



(MUDIMA)



## Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kerajinan Gerabah Lorong Keramik di Kota Palembang

Emy Juniarti<sup>1\*</sup>, Husni Mubarat<sup>2</sup>, Bobby Halim<sup>3</sup>

Universitas Indoglobal Mandiri Palembang

Corresponding Author: Emy Juniarti [2018620053@students.uigm.ac.id](mailto:2018620053@students.uigm.ac.id)

### ARTICLE INFO

*Kata kunci:* Desain Komunikasi Visual, Promosi, Benda Kerajinan, Gerabah Palembang

*Received* : 2 October

*Revised* : 9 October

*Accepted* : 26 October

©2022 Juniarti, Mubarat, Halim: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Gerabah merupakan sebuah kerajinan yang terbuat dari tanah liat, Gerabah berfungsi sebagai alat kebutuhan manusia yaitu peralatan rumah tangga. Gerabah merupakan kebudayaan yang universal, artinya gerabah ditemukan di mana-mana. Salah satunya yaitu Kota Palembang, gerabah yang ada di lorong Keramik Kota Palembang ini diperkirakan berdiri pada tahun 1960'an. Pada era modern ini penggunaan Kerajinan Gerabah di Palembang juga sudah semakin meredup dikarenakan oleh faktor generasi yang berbeda, sehingga generasi muda sekarang banyak yang belum mengetahui keberadaan kerajinan Gerabah di Lorong Keramik. Agar hal tersebut tidak terjadi maka diperlukannya upaya promosi melalui bentuk visual kepada masyarakat Palembang. Promosi ini dilakukan untuk memperkenalkan kembali kerajinan Gerabah dilorong Keramik melalui budaya yang terkandung sehingga dapat mengajak masyarakat Palembang membudidayakan kembali kerajinan Gerabah dalam kehidupan sehari-hari khususnya generasi muda yaitu pada orang dewasa.

### PENDAHULUAN

Kota Palembang merupakan kota terbesar kedua setelah Kota Medan di Pulau Sumatera. Kota Palembang juga pernah memiliki sejarah, dan juga pernah menjadi ibu kota Kerajaan Bahari Buddha terbesar di Asian Tenggara. Pada saat itu Kerajaan Sriwijaya mendominasi Nusantara dan Semenanjung Malaya pada abad ke – 9 dan juga membuat Kota ini dikenal dengan julukan “Bumi Sriwijaya”(Lestari, 2021). Palembang memiliki ragam kebudayaan, dari tari tradisionalnya, makanan khas Palembang, kemudian kerajinan tradisional mulai dari kerajinan ukiran kayu, kerajinan pembuatan kain dan salah satunya adalah kerajinan Gerabah.

Dalam ilmu arkeologi istilah lain untuk gerabah adalah kereweng, pottery, terracotta dan tembikar. Istilah ini digunakan untuk menggambarkan pecahan vas dan alat tanah liat

lainnya yang ditemukan di situs pemakaman prasejarah. Gerabah adalah perkakas yang terbuat dari tanah liat yang dibentuk dan dibakar kemudian dijadikan alat yang berguna membantu pada kehidupan manusia. Dalam hal ini, tanah liat digunakan sebagai bahan utama yang digunakan untuk membuat wadah melalui teknik sederhana sebagai alat dan barang kebutuhan manusia yang dapat dipakai sehari-hari (Dewi et al., 2015).

Di Indonesia, istilah Gerabah juga dikenal sebagai keramik tradisional karena kegiatan kerajinan masyarakat pedesaan dari tanah liat telah ada selama berabad-abad. Gerabah juga dikenal sebagai gerabah rakyat karena memiliki ciri menggunakan tanah liat yang dibakar tingkat rendah dan teknik pembakaran yang sederhana (Mudra, 2019). Proses pembuatan gerabah sendiri memakai api sebagai faktor yang utama, karenanya dapat

dipastikan bahwa munculnya gerabah merupakan penemuan dengan domestikasi api.

Pada situs-situs arkeologi di Indonesia, telah ditemukan banyak gerabah atau tembikar yang berfungsi sebagai perkakas rumah tangga atau keperluan religius seperti upacara dan penguburan (Jones, Y., Hera, M.D.T., 2015). Bukti - bukti temuan yang berasal dari Banyuwangi, Bogor, Tangerang, Kalumpang dan Minanga Sepakka (Sulawesi), sekitar bekas danau Bandung, Timor Leste dan Poso (Minahasa) ini menjadi pembuktian bahwa benda gerabah mulai dikenal pada masa bercocok tanam atau sejak zaman Neolitikum (zaman prasejarah/zaman batu baru) sekitar 3000–1100 SM (Santi Deliani Rahmawati, 2020).

Di Kota Palembang terdapat satu daerah pengrajin gerabah yaitu di Lorong Keramik Mata Merah kecamatan Kalidoni kelurahan Sei Selincah no 30161. Di Lorong Keramik ini terdapat lima tempat pengrajin Gerabah yang bisa dibilang masih eksis hingga saat ini. Lorong Keramik tersebut dulunya setiap rumah itu ialah pengrajin Gerabah, yang memulai usaha kecilnya sejak tahun 1960. Namun seiring berjalannya waktu, para pengrajin di lorong Keramik banyak yang beralih profesi lain karena penghasilan dari pembuatan Kerajinan Gerabah yang semakin berkurang, sehingga tidak dapat lagi menopang atau memenuhi kebutuhan keluarga.

Mengingat pembuatan Gerabah memiliki tahapan yang panjang dan rumit, dari proses penyesuaian tanah liat lalu di bentuk kemudian dibakar dengan minimal 1.000 produk satu kali bakar, membuat generasi muda zaman sekarang terutama yang di lorong Keramik memilih pekerjaan lain yang serba instan. Hal ini dapat menjadi faktor berkurangnya pengrajin di lorong Keramik, dengan berkembangnya zaman pengrajin Gerabah semakin berkurang dari generasi ke generasi. Hal inilah yang sangat dikhawatirkan hilangnya generasi penerus kerajinan Gerabah yang ada di lorong Keramik Kota Palembang.

Pelanggannya sendiri pada sekarang ini biasanya orang pasar yang akan menjualnya

kembali. Disamping itu, produk kerajinan gerabah lorong Keramik juga dipesan oleh siswa-siswi dari SLTP dan SLTA untuk dijadikan media mata pelajaran prakarya. Itupun pada masa sebelum pandemi, masa pandemi pada sekarang ini sangat berpengaruh pada omzet yang didapatkan oleh pengrajin Gerabah di lorong Keramik. Sehingga para pengrajin Gerabah di lorong Keramik ini hanya membuat sesuai pesanan dan sesuai keadaanya. Hampir rata-rata para pengrajin di lorong keramik ini merupakan para lansia awal dari umur 46-55 tahun. Pembuatan kerajinan Gerabah di Lorong Keramik ini membuat beberapa produk, diantaranya celengan, kendi tembuni, kendi air, bumbungan, dan vas bunga. Adapun dengan kisaran harga mulai dari Rp8000 hingga Rp20.000'an, dengan omzet yang mereka dapatkan sekarang ini paling kecil pernah hanya dapat 25.000 saja dalam sehari.

Para pengrajin Gerabah di lorong Keramik ini sempat mengeksport barangnya ke Pagaralam. Pada masa itu pemasukan yang didapatkan mencapai Rp3.000.000 dalam seminggu namun pengeksportan tersebut sudah tidak dilakukan lagi karna pihak penjual dari daerah Pagaralamnya tutup. Kemudian para pengrajin Gerabah di lorong Keramik ini juga sempat menaruh barangnya di daerah 10 Ulu, Sekip, Palimo, Kertapati di Palembang namun pada masa sekarang daerah tersebut hanya mengambil jika ada pesanan saja.

Kerajinan gerabah di Palembang ini banyak dikenali oleh para lansia akhir dari umur 56 - 65 tahun yang mana masyarakatnya masih menerapkan beberapa tradisi yang diterapkan oleh orang Palembang yang mengikuti adat dari Jawa, salah satunya yaitu produk kendi tembuni dan kendi bumbungan. Namun adat tersebut hanya dilakukan pada beberapa masyarakat yang mempercayainya saja, di setiap daerah pun tradisinya berbeda-beda, seperti pada produk kendi tembuni.

Kendi tembuni merupakan wadah untuk ari-ari bayi yang baru dilahirkan. Bagi orang Barat, ari-ari bayi merupakan sampah medis. Berbeda dengan masyarakat lokal, ari-ari bayi tersebut beranggapan bahwa tembuni adalah saudara kembar bayi. Hal ini pula yang kemudian memunculkan kebiasaan pada

masyarakat yang diwujudkan dalam sebuah perlakuan khusus untuk tembuni yang terbawa oleh bayinya ketika lahir. Pada setiap masyarakat memiliki cara khas tersendiri dalam memperlakukan tembuni. Sehingga tradisi tersebut dapat di nilai budaya pada kerajinan Gerabah di Kota Palembang. Nilai budaya ini juga yang akan dikemas untuk perancangan promosi kerajinan Gerabah lorong Keramik.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan baik melalui obeservasi maupun wawancara, ada beberapa faktor yang menjadi masalah urgensi pada perancangan promosi kerajinan Gerabah tersebut. Pertama dari segi sejarah dan budaya, Kemudian yang kedua yaitu dari segi ekonomi, dan yang ketiga yaitu kurangnya promosi. Dalam menyelesaikan masalah terkait promosi kerajinan Gerabah lorong Keramik dibutuhkan sebuah informasi yang dapat tersampaikan kepada target audiens. Informasi yang diberikan berupa media grafis lingkungan yang menjadi media utama. Media grafis lingkungan ini untuk mempermudah masyarakat Palembang mengetahui dimana keberadaan kerajinan Gerabah ini berada, karena masih banyak yang belum mengetahui bahwa di lorong Keramik itu ada kerajinan Gerabah.

Selain media utama diperlukan juga media yang lain seperti pre-media dan media pendukung. Dalam pre-media yang dibuat berupa poster, katalog, dan X-banner yang akan menampilkan beberapa informasi data mengenai kerajinan Gerabah lorong Keramik, Kemudian untuk media pendukungnya sendiri berupa video. Diharapkan dengan dibuatnya pre-media dan media pendukung ini juga dapat tersebar dan tertarik terhadap perancangan promosi kerajinan Gerabah yang dibuat, yang memberikan informasi jelas dan mudah dipahami oleh target audiens.

Maka dari itu penulis ingin mempromosikan pada kerajinan Gerabah ini lewat Tugas Akhir penulis yang berjudul “ Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kerajinan Gerabah Lorong Keramik di Kota Palembang ” dengan tujuan memperkenalkan kembali dan mempertahankan

nilai budaya pada kerajinan Gerabah yang ada di Kota Palembang khususnya pada orang dewasa umur 26 - 35 tahun, sehingga dapat mengembalikan nilai fungsional kerajinan Gerabah dari aspek sejarah, ekonomi dan budaya dalam kehidupan masyarakat Palembang.

## **METODOLOGI**

Sebagai cara mewujudkan “Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kerajinan Gerabah Lorong Keramik di Kota Palembang”. Bagian ini menjelaskan dengan metode yaitu : Design Thinking.

Design Thinking merupakan alat yang digunakan dalam suatu pemecahan masalah, yang bersifat human centered atau berpusat pada manusia. Setiap proses design thinking berasal dan ditujukan pada manusia (Hussein 2018:10). Seiring berjalannya waktu design thinking mengalami pengembangan yang salah satunya dapat dikenal sebagai pendekatan model five steps design thinking oleh Stanfor d.school(Yulius & Pratama, 2021).

Dalam Perancangan ini, akan menggunakan metode perancangan Design thinking. Penulis menggunakan metode menurut Stanford, yang merupakan metodologi desain yang memberikan pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah.

### **A. *Emphatize***

*Emphatize* merupakan tahap pertama pada suatu perancangan, bertujuan untuk mendapatkan pemahaman rasa dari masalah yang ingin dipecahkan. Pada tahap ini penulis diharapkan untuk dapat melakukan pendekatan kepada narasumber yang mengerti akan kerajinan Gerabah di lorong Keramik. Penulis dapat melakukan survey terjun langsung kelapangan bertemu dengan narasumber tersebut.

## 1. Observasi



Gambar 1. Lokasi Gerabah di Lorong Keramik  
Foto: Emy Juniarti (2022)

## 2. Wawancara



Gambar 2. Wawancara Bersama Ibu Tina  
Sumber: Rukminawati (2022)

### **B. Define**

*Define* merupakan Informasi yang telah dikumpulkan selama tahap *empathize*, yang dianalisis dan disintensis untuk menentukan masalah inti yang akan diidentifikasi.

Penulis menggunakan Metode analisis data yang digunakan dalam suatu penelitian yaitu metode 5W+1H yaitu *What, Why, When, Who, Where dan How*.

#### 1. What to say

Apa permasalahannya dalam perancangan ini yaitu, banyak masyarakat Palembang yang belum mengetahui keberadaan kerajinan Gerabah Lorong Keramik. Maka promosi yang ditujukan untuk memberi tahukan kepada masyarakat dimana keberadaan Kerajinan Gerabah lorong Keramik dari segi sejarah dan budayanya serta melestarikan kembali kerajinan Gerabah di Kota Palembang itu sendiri.

#### 2. Why to say

Mengapa perancangan ini dibuat, yaitu karena menurunnya ekonomi dari para pengrajin, dan menurunnya generasi penerus pada pengrajin gerabah lorong Keramik di Kota Palembang.

#### 3. Who to say

Siapa target sasaran pada perancangan Komunikasi Visual Promosi Kerajinan Gerabah Lorong Keramik di Kota Palembang ini yaitu seseorang perembuan yang berumur 26-45 tahun, mahasiswa ataupun pekerja dengan strata menengah kebawah yang dermawan, mudah bergaul, peduli dengan keadaan sekitar, dan memiliki jiwa kebudayaan yang tinggi.

#### 4. When to say

Kapan perancangan ini akan dilaksanakan yaitu pada hari - hari tertentu, yaitu hari weekend atau libur saja terutama pada hari kemerdekaan Indonesia.

#### 5. Where to say

Dimana perancangan ini akan di promosikan yaitu, di mall ataupun kampus kota Palembang. Selain itu juga memerlukan media cetak, media elektronik, dan media social. Sehingga pesan yang penulis akan sampaikan dari promosi ini dapat tersampaikan ke target audience.

#### 6. How to say

Bagaimana perancangan ini akan dipromosikan yaitu, dibuat melalui beberapa langkah pendekatan yang dapat memotivasi serta menginformasikan kepada target audience untuk mengetahui kerajinan Gerabah lorong Keramik di kota Palembang melalui media yang dibuat dan tepat untuk target audience yang penulis tuju saat ini.

### **C. Ideate**

Setelah melakukan beberapa tahap yaitu tahap pengolahan data, tahap wawancara, tahap eksplorasi kemudian data itu dikumpulkan dan diolah oleh penulis dan selanjutnya melakukan tahap konsep kreatif, dengan membuat mind mapping.

### **D. Prototype**

1. *Layout* gagasan/ide ( *idea layout/thumbnail* ), menentukan tata letak, ide-ide, gagasan dan

konsep visual dari suatu desain yang akan di terapkan pada perancangan.

2. *Layout kasar (rough layout/tight issue)*, penerapan elemen elemen desain yang akan di gunakan dalam perancangan media komunikasi visual dengan membuat berbagai alternatif sketsa layout desain.
3. *Final Design*, penerapan final design yang memperlihatkan hasil dari desain jadi yang kemudian akan di pameran.

#### **E. Test**

Pada tahapan ini, penulis melakukan pengujian dan persiapan kepada masyarakat dan hasilnya kemudian akan dilakukan penyempurnaan dan juga perubahan untuk solusi masalah yang di dapatkan. serta mendapatkan pemahaman tentang media tersebut. pada test ini, penulis diuji melalui sidang TA.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Konsep Media**

Konsep media pada perancangan ini adalah membuat media yang segmented artinya media komunikasi visual yang lebih disukai oleh target sasaran yakni orang dewasa umur 26-45 tahun dengan pemilihan media yang tepat seperti media digital, dan penggunaan gaya desain. Gaya desain akan dibuat dengan tampilan art deco/dekoratif yang dikemas dengan layout yang menarik.

Tujuan dari perancangan ini sendiri untuk mempromosikan kerajinan Gerabah lorong Keramik di Palembang, tidak hanya itu media komunikasi visual juga digunakan untuk menanamkan rasa bangga pada kerajinan Gerabah di Palembang pada benak target sasaran.

Pemilihan media yang akan dipakai pada “Perancangan Komunikasi Visual, Promosi Kerajinan Grabah lorong Keramik di Kota Palembang” ini terbagi menjadi 3 yaitu pre-media (media isu), main media (media utama), dan followup media (media pendukung).

Pre-media adalah media yang bertujuan untuk menyebarkan isu yang nantinya dapat menyita perhatian dan menimbulkan rasa penasaran terhadap kerajinan Gerabah lorong Keramik di Palembang. Pre-media yang dirancang, meliputi: Poster dan Katalogue.

**Main Media** adalah media utama ini akan dibuat sebagai media yang dapat memberikan informasi mengenai Gerabah lorong Keramik di Palembang, media utama yang dibuat adalah grafis lingkungan yang menepatkan pada media sign system yaitu gapura atau gate lorong Keramik di Kota Palembang yang akan di tempatkan pada lokasi tersebut, dan way finding.

Follow Up Media yaitu media pendukung yang berperan penting dalam upaya membantu media utama untuk menambahkan kesan Gerabah lorong Keramik Palembang dibenak target sasaran, media pendukung adalah media yang akan selalu dilihat kepada target sasaran seperti ; Vas Bunga Gerabah, Totebag, Sticker, Apron, Tumbler, Video Cinematic, Label Produk, dan Media Social Instagram.

### **B. Gaya Desain**

Gaya tampilan desain yang digunakan dalam perancangan ini adalah Art Deco (decorative).



Gambar 3. Gaya Desain Art Deco

Sumber : John Gravadah

Penggunaan gaya desain ini karena banyak mengandalkan gambar ornament dan dekoratif yang nantinya akan dituangkan beberapa cerita kearifan lokal pada produk Gerabah di lorong

Keramik itu sendiri dalam bentuk visual dengan gaya desain art deco.

### C. Pemilihan Bentuk Pesan Verbal

Pesan verbal merupakan data - data berupa kata, ucapan yang melengkapi pada Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kerajinan Gerabah lorong Keramik di Kota Palembang.

Pesan verbal yang dimaksud adalah headline yang merupakan judul utama dari perancangan promosi Kerajinan Gerabah lorong Keramik di Palembang yaitu “Gerabah” yang menegaskan secara to the point bahwa perancangan ini mempromosikan kerajinan Gerabah lorong Keramik di Kota Palembang.

Kemudian berupa subheadline atau dapat dikatakan penjelasan secara lebih lengkap dari headline tersebut yaitu “Kerajinan Tradisional Palembang” yang menjelaskan secara singkat bahwa Gerabah itu adalah kerajinan tradisional asal lorong Keramik di Kota Palembang.

Selain itu tagline atau slogan juga merupakan data yang melengkapi Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kerajinan Gerabah lorong Keramik di Kota Palembang. Slogan dapat berupa motto, frasa atau kata-kata yang mudah diingat yaitu “Gerabah Wong Kito Galo” yang mudah diingat oleh masyarakat Palembang dan dikenali oleh masyarakat luar Palembang.

# Gerabah

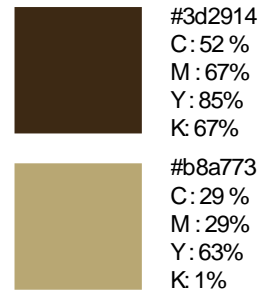
KERAJINAN TRADISIONAL PALEMBANG

Gambar 4. Pemilihan Pesan Verbal

Sumber: Emy Juniarti (2022)

### D. Warna

Tampilan desain perancangan ini menggunakan warna Coklat dan kuning emas yang mewakilkan warna dari branding kerajinan Gerabah di Kota Palembang.



Gambar 5. Warna

Sumber: Emy Juniarti (2022)

Warna coklat merupakan warna yang diasosiasikan dengan bumi, kayu dan batu. Warna coklat merupakan warna alami dan warna netral yang hangat.

Warna kuning keemasan melambangkan kemewahan, kesopanan dan kehormatan. Penggabungan dari warna warna tersebut menggambarkan adanya kehidupan yang penuh dengan kebahagiaan dan kejayaan.

### E. Big Idea Perancangan



Gambar 6. Big Idea Perancangan

Sumber : Emy Juniarti (2022)

Big idea dalam Perancangan ini memakai ciri khas dari kerajinan Gerabah lorong Keramik yang hingga saat ini masih eksis di kalangan masyarakat Palembang yaitu kendi tembuni, dimana Kendi Tembuni tersebut memiliki nilai budaya, dalam tradisi menanam ari-ari bayi yang masih dilakukan oleh masyarakat Palembang. Maka dari itu kendi tembuni menjadi pilihan penulis sebagai big idea perancangan media visual promosi kerajinan Gerabah lorong Keramik.

F. Visualisasi Desain

# Gerabah




KERAJINAN TRADISIONAL PALEMBANG

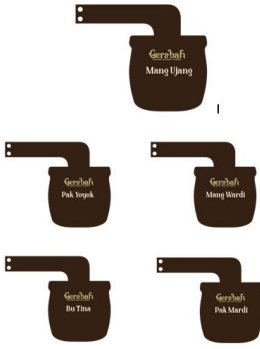
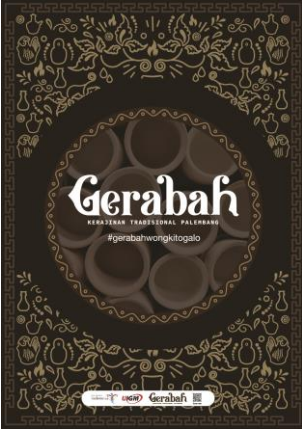
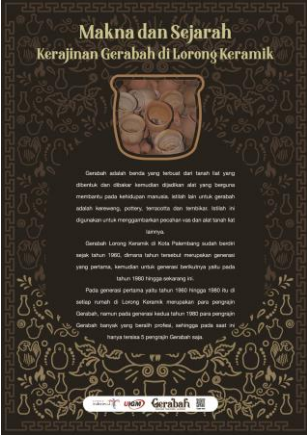
Gambar 7. Desain Final Logo

Sumber : Emy Juniarti

Gambar diatas adalah final logo dari perancangan, dimana rancangan typeface yang memiliki karakter sesuai dengan konsep dan ide dalam bentuk bulat pada logo tersebut adalah bentuk dari pemisahan tanah liat yang akan diproses dengan teknik putar, dan penggunaan logo gestalt pada huruf a dan b, dengan memasukkan objek kendi tembuni yang merupakan produk Gerabah di Lorong Keramik yang memiliki nilai budaya.

Tabel 1. Visualisasi Desain

Gambar	Keterangan
	Media Utama gate/gapura
	Media Utama way finding
	Media Utama rak gerabah

	Media Utama sign nama pengrajin
	Poster Utama
	Poster Pendukung

	<p>Poster Pendukung</p>		<p>Totebag</p>
	<p>Poster Pendukung</p>		<p>Sticker</p>
	<p>Poster Pendukung</p>		<p>Tumbler</p>
	<p>Flyer</p>		<p>Vas Bunga Gerabah</p>
	<p>Instagram Feed</p>		

## KESIMPULAN

Gerabah adalah sebuah kerajinan dari tanah liat yang dibakar dengan suhu rendah. Dengan berkembangnya zaman, banyak budaya dan peralatan benda canggih dari luar Negri masuk ke Indonesia sehingga peralatan seperti kerajinan tradisional yaitu Gerabah perlahan terlupakan oleh masyarakat Indonesia, terutama pada lorong Keramik di Kota Palembang yang menyebabkan penurunan generasi penerus serta penurunan perekonomian pengrajin saat ini. Maka dari itu perancang ingin memperkenalkan kembali kerajinan Gerabah khususnya pada Kota Palembang melalui Tugas Akhir perancang yang berjudul ‘Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kerajinan Gerabah Lorong Keramik di Kota Palembang.

Diharapkan dengan dibuatnya perancangan ini dapat di kenal kembali dan di lestarikan kerajinan Gerabah dari nilai sejarah Gerabah lorong Keramik dan nilai budaya pada beberapa produk Gerabah, sehingga dapat meningkatkan perekonomian para pengrajin di lorong Keramik dan dapat pula generasi penerus pada kerajinan Gerabah di lorong Keramik itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

Dewi, N. K., Suartini, L., & Rediasa, I. N. (2015). Kerajinan Gerabah Tinggang di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Lombok Barat. *Sabda : Jurnal Kajian Kebudayaan*, 3(2), 1–9.

Jone, Y., Hera, M.D.T. (2015). Lempung dan Pemanfaatannya Sebagai Bahan Baku Gerabah (Studi Kasus di Desa Webriamata, Kecamatan Wewiku, Kabupaten Malaka. *Proceeding Seminar Nasional Kebumian Ke-8 Academia-Industry Linkage*, 174–185.

Lestari, W. (2021). Kesultanan Palembang: Sejarah, Pendiri, Raja-Raja, dan Peninggalan. *Kompas.Com*.  
<https://www.kompas.com/stori/read/2021/11/03/120>

000379/kesultanan-palembang-sejarah-pendiri-raja-raja-dan-peninggalan?page=all

Mudra, i wayan. (2019). *Gerabah Bali* (nurul azizah (ed.); 1st ed.). media sahabat cendikia.

Santi Deliani Rahmawati, H. S. (2020). Eksistensi Kerajinan Gerabah Masyarakat Di Kelurahan Kedaton Kecamatan Kayu Agung Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI). 3(2017), 54–67. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>

Yulius, Y., & Pratama, E. (2021). Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 6(2), 111–116. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i2.1720>