

Pengaruh Social Media Marketing dan Digital Textile Printing Terhadap Keterlibatan Konsumen: Studi Penjelasan Konsumen Batik Indonesia Untuk Industri Batik = The Influence of Social Media Marketing and Digital Textile Printing on Consumer Engagement: Explanatory study of Indonesian Batik Consumer for Batik Industry

Emeraldo Listyo Samudra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920539239&lokasi=lokal>

Abstrak

Kemajuan teknologi terjadi di sektor batik Indonesia, termasuk penerapan taktik pemasaran media sosial dan penggunaan peralatan cetak tekstil digital untuk prosedur pembuatan. Konflik konsumen tentang risiko dan kerugian mendasar yang ditimbulkannya terhadap kelangsungan jangka panjang teknik batik tulis tradisional dan keberlanjutan budaya di tengah era mode modern yang terus berkembang menjadi perhatian utama dari perkembangan ini. Lebih jauh, tampaknya perubahan ini telah mengubah karakter dan plot budaya barang akhir, yang pada gilirannya berdampak pada keterlibatan konsumen, pandangan tentang, dan loyalitas terhadap merek. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji persepsi konsumen tentang bagaimana modernisasi mempengaruhi strategi pemasaran dan operasional batik. Dalam rangka melestarikan dan mempertahankan seni keramat dan industri batik Indonesia, data evaluasi yang diperoleh akan membantu dalam meningkatkan kesadaran di antara berbagai pemangku kepentingan dan mempengaruhi tindakan mereka.

Metode wawancara utama untuk tesis ini adalah wawancara semi terstruktur dengan konsumen batik terpercaya di Jakarta. Sementara ini terjadi, data sekunder diperoleh dari sumber online termasuk publikasi ilmiah dan artikel. Metode analisis isi, yaitu kerangka konseptual, digunakan untuk menganalisis lebih lanjut data yang alami dan deskriptif ini. Menurut penelitian, konsumen yang membeli batik suka berinteraksi dengan strategi influencer marketing dan basis online penggemar batik milenial karena strategi ini menarik keterikatan merek kognitif dan emosional mereka dan berdampak pada keputusan pembelian mereka. Selain itu, jelas bahwa batik tulis tradisional dan batik cetak digital hidup berdampingan di berbagai ceruk pasar. Kedua pasar masih menyukai barang-barang buatan tangan, tetapi yang terakhir lebih simpatik dan memahami kondisi di sekitar tekstil yang dicetak secara digital. Temuan menunjukkan bahwa teknologi digital printing tekstil dan pemasaran media sosial berdampak pada rantai interaksi pelanggan batikTechnological advancements are taking place in the Indonesian batik sector, including the adoption of social media marketing tactics and the use of digital textile print equipment for manufacturing procedures. Consumer conflicts about the underlying risks and harm it brings to the traditional hand-made batik technique's long-term survival and cultural sustainability in the midst of the ever-expanding modern fashion era are the key concern from these developments. Furthermore, it appears that these changes have changed the final goods' cultural character and plot, which in turn has an impact on the consumers' engagement with, views about, and loyalty to the brands. The goal of this study is to examine consumer perceptions of how modernization has affected batik marketing and operational strategies. In order to finally conserve and defend the sacred art and industry of Indonesian batik, the evaluated data obtained will aid in raising awareness among various stakeholders and influencing their actions

The primary method of the interview for this thesis is a semi-structured interview with reliable Jakarta-based

batik consumers. While this was happening, secondary data was obtained from online sources including scholarly publications and articles. The content analysis method, namely the conceptual framework, is used to further analyze these natural and descriptive data. According to research, consumers who buy batik like to interact with influencer marketing strategies and millennial batik enthusiast online base because these strategies appeal to their cognitive and emotional brand attachments and have an impact on their purchasing decisions. Additionally, it is clear that traditional hand-made batik and digitally printed batik coexist in various market niches. Both markets still favor handmade goods, but the latter is more sympathetic and understanding of the conditions surrounding digitally printed textiles. The findings suggest that digital textile printing technology and social media marketing have an impact on the batik customer interaction chain.