

ARTIKEL ILMIAH
STRATA 1 (S1)

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA
PROMOSI JAJAN LAPIS KARET DESA DAUH PALA
TABANAN BALI**



PRIMA NOVANDO PEK
2011 06 082
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Denpasar, Bali, Indonesia
Email : primanovando92@gmail.com

ABSTRAK

Judul:
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
SEBAGAI SARANA PROMOSI JAJAN LAPIS KARET
DESA DAUH PALA TABANAN BALI

Oleh:
Prima Novando Pek
2011 06 082

Jajanan merupakan salah satu komponen penting khususnya di Bali, begitu juga dengan jajan lapis karet desa Dauh Pala Tabanan Bali, bukan saja karena jajan lapis karet memiliki rasa dan penampilannya yang unik, melainkan jajanan ini sangat erat hubungannya dengan tradisi dan budaya masyarakat timur. Menurut bapak Sien Lik jajan lapis karet mulai dipasarkan pada tahun 1992, berawal dari menjual jajanan bakpao yang tidak bertahan lama, kemudian bapak Sien Lik memulai untuk berdagang jajan lapis karet. Jajan lapis karet sendiri merupakan julukan yang diberikan oleh masyarakat Tabanan, dikarenakan jajan lapis milik bapak Sien Lik memiliki kekenyalan yang mirip dengan karet gelang, dikarenakan bahan dasar untuk membuat jajan lapis karet menggunakan tepung sagu

Metode yang digunakan untuk proses perancangan terdiri dari metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari data yang diperoleh kemudian dianalisa menggunakan metode analisis SWOT.

Target sasaran yang diinginkan yaitu remaja dan dewasa (remaja 15-25 tahun) & (dewasa 26-50 tahun), lokasi pengambilan objek kasus, dan peranan jajanan di desa Dauh Pala Tabanan, maka strategi yang digunakan dalam mempromosikan jajan lapis karet ini adalah dengan menggunakan media sosial (Internet) dan beberapa media pendukung sebagai sarana promosi jajan lapis karet ini.

Untuk itu desainer berperan dalam perancangan media promosi jajan lapis karet melalui media komunikasi visual yang efektif dan inovatif dengan konsep perancangan *nature and modern*.

Media yang dibuat untuk mempromosikan jajan lapis karet desa Dauh Pala Tabanan ini antara lain Logo, *Packaging*, *Paper Bag*, X-Banner, Celemek, Etalase, *T-Shirt*, Mug, *Web Banner*, dan Katalog Karya yang tentunya beracuan dengan konsep perancangan *nature and modern* pada desain media untuk mempromosikan jajan lapis karet yang dikemas dengan menggunakan ilustrasi fotografi, goresan tangan, dan ilustrasi gabungan sehingga mampu menarik minat audens.

Kata Kunci : Jajanan, Lapis Karet Tabanan, dan Desain Komunikasi Visual.

ABSTRACT

Title:

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
SEBAGAI SARANA PROMOSI JAJAN LAPIS KARET
DESA DAUH PALA TABANAN BALI

By:

Prima Novando Pek
2011 06 082

Snacks is one of the important component especially in Bali, so is Lapis Karet from Dauh Pala Village, Bali, Tabanan, not only because Lapis Karet own a unique flavour and appearance, except for this snack has very tight relations with tradition and east people culture. According to Mr. Sien Lik, Lapis Karet start to be marketed at year 1992, began from selling bakpao that last not for long, then Mr Sien Lik started to selling Lapis Karet. Lapis Karet itself is a shortname that given by Tabanan's people, because of Mr. Sien Lik's Lapis Karet has a springiness that like rubberband, because basic ingredient to make Lapis karet used sago flour.

Method that been used for design process conclude from observation method, interview, and documentation. From the collected data then being analysed by using SWOT analysis method.

From the target who from 15 to 50 years old, location of the case, and snacks role in Dauh Pala Village, Tabanan, the strategy that is used to promoting Lapis Karet is using social media and some support media as promotion media for this Lapis Karet. For that designer play a role in designing promotion media of Lapis Karet through effective and innovative visual communication media with nature and modern design concept.

Media that designed to promote Lapis Karet Dauh Pala Village, Tabanan are logo, packaging, paper bag, x-banner, apron, display window, T-shirt, mug, web banner, and catalog that of course use nature and modern design concept as the basic on media design to promote Lapis Karet that packed by using photographic illustration, free hand, and combination illustration so that able to attract audience's attention.

Key words : Snacks, Lapis Karet Tabanan, and Visual Communication Design.

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA PROMOSI
JAJAN LAPIS KARET DESA DAUH PALA
TABANAN BALI**

Prima Novando Pek

2011 06 082

Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Denpasar, Bali, Indonesia

Email : primanovando92@gmail.com

LATAR BELAKANG

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA PROMOSI JAJAN LAPIS KARET DESA DAUH PALA TABANAN BALI

Menurut warga Tionghua, Tabanan dulunya menggunakan jajan lapis sebagai persembahan di Kelenteng (tempat ibadah) yang menurut kepercayaannya memiliki arti/harapan agar bisa mendapatkan rejeki yang berlapis-lapis. Sedangkan menurut warga asli tabanan jajan lapis dulunya digunakan sebagai persembahan kepada para dewa (Pelinggih). Namun makna jajan lapis sebagai persembahan seiring waktu mulai ditinggalkan dan mulai digunakan untuk konsumsi sehari-hari dan sering digunakan sebagai buah tangan bagi masyarakat yang datang untuk berkunjung sesaat ke kota Tabanan.

Menurut bapak Sien Lik jajan lapis karet mulai dipasarkan pada tahun 1992, berawal dari menjual jajanan bakpao yang tidak bertahan lama, kemudian bapak Sien Lik memulai untuk berdagang jajan lapis karet. Jajan lapis karet sendiri merupakan julukan yang diberikan oleh masyarakat Tabanan, dikarenakan jajan lapis milik bapak Sien Lik memiliki kekenyalan yang mirip dengan karet gelang, dikarenakan bahan dasar untuk membuat jajan lapis karet menggunakan tepung sagu, santen, gula aren, garam, dan pewarna alami (daun kayu sugih), dan untuk rasa menggunakan bahan dasar daun pandan dan bubuk biji coklat dan kopi yang dijadikan satu adonan dengan kukusan selama 90 menit, dan didinginkan selama 30 menit dan masuk proses pemotongan menggunakan pisau plastik. Jajanan dijual dengan harga Rp 1.200/biji dan Rp 6.000 untuk 1 kotak jajan lapis karet dengan isi 5 buah.

Jajanan merupakan salah satu komponen penting khususnya di Bali, yang erat hubungannya dengan tradisi dan budaya masyarakat timur. Sebagian *local wisdom* (kearifan setempat) yang hilang atau tercecer dalam kaitannya dengan jajanan ini banyak jenis jajan pasar yang sulit untuk ditemukan lagi, berdasarkan keterangan masyarakat Tabanan popularitas jajan lapis karet mulai menurun dikarenakan kehadiran jajanan yang lebih modern seperti contoh jajan pai susus asli, dan pia legong. Hal tersebut menjadi salah satu

alasan pada perancangan ini, yaitu untuk kembali meningkatkan popularitas Jajan Lapis Karet di tengah masyarakat Bali khususnya masyarakat Tabanan.

Rumusan Masalah

- 1) Media komunikasi visual apa yang komunikatif dan efektif untuk mempromosikan jajan lapis karet desa Dauh Pala Tabanan, Bali?
- 2) Bagaimana merancang media komunikasi visual yang komunikatif dan efektif sebagai sarana promosi jajan lapis karet desa Dauh Pala Tabanan, Bali.

Batasan Masalah

Ruang lingkup permasalahan dibatasi pada konsep desain, proses desain dan perwujudan dari media penunjang promosi sebagai contoh yang digunakan sebagai sarana promosi jajan lapis karet sesuai dengan disiplin ilmu desain komunikasi visual.

Tujuan

Tujuan dari perancangan ini diharapkan dapat mengembangkan wawasan berfikir sehingga mampu dan mengetahui media promosi yang efektif dan inovatif dalam mempromosikan jajan lapis karet desa Dauh Pala, Tabanan, Bali khususnya kalangan remaja dan dewasa di Tabanan.

Metode Perancangan

Adapun langkah-langkah berupa metode pengumpulan data dan kemudian metode analisa data yang digunakan yaitu proses desain menggunakan metode pengumpulan data berupa teks, dokumen, hasil wawancara yang ditemukan di lapangan selama penelitian dilakukan metode ini dibedakan berdasarkan sumbernya yaitu data primer dan sekunder.

Data Aktual

Adapun data-data mengenai teori-teori perancangan media komunikasi visual yang akan diterapkan berhubungan dengan pengerjaan tugas akhir ini adalah data-data ilmiah yang bisa dipertanggung jawabkan berasal dari sumber yang berkompeten.

Prinsip Desain Komunikasi Visual

Prinsip-prinsip desain ini nantinya digunakan sebagai patokan dalam memberikan penilaian terhadap alternatif desain yang dibuat untuk menentukan desain yang terbaik. Adapun prinsip-prinsip desain komunikasi visual yaitu, Prinsip Keseimbangan (*Balance*), Prinsip Ritme/Irama (*Rhythm*), Proporsi, Prinsip Kesatuan (*Unity*).

Aspek Teknis Perwujudan

Pada teknik perwujudan ini untuk menghasilkan media yang akan diwujudkan, harus melalui tahap atau proses cetak. Dalam hal ini proses cetak pada keseluruhan media menggunakan teknik cetak digital *print*.

Teori Pendukung Kasus

Dalam perancangan penulis menggunakan teori persepsi komunikasi dalam mempromosikan jajan lapis karet desa Dauh Pala Tabnan, Bali untuk mendukung kasus yang diangkat.

Teori persepsi dalam komunikasi menjelaskan bahwa dalam proses persepsi dilalui dengan 3 tahap, yaitu seleksi stimulus, organisir, dan interpretasi. Tahapan ini penting untuk mengetahui bagaimana visual diterima dan diterjemahkan oleh audiens. (Liliweri, 2015:226-232). Yang meliputi proses Seleksi, Organisir, dan Interpretasi.

Data Lapangan / Faktual

Data faktual merupakan data yang diperoleh berdasarkan kenyataan yang ada di lapangan atau berdasarkan dilapangan yang sebenarnya. Data ini digunakan sebagai materi dan sample untuk merancang.

Nama Obyek

Dalam penyusunan Skripsi Karya Studio ini judul yang diangkat adalah “Desain Komunikasi Visual Sebagai Sarana Promosi Jajan Lapis Karet Desa Dauh Pala Tabanan Bali”.

Pengelola

Jajan lapis karet Tabanan dikelola oleh Bapak Sien Lik yang merupakan warga desa Dauh Pala yang berwira usaha dengan membuka rumah produksi jajan lapis karet.

Potensi Kasus

Melihat pangsa pasar jajan lapis karet yang terjadi di Tabanan Bali sudah mulai dilupakan oleh masyarakat Bali karena banyak jajanan yang instan dan modern mulai tersebar, oleh karena itu jajan lapis karet perlu di promosikan kembali karena jajan lapis karet adalah asset yang berharga untuk desa Dauh Pala Tabanan Bali.

Sintesa

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap data hasil penelitian maka dapat diketahui bahwa media yang digunakan untuk mempromosikan jajan lapis karet masih sangat kurang dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dikarenakan media yang dimiliki jajan

lapis karet hanya memiliki packaging yang kurang menarik, dan identitas yang berkesan jajan lapis terbuat dari bahan karet gelang karena ilustrasi yang digunakan menggunakan ilustrasi karet gelang. Untuk itu guna mencapai tujuan yang diinginkan maka dirancang beberapa media komunikasi visual yang lebih inovatif dan efektif sehingga mampu untuk menjaga popularitas jajan lapis karet. Maka pada sintesa dapat diperoleh sebagai berikut : Media, Ilustrasi, Warna, Teks, Huruf, Teknik Cetak, dan Analisis Wawancara.

Konsep Desain

Sebuah konsep Konsep adalah ide utama suatu desain untuk mengkomunikasikan suatu strategi desain secara visual (Marianne & Sandra 2007:194). Konsep akan menggambarkan prespektif segar atau pendekatan radikal dalam perancangan sebuah desain agar tampak menonjol di dalam suatu kategori. Adapun nantinya desain yang disebarluaskan sehingga dapat dinikmati oleh orang banyak dengan memperhatikan konsep perancangan tersebut, sehingga nantinya tidak keluar dari tujuan perancangan. Konsep dasar perancangan sesungguhnya bisa juga disebut “perancangan” atau planning (Sanyoto, 2005 : 61).

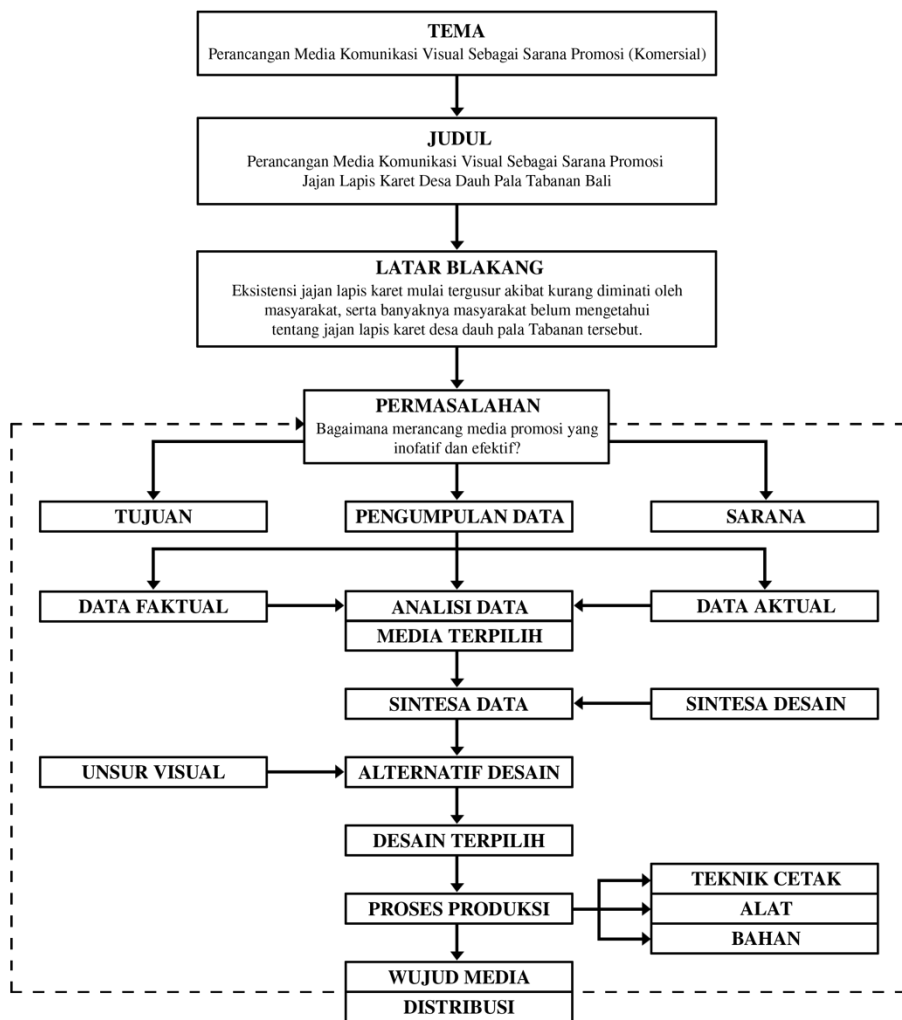
Untuk dapat menarik minat sasaran yang dituju serta pesan yang disampaikan mudah dimengerti (Singkat, Padat, dan Jelas), adapun konsep dasar perancangan media komunikasi visual sebagai sarana promosi jajan lapis karet desa Dauh Pala Tabanan ini adalah *nature and modern*. *Nature* yang dimaksud adalah menggunakan ilustrasi fotografi jajan lapis karet yang dapat mempengaruhi individu melakukan penilaian terhadap Stimulus (informasi) yang diterima. *Modern* yang dimaksud adalah modern dalam pengemasan tiap media yang dibuat, contoh dalam media packaging menggunakan bahan material yang baru, lebih kuat, tahan lama dan mudah untuk dibuka.

Skema Proses Perancangan

Dengan tema perancangan media komunikasi visual sebagai sarana promosi (komersial), judul yang dipilih adalah Desain Komunikasi Visual sebagai Sarana Promosi jajan lapis karet desa Dauh Pala Tabanan Bali. Hal yang melatar belakangi judul tersebut adalah jajan lapis karet mulai terdusur akibat kurang diminati oleh masyarakat, serta masih ada masyarakat yang belum mengetahui apa dan bagaimana jajan lapis karet tersebut. Permasalahan yang muncul dan harus dipecahkan oleh desainer adalah bagaimana merancang media promosi yang inovatif dan efektif untuk mempromosikan jajan lapis karet tersebut. Melalui permasalahan tersebut akan didapatkan tujuan dan sasaran. Selain hal tersebut, untuk

mendukung pemecahan masalah maka diperlukan data-data yang ada di lapangan berupa data aktual dan data faktual.

Dari data faktual dan data aktual dilapangan kemudian digabungkan lalu dianalisa sehingga menghasilkan media terpilih dan sintesa terhadap analisis data tersebut, dengan menggabungkan kriteria desain dan unsur visual pada desain komunikasi visual maka akan menghasilkan alternatif desain. Dari alternatif yang ada dilakukan penilaian sehingga mendapat desain terpilih. Desain terpilih ini kemudian melalui proses produksi dengan menggunakan teknik cetak, alat dan bahan yang sesuai dengan desain yang ingin diwujudkan. Setelah media diwujudkan, media akan di distribusikan kepada target audiens.



Keterangan gambar :

- > Hubungan Langsung
- - - - -> Hubungan Tak Langsung/Feedback

Gambar : Skema Proses Perancangan (Dokumen Pribadi)

Panduan Media

Panduan Media merupakan alasan untuk melakukan pemilihan media dengan tujuan media yang digunakan dalam mempromosikan jajan lapis karet diharapkan mampu memberikan informasi kepada khalayak sasaran tentang keberadaan jajan lapis karet. Media yang akan digunakan adalah media lini bawah (*below the line*) dan media lini atas, diantaranya adalah sebagai berikut:

- Media Lini Bawah

Media Lini Bawah adalah kelompok media promosi yang tidak memerlukan media luar ruang, artinya dalam hal ini tidak melibatkan pemasangan iklan di media komunikasi massa dan tidak memberikan komisi kepada perusahaan iklan. Yaitu media yang terdiri dari media seperti *direct mail*, *exhibition* (pameran), kalender, agenda, *gift* (tanda mata) (Santosa, 2002:16).

Logo

Logo merupakan tanda pengenal yang tetap dari perusahaan atau institusi maupun sebuah produk, dibuat secara singkat, sederhana dan komunikatif dengan menggunakan huruf dan gambar (Pujiriyanto, 2005:40).

Packaging

Sebuah bahan yang digunakan untuk membungkus atau melindungi bahan (Alex Ma, 2002 : 125).

Paper Bag

Paper bag adalah tas (biasanya jinjing) yang terbuat dari kertas daur ulang yang ramah lingkungan. Biasanya, bahan kertas yang digunakan adalah kertas ivory. Paper bag promosi, adalah paper bag yang didalamnya dicetak logo perusahaan/materi iklan untuk promosi. (<http://percekakancera.blogspot.co.id/2013/06/percekakan-paper-bag-untuk-promosi.html>).

X-Banner

Media komunikasi grafis yang dibuat dari kertas dan dipasang dengan direntangan dengan plastik yang berbentuk X sebagai penyangga (Pujirianto, 2005: 22).

Celemek

Media yang berbentuk sepotong kain atau kulit yang biasa digunakan untuk menutup badan bagian depan agar pakaian tidak kotor atau rusak. Celemek/Apron biasa digunakan oleh

juru masak, dokter, pekerja laboratorium. (<http://arti-definisi-pengertian.info/pengertian-arti-apron/>).

Etalase

Etalase adalah sebutan untuk lemari, kotak, atau rak berkaca yang dipakai untuk tempat memamerkan berbagai barang, seperti benda seni di galeri, benda antik di museum atau barang dagangan di toko (<http://wikiperia.org/wiki/Etalase>, 3 Oktober 2015).

T-Shirt

T-Shirt atau kaos adalah media komunikasi grafis yang dicetak di atas kain katun atau TC (Pujiriyanto, 2005:28).

Mug

Mug adalah tipe alat minum sejenis cangkir yang umumnya digunakan untuk meminum minuman panas, seperti kopi, teh, atau coklat panas. Mug memiliki pegangan dan mampu menampung sejumlah fluida yang lebih banyak dari jenis alat minum lainnya. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Mug>).

Digital Flyer

Digital flyer adalah iklan yang dipakai di jaringan internet. Bentuk iklan daring ini biasanya merupakan bagian dari suatu halaman web yang dipakai untuk menarik perhatian penjelajah supaya mengunjungi situs web yang dimaksud. Spanduk ini biasanya dibuat menggunakan format gambar (JPG, GIF, PNG), skrip Java dan objek multimedia lainnya. (http://www.morphousmedia.com/index.php?option=com_content&task=view&id=38&Itemid=1, 3 Oktober 2015).

Katalog Karya

Katalog merupakan media komunikasi grafis berbentuk buku yang di dalamnya berisi aneka jenis produk, harga, formulasi dan cara penggunaannya (Pujiriyanto 2005:20). Katalog karya berisikan penjelasan dari tiap karya dan media yang dibuat.

- Media Lini Atas

Menurut Sigit Santoso, advertising guide book, 2002 mendefinisikan pada awalnya, iklan above the line jauh lebih dominan, iklan jenis ini dikuasai oleh lima media yang berhak mengatur pengakuan dan pembayaran komisi kepada biro-biro iklan, yakni pers (koran dan majalah), radio, televisi, dan lembaga jasa iklan luar ruang (outdoor).

Iklan Majalah

Iklan majalah adalah media komunikasi grafis yang dipasang pada majalah dan dibuat sesuai dengan kolom yang ada pada majalah tersebut. Lama penayangan relative lama. Unsur-unsur yang dipergunakan adalah warna, teks, gambar, dengan informasi yang dibuat secara rinci. (Pujiriyanto, 2005 : 21).

VISUALISASI DESAIN

LAPIS KARET

100% TABANAN



KESIMPULAN

Setelah melewati proses pengamatan dan penelitian pada studi kasus Desain Komunikasi Visual Sebagai Sarana Promosi Jajan Lapis Karet Desa Dauh Pala, Tabanan, Bali, maka berdasarkan uraian bab-bab diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kesimpulan

- Media-media yang efektif untuk mempromsikan jajan lapis karet desa Dauh Pala Tabana, Bali adalah media *Logo* sebagai indentitas dari jajan lapis karet dan beberapa media lini bawah dan media lini atas. Media lini bawah seperti *Packaging, Paper Bag, Mug, X-Banner, Digital Flyer, Celemek, T-Shirt, Display Booth*, dan *katalog Karya*. Untuk media lini atas hanya menggunakan media *Iklan Majalah*
- Untuk merancang media promosi yang sesuai dengan kreteria desain maka diperlukan sebuah konsep perancangan media yang didasari oleh teori-teori desain. Pada proses perancangan ini, konsep *natural and modern taste* dipakai sebagai acuan dalam penyampaian pesan yang diterapkan disetiap desain. berdasarkan konsep dasar perancangan tersebut, diwujudkan suatu media yang inovatif dan efektif sebagai sarana promosi jajan lapis karet desa Dauh Pala, Tabanan Bali.

Saran

- Untuk mencapai hasil yang maksimal diharapkan dalam proses desain komunikasi visual memperhatikan konsep desain, unsur-unsur visual desain dan prinsip dasar desain.

Dalam pemilihan media komunikasi visual sebagai media promosi sebaiknya mengacu pada kebutuhan sasaran terhadap media dan efektifitas media dalam menjangkau sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, 2008, Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Sarana Kampanye Hidup Sehat Dengan Minuman Tradisional Loloh Bali. Pengantar Karya Tugas Akhir yang belum diterbitkan.
- Alwi, Hasan. 2011. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*. Jakarta: P.N. Balai Pustaka.
- Anggraini, Lia dkk. 2014. *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Agus, Sunyoto. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Badan Penerbit IPWI.
- Arikunto, Suharsimi. (2006) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Bandung: Rineka Cipta.
- Alex MA. *Kamus. Ilmiah Populer Kontemporer*. Surabaya: Karya Harapan. 2002
- Dameria, Anne. 2007. *Color Basic Panduan Dasar Warna untuk Desainer dan industri Grafika*. Jakarta : Link Match Graphic.
- Daryanto. 1986. *Pengetahuan Praktis Bagi Pustakawan*. Malang: Binacipta.
- Nengah Sudika. 2013. *Aspek Ergonomi Huruf Pada Papan Nama Isola Bar And Restaurant di Sanur*. Documentation. ISI Denpasar.
- Hendratman, Hendi. 2014. *Computer Graphics Design*. Bandung: Informatika.
- Hariwijaya, M. dan Triton P.B., 2008. *Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal dan Skripsi*. Yogyakarta: Oryza.
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Liliweri, Alo. 1997. *Komunikasi Antar Personal*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti. Dameria 2007.
- Moleong, Lexy. J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosadakarya.
- Marianne Rosner Klimchuk, & Sandra A. Krasovec. (2007). *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Cetakan Pertama. Penerbit Ghalia Indonesia.

Jakarta.

Nurmianto, Eko (2004) Ergonomi : *Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Guna Widya, Surabaya.

O. Winardi, Manajemen Pemasaran, Sinar Baru, Bandung, 1981.

Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Rustan, Surianto. 2013. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rustan, Surianto. 2014. *Huruf, Font dan Tipografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rustan, Surianto. 2014. *Lay Out Dasar Dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Santosa, Sigit. 2002. *Advertising Guide Book*. Jakarta: PT Tarsito.

Usman Sunyoto. 2004. "Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat", Yogyakarta, Pustaka Pelajar

Sarwono, Jhonatan & Lubis, Harry. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Pustakatama.

Supriyono, Rachmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta. Andi.

Sudika & Udayana. 2009. *Buku Ajaran Ilustrasi I*.

Suharsimi, Arikunto. 2005. *Manajemen Penelitian*, edisi Revisi. Jakarta : Rineka Cipta

Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

Tinarbuko, Sumbo. 2015. *Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: PT Buku Seru.

Wells, Moriarty., dan Burnett. (2006), *Advertising: Principles and Practice*, 7th, Prentice Hal, New Jersey