



KERAMIK DINOYO DAN KISAHNYA



**ARI AMBARWATI
DENIK RISTYA INDAH
AZIZATUZ ZAHRO'**

KERAMIK DINOYO DAN KISAHNYA

Ari Ambarwati

Denik Ristya Indah

Azizatuz Zahro'



CV. Beta Aksara, 2022

Keramik Dinoyo dan Kisahnya

Penulis:

Ari Ambarwati
Denik Ristya Indah
Azizatuz Zahro'

ISBN: 978-623-354-179-4

Editor: Azizatuz Zahro'

Penata Letak: Arum Tian Martaina

Desain Sampul: Tim Beta Aksara

Copyright ©betaaksara,2022
v + 43 hlm, 14,8 x 21 cm
Cetakan Pertama, Agustus 2022

Diterbitkan Oleh:

CV. Beta Aksara

Jl. Gajahmada Gg Belik Rt 4 Rw 9

Sisir Kota Batu (65314)

Jawa Timur

Web: www.betaaksara.com

Dicetak dan Didistribusikan Oleh:

CV. Beta Aksara

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
dengan bentuk dan cara apa pun tanpa izin tertulis dari
penerbit.



Kata Pengantar

Segala puji bagi Allah Swt. Yang Maha Pengasih dan Penyayang. Engkau yang menguasai alam semesta,

yang mana telah melimpahkan nikmat, hidayah, inayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan buku *Keramik Dinoyo dan Kisahnya* ini. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada baginda Rasulullah saw. karena bimbingannya kita semua dapat menemukan jalan lurus dan benar.

Buku ini disusun sebagai luaran dari pengabdian tahun 2021 yang didanai oleh Lembaga Penelitian Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Negeri Malang untuk pendampingan potensi keramik Dinoyo sebagai Eduwisata virtual. Buku ini merupakan panduan awal untuk mengenali dan melakukan wisata edukasi keramik Dinoyo karena menarasikan kilas sejarah serta kiprah masyarakat Dinoyo dalam melakukan transformasi menggerakkan Dinoyo menjadi rumah dan semesta terbaik bagi produk keramik.

Penyusunan buku ini tidak terlepas dari dukungan banyak pihak, seperti Lembaga Penelitian Universitas Negeri Malang, ketua Pokdarwis Kampung Wisata Keramik Dinoyo, Bapak H. Syamsul Arifin, tim Pokdarwis Keramik Dinoyo, karang

taruna Keramik Dinoyo, serta tim penulis yang telah bekerjasama dengan baik merampungkan buku ini.

Semoga buku ini menjadi awal bagi dokumentasi yang baik bagi Kampung Wisata Keramik Dinoyo dan dapat emmbantu siapapun yang ingin meneliti dan belajar lebih banyak lagi tentang keramik Dinoyo.

Terima kasih,

Tim Penulis



Daftar Isi

Kata Pengantar - iii

Daftar Isi - v

BAB 1- 1

MELINTASI SEJARAH KERAMIK DINOYO - 1

BAB 2 - 9

MENGULIK POTENSI DAN NARASI KERAMIK DINOYO - 9

BAB 3 - 17

EDUWISATA VIRTUAL, KAMPUNG KERAMIK DINOYO
BERFESTIVAL - 17

BAB 4 - 26

PROYEKSI DAN KEBERLANGSUNGAN KERAMIK DINOYO -
26

DAFTAR PUSTAKA - 33

TENTANG PENULIS - 35

DAFTAR INDEKS - 37

BAB 1

**MELINTASI SEJARAH
KERAMIK DINOYO**



Gambar 1 Pintu Masuk Kawasan Wisata Keramik Dinoyo-Agnity

Dinoyo adalah nama kampung di kota Malang, sebagai kampung keramik, tepatnya Kampung Wisata Keramik Dinoyo (KWKD). KWKD mempunyai kelompok sadar wisata (POKDARWIS), yang diketuai H. Syamsul Arifin. Menurut Syamsul Arifin (wawancara Agustus, 2021), sentra industri kerajinan keramik Dinoyo berawal dari sentra gerabah di daerah Bethék (1930-an). Sebagian masyarakat Dinoyo mempunyai keterampilan membuat benda seni dari tanah liat yaitu, gerabah dan seni keramik.

Saat ini keramik Dinoyo telah mengalami perubahan karakter dari peninggalan tradisi membuat keramik. Salah satu ciri khasnya adalah produknya berpola miring (Times Indonesia, 2019). Menurut Syamsul, hal itu menyesuaikan dengan cara duduk perempuan kala itu (wawancara, Oktober

2020). Keramik Dinoyo awalnya memiliki warna khas biru putih, sebagai pengaruh warna porselen Tiongkok, hingga pada 1955, sentra gerabah tersebut terus berkembang dan mulai berinovasi dengan keramik porselen, yakni mengganti tanah liat dengan tanah putih dan kaolin, termasuk memproduksi keramik untuk peralatan makan (Times Indonesia, 2019).

Pembabakan Sejarah Keramik Dinoyo



Gambar 2 Papan Nama Eks Pabrik Keramik Dinoyo-Agnisa

Awalnya para perajin keramik Dinoyo hanya membuat guci dan vas. Kini mereka memproduksi keramik alat makan seperti mug atau cangkir, tempat bumbu dapur, mangkuk, dan piring. Pertumbuhan kedai kopi dan tempat makan yang terus bertumbuh, tidak saja di kota Malang tetapi juga di Indonesia, menjadi berkah tersendiri



bagi berkembangnya desain baru keramik Dinoyo, yang fungsional sekaligus bernilai estetis. Bentuk estetika keramik dikreasikan lebih minimalis dengan mengurangi dekorasi ornamen, yang diterapkan pada tubuh keramik (digilib.isi.ac.id). Keramik Dinoyo juga awalnya memiliki warna khas biru putih karena di sekitar wilayah Dinoyo bahan baku atau material pembuatan keramik melimpah, yaitu porselen dengan warna putih yang dicampur dengan kaolin yang berguna untuk menguatkan tubuh keramik dan warna biru adalah pigmen warna yang dibuat dari *cobalt* diterapkan untuk dekorasi ornamental, dan teknik pengerjaannya dilakukan secara manual menggunakan kuas. Warna biru adalah warna paling stabil dan tidak berubah saat proses pembakaran. Dengan alasan itu, perajin keramik Dinoyo lebih memilih warna biru sebagai dekorasi dengan bentuk ornamen stilasi dari bentuk tumbuh-tumbuhan dan hewan (digilib.isi.ac.id).

Jika melihat perkembangan serta dinamika sejarahnya maka pembabakan sejarah keramik Dinoyo dapat ditulis sebagai berikut:

- 1930: sentra industri kerajinan keramik Dinoyo bermula dari sentra gerabah di wilayah Betek yang sudah ada sejak 1930
- 1953: mulai berdiri LEPPIN (Lembaga Penyelenggara Perusahaan-Perusahaan Industri Departemen Perindustrian) yang memfasilitasi perkembangan industri gerabah dan keramik di Malang, khususnya Dinoyo
- 1955: mulai muncul inovasi keramik porselen di sentra keramik Dinoyo dan memproduksi isolator listrik

- 
- 1957: pabrik keramik Dinoyo berdiri dan sejak itulah cikal bakal kampung wisata keramik Dinoyo dimulai
 - 1967-1982: berbagai jenis keramik baru seperti keramik hias berbahan stoneware diproduksi
 - 1983-2000: terjadi peragaman produk yang seiring bertumbuhnya perajin-perajin baru.
 - 2011-2021: masyarakat kampung keramik mulai menyelenggarakan Festival

Kelangsungan keramik Dinoyo oleh masyarakat pengusungnya ditandai dengan kesinambungan kegiatan budaya dari masa lalu yang berlanjut hingga saat ini (Ponimin, 2001). Pembabakan tahun di atas membuktikan dinamika dan gerak perubahan yang terjadi di sentra keramik Dinoyo dari waktu ke waktu. Keberadaan keramik Dinoyo hingga saat ini tentu disokong oleh sikap dan nilai yang telah diwariskan dari generasi perajin keramik terdahulu pada generasi terkini. Kegiatan produksi keramik bukan sekadar memenuhi kebutuhan masyarakat setempat (alat-alat rumah tangga) dan industri kelistrikan (), namun juga melayani berbagai kebutuhan masyarakat di banyak wilayah lain di luar Malang (Ponimin, 2001).



Dinamika serta gerak perubahan keramik Dinoyo diapat dilihat dari bergesernya produk-produk tradisional fungsional berbahan tanah liat (*earthenware*) menuju ke jenis, bentuk, serta produksi keramik hias praktis nonfungsional berbahan campuran dengan sifat khusus (*stoneware*). Perubahan itu juga dibarengi dengan peningkatan kemampuan, keterampilan, serta kemahiran perajin keramik, serta kondisi alam, pergeseran selera konsumen, dan teknologi pembuatan, termasuk juga pengaruh produk-produk keramik

dari dalam dan luar negeri. Elemen isolator diproduksi, misalnya akibat pertumbuhan permintaan peralatan listrik yang terjadi di pertengahan 1950-an. Keterampilan dasar memproduksi gerabah yang sudah dimiliki sebelumnya mempermudah lahirnya bentuk keramik baru, keramik hias, berbahan *stoneware* pada 1967. Pada awal tahun 1983 muncul penganekaragaman produk seiring dengan bertumbuhnya perajin-perajin keramik baru. Departemen Perindustrian dan Perdagangan, serta Partisipasi pemerintah dan lembaga swasta terhadap industri keramik Dinoyo melalui pendampingan dan pelatihan untuk mengembangkan keramik Dinoyo, termasuk perubahan bahan bakar minyak tanah ke gas dalam proses pembakaran keramik, menjadikan sentra keramik lebih melibatkan teknologi modern.

Keramik Dinoyo di Masa Pandemi



Gambar 3 Gerbang Masuk Eks Pabrik Keramik Dinoyo



Pandemi Covid-19 yang melanda di awal Maret 2020 hingga akhir 2021, membuat semua sektor usaha memasuki masa dan titik kritis. Omzet menurun, seiring diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) mengingat angka infeksi kasus yang meninggi. Tidak saja animo wisatawan yang turun karena tidak bisa berkunjung secara bebas ke kampung wisata keramik Dinoyo, tetapi juga anak-anak sekolah yang biasanya rutin datang dan belajar membuat keramik Dinoyo terpaksa harus belajar dari rumah.

Di masa sebelum pandemi omzet bulanan para perajin dalam satu bulan berkisar Rp.5.000.000, dengan komposisi 60 persen untuk pesanan dan 40 persen untuk display kerajinan keramiknya, tetapi di masa pandemi, omzet tersebut jatuh, meski pada bulan Oktober, para wisatawan kembali datang ke kampung keramik untuk wisata belanja sekaligus membeli paket belajar keramik. Pesanan souvenir pernikahan di hotel juga banyak dibatalkan dan diundur ke tahun 2021 (Syamsul, wawancara 2020 dan 2021). Pandemi membuat kunjungan wisata belanja dan gairah wisata edukasi belajar membuat keramik turun. Para perajin belum terbiasa dan belum bisa melangsungkan wisata virtual, yang memanfaatkan teknologi digital dan internet, sehingga belum mampu mendongkrak kunjungan wisatawan di masa pandemi secara daring (*online*) dan adaptif pencegahan covid-19.

Keramik Dinoyo menghadapi ujian dan tantangan yang tidak main-main di masa pandemi. Terobosan untuk membuat keramik Dinoyo tetap eksis adalah mengintensifkan penjualan melalui moda daring di media sosial termasuk menggelar Festival Keramik Dinoyo keempat yang diselenggarakan pada 16 Oktober 2021. Gelaran festival keempat ini merupakan aktivitas Festival Keramik Dinoyo yang sudah dihelat sejak

tahun 2011 (Festival Keramik Dinoyo 1), 2012 (Festival Keramik Dinoyo 2), dan 2019 (Festival Keramik Dinoyo 3).

The image shows a title slide for a presentation. It features a light gray background with a dark gray wavy border. The text is centered and reads:

BAB 2

MENGULIK POTENSI DAN

NARASI KERAMIK

DINOYO



Gambar 4 Suasana Kampung Wisata Keramik Dinoyo-Agnisa

Keramik Dinoyo masuk dalam dokumen Pokok Pikiran Kebudayaan Daerah Kota Malang (PPKD 2018), yang merupakan produk turunan dari UU Pemajuan Kebudayaan No 5 Tahun 2017. Keramik Dinoyo dikategorikan dalam Objek Pemajuan Kebudayaan (OPK) sebagai pengetahuan tradisional yang masih dipraktikkan pembuatannya bersama dengan gerabah Betek. Potensi OPK keramik Dinoyo belum menjadi subjek materi ajar yang dipajankan di sekolah. Kunjungan wisata edukasi memang masih berlangsung di sekolah-sekolah di Kota Malang (meski terjeda pandemi Covid-19) Padahal potensi eksplorasi matapelajaran ilmu sosial humaniora sekaligus ilmu alam terkait teknologi pembuatan keramik dapat dimaksimalkan sebagai bahan ajar dan pengayaan materi ajar., tetapi baru sebatas kegiatan luar sekolah dan bersifat ekstrakurikuler.

Guru dan sekolah belum menjadikan Kampung Wisata Keramik Dinoyo (KWKD) sebagai subjek bagi pembelajaran berbasis projek di sekolah, misalnya. dimaksimalkan sebagai bahan ajar dan pengayaan materi ajar.

Potensi Keramik Dinoyo



Gambar 5 Tungku Keramik Pembakaran Dinoyo-Agnisa

Sekarangnya ada dua potensi yang dapat digerakkan dari keberadaan sentra industri keramik Dinoyo. Ketiga potensi itu adalah (1) pendidikan, (2) sosial ekonomi kreatif (sosiopreneur atau kewirausahaan sosial).

Potensi eksplorasi pendidikan belum digali secara intensif, padahal teknologi pembuatan keramik Dinoyo sudah mengalami pembaruan yang dapat diolah menjadi berbagai jenis teks untuk matapelajaran Bahasa Indonesia, sains seperti fisika dan kimia. Deskripsi dan dinamika sosial keramik Dinoyo

bersentuhan dengan ilmu-ilmu sosial seperti sejarah, ekonomi, antropologi, budaya, serta sastra. Bahkan untuk eksplorasi pengayaan materi Bahasa asing dapat diupayakan.

Mengawetkan pengetahuan keramik Dinoyo melalui medium pendidikan adalah upaya meletakkan dasar yang kokoh bagi keberlangsungan keramik Dinoyo. Jika anak-anak sekolah dan warga kota Malang sendiri tidak pernah memperbincangkan, mendiskusikan, dan menjadikan keramik Dinoyo sebagai warisan yang membentuk peradaban mereka, maka sulit memproyeksikan masa depan keramik Dinoyo. Keramik Dinoyo hanya akan menjadi artefak dan onggokan ingatan sejarah yang akan lapuk tanpa daya hidup masyarakat pengusungnya.

Potensi kedua keramik Dinoyo yang dapat diekspos adalah sosial ekonomi kreatif, dalam konteks sosiopreneur atau kewirausahaan sosial. Sociopreneur atau sociopreneurship merupakan gabungan dua kosa kata, yaitu social dan entrepreneurship. Apa itu sosiopreneur? Seturut artinya, kewirausahaan sosial dapat dimaknai sebagai konsep bisnis yang mengintegrasikan isu sosial yang ada di masyarakat.

Contoh kegiatan sosiopreneur misalnya adalah apa yang dilakukan Dicky Senda, pemuda dari pegunungan Mollo di Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS), Nusa Tenggara Timur dengan komunitas Lakoat Kujawas. Lakoat Kujawas berdiri pada 10 Juni 2016, setelah Dicky belajar di Yogyakarta dan bekerja di Kupang (<https://www.kompas.id/>). Ia mendirikan Lakoat Kujawas dengan berangkat dari kesadaran bahwa tanah yang ia tinggali harus diidentifikasi dan dinarasikan kekayaan pangan, pertanian, dan bentang alam

pegunungan Mollo untuk kepentingan konservasi lingkungan bagi warga setempat.

Saat ini Dicky melalui komunitas Lakoat Kujawas mengajak mama-mama (ibu-ibu) di wilayah pegunungan Mollo mengidentifikasi dan membangun laboratorium pangan lokal. Upaya itu adalah bagian membangkitkan kesadaran bersama bahwa tempat yang mereka tinggali sudah menyediakan bahan pangan unggul dan berlimpah agar kedaulatan dan ketahanan pangan masyarakat terkondisikan.

Anak muda yang sukses dengan kegiatan wirausaha sosial lainnya adalah Agis Nur Aulia ,pencetus Jawa Farm. Ia membangun Jawa Farm pada 2014 di Desa Waringin Kurung, Kabupaten Serang, Banten, tanah kelahirannya. Pengusaha muda itu berkontribusi membangun swasembada pangan melalui rintisan usaha peternakan kambing etawa, sapi perah dan domba ([https:// www.tanotofoundation.org/ id](https://www.tanotofoundation.org/id)).

Apa yang dapat dipelajari dari dua rintisan kewirausahaan sosial tersebut adalah inisiatif untuk menginisiasi pemberdayaan diri dan warga setempat melalui potensi wilayah yang dimiliki. Inisiatif yang didasarkan pada penggalian potensi yang merupakan kapital lokal yang sudah dikuasai masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan.

Potensi keramik Dinoyo sebagai industri keramik hias seharusnya dapat dikreasikan sebagai rintisan wirausaha sosial dengan memanfaatkan keberadaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang fokus pada eduwisata. Keramik Dinoyo memiliki potensi pendidikan dan wisata yang disebut dengan eduwisata.

Eduwisata sebenarnya adalah sarana awal untuk menguatkan basis potensi wisata edukatif pada siswa sekolah dan wisatawan umum yang berkunjung ke sentra industri



keramik di Kampung Wisata Keramik Dinoyo. Untuk kepentingan eduwisata, maka diperlukan langkah-langkah awal seperti mengidentifikasi narasi sejarah yang dikumpulkan dari tokoh masyarakat keramik Dinoyo, salah satunya Bapak H. Syamsul Arifin.

Potensi pendidikan dan kewirausahaan sosial ini yang menjadi basis eduwisata, dapat dikembangkan di Kampung Wisata Keramik Dinoyo. Basis eduwisata mensyaratkan Kampung Wisata Keramik memiliki narasi kuat tentang keramik Dinoyo. Keberadaan suatu komunitas, masyarakat bahkan bangsa sekalipun membutuhkan peran narasi yang diramu dari sejarah dan kisah-kisah lisan maupun tertulis yang beredar di kalangan komunitas tersebut. Narasi sejarah dan kisah itulah yang mengikat kesadaran sebuah komunitas untuk terikat dan berkomitmen memperjuangkan tujuan bersama. Narasi dan kisah yang dapat terus menerus dituliskan dan diperbarui komunitas Kampung Keramik Dinoyo untuk menceritakan pengetahuan pembuatan keramik dan keunggulan produk yang dihasilkannya.

Narasi Keramik Dinoyo



Narasi sejarah keramik Dinoyo adalah teks penting yang perlu dibaca oleh tidak saja oleh komunitas perajin dan masyarakat di wilayah keramik Dinoyo, tetapi juga oleh siapapun yang mengunjungi sentra industri keramik Dinoyo. Sejarah keramik Dinoyo tidak dapat dilepaskan dari perjalanan dinamika dan peradaban sejarah kota Malang.

Narasi sejarah keramik Dinoyo tidak boleh hanya jadi dokumen yang tersimpan di lemari-lemari birokrasi, namun seharusnya dapat dibaca, ditulis ulang, bahkan dimaknai

kembali agar keramik Dinoyo benar-benar menjadi milik bersama. Teks sejarah keramik Dinoyo disusun bukan hanya untuk mencatat periode atau tahun-tahun peristiwa penting terjadi. Teks sejarah keramik Dinoyo juga berisi teknologi, desain, dan perubahan yang terjadi dan mudah diidentifikasi oleh pembaca, khususnya untuk kepentingan anak-anak sekolah dan wisatawan.

Di luar alasan itu, buku tentang kilas sejarah keramik Dinoyo belum pernah disusun. Padahal untuk mampu menarasikan potensi dan keunggulan eduwisata dan kewirausahaan sosial, masyarakat dan Pokdarwis keramik Dinoyo perlu membaca teks sejarah keramik Dinoyo. Teks sejarah keramik Dinoyo menjadi panduan dan dasar untuk mengembangkan narasi-narasi selanjutnya tentang apa yang hendak ditawarkan pada masyarakat luas.



Gambar 6 Papan Informasi Keramik Dinoyo-Agnisa



Teks narasi yang dapat dikembangkan dari sejarah keramik Dinoyo adalah teks-teks untuk kepentingan bahan, materi ajar di sekolah, seklaigus dikemas dengan narasi yang memikat untuk mendatangkan wisatawan. Misalnya pemahaman tentang deskripsi dan definisi keramik Dinoyo, kemunculannya, bagaimana perjalanannya hingga kini, apa saja jenis produk keramik Dinoyo, apa yang dilakukan masyarakat untuk membuat keramik Dinoyo makin dikenal dan usahanya terus berjalan, dan menaklukkan tantangan yang ada, termasuk disrupsi pandemi yang menerjang dunia di awal 2020 hingga buku ini ditulis (akhir 2021).



BAB 3

**EDUWISATA VIRTUAL,
KAMPUNG KERAMIK
DINOYO BERFESTIVAL**



Gambar 7 Aneka Keramik Hias-Agnisa

Kampung Keramik Dinoyo merupakan salah satu sentra penghasil Keramik di Kota Malang. Kebradaan kampung ini cukup terkenal oleh para wisatawan. Kampung Dinoyo merupakan pusat produksi keramik berbasis rumah tangga. Kampung keramik ini dahulunya sangat terkenal dan banyak didatangi oleh wisatawan. Namun seiring dengan berjalannya waktu, utamanya dengan adanya pandemi virus corona 19 minat wisatawan untuk datang ke tempat ini berkurang.

Untuk kembali meningkatkan animo wisatawan, maka perlu strategi baru untuk kembali mengenalkan Kampung Keramik Dinoyo. Salah satu strategi yang bisa dilakukan saat ini adalah melakukan promosi dengan memanfaatkan media digital. Salah satu program yang dilakukan oleh Kampung Keramik Dinoyo adalah dengan melakukan eduwisata virtual. Eduwisata berasal dari kalimat “edukasi” dan “wisata” melalui

eduwisata virtual tim Pokdarwis Kampung Keramik Dinoyo melakukan edukasi wisata secara virtual melalui beberapa media sosial. Media sosial yang digunakan antara lain instagram dan youtube. Pada laman instagram pokdarwis Kampung Keramik Dinoyo membuat konten tentang kegiatan apa saja yang dilakukan oleh perajin, menampilkan produk-produk keramik yang dihasilkan, dan memberikan informasi seputar acara yang akan digelar oleh pokdarwis Kampung Wisata Keramik Dinoyo (KWKD). Pada akun youtube tim pokdarwis mengemas setiap acara yang dilakukan di KWKD dalam bentuk video. Hal ini dilakukan dengan harapan promosi tentang keberadaan Kampung Wisata Keramik Dinoyo dapat memiliki jangkauan yang luas baik dalam lingkup wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan adanya konten eduwisata virtual diharapkan dapat menggugah gairah wisatawan untuk mengunjungi Kampung Wisata Keramik Dinoyo.



Gambar 8 Keramik Karakter Indonesia-Agni Wisesa



Gambar 9 Keramik karakter topeng Malangan-Agnisa

Untuk mengembangkan eduwisata virtual tentunya tim pokdarwis Kampung Keramik Dinoyo juga mengalami beberapa kendala dan hambatan. Beberapa kendala dan hambatannya adalah tim pokdarwis harus tanggap terhadap kemajuan teknologi untuk menguasai piranti lunak (software) yang digunakan untuk membuat konten eduwisata virtual. Namun demikian, hal tersebut tidak menjadi masalah berarti, para perajin keramik senior menjadikan hal tersebut sebagai suatu tantangan. Untuk menghadapi tantangan tersebut pokdarwis Kampung Wisata Keramik Dinoyo melibatkan anak-anak muda yang tergabung dari karang taruna. Anak muda yang masih duduk di bangku kuliah, maupun yang baru saja lulus tentunya mereka menguasai cara pengoperasian teknologi terkini. Mereka juga menguasai pengoptimalan dalam mengoperasikan sosial media. Sinergi antara perajin senior dan kelompok muda menjadikan konten eduwisata

virtual yang dikembangkan oleh pokdarwis Kampung Wisata Keramik Dinoyo memiliki informasi yang cukup jelas.

Para perajin senior dapat memberikan materi-materi yang relevan dengan perkembangan Kampung Wisata Keramik Dinoyo sesuai dengan sejarah dan dinamikanya. Melalui keterlibatan anak muda, konten eduwisata virtual dapat dikemas dengan bagus dan informatif, sekaligus atraktif. Peningkatan potensi wisata melalui edukasi wisata juga telah dilakukan di Bali. Hasil penelitian yang dilakukan (Agung, 2015) menunjukkan hasil positif dengan adanya edukasi wisata.

Media Sosial dan Festival



Gambar 10 Konten Akun Instagram Keramik Dinoyo-Akun IG Keramik Din



Media sosial saat ini memiliki pengaruh yang luar biasa dalam kehidupan sehari-hari. Hampir semua individu pasti memiliki akun dan mengelola media sosial. Dalam kehidupan sehari-hari, individu maupun institusi berbagi aneka kegiatan mereka di media sosial. Media sosial ini berperan strategis mengembangkan Kampung Wisata Keramik Dinoyo. Melalui media sosial, tim pokdarwis Kampung Wisata Keramik Dinoyo dapat mempromosikan setiap saat, 24 jam dalam sehari, 7 hari dalam sepekan, dan 365 hari dalam setahun, aktivitas yang berlangsung di Kampung Wisata Keramik Dinoyo.

Promosi wisata melalui media sosial memiliki jangkauan yang luas jika kita memahami betul bagaimana mengaplikasiannya. Misalkan untuk mendapatkan jangkauan yang bagus, dalam memposting suatu foto, kita dapat menggunakan tagar atau hastag. Hal tersebut dilakukan agar konten yang kita unggah dapat muncul di mesin pencarian sesuai dengan tagar yang kita buat.





Gambar 11 Akun Instagram Keramik Dinoyo-Akun IG Keramik Dinoyo

Dalam menyajikan konten promosi di media sosial harus diperhatikan beberapa konsep. Misalnya, konten di media sosial harus disajikan dengan judul yang menarik, gambar, ilustrasi yang atraktif, dan tentu saja mudah diingat, maupun video pendek yang menggunakan lagu yang tengah populer. Hal ini karena, keputusan seseorang untuk menelusuri konten yang muncul di sosial media hanya membutuhkan hitungan beberapa detik saja. Sehingga kita harus memanfaatkan waktu sepersekian detik untuk menarik orang tersebut agar mau dan sukarela melihat konten kita.



Penyampaian konten promosi melalui sosial media harus dikemas dengan menarik, menggunakan kalimat yang lugas, mudah dimengerti, serta mengaduk emosi pembaca.

Pokdarwis Kampung Wisata Keramik Dinoyo menyadari betul bahwa media sosial memainkan peranan strategis dalam membantu membentuk citra eduwisata, maka sejak 2011, mereka menyelenggarakan Festival Keramik Dinoyo, yang hingga tahun 2021 ini memasuki penyelenggaraan keempat. Peran media sosial pada era saat ini, utamanya akibat disrupsi pandemi, menjadi sentral dan perlu diupayakan menjadi konten yang memiliki nilai historis sekaligus ekonomis. Ketika wisatawan belum bebas bepergian dan anak-anak sekolah, juga mahasiswa Perguruan Tinggi yang akan belajar di Kampung Wisata Keramik Dinoyo (KWKD), maka wisata edukasi bertransformasi menjadi eduwisata virtual.

Transformasi eduwisata virtual di Kampung KWKD memungkinkan siapa saja yang ingin berkunjung untuk belajar dan membeli keramik, dapat berlangsung tanpa harus kontak fisik. Usaha meluaskan jangkauan wisatawan untuk kepentingan edukasi ini sudah dirintis oleh Pokdarwis Kampung Wisata Keramik Dinoyo dengan mengelat Festival Keramik Dinoyo pertama pada 2011.

Festival Keramik Dinoyo hadir sebagai bagian dari selebrasi dan penanda bahwa masyarakat sentra industri keramik Dinoyo ingin mengawetkan ingatan terhadap eksistensi kampung keramik. Festival Keramik Dinoyo kedua dilangsungkan pada 2012, yang disusul dengan penyelenggaraan Festival Keramik Dinoyo ketiga pada 2019. Pada 2021, Festival Keramik Dinoyo keempat dilaksanakan secara daring, tepatnya di bulan Oktober, mengingat pandemi Covid-19 masih berlangsung.

Ada empat rangkaian acara Festival Keramik Dinoyo keempat. Empat acara tersebut ialah:

1. Keliling dari kampung ke kampung dalam acara sambang Kampung Tematik Kota Malang.
2. Berselancar dari satu galeri keramik ke galeri keramik yang lain. Ada 20 galeri keramik yang dibuka untuk memanjakan mata wisatawan yang akan belanja keramik Dinoyo.
3. Kegiatan praktik membentuk dan mewarnai keramik, yang dilakukan oleh anak-anak dan para remaja.
4. Keliling ke pabrik keramik Dinoyo, yang saat ini tidak beroperasi lagi. Lokasi tersebut dijadikan sebagai tempat kegiatan Festival Keramik Dinoyo keempat.

Program ini juga dilakukan sebagai program khusus untuk memperkuat kampung wisata Keramik Dinoyo sebagai basis kampung wisata industri kerajinan. Pada kegiatan ini juga diadakan aktivitas lomba desain dan pelatihan keramik yang diikuti anak muda Dinoyo. Kegiatan ini dapat diikuti di kanal youtube https://youtu.be/fn1fh_XgRTg .

BAB 4

**PROYEKSI DAN
KEBERLANGSUNGAN
KERAMIK DINOYO**



Gambar 12 Wisatawan Belajar Membuat Keramik Bersama Perajin-Syamsul Arifin

Keramik Dinoyo masuk dalam Objek Pemajuan Kebudayaan (OPK) pengetahuan tradisional yang masih dipraktikkan pembuatannya bersama dengan gerabah Betek. Gerabah Betek, awalnya adalah cikal bakal industri keramik Dinoyo. Objek Pemajuan Kebudayaan (OPK) merupakan unsur kebudayaan yang menjadi sasaran utama pemajuan kebudayaan.

Dalam dokumen Pokok Pikiran Kebudayaan Daerah (PPKD) Kota Malang, yang disusun pada 2018, keramik Dinoyo dikategorikan sebagai Objek Pemajuan Kebudayaan berupa pengetahuan tradisional. Hal ini membuktikan bahwa keramik Dinoyo merupakan objek pemajuan kebudayaan yang harus dilindungi, dikembangkan, dimanfaatkan, serta dibina sebagai objek sekaligus penanda keberadaan kota Malang.



Jika menilik pada Undang-undang Pemajuan Kebudayaan No 5 Tahun 2017, yang menjadi haluan pembangunan nasional, maka dalam konteks kota Malang, keramik Dinoyo yang dimasukkan sebagai OPK berupa pengetahuan tradisional, strategis untuk tidak saja dilindungi, namun juga dikembangkan, dimanfaatkan, serta dibina.

Upaya pengembangan keramik Dinoyo menjadi sebuah sentra industri yang multidimensi dan memberdayakan masyarakat sekitar, tentu sebuah upaya yang tidak mungkin dikerjakan sendiri oleh kelompok Sadar Wisata (pokdarwis) Kampung Wisata Keramik Dinoyo (KWKD). Penetapan OPK keramik Dinoyo dalam Pokok Pikiran Kebudayaan daerah (PPKD) kota Malang pada 2018, menunjukkan perhatian serius terhadap eksistensi keramik Dinoyo.

Di awal kemunculan keramik Dinoyo tumbuh sebagai pengembangan gerabah Betek. Gerabah Betek awalnya tumbuh karena permintaan dan kebutuhan rumah tangga di era 1930an, dengan memanfaatkan tanah liat yang mudah didapatkan di wilayah persawahan Malang pada saat itu. Perkembangan zaman, pertautan dan komunikasi dengan dunia luar, serta kebutuhan masyarakat, membuat keramik Dinoyo juga memutakhirkan diri, baik dari segi tungku pembakaran yang dulunya menggunakan minyak tanah dan kemudian beralih ke pembakaran tungku keramik yang memanfaatkan gas LPG.

Transformasi juga terjadi pada desain keramik, yang awalnya para perajin keramik hias seperti guci, pot, vas bunga, dan gips, kini memiliki beragam bentuk berupa mug, piranti makan, pigura, hiasan dinding, hingga peralatan dan wadah untuk aromatherapy. Makin beragamnya produk yang dihasilkan perajin keramik Dinoyo ialah bagian yang

membuktikan bahwa napas pengetahuan tradisional yang diwariskan secara turun temurun, telah melembaga dan membentuk karakter kuat yang menjadikan keramik Dinoyo, bukan semata warisan yang perlu dipertahankan, tetapi penting untuk dimanfaatkan dan dibina.



Gambar 13 Mug dan Cangkir-Agnisa

Pemanfaatan sentra industri keramik Dinoyo sejauh ini dilakukan masyarakat, melalui pokdarwis melalui tiga cara yaitu wisata belanja dan wisata edukasi. Wisata belanja dikembangkan dengan membuat akun media sosial yang memberi informasi berupa produk khas dan terikini dari keramik Dinoyo. Terobosan berikutnya yang dilakukan adalah menyelenggarakan Festival Keramik Dinoyo yang pada 2021 dilaksanakan secara daring dan dapat diakses dengan udah di kanal Youtube dengan kata kunci: Festival Keramik Dinoyo 4 2021. Keramik Dinoyo ingin menjangkau khalayak calon pembeli potensial yang lebih luas, mengingat saat ini ekspedisi

dengan mudah mengirimkan produk-produk keramik Dinoyo ke seluruh wilayah Indonesia.

Wisata edukasi sudah dikembangkan melalui kunjungan siswa sekolah, mahasiswa, serta masyarakat umum yang ingin belajar membuat keramik dan membawa pulang keramik buatannya. Menjual pengalaman membuat keramik sendiri, memajukan informasi tentang sejarah keramik Dinoyo, serta membawa pulang keramik buatan sendiri, merupakan rangkaian aktivitas yang akan mengawetkan perjalanan keramik Dinoyo.



*Gambar 14 Kunjungan Mahasiswa ke Kampung Wisata Keramik Dinoyo-
Syamsul Arifin*



Gambar 15 Anak-anak Belajar Membuat Keramik Dinoyo-Syamsul Arifin

Kegiatan itu bukan semata wisata yang kental muatan edukasinya, tetapi memungkinkan siswa, mahasiswa, serta masyarakat umum memajukan ulang apa yang diperolehnya saat berkesempatan membuat keramik dan menyerap rupa-rupa informasi tentang sejarah keramik Dinoyo, hingga membawa pulang keramik buatan mereka sendiri. Informasi sejarah dan tutur sejarah dalam bentuk infografik serta buku panduan sejarah Dinoyo yang ringkas, merupakan dua hal yang sebenarnya tidak saja dibutuhkan oleh wisatawan luar yang berkunjung ke Kampung Wisata Keramik Dinoyo. Masyarakat sekitar serta siswa sekolah membutuhkan informasi ringkas yang menjadi asupan untuk mengenal jati diri mereka sebagai warga kota Malang, yang menjadi ahli waris keramik Dinoyo.

Ahli waris yang nantinya memanjangkan ingatan generasi berikutnya tentang pengetahuan tradisional berupa pembuatan keramik Dinoyo, sekaligus mengawetkan sejarah keramik Dinoyo, dan memastikan Kampung Wisata Keramik



Dinoyo berjalan beriringan melintasi perjalanan kehidupan kota Malang. Informasi ringkas sejarah keramik Dinoyo dan perkembangannya dibuat dan dibagikan di sekolah-sekolah terdekat di sekitar wilayah Kampung Wisata Keramik Dinoyo, baik secara cetak maupun elektronik yang dengan mudah bisa diakses dan dibaca siapa saja. Infografik itu juga dapat dicetak dan ditempel di kawasan Kampung Wisata Keramik Dinoyo dan diunggah di media sosial resmi milik Kampung Wisata Keramik Dinoyo. Keterbacaan infografik tentang keramik Dinoyo dapat menjangkau lebih banyak pembaca dan memantik keinginan untuk hadir dan mengetahui lebih dekat tentang keramik pun kampung wisatanya.

Kehadiran informasi sejarah keramik Dinoyo dalam bentuk buku yang mudah dibaca siapa saja, tanpa teori-teori berat yang membuat mata memicing, tentu dibutuhkan sebagai dokumen bagi pengelola pokdarwis Kampung Wisata Keramik Dinoyo, pemerintah Kota Malang, dan wisatawan, serta peneliti keramik Dinoyo. Dokumentasi tulis dan multimodal yang saat ini bisa diakses secara digital melalui internet juga menjadi pilihan yang dapat dikerjakan untuk mengupayakan konservasi sekaligus mengembangkan, memanfaatkan, serta membina keramik Dinoyo sebagai bagian napas dan Objek Pemajuan Kebudayaan Kota Malang.



DAFTAR PUSTAKA

Agung, A. A. G. 2015. Pengembangan Model Wisata Edukasi-Ekonomi Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 4 (2), 585-597. Retrieved from ekonomi kreatif, usaha industri kreatif, wisata edukasi, kearifan lokal.

Arifin, Syamsul. Wawancara Sejarah Keramik Dinoyo. Dilakukan pada Oktober 2020 dan Agustus 2021.

Karlina, YS. 2018. Pola Perilaku Perajin Dalam Tradisi Membuat Seni Kerajinan Keramik Stoneware Dinoyo Malang. [http:// digilib.isi.ac.id/ 3865/](http://digilib.isi.ac.id/3865/) , Diakses 19 September 2021.

Kompas.id. Menebar Maslahat tanpa Putus. [https:// www.kompas.id/ baca/ gaya-hidup/ 2021/ 10/ 24/ menebar-maslahat-tanpa-putus](https://www.kompas.id/baca/gaya-hidup/2021/10/24/menebar-maslahat-tanpa-putus)). Diakses 27 Oktober 2021.

Maryanto, T., & Rakhim Syahida, A. 2019. Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Di Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang. Jurnal Komunikasi Nusantara, 1(1), 34-39. [https:// doi.org/ 10.33366/ jkn.v1i1.8](https://doi.org/10.33366/jkn.v1i1.8)

Ponimin. 2001. Keramik Dinoyo Malang: Kontinuitas dan Perubahannya. [http:// etd.repository.ugm.ac.id/ home/ detail_pencarian/ 6983](http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/6983). Diakses 7 Agustus 2021.



Tanoto Foundation.org. Berjuang Menyejahterakan Petani Indonesia.

[https:// www.tanotofoundation.org/ id/ news/ tanoto-scholar-alumni-berjuang-menyejahterakan-petani-indonesia](https://www.tanotofoundation.org/id/news/tanoto-scholar-alumni-berjuang-menyejahterakan-petani-indonesia).
Diakses 27 Oktober 2021.

Times Indonesia.id. Berburu Suvenir Sambil Wisata Edukasi di Kampung Keramik Dinoyo. 13 Februari 2019.
[https:// www.timesindonesia.co.id/ read/ news/ 200542/ berburu-suvenir-sambil-wisata-edukasi-di-kampung-keramik-dinoyo](https://www.timesindonesia.co.id/read/news/200542/berburu-suvenir-sambil-wisata-edukasi-di-kampung-keramik-dinoyo). Diakses 9 September 2021.



TENTANG PENULIS



Ari Ambarwati lahir pada 1972 dan menamatkan sekolah menengahnya di Surabaya. Ia menyelesaikan studi doktornya di Universitas Negeri Malang pada 2016. Kini mengajar di Prodi PBSI-FKIP Universitas Islam Malang. Ia mengampu Apresiasi Sastra, Kritik Sastra, Sastra Anak, dan tertarik pada masalah-masalah budaya. Ia menulis artikel ilmiah populer di terakota.id dan karya-karya penelitiannya dapat diakses di Google Scholar Ari Ambarwati. Buku terbarunya adalah kumpulan puisi Bocah Rempah (Diomedia, 2021), sebelumnya ia menulis tentang Nusantara dalam Piringku (2019). Ia juga menerbitkan beberapa book chapter tentang kajian sastra. Ia bisa disapa di akun IG: [nda_ambar](https://www.instagram.com/nda_ambar) dan a.arianya@gmail.com.



Denik Ristya Rini, S.Pd., M.Pd. lahir di Tulungagung 2 April 1991. Lulusan dari program Sarjana dan Magister Pendidikan Seni Budaya Universitas Negeri Surabaya. Dalam keseharian bekerja sebagai dosen di Universitas Negeri Malang, Fakultas Sastra, Prodi Pendidikan Seni Budaya. Dalam proses pembelajaran menekuni bidang kerajinan dan mengajar bidang pendidikan Seni Rupa. Selain aktif mengajar, ia juga aktif dalam melakukan penelitian dan pengabdian masyarakat di bidang seni dan desain.



Azizatuz Zahro'adalah dosen sastra Indonesia, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang. Ia penulis novel Remah Macaron dan beberapa cerita anak untuk buku-buku teks SD yang ditulis atau didampingi penulisannya. Berkaitan dengan dunia sastra, penulis lebih banyak menulis esai dan kritik sastra yang dipublikasikan melalui majalah sastra, media massa, dan jurnal ilmiah. Penulis dapat dihubungi melalui surel azizatuz.zahro.fs@um.ac.id

DAFTAR INDEKS

aktivitas, 7, 19, 22, 26

animo, 6, 16

antropologi, 10

aromatherapy, 25

artefak, 11

atraktif., 18

bahan ajar, 9, 10

bahan pangan, 12

Betek, 3, 9, 23, 24

birokrasi., 14

biru, 1, 2

budaya, 4, 10, 31

cangkir, 2

citra, 20

cobalt, 3

covid-19, 7

dapur, 2

daring, 7, 21, 25

dekorasi, 2

digital, 7, 16, 28

dinamika, 3, 4, 10, 14

Dinoyo, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21,
22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30

disrupsi, 15, 20

dokumen, 9, 14, 23, 28

Dokumentasi, 28

edukasi, 7, 9, 16, 18, 21, 25, 26, 29, 30

eduwisata, 13, 15, 16, 17, 18, 20, 21

ekonomi kreatif, 10, 11, 29

eksistensi, 21, 24

eksplorasi, 9, 10

ekstrakurikuler, 9

entrepreneurship, 11

estetika, 2

estetis, 2

Festival, 4, 7, 19, 20, 21, 22, 25

generasi, 4, 27

gerabah, 1, 2, 3, 5, 9, 23, 24

Gerabah, 23, 24

gips, 25

guci, 2, 25

hashtag., 19



humaniora, 9

ilmu alam, 9

ilmu sosial, 9, 10

ilustrasi, 20

industri, 1, 3, 5, 10, 13, 14, 21, 22, 23, 24, 25, 29

infografik, 26, 27

informatif, 18

inovasi, 4

instagram, 17

intensif,, 10

internet,, 7

isolator, 4, 5

isu, 11

Kampung Wisata Keramik Dinoyo, 1, 17, 18, 19, 20, 24, 27, 28

kaolin, 2

kedaulatan, 12

kerajinan, 1, 3, 7, 22, 32

keramik, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 30

ketahanan, 12

kewirausahaan sosial, 10, 11, 12, 13, 15

komunitas, 11, 12, 13, 14

konsep, 11, 19



konservasi, 12, 28

konsumen, 5

konten, 17, 18, 19, 20

kunjungan, 7, 26

KWKD, 1, 9, 17, 20, 21, 24

laboratorium, 12

Lakoat Kujawas, 11, 12

LEPPIN, 3

mangkuk, 2

manual, 3

matapelajaran, 9, 10

materi ajar, 9, 10, 15

media sosial, 7, 16, 19, 20, 25, 27

mesin pencarian, 19

moda, 7

mug, 2, 25



narasi, 13, 15

Objek Pemajuan Kebudayaan, 9, 23

online, 7

ornamen, 2

ornamental,, 3

Pandemi, 6, 7

pangan, 11, 12

40





pegunungan Mollo, 11, 12
Pemajuan Kebudayaan, 9, 23, 28
pengayaan, 9, 10
perajin, 2, 4, 5, 6, 14, 17, 18, 25
periode, 14
pigmen, 3
piranti lunak, 17
piring, 2
pokdarwis, 17, 19, 24, 25, 28
Pokok Pikiran Kebudayaan Daerah, 9, 23
porselen, 2, 4
produk, 4, 5, 9, 14, 15, 17, 25
projek, 9
promosi, 16, 19
PROYEKSI, 23
putih, 1, 2
rintisan, 12, 13
sejarah, 3, 10, 11, 13, 14, 15, 18, 26, 27, 28
seni, 1, 32
sentra, 1, 2, 3, 4, 6, 10, 13, 14, 16, 21, 24, 25
Sinergi, 18
sociopreneurship, 11
software, 17





sosiopreneur, 10, 11

souvenir,, 25

stabil, 3

stilasi, 3

stoneware, 4, 5

subjek, 9

tagar, 19

tanah, 1, 2, 5, 11, 12, 24

teknologi, 5, 7, 9, 10, 14, 18

teks, 10, 14, 15

tempat bumbu, 2

tradisi, 1

tradisional, 5, 9, 23, 24, 25, 27

Transformasi, 21, 25

tungku pembakaran, 24

unggah, 19

vas, 2, 25

virtual, 7, 16, 17, 21

virtual., 16, 17, 21

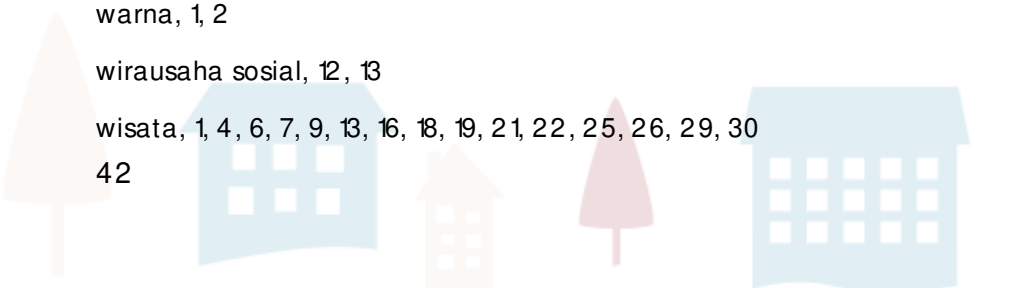
warisan, 10, 25

warna, 1, 2

wirusaha sosial, 12, 13

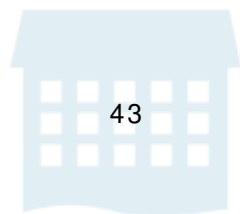
wisata, 1, 4, 6, 7, 9, 13, 16, 18, 19, 21, 22, 25, 26, 29, 30

42



wisatawan, 6, 7, 13, 15, 16, 20, 21, 22, 26, 28

youtube, 17, 22



KERAMIK DINOYO DAN KISAHNYA

Dinoyo adalah nama kampung di kota Malang, sebagai kampung keramik, tepatnya Kampung Wisata Keramik Dinoyo (KWKD). KWKD mempunyai kelompok sadar wisata (POKDARWIS), yang diketuai H. Syamsul Arifin. Menurut Syamsul Arifin (wawancara Agustus, 2021), sentra industri kerajinan keramik Dinoyo berawal dari sentra gerabah di daerah Bethék (1930-an). Sebagian masyarakat Dinoyo mempunyai keterampilan membuat benda seni dari tanah liat yaitu, gerabah dan seni keramik.

Saat ini keramik Dinoyo telah mengalami perubahan karakter dari peninggalan tradisi membuat keramik. Salah satu ciri khasnya adalah produknya berpola miring (Times Indonesia, 2019). Menurut Syamsul, hal itu menyesuaikan dengan cara duduk perempuan kala itu (wawancara, Oktober 2020). Keramik Dinoyo awalnya memiliki warna khas biru putih, sebagai pengaruh warna porselen Tiongkok, hingga pada 1955, sentra gerabah tersebut terus berkembang dan mulai berinovasi dengan keramik porselen, yakni mengganti tanah liat dengan tanah putih dan kaolin, termasuk memproduksi keramik untuk peralatan makan (Times Indonesia, 2019).



CV. Beta Aksara
Jl. Gajahmada Gg. Belik RT 4 RW 9
Sisir - Kota Batu (65314)
Jawa Timur
Web: www.betaaksara.com

ISBN 978-623-354-179-4

