

SKRIPSI

PENILAIAN MODUL BRANDING DAN MARKETING



FAJAR PUTRI NURAINI

1515619042

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pendidikan

**PENDIDIKAN TATA BUSANA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 23 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Fajar Putri Nuraini

No. Reg. 1515619042

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Penilaian Modul Branding dan Marketing

Penyusun : Fajar Putri Nuraini

NIM : 1515619042

Tanggal Ujian : 10 Juli 2024

Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Dr. Dewi Suliyanthini AT.MM
NIP. 197110301999032002

Pembimbing II



Dra. E Lutfia Zahra, M.Pd
NIP. 196403251989032003

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana



Dr. phil Yeni Sēsawati, S.Pd., M.T
NIP.198106012006042001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Penilaian Modul Branding dan Marketing

Penyusun : Fajar Putri Nuraini

NIM : 1515619042

Tanggal Ujian : 10 Juli 2024

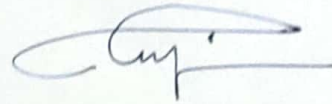
Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Dr. Dewi Suliyanthini AT.MM
NIP. 197110301999032002

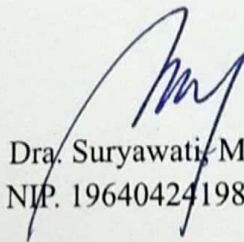
Pembimbing II



Dra. E Lutfia Zahra, M.Pd
NIP. 196403251989032003

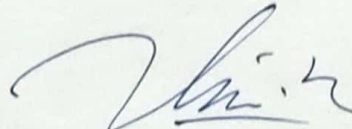
Pengesahan Panitia Ujian Skripsi

Ketua Penguji



Dra. Suryawati, M.Si
NIP. 196404241988112001

Anggota Penguji I



Dra. Vivi Radiona SP., M.Pd
NIP. 196209111988032001

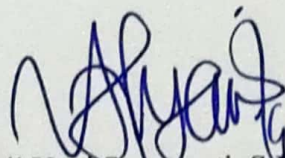
Anggota Penguji II



Sri Listiani, S.Pd., Mds
NIP. 199506022024212001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana



Dr. phil Yeni Sespawati, S.Pd., M.T
NIP.198106012006042001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fajar Putri Nur'Aini
NIM : 1515619032
Fakultas/Prodi : Teknik/Pendidikan Tata Busana
Alamat email : fnputriaini@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :
Penilaian Modul Branding dan Marketing

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 07 Agustus 2024

Penulis

(Fajar Putri Nur'Aini)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang merupakan prasyarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Tata Busana Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta dengan penelitian skripsi berjudul “Penilaian Modul Branding dan Marketing”. Selama penyusunan skripsi ini penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun guna menyempurnakan penulisan skripsi ini.

Selama proses penyusunan skripsi ini, tentunya penulis mengalami beberapa hambatan. Namun penulis mengucapkan banyak terima kasih yang setulus-tulusnya kepada diri sendiri, orang tua, keluarga, sahabat, dan orang-orang terkasih yang telah memberikan dukungan, doa dan dorongan yang menjadikan semangat bagi penulis untuk melanjutkan penyusunan skripsi ini. Selanjutnya penulis memberikan penghargaan dan terima kasih kepada:

1. Dr. Uswatun Hasanah, M.Si selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. phil Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Busana, Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dr. Dewi Suliyanthini AT.MM dan Ibu Dra. E Lutfia Zahra, M.Pd selaku Dosen Pembimbing.
4. Ibu Dra. Suryawati, M.Si, Ibu Dra. Vivi Radiona SP, M.Pd, dan Ibu Sri Listiani, S.Pd., M.Ds. selaku Dosen Penguji.
5. Para Panelis Ahli yaitu Ibu Elviyana, M.Pd, Bapak Andi Muhammad Sadat, SE., MSi., Ph.D, Bapak M. Noeharyono, S.Pd., M.Pd., dan Bapak Bambang Prasetya Adhi, S.Pd., M.Kom

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang dapat membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, Juli 2024

Fajar Putri Nuraini



PENILAIAN MODUL BRANDING DAN MARKETING

Fajar Putri Nuraini

Dosen Pembimbing : Dr. Dewi Suliyanthini AT.MM., Dra. E Lutfia Zahra, M.Pd.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan hasil penilaian atau pengujian Modul Branding dan Marketing yang dilakukan oleh panelis ahli. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Pre-Experimental* dengan bentuk desain *One Shot Case Study*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data Kuantitatif dengan pendekatan Statistik Deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner) tertutup. Penilaian angket dilakukan oleh empat panelis ahli dengan menggunakan dua indikator yaitu aspek karakteristik modul dan aspek elemen mutu modul. Aspek karakteristik modul meliputi *Self Intruction, Self Contained, Stand Alone, Adaptive, dan User Friendly*, sedangkan aspek elemen mutu modul meliputi aspek format, organisasi, daya tarik, bentuk dan ukuran huruf, ruang (spasi kosong), dan konsistensi. Hasil dari penelitian Penilaian Modul Branding dan Marketing berdasarkan karakteristik modul mendapat persentase keseluruhan sebesar 91,5%. Persentase tertinggi pada karakteristik modul diperoleh pada aspek adaptif sebesar 96,88%, sedangkan persentase terendah diperoleh pada aspek *self instruction* sebesar 89,75%. Hasil penilaian berdasarkan elemen mutu modul mendapat persentase keseluruhan sebesar 96%. Persentase tertinggi pada elemen mutu modul diperoleh pada aspek konsistensi sebesar 100%, sedangkan persentase terendah diperoleh pada aspek format sebesar 87,5%. Secara keseluruhan Penilaian Modul Branding dan Marketing mendapat nilai persentase sebesar 93,75% sehingga modul berada dalam kategori sangat baik.

Kata Kunci: Branding, Penilaian, Marketing, Modul.

ASSESSMENT OF BRANDING AND MARKETING MODULE

Fajar Putri Nuraini

Supervisor : Dr. Dewi Suliyanthini AT.MM., Dra. E Lutfia Zahra, M.Pd.

ABSTRACT

This research aims to obtain the results of the assessment or testing of the Branding and Marketing Module conducted by expert panelists. The method used in this research is the Pre-Experimental method with the One Shot Case Study design form. This research uses Quantitative data analysis techniques with a Descriptive Statistics approach. The data collection technique used a closed questionnaire. The questionnaire assessment was carried out by four expert panelists using two indicators, namely aspects of module characteristics and aspects of module quality elements. The aspects of module characteristics include Self Instruction, Self Contained, Stand Alone, Adaptive, and User Friendly. While the aspects of module quality elements include aspects of format, organization, attractiveness, font shape and size, space (blank space), and consistency. The results of the Branding and Marketing Module Assessment research based on module characteristics received an overall percentage of 91.5%. The highest percentage of module characteristics was obtained in the adaptive aspect of 96.88%, while the lowest percentage was obtained in the self-instruction aspect of 89.75%. The assessment results based on the module quality elements received an overall percentage of 96%. The highest percentage of module quality elements was obtained in the consistency aspect of 100%, while the lowest percentage was obtained in the format aspect of 87.5%. Then overall the Branding and Marketing Module Assessment gets a percentage value of 93.75% so that the module is in a very good category.

Keywords : Assessment, Branding, Marketing, Module.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN	xix
DAFTAR GRAFIK	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	6
2.1 Penilaian	6
2.2 Modul	7
2.2.1 Pengertian Modul	7
2.2.2 Karakteristik Modul	8
2.2.3 Tujuan Modul	10
2.2.4 Fungsi Modul	11
2.2.5 Manfaat Modul	12

2.2.6	Unsur-Unsur Modul	13
2.2.7	Struktur Penulisan Modul	16
2.2.8	Penyusunan Draft Modul	17
2.2.9	Elemen Mutu Modul	17
2.2.10	Kelebihan Modul	22
2.3	Branding	23
2.3.1	Pengertian Branding	23
2.3.2	Fungsi Branding	25
2.3.3	Unsur-Unsur Branding	26
2.3.4	Istilah-Istilah Branding	26
2.3.5	Jenis Branding	32
2.3.6	Manfaat Branding	34
2.4	Marketing	35
2.4.1	Pengertian Marketing	35
2.4.2	Fungsi Marketing	36
2.4.3	Marketing Mix	39
2.4.4	Media Marketing	41
2.5	Penelitian yang Relevan	43
2.6	Kerangka Berfikir	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		47
3.1	Tujuan Operasional Penelitian	47
3.2	Tempat dan waktu Penelitian	47
3.3	Metode Penelitian	47
3.4	Variabel Penelitian	48
3.5	Definisi Operasional	49
3.5.1	Definisi Konseptual Variabel	49
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	49
3.6	Subjek Penelitian	50
3.7	Objek Penelitian	50
3.8	Instrumen Penelitian	51
3.8.1	Skala Pengukuran Instrumen	52

3.8.2	Kisi-Kisi Instrumen	52
3.9	Uji Validitas	55
3.10	Teknik Pengumpulan Data	55
3.11	Teknik Analisis Data	56
BAB IV HASIL PENELITIAN		58
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian	58
4.1.1	Deskripsi Modul Branding dan Marketing	58
4.1.2	Deskripsi Tampilan Modul	59
4.2	Hasil Uji Validitas	92
4.3	Analisis Hasil Penelitian	92
4.3.1	Penilaian Berdasarkan Aspek Karakteristik Modul	92
a.	Interpretasi Data Pada Aspek Self Instruction	93
b.	Interpretasi Data Pada Aspek Self Contained	95
c.	Interpretasi Data Pada Aspek Stand Alone	96
d.	Interpretasi Data Pada Aspek Adaptif	97
e.	Interpretasi Data Pada Aspek User Friendly	98
4.3.2	Penilaian Berdasarkan Elemen Mutu Modul	101
a.	Interpretasi Data Pada Format	101
b.	Interpretasi Data Pada Organisasi	102
c.	Interpretasi Data Pada Daya Tarik	103
d.	Interpretasi Data Pada Bentuk dan Ukuran Huruf	104
e.	Interpretasi Data Pada Ruang (Spasi Kosong)	105
f.	Interpretasi Data Pada Konsistensi	106
4.4	Pembahasan	110
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN		114
5.1	Kesimpulan	110
5.2	Implikasi	111
5.3	Kelemahan Penelitian	112
5.4	Saran	112

DAFTAR PUSTAKA 113
LAMPIRAN 117



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	44
Tabel 3.1 Pre-Experimental	48
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penilaian Modul Branding dan Marketing (Materi)	53
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penilaian Modul Branding dan Marketing (Media)	54
Tabel 4.1 Tabel Skor Aspek <i>Self Instruction</i>	93
Tabel 4.2 Tabel Skor Aspek <i>Self Contained</i>	95
Tabel 4.3 Tabel Skor Aspek <i>Stand Alone</i>	96
Tabel 4.4 Tabel Skor Aspek Adaptif	97
Tabel 4.5 Tabel Skor Aspek <i>User Friendly</i>	98
Tabel 4.6 Tabel Skor Penilaian Modul Berdasarkan Karakteristik Modul	99
Tabel 4.7 Tabel Skor Aspek Format	101
Tabel 4.8 Tabel Skor Aspek Organisasi	102
Tabel 4.9 Tabel Skor Aspek Daya Tarik	103
Tabel 4.10 Tabel Skor Aspek Bentuk dan Ukuran Huruf	104
Tabel 4.11 Tabel Skor Aspek Ruang (Spasi Kosong)	106
Tabel 4.12 Tabel Skor Aspek Konsistensi	107
Tabel 4.13 Tabel Skor Penilaian Modul Berdasarkan Elemen Mutu Modul ...	108

Tabel 4.14 Tabel Skor Penilaian Modul Berdasarkan

Aspek Karakteristik Modul dan Elemen Mutu Modul 110

Tabel 4.15 Tabel Kategori Persentase 111



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo H&M	24
Gambar 2.2 Produk Sepatu Nike	24
Gambar 2.3 Maskot Mixue.....	24
Gambar 2.4 Logo Bank BCA	28
Gambar 4.1 Tampilan sampul depan	56
Gambar 4.2 Tampilan kata pengantar	57
Gambar 4.3 Tampilan daftar isi	57
Gambar 4.4 Tampilan daftar gambar	57
Gambar 4.5 Tampilan latar belakang	58
Gambar 4.6 Tampilan tujuan instruksional	58
Gambar 4.7 Tampilan peta kompetensi	59
Gambar 4.8 Tampilan ruang lingkup	59
Gambar 4.9 Tampilan petunjuk penggunaan modul	59
Gambar 4.10 Tampilan deskripsi singkat	60
Gambar 4.11 Tampilan kegiatan belajar 1	60
Gambar 4.12 Tampilan tujuan dan IPK	61
Gambar 4.13 Tampilan pengertian branding	61
Gambar 4.14 Tampilan fungsi branding	62
Gambar 4.15 Tampilan unsur-unsur branding	62
Gambar 4.16 Tampilan istilah-istilah branding	63
Gambar 4.17 Tampilan istilah-istilah branding	63

Gambar 4.18 Tampilan istilah-istilah branding	64
Gambar 4.19 Tampilan istilah-istilah branding	64
Gambar 4.20 Tampilan istilah-istilah branding	65
Gambar 4.21 Tampilan istilah-istilah branding	65
Gambar 4.22 Tampilan istilah-istilah branding	66
Gambar 4.23 Tampilan istilah-istilah branding	66
Gambar 4.24 Tampilan istilah-istilah branding	66
Gambar 4.25 Tampilan jenis-jenis branding	67
Gambar 4.26 Tampilan jenis-jenis branding	68
Gambar 4.27 Tampilan jenis-jenis branding	68
Gambar 4.28 Tampilan jenis-jenis branding	68
Gambar 4.29 Tampilan jenis-jenis branding	68
Gambar 4.30 Tampilan manfaat branding	69
Gambar 4.31 Tampilan cara memulai Canva	69
Gambar 4.32 Tampilan cara memulai Canva	70
Gambar 4.33 Tampilan pemilihan desain Canva	70
Gambar 4.34 Tampilan merubah desain Canva	71
Gambar 4.35 Tampilan mengunduh desain	71
Gambar 4.36 Tampilan mengunduh desain	74
Gambar 4.37 Skema Langkah pembuatan logo.....	72
Gambar 4.38 Tampilan pengertian marketing	73
Gambar 4.39 Tampilan fungsi marketing	73
Gambar 4.40 Tampilan <i>marketing mix</i>	74

Gambar 4.41 Tampilan <i>marketing mix</i>	74
Gambar 4.42 Tampilan media pemasaran	75
Gambar 4.43 Tampilan media pemasaran	75
Gambar 4.44 Tampilan media pemasaran	76
Gambar 4.45 Tampilan media pemasaran	76
Gambar 4.46 Tampilan memulai Canva	77
Gambar 4.47 Tampilan memulai Canva	77
Gambar 4.48 Tampilan memilih desain	78
Gambar 4.49 Tampilan merubah desain	78
Gambar 4.50 Tampilan mengunduh desain	79
Gambar 4.51 Tampilan mengunduh desain	79
Gambar 4.52 Skema langkah pembuatan konten produk.....	80
Gambar 4.53 Tampilan memulai Instagram	80
Gambar 4.54 Tampilan memulai Instagram	81
Gambar 4.55 Tampilan membuat akun	81
Gambar 4.56 Tampilan membuat akun	82
Gambar 4.57 Tampilan mengunggah konten produk	82
Gambar 4.58 Tampilan mengunggah konten produk	83
Gambar 4.59 Tampilan mengunggah konten produk	83
Gambar 4.60 Tampilan mengunggah konten produk	84
Gambar 4.61 Skema langkah pemasaran produk di Instagram.....	84
Gambar 4.62 Tampilan latihan	85
Gambar 4.63 Tampilan rangkuman	85

Gambar 4.64 Tampilan rangkuman	86
Gambar 4.65 Tampilan tes formatif	86
Gambar 4.66 Tampilan tes formatif	87
Gambar 4.67 Tampilan tes formatif	87
Gambar 4.68 Tampilan umpan balik dan tindak lanjut	88
Gambar 4.69 Tampilan kunci jawaban	88
Gambar 4.70 Tampilan glosarium	89
Gambar 4.71 Tampilan daftar pustaka	89
Gambar 4.72 Tampilan daftar pustaka	90
Gambar 4.73 Tampilan sampul belakang (cover)	90



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Skema Kerangka Berfikir	46
---	----



DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Persentase Penilaian Modul Berdasarkan Karakteristik Modul.....	100
Grafik 4.2 Persentase Penilaian Modul Berdasarkan Elemen Mutu Modul.....	109
Grafik 4.3 Skor Persentase Penilaian Modul Berdasarkan Karakteristik Modul dan Elemen Mutu Modul	111

