

Program Community Engagement Pengembangan Produk Keramik Sebagai Pemberdayaan Pengrajin Kampung Wisata Keramik Dinoyo Malang

Alwan Darishilmy Prawirawisnu¹, Deddi Duto Hartanto, S.Sn., M. Si.²
Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Jl. Siwalankerto No.121-131, Surabaya
Email: darishilmy@gmail.com

Abstrak

Budaya souvenir sudah menjadi ciri khas dalam kegiatan upacara seperti pernikahan, perayaan dan pesta-pesta lainnya yang mengundang keramaian. Kampung Wisata Keramik Dinoyo merupakan salah satu produsen produk souvenir keramik yang cukup dikenal secara nasional.

Kemunculan himbauan dan regulasi pemerintah tentang pembatasan kerumunan/ *Social Distancing*, dalam upaya untuk menekan angka penyebaran kasus Covid-19. Himbauan itu menyebabkan minim adanya kegiatan upacara yang mengundang banyak orang, akhirnya fenomena tersebut membuat pasar souvenir menjadi lesu karena kurangnya *demand*.

Penelitian ini berpusat kepada eksplorasi fungsi dan desain produk keramik, khususnya jenis fungsi produk keramik yang tidak terpengaruh oleh dampak negatif pandemi. Metode pelaksanaan penelitian ini meliputi tahapan survey, diskusi ide, proses produksi, dan evaluasi. Luaran kegiatan ini berupa inovasi desain dan fungsi produk keramik yang di produksi di Kampung Wisata Keramik Dinoyo Malang, berdasarkan hasil riset permintaan dan peminatan pasar di masa Pandemi Covid-19.

Melalui penelitian Community Engagement ini, penulis memberdayakan pengrajin keramik Dinoyo dalam upaya meningkatkan daya kreativitas dan kemampuan adaptasi mereka untuk mampu menyesuaikan dengan peluang yang ada di pasar sesuai dengan masanya.

Kata kunci: Keramik, Souvenir, Desain Produk, Kampung Keramik Dinoyo Malang.

Abstract

Title: *Community Engagement Program on Ceramic Product Development to Empower Dinoyo Ceramic Tourism Village Craftsmen, Malang.*

Souvenir culture has become a hallmark in ceremonial activities such as weddings, festivals and other parties that invite crowds. Dinoyo Ceramic Tourism Village is one of the producers of ceramic souvenir products which is well known nationally.

The emergence of government appeals and regulations regarding the opening / Social Distancing, in an effort to reduce the number of Covid-19 cases. The appeal caused the lack of ceremonial activities that invited many people, eventually this phenomenon made the souvenir market sluggish due to lack of demand.

This research focuses on exploring the function and design of ceramic products, in particular the types of functions of ceramic products that are not affected by the negative impact of the pandemic. The method of implementing this research includes the stages of survey, discussion of ideas, production process, and evaluation. The output of this activity is in the form of design innovations and functions of ceramic products produced at the Dinoyo Ceramic Tourism Village, Malang, based on the results of research on demand and market interest during the Covid-19 Pandemic.

This Community Engagement Research empowers Dinoyo ceramic makers in an effort to increase their creativity and adaptability to be able to adapt to the opportunities that exist in the market according to their time.

Keywords: *Ceramic, Souvenir, Product Design, Dinoyo Ceramic Village Malang.*

Pendahuluan

Desain produk adalah tentang meningkatkan kualitas hidup melalui desain dan pengembangan produk dan layanan baru. Dari sepeda motor hingga ponsel, perancang produk menciptakan produk yang menarik, diinginkan, dan memuaskan untuk digunakan (Jones, 2016). Bentuk peminatan keramik saat era pandemi Covid-19 ini cenderung mengarah kepada kegiatan pengisi waktu luang yang bisa dilakukan dirumah, seperti menanam. Maka dari itu pengrajin keramik dan gerabah mulai dibanjiri order pot tanaman, baik untuk digunakan didalam maupun diluar ruangan. Diluar peminatan tersebut, alih fungsi dispenser keramik untuk galon air juga digunakan untuk sarana mencuci tangan (wastafel darurat).

Hasil pengambilan data selama kegiatan penelitian (November 2020 - Mei 2021), pengusaha keramik Kampung Wisata Keramik Dinoyo Malang saat ini berjumlah sebanyak 26 rumah, namun pengrajin yang masih aktif hanya berjumlah 5 orang. Kemudian dari jumlah 26 rumah usaha dibagi menjadi 2 jenis pelaku bisnis di kampung Keramik Dinoyo, yaitu penjual dan pengrajin. Penjual hanya berfokus untuk membeli borongan hasil karya pengrajin, menjualkan kepada target pasar masing-masing dan tidak memproduksi keramiknya.

Sedangkan pengrajin berfokus untuk membuat produk kreasi keramik dan cetakannya (*casting*) dan beberapa tidak menjualnya secara langsung melainkan menggunakan perantara penjual untuk memamerkan dan menjualnya. Sementara ini siklus ekonomi tersebutlah yang dilaksanakan di Kampung Keramik Dinoyo. Menurut hasil liputan Surya Malang, Industri keramik Dinoyo Malang mulai bangkit perlahan setelah sempat 4 bulan berhenti produksi total dikarenakan pandemi. (Sofya, Juli 8, 2020). Spesialisasi keramik Dinoyo adalah Souvenir, dalam era pandemi ini, banyak kegiatan terutama pesta pernikahan yang ditunda atau dibatalkan karena faktor regulasi kegiatan berkerumun.

Fenomena ini menyebabkan beberapa order souvenir menjadi tertunda dan tidak jadi diproduksi. Keramik yang diproduksi di Dinoyo mayoritas adalah keramik hias yang berfungsi sebagai souvenir. Fungsi dan bentuk yang terdata adalah vas atau pot bunga, tempat garam dan merica, tempat kartu nama, souvenir pernikahan, wadah aromaterapi, tempat lilin, celengan, asbak, poci atau teko, gelas atau mug, toples, dan dispenser air. Jumlah rumah usaha keramik di Kampung Wisata Keramik Dinoyo dalam data tahun 2021 sebanyak 26 rumah usaha keramik yang meliputi 8 rumah produksi keramik, 2 rumah produksi gips, dan 16 toko souvenir keramik. Siklus tersebut membuat kreativitas Dinoyo bergantung kepada pemesanan atau faktor eksternal.

Hal ini dapat dilihat dari puluhan rumah display dan rumah produksi keramik yang menjual

barang dengan bentuk dan fungsi yang serupa dan tidak memiliki ciri khas tersendiri.

Keramik dengan inovasi jenis, bentuk, dan fungsi produk olahan kerajinan keramik dalam mengikuti perkembangan zaman dan permintaan pasar adalah hal yang sedang dibutuhkan oleh Kampung Keramik Dinoyo. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi (Hurley & Hult, 1998).

Dampak pandemi Covid-19 tentu membuat Keramik Dinoyo menjadi lesu. Menurut data penjualan “Bungsu Jaya Keramik” yang dipegang oleh Bu Debby sejak tahun 2010 menyatakan bahwa, sejak akhir tahun 2019 penjualan keramik Dinoyo sudah kian menurun. Kemudian perekonomian global terkena dampak pandemi Covid-19 penjualan “Bungsu Jaya Keramik” tanpa pemasukan sama sekali. Di tahun 2010-2019, dalam rentang waktu 1 bulan pengrajin mampu mendapatkan 4-5 order souvenir keramik, dengan pemasukan kotor hingga Rp.10.000.000,. Namun seiring berjalannya waktu, jumlah order semakin berkurang dan menjadi nihil bahkan dalam 1 bulan belum tentu ada order masuk. Sehingga rumah usaha penjual keramik harus berputar otak dan membanting haluan untuk membuka usaha lain selain berjualan keramik.



Sumber: Kerajinan Keramik Lokal digempur Barang Impor (2012). Tempo.

Gambar 1. Etalase salah satu rumah usaha keramik yang ada di Kampung Keramik Dinoyo.

Program pemberdayaan ini berfokus kepada memproduksi produk keramik yang fungsional dan modern sehingga mampu membangun pola pikir pengrajin Kampung Wisata Keramik Dinoyo untuk kreatif, inovatif, dan mampu melihat peluang pasar. harapan kedepannya program ini dapat menjadi salah satu solusi dalam mengatasi keadaan sulit, khususnya di masa pandemi ini di Kampung Wisata Keramik Dinoyo Malang.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan program *Community Engagement* ini terbagi menjadi beberapa tahapan, yang antara lain adalah:

- **Survey** Untuk mempelajari teknik dasar produksi kriya keramik, melihat keadaan selera pasar kriya keramik, keadaan pengrajin kampung keramik Dinoyo, serta hasil produk yang sudah mereka kerjakan dan bagaimana cara menjawab permasalahan yang akan ditemui.
- **Diskusi/ Kolaborasi** Proses diskusi dan pelatihan tentang contoh produk dan studi kasus untuk memberikan bayangan kepada pengrajin pentingnya adaptasi pada selera pasar agar dapat terus berkreasi dan produktif walaupun dalam krisis global.
- **Eksekusi** pengolahan bahan baku tanah liat dan membuat cetakan sehingga mampu menjadi berbagai jenis hasil produk kerajinan yang fungsional dan bernilai ekonomi.
- **Evaluasi** merupakan tahap akhir dalam proses latihan dimana yang akan dievaluasi meliputi model kerajinan, penampilan (bentuk, warna, tekstur dan konsistensi), serta mencari kendala/faktor yang menjadi penyebab kegagalan dalam proses pembuatan hasil kerajinan sehingga dapat segera diperbaiki di kemudian hari.

Pembahasan

Globalisasi Keramik

Peminatan keramik di masyarakat modern saat ini cenderung mengarah ke fungsi *tableware* dan *Home decoration*. Rohidi (2011) menyatakan bahwa, suatu produk budaya akan mengalami perubahan dengan menyesuaikan diri dengan tuntutan zamannya, maka pelaku budaya dituntut memiliki sikap inovatif dalam melakukan perubahan budaya yang diciptakan, yaitu dengan melakukan perubahan yang menyesuaikan selera estetika pada eranya. Keramik dapat kita klasifikasikan ke dalam dua jenis, dalam hal ini adalah fungsional dan non fungsional atau hias.

Keramik dalam kriteria fungsional lebih kepada fungsi praktis yang merupakan tujuan utamanya, seperti; mangkuk, gelas, piring serta berbagai bentuk yang lain yang difungsikan sebagai penunjang kehidupan manusia sehari-hari. Sedangkan keramik non fungsional dalam konteks ini adalah yang merupakan karya ekspresi seni bisa berbentuk patung keramik, atau karya seni keramik yang memiliki makna dan konsep penciptaan.

Inovasi Desain Produk

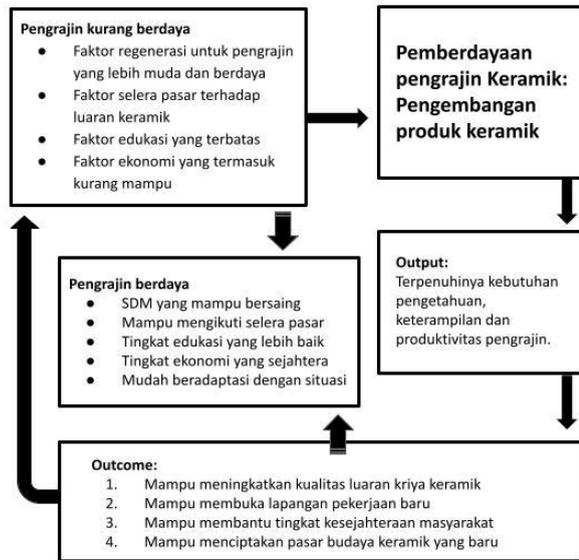
Menurut Agung Wicaksono (2014) Inovasi suatu produk kriya dapat terhalang apabila ada 4 faktor yaitu:

1. Pola pikir pengrajin yang masih terikat dengan simbol dan nilai-nilai tradisional suatu produk kriya, sehingga menjadi beban psikologi tersendiri untuk selalu melestarikan.
2. Kunci keberhasilan inovasi desain terletak pada faktor sumber daya manusia (pelaku usaha/ pengrajin). Tingkat edukasi, kemampuan membaca pasar, dan semangatnya dalam berkarya.
3. Tuntutan kebutuhan konsumen (*order*) yang secara tidak langsung memaksa pengrajin untuk berinovasi dan belajar tentang peminatan pasar dalam pembuatan produknya.
4. Sistem pembelajaran pengrajin masih mengandalkan teknik duplikasi atau peniruan terhadap produk-produk baru yang lebih diminati pasar (menjual).

Inovasi produk kriya merupakan kekuatan kompetitif yang diperlukan untuk meraih pangsa pasar di dalam dan luar negeri. Produk kriya Indonesia masih menghadapi tantangan pada kesiapan SDM yang mampu menginovasi desainnya untuk dapat memenuhi selera pasar.

Modal budaya dan *craftsmanship* adalah dua hal yang mampu menjadi faktor pendukung untuk pencitraan produk kriya berbasis budaya lokal yang diperlukan pada era industri kreatif. Dunia kriya keramik Indonesia memerlukan dukungan dari daya kreativitasnya terutama pada pelaku UMKM seperti pengrajin di Kampung Wisata Keramik Dinoyo Malang yang menghadapi banyak tantangan di masa pandemi Covid-19 yang sedang melanda perekonomian global.

Perkembangan teknologi yang pesat menjadi alasan pergeseran kebutuhan gaya hidup manusianya, hal tersebut menuntut desainer produk untuk terus berinovasi dan mengikuti selera pasar pada masanya. Pengrajin keramik perlu untuk selalu membuka pikiran dan terus berinovasi dalam kriya keramik, sehingga mampu bertahan hidup dan terus melestarikan budaya kriya keramik untuk bisa diteruskan turun-temurun ke generasi selanjutnya.



Sumber: Diolah oleh penulis

Gambar 2. Kerangka pemikiran keseluruhan kegiatan penelitian pemberdayaan masyarakat.

Berdasarkan masalah yang dialami oleh pengrajin keramik Kampung Wisata Keramik Dinoyo Malang tersebut maka pada program LEAP *Community Engagement* ini akan membahas pentingnya inovasi desain produk keramik dari segi fungsional sebagai penunjang faktor daya kreativitas dan pemahaman atas selera pasar yang akan berdampak pada keberfungsian sosial mereka. Dengan adanya program *Community Engagement* ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas luaran kriya keramik yang dihasilkan pengrajin Kampung Wisata Keramik Dinoyo.

Program pengembangan produk keramik ini mampu memberikan dampak positif terhadap semangat berkarya pengrajin sehingga dapat memberikan nilai tambah kepada produk luaran hasil kolaborasi kreatif antara penulis dengan pengrajin keramik. Harapannya dalam jangka panjang mampu memberikan ledakan semangat berkarya terhadap keseluruhan pengrajin keramik di lingkup Kampung Wisata Keramik Dinoyo Malang, sehingga mampu menghasilkan luaran produk yang mampu bersaing di pasar nasional dan internasional.

Pelaksanaan

Dalam prosesnya, sebelum terjun langsung ke Kampung Keramik Dinoyo. Penulis memutuskan untuk mengambil kursus singkat dalam proses tuntas produksi kriya keramik dibawah bimbingan Jenny Lee. Mulai dari memahami dan mengolah bahan baku tanah liat, mempelajari teknik-teknik dasar pembuatan kriya keramik, dekorasi hingga finishing dan pembakaran.



Sumber: Dok.Pribadi

Gambar 3. Momen penulis bersama dengan Ibu Jenny setelah menyelesaikan kursus keramik.



Sumber: Dok. Pribadi

Gambar 4. Produk Keramik hasil kegiatan kursus bersama Ibu Jenny Lee yang menghasilkan purwarupa speaker dan pot tanaman indoor.

Jenny Lee sendiri merupakan seorang seniman keramik fine arts sekaligus seorang dosen tetap di Universitas Ciputra Surabaya. Ide program Pengembangan produk keramik ini sangat disambut dengan antusias oleh Jenny Lee, sehingga mampu memberikan inspirasi dalam salah satu karya terbaru beliau.



Sumber: Story Instagram Pribadi Jenny Lee @Ceramicqueen.

Gambar 5. Produk speaker yang dibuat oleh Ibu Jenny setelah kursus, karena terinspirasi dengan ide program Community Engagement ini.

Proses pencarian pengrajin keramik yang cocok tidaklah mudah, karena tidak semuanya mampu menerima ide pengembangan produk dengan terbuka. Dari total 26 rumah usaha keramik dan 5 pengrajin keramik, akhirnya untuk sementara penelitian ini dapat diterima dengan tangan terbuka oleh hanya 2 orang pengrajin keramik di Kampung Keramik Dinoyo Malang.



Sumber: Dok.Pribadi

Gambar 6. Proses diskusi ide dengan Syamsul Arifin terkait pembuatan produk.

H.Syamsul Arifin (Cenderamata Keramik) Selaku Kepala POKDARWIS (kelompok sadar wisata) Kampung Keramik Dinoyo Malang dan Ketua LPMK Dinoyo (Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan). Bergelut di bidang kriya keramik sejak tahun 1995, lahir di lingkungan kriya keramik dan

juga pernah mendapatkan pendidikan formal tentang kriya keramik di Balai Besar Keramik Bandung.

Syamsul merupakan seorang juru bicara dan “wajah” Kampung Keramik Dinoyo. Karena beliau bertugas dalam menerima tamu dan memberikan layanan pariwisata edukasi terhadap pengunjung yang hadir, menerima dan memfasilitasi kegiatan pertukaran pelajar, kegiatan Tugas akhir mahasiswa dan lain sebagainya. Termasuk mengadakan kegiatan-kegiatan yang mampu memberikan dampak positif terhadap Kampung Keramik Dinoyo melalui aspek pariwisatanya. Seperti contohnya kegiatan tahunan Festival Keramik Dinoyo yang menampilkan karya-karya tahunan para pengrajin keramik.



Sumber: Dok.Pribadi

Gambar 7. Hasil jadi dan demonstrasi produk pot tanaman dalam ruangan.

Hasil produk yang dihasilkan bersama Pak Syamsul adalah Pot keramik dalam ruangan dengan wadah air. Berangkat dari tren yang muncul di masa pandemi ini, yaitu menanam/ berkebun di rumah. Produk ini diharapkan mampu menunjang hobi tersebut sebagai media tanam indoor.

Bentuk desain pot ini diolah ulang dari cetakan aromaterapi keramik, dengan sedikit mengubah, melubangi dan menambal desain aroma terapi semula. Terdiri dari 2 bagian yaitu bagian atas dan bawah. Bagian atas berfungsi sebagai media tanam, dan bagian bawah berfungsi sebagai wadah air. Sehingga ketika tanaman disiram air, tidak menyebabkan air merembes ke luar pot dan mengotori di ruangan.

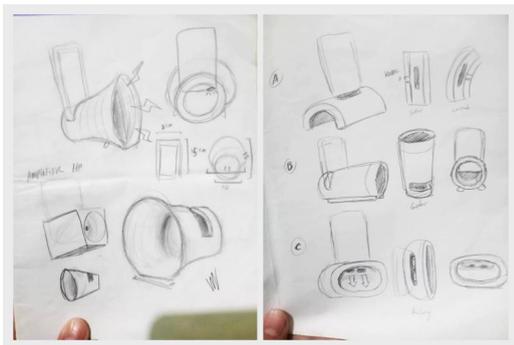


Sumber: Dok. Pribadi

Gambar 8. Proses diskusi ide dengan Bapak Soeharto di rumahnya.

Sony Soeharto (Keramik Soeharto) Selaku ketua Paguyuban Pengrajin Keramik Dinoyo Malang dan selaku pengrajin paling veteran diantara pengrajin keramik lainnya. Pak Harto mendapatkan ilmu keramik dari ayahnya dan akhirnya mampu meneruskan usaha keramik tersebut hingga hari ini. Usaha Keramiknya termasuk salah satu yang paling aktif dari banyaknya pengrajin di Dinoyo. Pak harto juga membuka pintu bagi siswa SMK 5 Malang jurusan keramik yang ingin melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) setiap tahunnya.

Hasil produk yang dihasilkan adalah Speaker pasif untuk *Smartphone*. Produk ini dinilai sangat inovatif oleh para pengrajin karena termasuk produk keramik yang dan benar-benar berfungsi baru.



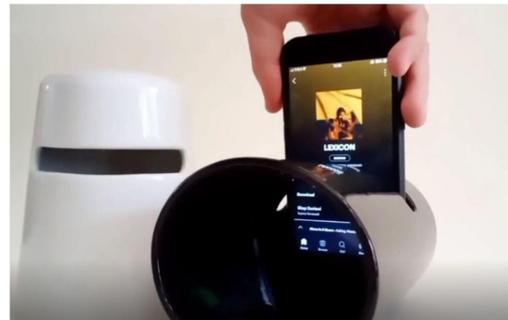
Sumber: Dok. Pribadi

Gambar 9. Sketsa awal bentuk kriya keramik Speaker

Desain Speaker pasif ini berangkat dari ide tentang benda dekorasi rumah yang juga memiliki nilai fungsional. Bentuk speaker pasif ini adalah hasil kolaborasi antar ide penulis dengan Pak Soeharto,

dikarenakan pengrajin lebih memahami proses kerja dan produksi keramik dengan teknik cetak tuang.

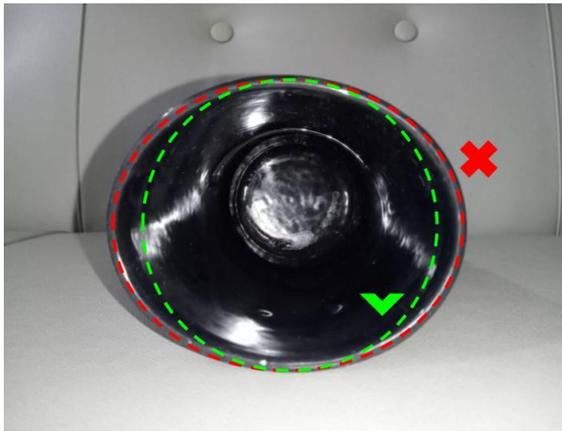
Proses produksinya berbeda dengan pot indoor yang dibuat dengan mendaur ulang dan modifikasi cetakan aromaterapi yang sudah tersedia, karena speaker ini diawali dengan membuat model tabungnya terlebih dahulu dengan bahan gips. Kemudian dilanjutkan membentuk cetakannya, setelah itu cetakannya dapat diisi dengan larutan tanah liat cair untuk mencetak keramiknya.



Sumber: Dok. Pribadi

Gambar 10. Hasil jadi produk keramik speaker dengan demonstrasi penggunaannya.

Setelah dibakar hasil jadi dari Speaker ini ternyata termasuk cacat ketika proses produksi. Khususnya di ujung mulut corongnya yang semestinya lingkaran sempurna setelah dibakar menjadi semi-oval, diduga hal ini disebabkan oleh posisi penempatan produk mentah secara horizontal didalam tungku.



Sumber: Dok.Pribadi

Gambar 11. Hasil jadi produk speaker keramik yang cacat produksi.

Segera setelah mengetahui hal ini Pak Soeharto berinisiatif untuk mengganti produk-produk speaker yang cacat tersebut, dengan cara mengubah sedikit desain dan posisi penempatan produk mentah didalam tungku pembakaran, sehingga mampu menjadi produk yang lebih baik.

Kesimpulan

Selama berproses dalam mengerjakan program pemberdayaan masyarakat ini, dapat diambil kesimpulan bahwa keramik adalah buah hasil kerjasama antara seni dengan teknologi. Seperti contohnya adanya pembagian cabang kriya keramik tradisional dan seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi munculah keramik halus/ fine ceramics.

Tuntutan zaman membuat pelaku budaya harus selalu inovatif dalam menyesuaikan diri terhadap selera estetika di setiap eranya, jika dalam konteks keramik adanya keramik fungsional dan non-fungsional. Contoh keramik fungsional adalah barang yang bisa digunakan sehari-hari seperti *Planter* (Pot tanaman) dan *Tableware* (piring, mangkok, gelas). Sedangkan contoh keramik non-fungsional adalah Home-decor dan souvenir yang nantinya berakhir menjadi sebatas penghias ruangan saja.

Perlunya inovasi desain produk yang lebih modern untuk menarik minat para calon konsumen di era ini, yang tidak hanya mementingkan unsur estetika namun juga unsur fungsionalnya. Program *Community Engagement* di Kampung Keramik Dinoyo ini bertujuan untuk meningkatkan daya kreativitas pengrajin dan luaran kriya keramiknya, sehingga eksistensi keramik Dinoyo Malang mampu terus terdengar.

Dalam mencapai tujuan tersebut, upaya yang perlu dilakukan antara lain adalah dengan melalui sosialisasi, mengadakan *workshop*, memberdayakan pengrajin dan kolaborasi. Program *Community Engagement* ini diharapkan mampu memberi manfaat dan dampak baik bagi mahasiswa, masyarakat pengrajin, program studi dan universitas. Pemilihan lokasi *Community Engagement* ini berada di Kampung Wisata Keramik Dinoyo berdasarkan pertimbangan:

1. Faktor pengrajin lanjut usia dan minimnya regenerasi para pengrajin muda.
2. Faktor kesejahteraan ekonomi yang menurun karena terdampak pandemi Covid-19.
3. Faktor jarak geografis yang dekat dengan Surabaya (dibandingkan dengan kerajinan gerabah Kasongan yang sempat menjadi alternatif).

Berdasarkan observasi dan pengumpulan data wawancara secara kualitatif, dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang ingin ditinjau menitik beratkan kepada pembahasan pentingnya inovasi dan adaptasi terhadap selera pasar seiring berjalannya waktu. Dengan adanya program *Community Engagement* ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas luaran kriya keramik yang dihasilkan pengrajin Kampung Wisata Keramik Dinoyo di waktu yang akan datang.

Ucapan Terima Kasih

1. Otot Setiawan, Daru Ambaretno Daneswari, Naufal Daryawan Prawirabisma & Sabrina Askandari Prawirasinta. Selaku kedua orang tua, kakak, dan adik. karena selalu memberikan dukungan penuh akan material, tenaga, dan mental dari proses awal perkuliahan sampai dengan pengerjaan penelitian ini dari awal hingga akhir.
2. Henrico Ibrahim Kahfi, Alka Maula Haryanto, Rifqi Athallah Octaviano. Selaku sahabat-sahabat yang sudah memberikan dukungan dan turut menemani perjalanan selama perkuliahan.
3. Teman-teman seperjuangan dalam cabang tugas akhir LEAP Community Engagement serta teman-teman mahasiswa DKV angkatan 2017 lainnya yang turut mendukung dan memberi semangat.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Djwantoro Hardjito, M.Eng. selaku Rektor Universitas Kristen Petra.
5. Ibu Dr. Yusita Kusumarini, S.Sn.,M.Ds. selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra.

6. Ibu Dr. Listia Natadjaja, S.T., M.T., M. Des. selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Petra. <https://doi.org/10.24821/corak.v3i1.2341>
7. Bapak Deddi Duto Hartanto, S.Sn., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan Koordinator Program LEAP Community Engagement, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Petra.
8. Bapak Drs. Heru Dwi Waluyanto, M.Pd. selaku Dosen Wali, Dosen Penguji Skripsi, dan Koordinator Program LEAP Community Engagement, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Petra.
9. Ibu Vanessa Yusuf, S.Ds., M.Ds. dan Ibu Mendy H. Malkisedek, S.Sn., M.Ds. selaku Dosen Penguji Skripsi, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Petra.
10. Bapak Yohanes Budi Cahyono, S.Sos., M.Psi. selaku koordinator LPPM dan pendukung utama seluruh kegiatan dan penelitian mahasiswa LEAP Community Engagement di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Petra.
11. Ibu Jenny Lee selaku tutor kursus keramik yang sudah mengajarkan ilmu-ilmu dasar kriya keramik.
12. Sony Soeharto dan Syamsul Arifin selaku pengrajin keramik dari Kampung Keramik Dinoyo Malang yang turut berkarya di program Tugas Akhir ini untuk menghasilkan suatu produk keramik bersama.

Daftar Pustaka

Hurley, R. & Hult, G. T. (1998). *Innovation, Market Orientation and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination*. *Journal of Marketing*, 62(3): 42–54.

Jones, M. (2016). *Product Design*. In *The Bloomsbury Encyclopedia of Design* (pp. 99–109). London: Bloomsbury Academic. Retrieved March 23, 2021, from <http://dx.doi.org/10.5040/9781472596154-BED-P091>

Sofya, A. (2020, Juli 8). *Produksi Keramik di Dinoyo Kota Malang Kembali Dimulai, Bergeliat di Era Transisi New Normal*. Surya Malang. Retrieved from <https://suryamalang.tribunnews.com>

Rohidi, Rohendi Tjetjep. (2011), *Metodologi Penelitian Seni*. Cipta Prima Nusantara. Semarang.

Wicaksono, A. (2014). *Potensi Pengembangan Inovasi Desain Produk Kriya KUKM Indonesia di Era Industri Kreatif*. *CORAK*, 3 (1).