

## PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PROMOSI KERAJINAN LAKER PALEMBANG

Galang Sabillah Bahar<sup>1)</sup>, Husni Mubarat<sup>2)</sup>, Bobby Halim<sup>3)</sup>

<sup>1), 2), 3)</sup> Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya  
Universitas Indo Global Mandiri Jl Jend. Sudirman No. 629 KM. 4 Palembang30129  
Email : [gsabillah@gmail.com](mailto:gsabillah@gmail.com)<sup>1)</sup>, [husni\\_dkv@uidm.ac.id](mailto:husni_dkv@uidm.ac.id)<sup>2)</sup>, [bobby\\_dkv@uigm.ac.id](mailto:bobby_dkv@uigm.ac.id)<sup>3)</sup>

### ABSTRACT

*Laker is a typical Palembang handicraft in the form of all products or household utensils made of wood, rattan, bamboo or whatever is painted with black ink and then coated with varnish as an ingredient to beautify it as well as preservative. In this modern era the use of Crafts Laker in Palembang is increasingly fading and it's not longer a culture in the City of Palembang, especially the younger generation. The lack of promotion carried out on Laker handicrafts has made many of today's young generations not too familiar with Laker crafts, not even a few of them don't know at all what laker craft is. Moreover, in the current development era, there is a fear of changing cultural heritage forms as a result of the impact of the development and progress of modern technology and other cultural elements that come from outside. To avoid this, visual promotion efforts are needed to the people of Palembang. This promotion was carried out to be able to invite the people of Palembang to cultivate laker crafts in daily life, especially the younger generation. Therefore the Visual Communication Design, Promotion of Laker Crafts is a form of persuasive effort to the people of Palembang, especially to get to know the Laker Crafts so that they can instill a sense of love and pride in Palembang Laker crafts that are known to the Palembang youth, and can invite Palembang people, especially the younger generation cultivate Laker crafts in daily life along with the trends of the times.*

**Keywords :** Traditional Craft, Palembang's Laker, Unique Craft

### ABSTRAK

Laker adalah kerajinan khas Palembang berupa segala produk atau perkakas rumah tangga yang terbuat dari kayu, rotan, bambu atau apapun yang dicat dengan tinta hitam kemudian dilapisi dengan cairan pernis sebagai bahan untuk mempercantik sekaligus untuk pengawet. Di era modern ini penggunaan Kerajinan Laker di Palembang sudah semakin meredup dan sudah bukan lagi menjadi budaya di Kota Palembang khususnya generasi mudanya. Minimnya promosi yang dilakukan terhadap kerajinan Laker ini membuat generasi muda zaman sekarang banyak yang tidak terlalu mengenal kerajinan Laker. bahkan tidak sedikit dari mereka yang tidak mengetahui sama sekali apa itu kerajinan Laker. apalagi di dalam era perkembangan sekarang terdapat sebuah ketakutan akan berubahnya tata bentuk warisan budaya akibat dampak dari perkembangan dan kemajuan teknologi modern dan unsur budaya lain yang datang dari luar. Untuk menghindari hal tersebut maka diperlukan upaya promosi melalui visual kepada masyarakat Palembang. Promosi ini dilakukan untuk dapat mengajak masyarakat Palembang membudidayakan kerajinan laker dalam kehidupan sehari-hari khususnya generasi muda. Maka dari itu Perancangan Komunikasi Visual, Promosi Kerajinan Laker ini adalah sebuah bentuk upaya *persuasive* kepada masyarakat Palembang khususnya generasi muda untuk mengenal kembali Kerajinan Laker sehingga dapat menanamkan rasa cinta dan bangga terhadap kerajinan Laker Palembang dibenar generasi muda Palembang, dan dapat mengajak masyarakat Palembang khususnya generasi muda untuk membudayakan kerajinan Laker dalam kehidupan sehari-hari seiring *trend* zaman.

**Kata Kunci :** Kerajinan Tradisional, Laker Palembang, Kerajinan Unik

## 1. Pendahuluan

Laker merupakan kerajinan khas kota Palembang berupa segala produk atau peralatan rumah tangga yang terbuat dari kayu, rotan, bambu atau apa saja yang dilukis dengan tinta hitam kemudian dilapisi dengan cairan Lak sebagai bahan untuk memperindah dan sekaligus pula untuk pengawet (Akram dalam Seragih dan Ernawati, 1996 :1).

Menurut Bambang Utoyo dalam buku Meriati S. Seragih yang berjudul “Kerajinan Lak Palembang” mengatakan bahwa :

*“Nama Laker sendiri berasal dari kata Bahasa Inggris yaitu Lacquer. Lak/ damar merupakan bahan yang berasal dari serangga yang bernama laccifer lacca, serangga-serangga ini hidup bergerombol pada ujung ranting dan dahan dari sejenis tanaman candolle atau dikenal oleh masyarakat Palembang sebagai kemalo, sarangga-serangga ini dimanfaatkan oleh masyarakat Palembang sebagai bahan pewarnaan untuk membuat kerajinan kayu”* (Utomo dalam Seragih dan Ernawati, 1993 : 1).

Sejarah masuknya kerajinan Laker di Palembang diawali sejak zaman kerajaan Sriwijaya. Menurut Erwan Suryanegara selaku pemerhati budaya ke-Sriwijayaan, seni kerajinan Laker Palembang dipengaruhi budaya Cina, yang pada awalnya merupakan bentuk dari upeti atau hadiah yang diberikan oleh raja dari negeri Cina kepada raja-raja Sriwijaya sekitar abad ke-6 M hingga abad ke-7 M, kemudian mulai ditiru dan dikembangkan oleh masyarakat Sriwijaya yang terampil sehingga memiliki ciri khas sendiri dari segi motifnya, Tradisi ini dipengaruhi oleh budaya Hindu-Budha yang kemudian disusul oleh Bangsa Arab (Erwan Suryanegara dalam Mubarat, 2016, hal: 24, Jurnal Besaung vol.1 no.2).

Kerajinan Laker Palembang memiliki bentuk dan fungsi beraneka ragam yang bersinggungan dengan beberapa aspek kehidupan masyarakatnya. Aspek-aspek itu antara lain aspek sosial, religi, dan estetika. Hal ini terbukti di mana benda kerajinan Laker sejak zaman dahulu secara fungsional digunakan untuk kepentingan, baik sebagai benda pakai dalam kehidupan sehari-hari maupun sebagai sarana perlengkapan dalam upacara sistem daur hidup, dan bahkan dimanfaatkan hanya sekedar pemuas akan cita rasa keindahan (Meriati S. seragih dan Sukanti, 1996:29).

Produk atau peralatan benda Laker baik sebagai benda pakai dalam kehidupan sehari-hari maupun sebagai salah satu sarana perlengkapan dalam upacara sistem daur hidup, kini secara berangsur-angsur kurang dihayati nilainya fungsinya. Kecenderungan itu dapat dilihat pada generasi muda yang pada umumnya sudah jarang menggunakan benda kerajinan Laker (Meriati S. seragih dan Sukanti, 1996:5).

Kini zaman telah maju pesat namun pengetahuan masyarakat Palembang tentang kerajinan Laker sendiri tidak berkembang, tidak dapat dipungkiri bahwa sekarang hanya orang tua dan sedikit generasi muda yang mengetahui kerajinan Laker, karena disebabkan kurangnya pengenalan secara turun-temurun (Husni Mubarat, 2020).

Masalah yang ada pada kerajinan Laker Palembang mulai dipicu Pada masa tahun 1998-an saat krisis moneter hingga tahun 2000-an kerajinan Laker di Palembang mengalami masa surutnya, sehingga banyak pengrajin Laker yang “gulung tikar” (Husni Mubarat, dalam Jurnal Batoboh, Vol 4 No 2, Oktober 2019, Hal: 99).

Masalah lain yang menyebabkan kerajinan Laker kurang berkembang adalah minimnya perhatian dari pemerintah, karena pemerintah saat ini masih cenderung mempromosikan kuliner. Meskipun pemerintah pernah melakukan sebuah upaya promosi kerajinan Laker Palembang dengan menggunakan media televisi melalui *chanel* Sriwijaya TV yang berjudul video liputan “Lukisan Laker, Produk Budaya Masa Lampau Di Palembang” kemudian juga di-*upload* pada tanggal 28 juni 2019 di akun YouTube Sriwijaya TV tetapi masih belum cukup untuk menarik perhatian anak muda, hal itu dapat dilihat pada keterangan video yang hingga pada tanggal 24 mei, 2020 hanya mencapai 95 kali ditonton, dan meskipun masih ada beberapa pengrajin yang masih konsisten untuk mempertahankan dan mengembangkan kerajinan Laker Palembang seperti sanggar Ganessa, tetapi itu masih belum cukup untuk memperkenalkan aset daerah ini kepada generasi muda.

Upaya pemasaran yang dilakukan para penggiat kerajinan Laker Palembang yang masih eksis dan konsisten pun hanya sebatas konvensional (sifatnya masih menunggu pesanan) belum dalam bentuk membuat produk sendiri. Walaupun sudah ada upaya pemasaran yang dilakukan melalui sosial media, seperti Ganesha Art Group dan Home Industri Kedaton Palembang tetapi belum dapat menjangkau kalangan muda, karena pengemasan pemasarannya masih sangat sederhana dan tidak mengikuti *trend* perkembangan zaman (Husni Mubarat, 2020)

Minimnya promosi yang dilakukan terhadap kerajinan Laker ini membuat generasi muda zaman sekarang banyak yang tidak terlalu mengenal kerajinan Laker. bahkan tidak sedikit dari mereka yang tidak mengetahui sama sekali apa itu kerajinan Laker. apalagi di dalam era perkembangan sekarang terdapat sebuah ketakutan akan berubahnya tata bentuk warisan budaya akibat dampak dari perkembangan dan kemajuan teknologi modern dan unsur budaya lain yang datang dari luar (Erwan Suryanegara dalam Video Perancangan Film Feature Tepak Sirih Palembang, Karya Satria Nugraha, 2015).

Jika kerajinan Laker dapat dikenal oleh masyarakat luas terutama generasi muda yang cenderung memiliki ide dan kreatifitas tinggi, maka kerajinan Laker Palembang dapat menjadi sebuah kearifan lokal sebagai identitas kota Palembang, kemudian dapat mensejahterakan para pengrajin Laker, memberikan pilihan baru kepada masyarakat Palembang untuk berwirausaha dan menjaga eksistensi Laker dari generasi ke generasi (Husni Mubarat, 2020).

Maka dari itu Perancangan Komunikasi Visual, Promosi Kerajinan Laker ini adalah sebuah bentuk upaya *persuasive* kepada masyarakat Palembang khususnya

generasi muda untuk mengenal kembali Kerajinan Laker sehingga dapat menanamkan rasa cinta dan bangga terhadap kerajinan Laker Palembang dibenar generasi muda Palembang, dan dapat mengajak masyarakat Palembang khususnya generasi muda untuk membudayakan kerajinan Laker dalam kehidupan sehari-hari seiring *trend* zaman.

Adapun rumusan masalah yang terumuskan pada “Perancangan Komunikasi Visual, Promosi Kerajinan Laker Palembang” ini yaitu : 1) Bagaimana merancang komunikasi visual promosi kerajinan Laker Palembang yang dapat menanamkan rasa bangga hingga rasa cinta pada benak masyarakat Palembang khususnya generasi muda terhadap kerajinan Laker Palembang, 2) Bagaimana merancang komunikasi visual promosi kerajinan Laker Palembang yang dapat mengajak masyarakat Palembang khususnya generasi muda untuk membudayakan kerajinan Laker dalam kehidupan sehari-hari seiring *trend* zaman.

Perancangan ini bertujuan untuk: 1) Memperkenalkan kembali kerajinan Laker kepada masyarakat Palembang khususnya generasi muda, 2) Menimbulkan rasa ketertarikan pada benak masyarakat Palembang khususnya generasi muda terhadap kerajinan Laker, 3) Mengembalikan nilai fungsional kerajinan Laker Palembang dari aspek sosial, religi maupun estetika dalam kehidupan masyarakat Palembang khususnya generasi muda, 4) Meningkatkan kesadaran masyarakat kota Palembang akan potensi kerajinan Laker sebagai kearifan lokal Palembang.

Dalam hal pengumpulan data Kerajinan Laker ini, perancang membagi menjadi 2 metode yaitu: 1) Metode pengumpulan data primer, meliputi cara pengumpulan data berupa: a) Wawancara dengan narasumber yaitu rahmat hidayat selaku pemilik *home industry* Laker: kedaton, b) Observasi ke museum Balaputra Dewa, dan c) survei kuisioner untuk mengetahui seberapa banyak generasi muda yang mengetahui kerajinan Laker. Lalu metode pengumpulan data selanjutnya adalah: 2) Metode pengumpulan data sekunder, meliputi cara pengumpulan data berupa, Kepustakaan, Internet, Media Cetak: Koran, Majalah, Jurnal, Artikel, dsb.

Kemudian semua data yang didapat akan dianalisa dengan menggunakan metode alaisa data 5W1H dan metode analisa data SWOT.

Strategi atau metode untuk mendapatkan konsep “Perancangan Komunikasi Visual, Promosi Kerajinan Laker Palembang” ini, perancang mengawalinya dengan mencari permasalahan yang menjadi faktor pendorong mengapa perancang ingin mengangkat kerajinan Laker. Setelah itu melakukan identifikasi pada pasar yang ingin Perancang bidik atau dengan kata lain melakukan segmentasi pasar dan pembidikan pasar kerajinan Laker dengan menggunakan metode 5W1H. Segmentasi pasar yang dipilih sangat menentukan gaya desain yang akan dibuat serta media apa saja yang tepat karena segmentasi pasar adalah inti dari strategi Perancangan Komunikasi Visual.

Metode visualisasi desain yaitu dengan cara membagi tahapan-tahapan dalam merancang visual atau

mewujudkan dalam bentuk rupa. Tahapannya adalah: 1) *Layout* gagasan/ide (*idea layout/thumbnail*), 2) *Layout* kasar (*rough layout/tight tissue*), 3) *Layout* lengkap (*comprehensive layout/ execution/ final design*).

Pada perancangan ini perancang menggunakan strategi pemasaran modern STP (Segmenting, Targeting, Positioning) yaitu (1) segmentasi pasar, (2) penetapan pasar sasaran, (3) penetapan posisi pasar, seperti yang dijelaskan (Kotler, 1995 : 315).

Perancangan ini memiliki beberapa landasan teori di beberapa aspeknya yaitu: 1) Teori Komunikasi Persuasif, 2) Teori Desain Komunikasi Visual, 3) Teori Promosi, 4) Teori Estetika, 5) Teori Semiotika.

## 2. Pembahasan

### A. 5W1H

Dengan menggunakan metode 5W1H untuk menganalisa data yang telah dibuat, perancang dapat menentukan segmentasi pasar yang dipilih sehingga dapat dengan tepat menentukan gaya desain yang akan dibuat ,serta media apa saja yang tepat karena segmentasi pasar adalah inti dari strategi “Perancangan Komunikasi Visual, Promosi Kerajinan Laker Palembang”.

Dengan ini maka dapat merumuskan tahap untuk mengembangkan strategi yang paling efektif, desain dapat disajikan dalam gaya dan karakteristik dari konsumen yang akan dituju.

#### 1) *What (apa yang dibahas)*

Pada perancangan ini, permasalahan yang dibahas adalah “Perancangan Komunikasi Visual, Promosi Kerajinan Laker Palembang” yaitu sebuah upaya mempromosikan kerajinan Laker Palembang dengan merancang suatu komunikasi melalui visual.

#### 2) *Why (kenapa promosi dilakukan)*

Karena kerajinan Laker hanya ada di kota Palembang saja, jika kerajinan Laker ini dapat dikenal oleh masyarakat luas maka dapat menjadi sebuah kearifan lokal sebagai identitas kota Palembang, kemudian dapat mensejahterakan para pengerajin Laker, memberikan opsi baru kepada masyarakat Palembang untuk berwirausaha dan menjaga eksistensi Laker dari generasi ke generasi, selain itu potensi dari kerajinan Laker ini bisa dilihat pada bidang industri kreatif kota Palembang yang seringkali mengadakan *event* bertaraf Internasional. Hal ini merupakan salah satu peluang bagi masyarakat Kota Palembang dalam membangun industri kreatif khususnya kerajinan Laker. semua itu tentu akan sangat membanggakan kota Palembang.

#### 3) *Who (siapa target sasaran)*

##### a. *Segmentasi geografis*

Primer : Kota Palembang, Sumatera Selatan,  
Sekunder : Indonesia.

##### b. *Segmentasi demografis*

Umur : 14 tahun – 34 tahun  
Primer : Generasi muda (pelajar, mahasiswa/i)  
Sekunder : Pegawai Swasta/ Negeri Pengusaha,  
Perhotel (*corporate*), Pemerintah  
(bidang pariwisata dan bidang pendidikan)

### *c. Segmentasi psikologis*

Orang yang memiliki rasa empati dan keingintahuan yang lebih.

### *d. Segmentasi behavioristik*

Perduli dengan sekitar, Memiliki kebanggaan terhadap kota sendiri, Mencintai kebudayaan sendiri, Menyukai sesuatu yang unik.

### *4) When (kapan promosi dilakukan)*

Waktu yang tepat adalah saat diadakannya event festival kebudayaan, festival nasional maupun internasional di Palembang. Media komunikasi visual akan disebar pada saat event tersebut berlangsung.

### *5) Where (dimana promosi dilakukan)*

Promosi akan difokuskan pada promosi berbasis digital dengan memanfaatkan sosial seperti Instagram dan youtube di mana sosial media tersebut aktif digunakan oleh generasi muda.

### *6) How (bagaimana promosi dilakukan)*

Dengan menggunakan media-media komunikasi visual seperti buku pengenalan kerajinan Laker Palembang sebagai media utama yang membahas tentang nilai-nilai sejarah dan budayanya, jenis produk dan ragam hiasnya maupun fungsional dan estetikanya. Kemudian ditambah dengan media pendukung seperti desain web lalu media cetak seperti katalog, brosur, poster dan lain sebagainya sehingga tujuan dari promosi ini tercapai dan tepat sasaran.

## **B.SWOT**

### *1) Strength (S)*

Kekuatan pada laker khas Palembang adalah: a) Memiliki kekhasan warna, b) Memberikan keawetan terhadap media yang dilapisi, c) Memberikan kesan mewah dan eksklusif, d) Memberikan nilai lebih terhadap media dasar yang dipakai, e) Eksklusif karena bahan baku hanya ditemukan di Sumatra Selatan (untuk Indonesia), f) Mempunyai nilai jual yang tinggi yang tidak kalah dengan Chinese Lacquer dan laker alami lainnya karena memiliki kualitas dan keindahan yang sama, karena bahan baku laker ini sendiri dari serangga yang sama g) Sifatnya yang mengkilap menjadi daya tarik tersendiri dengan efek monokromatis yang membawa warna khas Palembang, h) Aplikatif, mampu diterapkan pada karya dengan berbagai cabang keilmuan senirupa maupun desain, i) Merupakan kekhasan budaya daerah sebagai simbol keberagaman suku bangsa di Indonesia.

### *2) Weakness (W)*

Kelemahan pada laker khas Palembang adalah: a) Bahan baku tidak selalu ada untuk untuk didapatkan mengingat faktor alam dan cuaca yang mempengaruhi, b) Proses pengerjaan yang membutuhkan waktu lama mengingat proses pengolahan yang masih tradisional dan manual, c) Pembuatan penyelesaian karya tergantung dengan kondisi cuaca terutama dalam pengeringan lapisan laker yang dikarenakan proses pengeringan hanya bisa dilakukan oleh sinar matahari dan tidak bisa dilakukan oleh pengering atau pemanas karena akan membuat permukaan laker menjadi retak dan jelek. c)

Kombinasi warna tidak terlalu banyak karena laker yang bersifat monokrom.

### **3) Opportunities (O)**

Peluang pada laker khas Palembang adalah: a) Kerajinan laker Palembang dapat dikembangkan menjadi industri kreatif, b) Laker Palembang mampu mengembangkan kreativitas akan hal dan media baru yang dapat menyesuaikan dengan berbagai cabang keilmuan senirupa dan desain, c) Akan mudah dikenali karena memiliki kekhasan dan keunikan yang berbeda dari media-media seni sejenis, d) Peluang usaha kerajinan Laker Palembang di pasar jual beli online.

### **4) Threat (T)**

Ancaman pada laker khas Palembang adalah: a) Kurangnya promosi kerajinan Laker dalam bentuk media komunikasi visual, b) Kurangnya dukungan pemerintah setempat dalam mensupport keberadaan dan potensi laker dan bahan baku laker di Sumatra Selatan, c) Bahan baku (kemalo) yang mulai langka, karena faktor alam, d) Kemajuan teknologi yang pesat, sehingga banyaknya produk-produk kerajinan pabrikan yang harganya lebih murah, seperti baki, wadah tissue, wadah permen, dan lain sebagainya.

## **C. Segmentasi, Targeting, Position (STP)**

Setelah melakukan analisis data dengan menggunakan metode SWIH dan SWOT, maka selanjutnya dapat kita tarik sebuah sintesis berupa strategi dalam mempromosikan kerajinan Laker Palembang pada "Perancangan Komunikasi Visual, Promosi Kerajinan Laker Palembang". Metode promosi yang digunakan adalah metode STP (Segmentasi, Targeting, dan Positioning)

### *1) Segmentasi.*

#### *a. Segmentasi geografis*

Primer : Kota Palembang, Sumatera Selatan,  
Sekunder : Indonesia.

#### *b. Segmentasi demografis*

Umur : 14 tahun – 34 tahun  
Primer : Generasi muda (pelajar, mahasiswa/i)  
Sekunder : Pegawai Swasta/ Negeri Pengusaha,  
Perhotel (*corporate*), Pemerintah  
(bidang pariwisata dan bidang pendidikan)

#### *c. Segmentasi psikologis*

Orang yang memiliki rasa empati dan keingintahuan yang lebih.

#### *d. Segmentasi behavioristik*

Perduli dengan sekitar, Memiliki kebanggaan terhadap kota sendiri, Mencintai kebudayaan sendiri, Menyukai sesuatu yang unik.

### **2) Targeting**

Dalam mempromosikan kerajinan Laker Palembang, Perancang menargetkan masyarakat Palembang khususnya generasi muda mulai dari tingkat pendidikan SMP, SMA, dan Perkuliahan, maupun untuk generasi muda yang telah menjalani jenjang karir. Kenapa generasi muda karena mereka selalu mengikuti perkembangan zaman, memiliki banyak sekali ide/gagasan baru sehingga kerajinan Laker Palembang

akan terus eksis dan adaptif pada era modern ini. Dimulai dari merekalah yang kemudian diharapkan kerajinan Laker dapat membudaya hingga generasi selanjutnya.

Perancangan Komunikasi Visual, Promosi Kerajinan Laker Palembang ini akan menggunakan media-media komunikasi visual yang efektif untuk menjangkau masyarakat Palembang khususnya generasi muda kemudian akan menggunakan visual yang simple dan elegant agar target dari perancangan ini dapat mengenai target yang telah di tentukan.

### 3) Positioning

Dalam menentukan posisi Laker di benak masyarakat kota Palembang terutama generasi muda, perancang memposisikan Laker sebagai kearifan kota Palembang berupa benda yang menjadi identitas masyarakat Palembang, jadi dengan cara ini diharapkan agar generasi muda Palembang memiliki kebanggaan tersendiri terhadap Laker, menanamkan stereotype seperti “orang Palembang gunakan produk Laker” atau “bukan orang Palembang namanya kalau tidak memiliki produk Laker” yang nantinya diharapkan dapat menjadi trend baru dikalangan generasi muda.

### D. Konsep Media

Konsep media pada perancangan ini adalah membuat media yang segmented artinya media komunikasi visual yang lebih disukai oleh target sasaran yakni kaum generasi muda dengan pemilihan media yang tepat seperti media interaktif dan media digital, maupun penggunaan gaya desain, gaya desain akan dibuat dengan tampilan yang tradisional namun di kemas dengan layout yang modern.

Media komunikasi visual digunakan untuk mempromosikan kerajinan Laker Palembang, tidak hanya itu media komunikasi visual juga digunakan untuk menanamkan positioning kerajinan Laker Palembang, di benak target sasaran.

Media awal yang digunakan ialah yang dapat menyita perhatian target sasaran yaitu dengan menggunakan *pre-media* (media isu) seperti, Poster, X-banner, Brosur. *Pre-media* yang dirancang dapat menyita perhatian mereka, sehingga timbul rasa penasaran dengan konten yang di bahas (dalam hal ini adalah kerajinan Laker Palembang), barulah selanjutnya target disuguhkan dengan pesan yang lengkap dengan menggunakan *main media* (media utama) yaitu Buku edukatif yang berjudul “Laker: Kerajinan Tradisional Palembang” dan selanjutnya untuk membantu menambah kesan pada benak target perancang menggunakan follow up media sebagai berikut: T-shirt, Totebag, Kotak rokok lukis Laker Palembang, Case handphone lukis Laker Palembang, Merchandise (gantungan kunci Laker, mug, notebook, Stiker).

### E. Pesan verbal dan jenis-jenis font

Pengaturan rancangan tipografi dan tampilan typeface yang memiliki karakter sesuai dengan konsep desain “Perancangan Komunikasi Visual, Promosi Kerajinan Laker Palembang”, hingga mampu menggambarkan suatu makna pada Kerajinan Laker. Pada *headline* menggunakan kata “LAKER” yang

menegaskan secara *to the point* bahwa perancangan ini mempromosikan kerajinan Laker Palembang Tipe font headline pada logo dan *body copy* yang akan dipilih adalah font berjenis “*Display/decorative*” memiliki kesan indah namun akan dibuat dengan kesan sederhana sehingga tetap memiliki tingkat keterbacaan yang baik dan mampu memberikan kesan kelembutan yang merupakan Motif flora pada kerajinan Laker.

Untuk *subheadline* menggunakan kalimat “**Kerajinan Tradisional Palembang**” yang menjelaskan secara singkat bahwa Laker itu adalah kerajinan tradisional asal Palembang, pada logo dan *body copy* memakai tipe font Serif font ini memiliki ciri tambahan pada ujung stroke berbentuk kait, font ini dipilih karena sederhana, mudah dibaca namun memiliki kesan tradisional.

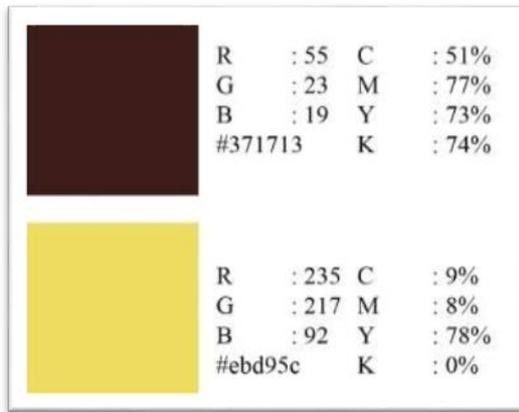
*Tagline* yang dipilih untuk Perancangan Komunikasi Visual, Promosi Kerajinan Laker Palembang akan menggunakan *tagline* bertuliskan “**Emasnya Palembang Emas**” mengingat bahwa Laker identic dengan kemilau prada emasnya, tagline ini mengartikan bahwa Laker dianggap selayaknya emas yang berasal dari kota EMAS (Elok, Madani, Aman, Sejahtera)



Gambar 1 : Pesan verbal dan jenis-jenis font  
Sumber: Galang, 2020

### F. Studi warna

Pada “Perancangan Komunikasi Visual, Promosi Kerajinan Laker Palembang” ini akan menggunakan warna yang diterapkan pada kerajinan Laker yaitu warna coklat kehitaman dan kuning keemasan. Warna ini merupakan sentuhan lanjut yang dilakukan saat proses pembuatan Laker, warna yang terkandung didalamnya merupakan lambang-lambang kehidupan manusia, seperti warna coklat kehitaman melambangkan kekuatan, dan warna kuning keemasan melambangkan kemewahan, kesopanan dan kehormatan. Penggabungan dari warna warna tersebut menggambarkan adanya kehidupan yang penuh dengan kebahagiaan dan kejayaan, dengan menerapkan warna coklat kehitaman dan kuning keemasan pada kerajinan menjadikan adanya suatu kebahagiaan pada setiap pemakainya.

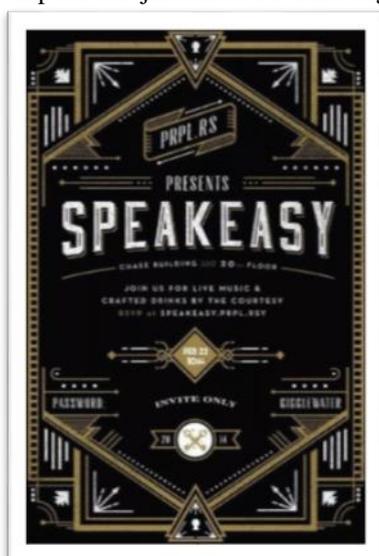


Gambar 2 : Studi warna  
 Sumber: Galang, 2020

**G. Gaya tampilan desain**

Gaya tampilan desain yang dipakai dalam perancangan ini adalah Art Deco adalah gaya hias yang lahir setelah Perang Dunia I dan berakhir sebelum Perang Dunia II yang banyak diterapkan dalam berbagai bidang, misalnya eksterior, interior, mebel, patung, poster, pakaian, perhiasan dan lain-lain dari 1920 hingga 1939, yang memengaruhi seni dekoratif seperti arsitektur, desain interior, dan desain industri, maupun seni visual seperti misalnya fesyen, lukisan, seni grafis, dan film. Gerakan ini, dalam pengertian tertentu, adalah gabungan dari berbagai gaya dan gerakan pada awal abad ke-20, termasuk Konstruksionisme, Kubisme, Modernisme, Bauhaus, Art 90 Nouveau, dan Futurisme. Popularitasnya memuncak pada 1920-an. Meskipun banyak gerakan desain mempunyai akar atau maksud politik atau filsafati, Art Deco murni bersifat dekoratif. ([https://id.wikipedia.org/wiki/Art\\_Deco#Art\\_Deco\\_di\\_Indonesia/6/1/2\\_020/](https://id.wikipedia.org/wiki/Art_Deco#Art_Deco_di_Indonesia/6/1/2_020/)).

Gaya Art Deco pada perancangan ini mengandalkan gambar-gambar ornamen dan dekoratif yang sesuai dengan motif pada kerajinan Laker Palembang.



Gambar 3 : Contoh *Decorative design*  
 Sumber: Pintars, diunduh oleh Galang 29 april 2020

**H. Main Media (Media utama)**

Media utama ini akan dibuat sebagai media yang dapat memberikan informasi lebih banyak seputar Laker Palembang, media utama ini berguna untuk memperkenalkan apa saja informasi yang perlu diketahui oleh para generasi muda Palembang mengenai kerajinan Laker. Media utama yang dibuat adalah buku “Laker: Kerajinan Tradisional Palembang” dalam bentuk buku fisik dan E-book buku ini dalam perannya akan selalu didukung oleh followup media. Body copy pada buku “Laker : Kerajinan Tradisional Palembang” ini membahas tentang:

*Bab 1 : Apa itu kerajinan Laker?*

Membahas secara singkat dan jelas mengenai apa itu produk Laker Palembang.

*Bab 2 : Sejarah Laker Palembang*

Membahas secara singkat mengenai dan jelas mengenai sejarah Laker Palembang.

*Bab 3 : Proses pembuatan Laker Palembang*

Membahas secara singkat mengenai proses pembuatan produk Laker Palembang.

*Bab 4 : Jenis dan fungsi produk Laker Palembang dari zaman ke zaman*

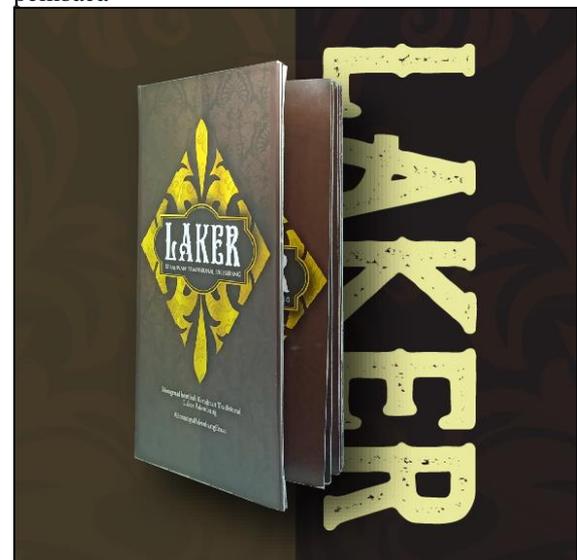
Menampilkan jenis produk dan fungsinya dari zaman kerajaan Sriwijaya, kerajaan Palembang Darussalam, dan zaman sekarang.

*Bab 5 : Motif-motif Laker Palembang*

Menjelaskan berbagai motif-motif Palembang yang biasa diterapkan pada kerajinan Laker Palembang dan filosofinya.

*Kesimpulan*

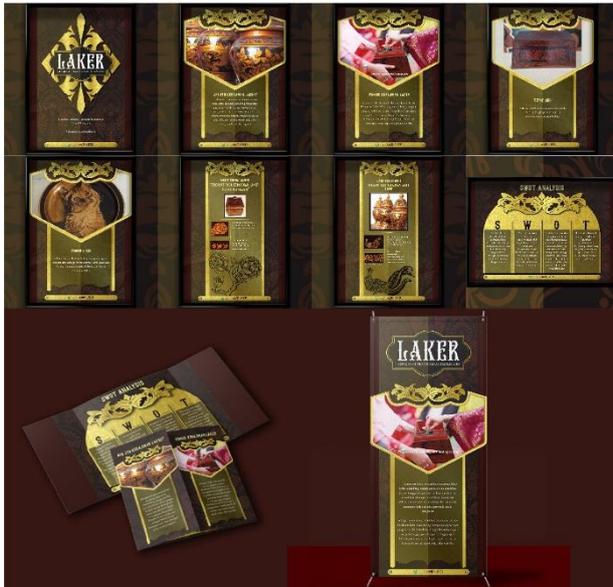
Rangkuman buku dan pesan kepada para pembaca



Gambar 4 : *Main media*  
 Sumber: Galang, 2020

**I. Pre-media**

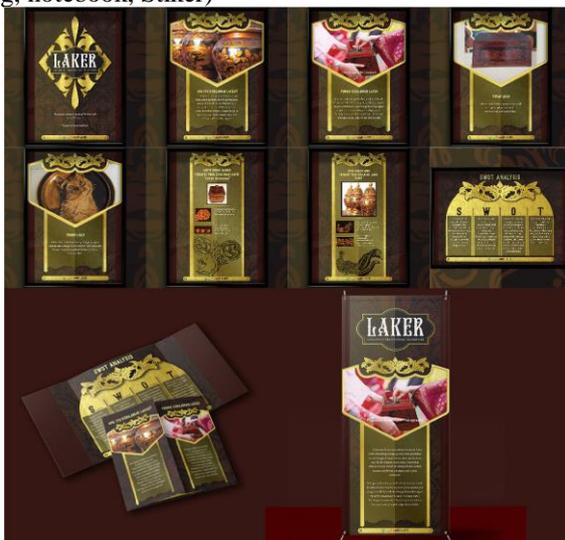
Pre-media adalah media yang bertujuan untuk menyebarkan isu yang nantinya dapat menyita perhatian dan menimbulkan rasa penasaran terhadap kerajinan Laker Palembang. Pre-media yang dirancang, meliputi: a. Poster, b. X-banner, c. Brosur



Gambar 5 : Pre-media  
Sumber: Galang, 2020

### J. FollowUp Media

Adalah media yang berperan penting dalam upaya membantu media utama untuk menambahkan kesan Laker Palembang dibenak target sasaran, media pendukung adalah media yang akan selalu dijejalkan kepada generasi muda seiring berkembangnya trend, karena media pendukung pada perancangan ini adalah media yang dapat diaplikasikan dengan tehnik lukis Laker. media pendukung yang dibuat adalah sebagai berikut: a. T-shirt, b. Totebag, c. Kotak rokok lukis Laker Palembang, d. Case handpone lukis Laker Palembang, d. Merchandise (gantungan kunci Laker, mug, notebook, Stiker)



Gambar 6 : FollowUp media  
Sumber: Galang, 2020

### 3. Penutup

#### A) Kesimpulan

Laker adalah suatu kerajinan khas Palembang yang autentik ,karena di Indonesia kerajinan Laker hanya dimiliki oleh kota Palembang. Laker memiliki nilai

sejarah dan kebudayaan yang mendalam, perlu kita ketahui bahwa Laker telah melampaui 3 zaman yaitu zaman Sriwijaya, Palembang darussalam dan zaman sekarang, dimana motif-motifnya dipengaruhi oleh agama Hindu, Budha, dan Islam.

Kerajinan Laker Palembang merupakan perangkat yang memiliki bentuk dan fungsi beraneka ragam yang bersinggungan dengan berbagai aspek kehidupan masyarakat. mulai dari aspek sosial, religi, dan estetika. Hal ini terbukti dimana benda Laker secara fungsional sering digunakan untuk kepentingan baik sebagai benda pakai dalam kehidupan sehari-hari maupun sebagai sarana perlengkapan dalam upacara system daur hidup, dan bahkan dimanfaatkan hanya sekedar pemuas akan cita rasa keindahan.

Kerajinan Laker juga mengalami pengembangan jenis produk dan fungsi yang bermacam-macam di setiap zamannya. Laker memiliki banyak keunggulan. Diantaranya, Laker Memiliki kekhasan warna sendiri, memberikan keawetan terhadap media yang dilapisi, memberikan kesan mewah dan eksklusif, Memberikan nilai lebih terhadap media dasar yang dipakai, Mempunyai nilai jual yang tinggi yang tidak kalah dengan Chinese 163 Lacquer dan laker alami lainnya karena memiliki kualitas dan keindahan yang sama, sifatnya yang mengkilap menjadi daya tarik tersendiri dengan efek monokromatis yang membawa warna khas Palembang.

Laker adalah tehnik lukis yang sangat aplikatif, mampu diterapkan pada karya dengan berbagai cabang keilmuan senirupa maupun desain. Dari kelebihan-kelebihan di atas, dapat kita ketahui Laker memiliki potensi seperti: 1) Kerajinan laker Palembang dapat dikembangkan menjadi industri kreatif, 2) Laker Palembang mampu mengembangkan kreativitas akan hal dan media baru yang dapat menyesuaikan dengan berbagai cabang keilmuan senirupa dan desain, 3) Akan mudah dikenali karena memiliki kekhasan dan keunikan yang berbeda dari media-media seni sejenis, 4) Peluang usaha kerajinan Laker Palembang di pasar jual beli online.

Maka dari itu dengan adanya buku ini, diharapkan dapat memperkenalkan kembali Kerajinan Laker yang mulai pudar dikalangan masyarakat Palembang khususnya generasi muda, ditangan generasi muda yang cenderung kreatif, Laker diyakini dapat berkembang dan eksis menyesuaikan zaman dan tentunya dapat membanggakan kota Palembang.

Ayo dukung produk Lokalmu, “produksi dan konsumsi produkmu sendiri, agar diluar kau dikenal sebagai dirimu sendiri” #EmasnyaPalembangEmas

#### B. Saran

Generasi muda Palembang seharusnya lebih memperhatikan lagi halhal yang menyangkut kesenian dan kebudayaan khususnya di kota Palembang. Karena zaman semakin berkembang dan generasi silih berganti, akan sangat disayangkan jika nila-nilai luhur yang selama ini kita jaga lambat laun kurang dihayati.

Bagi setiap individu, lembaga atau instansi serta masyarakat yang akan membuat perancangan promosi

yang menyangkut kesenian dan kebudayaan khususnya di kota Palembang, disarankan agar lebih menggali potensi-potensi yang terdapat pada kesenian dan kebudayaan tersebut, agar perancangan yang dilakukan tidak hanya sekedar memperkenalkan tetapi dapat menjadi motifasi untuk mengembangkan kesenian dan kebudayaan tersebut mengikuti alur perkembangan zaman yang semakin modern.

#### **Daftar Pustaka**

- Mubarat, Husni. 2016. *Kajian Bentuk dan Fungsi Seni Kerajinan Lakuer Tepak Sirih Palembang*. Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya. Vol. 1, No. 1. Palembang: Universitas Indo Global Mandiri.
- Mubarat, Husni. 2016. *Seni Kerajinan Lakuer Sebagai Identitas Budaya Lokal Palembang dan Sarana Industri Kreatif Dalam Era Globalisasi*. Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya. Vol. 1, No. 2. Palembang: Universitas Indo Global Mandiri.
- Mubarat, Husni. 2019. *Pengembangan Produk Lukis Lakuer Menjadi Produk Kerajinan*. Jurnal Botoboh. Vol:4. No:2. Palembang: Universitas Indo Global Mandiri.
- Mubarat, Husni. 2020. *Konsep dan Strategi Upaya Pelestarian Kerajinan Lakuer Palembang Melalui Pelatihan dan Workshop*. Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya. Vol. 5. No:1. Palembang: Universitas Indo Global Mandiri.
- Nugraha, Satria. (2015). *Video Perancangan Film Feature Tepak sirih Palembang*.
- Saragih, Meriati S dan Sukanti Ernawati. 1996. *Kerajinan Lak Palembang*. Palembang: Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan Kantor Wilayah Provinsi Sumatera Selatan Bagian Proyek Pembinaan Perm useuman Sumatea Selatan.
- Utomo, Bambang Budi. 1993. *Sriwijaya dalam Perspektif Arkeologi dan Sejarah*. Plembang: Pemerintah Daerah Tingkat I SUMSEL.
- Wikipedia. (2019). Art Deco di Indonesia. [Online]. Tersedia:  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Art\\_Deco#Art\\_De\\_co\\_di\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Art_Deco#Art_De_co_di_Indonesia) [6 Januari 2020]