

ABSTRAK

Usaha Alfafa merupakan salah satu industri produk sirup kayu manis di daerah Kabupaten Kerinci yang sudah berdiri sejak tahun 2005 serta sudah mendapatkan banyak piagam penghargaan sejak usaha Alfafa didirikan. Namun sejak awal berdiri, usaha Alfafa memang kurang memperhatikan identitas visual, *brand*, maupun strategi. Selama ini usaha Alfafa hanya memiliki logo yang dibuat ala kadarnya, serta elemen-elemen visual yang kurang sesuai dalam pengaplikasiannya. Metode yang digunakan dalam perancangan visual identity Alfafa ini dengan melakukan penggalian data yang berkaitan dengan usaha Alfafa yang didapat dari hasil observasi dan wawancara dengan pemilik usaha Alfafa. Hasil kegiatan tersebut dikaji kembali untuk mendapatkan analisa SWOT dari usaha Alfafa. Analisa tersebut digunakan dalam pembuatan identitas visual yang berupa logo atau identitas yang dapat mewakili karakteristik dari usaha Alfafa. Selain itu, dibuat pula media aplikasi untuk mendukung keperluan usaha Alfafa seperti media marketing, *stationery set*, dan *merchandising*.

Kata kunci: Alfafa, identitas visual, logo, perancangan

ABSTRACT

Alfafa's business is one of the cinnamon syrup product industries in the Kerinci Regency area which has been established since 2005 and has received many award certificates since Alfafa's business was founded. However, since its inception, Alfafa's business has paid little attention to visual identity, brand, and strategy. So far, Alfafa's business only has a logo that is made perfunctory, as well as visual elements that are not appropriate in its application. The method used is to extract data related to Alfafa's business obtained from observations and interviews with Alfafa's business owners. The results of these activities were reviewed to obtain a SWOT analysis of Alfafa's business. The analysis is used in making a visual identity in the form of a logo or identity that can represent the characteristics of Alfafa's business. In addition, media applications are also made to support Alfafa's business needs, such as media marketing, stationery sets, and merchandising.

Keywords: Alfafa, brand, design, visual identity

PENDAHULUAN

Sirup kayu manis merupakan minuman herbal yang memiliki rasa mirip seperti jamu dengan rasa manis yang khas. Rasa manis ini merupakan perpaduan antara minyak kayu manis dengan gula yang menyatu ketika proses pembuatan yang dilakukan dengan cara perebusan. Kulit kayu manis yang digunakan biasanya berusia 5-10 tahun, namun ada juga yang berusia diatas 15 tahun. Semakin tua usia kayu manis maka rasanya akan semakin kuat. Kita dapat mengetahui seberapa tua kulit kayu manis yang digunakan melalui warnanya. Semakin tua warna sirup, maka semakin tua kulit kayu manis yang digunakan. Sedangkan jika warna sirup seperti madu, maka kulit kayu manis yang digunakan masih berusia muda. Sirup kayu manis memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh, diantaranya untuk mencegah kanker, mengurangi asam urat, menghangatkan tubuh, dan mengurangi rematik. sertifikat penyuluhan keamanan pangan tahun 2005; piagam penghargaan sebagai UMKM berprestasi I pada tahun 2009; piagam pelatihan kewirausahaan bagi UMKM tahun 2009; dan masih banyak lagi. Selain itu, pemasaran sirup kayu manis Alfafa sudah cukup luas. Mulai dari daerah Jambi, Padang, Palembang, Medan, hingga Jakarta. Di daerah Kerinci sendiri, usah Alfafa memasarkan produknya ke outlet penjual oleh-oleh khas Kerinci yang berada di sepanjang jalan Lubuk Nagodang. Sehingga sirup kayu manis Alfafa dapat menjadi salah satu oleh-oleh khas Kerinci bagi para wisatawan yang berkunjung ke Kerinci.

Seiring perkembangan jaman, kuliner khas mulai ditinggalkan, dengan alasan yang bermacam-macam. Mulai dari alasan gaya hidup, budaya, dan lain sebagainya. Terlebih lagi jika minuman herbal seperti ini karena pada umumnya hanya kalangan orang dewasa saja yang mau mengkonsumsinya. Padahal sirup kayu manis ini dapat dikonsumsi mulai dari usia remaja, mengingat bahwa minuman ini memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh. Di lain sisi, semakin banyak pula bermunculan produk yang sama akan memberikan suatu ancaman bagi usaha Alfafa jika tidak didukung dengan identitas visual yang baik. Sejak awal berdiri, usaha Alfafa memang kurang memperhatikan identitas visual, *brand*, maupun strategi. Selama ini usaha Alfafa hanya memiliki logo yang dibuat ala kadarnya, serta elemen-elemen visual yang kurang sesuai dalam pengaplikasiannya, misalnya dalam satu label kemasan terdapat banyak warna yang digunakan dan tulisan yang memiliki kontras yang sama sehingga dapat membuat konsumen bingung merk dari produk itu sebenarnya. Hal-hal tersebut membuat sirup kayu manis usaha Alfafa tidak

memiliki *brand image* yang kuat dibenak konsumen.

Identitas visual merupakan kombinasi dari logo, *system visual* (tipografi, warna, *imagery*) yang dibuat menjadi satu-kesatuan yang padu untuk menyampaikan pesan tertentu dari sebuah perusahaan, orang, benda, ataupun ide. Identitas visual adalah bentuk visual yang bertujuan untuk mengidentifikasi, membedakan, dan membangun hubungan yang berkelanjutan di dalam persaingan saat ini, serta menciptakan kepercayaan terhadap masyarakat atau konsumen.

Identitas visual yang dimaksud dalam perancangan ini dapat diidentifikasi oleh masyarakat melalui sebuah desain logo. Karena pada era global sekarang ini logo bukan hanya sekedar tanda atau merk dagang, melainkan dapat dijadikan sebagai senjata dalam bisnis. Identitas visual yang baik tentunya akan memberikan daya tarik bagi para calon konsumen. Usaha Alfafa merupakan salah satu industri dengan merk yang cukup terkenal dalam memproduksi sirup kayu manis di daerah Kerinci. Namun usaha Alfafa belum memiliki logo khas sesuai dengan karakter, selain itu kemasan untuk sirup kayu manis Alfafa masih menggunakan botol kaca yang sangat sederhana. Hal ini menyebabkan tidak adanya pembeda antara usaha Alfafa dengan *brand* milik kompetitor karena desain kemasan dan logo yang tidak menonjol.

Selain itu suatu *brand* yang kuat akan lebih mudah dalam melakukan promosi karena konsumen cenderung akan memilih *brand* yang kuat. Ketika *branding* sudah kuat, maka akan memudahkan *brand* untuk mempromosikan produk yang mereka tawarkan karena kepercayaan masyarakat terhadapnya (Dimas Gityandraputra, 2020). Karena usaha Alfafa belum memiliki *brand* yang cukup kuat, hal ini menyebabkan usaha Alfafa perlu melakukan promosi yang lebih baik agar Alfafa dapat dikenal dan memberikan citra positif bagi konsumen. Namun usaha Alfafa hanya mengandalkan liputan dan toko oleh oleh dalam melakukan promosi nya. Padahal promosi ini perlu dilakukan secara berkala agar masyarakat tidak melupakan usaha sirup kayu manis Alfafa sebelum Alfafa tinggal dibenak masyarakat dan mendapat kepercayaan serta citra yang positif.

Dari penjabaran diatas, Alfafa perlu memiliki sebuah identitas visual serta *brand* yang baik dan berbeda dari usaha sirup kayu manis lainnya. Perancangan ini diharapkan mampu menciptakan identitas visual yang baik dan memiliki karakteristik sehingga dapat menanamkan citra positif usaha Alfafa kepada konsumen dan meningkatkan daya jual usaha sirup kayu manis Alfafa. Sehingga para konsumen dapat

membedakan usaha Alfafa dengan usaha sirup kayu manis lainnya dan menjadi jaminan kualitas untuk produk yang dihasilkan.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data dari penulisan ini, perancang menggunakan beberapa langkah yaitu dengan pengumpulan data verbal serta data visual.

1. Data Verbal

Lokasi industri, melihat beberapa piagam penghargaan yang sudah diraih oleh usaha Alfafa, melihat proses pembuatan produk, serta mengamati beberapa identitas visual yang sudah ada sebelumnya.

2. Observasi

Observasi ini dilakukan pada tanggal 03 Juni 2021 dengan mengunjungi tempat industri dan bertemu langsung dengan pemilik usaha Alfafa yakni ibu Suriati.

3. Wawancara

Beberapa poin hasil wawancara dengan pemilik usaha Alfafa yaitu sebagai berikut.

- Nama usaha Alfafa diambil dari nama tanaman berkhasiat yaitu tanaman alfalfa.
- Usaha Alfafa sudah dibangun sejak tahun 2005 dan sudah banyak mendapatkan piagam penghargaan.
- Usaha Alfafa memiliki beberapa karyawan yang berjumlah 4 orang.
- Dalam melakukan promosi, usaha Alfafa hanya mengandalkan liputan.
- Salah satu kendala yang dihadapi usaha Alfafa yaitu dalam mendapatkan bahan kemasan produk sirup kayu manis yang berupa botol kaca.

4. Data Visual

Dokumentasi yang dikumpulkan berupa foto-foto yang didapat saat observasi ke lokasi usaha sirup kayu manis Alfafa.



Gambar 1. Lokasi usaha Alfafa



Gambar 2. Produksi sirup kayu manis Alfafa



Gambar 3. Produk sirup kayu manis Alfafa



Gambar 4. Label kemasan

Metode Analisis Data

Dalam analisis masalah ini, perancang menggunakan metode analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yakni sebagai berikut.

1. Kekuatan (*Strength*)
 - a. Masyarakat banyak menyukai Sirup kayu manis Alfafa.
 - b. Usaha sirup Alfafa selalu diminati dan terbesar diantara usaha pesaing lainnya yang berada di daerah sekitar Kerinci.
 - c. Pembuatan olahan sirup kayu manis Alfafa selalu mengutamakan bahan yang berkualitas dalam produksi agar cita rasa sirup kayu manis Alfafa disukai masyarakat luas.
 - d. Lokasi sirup kayu manis Manis mudah diakses yang ber alamat jalan Raya Siulak Deras mudik Kabupaten Kerinci, merupakan jalan lintas Kerinci Sumatera Barat.
 - e. Sirup Alfafa salah satu oleh-oleh bagi para wisatawan apabila saat liburan ke sekitaran gunung kerinci.
 - f. Angka penjualan produksi sirup Alfafa selalu meningkat setiap tahunnya.
 - g. Alfafa Sirup kayu manis peduli dalam perkembangan zaman selalu mengikuti proses promosi produk. seperti festival peduli masyarakat Kerinci.
2. Kelemahan (*Weakness*)
 - a. Dari segi kemasan hanya menggunakan berbahan botol kaca karena belum ada pembeda dari pesaing milik orang lain.
 - b. Identitas sirup kayu manis Alfafa belum mewakili identitas dari produk sehingga belum kuat untuk dalam meningkatkan penjualan sirup kayu manis Alfafa.
 - c. Kurangnya media promosi sirup Alfafa sehingga masyarakat diluar daerah Kerinci tidak mengetahui kelebihan dari sirup kayu manis Alfafa.
 - d. Belum efektifnya identitas sirup kayu manis Alfafa.
3. Peluang (*opportunity*)
 - a. Sirup kayu manis Alfafa salah satu usaha yang adapat mencitrakan daerah Kerinci sebagai oleh-oleh ciri khas daerah Kerinci.
 - b. Usaha terbesar diantara usaha yang sama di daerah sekitar, sehingga usaha Alfafa memiliki kesempatan besar untuk lebih dikenal oleh masyarakat.
4. Ancaman (*Treathment*)
 - a. Peralatan produksi sirup Alfafa masih teknik olahan tradisional
 - b. Banyaknya pesaing usahan sirup kayu manis di daerah Kerinci.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Perancangan

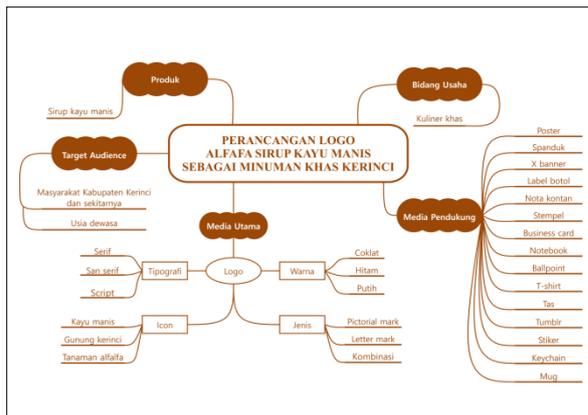
Dalam konsep visual perancangan logo usaha Alfafa ini, perancang akan menciptakan logo yang sederhana sehingga mudah dikenali dan mudah diingat. Perancangan logo ini akan menggunakan beberapa elemen yang sudah divisualisasikan menjadi sebuah bentuk ikon. Elemen tersebut adalah kayu manis, tanaman alfafa, dan gunung kerinci.

Untuk media utama, tipografi yang akan digunakan adalah jenis serif dengan nama Felix Titling. Huruf tersebut memiliki tingkat keterbacaan yang cukup jelas serta memiliki karakteristik kesederhanaan dan simpel. Selain itu, bentuknya yang ringan menciptakan tampilan yang bersih. Untuk media pendukung, tipografi yang akan digunakan adalah jenis sans serif dengan nama Malgun Gothic. Font sans serif telah dikaitkan dengan aktifitas komersil karena karakteristik yang *modern* dan *universal* sehingga cocok di aplikasikan pada pembuatan media cetak seperti spanduk, poster, atau reklame. Sedangkan untuk *tagline* akan menggunakan tipografi jenis *script* dengan nama Sensations and Qualities. Tipografi jenis ini memiliki karakteristik yang mewah dan anggun sehingga dapat menjadi pusat perhatian bagi para pembacanya.

Warna yang akan diaplikasikan dalam perancangan ini adalah warna coklat, hitam, dan putih. Warna coklat diambil dari warna dasar warna kayu manis yang merupakan bahan utama dalam pembuatan produk Alfafa yaitu sirup kayu manis. Sedangkan warna hitam dan putih merupakan warna netral yang dipilih karena warna ini dapat dengan mudah diaplikasikan pada berbagai macam media

Elemen-elemen diatas juga akan diaplikasikan dalam media pendukung agar menjadi satu kesatuan yang seimbang, sehingga dapat menciptakan media yang dapat menunjang kegiatan aktivitas usaha Alfafa dalam mengembangkan *brand*. Media yang dimaksudkan adalah media pendukung seperti; media cetak yang berupa label, poster, *x-banner*, dan spanduk; *stationary* yang berupa nota kontan, stempel, *note book*, *business card*, dan *ballpoint*; *merchandise* yang berupa *t-shirt*, tas, botol minum, mug, *keychain*, dan stiker. Dalam perancangan media pendukung tersebut, perancang menggunakan elemen desain seperti adanya unsur warna, tipografi, penyusunan layout, dan sebagainya. Dengan merancang sebuah desain yang menciptakan satu kesatuan sehingga dapat menggambarkan identitas visual dari usaha Alfafa tersebut.

1. Brainstorming



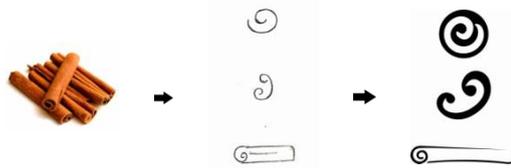
Gambar 5. Brainstorming

2. Proses Kreatif

Perancangan logo ini akan menggunakan beberapa elemen yang sudah divisualisasikan menjadi sebuah bentuk ikon. Elemen tersebut adalah kayu manis, tanaman alfafa, dan gunung kerinci.

a. Kayu manis

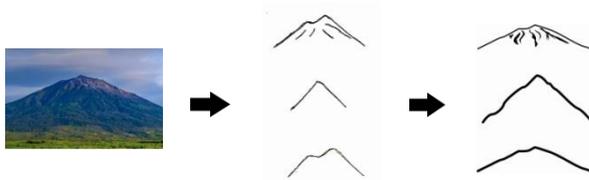
Kayu manis merupakan salah satu bahan paling utama dalam pembuatan sirup kayu manis Alfafa. Pemilihan kayu manis dalam perancangan logo ini diharapkan dapat mempresentasikan produk dari usaha Alfafa, yakni sirup kayu manis.



Gambar 6. Studi Karakter Logo Kayu Manis

b. Gunung Kerinci

Sirup kayu manis merupakan salah satu kuliner khas dari daerah Kerinci. Gunung Kerinci akan menjadi salah satu unsur yang akan diaplikasikan dalam perancangan logo usaha Alfafa. Sebagai salah satu ikon yang akan menjadi ciri khas asal daerah dari kuliner khas sirup kayu manis.

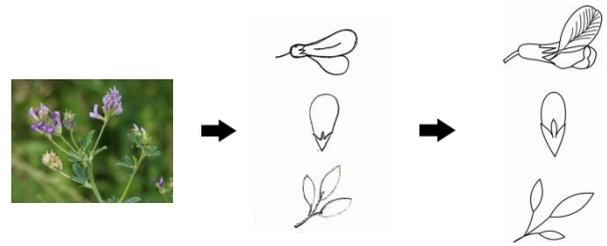


Gambar 7. Studi Karakter Logo Gunung Kerinci

c. Tanaman Alfafa

Nama usaha Alfafa diambil dari nama tanaman obat berkhasiat yaitu tanaman alfafa. Pemilihan objek ini diharapkan dapat mampu

mempresentasikan asal dari nama usaha Alfafa itu sendiri.



Gambar 8. Studi Karakter Logo Tanaman Alfalfa

Studi Tipografi

Berdasarkan penjabaran pada konsep sebelumnya, perancang akan menggunakan tipografi jenis serif. memiliki tingkat keterbacaan yang cukup jelas serta memiliki karakteristik kesederhanaan dan simpel. Selain itu, bentuknya yang ringan menciptakan tampilan yang bersih dan to the point.

a. Alternatif tipografi

FELIX TITLING ALFAFA 0123456789	Nueva Std Alfafa 0123456789
Malgun Gothic Alfafa 0123456789	Berlin Sans FB Alfafa 0123456789
Sensation and Qualite Alfafa 0123456789	Script MT Bold Alfafa 0123456789

Gambar 9. Alternatif Tipografi

b. Deskripsi alternatif tipografi

No	Tipografi	Jenis	Keterbacaan	Konsep	Aplikasi Media
1.	Felix Titling	Serif	✓	✓	Utama
2.	Nueva Std	Serif	✓	✓	Pendukung
3.	Malgun Gothic	San serif	✓	✓	Pendukung
4.	Berlin Sans FB	San serif	✓	✓	Pendukung
5.	Sensation and Qualitie	Script	✓	✓	Pendukung
6.	Script MT Bold	Script	✓	✓	Pendukung

Gambar 10. Deskripsi Alternatif Tipografi

c. Tipografi terpilih



Gambar 11. Tipografi Terpilih

Studi Warna

Penggunaan warna pada perancangan logo Alfafa yakni sebagai berikut.

a. Alternatif warna



Gambar 12. Alternatif Warna

Sketsa Explorasi

Pada perancangan karya ini, perancang telah menetapkan untuk mengaplikasikannya dalam bentuk logo. Dalam tahapan pertama, perancang mengkomposisikan visualisasi dari kayu manis, gunung kerinci, dan tanaman alfafa. Sebagaimana digambarkan pada 50 sketsa manual.



Gambar 13. Sketsa Kasar

Perancangan Grafis Logo

Setelah melakukan eksekusi melalui sketsa kasar manual, tahapan selanjutnya merupakan digitalisasi yang sebagaimana dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 14. Digitalisasi Sketsa Kasar



Gambar 15. Tahap Pewarnaan

Setelah melalui tahap pewarnaan 50 logo, perancang melakukan seleksi untuk memilih 30 logo terbaik yang dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 16. Seleksi 30 Logo Terbaik

Setelah melalui tahap seleksi 30 logo, perancang melakukan seleksi untuk memilih 3 logo terbaik yang dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 17. Seleksi 3 Logo Terbaik

Setelah melalui tahap seleksi 3 logo, perancang melakukan seleksi untuk memilih 1 logo terbaik atau logo final yang dapat dilihat pada gambar berikut ini beserta deskripsi.



Gambar 18. Logo Final



Gambar 19. Grid System



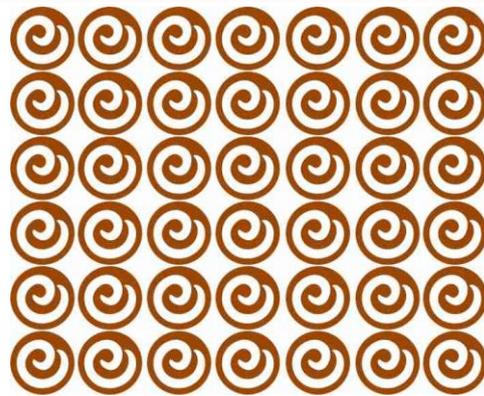
Gambar 20. Black and White

Logo usaha Alfafa dibagi menjadi dua bentuk, yaitu logo dengan susuna vertikal dan horizontal yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 21. Variasi Logo

Dalam perancangan logo usaha Alfafa ini perancang akan menggunakan pattern yang diambil dari bagian pola kayu manis seperti terlihat pada gambar berikut.



Gambar 22. Pattern

Supergraphic merupakan elemen turunan dari logo yang dikomposisi sedemikian rupa. *Supergraphic* ini dapat di aplikasikan pada berbagai media untuk menciptakan keterikatan media sehingga menjadi selaras antara satu media dengan media lainnya. *Supergraphic* tersebut dapat dilihat pada gambar berikut ini.

Penerapan Media

Plang merek merupakan salah satu penanda dari lokasi usaha yang paling efektif. Media tersebut merupakan salah satu bentuk pengaplikasian khusus untuk logo. Pada perancangan logo usaha Alfafa ini akan menggunakan media tersebut sebagai bentuk pengaplikasian logo. Lokasi usaha yang dekat dengan jalan raya akan mudah ditemukan oleh calon konsumen. selain itu, pengaplikasian pada media tersebut sebagai media utama akan menjadi lebih efektif.



Gambar 23. Aplikasi Media Utama

Dalam perancangan visual *brand identity* usaha sirup kayu manis Alfafa, logo sebagai media utama akan ditunjang dengan beberapa media pendukung. Peranan media pendukung nantinya diharapkan akan menunjang efektifitas dari media utama dalam memberikan informasi kepada target *audience* dan menghasilkan umpan balik yang positif dari target *audience* yang dituju. Media pendukung tersebut diantaranya adalah: media cetak yang berupa label, poster, *x-banner*, dan spanduk; *stationary* yang berupa nota kontan, stempel, *note book*, *business card*, dan *ballpoint*; *merchandise* yang berupa *t-shirt*, tas, botol minum, mug, *keychain*, dan stiker.



Gambar 25. Aplikasi Media X Banner



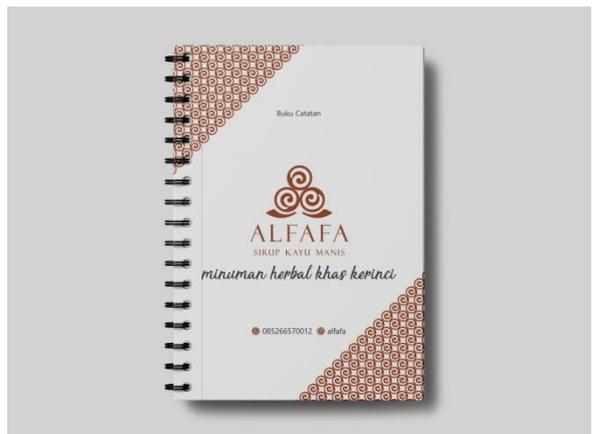
Gambar 26. Aplikasi Media Spanduk



Gambar 24. Aplikasi Media Label Botol



Gambar 27. Aplikasi Media Invoice



Gambar 28. Aplikasi Media Note Book



Gambar 29. Aplikasi Media *Business Card*



Gambar 30. Aplikasi Media *Stempel*



Gambar 31. Aplikasi Media *Ballpoint*



Gambar 32. Aplikasi Media *Tas*



Gambar 33. Aplikasi Media *Stiker*

PENUTUP

Perancangan Logo Alfafa Sirup Kayu Manis Sebagai Minuman Khas Kerinci. sebagai solusi atas permasalahan yang dimiliki oleh Alfafa Sirup Kayu manis minuman khas Kerinci. Perancangan *branding* dengan memberikan identitas usaha yang tepat melalui logo dan penciptaan image usaha di mata masyarakat. Didukung juga dengan media-media pendukung dan promosi seperti desain packaging, poster, brosur, merchandise, stationery, x-banner. Diharapkan dengan hasil perancangan *branding* ini dapat membawa pengaruh positif terhadap usaha Alfafa sehingga dapat lebih dikenal dan dapat meningkatkan angka penjualan serta profit usaha.

Hal ini juga diharapkan dapat membuka peluang bagi Alfafa untuk mengembangkan usahanya lebih luas lagi dan tidak lagi hanya melayani pembelian secara online namun juga dapat berdiri sebagai sebuah toko cake yang modern dan berkembang. Keseluruhan desain Tujuan logo yang paling mendasar adalah memberi sebuah bisnis keunikan yang bisa membedakan diri dari bisnis orang lain. Logo dari Alfafa untuk menciptakan sebuah identitas visual yang akan mewakili karakter usaha Alfafa sehingga dapat menciptakan citra positif di masyarakat dan menjadi pembeda dengan *brand* milik orang lain.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada Ibu Suryati sebagai pemilik usaha Alfafa sirup kayu

manis minuman Kerinci yang telah memberikan kesempatan, dan kerjasama dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aziz, Nur, Gali Pribadi, dan Manda Savitrie Nurcahya. 2020. "Analisa dan Perancangan Aplikasi Pembelajaran Bahasa Inggris Dasar Berbasis Android" dalam *Jurnal IKRA-ITH Informatika Vol 4 No 3* (hlm.2).
- [2] Faizal, Fajar Ahmad, Agus Malik Ibrahim, dan Osa Mega Silvia. 2021. "Perancangan Ulang Identitas Visual Rumah Makan Padang Sabana Kapau Di Kota Bandung" dalam *KREATIF(Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif Vol. 03 No. 01* (hlm.18).
- [3] Hubeis, Musa dan W Kania Dewi. 2018. *Kuliner Suatu Identitas Ketahanan Pangan Unik*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- [4] Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: 2009.
- [5] S. Lia Anggraini dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- [6] Sriwitari, Ni Nyoman dan Gusti Nyoman Widnyana. 2014. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- [7] Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- [8] Tinarbuko, Sumbo. 2015. *DEKAVE Desain Komunikasi Visual-Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).