbesar berada di kecamatan Kawalu. Daerah dikenal sebagai sentra industri bordir.

Terkait dengan strategi pemasaran peneliti menemukan salah satu brand bordir di kota Tasikmalaya yang masih membutuhkan pemasaran pada produknya, brand tersebut yaitu Alumazra Bordir. Alumazra ini merupakan salah satu pengrajin yang pengoprasioannya masih menggunakan bordir manual, dari produk yang dihasilkan berpotensi tinggi untuk dipasarkan dikarenakan hasil bordir tersebut terlihat cukup rapih dibandingkan dari beberapa kompotitor

yang sudah menjadi brand terkenal dan sudah menggunakan teknik mesin komputer di kota Tasikmalaya. Alumazra sendiri memproduksi produk Fashion dan Tas bordir. Dalam pemasarannya Alumazra hanya menjual produknya dengan cara mengikuti beberapa event show/pameran guna untuk mengenali produknya dan konsumen *repeat order* (pelanggan setia produk), rata-rata konsumen yang didapatkan untuk membeli produk Alumazra didapat pada saat mengikuti event show/pameran. Alumazra sendiri menjelaskan bahwa penjualannya hanya dilakukan secara orang lain yang mengenali produknya dan tidak berani untuk memasarkan produknya secara online dikarenakan beberapa permasalahan terkait hasil bordir yang ditiru oleh kompetitor bordir yang ada di kota Tasikmalaya, maka dari itu Alumazra bordir hanya membuka penjualan secara *costume*/pemesanan tergantung dari pelanggan sehingga produk tersebut belum tersedia. Oleh karena itu, diperlukan adanya strategi desain untuk menyelesaikan permasalahan dan memberikan solusi dari aspek bidang Desain komunikasi Visual untuk meningkatkan strategi pemasaran pada brand Alumazra bordir.

Kelayakan mengenai penelitian produk bordir Alumazra yaitu karena produk bordir Alumazra merupakan salah satu kerajinan tangan khas daerah yang memiliki potensi untuk dikembangkan dan mampu bersaing di Industri Kreatif khususnya di produk bordir. Penelitian tentang media pemasaran produk bordir Alumazra dapat memberikan wawasan baru dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Topik ini sejalan dengan tren pemasaran modern yang semakin memanfaatkan media digital dan online serta relevan dengan kebutuhan pengembangan usaha bordir Alumazra dan dapat memberikan kontribusi teoritis serta praktis yang bermanfaat.

Penelitian ini memiliki urgensi yang cukup tinggi, terutama dalam konteks pengembangan usaha kerajinan tangan lokal. Berikut adalah beberapa alasan yang menunjukkan urgensi dari penelitian ini:

1. Potensi Ekonomi Lokal:

- a. Produk bordir Alumazra merupakan salah satu kerajinan tangan khas daerah yang memiliki potensi untuk dikembangkan.
- b. Pengembangan usaha bordir Alumazra dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar.

2. Persaingan Pasar:

- a. Pasar produk kerajinan tangan semakin kompetitif, baik dari produk lokal maupun produk impor.
- b. Penelitian ini dapat membantu pelaku usaha bordir Alumazra dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk bersaing di pasar.

3. Pemanfaatan Media Digital:

- a. Tren pemasaran saat ini semakin mengarah pada pemanfaatan media digital dan online.
- b. Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pelaku usaha bordir Alumazra dalam memanfaatkan media pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar.

4. Pemberdayaan Masyarakat:

- a. Pengembangan usaha bordir Alumazra dapat memberikan dampak positif bagi pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal.
- b. Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

5. Kontribusi Akademis:

- a. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu pemasaran, khususnya terkait media pemasaran produk kerajinan tangan.
- b. Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang terkait dengan pengembangan usaha kerajinan tangan lokal.

Oleh karena itu, penelitian tentang media pemasaran produk bordir Alumazra menjadi sangat penting dan mendesak untuk dilakukan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat teridentifikasi media pemasaran yang paling efektif untuk meningkatkan jangkauan dan penjualan produk bordir Alumazra. Hal ini akan berdampak pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan para pengrajin bordir di Alumazra.

Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan industri kreatif berbasis kearifan lokal di Indonesia. Produk bordir Alumazra merupakan salah satu aset budaya yang perlu dilestarikan dan dikembangkan agar dapat bersaing di pasar global. Melalui pemanfaatan media pemasaran yang tepat, diharapkan produk bordir Alumazra dapat semakin dikenal dan diminati oleh konsumen, baik di dalam maupun luar negeri.

Dengan mempertimbangkan potensi ekonomi lokal, persaingan pasar, pemanfaatan media digital, pemberdayaan masyarakat, serta kontribusi akademis, penelitian ini memiliki urgensi yang cukup tinggi dan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pengembangan usaha kerajinan tangan lokal.

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa identifikasi masalah yang dimiliki oleh Alumazra bordir adalah :

1. Kurangnya konten visual yang menarik : memproduksi foto dan video berkualitas yang memperlihatkan detail dan keindahan dari produk bordir dengan editing yang menarik.
2. Penggunaan media sosial yang belum optimal : memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Pinterest, dan Facebook untuk berbagi konten visual, cerita, dan informasi tentang proses pembuatan produk bordir.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang meliputi media pemasaran Alumazra bordir adalah :

1. Bagaimanakah media pemasaran digital yang sudah dilakukan oleh Alumazra ?
Kemudian analisis oleh aspek visual.
2. Bagaimana perancangan konten visual pada pemasaran produk bordir Alumazra ?

=

Dalam mencari solusi permasalahan media pemasaran produk bordir Alumazra, terdapat beberapa acuan yang dapat digunakan, antara lain :

1. Tren dan Perkembangan Media Pemasaran Digital :

Mengkaji perkembangan tren media pemasaran digital, seperti media sosial, e-commerce, dan pemasaran online. Memahami potensi dan tantangan dalam memanfaatkan media pemasaran digital untuk produk bordir Alumazra.

2. Studi Kasus Pengembangan Usaha Kerajinan Tangan Lokal :

Mempelajari studi kasus keberhasilan pengembangan usaha kerajinan tangan lokal melalui strategi pemasaran yang efektif. Mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mendukung keberhasilan pengembangan usaha kerajinan tangan.

Dengan mengacu pada berbagai sumber di atas, penelitian tesis dapat menghasilkan solusi yang komprehensif dan relevan untuk mengatasi permasalahan media pemasaran produk bordir Alumazra. Hal ini akan membantu pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar produk bordir Alumazra.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan dan memajukan industri kreatif di bidang produk bordir mencakup beberapa hal, antara lain:

1. Pengembangan Desain Konten Visual Media Pemasaran : Memajukan industri kreatif bordir mendorong inovasi dalam desain, pengembangan desain konten visual pemasaran digital.
2. Pemberdayaan Ekonomi Lokal : Industri kreatif bordir dapat menjadi sumber penghidupan bagi komunitas lokal, terutama perajin dan pengrajin, serta mendukung keberlangsungan mata pencaharian tradisional.

Dengan tujuan ini, memajukan industri kreatif di bidang produk bordir dapat memberikan manfaat sosial, ekonomi, dan budaya yang signifikan bagi masyarakat dan negara. Tujuan kreatif yang akan dicapai adalah konsep yang mencakup hasil atau tujuan yang diinginkan dari upaya kreatif. Ini berfungsi sebagai prinsip panduan bagi seniman, desainer, penulis, dan profesional kreatif lainnya untuk menyalurkan upaya mereka dan menghasilkan karya yang selaras dengan visi mereka. Tujuan kreatif dapat sangat bervariasi tergantung pada proyek atau individu tertentu, namun umumnya melibatkan upaya mencapai orisinalitas, inovasi, dan ekspresi artistik.

Saat memulai proyek kreatif, penting untuk menetapkan tujuan kreatif yang jelas dan terdefinisi dengan baik. Tujuan ini bertindak sebagai kompas, memberikan arahan dan fokus sepanjang proses kreatif. Ini membantu seniman untuk tetap termotivasi dan berkomitmen pada pekerjaan mereka, bahkan ketika menghadapi tantangan atau kemunduran. Dengan memikirkan tujuan kreatif, seniman dapat membuat pilihan dan keputusan yang berkontribusi pada keseluruhan visi dan tujuan karya mereka.

Selain itu, tujuan kreatif sering kali melibatkan mendorong batasan dan mengeksplorasi kemungkinan-kemungkinan baru. Hal ini mendorong seniman untuk berpikir di luar kebiasaan, bereksperimen dengan berbagai teknik, dan mengambil risiko dalam upaya kreatif mereka. Pola pikir eksplorasi dan inovasi ini dapat menghasilkan karya inovatif dan transformatif yang dapat diterima oleh khalayak dan meninggalkan dampak jangka panjang. Oleh karena itu, tujuan kreatif berfungsi sebagai katalis untuk mendorong batas-batas kreativitas dan menantang norma-norma konvensional.

Kesimpulannya, tujuan kreatif adalah aspek mendasar dari setiap upaya kreatif. Ini memberi seniman tujuan dan arah, membimbing upaya mereka untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dengan menetapkan tujuan kreatif yang jelas, seniman dapat menyalurkan kreativitasnya, mendobrak batasan, dan menghasilkan karya yang orisinal, inovatif, dan bermakna.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat mengidentifikasi saluran pemasaran yang paling efektif untuk memasarkan produk bordir Alumazra. Hal ini akan membantu perusahaan fokus pada penggunaan media pemasaran yang terbukti paling berhasil menjangkau dan menarik pelanggan. Dengan meneliti penggunaan media digital dalam pemasaran produk bordir, penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga tentang bagaimana memanfaatkan platform digital secara optimal. Hal ini dapat membantu perusahaan mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih efektif. Penelitian ini dapat mengungkap preferensi dan perilaku konsumen terkait produk bordir Alumazra. Informasi ini dapat digunakan untuk menyesuaikan produk, kemasan, dan strategi pemasaran agar lebih sesuai dengan keinginan pelanggan. Dengan mengidentifikasi saluran pemasaran yang paling efektif dan memahami preferensi konsumen, perusahaan dapat meningkatkan penjualan dan profitabilitas produk bordir Alumazra. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi perusahaan untuk mengembangkan bisnis bordir Alumazra di masa depan, termasuk diversifikasi produk, ekspansi pasar, dan inovasi.

Secara keseluruhan, penelitian tesis tentang media pemasaran digital produk bordir Alumazra dapat memberikan manfaat strategis bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas pemasaran, memahami konsumen, dan mengembangkan bisnis secara berkelanjutan. Penelitian ini memiliki manfaat yang sangat penting dalam berbagai bidang, termasuk ilmu pengetahuan, teknologi, bisnis, dan banyak lagi. Beberapa manfaat penelitian antara lain:

1. Pemahaman Yang Lebih Mendalam : Penelitian memungkinkan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang suatu topik, fenomena, atau masalah yang dapat membantu mengidentifikasi solusi yang efektif.

2. Inovasi Visual : Melalui penelitian, kita dapat menghasilkan inovasi baru, menemukan solusi untuk tantangan yang kompleks, dan mengembangkan teknologi yang dapat meningkatkan kualitas hidup.

Dengan demikian, penelitian memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan pengetahuan manusia, mengatasi tantangan global, dan meningkatkan kualitas hidup.

1.4.1 Aspek Teoritis

Manfaat teoritis adalah untuk mengembangkan dan menambah keilmuan di dalam ruang lingkup keilmuan media pemasaran. Media pemasaran mengacu pada berbagai saluran dan platform yang digunakan oleh bisnis dan organisasi untuk mempromosikan produk atau layanan mereka kepada audiens target mereka. Ini mencakup berbagai alat dan teknik komunikasi yang digunakan untuk menciptakan kesadaran, membangkitkan minat, dan mendorong penjualan. Media pemasaran ini dapat mencakup bentuk tradisional seperti iklan cetak, iklan televisi, dan radio, serta platform digital seperti media sosial, pemasaran email, dan optimasi mesin pencari. Salah satu aspek penting dari media pemasaran adalah kemampuan untuk menjangkau dan melibatkan audiens target secara efektif.

Hal ini memerlukan perencanaan dan penyusunan strategi yang cermat untuk menentukan saluran dan platform yang paling tepat untuk digunakan. Misalnya, jika target audiens utamanya adalah orang dewasa muda, akan lebih efektif jika berfokus pada platform media sosial seperti Instagram atau Snapchat, karena platform tersebut populer di kalangan demografis ini. Di sisi lain, jika target audiensnya adalah orang dewasa yang lebih tua, media tradisional seperti surat kabar atau televisi mungkin lebih cocok. Pertimbangan penting lainnya dalam media pemasaran adalah pesan dan konten yang dikomunikasikan. Sangat penting untuk membuat konten yang menarik dan relevan yang sesuai dengan target audiens. Hal ini dapat dicapai melalui penggunaan bahasa yang persuasif, visual yang menawan, dan teknik bercerita. Selain itu, konten harus disesuaikan dengan platform atau saluran tertentu yang digunakan. Misalnya, judul yang pendek dan menarik mungkin lebih efektif di media sosial, sedangkan pesan yang lebih panjang dan detail mungkin lebih cocok untuk iklan cetak. Kesimpulannya, media pemasaran memainkan peran penting dalam mempromosikan produk dan layanan kepada khalayak sasaran.

Hal ini melibatkan penggunaan berbagai saluran dan platform, baik tradisional maupun digital, untuk secara efektif menjangkau dan melibatkan penerima yang dituju. Dengan mempertimbangkan target audiens secara cermat dan menyusun konten yang menarik, bisnis dan organisasi dapat memaksimalkan dampak upaya pemasaran mereka dan mencapai hasil yang diinginkan.

1. Bagi Peneliti

Dalam melakukan penelitian tesis mengenai media pemasaran produk bordir Alumazra, peneliti dapat menerapkan beberapa kerangka teoritis yang relevan untuk memberikan landasan yang kuat bagi analisis dan pembahasan sehingga dapat digunakan sebagai kerangka kerja untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Alumazra dalam memasarkan produk bordir mereka. Peneliti dapat mengevaluasi bagaimana elemen-elemen bauran pemasaran ini dimanfaatkan secara efektif. Dengan menerapkan kerangka teoritis yang relevan, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang dinamika pemasaran produk bordir Alumazra, mengidentifikasi faktor-faktor kunci, dan mengembangkan rekomendasi strategis yang berlandaskan teori. Sebagai peneliti, beberapa aspek teoritis yang perlu dipertimbangkan meliputi :

- a. Kerangka Konseptual: Pengembangan kerangka kerja atau model konseptual yang menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.
- b. Tinjauan Pustaka: Memahami teori-teori yang relevan dan penelitian terdahulu yang terkait dengan topik penelitian untuk memperkuat landasan teoritis.
- c. Konsep dan Definisi: Memastikan pemahaman yang mendalam terhadap konsep-konsep kunci dan definisi yang digunakan dalam teori yang relevan.
- d. Hipotesis: Membangun hipotesis berdasarkan teori yang ada sebagai dasar untuk pengujian dalam penelitian.
- e. Metodologi: Memilih metode penelitian yang sesuai dengan teori yang digunakan dan memastikan bahwa metode tersebut dapat menghasilkan data yang mendukung pengujian teori.
- f. Analisis Data: Memilih teknik analisis data yang sesuai dengan teori yang digunakan untuk menginterpretasikan hasil penelitian.

- g. Implikasi Teoritis: Menganalisis implikasi temuan penelitian terhadap teori yang ada dan menyusun kesimpulan yang dapat memperkaya teori yang relevan.

Dengan memperhatikan aspek teoritis ini, peneliti dapat memastikan bahwa penelitiannya didasarkan pada landasan teoritis yang kuat dan relevan, serta dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi pengembangan pengetahuan di bidang yang bersangkutan.

2. Bagi keilmuan bidang desain komunikasi visual

Dalam konteks keilmuan desain komunikasi visual, penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis yang signifikan. Salah satu aspek teoritis yang dapat diangkat adalah Teori Komunikasi Visual. Teori ini menyediakan kerangka kerja untuk memahami bagaimana elemen-elemen visual, seperti warna, tipografi, layout, dan imagery, dapat digunakan secara strategis untuk menyampaikan pesan pemasaran yang efektif. Peneliti dapat menganalisis bagaimana Alumazra memanfaatkan elemen-elemen visual dalam merancang konten pemasaran, baik di media digital maupun konvensional, untuk menarik dan mempengaruhi konsumen.

Selain itu, Teori Persepsi Visual juga dapat memberikan landasan teoritis yang kuat bagi penelitian ini. Teori ini membahas bagaimana manusia mempersepsi dan menginterpretasikan informasi visual. Dengan memahami prinsip-prinsip persepsi visual, peneliti dapat menganalisis bagaimana desain visual produk bordir Alumazra dapat memicu respon yang diinginkan dari konsumen, seperti daya tarik, pemahaman pesan, dan ingatan terhadap merek.

Lebih lanjut, Teori Semiotika Visual dapat dimanfaatkan untuk menganalisis makna simbolik yang terkandung dalam elemen-elemen visual yang digunakan oleh Alumazra dalam strategi pemasaran mereka. Hal ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana simbol, ikon, dan indeks visual dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dan membangun asosiasi merek yang kuat.

Selain itu, Teori Estetika Visual juga dapat memberikan kontribusi teoritis yang berharga. Teori ini dapat membantu peneliti menganalisis bagaimana aspek-aspek estetika, seperti keseimbangan, harmoni, dan keindahan, dimanfaatkan dalam desain visual pemasaran Alumazra untuk menciptakan daya tarik dan pengalaman visual yang menarik bagi konsumen.

Dengan menerapkan kerangka teoritis yang relevan dari bidang desain komunikasi visual, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang peran dan potensi elemen-elemen visual dalam strategi pemasaran produk bordir Alumazra. Hal ini dapat memperkaya keilmuan desain komunikasi visual dan memberikan kontribusi teoritis yang berharga bagi pengembangan disiplin ilmu ini. Beberapa aspek teoritis yang relevan dalam keilmuan bidang desain komunikasi visual meliputi:

- a. Teori Desain Grafis: Memahami prinsip-prinsip desain grafis, seperti tipografi, komposisi, warna, dan penggunaan ruang, serta bagaimana teori ini diterapkan dalam konteks komunikasi visual.
- b. Semiotika dan Semantik Visual: Memahami bagaimana tanda, simbol, dan makna visual digunakan dalam komunikasi visual, serta cara memahami pesan-pesan yang terkandung dalam desain.
- c. Psikologi Warna dan Persepsi Visual: Mempelajari dampak psikologis warna dan bagaimana persepsi visual memengaruhi cara orang merespons desain komunikasi visual.
- d. Teori Komunikasi: Memahami teori-teori komunikasi dan bagaimana prinsip-prinsip komunikasi diterapkan dalam desain untuk menyampaikan pesan dengan efektif.
- e. Teori Visualisasi Informasi: Memahami cara mengorganisir dan memvisualisasikan informasi kompleks agar mudah dipahami oleh audiens, termasuk penggunaan diagram, grafik, dan infografis.

- f. Teori Periklanan dan Branding: Memahami strategi periklanan, identitas merek, dan bagaimana desain komunikasi visual dapat memengaruhi persepsi merek dan konsumen.

Dengan menerapkan kerangka teoritis yang relevan, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang dinamika pemasaran produk bordir Alumazra, mengidentifikasi faktor-faktor kunci, dan mengembangkan rekomendasi strategis yang berlandaskan teori. Memahami dan menerapkan aspek teoritis ini dapat membantu para profesional desain komunikasi visual untuk menciptakan karya-karya yang efektif, bermakna, dan berdampak dalam berbagai konteks komunikasi visual.

1.4.2 Aspek Praktis

Manfaat praktisnya adalah mampu memberikan motivasi dan konstruksi bagi para pelaku usaha industry kreatif khususnya pengusaha bordir di Tasikmalaya. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi atau acuan bagi peneliti selanjutnya dalam penelitiannya mengenai metafora gramatika.

Penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis yang signifikan bagi perusahaan Alumazra dalam meningkatkan efektivitas pemasaran produk bordir mereka. Salah satu aspek praktis yang paling penting adalah pemahaman yang lebih mendalam tentang pasar dan perilaku konsumen. Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengungkap profil konsumen, preferensi, dan pola pembelian mereka terhadap produk bordir Alumazra. Informasi ini dapat membantu perusahaan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Selain itu, penelitian ini juga dapat mengidentifikasi saluran pemasaran yang paling efektif dalam menjangkau dan menarik konsumen. Dengan mengetahui media dan platform yang terbukti paling berhasil, perusahaan dapat fokus pada penggunaan saluran tersebut dan mengoptimalkan alokasi sumber daya pemasaran. Hal ini dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas kampanye pemasaran.

Aspek praktis lainnya adalah pengembangan strategi pemasaran digital yang lebih komprehensif. Penelitian ini dapat memberikan masukan berharga tentang bagaimana memanfaatkan platform digital, seperti media sosial, situs web, dan pemasaran konten, secara optimal untuk mempromosikan produk bordir Alumazra. Dengan demikian, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan sesuai dengan tren pasar saat ini.

Pada akhirnya, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi praktis bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan profitabilitas produk bordir Alumazra melalui strategi pemasaran yang lebih efektif. Selain itu, pemahaman yang diperoleh tentang preferensi konsumen juga dapat membantu perusahaan mengembangkan inovasi produk bordir yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

Secara keseluruhan, aspek praktis dari penelitian ini dapat memberikan masukan berharga bagi perusahaan Alumazra dalam meningkatkan efektivitas pemasaran, mengembangkan strategi yang lebih kompetitif, dan mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi Alumazra sebagai objek penelitian. Temuan-temuan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan dalam meningkatkan strategi pemasaran mereka secara efektif.

Pertama, penelitian ini dapat mengidentifikasi media pemasaran yang paling efektif dalam menjangkau dan menarik konsumen potensial produk bordir Alumazra. Dengan menganalisis penggunaan media digital, media sosial, maupun media konvensional, peneliti dapat memberikan rekomendasi strategis tentang saluran pemasaran mana yang harus diprioritaskan dan dikembangkan oleh Alumazra.

Kedua, penelitian ini dapat mengungkap faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk bordir Alumazra. Pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen, preferensi, dan motivasi mereka dapat membantu Alumazra merancang strategi pemasaran yang lebih responsif terhadap kebutuhan pasar.

Ketiga, penelitian ini dapat memberikan masukan praktis bagi Alumazra dalam meningkatkan desain dan konten pemasaran mereka. Dengan menganalisis efektivitas elemen-elemen visual, seperti warna, tipografi, dan imagery, peneliti dapat memberikan rekomendasi untuk mengoptimalkan daya tarik visual dan penyampaian pesan pemasaran.

Keempat, penelitian ini dapat mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi Alumazra dalam memasarkan produk bordir mereka. Analisis kompetitif dan evaluasi posisi pasar Alumazra dapat membantu perusahaan mengembangkan strategi yang lebih kompetitif dan meningkatkan keunggulan bersaing mereka.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan praktis yang berharga bagi Alumazra dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan membangun citra merek yang kuat. Temuan penelitian ini dapat menjadi landasan bagi Alumazra untuk mengambil keputusan strategis dan taktis dalam mengelola pemasaran produk bordir mereka. Aspek praktis yang dapat bermanfaat bagi peneliti dalam penelitian tesis tentang media pemasaran produk bordir Alumazra:

1. Pemahaman Pasar dan Konsumen

Penelitian ini dapat memberikan wawasan praktis tentang profil konsumen, preferensi, dan perilaku pembelian mereka terhadap produk bordir Alumazra. Informasi ini dapat membantu perusahaan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

2. Identifikasi Saluran Pemasaran Efektif

Penelitian ini dapat mengungkap saluran pemasaran yang paling efektif dalam menjangkau dan menarik konsumen untuk produk bordir Alumazra. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk fokus pada penggunaan media yang terbukti paling berhasil, sehingga dapat mengoptimalkan alokasi sumber daya pemasaran.

3. Pengembangan Strategi Pemasaran Digital

Dengan meneliti penggunaan media digital dalam pemasaran produk bordir, penelitian ini dapat memberikan masukan praktis tentang bagaimana memanfaatkan platform digital secara optimal. Hal ini dapat membantu perusahaan mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan sesuai dengan tren pasar.

4. Peningkatan Penjualan dan Profitabilitas

Hasil penelitian dapat memberikan rekomendasi praktis bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan profitabilitas produk bordir Alumazra melalui strategi pemasaran yang lebih efektif.

5. Pengembangan Inovasi Produk

Pemahaman yang diperoleh dari penelitian ini tentang preferensi konsumen dapat membantu perusahaan mengembangkan inovasi produk bordir yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

Secara keseluruhan, aspek praktis dari penelitian ini dapat memberikan masukan berharga bagi perusahaan Alumazra dalam meningkatkan efektivitas pemasaran, mengembangkan strategi yang lebih kompetitif, dan mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan. Beberapa aspek praktis yang perlu dipertimbangkan oleh peneliti meliputi:

1. Perencanaan Penelitian: Menetapkan tujuan penelitian yang jelas, merumuskan pertanyaan penelitian yang tepat, dan merancang metodologi penelitian yang sesuai.
2. Pengumpulan Data: Melakukan pengumpulan data dengan cermat sesuai dengan metode yang telah dirancang, baik melalui observasi, wawancara, survei, eksperimen, atau analisis dokumen.
3. Analisis Data: Menggunakan teknik analisis data yang sesuai dengan jenis data yang dikumpulkan, termasuk penggunaan perangkat lunak statistik jika diperlukan, untuk menghasilkan temuan yang dapat diinterpretasikan.

4. Interpretasi Hasil: Menginterpretasikan hasil penelitian dengan cermat berdasarkan landasan teoritis, menjelaskan makna temuan, dan mengaitkan hasil dengan pertanyaan penelitian.

5. Penulisan dan Diseminasi: Menyusun laporan penelitian yang jelas dan sistematis, serta mempertimbangkan cara terbaik untuk menyebarkan hasil penelitian kepada pemangku kepentingan yang relevan.

6. Penerapan Temuan: Menerapkan temuan penelitian ke dalam konteks praktis, apakah itu dalam kebijakan, praktik profesional, atau pengembangan produk dan layanan.

7. Evaluasi dan Revisi: Melakukan evaluasi terhadap proses penelitian, menerima umpan balik, dan merevisi pendekatan atau metodologi yang digunakan jika diperlukan.

Dengan memperhatikan aspek praktis ini, peneliti dapat memastikan bahwa penelitiannya dilaksanakan dengan efisien dan efektif, serta menghasilkan temuan yang bermakna dan dapat diaplikasikan dalam berbagai konteks.

2. Bagi Industri

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi praktis yang signifikan bagi pelaku usaha di sektor industri bordir dan tekstil secara lebih luas. Temuan-temuan penelitian ini dapat menjadi referensi berharga bagi perusahaan-perusahaan serupa dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk produk-produk mereka.

Pertama, penelitian ini dapat mengungkap tren dan pola perilaku konsumen dalam industri bordir dan tekstil. Pemahaman yang mendalam tentang preferensi, motivasi, dan proses pengambilan keputusan konsumen dapat membantu pelaku industri merancang strategi pemasaran yang lebih responsif terhadap kebutuhan pasar.

Kedua, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang efektivitas penggunaan berbagai media pemasaran, baik digital maupun konvensional, dalam industri bordir dan

tekstil. Analisis terhadap saluran-saluran pemasaran yang paling efektif dapat membantu perusahaan-perusahaan di industri ini mengalokasikan sumber daya pemasaran secara lebih optimal.

Ketiga, penelitian ini dapat mengidentifikasi elemen-elemen visual yang paling efektif dalam menarik dan mempengaruhi konsumen dalam industri bordir dan tekstil. Rekomendasi tentang penggunaan warna, tipografi, imagery, dan desain visual yang menarik dapat menjadi referensi bagi pelaku industri dalam merancang konten pemasaran yang lebih impactful.

Keempat, penelitian ini dapat mengungkap tantangan dan peluang yang dihadapi oleh industri bordir dan tekstil dalam memasarkan produk-produk mereka. Analisis kompetitif dan evaluasi posisi pasar dapat membantu perusahaan-perusahaan di industri ini mengembangkan strategi yang lebih kompetitif dan meningkatkan daya saing mereka.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan praktis yang berharga bagi pelaku industri bordir dan tekstil dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang lebih efektif. Temuan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan-perusahaan di industri ini untuk mengambil keputusan strategis dan taktis dalam mengelola pemasaran produk-produk mereka, sehingga dapat meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan membangun citra merek yang kuat di pasar. Beberapa aspek praktis yang relevan bagi industri meliputi:

1. Efisiensi Operasional: Memastikan bahwa proses produksi dan operasional berjalan dengan efisien untuk mengurangi pemborosan waktu, tenaga, dan sumber daya.
2. Kualitas Produk dan Layanan: Fokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, serta mempertahankan reputasi merek.
3. Inovasi Produk: Mengembangkan produk baru atau meningkatkan produk yang ada untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang dan mempertahankan daya saing.

4. Pemasaran dan Promosi: Merancang strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai target pasar, membangun merek, dan meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk atau layanan.

5. Manajemen Sumber Daya Manusia: Membangun tim yang terampil, termotivasi, dan berkomitmen untuk mendukung tujuan perusahaan dan meningkatkan produktivitas.

6. Keberlanjutan Lingkungan: Memperhatikan praktik bisnis yang ramah lingkungan untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan memenuhi standar keberlanjutan.

7. Keuangan dan Pengelolaan Risiko: Memastikan keuangan perusahaan sehat, mengelola risiko dengan bijaksana, dan mengidentifikasi peluang investasi yang menguntungkan.

Dengan memperhatikan aspek praktis ini, industri dapat menjaga daya saing, memenuhi kebutuhan pasar, dan mencapai tujuan bisnis secara efektif.

3. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi praktis yang signifikan dalam mendukung pengembangan industri kreatif, khususnya sektor bordir dan tekstil, di Indonesia. Temuan-temuan penelitian ini dapat menjadi masukan berharga bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan dan program yang lebih efektif untuk memajukan industri ini.

Pertama, penelitian ini dapat mengungkap tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku usaha di industri bordir dan tekstil dalam memasarkan produk-produk mereka. Pemahaman yang mendalam tentang dinamika pasar, tren konsumen, dan strategi pemasaran yang efektif dapat membantu pemerintah merancang program pendampingan dan pembinaan yang lebih responsif terhadap kebutuhan industri.

Kedua, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang efektivitas penggunaan berbagai media pemasaran, baik digital maupun konvensional, dalam industri bordir dan tekstil. Analisis terhadap saluran-saluran pemasaran yang paling efektif dapat membantu pemerintah mengembangkan inisiatif dan infrastruktur yang mendukung pemasaran produk-produk industri kreatif secara lebih optimal.

Ketiga, penelitian ini dapat mengidentifikasi elemen-elemen visual yang paling efektif dalam menarik dan mempengaruhi konsumen dalam industri bordir dan tekstil. Rekomendasi tentang penggunaan warna, tipografi, imagery, dan desain visual yang menarik dapat menjadi referensi bagi pemerintah dalam mengembangkan program pembinaan dan pelatihan bagi pelaku usaha di sektor ini.

Keempat, penelitian ini dapat mengungkap potensi ekonomi dan daya saing industri bordir dan tekstil di Indonesia. Analisis kompetitif dan evaluasi posisi pasar dapat membantu pemerintah dalam merumuskan kebijakan dan insentif yang dapat mendorong pertumbuhan dan daya saing industri kreatif ini di pasar domestik maupun global.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan praktis yang berharga bagi pemerintah dalam merancang dan mengimplementasikan program-program pembinaan, pendampingan, dan pengembangan industri kreatif, khususnya sektor bordir dan tekstil.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan Tesis

Sistematika laporan tesis umumnya mencakup beberapa bagian utama, seperti:

1. Halaman Judul: Berisi judul tesis, nama penulis, institusi, tahun penulisan, dan informasi terkait.
2. Lembar Pengesahan: Berisi pernyataan dari pembimbing atau penguji yang menyatakan bahwa tesis tersebut telah disetujui.

3. Abstrak : Ringkasan singkat tentang tujuan, metode, temuan, dan kesimpulan tesis.
4. Kata Pengantar : Penjelasan mengenai latar belakang, tujuan penulisan tesis, dan ruang lingkup penelitian.
5. Tinjauan Pustaka: Rangkuman dari literatur dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik tesis.
6. Metode Penelitian : Penjelasan mengenai desain penelitian, pendekatan, teknik pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan.
7. Hasil Penelitian : Presentasi temuan atau hasil penelitian secara sistematis.
8. Pembahasan : Interpretasi hasil penelitian, analisis, dan hubungan antara temuan dengan teori yang relevan.
9. Kesimpulan : Ringkasan dari temuan penelitian, implikasi, dan saran untuk penelitian selanjutnya.
10. Daftar Pustaka : Daftar semua referensi yang digunakan dalam tesis, disusun sesuai dengan gaya penulisan yang diikuti.
11. Lampiran : Berisi data tambahan, instrumen penelitian, atau materi pendukung lainnya yang relevan.

Berikut adalah uraian ringkas dari isi tiap bab yang dapat disusun dalam penelitian ini :

Bab 1: Pendahuluan

1. Latar belakang penelitian, menjelaskan pentingnya pengembangan usaha bordir Alumazra dan permasalahan terkait media pemasaran.

2. Perumusan masalah, fokus pada identifikasi permasalahan media pemasaran produk bordir Alumazra.

3. Tujuan penelitian, yaitu untuk menemukan solusi efektif dalam pengembangan media pemasaran produk bordir Alumazra.

4. Manfaat penelitian, baik secara teoretis maupun praktis bagi pelaku usaha bordir Alumazra.

5. Sistematika Penulisan Laporan Tesis.

Bab 2: Tinjauan Pustaka

1. Teori dari umum ke khusus, kajian teori terkait pemasaran produk, strategi pemasaran, dan media pemasaran digital.

2. Penelitian terdahulu yang relevan dengan pengembangan usaha kerajinan tangan lokal dan media pemasaran.

3. Kerangka teori, pemikiran yang menggambarkan alur pemecahan masalah media pemasaran produk bordir Alumazra.

4. Asumsi atau preposisi, menjelaskan pemikiran yang berasal dari hasil kerangka teori

5. Ruang lingkup penelitian, menjelaskan hasil pemikiran dari media pemasaran produk bordir Alumazra yang diteliti, lokasi, produk bordir Alumazra, waktu dan periode penelitian.

Bab 3: Metode Penelitian

1. Pendekatan dan jenis penelitian, misalnya kualitatif dengan studi kasus.

2. Populasi dan sampel, untuk menentukan sampel populasi berdasarkan kriteria dan tujuan.
3. Metode pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.
4. Uji Validitas Data, untuk memastikan kualitas dan keabsahan data.
5. Metode Analisis Data, seperti analisis data, matriks, perbandingan matriks, penarikan kesimpulan, analisis strategi desain.
6. Konsep perancangan, merupakan generating idea dari hasil analisis, dan selecting idea.
7. Hasil perancangan, seperti prototyping dan testing.

Bab 4: Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Gambaran umum objek penelitian, profil usaha bordir Alumazra, termasuk sejarah, produk, dan kondisi pasar saat ini.
2. Hasil penelitian, seperti data observasi, wawancara, kuesioner, hasil studi pustaka.
3. Pembahasan atau analisis dari hasil penelitian, analisis permasalahan media pemasaran produk bordir Alumazra, mencakup identifikasi kendala dan potensi, identifikasi kebutuhan dan preferensi konsumen terhadap produk bordir Alumazra. analisis strategi pemasaran dan media pemasaran yang telah diterapkan oleh pelaku usaha.
4. Penarikan kesimpulan, rekomendasi solusi pengembangan media pemasaran produk bordir Alumazra yang efektif.
5. Perancangan, seperti konsep perancangan, hasil perancangan.

Bab 5: Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, uraian yang menjawab rumusan masalah penelitian.
2. Saran atau rekomendasi yang berkaitan dengan manfaat penelitian untuk pemecahan masalah, praktis bagi pelaku usaha bordir Alumazra dalam mengembangkan media pemasaran. Untuk penelitian selanjutnya yang dapat melengkapi atau memperdalam topik penelitian.

Struktur ini dapat menjadi acuan dalam menyusun isi tiap bab pada penelitian ini. Tentunya, uraian pada setiap bab dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kekhasan penelitian yang dilakukan.