

DESAIN MOTIF SEBAGAI *BRAND STRATEGY* PENGEMBANGAN GALERI SULAM PINJAIK PATAH KABUPATEN AGAM SUMATRA BARAT

Erni Masdupi¹, Tri Kurniawati², Halkadri Fitra³, Dini Faisal⁴

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang

²Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang

³Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang

⁴Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan seni, Universitas Negeri Padang

corresponding author email: emasdupi@fe.unp.ac.id¹

Abstrak

Pinjaik patah atau jarum jahit yang dipatahkan merupakan *brand* yang cukup dikenal untuk persoalan produk sulaman terawang di Sumatra Barat, khususnya di kabupaten Agam, Nagari Panampuang. Sayangnya, pengembangan motif yang dilakukan masih minim sehingga diversifikasi produk, pembeda produk hasil sulaman pinjaik patah dan hasil produk kompetitor tidak dapat dibedakan. Perlu dirancang sebuah desain motif baru yang berangkat dari *picture mark* logo galeri sulam pinjaik patah dengan tujuan untuk menciptakan diversifikasi produk dan *brand awareness* sulaman pinjaik patah. Metode yang digunakan adalah *research and development* dengan tahapan 1) Potensi dan Masalah; 2) Pengumpulan informasi; 3) Pengembangan model; 4) Validasi model; 5) Uji coba model. Hasil yang didapatkan yaitu perajin sulaman dapat mengaplikasikan desain motif dalam jenis sulaman terawang dan sulaman menggunakan bordir, hanya saja masih diperlukan revisi dan latihan dari perajin sulaman agar dapat menghasilkan motif yang harmonis. Pengembangan desain dan produk sebaiknya difokuskan pada sulaman terawang yang menjadi unggulan sulam pinjaik patah.

Kata kunci: *brand awareness*, desain motif, pinjaik patah, sulaman

Abstract

Pinjaik patah or a broken sewing needle is a well-known brand for embroidery products in West Sumatra, especially in Agam district, Nagari Panampuang. Unfortunately, the development of the motifs is still minimal so that product diversification, the difference between the product of pinjaik patah embroidery and the product of competitors cannot be distinguished. It is necessary to design a new motif design that departs from the picture mark of the Pinjaik Patah embroidery gallery logo with the aim of creating product diversification and brand awareness of Pinjaik Patah embroidery. The method used is research and development which includes five steps like 1) potentials and problems; 2) gathering information; 3) designing; 4) validation and; 5) design testing. The results obtained are that the embroiderer can apply the motif design in the type of overlay embroidery and embroidery using embroidery, it's just that revision and practice from the embroiderer is still needed in order to produce a harmonious motif. Design and product development should be focused on terawang embroidery which is the flagship of pinjaik patah embroidery.

Keywords: *brand awareness, embroidery, motif design, pinjaik patah*

1. PENDAHULUAN

Sulaman merupakan salah satu produk kebudayaan yang dimiliki oleh Sumatra Barat. Salah satu daerah penghasil sulaman di Sumatra Barat yaitu Nagari Panampuang, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatra Barat dengan ciri khas sulaman Pinjaik Patah. Ciri khas dari sulaman pinjaik patah ini yaitu alat dan teknik yang digunakan dalam menyulam terutama untuk menghasilkan sulaman terawang. Adapun alat yang digunakan yaitu jarum jahit (*pinjaik*) yang dipatahkan. Pinjaik patah (jarum jahit yang dipatahkan) lebih memudahkan perajin sulaman ketika mengerjakan proses sulamnya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada kelompok perajin sulaman di Galeri Sulaman Pinjaik Patah diketahui bahwa menyulam menggunakan jarum yang lebih pendek, atau pinjaik patah, akan menghemat waktu bagi perajin sulaman dalam menghasilkan motif-motif sulam.

Motif adalah desain stilasi alam benda dengan ciri khas dan gaya tersendiri menggunakan elemen-llemen garis dan bentuk (Suhersono, 2004). Pengembangan motif-motif banyak dilakukan untuk mendapatkan kebaruan produk sulam. Inspirasi bentuk motif di Sumatra Barat cukup beragam. Ada yang berangkat dari bentuk ukiran rumah gadang atau rumah tradisional, dari motif lama yang dikombinasikan dengan bentuk baru, hingga motif-motif kreasi yang berangkat dari bentuk-bentuk yang ditemukan sehari-hari. Sulaman merupakan warisan turun temurun yang ada pada suatu daerah yang sudah sepatutnya dilestarikan dan dikembangkan. Hal ini senada dengan warisan atau kemampuan menyulam dengan alat dan teknik pinjaik patah yang diperkenalkan secara turun temurun di Nagari Panampuang. Seni motif sulaman seharusnya mengandung filosofi hidup, nilai-nilai personal dan tidak hanya menampilkan keindahan hiasan pada kain saja (Marlianti dan Handayani, 2021).

Meskipun sulaman pinjaik patah terkenal dengan teknik sulamnya yang berbeda, tetapi bentuk motif sulamannya tidak memiliki ciri khas yang dapat membedakannya dengan produk sulaman lainnya. Hal ini sangat disayangkan mengingat pinjaik patah telah memiliki modal brand awal sebagai daerah penghasil sulaman di kabupaten Agam, Sumatra Barat. Maka dibutuhkan pengembangan desain motif yang dapat menjadi ciri khas dari pinjaik patah sebagai bagian dari program *branding* Galeri Sulam Pinjaik Patah.

Desain motif yang dikembangkan untuk galeri sulam Pinjaik Patah ini merupakan bagian dari pengaplikasian identitas visual galeri sulam yang bertujuan sebagai diversifikasi motif sulam serta meningkatkan awareness masyarakat mengenai *brand* Pinjaik Patah. Meskipun *brand* produk sulaman dari pinjaik patah cukup dikenal di Sumatra Barat, namun motif sulam yang digunakan terbatas pada motif lama yang umum digunakan oleh usaha sulam atau daerah penghasil sulaman lainnya, sehingga tidak ada pembeda dengan kompetitor. Adapun kreasi motif yang dilakukan sekedar melakukan plagiasi pada motif-motif yang ada di internet. Berdasarkan wawancara dengan perajin sulaman di Galeri Sulam Pinjaik Patah, saat ini motif yang dibuat terinspirasi dari motif-motif yang ditemukan di internet seperti aplikasi Pinterest. Maka, pengembangan motif menjadi peluang besar bagi Galeri Sulam Pinjaik Patah sebagai strategi *brand awareness* produk sulaman pinjaik patah untuk kedepannya.

Pengembangan motif ini merupakan penelitian lanjutan dari penelitian pertama mengenai perancangan identitas visual Galeri Sulam Pinjaik Patah. Tahapan pengembangan motif adalah bagian dari program *branding* pinjaik patah. Berdasarkan teori Aaker (2015) bahwa *brand awareness* dimulai dengan *brand recognition*, *brand recall* dan *top of mind*. Maka pengembangan motif ini merupakan bagian dari strategi *brand recognition* bagi *target market* Galeri Sulam Pinjaik Patah.

Pengembangan motif dilakukan untuk menaikkan penjualan dengan memberikan kreasi pada motif lama sebagai pembeda dengan produk dari usaha sejenis. Seperti penelitian dan pengembangan motif yang dilakukan oleh Lita, Meuthia, dan Surya (2021) yang melakukan pengembangan motif dengan menggunakan bantuan teknologi digital. Pelatihan pengaplikasian desain menggunakan *software* adobe illustrator dapat memudahkan pengrajin dalam menghasilkan kreasi motif baru sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha. Kreasi motif baru juga dapat mengikuti perkembangan *trend* yang diakibatkan oleh permintaan dari konsumen. Kesimpulan ini didapatkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Annisa, Selian, Zuriana (2016) yang meneliti perkembangan motif dari kerajinan tas di daerah Aceh Besar yang mengalami perkembangan jumlah dan jenis motif untuk mengikuti selera pasar. Cahyadi, dkk (2020) melakukan penelitian terhadap masyarakat, pemerintah, pengrajin dan akademisi mengenai pengembangan motif baru tanpa menghilangkan karakteristik budaya lokal dari suatu daerah. Hidayat (2018) melakukan penelitian pengembangan motif kain berangkat dari motif ukiran rumah tradisional Minangkabau (rumah gadang) yang dimodifikasi sebagai upaya revitalisasi karya tradisi dan sebagai pengembangan industri kreatif dengan muatan lokal.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lanjutan dengan menggunakan metode *research and development* (R&D) yang bertujuan untuk menghasilkan suatu produk yang dapat memecahkan masalah untuk kebutuhan pengguna dan dapat diterapkan. Pada penelitian dan pengembangan motif sulam Galeri Pinjaik Patah dilakukan lima tahapan, yaitu: 1) Potensi dan Masalah; 2) Pengumpulan informasi; 3) Pengembangan model; 4) Validasi model; 5) Uji coba model. Karena ini merupakan penelitian lanjutan yang dilakukan pada tahun kedua penelitian maka tahapan pertama dan kedua, potensi masalah dan pengumpulan informasi telah dilakukan pada penelitian sebelumnya.

Untuk merumuskan potensi dan masalah serta pengumpulan informasi peneliti melakukan survey langsung ke lapangan yang dilakukan kurang lebih lima sampai enam kali, dan diantaranya melakukan *focus group discussion* (FGD). FGD diikuti oleh perajin sulaman yang tergabung dengan galeri Pinjaik Patah, ketua dan perangkat galeri, serta ketua Badan Usaha Milik Nagari (BUMNag) sebagai penanggung jawab pendirian galeri sulam. Hasil dari FGD yaitu diperlukan adanya program *branding* berupa tahapan-tahapan membangun *brand awareness* untuk produk sulaman pinjaik patah melihat adanya peluang identitas visual dijadikan motif.

Tahapan pengembangan model dilakukan berdasarkan hasil diskusi dengan pihak galeri dan juga perajin sulaman yang tergabung dengan galeri sulam, disepakati bahwa bentuk

logo akan diaplikasikan sebagai motif pada kain baju mengingat logo yang dimiliki memiliki konsep dan nilai filosofi yang sesuai dengan semangat pinjaik patah. Tahapan validasi dilakukan dengan cara yang sama kepada para perajin sulaman dan kemudian langsung dilakukan uji coba penerapan motif pada kain baju yang dilakukan oleh perajin sulaman di galeri sulam Pinjaik Patah. Perlu dipahami bahwa dalam melakukan pengembangan dan uji coba produk dapat dilakukan beberapa kali. Apa yang peneliti lakukan saat ini merupakan pengembangan awal dan uji coba pertama terhadap pengembangan desain motif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pinjaik Patah

Galeri sulam Pinjaik Patah merupakan usaha nagari (desa) dimana perajin sulaman yang berada di daerah tersebut tergabung dengan galeri dengan sistem bagi hasil. Pengelola galeri juga terdiri dari masyarakat setempat sehingga potensi pengembangan *brand* pinjaik patah ini sangat besar. Produk sulaman yang dijual juga bervariasi, namun sayangnya dengan modal *brand* awal pinjaik patah yang cukup dikenal masyarakat ternyata inovasi-inovasi produk yang dilakukan masih minim. Bahkan beberapa produk yang dijual bukan produk hasil sulaman sendiri tapi merupakan produk yang dijual kembali atau *reseller* dari sulaman yang berbeda (bukan khas pinjaik patah).



Gambar 1. Produk Sulaman yang Dijual
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Beberapa produk yang dijual antara lain bahan kain yang telah disulam, baju jadi seperti baju koko dan baju atasan wanita, jilbab, selendang, tas, taplak meja dan produk rajut, dan batik. Tidak seluruh produk yang dijual disini merupakan hasil sulaman langsung oleh perajin sulaman pinjaik patah di nagari Panampuang. Sedangkan untuk jenis sulaman yang dijual ada sulaman terawang, sulaman kepala samek, dan bordir. Sangat disayangkan sebuah kegiatan masyarakat yang diwariskan turun temurun tidak memperlihatkan ciri khasnya, padahal warisan lokal yang dibawa memiliki nilai filosofis dan semangat kehidupan bermasyarakat yang baik.

Sejauh ini usaha yang dilakukan galeri yaitu melakukan variasi produk yang dijual seperti *style* baju dan melatih anak jahit untuk menghasilkan jenis atau *style* baju yang bervariasi. Pada awalnya galeri hanya menjual kain yang telah disulam dan baju-baju formal, kemudian menambahkan variasi seperti baju dengan potongan modern dan lebih *trend*. Beberapa motif unggulan dari sulaman pinjaik patah yaitu sulaman terawang villet, terawang kasiak (Roza dan Nelmira, 2021).



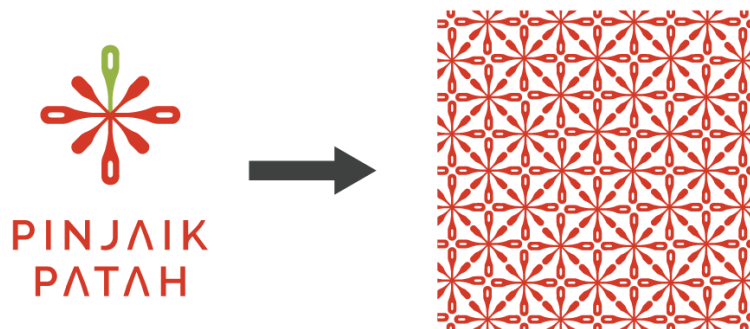
Gambar 2. Proses Pembuatan Sulam Terawang
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Sulam Pinjaik Patah terkenal dengan sulaman jenis terawang dimana alat dan teknik menggunakan jarum jahit yang dipatahkan atau *pinjaik patah* (jarum jahit patah). Sulaman terawang adalah membuat sulaman pada kain polos dengan merentangkan kain. Motif dihasilkan dengan cara mencabut dan menarik benang pada kain sehingga tercipta lobang-lobang dengan bentuk geometris (Yusmerita, 1992), (Marlianti dan Handayani, 2017). Bentuk motif yang digunakan di sulam Pinjaik Patah bervariasi seperti motif geometris, motif yang berangkat dari motif tradisional, dan motif flora dan fauna dengan motif unggulan motif burung merak (Roza dan Nelmira, 2021).

Menurut Yuliarma (2016), pengembangan desain sulam terbilang rendah karena rendahnya minat masyarakat untuk belajar yang juga dipengaruhi oleh faktor urbanisasi, padahal hasil sulam masih terus diminati oleh masyarakat. Melihat permasalahan diatas dan potensi yang dimiliki *brand* pinjaik patah maka dibuatkan sebuah pengembangan motif yang diharapkan dapat menumbuhkan *brand awareness* dan melestarikan serta mengembangkan produk sulaman pinjaik patah.

3.2 Desain Motif

Desain motif yang dirancang untuk galeri sulam Pinjaik Patah berangkat dari bentuk *picture mark* logo galeri sulam yang telah dirancang peneliti pada penelitian sebelumnya. Desain logo galeri sulam Pinjaik Patah memiliki konsep yang mencerminkan 1) bentuk pinjaik patah yang unik dan ciri khas sulaman Pinjaik Patah; 2) sumber kehidupan bagi masyarakat Panampuang yang mata pencahariannya adalah sebagai perajin sulaman; 3) dan pemersatu masyarakat Panampuang (Masdupi, dkk, 2021).



Gambar 3. Motif Pinjaik Patah Berangkat dari Bentuk Logo
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Motif pinjaik patah dibuat persis sama tanpa melakukan deformasi pada desain logo. Pengulangan *picture mark* logo menjadi sebuah motif bertujuan untuk menciptakan *awareness* bagi konsumen Pinjaik Patah dan juga sebagai modal bagi perajin sulaman untuk membuat kreasi motif baru berangkat dari logo yang sudah ada. Menurut Wening, Khayati, Suprihatin (2013) dasar memadu padankan dan menciptakan motif baru bisa dilakukan dengan tiga cara seperti 1) pengulangan atau repetisi, yaitu dengan mengulang unsur desain beberapa kali di beberapa tempat; 2) harmoni yang muncul akibat kombinasi satu unsur dengan unsur lainnya; 3) kontras. Maka pada pengembangan desain motif pinjaik patah ini teknik yang digunakan yaitu pengulangan atau repetisi. Sejalan dengan itu, pengulangan atau repetisi juga dapat menciptakan *brand awareness* yang baik.

Desain motif yang dikembangkan tim peneliti hanyalah bentuk dasar atau motif awal. Terlepas dari desain ini, perajin sulaman dapat menciptakan kreasinya sendiri. Berangkat dari tujuan yang sama sebagai bagian dari proses *branding* sulaman pinjaik patah maka desain motif yang digunakan merupakan aplikasi bentuk logo galeri sulam Pinjaik Patah. Penggunaan desain ini telah disepakati bersama oleh perajin sulaman dan perangkat galeri melalui *focus group discussion*. Pada awalnya bentuk motif dibuat sebagai bagian dari identitas visual dalam program *branding* galeri sulam Pinjaik Patah. Awalnya motif yang dibuat untuk digunakan pada kemasan, ilustrasi latar dari berbagai media untuk keperluan identitas, promosi dan *branding* galeri. Dalam semangat menciptakan *branding* Pinjaik Patah, perajin sulaman yang tergabung di galeri sulam Pinjaik Patah melihat potensi motif tersebut digunakan pada kain baju.



Gambar 4. Pengembangan Bentuk Motif
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Jika dilihat dari bentuk motif maka motif pinjaik patah yang dirancang ini termasuk kategori motif geometris yang membentuk belah ketupat yang terdiri dari delapan jari-jari yang merupakan stilasi bentuk kepala jarum jahit. Motif ini sepintas terlihat seperti kepingan salju dengan adanya jari-jari berbentuk jarum tersebut. Berdasarkan penjelasan mengenai motif pada sulaman terawang di atas maka motif pinjaik patah ini sangat potensial untuk diaplikasikan pada sulaman terawang pinjaik patah. Meskipun produk sulaman unggulan pinjaik patah adalah sulam terawang, tetapi jenis sulaman yang dihasilkan dan dijual di Galeri Sulam Pinjaik Patah juga bervariasi seperti sulam kapalo samek dan bordir.

3.3 Motif pada Kain

Peneliti merancang beberapa motif yang berangkat dari desain logo yang dimiliki oleh galeri sulam Pinjaik Patah. Desain motif ini kemudian diberikan pada perajin sulaman untuk kemudian diaplikasikan pada kain baju. Meskipun sulaman terawang merupakan produk unggulan Pinjaik Patah, tetapi implementasi motif dapat juga dibuat di sulaman menggunakan bordir. Berikut hasil aplikasi motif pinjaik patah dalam sulam bordir yang dibuat oleh perajin sulam pinjaik patah.



Gambar 5. Aplikasi Motif pada Baju Menggunakan Sulam Bordir
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Pada gambar 5 terlihat bahwa uji coba aplikasi motif pinjaik patah yang digabung dengan motif berupa bunga. Motif dapat dengan mudah diaplikasikan pada sulaman bordir. Hanya saja jika dibandingkan antara ukuran motif bunga di kiri bawah dengan motif pinjaik patah terlihat masih kaku, belum harmonis dan kurang memperlihatkan kesatuan. Saran perbaikan bagi perajin sulaman adalah menyamakan ukuran motif pinjaik patah dengan ukuran motif bunga yang terdapat di kiri bawah. Motif juga dapat dibuat dengan jenis pengulangan ditaburkan secara acak agar lebih dinamis. Motif juga dapat digunakan menggantikan bentuk bunga sehingga motif tidak kaku dan terpisah dengan unsur motif lainnya.

Masih diperlukan perbaikan agar motif bisa lebih seimbang dan dinamis seperti memperbaiki ukuran dan letak motif. Sedangkan untuk penggunaan warna tidak ada ketentuan khusus harus ada perbedaan warna salah satu jari dari motif seperti

perbedaan warna pada logo, seperti contoh motif di gambar 5 dan 6 motif dapat menggunakan warna yang sama tanpa dibedakan seperti pada logo.



Gambar 6. Aplikasi Motif Jenis Sulaman Terawang
[Sumber: Dokumentasi Penulis]




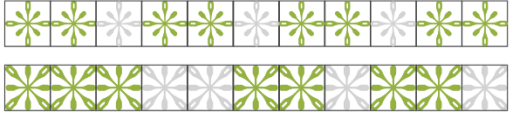
Sedangkan pada gambar 6 merupakan pengaplikasian motif pinjaik patah menggunakan sulaman terawang. Jika dibandingkan antara hasil motif pada gambar 5 dan gambar 6 dapat dilihat bahwa bentuk motif menggunakan bordir lebih terlihat jelas dibandingkan dengan bentuk motif pada sulam terawang. Meskipun demikian, teknik kombinasi dan kontras yang dilakukan antara sulaman motif flora yang dibordir dengan sulaman motif pinjaik patah dapat menghasilkan bentuk keseluruhan yang dinamis dan tidak kaku.

Dapat disimpulkan bahwa motif pinjaik patah dapat diaplikasikan sebagai bagian dari motif sulam, baik menggunakan sulaman bordir ataupun terawang. Hanya saja perajin sulaman perlu untuk melatih mengaplikasikan motif agar bentuk motif yang telah disepakati tidak berubah. Hal ini disebabkan karena motif pinjaik patah berangkat dari bentuk logo Galeri Sulam Pinjaik Patah. Supaya tidak terjadi deformasi bentuk mengingat bentuk motif dan logo ini memiliki konsep yang diaplikasikan pada bentuk visualnya. Selain itu, pengaplikasian logo sebagai motif bertujuan juga untuk memberi penanda bahwa produk yang dihasilkan adalah hasil sulaman Pinjaik Patah sehingga dapat menggantikan fungsi label baju. Sehingga sulaman dari usaha atau nagari (desa) lainnya tidak dapat meniru bentuk motif pinjaik patah.

3.4 Perbaikan Desain

Setelah dilakukan uji coba didapatkan beberapa kesimpulan seperti komposisi dan kombinasi antar unsur motif yang masih kaku, terutama untuk jenis bordir seperti pada gambar 5. Sedangkan pada gambar 6 sudah cukup baik hanya perlu menjaga bentuk motif agar tidak mengalami perubahan bentuk. Berikut peneliti merancang beberapa contoh penerapan motif dibuat secara digital untuk diaplikasikan pada jenis sulaman terawang.

Tabel 1. Perbaikan Desain
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Contoh Foto Produk	Penerapan yang Dapat Dilakukan
	
	

Jika dilihat dari contoh foto produk yang sudah ada dengan motif yang lama maka sangat besar potensi penggunaan motif pinjaik patah, terutama untuk diaplikasikan pada produk sulam terawang. Desain motif pinjaik ini diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap hasil produk Sumatra Barat sehingga produk pinjaik patah dapat dikenali dengan mudah. Apalagi motif yang digunakan berangkat dari logo yang dimiliki oleh galeri sulam Pinjaik Patah. Perajin sulaman juga bebas melakukan eksperimen dan berkreasi dengan motif yang telah ada. Diharapkan dengan konsep yang dibawa dari logo dapat meningkatkan semangat perajin sulaman dalam membubuhkan motif yang memiliki nilai filosofis bagi masyarakat Panampuang.

Dalam rangka program *branding* pinjaik patah sebaiknya pengembangan motif dan penjualan difokuskan pada jenis sulam terawang yang menjadi unggulan pinjaik patah dan masyarakat Nagari Panampuang. Konsistensi dalam program *brand* sangat diperlukan agar dapat menciptakan *brand awareness* yang baik. Maka perajin sulaman sebaiknya diberikan pelatihan mendesain motif dan layout motif pada kain.

Selain itu, dalam program *branding* yang disasar atau yang menjadi program bukan hanya target market yang dapat mengenali *brand* pinjaik patah, juga bukan sekedar memperbaiki bentuk tampilan visual dari suatu produk. Akan tetapi, dalam program *branding* juga perlu untuk menumbuhkan rasa bangga dan rasa memiliki *brand* tersebut bagi karyawan, dalam hal ini bagi perajin sulaman yang tergabung dalam galeri sulam Pinjaik Patah. Jika rasa memiliki dan rasa bangga terhadap *brand* sudah terwujud maka penggunaan motif dan kreasi motif pinjaik patah dapat muncul secara natural.

4. KESIMPULAN

Pengembangan motif pinjaik patah adalah bagian dari program *branding* produk sulaman pinjaik patah yang bertujuan untuk memberikan diversifikasi produk dan membedakan atau memberikan ciri khas produk pinjaik patah yang langsung dapat dikenali oleh konsumen. Tentunya pengembangan motif ini tidak hanya selesai pada tahapan pembuatan desain motif oleh tim peneliti. Tetapi juga dilanjutkan dengan implementasi motif tersebut oleh perajin sulaman pada produk sulamannya. Di sini dibutuhkan kerjasama seluruh perajin sulaman untuk dapat mempelajari bentuk dan mempelajari cara menyulam motif baru ini hingga perajin sulaman handal dan mampu mengkreasikan sendiri motif pinjaik patah ini kedepannya.

Pada hasil uji coba yang dilakukan terlihat bahwa motif dapat diimplementasikan dengan cukup baik. Hanya saja masih ada perbaikan yang perlu disesuaikan agar motif dapat menjadi lebih dinamis dan harmonis. Meskipun pada tahap uji coba masih ditemukan hasil yang belum memuaskan tapi tim meyakini pengembangan desain motif dari bentuk *picture mark* logo dapat dilakukan sehingga *brand awareness* terhadap pinjaik patah dapat dimulai. Program *branding* ini tidak berjalan singkat, namun membutuhkan waktu jangka panjang dan strategi-strategi berkelanjutan untuk menjaga tahapan-tahapan yang sudah dimulai di awal. Sebagai strategi *brand awareness* tentunya perajin sulaman harus melatih diri agar mampu menghasilkan kreasi motif yang lebih baik. Tentunya revisi lanjutan diperlukan terutama dalam memastikan implementasi motif pada kain. Penelitian lanjutan yang dapat dilakukan berikutnya bisa berupa strategi *marketing*, termasuk didalamnya promosi dan strategi penjualan produk sulam Pinjaik Patah. Selain itu juga dapat dilakukan penelitian mengenai jenis sulaman dan produk yang dihasilkan galeri sulam secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. 2015. *Aaker on Branding: 20 Prinsip Esensial Mengelola dan Mengembangkan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Annisa, Selian, R. S dan Cut Zuriana. 2016. Perkembangan Bentuk dan Motif Pada Kerajinan Tas di Gampong Dayah Daboh Kecamatan Montasik Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Seni Tari, Drama dan Musik, Volume 1 No 3*, pp.181-191.
- Cahyadi, D, Soeprapto, E. F, Hidayanto, A. F, dan Ditha Nizaora. 2020. Application of Quality Function Deployment for The Development of Sulam Tumpar Motif Design. In: *Politeknik ATI Makassar, International Scientific Meeting on Engineering and Its Vocational Education 2019*. Makassar, Indonesia 31 Oktober 2019.
- Hidayat, H. N. 2018. Pengembangan Motif Ukiran Rumah Gadang untuk Motif Kain: Revitalisasi dan Pengembangan Industri Kreatif. *Jurnal Ilmiah Lingua Idea, Volume 9 No 1*.
- Lita, R. P, Meuthia dan Sari Surya. 2021. Pengembangan Motif Berbasis Digital Pada usaha Tenun Kubang H. Ridwan By di Kabupaten Lima Puluh Kota. *Community Engagement & Emergence Journal, Volume 2 No 1*, pp.126-131.
- Marlianti, M dan Wuri Handayani. 2017. Klasifikasi Teknik Stitching Sulaman Sebagai Surface Design Textile. *Jurnal ATRAT, 5 (3)*, PP.1-10.
- Masdupi, E, Kurniawati, T, Fitra, H, Faisal, D. 2021. Kedinamisan dalam Kearifan Lokal: Perancangan Identitas Visual Galeri Sulam Pinjaik Patah. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia, Volume 7 No 2*, pp.224-239.
- Roza, S, dan Weni Nelmira. 2021. Sulaman Terawang di Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam. *Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 5 No 1*, pp.370-375.
- Suhersono, H. 2004. *Desain Bordir Motif Flora dan Dekoratif*. Jakarta: Gramedia.
- Wening, S, Khayati, E. Z, Suprihatin, S. E. Y. 2013. Pengembangan Produk dan Strategi Pemasaran Busana Batik Bantulan dengan Stilasi Motif Ethno Modern. *Jurnal Penelitian Humaniora, Volume 18 No 1*, pp.70-81.
- Yuliarma. 2016. *The Art of Embroidery Designs: Mendesain Motif Bordir dan Sulaman*. Jakarta: Gramedia.
- Yusmerita. 1992. *Teknik Menghias Busana dan Lenan Rumah Tangga*. Padang: IKIP FPTK Padang.