
STRATEGI PROMOSI KERAJINAN BESI DI DESA LIMBANG JAYA KABUPATEN OGAN ILIR SUMATERA SELATAN

M Havest Al Fayed¹

¹ *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya, Universitas Indo Global Mandiri, Jl. Jend. Sudirman Km.4 No. 62, 20 Ilir D. IV, Kec. Ilir Tim. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30129*
Email Korespondensi: 2019620008@students.uigm.ac.id¹

Received: 23 September 2025

Revised: 17 Desember 2025

Accepted: 17 Desember 2025

ABSTRACT: Indonesia is renowned for its cultural diversity, with each region preserving significant historical and artistic values. Limbang Jaya Village in Ogan Ilir Regency, South Sumatra, is one of the regions that maintains a unique tradition of iron craftsmanship. Known locally as *Pandai Besi* (blacksmiths), these craftsmen create ironworks that not only serve practical purposes in daily life but also reflect cultural and artistic heritage passed down through generations. However, despite its cultural significance, this traditional craft remains relatively unknown to wider audiences, particularly outside its local community. This study focuses on the design of visual communication strategies to promote the iron craftsmanship of Limbang Jaya Village. The design process involved field observations, direct interviews with local blacksmiths, and a review of literature on branding strategies for traditional crafts. The aim is to develop promotional media that effectively introduces the craft, enhances public appreciation of its artistic and cultural values, and expands its market reach. The expected outcomes of this design project include greater exposure of Limbang Jaya's iron craftsmanship, increased recognition of its cultural value, and contributions to local economic development, ultimately improving the welfare of the blacksmiths in the community.

Keywords : Culture, Ironwork, Cultural Promotion Of Limbang Jaya Village

ABSTRAK: Indonesia memiliki ragam budaya menarik di setiap daerahnya yang menjadikan nilai sejarah dan seni yang tinggi pada negara Indonesia. Desa Limbang Jaya, Kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan, memiliki potensi Kerajinan Besi yang unik, kaya akan nilai seni sehingga diwariskan turun temurun. Istilah "*Pandai Besi*" dapat diartikan sebagai Pengrajin Besi yang menghasilkan Kerajinan Besi lalu digunakan untuk membantu aktivitas masyarakat sehari-hari. Namun sayangnya Kerajinan Besi belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, khususnya di luar daerah. Oleh karena itu, Perancangan Komunikasi Visual untuk promosi Kerajinan Besi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk lokal tersebut secara efektif. Promosi ini diharapkan tidak hanya menambah apresiasi masyarakat terhadap seni Kerajinan Besi di Desa Limbang Jaya, tetapi juga memperluas pasar dalam meningkatkan daya tariknya. Dalam perancangan ini, metode yang digunakan meliputi observasi lapangan, wawancara langsung dengan Pengrajin Besi setempat, serta studi literatur tentang teknik *branding* kerajinan tradisional. Hasil perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan eksposur Kerajinan Besi, mendukung pengembangan ekonomi lokal, dan memberi dampak positif bagi kesejahteraan para Pengrajin Besi di Desa Limbang Jaya.

Kata Kunci : Kebudayaan, Kerajinan Besi, Promosi Budaya Desa Limbang Jaya

PENDAHULUAN

Kerajinan Besi di desa Limbang Jaya menghasilkan berbagai produk, seperti alat pertanian, perhiasan, dan senjata tradisional. Desa Limbang Jaya memiliki ciri khas yang berbeda dengan Pengrajin Besi lainnya. Ciri khas tersebut adalah para Pengrajin Besi memfokuskan terhadap *nyepuh* atau pengerasan dalam produk Kerajinan Besi agar besi yang dihasilkan lebih kuat dan kokoh. Penggunaan teknik *sepuh* atau pengerasan dengan menggunakan air merupakan teknik yang sulit dilakukan. Teknik ini membutuhkan keahlian dalam profesional dalam bidang besi serta ketelitian yang kuat. Penerapan teknik yang salah akan mempengaruhi kualitas produk yang tidak kokoh dan mudah patah. Meskipun memiliki nilai sejarah dan budaya yang signifikan, keberadaan dan keterampilan para pengrajin kerajinan besi ini kurang dikenal oleh masyarakat luas, terutama generasi muda. Hal ini berpotensi menyebabkan penurunan minat dan hilangnya keterampilan tradisional.

Urgensi dalam kerajinan desa limbang jaya adalah kurangnya dalam mempromosikan Kerajinan Besi Di Desa Limbang Jaya dan seegi dalam ilmu desain sehingga berdampak kesulitan dalam upaya dalam memperkenalkan kerajinan besi ke luar daerah maupun luar kota dan juga kurangnya mendapat perhatian oleh Dinas Pariwisata dan Budaya Sumatera Selatan. Adapun Upaya Pemerintah untuk memberikan bantuan kepada Pengrajin Besi di desa Limbang Jaya adalah dengan menyiapkan bahan dan alat yang dibutuhkan dalam proses pengerjaan kerajinan besi. Selain itu Perusahaan Bank Mandiri Indonesia juga berupaya membantu Kerajinan Besi agar tetap berkarya dalam menghasilkan produk yang berkualitas dengan memberikan fasilitas bangunan yang layak untuk proses pengerjaan Kerajinan Besi yang telah diberikan sejak tahun 2005. Upaya bantuan yang telah diberikan oleh Pemerintah dan Perusahaan Bank Mandiri untuk mendukung Kerajinan Besi sangat diapresiasi oleh Pengrajin Besi setempat.

Melalui permasalahan yang terjadi dalam perkembangan budaya Kerajinan Besi di Desa Limbang Jaya, penulis tertarik mengambil judul Perancangan Komunikasi Visual Promosi Kerajinan Besi Di Desa Limbang Jaya karena memiliki nilai sejarah dan budaya yang menarik. Dalam membantu promosi Kerajinan Besi di Desa Limbang Jaya, penulis membuat media perancangan promosi dengan menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual untuk melestarikan potensi nilai tradisi dan membantu peningkatan nilai ekonomi yang tinggi dalam penjualan Kerajinan Besi secara meluas. Adapun rumusan masalah dalam perancangan ini adalah bagaimana memberikan promosi serta

meningkatkan kesadaran masyarakat di Kota Palembang mengenai keberadaan dan nilai tradisi Kerajinan Besi di Limbang Jaya Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan yang perlu dilestarikan agar lebih di kenal masyarakat Palembang dalam perkembangan nilai ekonomi masyarakat. Pemecahan masalah dilakukan dengan cara observasi data di Desa Limbang Jaya dengan mengumpulkan data data secara sistematis.

Berdasarkan hambatan yang terjadi dalam membangun promosi serta mengembangkan nilai budaya di Desa Limbang Jaya yaitu berupa bahan bakar yang sulit dijangkau, profesi tenaga ahli yang tidak berkembang dalam produksi kerajinan besi disebabkan penurunan minat generasi muda untuk melanjutkan profesi tersebut dan minimnya pengetahuan pengrajin besi terhadap dunia promosi dalam kemajuan nilai jual suatu produk. Penulis melakukan upaya pemecahan masalah secara eksternal berupa mengembangkan promosi Kerajinan Besi di Desa Limbang Jaya dengan menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual seperti perancangan media promosi yang menarik dengan memperhatikan gaya desain, bentuk, dan warna yang menyesuaikan dengan Kerajinan Besi. Gaya desain yang dipilih adalah art deco dengan warna media coklat untuk menjaga keselarasan kerajinan besi. Dalam merancang suatu media promosi, penulis memperhatikan target pasar yang akan dituju agar perancangan media promosi dapat diterima dimasyarakat dan mencapai target sasaran.

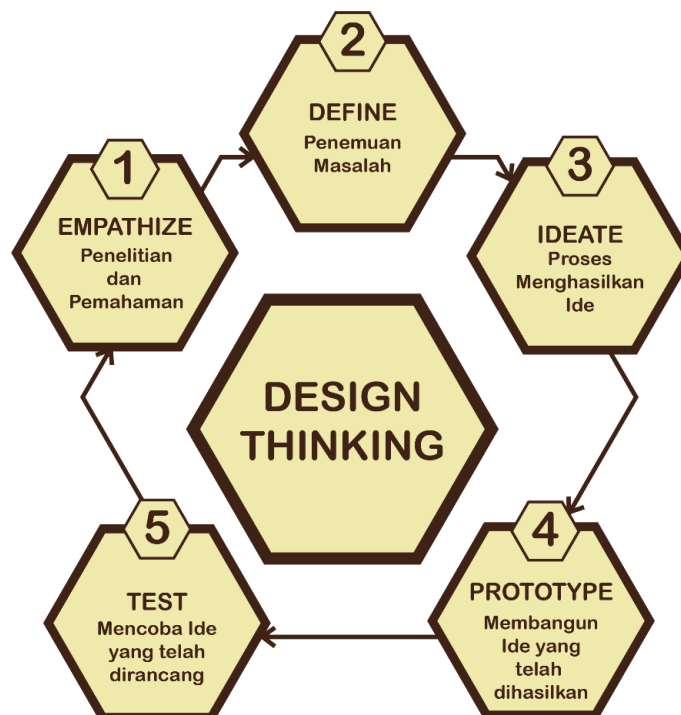
Selanjutnya, perancangan ini bertujuan untuk mendukung promosi dari Kerajinan Besi di Desa Limbang Jaya dengan melakukan perancangan untuk membantu pihak Pengrajin dalam mempromosikan Kerajinan Besi di Desa Limbang Jaya dan menerapkan kaidah ilmu Desain Komunikasi Visual. Dalam mengembangkan media promosi dibutuhkan informasi dan strategi yang matang untuk memperoleh pencapaian penjualan produk Kerajinan Besi. Berdasarkan penelitian sebelumnya yakni pada sebuah poster kapak yang penulis dapatkan melalui *market place Lazada* mubarok29. Tidak ada gaya desain yang digunakan maupun *headline*, *subheadline*, dan *tagline* untuk mempromosikan hasil kerajinan besi kapak diatas. Penerapan *background* berwarna merah yang mencolok sehingga kurang menarik dan deskripsi *bodycopy* yang sederhana dengan ukuran dan *font Arial* yang kurang menarik. Sebaiknya hasil akhir suatu karya tidak mencantumkan *watermark* dari *software* yang digunakan.

Selanjutnya poster *egrek* sawit yang penulis kutip melalui situs *market place lazada* bahwa promosi *egrek* dijual melalui poster sederhana dengan *background* biru. Dalam promosi produk, poster tersebut memiliki *headline* berupa ""*Egrek Sawit SPP777*"" SPP777 merupakan kode pembelian dan

subheadline "Siap pakai tanpa perlu diasah". Tidak ada *tagline* sebagai kalimat promosi mengajak dan tidak menerapkan gaya desain dalam menampilkan promosi poster. Namun foto produk *Egrek* cukup jelas dan rapi dalam menampilkan produk. Melalui perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas serta produktivitas pengrajin besi di Desa Lumbang Jaya melalui pengembangan media promosi yang dirancang secara sistematis, informatif, dan edukatif, sehingga mampu memperkuat daya saing serta memperluas jangkauan pemasaran produk.

METODE

Dalam merancang media promosi Kerajinan Besi di Desa Limbang Jaya, penulis menggunakan metode perancangan *Design Thinking*. Hal ini dilakukan melalui mencari pemahaman terhadap masalah yang terjadi sebelum menentukan solusi terhadap permasalahan yang terjadi. Kemudian membangun ide berdasarkan hasil dari solusi yang telah didapatkan dan tahapan test dilakukan sebagai pengujian terhadap produk yang telah dirancang pada saat pameran karya di Palembang *Square Mall* 1 Februari 2025, lihat gambar 1.



Gambar 1. *Design Thinking*
Sumber : Al Fayed, 2025

Dalam *Design Thinking* terdapat beberapa bagian dalam proses perancangan yaitu *Emphatize, Define, Ideate, Prototype, Test*. Dalam tahapan tersebut perlu melakukan observasi baik secara data maupun pergi ke lokasi tersebut dan mencari data dan menjabarkan rumusan masalah agar bisa mencari ide dan melakukan proses membangun dari ide yang telah dirancang sehingga melakukan uji coba dalam ide tersebut apakah berhasil untuk menjadi alat untuk pemecah masalah. Dengan tahapan tersebut penulis melakukan observasi ke Desa tersebut dan melakukan wawancara dengan pengrajin langsung dan mencari permasalahan di Desa tersebut dan penulis membuat ide agar masalah dapat dipecahkan dan melakukan tahap merancang desain dan melakukan test dalam uji coba untuk memecahkan permasalahan di Desa tersebut.

Perancangan adalah proses merencanakan dan menetapkan tujuan melalui pengembangan yang telah dicapai berdasarkan dari kondisi lingkungan. Tahapan perancangan dibutuhkan untuk menghasilkan kinerja yang maksimal dalam menciptakan suatu karya yang memiliki nilai guna bagi kehidupan. Menurut Hidayatulloh (2020) Perancangan adalah suatu sekumpulan aktivitas yang menggambarkan secara rinci bagaimana sistem akan berjalan. Maka hal itu bertujuan untuk menghasilkan produk yang sesuai kebutuhan dari pengguna. Adapun proses perancangan menurut para ahli adalah : Menurut Sommerville dalam buku Agus Mulyanto (2009 : 259) yang dimaksud dengan perancangan adalah segala sesuatu yang bisa melibatkan pengembangan beberapa sistem pada tingkat abstraksi yang berbeda-beda satu dengan yang lainnya.

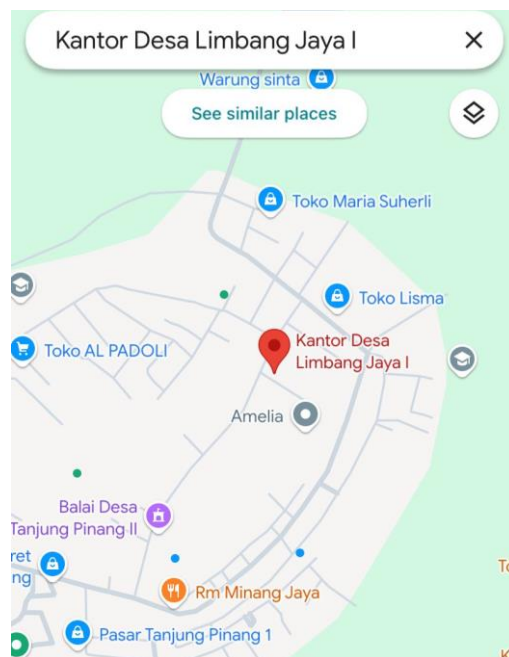
Sedangkan pengertian perancangan menurut Soetam Rizky (2011 : 140) perancangan merupakan suatu proses untuk mendefinisikan sesuatu yang nantinya dikerjakan menggunakan teknik yang bervariasi sekaligus melibatkan deskripsi tentang arsitektur didalamnya secara detail dalam proses pengerjaannya. Oleh karena itu setelah melakukan tahapan Design Thinking, membutuhkan landasan landasan yang digunakan dalam merancang suatu karya agar karya tersebut lebih memiliki landasan yang pasti. Dengan menggunakan teori teori yang menyesuaikan dengan rancangan tersebut.

Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam perancangan ini terdiri dari pengumpulan data primer yakni data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama sesuai dengan tujuan penelitian. dari observasi, wawancara dan kusioner. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, yaitu melalui sumber yang telah ada dan dikumpulkan oleh pihak lain penulis ambil dari buku, jurnal dan internet. Berikut penjabaran dari data yang penulis kumpulkan.

Data Primer

Data primer yang penulis kumpulkan dalam perancangan ini meliputi kegiatan observasi, wawancara Kusioner. Kegiatan observasi penulis telah melakukan riset data yaitu melakukan observasi langsung ke Desa Limbang Jaya yang berada di Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan pada 12 Oktober 2024. Penulis melakukan sesi wawancara secara langsung dengan Nawi yaitu seorang Tetua yang memiliki banyak pengalaman serta ahli dalam bidang Kerajinan Besi. Nawi adalah seorang ahli Besi yang masih aktif hingga saat ini. Sebagai pendalaman sumber penelitian dan informasi mengenai Kerajinan Besi di Di Desa Limbang Jaya, penulis menyaksikan secara langsung proses pembuatan Kerajinan Besi mulai dari pemilihan bahan, pembakaran, pengetukan, pemasukan air, pemolesan hingga tahap finishing, untuk lebih jelas lihat gambar 2 di bawah.



Gambar 2. Lokasi Desa Limbang Jaya
Sumber : Google Maps, 2025

Selanjutnya, pengumpulan data melalui kuesioner dibutuhkan dalam membantu mengumpulkan informasi mengenai pengetahuan masyarakat mengenai kerajinan besi di Desa Limbang Jaya. Kuesioner ini ditujukan kepada seluruh masyarakat di kota Palembang yang berusia mulai dari 15 hingga 60 tahun. Data responden akan digunakan dalam keperluan penelitian laporan, untuk lebih jelas lihat gambar 3.



Gambar 3. Survey Pengetahuan Tentang Kerajinan Besi
Sumber : Google Form, 2024

Data Sekunder

Data sekunder diambil dari sumber pendukung seperti jurnal dan internet. Adapun jurnal terdahulu membahas mengenai desa Limbang Jaya yang berjudul Pemberdayaan Masyarakat Desa Limbang Jaya I Kecamatan Tanjung Batu, Kabupaten Ogan Ilir Dalam Program Pemerbadayaan Desa. Dalam jurnal tersebut memaparkan informasi berupa data penduduk dan spesifikasi desa Limbang Jaya. Jurnal ini menjadi refrensi penulis dalam membuat laporan perancangan komunikasi visual promosi kerajinan besi. Selanjutnya, melalui internet penulis telah mengumpulkan sumber informasi yang dibutuhkan melalui *website*, jurnal dan artikel yang terkait mengenai Kerajinan Besi hingga karya sejenis maupun karya terdahulu. Penulis melakukan penelitian terhadap data yang didapatkan untuk menemukan informasi yang akurat. Setelah itu melakukan ke tahapan teori yang sangat peting dalam merancang sebuah penelitian ini agar memiliki pondasi yang kuat dan argumen yang beralasan dan dengan hasil data yang telah dirangkum dan diolah sehingga bisa dalam melanjutkan tahapan kreatif.

HASIL DAN DISKUSI

Konsep Perancangan

Media merupakan alat penyalur informasi yang akan diberikan kepada target sasaran. Melalui media yang akan dirancang akan membantu memberikan keberhasilan terdapat promosi yang akan diselenggarakan. Media kerajinan besi yang dirancang merupakan hasil bahan yang diproduksi siap pakai sehingga masyarakat dapat menggunakannya dengan menyesuaikan media dengan kebutuhan sehari hari. Melalui konsep perancangan ini diharapkan

promosi dapat berlangsung dengan baik dan mencapai target sasaran yang tepat. Kemudian, dilanjutkan dengan strategi kreatif yakni sangat dibutuhkan Pada Perancangan kerajinan besi di Desa Limbang Jaya Kab Ogan Ilir Sumatera Selatan ini menentukan strategi kreatif untuk memperkuat tujuan dari perancangan ini dan membuka peluang besar terhadap tingkat keberhasilan dalam mempromosikan produk.

Alasan perancang memilih objek tersebut adalah untuk merepresentasikan tujuan dari perancang, yakni untuk mengajak masyarakat mengetahui warisan budaya yang ada di sekitaran wilayah mereka yang sedikit di ketahui dan memiliki potensi yang luar biasa Serta gagasan kreatif Pada Perancangan promosi budaya kerajinan besi di Desa Limbang Jaya Ogan Ilir Sumatera Selatan. Menggunakan *big idea* burung kuntul sebagai hewan yang sering ditemukan di Desa Limbang Jaya. Burung kuntul memiliki bulu yang putih bersih dan biasanya ditemukan secara berkelompok maupun individu di desa Limbang Jaya.



Gambar 4 Burung Kuntul
Sumber : Google, 2024

Tujuan kreatif kerajinan besi di Desa Limbang Jaya ialah melestarikan budaya, tradisi yang ada di Sumatera Selatan yang tidak di kenal oleh masyarakat luas salah satu contoh nya ialah kerajinana besi Desa Limbang Jaya yang dimana kerajinan besi ini sudah ada puluhan atau ratusan tahun yang sudah ada pada zaman nenek moyang. Sehingga menciptakan kesan yang sangat bersejarah dan membudaya. Dan di dalam perancangan inilah terdiri beberapa pesan verbal dan pesan visual yang digunakan dengan *stiker. Baju . apron dsb* dan pesan visual dengan menayangkan sebuah *video documenter cinematic* yang di tunjukan pada acara pameran DKV. Dengan adanya pesan pesasn tersebut yakni memperkuat dalam penyampaian pesan ke target *audience* dengan menggunakan beberapa media.

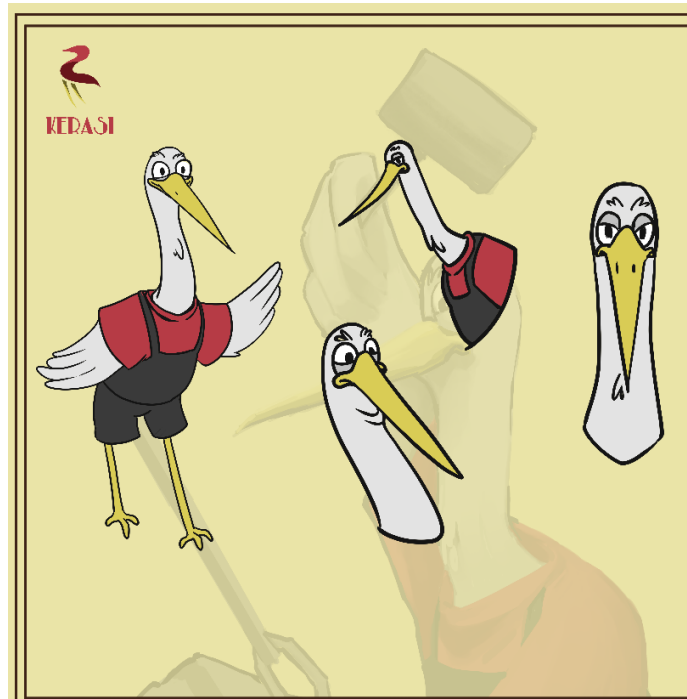
Dengan sebuah perancangan ini pun harus memiliki identitas dalam sebuah perancangan atau identitas yang di rancang. Karena itu penulis melakukan dari tahap observasi terlebih dahulu dan melakukan analisis agar daapat membuat identitas yang sesuai dan menaarik serta memiliki tahapan tahapan dalam membuat identitas tersebut. Logo merupakan suatu identitas perusahaan yang menjadi daya tarik terhadap produk yang dihasilkan. Ide layout pada perancangan logo terinspirasi dari hewan yang sering dijumpai di Desa Limbang Jaya yaitu burung kuntul. Burung kuntul baris memiliki nama ilmiah berdasarkan jenis dan ukurannya Kuntul besar : Ardea alba, Kuntul kecil : Egretta garzetta, Kuntul belang : Ardea picata, Kuntul perak : Genus Mesophoyx. Burung kuntul merupakan anggota dari suku Ardeidae, yang merupakan kerabat dari burung cagak. Burung kuntul memiliki paruh yang tajam dan merupakan salah satu anggota dari beberapa spesies bangau. Konsep perancangan logo yang sederhana menjadi nilai klasik dalam branding pandai besi di desa Limbang Jaya.



Gambar 5 Final Design Logo Kerajinan Besi
Sumber : Havest,2025

Maskot merupakan salah satu identitas atau icon yang digunakan dalam perancangan Kerajinan Besi Desa Limbang Jaya. Ide *Layout* atau lebih dikenal sebagai gagasan ide maskot terinspirasi dari hewan yang banyak dijumpai di desa Limbang Jaya yaitu burung kuntul baris. Burung kuntul baris berasal dari

negara Indonesia. Burung kuntul baris dapat ditemukan di dekat danau tropis, rawa, kolam, atau lahan basah. Mereka menyukai area basah yang luas dan pepohonan.



Gambar 6. Final Design Maskot Kerajinan Besi 1
Sumber : Havest,2025

Berdasarkan proses perancangan komunikasi visual yang telah dilakukan, diperoleh sejumlah temuan penting yang menunjukkan bahwa visualisasi yang tepat dan strategis dapat memberikan dampak signifikan terhadap pengembangan kerajinan besi di Desa Limbang Jaya. Pertama, dari hasil observasi lapangan dan wawancara dengan para pengrajin, diketahui bahwa mereka memiliki keterampilan yang tinggi dalam proses pembuatan kerajinan besi, namun mengalami kesulitan dalam memasarkan produk karena belum adanya identitas visual yang kuat. Produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik, namun belum dikemas secara profesional, baik dari segi branding maupun promosi. Kedua, hasil perancangan yang meliputi elemen-elemen visual seperti logo, desain kemasan, katalog produk, serta media promosi digital (seperti poster, video promosi), memberikan identitas baru yang lebih kuat dan menarik secara visual. Logo yang dirancang menggunakan elemen khas kerajinan besi serta motif lokal Sumatera Selatan, mampu memperkuat kesan etnik dan keunikan produk yang ditawarkan.

Ketiga, perancangan ini juga memperhatikan aspek edukatif. Para pengrajin diberikan pelatihan dasar mengenai cara menggunakan media sosial untuk promosi, cara mengambil foto produk yang menarik, serta pentingnya menjaga konsistensi visual. Hasilnya, terdapat peningkatan kesadaran dari para pengrajin akan pentingnya visual branding dalam meningkatkan daya tarik produk dan memperluas pasar. Dari keseluruhan proses ini, dapat disimpulkan bahwa perancangan komunikasi visual berperan besar dalam membangun citra dan daya saing kerajinan lokal. Dengan visualisasi yang tepat, potensi besar yang dimiliki pengrajin besi di Desa Limbang Jaya dapat diangkat dan dikenal lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga jurnal dengan judul "*Perancangan Komunikasi Visual Kerajinan Besi Desa Limban Jaya, Kabupaten Ogan Ilir, Sumatra Selatan*" ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama proses penyusunan jurnal ini. Pemerintah Desa Limban Jaya dan para pengrajin besi setempat yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan informasi, dan mendukung penelitian ini dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun telah memberikan kontribusi, dukungan moral, maupun materiil selama proses perancangan dan penulisan jurnal ini. Semoga jurnal ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan komunikasi visual dalam bidang kerajinan lokal, khususnya di Desa Limban Jaya, serta menjadi referensi yang berguna bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badriya, Y. (2017, Januari 13). *Pengertian Estetika Menurut Para Ahli Beserta Penjelasannya*. Retrieved from [ilmuseni.com: https://ilmuseni.com/dasar-seni/pengertian-estetika-menurut-para-ahli](https://ilmuseni.com/dasar-seni/pengertian-estetika-menurut-para-ahli)
- Eva Y, S.Ds., M.Si. (2020). *Buku Ajar METODE DESAIN Desain Komunikasi Visual (DKV)*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish (CV BUDI UTAMA).
- Febriansyah, T., Patriansah, M., & Viatra, A. W. (2024). Kampanye visual makanan khas Kota Palembang berbahan baku ikan. *VisArt: Jurnal Seni Rupa dan Design*, 2(2), 416-435.
- Mubarok29. (n.d.). *Senjata Tajam*. Retrieved from [lazada.co.id: https://www.lazada.co.id/shop/mubarok29](https://www.lazada.co.id/shop/mubarok29)

- Patriansah, M., Viatra, A. W., Paulina, P., & Hidayatullah, M. A. (2026). Pengembangan Kerajinan Limbah Kayu Melalui Pelatihan dan Inovasi di Desa Bukit Jaya Kabupaten Musi Banyuasin. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 6(2), 437-454.
- Patriansah, M., & Dion, K. (2023). Analisis Prinsip Desain Logo PAL TV Dalam Perspektif Budaya Digital. *Jurnal SASAK: Desain Visual dan Komunikasi*, 5(2), 93-102.
- Patriansah, M., & Wijaya, R. S. (2021). Analisis Tanda Dalam Karya Seni Grafis Reza Sastra Wijaya Kajian Semiotika Peirce. *Jurnal Rupa*, 6(1), 34-45.
- Rahmatilani, C., & Patriansah, M. (2024). Board Game Sebagai Media Komunikasi Visual Pendekatan Hubungan Harmonis Keluarga Antar Orang Tua Dan Anak. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 9(1), 116-128.
- Rambat Lupiyoadi dan A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h.120
- Ricky W. Putra. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Jakarta: Penerbit Andi.]
- Rispul, R. (2012). Seni Kriya Antara Teknik dan Ekspresi. *Corak: Jurnal Seni Kriya*, 1(1), 91- 100
- Stiawan, M., Patriansah, M., & Mubarat, H. (2023). Buku Ensiklopedia Tentang Kidal sebagai Media Komunikasi Visual untuk Anak-Anak. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 8(2), 143-150.
- Ubaidillah, M., & Patriansah, M. (2024). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Film "Agak Laen" Produser Studio Imajinari. *VisArt: Jurnal Seni Rupa Dan Design*, 2(1), 49-65.
- Wilmot, W., & Sereno, K. K. (2012). (Komunikasi et al., 2012) Komunikasi, A. P., *komunikasi antar budaya*. 1–6.

Sumber lain:

- Pengertian Kerajinan Logam*. (2024, 11 01). Retrieved from [geograf.id: https://geograf.id/jelaskan/pengertian-kerajinan-logam/](https://geograf.id/jelaskan/pengertian-kerajinan-logam/)