

## Visual Identity Gong Production Malang Sebagai Media promosi

Muhammad Wildan Gunawan<sup>1</sup>, Handry Rochmad Dwi Happy<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Desain Komunikasi Visual/Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

<sup>1</sup>konohanet7@gmail.com, <sup>2</sup>handryhappy@asia.ac.id

### ABSTRAK

Di tengah hiruk pikuk masyarakat masa kini, menyelenggarakan dan mengurus suatu acara merupakan sebuah pekerjaan yang sangat melelahkan. Tidak semua orang mampu mengorganisir maupun mengurus acaranya sendiri, sehingga muncullah sebuah jasa event organizer sebagai solusi. Namun jasa event organizer juga semakin marak sehingga diperlukan sebuah identitas sebagai pembeda agar dapat dikenal oleh masyarakat. Salah satunya yaitu *visual identity*. Gong Production Malang sebagai salah satu lembaga yang baru membuka jasa event organizer dari sebuah sanggar tari memerlukan sebuah visual identity. Visual identity yang dirancang antara lain yaitu logo, *stationery kit*, media publikasi berupa *banner*, *x-banner* dan *Feed Instagram*, kaos seragam serta aksesoris gantungan kunci. Selain sebagai pembeda, adanya visual identity juga membuat Gong production Malang terlihat profesional dan dapat dilirik oleh orang yang dibuktikan dari hasil pengujian yang menunjukkan angka 82,58% atau tingkat keberhasilan yang cukup baik.

**Kata Kunci:** Budaya tradisional; Jawa; Visual Identity; Event organizer.

### ABSTRACT

Amidst of nowadays hustle and bustle society, organizing and managing an event is such a tiresome work. Not everyone are able to organize and manage their own events. Then there comes an event organizer service. But the event organizer services are also increasingly widespread, so there must be a identity as differentiator in order to be known in the public. An example is a visual Identity. Gong Production Malang as agency that recently established an event organizer service from traditional dance studio requires visual identity. These visual identities are logo, stationery kits, publication media in the such as banner, x-banner and Instagram feeds, uniform t-shirts and key chain accessories. Aside from being a differentiator, the existence of a visual identity also makes Gong production Malang looks professional and considerable by most people.. It was proven by validation results that shows percentage of 82,58%, which means it was quite successful.

**Keywords:** Traditional culture; Javanese; Visual Identity, Event organizer.

### PENDAHULUAN

Gong Production Malang adalah sebuah lembaga kecil yang menyediakan sanggar tari, jasa *event organizer*, jasa *wedding organizer*, dan juga tempat sewa kostum untuk kebutuhan karnaval. Didirikan pada tanggal 25 Januari 2018, Gong Production Malang terletak di Jalan Rogonoto Gang Merdeka, Singosari Malang.

Saat ini, Gong Production Malang merambah ke jasa *event organizer*, penyedia dan persewaan kostum karnaval, serta jasa *wedding organizer*. Sayangnya untuk jasa event organizer dan wedding organizer masih belum pernah ada orang yang menggunakan jasa ini, dikarenakan Gong Production masih baru berkecimpung di bidang tersebut.

Ketika akan mengadakan suatu acara dan membutuhkan bantuan dari event organizer, seorang penyelenggara acara selalu mencari *event organizer* yang profesional dan terpercaya. Sebagai contoh, orang akan lebih percaya kepada perusahaan *event organizer* yang karyawannya mengenakan seragam saat menemui pimpinan perusahaan

yang akan menyelenggarakan acara dan memberikannya kartu nama sebelum meninggalkannya.

Baik seragam maupun kartu nama adalah bagian dari visual identity suatu perusahaan. *Visual Identity* yang efektif dapat mengekspresikan kepribadian merek bisnis dan membuat berbeda dari pesaing. Adapun *visual Identity* tidak hanya berupa seragam dan kartu nama saja. Ada masih banyak elemen lainnya yaitu logo, *stationery kit*, media promosi (*Banner*, *X-Banner* dan *feed* Instagram) merchandise (gantungan kunci), dan lain-lain. Semua itu adalah penunjang adanya sebuah identitas yang dapat membedakannya dari tempat lain.

Sebelum merancang visual identity, dilakukan studi pustaka untuk mencari teori-teori yang relevan yang bersumber dari buku dan juga referensi visual yang berasal dari beberapa sumber di internet. Untuk mengetahui karakter dan ciri khas dari Gong Production Malang dilakukan observasi dan wawancara dengan pemilik dan juga pihak sanggar lain sebagai pembanding.

## PEMBAHASAN

### Deskripsi Produk

Deskripsi produk merupakan tahapan identifikasi yang berisi tentang jenis produk yang akan dirancang, ukuran, media dan jumlah yang diproduksi. Gaya desain yang dipilih yaitu dekoratif khas Jawa untuk mempertahankan ciri khas kesenian tradisional sebagai salah satu *image* yang ditonjolkan oleh Gong Production. Adapun deskripsi tersebut dijelaskan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 1.** Deskripsi Produk

No	Jenis Produk	Ukuran	Media	Jumlah
1	Logo	Minimum 12x4,3 mm (1,2x0,43 cm) Maksimum 120x50 cm	Digital	1 copy
2	<i>Stationery kit</i> , yang terdiri dari:			
	a. Kop Surat	21x29,7 cm (A4)	Cetak	1 lembar
	b. Amplop	11,4 x 22,9 cm (C6/C5)	Cetak	1 lembar
	c. Map	26x35 cm	Cetak	1 lembar
	d. Kartu nama	9x5,5 cm	Cetak	1 kotak
3	<i>Banner</i>	3x1 m	Cetak	1 gulung
4	<i>X-Banner</i>	60x160 cm	Cetak	1 unit
5	Kaos seragam	M (70 x 50 cm) L (74 X 54 cm)	Cetak sablon	2 potong
6	Gantungan kunci	5 x 3 x 0,4 cm	Cetak	5 biji
7	<i>Feed</i> media sosial Instagram	1080*1080 px	Digital	9 <i>post</i>

## Analisa STP

STP (*Segmentasi, Targeting, Positioning*) digunakan untuk memposisikan suatu merek atau produk ke dalam benak konsumen dengan sedemikian rupa, sehingga merek tersebut memiliki keunggulan kompetitif yang berkesinambungan.

### Segmentasi

**Geografis:** Segmentasi berdasarkan geografis jasa event organizer dan wedding organizer Gong Production Malang yaitu masyarakat daerah perkotaan di wilayah Malang Raya

**Demografis:** Segmentasi berdasarkan demografis yakni orang-orang yang berusia dewasa (20-60 tahun) dan memiliki pendapatan menengah ke atas..

**Psikografis:** Segmentasi berdasarkan psikografis yaitu orang dengan gaya hidup dengan tingkat kesibukan yang tinggi, misalnya karena tuntutan pekerjaan.

**Behavioral:** Segmentasi berdasarkan *behavioral* (perilaku) yaitu orang yang sibuk dan tidak punya waktu untuk mengelola suatu acara.

### Targeting

*Target audience* yang disasar yaitu kalangan pimpinan/pemilik usaha baik komersial maupun non komersial yang mengadakan acara dengan bertemakan unsur kesenian.

### Positioning

Gong Production memposisikan diri sebagai sebuah *event organizer professional* yang turut melestarikan budaya kesenian tradisional Indonesia.

## Konsep

Konsep yang dipakai untuk merancang *visual identity* Gong Production didasarkan dari hasil riset dan juga studi pustaka. Dari hasil tersebut kemudian dilakukan *brainstroming*. Elemen estetis visual yang digunakan dalam visual identity Gong Production Malang meliputi pemilihan warna, tipografi dan ilustrasi. Adapun elemen estetis visual yang dipakai adalah sebagai berikut:

### Warna

Dalam pembuatan visual identity Gong Production Malang, warna yang dipilih yaitu turunan warna cokelat dan turunan warna kuning. Warna cokelat dan kuning dipilih karena sebagian besar kostum dan properti yang dimiliki Gong Production diambil dari cerita pewayangan yang memiliki warna yang dominan yaitu cokelat dan kuning. Ditambahkan juga warna kuning zaitun yang digunakan pada ornamen untuk menciptakan nuansa Jawa klasik.

#### a. Cokelat

Warna ini dapat memberikan kesan kenyamanan, kesederhanaan dan juga rasa kearifan lokal. Dalam beberapa elemen visual identity ini diperlukan warna-warna berbeda, sehingga dipilih warna-warna turunan dari warna cokelat yang mempunyai pencampuran warna yang berbeda.



**Gambar 1.** Turunan warna cokelat

b. Kuning

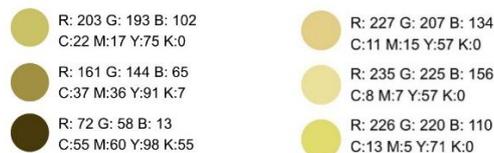
Warna kuning melambangkan kejayaan dan kemegahan karena sering diasosiasikan dengan warna emas. Warna kuning disini mewakili jargon dari *Gong Production* Malang yaitu “Jaya, Jaya, Luar Biasa”. Dalam penggunaannya, diperlukan berbagai warna kuning yang berbeda pula, sehingga diturunkan lagi menjadi beberapa warna kuning dengan campuran warna yang berbeda.



**Gambar 2** Turunan warna kuning

c. Kuning zaitun

Warna kuning zaitun (olive) apabila dikombinasikan dengan warna coklat dan kuning pucat akan menciptakan nuansa jawa klasik dalam skema warna yang terang. Terdapat 3 turunan warna kuning zaitun yang dipakai, masing-masing memiliki tingkat gelap terang yang berbeda.



**Gambar 3** Turunan warna kuning zaitun

**Tipografi**

Pemilihan tipografi untuk visual identity *Gong Production* Malang didasarkan pada kesesuaian karakter huruf dan juga keterbacaan teks. Jenis huruf yang digunakan yaitu *slab serif* dan *sans serif*.

a. *Slab serif*

Jenis huruf ini memiliki kait (*serif*) yang tebal. Adapun *typeface* yang digunakan yaitu *Suez One*. *Typeface* ini dipilih karena dapat mewakili kesan etnik budaya melalui bentuk anatominya yang unik. Dalam penggunaannya, *Typeface* ini dipakai untuk judul (*Header*) untuk memberikan penekanan khusus pada judul teks.



**Gambar 4** *Suez One*, *typeface* dengan jenis *slab serif* yang dipilih

b. *Sans-serif*

Jenis huruf ini tidak memiliki kait (*serif*). Adapun *typeface* yang digunakan yaitu *Fira Sans*. *Typeface* ini dipilih karena memiliki bentuk anatomi yang hampir sama dengan

dengan *header* dan juga bentuk logotype,. Dalam penggunaannya, font ini dipakai untuk teks isi (*Body text*).

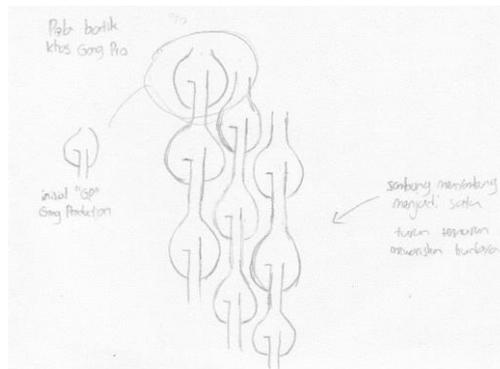
**Fira Sans**

**Gambar 5.** Fira Sans, *typeface* dengan jenis *sans serif* yang dipilih.

### Ilustrasi

Ilustrasi dalam visual identity ini digunakan sebagai dekorasi atau hiasan dalam media identitas visual agar memperkaya nuansa tradisional Jawa.

Dalam *visual identity* ini, jenis ilustrasi yang digunakan yaitu *pattern*. *Pattern* atau pola merupakan sebuah bentuk yang memiliki perulangan sehingga membentuk suatu kesatuan yang utuh. *Pattern* disini diumpamakan sebagai motif batik dalam bentuk yang sederhana. Batik dipilih karena batik sendiri berasal dari Jawa.



**Gambar 6.** Rancangan *pattern* dalam *visual identity* Gong Production

Adapun bentuk *pattern* yang digunakan terinspirasi dari Batik Sogan dari yang berasal dari Solo, Jawa Tengah. Batik ini berbentuk gelombang yang saling bertemu di setiap ruasnya.



**Gambar 7.** Motif Batik Sogan

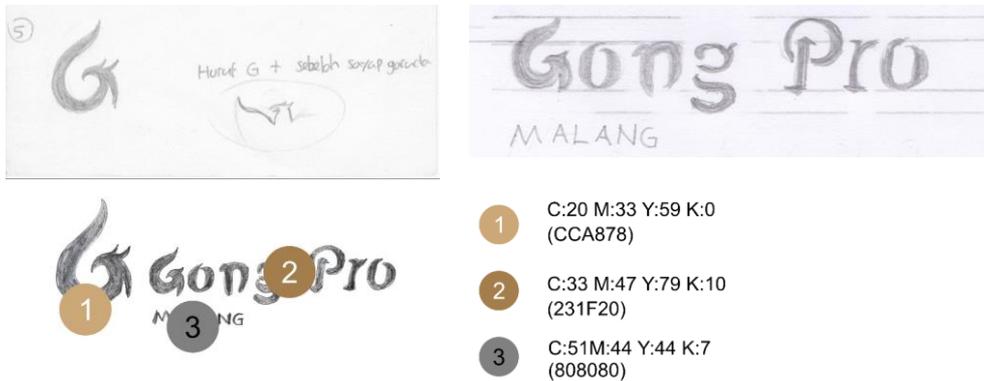
**Proses Pra Produksi**

Di tahap ini terdapat proses visualisasi ide untuk menentukan seperti apa desain yang akan dibuat. Proses pra produksi menggunakan metode manual yaitu berupa gambar sketsa untuk kemudian didigitalkan dalam bentuk desain.

Dalam merancang *visual identity* yang terdiri dari logo, *pattern*, *stationery kit*, *banner*, kaos, feed instagram dan gantungan kunci, diperlukan sebuah visualisasi ide dari hasil brainstorming yang telah dilakukan untuk setiap produk desain yang disebut dengan *thumbnail*. langkah selanjutnya yaitu memilih sketsa thumbnail yang paling sesuai dan kemudian digambar ulang dengan lebih detail. Dari hasil *rough layout* nantinya akan dipilih mana yang terbaik untuk dijadikan *final design*.

**a. Logo**

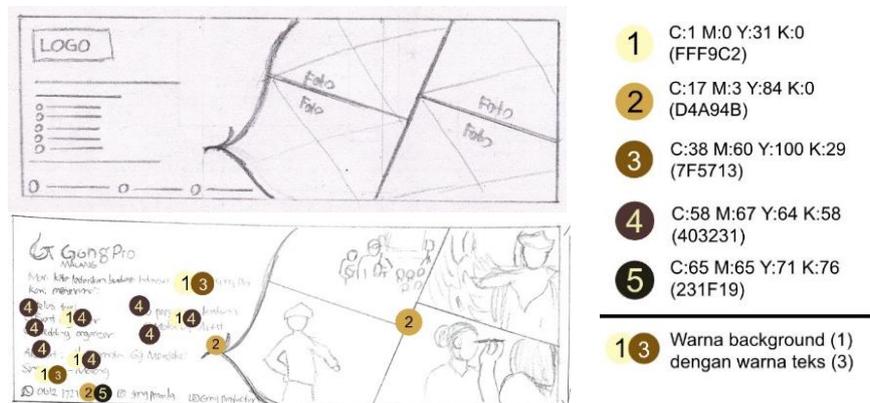
Terdapat 2 macam logo yaitu logogram dan logotype. Logogram yaitu logo berbentuk gambar atau simbol yang dapat diaplikasikan di banyak media, sekalipun ukurannya kecil karena tidak mengandung tulisan. Sedangkan logotype yaitu logo berupa tulisan dari nama brand tersebut.



**Gambar 8.** Thumbnail dan rough layout logo Gong Production Malang

**b. Banner**

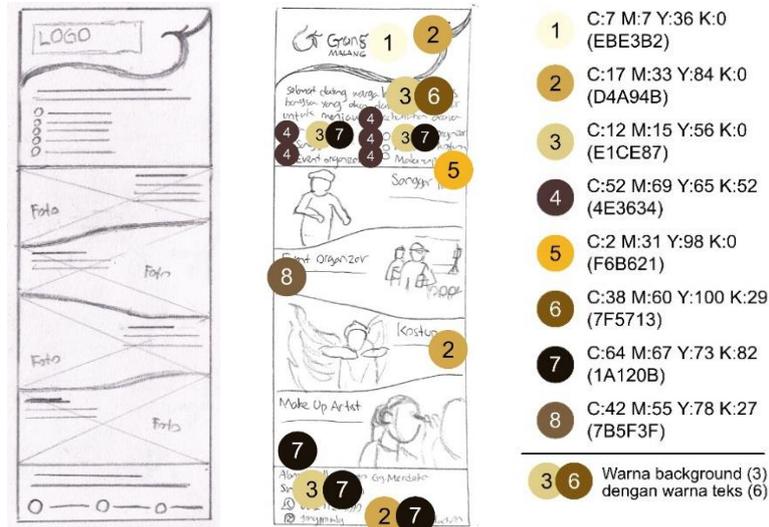
*Banner* digunakan sebagai salah satu media promosi yang dipasang di depan rumah sanggar Gong Production sehingga dapat dilihat oleh orang-orang yang lewat. *Banner* dibuat memanjang horizontal dan berukuran 3x1 meter.



**Gambar 9.** Thumbnail dan rough layout banner

**c. X-banner**

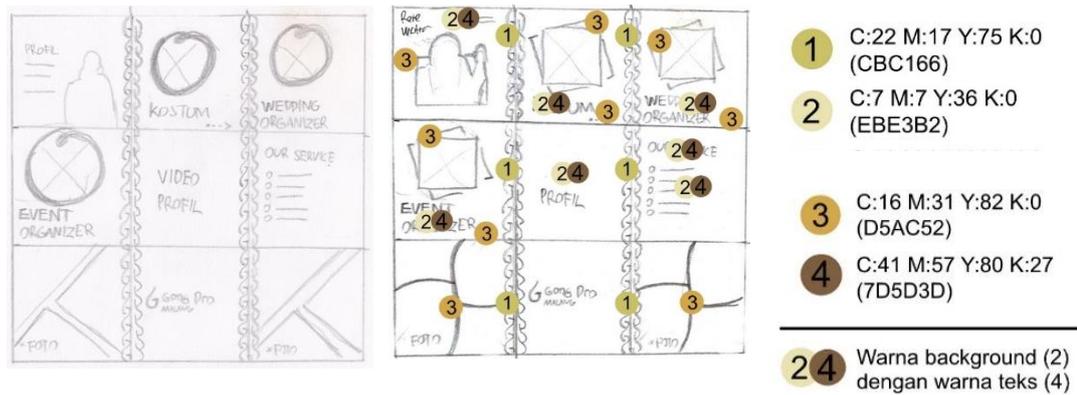
X-banner digunakan sebagai media promosi dan informasi yang dapat diletakkan di teras rumah sanggar maupun di lokasi acara yang sedang diorganisir oleh Gong Production. X-banner berukuran 60x160 cm.



**Gambar 10.** Thumbnail dan rough layout x- banner

**d. Feed Instagram**

Feed Instagram digunakan sebagai media promosi Gong Production Malang. Feed yang dimaksud merupakan sekumpulan konten yang diposting di akun Instagram Gong Production. Kumpulan konten ini apabila dilihat secara keseluruhan akan terlihat rapi dan teratur. Feed yang dirancang terdiri dari 9 postingan.



**Gambar 11.** Thumbnail dan rough layout feed Instagram

**e. Kaos seragam**

Kaos digunakan sebagai seragam kru Gong Production yang dipakai saat menemui calon klien dan juga ketika sedang bertugas di lapangan agar para kru dapat dengan mudah mengenali sesamanya.



Gambar 12. Thumbnail dan rough layout kaos seragam

f. **Gantungan kunci**

Gantungan kunci dapat sebagai kenang-kenangan maupun untuk koleksi. Gantungan kunci ini menggunakan bahan akrilik dan juga kayu.



Gambar 13. Thumbnail dan rough layout gantungan kunci

## Proses Produksi

Di bagian ini akan dijelaskan proses produksi *visual identity* dalam tahap visualisasi. Setelah membuat sekumpulan *rough layout*, hasil *rough layout* kemudian didigitalkan menggunakan *software* di komputer. Adapun *software* yang digunakan yaitu Affinity Designer untuk digitalisasi desain dan Affinity Photo untuk membuat *mock-up*.

### Visualisasi

#### a. Logo

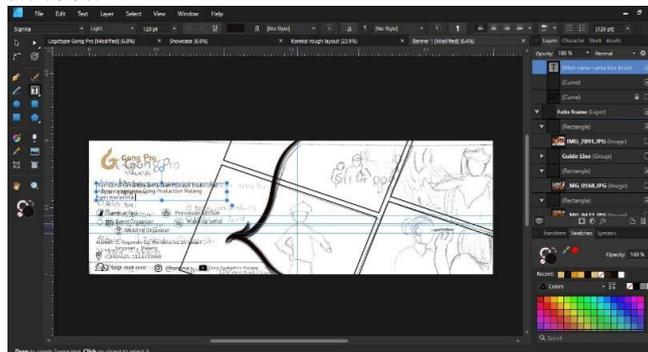
Proses digitalisasi logo dilakukan dengan cara meng-*import* hasil *scan rough layout* logo dan logotype yang dipilih ke dalam *software* Affinity Designer, kemudian di-*trace* (digambar ulang) menggunakan *pen tool*.



Gambar 14. Proses *tracing* logo Gong Production Malang

#### b. Banner

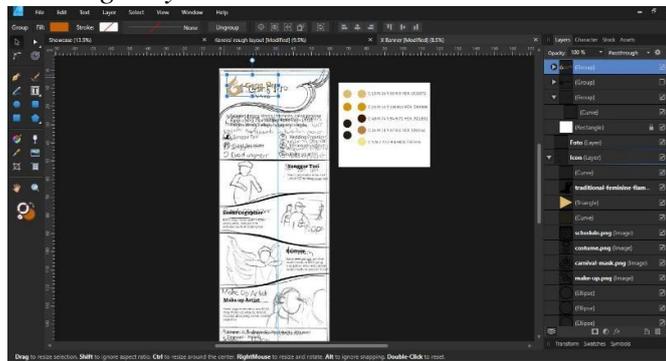
Berdasarkan 2 sketsa *rough layout* yang telah dibuat, dipilih salah satu untuk dijadikan sebuah *final design*. *Rough Layout* yang dipilih yaitu *rough layout* 1. *Rough layout* ini kemudian di-*scan* dan di-*import* ke dalam *software* Affinity Designer untuk di-*trace* menggunakan *pen tool*.



Gambar 15. Proses *tracing* banner Gong Production Malang

c. X-Banner

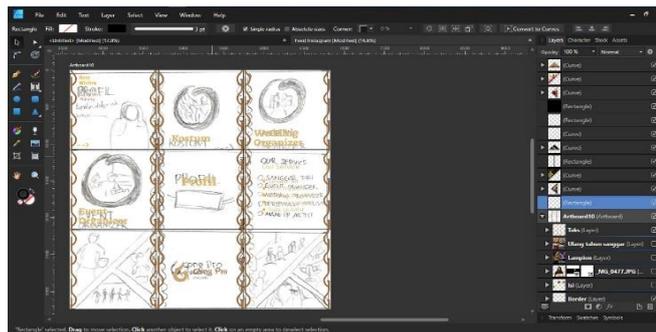
Berdasarkan hasil sketsa 2 *rough layout* yang telah dibuat, dipilih salah satu yang paling cocok yaitu *rough layout 1*.



**Gambar 16.** Proses *tracing* X-banner Gong Production Malang

d. Feed Instagram

Feed Instagram digunakan sebagai salah satu media promosi *online* di media sosial Instagram *Feed* untuk Gong Production dibuat saling menyambung sehingga terlihat menarik apabila dilihat dari halaman profil.



**Gambar 17.** Proses *tracing* Feed Instagram Gong Production Malang

e. Kaos Seragam

Terdapat 2 macam kaos seragam, yaitu kaos untuk kru (*official*) yang dapat dikenakan sewaktu bertugas dan kaos untuk penari. Kaos dicetak menggunakan teknik sablon *polyflex*. Kaos dapat berwarna hitam dengan tinta sablon kuning maupun sebaliknya, berwarna kuning dengan tinta sablon hitam.



**Gambar 18.** Proses *tracing* desain kaos seragam

f. Gantungan kunci

Desain untuk gantungan kunci menggunakan desain 2 rough layout, sehingga kedua rough layout yang dibuat dipilih semua. Hal ini karena gantungan kunci memiliki 2 sisi. Satu sisi diisi dengan desain dari rough layout 1 (logo Gong Pro), sedangkan sisi lainnya diisi desain dari rough layout 2.



Gambar 19. Proses *tracing* desain gantungan kunci Gong Production Malang

Final Design

Logo

Logo terdiri dari 3 versi. Versi pertama yaitu logo berwarna yang dapat digunakan di latar belakang hitam atau putih. Logo versi berwarna tidak cocok untuk diletakkan di atas latar belakang yang ramai.



Gambar 20. *Final design* logo

Banner



Gambar 21. *Final design* Banner

**X-Banner**



**Gambar 22.** Final design X-Banner

**Feed Instagram**



**Gambar 23.** Final design Feed Instagram

## Kaos seragam



Gambar 24. Mock-up kaos seragam

## Gantungan Kunci



Gambar 25. Final design gantungan kunci

## Pasca Produksi

Dalam tahap ini dilakukan proses publikasi dan pengujian produk kepada target audience yang sudah ditentukan untuk menguji seberapa efektif visual identity Gong Production Malang yang baru.

### a. Proses Publikasi

Publikasi dilakukan dengan media cetak (offline) yaitu meletakkan Banner dan X Banner di depan rumah sanggar sehingga dapat dilihat oleh orang-orang yang lewat. Sedangkan publikasi online dilakukan dengan cara mengunggah (upload) *feed* instagram di akun official Gong Production Malang sesuai urutan, sehingga nampak utuh walaupun kontennya terpisah.

### b. Pengujian efektifitas produk visual identity

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui seberapa efektif *visual identity* Gong Production Malang yang telah dirancang. Pengujian dilakukan dengan cara menunjukkan hasil jadi produk visual identity Gong Production Malang sekaligus menyebarkan kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada target audience yang telah ditentukan. Pertanyaan yang diberikan yaitu pertanyaan tertutup. Menurut **Sugiyono, (2014: 142)**, model pertanyaan tertutup terdiri dari beberapa pertanyaan dengan dua (2) pilihan jawaban, ya dan tidak. Sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sesuai dengan pilihannya. Penggunaan kuesioner yang dipilih adalah skala *Guttman*.

**Tabel 2.** Daftar pertanyaan kuesioner

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Apakah anda pernah menggunakan jasa <i>event organizer/wedding organizer</i> ?		
2	Apakah dengan adanya identitas visual (logo, media publikasi, <i>stationery kit</i> dan seragam dapat menjadikan sebuah <i>agency event organizer/wedding organizer</i> terlihat profesional?		
3	Menurut Anda, apakah desain identitas visual Gong Production Malang saat ini menarik?		
4	Dengan melihat media publikasi Gong Production Malang saat ini, apakah sudah terkesan profesional?		
5	Apakah logo yang ada saat ini bisa mewakili citra dari Gong Production Malang?		
6	Apakah informasi yang ada dalam media publikasi cukup jelas?		
7	Apabila Anda ingin mengadakan suatu acara, apakah Anda tertarik untuk memilih Gong Production Malang sebagai <i>event organizer</i> anda?		

**Tabel 3.** Sistem penilaian  
(mengacu pada perhitungan skala *Guttman*)

Range Nilai	Tingkat Keberhasilan
50% >	Sangat baik
<50%	Kurang baik

**Tabel 4** Nilai jawaban responden

Nilai Absolute (NA)	Tanggapan Responden
1	Ya
0	Tidak
0	Tidak menjawab

**Tabel 5.** Rekapitulasi hasil kuesioner

Responden	Pertanyaan						
	1	2	3	4	5	6	7
Responden 1	0	1	1	1	1	1	1
Responden 2	0	1	1	1	1	1	1
Responden 3	1	1	0	1	0	1	0
Responden 4	1	1	1	1	0	1	0
Responden 5	0	1	1	1	1	1	1
Responden 6	0	1	1	1	1	1	1
Responden 7	0	1	1	1	0	1	0
Responden 8	1	1	1	1	1	1	1
Responden 9	0	1	1	1	1	1	0
Responden 10	1	1	1	1	1	1	1
Responden 11	0	1	1	1	1	1	0

**Tabel 5.** Lanjutan

Responden 12	0	1	1	1	1	1	1
Responden 13	0	1	1	0	1	1	0
Responden 14	0	0	0	0	1	1	0
Responden 15	0	1	1	1	1	0	0
Responden 16	0	1	1	1	1	0	1
Responden 17	0	1	1	0	1	1	1
Responden 18	0	1	0	1	0	1	0
Responden 19	1	0	1	1	1	1	0
Responden 20	0	1	1	1	1	1	1
Responden 21	1	1	1	0	0	1	0
Responden 22	1	1	0	0	0	1	0
Responden 23	1	1	1	1	1	1	0
Responden 24	0	1	1	1	1	1	1
Responden 25	1	1	1	1	1	1	1
Responden 26	0	1	1	1	1	1	1
Responden 27	0	1	1	1	1	1	1
Responden 28	1	1	1	1	1	1	1
Responden 29	0	1	1	1	1	1	1
Responden 30	0	1	1	1	1	1	1
Responden 31	0	1	1	1	1	1	1
<b>TOTAL</b>	10	29	27	26	25	29	18

Dalam pengujian ini, khusus pertanyaan nomor 1 tidak masuk ke dalam hitungan persentase, hanya sebagai pertanyaan pembuka untuk mengetahui seberapa banyak responden yang pernah menggunakan jasa dari *event organizer*.

Diantara semua responden, hanya 10 dari 31 responden (32,2%) yang pernah menggunakan jasa event organizer, sedangkan sisanya mengaku belum pernah menggunakannya.

**Tabel 6.** Persentase jawaban responden

<b>Pertanyaan</b>	<b>Jumlah jawaban Ya</b>	<b>Jumlah jawaban Tidak/kosong</b>
Pertanyaan 2	29	2
Pertanyaan 3	27	4
Pertanyaan 4	26	5
Pertanyaan 5	25	6
Pertanyaan 6	29	2
Pertanyaan 7	18	13
<b>Total</b>	154	32
<b>Rata-rata</b>	25,6	5,3

Berikut adalah hasil jawaban dari 31 responden. Untuk mendapatkan persentase jawaban “Ya” maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

(Total jawaban “Ya”:Jumlah pertanyaan): Jumlah responden × 100%

$$\begin{aligned}((154:6):31) \times 100\% &= x\% \\(25,6:31) \times 100\% &= x\% \\0,8258 \times 100\% &= \underline{82,58} \%\end{aligned}$$

Persentase jawaban “Ya adalah sebesar **82,58%** yang berarti visual identity Gong Production Malang dapat diterima dengan baik oleh target audience.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa dalam merancang sebuah visual identity memerlukan sebuah proses yang panjang. Diperlukan riset dan eksplorasi berbagai ide kreatif. Selain itu ada banyak masukan yang juga perlu dipertimbangkan untuk dituangkan dalam visual identity ini. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, visual identity Gong Production Malang dapat diterima dengan baik oleh target audience yang dapat dibuktikan dengan hasil persentase jawaban “Ya” dari responden sebesar 82,58 %.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L., & Nathalia, K., (2016). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Darmawanto, Eko (2019). *Desain Komunikasi Visual II Perancangan Identitas Visual*. Jepara: Unisnu Press.
- Kartika, Jessica Diana., & Rudyant Siswanto Wijaya. (2015). *Logo Visual Asset Development*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Luturean, Bachruddin Saleh (2019). *Strategi Bisnis Pariwisata*. Bandung: Humaniora.
- Noor, Juliansyah (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Raden, Agung Zainal M. (2016) *Tipografi, Sejarah dan Klasifikasinya*. Jakarta: Universitas Indraprasta PGRI.
- Tinarbuko, Sumbo (2015) *DEKAVE Desain komunikasi visual-Penanda zaman masyarakat global*. Yogyakarta: CAPS
- Sriwitari, Ni Nyoman (2014) *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiyono. (2014) *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Suprpto, Untung (2018) *Komputer dan jaringan dasar*. Jakarta: Kompas Gramedia
- Tersiana, Andra (2020) *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia