

Revitalisasi Tudung Saji Atau *Sange* (Studi Kasus: Kabupaten Aceh Jaya)

Alviony Maulida Putri

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Address: Jl. Syeikh Abdul Rauf Kopelma Darussalam, Banda Aceh, Aceh

e-mail: 190201020@student.ar-raniry.ac.id

Bunayyati Hakimah Sembiring Meliala

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Address: Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Deli Serdang, Sumatera Utara

e-mail: unabunaa170501@gmail.com

Dewi Suta Ningsih

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin

Address: Jl. Arif Rahman Hakim No. 111, Simpang IV Sipin, Kec. Telanaipura, Kota

Jambi, Jambi

e-mail: dewisuta1212@gamil.com

Farah Diana Rohim

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Address: Jl. Syeikh Abdul Rauf Kopelma Darussalam, Banda Aceh, Aceh

e-mail: 190201007@student.ar-raniry.ac.id

Ginta Dwiki Meliana

IAIN Metro

Address: Jl. Ki Hajar Dewantara No. 15A, Iringmulyo, Kec. Metro Tim., Kota Metro,

Lampung

e-mail: gintadwi8@gmail.com

Muhammad Hanif

IAIN Lhokseumawe

Address: Jl. Medan-Banda Aceh, Alue Awe, Kec. Muara Dua, Kota Lhokseumawe,

Aceh

e-mail: muhammadhanif071299@gmail.com

M. Rosyid Rabbani

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

Address: Jl. Raden Fatah, Pagar Dewa, Selebar, Kota Bengkulu

e-mail: rosidpasaman@gmail.com

Nakiatul Misqa

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Address: Jl. Syeikh Abdul Rauf Kopelma Darussalam, Banda Aceh, Aceh
e-mail: nakiatulmisqa01@gamil.com

Rahmad Muhayat Syah

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Address: Jl. Syeikh Abdul Rauf Kopelma Darussalam, Banda Aceh, Aceh
e-mail: rahmadmuhayatsyah@gmail.com

Silvi Rahmadani

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
Address: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung
e-mail: rhmdnslv@gmail.com

Togar

Universitas Islam Negeri Raden Fatah
Address: Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikri No. KM. 3, RW. 5, Pahlawan, Kec.
Kemuning, Kota Palembang, Sumatera Selatan
e-mail: togar2612tgr@gmail.com

Wahyu Firdaus

IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik
Address: Jl. Raya Kotawaringin, Rt. 005, Rw. 000, Desa Tanah Bawah, Bangka
Belitung
e-mail: wahyuwah2107@gmail.com

Abd. Mujahid Hamdan

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Address: Jl. Syeikh Abdul Rauf Kopelma Darussalam, Banda Aceh, Aceh
e-mail: mujahid@ar-raniry.ac.id

DOI: 10.22373/jrpm.v3i2.2928

Abstract

Sange products or decorative serving hoods are a typical cultural heritage of the village of lamtui, Aceh Jaya. The Sange is used for generations by the Lamtui village community. But over time, decorative or sange serving hoods have declined due to so much competitiveness, manual manufacturing and the entry of modern culture, even foreign cultures. This has resulted in many who do not know of the existence of decorative serving hood or Sange which is a characteristic of the gampong or lamtui village. With the declining situation, it is feared that today's young generation will no longer know him. So this research aims are: Efforts to revitalize Sange or Tudung Saji in the manufacturing process, motives and marketing. and This research uses a qualitative approach. Data collected through observation, interviews and documentation. The data obtained in the form of oral and written data and pictures.

Keywords: *Decorative serving hood; revitalization; marketing*

Abstrak

Produk sange atau tudung saji hias merupakan warisan budaya khas desa lamtui, Aceh Jaya. Sange tersebut digunakan turun temurun oleh masyarakat desa Lamtui. Namun seiring berjalannya waktu, tudung saji hias atau sange menurun karena daya saing yang begitu banyak, pembuatan yang masih manual dan masuknya budaya modern, bahkan budaya asing. Hal ini mengakibatkan banyak yang tidak mengetahui adanya Tudung saji hias atau *Sange* yang merupakan ciri khas gampong atau desa lamtui. Dengan keadaan yang menurun dikhawatirkan generasi muda saat ini tidak lagi mengenalnya. Maka penelitian ini bertujuan yakni : Upaya revitalisasi Sange atau Tudung Saji pada proses pembuatan, motif dan pemasarannya. dan Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh berupa data lisan dan tulisan serta gambar.

Kata Kunci: *Tudung saji hias; revitalisasi; pemasaran*

A. Pendahuluan

Indonesia dihuni lebih dari 360 suku bangsa yang merupakan negara kepulauan terbesar didunia dengan 17.508 pulau. Hal ini membuat Indonesia kaya akan keragaman budaya dan tradisi dan pemandangan alam yang sangat indah serta memiliki aneka kulineran yang mengunggah selera. Sehingga sektor pariwisata di Indonesia memiliki potensi yang amat besar untuk dikembangkan. Pemerintah Indonesia memiliki selogan “*Wonderful Indonesian*” dalam mengembangkan dan memperkenalkan potensi pariwisata tersebut, yang dijadikan branding pariwisata Indonesia mulai tahun 2011.¹

Di Indonesia sendiri terdapat berbagai jenis produk budaya, salah satu produk budaya yang berkembang di Banda Aceh tepatnya di *gampong* atau Desa Lamtui yaitu *Sange* atau tudung saji hias. Produk *sange* atau tudung saji hias merupakan warisan budaya khas *gampong* lamtui, Aceh Jaya. Hampir semua wanita di *gampong* lamtui bisa membuat *sange*. *Sange* merupakan penutup makanan yang digunakan untuk kebutuhan adat istiadat seperti dalam upacara – upacara adat *peusijuk*, *tueng dara baroe*, maulid nabi dan lain sebagainya. *Sange* tersebut digunakan turun temurun oleh masyarakat *gampong* Lamtui.

Motif yang digunakan dalam proses pembuatan *sange* di *gampong* lamtui yaitu motif *pintoe* Aceh, *bungong* jeumpa, *bungong* selanga dan motif lainnya yang dikreasikan perajin. Motif tersebut merupakan ciri khas *gampong* Lamtui, Aceh Jaya

¹Hermawan Anggi, S. Diplomasi Indonesia Dalam Mempromosikan “Wonderfull Indonesia” Di Asia Tenggara Tahun 2013-2018. Kajian Hubungan Internasional Vol 1. 02. 2022.

yang tidak dimiliki oleh daerah lain.² Tudung saji hias atau *Sange* yang dibuat oleh masyarakat Lamtui telah dipasarkan ke berbagai daerah di Aceh hingga ke luar Aceh, Perajin *sange* bekerja sama dengan beberapa pedagang yang nantinya membawa dan menjual-belikan *sange* ke berbagai daerah hingga *sange* sampai kepada konsumen. Perajin *sange* biasanya akan memulai produksi ketika ada pesanan *sange* dari konsumen.

Namun seiring berjalannya waktu, tudung saji hias atau *sange* menurun karena daya saing yang begitu banyak, pembuatan yang masih manual dan masuknya budaya modern, bahkan budaya asing. Hal ini mengakibatkan banyak yang tidak mengetahui adanya Tudung saji hias atau *Sange* yang merupakan ciri khas *gampong* atau desa Lamtui. Dengan keadaan yang menurun dikhawatirkan generasi muda saat ini tidak lagi mengenalnya. Agar masyarakat desa Lamtui terutama generasi muda penerus dan pengembang produk tudung saji hias atau *sange* mengetahui dan bangga dengan keberadaan tudung saji hias atau *sange* khas desa Lamtui, maka perlu diadakan penelitian dan revitalisasi produk tersebut. Dan mencoba mengembangkannya tanpa menghilangkan ciri khas dari tudung saji hias atau *sange* tersebut.

Kebijakan revitalisasi budaya bagi generasi muda masih banyak yang belum memahami modal budaya untuk kebudayaan. Pemilihan budaya sebagai kerangka pendekatan dalam sebuah strategi program pengembangan masyarakat merujuk pada tiga komponen utama budaya yaitu pengetahuan, perilaku dan produk budaya. Secara umum konteks budaya yang kerap dipakai adalah berkaitan dengan budaya yang dilihat sebagai *idea* (ilmu pengetahuan), *behaviour* (perilaku) dan *product* (artifak, benda-benda produk hasil budaya). Ketiga komponen budaya inilah yang kemudian menjadi bagian penting 2 dari eksistensi kebudayaan di beberapa wilayah, termasuk *Gampong* Lamtui.

Revitalisasi adalah cara atau proses perbuatan untuk menghidupkan kembali sesuatu yang sebelumnya berdaya. Konsep revitalisasi mmenjadi suatu tindakan baik “proses” maupun “produk”. Revitalisasi termasuk proses pelestarian, perlindungan, pengembangan, pemeliharaan serta sekaligus dipahami sebagai proses kreativitas.³

² Busana D A N Budaya, Kecamatan Banda, and Raya Banda, “Busana Dan Budaya” 1 (n.d.): 41–54.

³ Musik Angklung, Pendidikan Karakter, and Anak Usia Dini, “Revitalisasi Budaya Melalui Permainan Angklung Untuk Menunjang Pendidikan Karakter Anak Usia Dini,” 2020.

Pada penelitian ini kegiatan revitalisasi lebih difokuskan pada proses pembuatan sange, motif dan pemasarannya.

B. Metode Penelitian

Penelusuran terhadap kerajinan yang telah menjadi produk khas dari masyarakat gampong ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan banyak informasi terkait sange, selain itu pendekatan ini digunakan untuk menganalisis permasalahan permasalahan yang menghambat perkembangan sange.

Setiap penelitian yang dilakukan membutuhkan data dari lokasi tempat yang diteliti sebagai hasil dari adanya penelitian. Untuk mendapatkan data yg konkret tersebut peneliti melakukan beberapa teknik pengumpulan data.

1. Observasi

Dalam hal ini para peneliti melakukan observasi langsung yakni melakukan pengamatan ke gampong lamtui yang menjadi sentra kerajinan sange, untuk mengamati kondisi sosial dan kemasyarakatan serta mengamati produksi dan distribusi *sange*.

Observasi dilakukan secara partisipan dimana peneliti bukan hanya sebagai pengamat fenomena yang diteliti namun pengamat langsung melibatkan diri secara intensif dengan perajin sange, agen dan masyarakat bersama dengan Stakeholder untuk mendapatkan informasi dan pemahaman yang mendalam untuk menganalisis *Sange*. Pengamatan ini dilakukan adalah untuk mengumpulkan beragam data informasi penting tentang *sange* di *gampong* Lamtui ini, diantaranya:

- a. Mengamati proses pembuatan *sange*
- b. Mengamati rutinitas masyarakat sebagai perajin *sange*
- c. Mengamati proses penjualan *sange*
- d. Mengamati permasalahan *sange*

2. Wawancara

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara yaitu metode tanya jawab lisan. Metode wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi atau ide, sehingga dapat mengetahui sebuah informasi tertentu.⁴ Wawancara dilakukan dengan berbagai pihak seperti perajin *sange* yang menjadi tokoh utama pembuatan *sange*, wawancara dengan tokoh masyarakat

⁴ Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, Alfabeta, Bandung 2001 hlm. 72

gampong, pihak kecamatan dan dinas sosial untuk mendapatkan data yang valid sebanyak banyaknya. Pewawancara adalah mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Melayu Serumpun III dan yang menjadi responden ataupun yang diwawancarai adalah pihak-pihak yg terlibat dalam produksi, distribusi *sange*, beserta pemerintah. Peneliti berdialog dan tanya jawab dengan responden untuk mengorek data dan informasi, kemudian hasil dari percakapan itu dituangkan dalam bentuk struktur ringkasan yg memuat data yang telah didapatkan,

3. Dokumentasi

Dalam rangka observasi, dilakukan pengumpulan dokumen-dokumen yang penting sebagai bukti mengenai hal-hal atau variabel penelitian, baik berupa tulisan, catatan, foto ataupun video.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Proses pembuatan *sange* dilakukan di rumah-rumah perajin yang sudah ada kelompok masing-masing. Dari pencarian bahan sampai *finishing* masih dilakukan secara manual dan tradisional. Para perajin mencari dan membuat *sange* tergantung dengan permintaan dari konsumen, jika permintaan nya banyak maka bahan yang akan dicari cukup banyak juga hingga ke desa-desa tetangga. Permintaan konsumen melonjak pada hari-hari tertentu, misalnya maulid Nabi Muhammad Saw, acara pernikahan dan lain-lain.

Proses pembuatan *sange* atau tudung saji hias masih dengan cara tradisional dari mulai memilih daun nipah yang bagus kemudian dilakukan kegiatan penganyaman secara manual dengan melakukan penyilangan daun nipah begitu seterusnya sampai selesai. Pembuatan *sange* terdiri dari beberapa tahapan-tahapan yaitu proses pengeringan daun dengan cara dianyam, merakit kerangka dan menjahit daun nipah dengan tali plastik hingga berbentuk kerangka kerucut, menjahit kain hingga tertutup seluruh kerangka baik dalam maupun luar dan kemudian menjahit motif dengan manik-manik bentuknya sesuai permintaan dari konsumen, dan *finishing* dengan dilapisi plastik bening di atas *sange*.⁵

⁵ Cut Azmah Fithri, Soraya Masthura Hassan, and Erna Muliana, "Pelatihan Pembuatan Tudung Saji (Sange) Untuk Peningkatan Ekonomi Di Gampong Kutablang Kota Lhokseumawe" 5, no. 2 (2021): 150-56.



Gambar 1 : Proses penganyaman *sange* atau tudung saji sebelum dijemur



Gambar 2 : Proses penganyaman *sange* atau tudung saji setelah dijemur

1. Teknik Pembuatan Sange

1. Langkah pertama adalah menganyam daun nipah untuk dijemur hingga kering, dianyam hingga berbentuk persegi. Penjemuran dilakukan agar daun bisa bertahan lama.
2. Setelah proses penjemuran, daun nipah dipotong dan dibersihkan ujungnya hal ini dilakukan agar dapat membentuk kerangka *sange*.
3. Sesudah itu, dilakukanlah proses penganyaman daun pertama, kedua, dan seterusnya hingga terbentuk lingkaran anyaman.
4. Dalam proses penganyaman menjadi bentuk kerangka *sange* tidak ada batasan berapa pasang daun nipah yang diperlukan, hanya disesuaikan hingga tidak terdapat rongga. Begitu juga dengan ukuran daun disesuaikan dengan seberapa besar ukuran *sange* yang akan dianyam. Berikutnya daun ketiga dimasukkan diantara daun yang pertama serta kedua dari atas ke dasar, daun nipah keempat dimasukkan dari dasar ke atas.
5. Langkah berikutnya menjahit anyaman dengan menggunakan ikatan plastic. Buat sebuah *sange* umumnya terdapat 3 (tiga) tingkatan

lingkaran jahitan. Anyaman bisa dilanjutkan untuk dijahit pada lingkaran kedua serta ketiga.

6. Tahap berikutnya pemasangan *giet Sange* (ujung *Sange*), pemasangan *giet* ini dengan memakai bambu kering yang sudah dipotong serta dibangun melingkar, *giet* yang sudah dibangun melingkar dijahit memakai ikatan plastic.

2. Pembuatan Motif

Setiap karya yang dibuat oleh manusia memiliki makna dan filosofi serta keunikan-nya masing-masing, seperti halnya *sange* yang terdiri dari berbagai bentuk, ukuran dan motif yg berbeda beda. *Sange* khas Lamtui memiliki motif yang sangat beragam sesuai dengan permintaan dan kreasi dari perajin *sange*. Namun ada beberapa motif utama khas Aceh yang terdapat pada tudung saji hias tersebut, yakni:

a. Pintoe Aceh,

Motif ini sangat sering dijumpai di Aceh karena motif ini telah menjadi ikon utama Aceh, sehingga motif ini banyak diminati oleh pembeli.

b. Bungong jeumpa,

Bungong jeumpa atau bunga cempaka bagi masyarakat Aceh adalah lambang semangat dan keindahan daerah Aceh, bungong jeumpa juga dijadikan sebuah lagu daerah Aceh yang berisi tentang keindahannya.

c. Bungong seulanga

Bunga seulanga adalah sudah menjadi identitas Aceh sejak zaman dahulu, bahkan Wanita Aceh dikenal dengan istilah seulanga. Seulanga adalah sebuah bunga yang memiliki keharuman yang kental dan khas, pada upacara baik itu upacara pernikahan ataupun upacara adat bunga seulanga memiliki peran penting sebagai pemberi keharuman.

Sebagai karya seni terapan, tudung saji khas Lamtui ini berfungsi sebagai penutup makanan yang digunakan untuk kebutuhan adat istiadat seperti dalam upacara *peusijek*, *tueng dara baroe*, Maulid Nabi dan lain sebagainya. *Sange* tersebut digunakan turun-temurun oleh masyarakat Aceh.

Teknik yang digunakan dalam menghias *sange* yaitu teknik sulam tangan dan teknik melekatkan benang. Proses menghias *sange* terdiri dari beberapa tahap yaitu: pembuatan pola, menjiplak pola, menggambarkan motif langsung pada *sange*,

pemasangan payet sesuai dengan motif, dan pemasangan renda pada pinggiran *sange*. *Sange* terbuat dari kain beludru pada bagian luar dan kain asiantex pada bagian dalam.



Gambar 3 : Proses Menghias *Sange* atau Tudung Saji

3. Pemasaran *Sange*

Teknik pemasaran *sange* dapat dikatakan masih sangat sederhana masyarakat sebagai perajin *sange* di gampong Lamtui ini bekerja sama dengan agen-agen *sange* yang bertugas sebagai distributor *sange* kepada konsumen. Agen-agen *sange* ini memiliki peranan penting dalam proses pemasaran *sange*, dimana agen-agen *sange* inilah yang menjembatani pemesanan *sange* dari konsumen kepada produsen *sange*.

Agen-agen *sange* adalah masyarakat gampong Lamtui yg berprofesi sebagai pedagang, *sange* buatan khas gampong Lamtui ini dibawa oleh mereka ke pusat-pusat perdagangan, setiap agen-agen *sange* memiliki pasarnya sendiri dalam menjualkan *sange*, mereka menjalin kerja sama dengan toko pusat oleh-oleh khas Aceh dan juga toko kerajinan tangan yang berada di Banda Aceh, Meulaboh, Lhokshemauwe bahkan hingga Surabaya.

Proses produksi *sange* akan dilakukan apabila ada pemesanan dari konsumen, calon pembeli melakukan pemesanan dengan menghubungi agen-agen *sange*, dan agen *sange* kemudian akan menghubungi perajin *sange* untuk membuatkan *sange* sebanyak permintaan. Dalam proses *sange*, awal produksi hingga sampai ke tangan konsumen adalah kerja sama dari masyarakat. Setiap masyarakat memiliki keahlian dalam pembuatan tudung saji hias atau *sange*, akan tetapi proses pembuatan *sange* akan dibagi menjadi beberapa tugas, sebagian masyarakat bertugas menganyam nipah. Sebagian masyarakat lainnya bertugas menjahitkan *sange* dan menghias *sange* dengan motif-motif *sange* khas gampong Lamtui, dan beberapa masyarakat bertugas sebagai distributor *sange*.



Gambar 4 : Pelatihan Pembuatan Marketplace

Pemasaran yang tepat sangat berpengaruh bagi keberhasilan pengembangan sange khas Lamtui ini, di masa digital teknologi yang berkembang saat ini perlu dilakukan inovasi agar tudung saji hias ini bisa lebih berkembang dan dikenal oleh masyarakat luas sehingga pemesanan *sange* akan terus meningkat. Agar produk khas *gampong* Lamtui ini lebih dikenal dan lebih berkembang maka *sange* harus lebih dipopulerkan melalui *Digital Marketing* dan *sange* tidak hanya di pasarkan melalui cara yang sudah ada akan tetapi *sange* juga harus dipasarkan melalui *Marketplace* berupa *Shopee*, *Lazada*, *Instagram* dan *marketplace* lainnya hal ini bertujuan untuk memperbanyak calon pembeli dan memperluas informasi tentang *Sange* hingga menembus pasar global.⁶

4. Revitalisasi Sange

Pada pengabdian kali ini, kami ingin menggunakan konsep revitalisasi pada tudung saji atau *Sange* pada pemasarannya. Konsep revitalisasi pada *sange* bertujuan agar dapat mengembangkan kembali *Sange gampong* Lamtui menjadi lebih modern.

Pada pemasaran, kami memberikan pelatihan berupa digital marketing kepada pengrajin *sange* bahkan agen-agen *sange*. Seperti yang dijelaskan di atas bahwa teknik pemasaran *sange* di *gampong* Lamtui masih dikatakan sederhana yang bagaimana para pengrajin masih menjual *sange*-nya ke agen-agen, sedangkan di era revolusi 5.0 teknik yang digunakan sudah digitalisasi semua. Sehingga pelatihan ini sangat diperlukan agar ruang lingkup pemasaran *Sange* di *gampong* Lamtui lebih luas, dan efisien.

⁶ rahmatul Jannatin Naimah et al., "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM," *Jurnal IMPACT: Implementation and Action* 2, no. 2 (2020): 39, <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>.

C. Simpulan

Proses pembuatan *sange* masih dilakukan dengan cara manual yang diproduksi di masing-masing rumah masyarakat secara berkelompok. Diproduksi sesuai dengan permintaan dari konsumen, biasanya permintaan meningkat pada hari-hari tertentu seperti maulid Nabi Besar Muhammad Saw. dan perayaan lainnya. Proses pembuatannya terdiri dari pengeringan daun nipah, merakit kerangka berbentuk kerucut, menjahit kain, menjahit motif dan finishing dilapisi plastik.

Motif-motif yang digunakan dalam menghias *sange* adalah motif *pintoe Aceh*, *bungong jeumpa* dan *bungong seulanga*. Motif yang banyak peminat yaitu motif *pintoe Aceh* karena mengandung unsur keasrian Aceh dan ciri khas dari Aceh. Teknik yang digunakan dalam menghias *sange* yaitu teknik sulam tangan dan teknik melekatkan benang. Proses menghias *sange* terdiri dari beberapa tahap yaitu: pembuatan pola, menjiplak pola, menggambarkan motif langsung pada *sange*, pemasangan payet sesuai dengan motif, dan pemasangan renda pada pinggiran *sange*.

Pemasaran yang dilakukan perajian *sange* masih sangat sederhana yakni para perajin bekerja sama pihak distributor kepada konsumen. Agen-agen *sange* memiliki peranan penting dalam proses pemasaran *sange*, dimana agen-agen *sange* inilah yang menjembatani pemesanan *sange* dari konsumen kepada produsen *sange*.

Revitalisasi yang dikonsepsikan pada bagian pemasaran yakni dengan menggunakan *Digital Marketing*. *Sange* tidak hanya di pasarkan melalui cara yang sudah ada akan tetapi *sange* juga harus dipasarkan melalui *Marketplace* berupa *Shopee*, *Lazada*, *Instagram* dan *marketplace* lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Angklung, Musik, Pendidikan Karakter, and Anak Usia Dini. "Revitalisasi Budaya Melalui Permainan Angklung Untuk Menunjang Pendidikan Karakter Anak Usia Dini," 2020.
- Budaya, Busana D A N, Kecamatan Banda, and Raya Banda. "Busana Dan Budaya" 1 (n.d.): 41–54.
- Fithri, Cut Azmah, Soraya Masthura Hassan, and Erna Muliana. "Pelatihan Pembuatan Tudung Saji (Sange) Untuk Peningkatan Ekonomi Di Gampong Kutablang Kota Lhokseumawe" 5, no. 2 (2021): 150–56.

Hermawan Anggi, S. Diplomasi Indonesia Dalam Mempromosikan “Wonderfull Indonesia” Di Asia Tenggara Tahun 2013-2018. *Kajian Hubungan Internasional* Vol 1. 02. 2022.

Naimah, Rahmatul Jannatin, Muhammad Wahyu Wardhana, Rudi Haryanto, And Agus Pebrianto. “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM.” *Jurnal IMPACT: Implementation and Action* 2, no. 2 (2020): 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>.

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2001.