

VISUAL IDENTITY KUE BROWQIES SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI KOTA MALANG

Pinky Diah Mayangsari¹, Faldi Hendrawan S.Pd., M.A^{2*}

¹Desain Komunikasi Visual / Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

²Desain Komunikasi Visual / Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

¹pinkydiah02@gmail.com, ²faldi.kobe@asia.ac.id

*Penulis Korespondensi

ABSTRAK

Browqies yaitu kue brownies yang bertopping coklat lumer di atasnya. Browqies ini merupakan kue bertekstur lembut dan padat, berwarna coklat kehitaman dan memiliki rasa khas coklat. Namun, hingga bertahun-tahun produk ini belum banyak dikenali oleh konsumen. Ternyata hal tersebut karena kurangnya media promosi yang dibangun oleh produk browqies. Solusi yang ditawarkan pada penelitian ini adalah perancangan *Visual Identity* sebagai media promosi produk Kue Browqies. Dimana *visual identity* adalah sistem komunikasi visual yang membentuk identitas/kepribadian dari suatu perusahaan, lembaga, maupun produk. Hasil pengujian dengan metode pengisian angket dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa dari sepuluh target pembeli setuju dengan perancangan *Visual Identity* mampu memberikan nilai kepercayaan serta menarik konsumen untuk membeli produk dengan adanya kemasan, dan media promosi seperti poster, flyer, x-banner dan media alternatif yaitu merchandise.

Kata Kunci: *Visual Identity, Browqies, Kota Malang.*

ABSTRACT

Browqies are brownies topped with melted chocolate on top. Browqies is a cake with a soft and dense texture, dark brown in color and has a distinctive chocolate taste. However, for many years this product has not been known by consumers. It turns out that this is due to the lack of media promotion built by the browqies product. The solution offered in this research is the design of Visual Identity as a promotional medium for the Browqies Cake product. Where visual identity is a visual communication system that forms the identity/personality of a company, institution, or product. The results of testing with alternative methods of filling out questionnaires in this study showed that out of ten buyers who agreed with the Visual Identity design, they were able to provide a value of trust and attract consumers to buy products with packaging, and promotional media such as posters, flyers, x-banners and media, namely merchandise.

Keywords: *Visual Identity, Browqies Malang City.*

PENDAHULUAN

Brownies merupakan kue bertekstur lembut dan padat, berwarna coklat kehitaman dan memiliki rasa khas coklat. Olahan makanan yang satu ini banyak digemari oleh masyarakat, baik dari kalangan anak-anak, remaja, maupun orang tua dikarenakan dominan rasa coklatnya yang lezat dan teksturnya yang lembut. Usaha brownies saat ini merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh sebagian masyarakat guna menunjang kebutuhan hidup yang semakin hari semakin kompleks dan banyak tantangannya di era globalisasi ini. Para pengusaha kuliner ini cukup bersaing dalam hal kebaruan dan strategi penjualan yang menarik.

Browqies ini kurang dalam hal berpromosi. Pembeli yang sebagian besar rekan dari pemilik mengetahui produk Browqies hanya dari pemilik yang berpromosi hanya dari mulut ke mulut. Usaha Browqies ini memiliki tujuan dalam mengembangkan usahanya tetapi dalam dunia pemasaran persaingan sesuatu hal yang harus dihadapi, karena persaingan dalam dunia bisnis merupakan sesuatu yang wajar. Persaingan tidak selalu memberikan dampak negative, tapi dapat meningkatkan produktifitas. Untuk dapat bersaing, pihaknya harus melakukan inovasi untuk meningkatkan kualitas produk, membangun brand dalam pemasaran. Hal-hal itulah yang menjadi kunci untuk memenangkan persaingan. Kurangnya media pemasaran menyebabkan kurangnya pembeli / konsumen. Saat ini banyak media promosi yang mudah dalam menyampaikan pesan kepada konsumen yang dapat digunakan sebagai cara promosi, seperti hal nya Brosur, Poster, Banner, dan Internet. Usaha Kue Browqies ini tidak memiliki media promosi dalam bentuk cetak namun hanya memanfaatkan internet untuk berjualan yakni feeds instagram. Maka upaya yang perlu dilakukan oleh Browqies ini agar dapat menjalankan pemasaran secara efektif serta agar dapat kompetitif dan berkembang dalam persaingan di industri makanan saat ini adalah dengan melakukan

adanya perancangan *Visual Identity* seperti media promosi lainnya, membuat banner, poster, flyer, kemasan, dan kartu nama sebagai pengingat konsumen terhadap usaha Browqies ini.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari luar lingkup objek penelitian. Data sekunder yang dibutuhkan untuk perancangan adalah informasi mengenai dunia food and baverage dan desain yang cocok untuk makanan.

Rumusan Masalah

Bagaimana membuat Visual Identity Kue Browqies sebagai media promosi kepada konsumen?

Tujuan Perancangan

Membuat Visual Identity Kue Browqies sebagai media promosi.

Data yang Dibutuhkan

Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lokasi objek perancangan. Data primer yang dibutuhkan adalah product knowledge dari kue browqies dan faktor yang membuat target audience ingin membeli kue browqies.

Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari luar lingkup objek penelitian. data sekunder yang dibutuhkan untuk perancangan adalah informasi mengenai desain yang sesuai untuk produk makanan.

Metode Pengumpulan Data

Data didapat dari wawancara kepada pemilik toko, observasi di toko kue, serta mengumpulkan data melalui internet.

Metode Analisis Data

Analisis data perusahaan terhadap sesama penjual diolah menggunakan metode SWOT. Metode ini dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman yang dimiliki perusahaan jika dibandingkan dengan perusahaan lainnya.

Data Perusahaan

Profil Perusahaan

Perusahaan yang dijadikan objek perancangan tugas akhir adalah home industry kue Browqies yang berlokasi di Jl. Kasin Jaya 4, Malang, Jawa Timur. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2019.



Gambar 1. Logo Perusahaan Browqies

Pengelola Perusahaan

Home industry kue Browqies dikelola oleh Ibu Siti Nuraisyah. Pengelolaan *home industry* dibantu oleh dua pembuat kue yang juga saudara dari pemilik.

Analisis Permasalahan

Usaha Kue Browqies ini tidak memiliki media promosi dalam bentuk cetak namun hanya memanfaatkan internet untuk berjualan yakni feeds instagram. Maka upaya yang perlu dilakukan oleh Browqies ini agar dapat menjalankan pemasaran secara efektif serta agar dapat kompetitif dan berkembang dalam persaingan di industri makanan saat ini adalah dengan melakukan adanya perancangan *Visual Identity* seperti media promosi lainnya, membuat banner, poster, flyer, kemasan, dan kartu nama sebagai pengingat konsumen terhadap usaha Browqies ini.

Data Wawancara

Teknik Wawancara merupakan percakapan dengan tujuan tertentu. Yang mana percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak atau lebih, yaitu pewawancara (yang mengajukan pertanyaan) dan diwawancarai (yang memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaannya). sehingga diperoleh data yang benar dan dapat dipercaya (Moeleong, 1991:135).

Wawancara ini dilakukan langsung kepada pemilik usaha Kue Browqies yaitu ibu Siti Nur Aisyah mengenai di bukanya Kue Browqies, dan kendala tentang masalah yang dihadapi sekarang seperti kendala pemasaran dan media apa saja yang digunakan dalam menunjang promosi. Dari hasil wawancara, diketahui bahwa mayoritas target audience memilih jalur online untuk membeli kue Browqies tersebut. Alasan utamanya adalah mereka mengetahui produk tersebut hanya dari pemilik yang berpromosi dari mulut ke mulut.

Data Observasi

Jenis pembeli dari toko kue Browqies ini cenderung perempuan mulai dari remaja hingga dewasa. Konsumen merupakan perempuan dari yang masih bersekolah hingga sudah bekerja. Namun ketika diwawancara, mereka mengaku bahwa intensitas membeli online lebih tinggi dari membeli offline.

PEMBAHASAN

Menurut Supriyono (2010 : 136) Desain merupakan *art direction*, yaitu penampilan visual secara menyeluruh dari iklan. Hasil kerja sama antara *art direction* dan *copywriter* (berupa konsep verbal dan visual) dipadukan secara sinergis ke dalam desain melalui proses standar, yaitu membuat sketsa-sketsa kasar, menentukan alternatif desain, hingga *final artwork* (FAW).

Menurut (Rustan, 2009:90-91) *Visual Identity* adalah identitas visual yang berkaitan dengan citra atau image yang dipertahankan oleh perusahaan atau identitas lain sebagai jembatan untuk menyatukan berbagai konteks, audience perusahaan tersebut, simbolisasi, ciri khas yang mengandung diferensial dan mewakili citra organisasi. Identitas dapat berasal dari sejarah, filosofi, visi/cita-cita, misi/fungsi, tujuan, strategi atau 28 program. Secara sederhana identitas visual terdiri dari beberapa elemen atau atribut di dalamnya, mulai dari pemilihan nama sebagai langkah awal, logo, tipografi, warna khas, serta images atau elemen gambar pendukung yang termasuk di sini adalah foto, artworks, infographics

Menurut Budiarto (2011 : 57) Promosi adalah suatu bentuk kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak pemasar yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat, sehingga tertarik untuk melakukan transaksi seperti yang diinginkan oleh pihak pemasar, agar dalam pelaksanaan program promosi dapat berjalan dengan baik, dan segala sesuatunya harus dipersiapkan dengan matang.

Konsep Visual Identity

Produk kue Browqies ini tidak dibangun dengan baik, sehingga tidak mempunyai konsumen loyal. Untuk itu perlu dilakukan membuat media promosi agar dapat berkembang.

Visual Identity dilakukan dengan teori yang dikemukakan oleh Rustan (2009). *Visual Identity* merupakan gambaran produk dibanding / perusahaan dibanding produk/perusahaan sesama lainnya. Identitas digunakan untuk mengenali juga membedakan satu dengan yang lain. Identitas yang ditampilkan secara konsisten akan memberi gambaran pada publik bahwa entitas (barang/jasa, organisasi/perusahaan, tempat/daerah, tsb) tersebut konsekuen dan profesional. Dari situlah diharapkan dapat meningkatkan penjualan atau strategi pemasaran dan *brand image* positif di benak masyarakat.

Untuk saat ini kue Browqies sudah mempunyai logo dengan konsep perancangan khusus yang dimiliki oleh pemiliknya sendiri, logo ini sendiri dibuat oleh pemiliknya dengan melihat keadaan saat itu yang memiliki adik kecil sehingga pembuatan logo dari produk ini masih berhubungan dengan anak kecil, untuk penamaan Browqies diambil dari penggabungan kata brownies dan nama adik pemilik Bilqis. Tone

warna coklat mewakili produknya brownies, tone warna pink mewakili cewek karena dari pemiliknya sendiri cewek dan target customernya 90% cewek (**Aisyah, wawancara 6 Agustus 2020**)

Dalam konsep perancangan menggunakan cara *mem-branding* Konsep media yang digunakan adalah *visual identity*, yaitu memberikan identitas secara visual seperti pembuatan kemasan, dan media promosi. Pembuatan kemasan dan media promosi juga menjadi sebuah penunjang dimana produk akan menarik konsumen yang sebagian besar remaja hingga dewasa, mahasiswa bahkan pekerja, laki laki maupun perempuan yang berstatus sosial menengah hingga menengah keatas.

Konsep Visual untuk pembuatan media promosi ini yaitu dengan menunjukkan kesederhanaan yang memiliki makna disetiap bentuk visualnya, sehingga menjadi kesatuan gambar di setiap media promosi Browqies itu sendiri. Pembuatan media promosi Browqies ini menggunakan jenis *font serif* dengan warna coklat dan putih untuk menunjukkan kesan modern sesuai dengan segmentasi yang sudah ditetapkan. Poster, Flyer, Kartu nama menampilkan logo, ilustrasi pendukung lainnya dan warna merah muda untuk latar belakangnya.

Kemasan Browqies menampilkan ilustrasi berupa gambar mengenai bahan pembuatan roti dan alat yang digunakan. Jenis kemasan ini yaitu kemasan sekunder atau *2nd packaging* yang berfungsi untuk melindungi dari kemasan pertama serta memberi identitas produk.

Tabel 1. Tabel Keterangan deskripsi produk

NO.	JENIS PRODUK	UKURAN	MEDIA
1.	Kemasan	15x10x28 cm	Cetak
2.	Media Promosi		
	- Poster	A3	Cetak
	- Flyer	A5	Cetak
	- X-Banner	60 x160 cm	Cetak
	- Kartu nama	9 x 5,5 cm	Cetak
3.	Merchandise		
	- Mug	20 x 8 cm	Cetak

Tujuan

Perancangan Visual Identity ini dibuat dengan bertujuan untuk memberi value lebih pada produi, mendekatkat diri pada konsumen, dan mencari pasar baru yang lebih menjanjikan.

Target Audience

Berdasarkan Demografis gender yang menjadi segmentasi Kue Browqies adalah remaja. Berdasarkan demografi pendapatan, yang menjadi segmentasi adalah orang-orang yang berpendapatan menengah sampai kebawah seperti mahasiswa, *foodies*, dan para pekerja lainnya.

Warna

Warna yang nanti menjadi dasar adalah warna pastel. Warna-warna pastel ini dapat menggambarkan sebuah produk yang soft, karena dalam kandungan warna soft pink memiliki makna manis dan lembut.

Gaya Desain

Gaya ilustrasi yang dipakai adalah gaya vector seperti membuat lengkungan yang menggambarkan lelehan coklat dan menambahkan ilustrasi dari beberapa alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan kue.

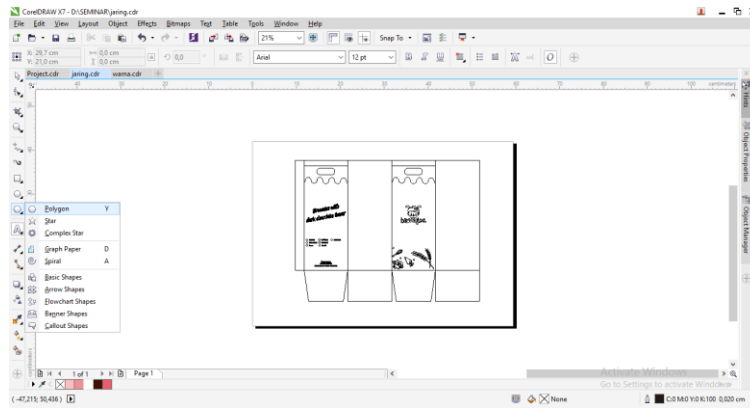
Tipografi

Typeface yang digunakan merupakan *typefont* dengan sifat sederhana, untuk menguatkan kesan manis. Untuk tulisan sekunder, *typeface* yang dipilih adalah sans serif yang mudah untuk dibaca.

Tahapan Pembuatan Media Promosi

a. Kemasan

Dalam proses perancangan kemasan menggunakan tahap *thumbnail* dan *rough layout*. Rough layout menjadi hasil akhir dari proses manual yang selanjutnya masuk tahap digitalisasi dan menjadi *final design*. Proses *layouting* menggunakan *bezier tool* dan *basic shape tool* untuk membuat bagian bagian dari kemasan.

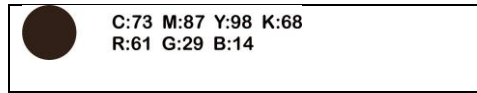


Gambar 2. Perancangan Desain Kemasan

Tahap pewarnaan menjadi tahap akhir dalam proses visualisasi. Proses pewarnaan menggunakan smart fill tool untuk memberi warna pada kemasan. Dimana warna pink atau merah muda dan coklat yang menjadi warna untuk kemasan produk Browqies.

Tabel 2. Hasil Visualisasi dan Pewarnaan jaring jaring Kemasan Kue Browqies

VISUALISASI	
WARNA	
	C:0 M:76 Y:38 K:0 R:241 G:100 B:117
	C:18 M:53 Y:35 K:0 R:210 G:144 B:143
	C:0 M:36 Y:16 K:0 R:252 G:190 B:191
	C:50 M:70 Y:60 K:4 R:147 G:99 B:97



Dari hasil visualisasi yang ditunjukkan pada table selanjutnya dilakukan finishing desain untuk mendapatkan final desain yang ditunjukkan pada gambar dibawah



Gambar 3. Hasil Jadi Kemasan

Konsep Media

Target Audience

- Remaja yang masih bersekolah ataupun sudah bekerja
- Suka mencoba makanan baru/unik

Tujuan Media

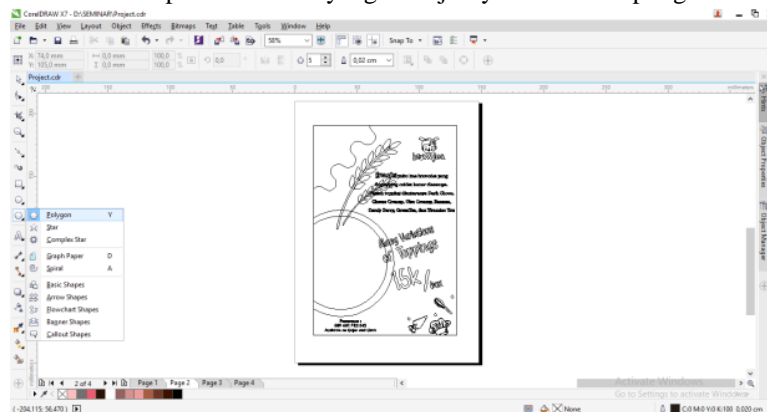
- Sebagai wadah dari produk browqies,yang secara tidak langsung dapat mengenalkan karakter dan sifat produk ketika melakukan kontak dengan konsumen.
- Sebagai identitas dari produk untuk menarik perhatian masyarakat,sehingga mereka menyadari adanya produk browqies.
- Sebagai media promosi dari produk browqies

Strategi Media

- Memperkenalkan produk Browqies kepada konsumen
- Melakukan pemilihan media promosi yang paling efektif.

b. Flyer

Dalam proses perancangan flyer menggunakan tahap *thumbnail* dan *rough layout*. Rough layout menjadi hasil akhir dari proses manual yang selanjutnya masuk tahap digitalisasi dan menjadi *final*



Gambar 4. Perancangan Desain Flyer

design. Proses *layouting* menggunakan *bezier tool* dan *basic shape tool* untuk membuat bagian bagian dari flyer.

Tahap pewarnaan menjadi tahap akhir dalam proses visualisasi. Proses pewarnaan menggunakan *smart fill tool* untuk memberi warna pada kemasan. Dimana warna pink atau merah muda dan coklat yang menjadi warna untuk flyer produk Browqies.

Tabel 3. Visualisasi dan Pewarnaan *Flyer* Kue Browqies

VISUALISASI	WARNA
	 C:0 M:76 Y:38 K:0 R:241 G:100 B:117
	 C:18 M:53 Y:35 K:0 R:210 G:144 B:143
	 C:0 M:36 Y:16 K:0 R:252 G:190 B:191
	 C:73 M:87 Y:98 K:68 R:61 G:29 B:14

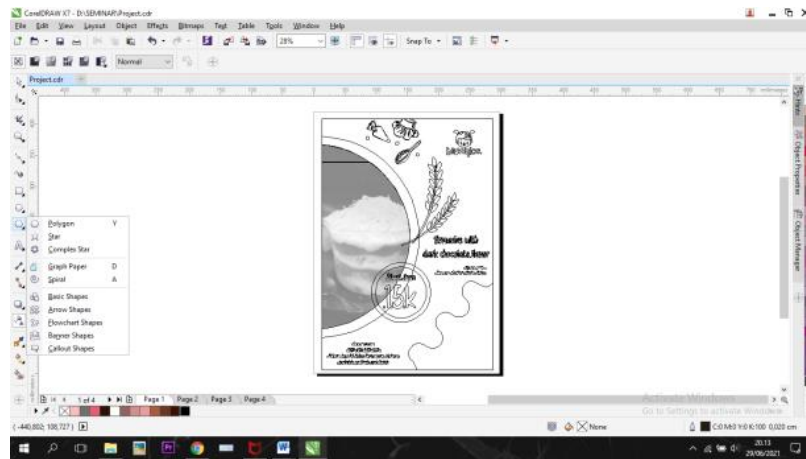
Setelah visualisasi dan pewarnaan selesai dilakukan, tahap terakhir adalah final desain. Hasil final desain flyer Kue Browqies ditunjukkan pada gambar dibawah



Gambar 5. Hasil Jadi Flyer

c. Poster

Dalam proses perancangan poster menggunakan tahap *thumbnail* dan *rough layout*. Rough layout menjadi hasil akhir dari proses manual yang selanjutnya masuk tahap digitalisasi dan menjadi *final design*. Proses *layouting* menggunakan *bezier tool* dan *basic shape tool* untuk membuat bagian bagian dari poster.



Gambar 6. Perancangan Desain Poster

Tahap pewarnaan menjadi tahap akhir dalam proses visualisasi. Proses pewarnaan menggunakan smart fill tool untuk memberi warna pada kemasan. Dimana warna pink atau merah muda dan coklat yang menjadi warna untuk poster produk Browqies.

Tabel 4. Visualisasi dan Pewarnaan Poster Kue Browqies

VISUALISASI	WARNA
	 <p>C:0 M:76 Y:38 K:0 R:241 G:100 B:117</p>
	 <p>C:18 M:53 Y:35 K:0 R:210 G:144 B:143</p>
	 <p>C:0 M:36 Y:16 K:0 R:252 G:190 B:191</p>
	 <p>C:73 M:87 Y:98 K:68 R:61 G:29 B:14</p>

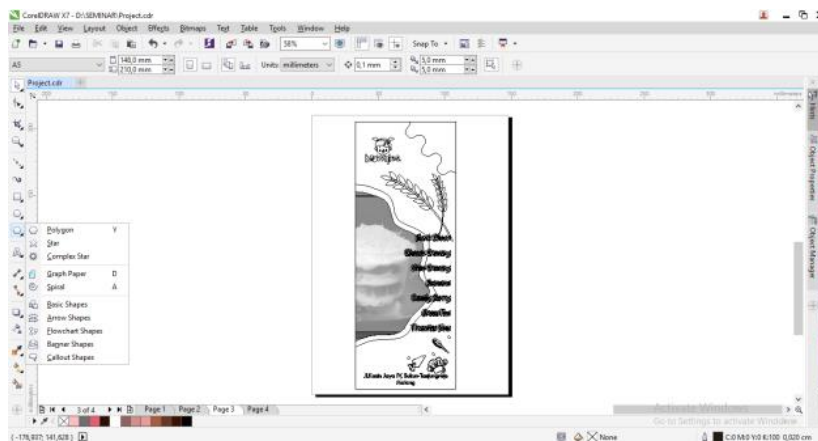
Setelah visualisasi dan pewarnaan selesai dilakukan, tahap terakhir adalah final desain. Hasil final desain poster Kue Browqies ditunjukkan pada gambar dibawah



Gambar 7. Hasil Jadi Poster

d. X-Banner






Dalam proses perancangan x-banner menggunakan tahap *thumbnail* dan *rough layout*. Rough layout menjadi hasil akhir dari proses manual yang selanjutnya masuk tahap digitalisasi dan menjadi *final design*. Proses *layouting* menggunakan *bezier tool* dan *basic shape tool* untuk membuat bagian bagian dari x-banner.



Gambar 8. Perancangan Desain X-Banner

Tahap pewarnaan menjadi tahap akhir dalam proses visualisasi. Proses pewarnaan menggunakan smart fill tool untuk memberi warna pada kemasan. Dimana warna pink atau merah muda dan coklat yang menjadi warna untuk x-banner produk Browqjes.

Tabel 5. Visualisasi dan Pewarnaan X-banner Kue Browqies

VISUALISASI	WARNA
	 C:0 M:76 Y:38 K:0 R:241 G:100 B:117
	 C:18 M:53 Y:35 K:0 R:210 G:144 B:143
	 C:0 M:36 Y:16 K:0 R:252 G:190 B:191
	 C:73 M:87 Y:98 K:68 R:61 G:29 B:14

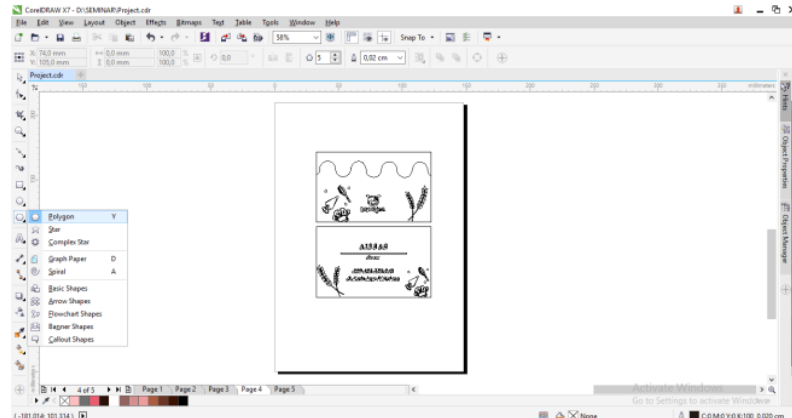
Setelah visualisasi dan pewarnaan selesai dilakukan, tahap terakhir adalah final desain. Hasil final desain x-banner Kue Browqies ditunjukkan pada gambar dibawah



Gambar 9. Hasil Jadi X-Banner

e. Kartu Nama

Dalam proses perancangan kartu nama menggunakan tahap *thumbnail* dan *rough layout*. Rough layout menjadi hasil akhir dari proses manual yang selanjutnya masuk tahap digitalisasi dan menjadi *final design*. Proses *layouting* menggunakan *bezier tool* dan *basic shape tool* untuk membuat bagian bagian dari kartu nama.



Gambar 10. Perancangan Desain X-Banner

Tahap pewarnaan menjadi tahap akhir dalam proses visualisasi. Proses pewarnaan menggunakan smart fill tool untuk memberi warna pada kemasan. Dimana warna pink atau merah muda dan coklat yang menjadi warna untuk kartu nama produk Browqies.

Tabel 6. Visualisasi dan Pewarnaan kartu nama kue browqies

VISUALISASI	WARNA
	<ul style="list-style-type: none">  C:0 M:76 Y:38 K:0 R:241 G:100 B:117  C:18 M:53 Y:35 K:0 R:210 G:144 B:143  C:0 M:36 Y:16 K:0 R:252 G:190 B:191
	<ul style="list-style-type: none">  C:73 M:87 Y:98 K:68 R:61 G:29 B:14

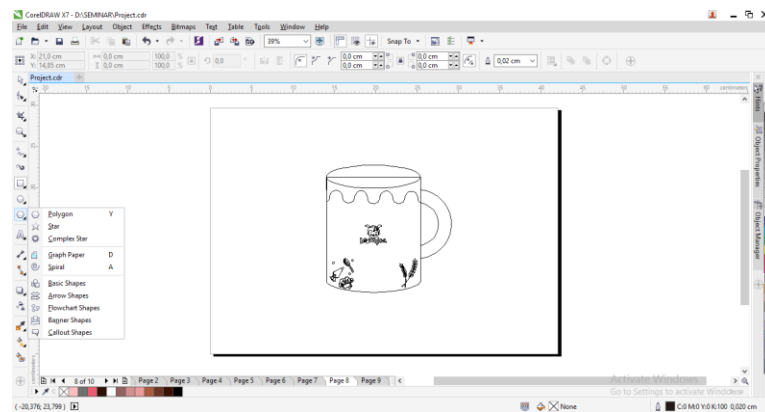
Setelah visualisasi dan pewarnaan selesai dilakukan, tahap terakhir adalah final desain. Hasil final desain x-banner Kue Browqies ditunjukkan pada gambar dibawah



Gambar 11. Hasil Jadi Kartu Nama

f. Merchandise






Dalam proses perancangan merchandise menggunakan tahap *thumbnail* dan *rough layout*. Rough layout menjadi hasil akhir dari proses manual yang selanjutnya masuk tahap digitalisasi dan menjadi *final design*. Proses *layouting* menggunakan *bezier tool* dan *basic shape tool* untuk membuat bagian bagian dari merchandise.



Gambar 12. Perancangan Desain X-Banner

Tahap pewarnaan menjadi tahap akhir dalam proses visualisasi. Proses pewarnaan menggunakan smart fill tool untuk memberi warna pada kemasan. Dimana warna pink atau merah muda dan coklat yang menjadi warna untuk kartu nama produk Browqies.

Tabel 7. Visualisasi dan Pewarnaan *merchandise* kue browqies

VISUALISASI	WARNA
	 C:0 M:76 Y:38 K:0 R:241 G:100 B:117
	 C:18 M:53 Y:35 K:0 R:210 G:144 B:143
	 C:0 M:36 Y:16 K:0 R:252 G:190 B:191
	 C:73 M:87 Y:98 K:68 R:61 G:29 B:14

g.

Setelah visualisasi dan pewarnaan selesai dilakukan, tahap terakhir adalah final desain. Hasil final desain x-banner Kue Browqies ditunjukkan pada gambar dibawah

**Gambar 12.** Hasil Jadi Merchandise

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan dalam perancangan *visual identity* kue Browqies ini, dapat disimpulkan:

1. Perancangan visual Kue Browqies dalam bentuk kemasan dan media promosi (*flyer*, poster, *x-banner*, *kartu nama*, *merchandise*) telah memberikan kepercayaan serta menarik konsumen membeli produk tersebut.
2. Dalam pembuatan desain kemasan, memilih model paper bag sebagai kemasan kue browqies untuk menampung produk lebih dari satu. Fungsi utama sebuah kemasan adalah melindungi produk dan memudahkan pembeli dalam membawanya.
3. Dalam perancangan *visual identity* ini menggunakan aplikasi CorelDraw X7 karena mampu menyediakan faktor-faktor yang sangat penting dalam dunia komunikasi visual yaitu warna dan *typography*. Aplikasi ini sangat populer dalam dunia advertising

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Lia & Kirana Nathalia. (2014) . *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Braker, F. 2003. *The Simple Art of Perfect Baking*. Chronicle Books. www.books.google.co.id. Diakses tanggal 2 Oktober 2013.
- Brewer, Roy. (2013). *Buku Belajar Desain Grafis*, Yogyakarta : Suidiana.
- Budiarto, Mukti, Yohanes Ari Kuncoro Yakti, Maimunah, Lusyani Sunarya. (2011). *Desain Media Komunikasi Visual Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Kampus*. Jurnal CCIT Vol.1 No.2. Tangerang : Perguruan Tinggi Raharja.
- Hendratman, Hendi. (2010). *Tips N Trik Computer Grapics Design*. Bandung : Informatika Bandung.
- Hendratman, Hendi. (2015). *Tips n Trix Komputer Graphics Design*. Bandung: Informatika.
- James Craig (seperti dikutip Perdana, 2007) Diakses dari www.dumetschool.com
- Kotler dan Keller (2009:27) *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Ma'ruf, Hendri, (2006). *Pemasaran Ritel*, Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, (2010). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rustan, Surianto. (2009). *Mendesain Logo*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual Te ori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Andi.
- Supriyono. (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Stategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cv. Andi.
- Wibowo, Ibnu Teguh. (2013). *Buku Belajar Desain Grafis*. Yogyakarta : Buku Pintar.
- Wibowo, Ibnu Teguh. (2013). *Yogyakarta : Buku Pintar*.
- Widada, Sugeng. (2012). *Diktat Mata Kuliah Nirmana*. Tangerang : Perguruan Tinggi Raharja.
- .