
PERANCANGAN COMPANY PROFILE PANDAI SIKEK ART

Nadia Hanifah^{*}, Yoni Sudiani^{}, Ferry Fernando^{***}**

^{*}Prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

^{**} Prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

^{***} Prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

e-mail: sudianiyoni@gmail.com

KATA KUNCI

Desain, Company Profile, Songket.

ABSTRAK

Pandai Sikek Art merupakan sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang memproduksi songket, bordir, sulaman dan berbagai macam tanda mata khas Pandai Sikek. Perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang sangat pesat belum diimbangi dengan pengelolaan yang optimal dan adanya keterbatasan akses mempresentasikan informasi maupun mempromosikan produknya. Dengan demikian perlu adanya solusi untuk meningkatkan nilai dari produk Pandai Sikek Art dan juga meningkatkan ketertarikan masyarakat dengan songket tradisional khas Minangkabau dengan cara merancang *Company Profile* agar Pandai Sikek Art dapat dikenal oleh masyarakat baik dalam maupun luar Sumatera. Metode dalam pengumpulan data yaitu observasi dilakukan untuk mencari permasalahan yang akan diselesaikan, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi serta metode analisis perancangan yaitu analisis SWOT yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, dan analisis AISAS. Hasil dalam perancangan ini dalam bentuk Audio Visual yang berisikan informasi mengenai Pandai Sikek Art untuk memudahkan masyarakat mengenalnya.

KEYWORD

Company Profile, Songket, Pandai Sikek Art

ABSTRACT

Pandai Sikek Art is a Small and Medium Enterprise (SME) that produces songket, embroidery, embroidery and various kinds of souvenirs typical of Pandai Sikek. The very rapid development of Small and Medium Enterprises (SME) has not been balanced with optimal management and there is limited access to present information and promote their products. Thus, there is a need for a solution to increase the value of Pandai Sikek Art products and also increase public interest in traditional Minangkabau songket by designing a Company Profile so that Pandai Sikek Art can be known by the public both inside and outside

Sumatra. The method for collecting data is observation carried out to look for problems to be solved, interviews, literature study and documentation as well as the design analysis method, namely SWOT analysis, namely strengths, weaknesses, opportunities and threats, and AISAS analysis. The results of this design are in Audio Visual form which contains information about Pandai Sikek Art to make it easier for the public to know about it.

PENDAHULUAN

Songket merupakan jenis tenun tradisional yang berasal dari Sumatera. Songket digolongkan dalam keluarga tenun *brokat*. Songket ditenun dengan alat tradisional menggunakan benang emas atau perak. Tenun songket di Sumatera umumnya diasosiasikan sebagai salah satu peninggalan budaya dari periode kejayaan Sriwijaya. Tenun songket pada masa lalu identik sebagai simbol kemewahan, status sosial, dan martabat penggunanya. Menurut catatan sejarah, pembuatan tenun songket pada masa lalu menggunakan benang emas asli. Hal ini membuat tenun songket tidak saja bernilai tinggi dari segi estetika, tetapi juga nilai intrinsiknya.

Di daerah ini atau di Sumatera Barat biasa disebut nagari yang menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat setempat adalah sebagai pengrajin tenun atau songket. Motif-motif kain tenun di nagari ini umumnya diambil dari peninggalan kain tua di Sumatera Barat yang masih tersimpan dengan baik dan sering dipakai sebagai pakaian pada upacara adat. Motif-motif tenun Pandai Sikek identik sebagai motif asli pada kain tenunan

perempuan-perempuan Pandai Sikek pada zaman lampau. Beberapa kebutuhan dasar yang dibutuhkan dalam proses menenun songket Pandai Sikek yaitu Makau, makau adalah benang berwarna emas yang memberi warna dominan pada motif tenunan.

Benang Makau yaitu benang berwarna emas ini berasal dari daerah Macau, Tiongkok. Makau dan *benang Suto* (sutera) berpadu dan saling mengisi untuk menghasilkan bentuk motif tenunan. Sedangkan Suri dan Karok adalah penahan dan pembagi helaian *banang tagak* (hamparan benang). Pada pengerjaan proses awal pembuatan tenunan tradisional ini disebut *mancukia*, yaitu pembuatan motif hamparan benang dengan kayu kecil pipih dan panjang. Tekniknya hampir sama dengan menganyam. Dari data yang diperoleh, pengrajin songket di Nagari Pandai Sikek berjumlah 1.100 orang baik pengrajin aktif di nagari Pandai Sikek dan pengrajin yang merantau dan memproduksi songket khas Pandai Sikek di daerah tempat tinggalnya. Total toko yang ada di nagari Pandai Sikek berjumlah 20 toko, dan pedagang songket daring maupun offline berjumlah 39 outlet. (Melvia Mahira, September :2022)

Pandai Sikek Art merupakan sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang memproduksi songket, bordir, sulaman dan berbagai macam souvenir khas Pandai Sikek. Pandai Sikek Art merupakan UMKM yang didirikan oleh bapak Melvia Maira pada tahun 1991. Pandai Sikek Art terletak di jorong Baruah, nagari Pandai Sikek. Pandai Sikek Art merupakan satu-satunya UMKM yang memiliki sanggar, dimana disanggar tersebut menyediakan kursus menenun bagi masyarakat lokal.

Perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang sangat pesat seringkali belum diimbangi dengan pengelolaan yang optimal dan adanya keterbatasan akses mempresentasikan informasi untuk mempromosikan produknya. Pemasaran yang masih tradisional maksudnya dari konsumen ke konsumen lain. Walau demikian produk Pandai Sikek Art sudah banyak memiliki pelanggan/konsumen, hanya saja Pandai Sikek Art membutuhkan Company Profile agar calon konsumen dapat mengetahui secara detail tentang Pandai Sikek Art.

METODE

Metode prancangan yang digunakan yaitu metode kualitatif. Menurut Moleong (2014:4) penelitian kualitatif merupakan prosedur dalam penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari perilaku orang-orang yang dapat diamati.

1. Metode Pengumpulan Data

Persiapan penciptaan diawali dengan melakukan pengumpulan data. Untuk mendapatkan data yang valid perlu dilakukan beberapa metode pengumpulan data yaitu :

a. Observasi

Melakukan observasi langsung ke Pandai Sikek Art dan konsumen untuk mendapatkan informasi. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data informasi yang akurat dan lengkap dari segi geografi, demografis, dan psikografis agar proses perancangan company profile Pandai Sikek Art ini berjalan dengan baik.

b. Wawancara

Melakukan wawancara langsung dengan pemilik Pandai Sikek Art yaitu bapak Melvia Mahira. Melakukan sesi tanya jawab untuk mendapatkan beberapa informasi yang berkaitan dengan Pandai Sikek Art. Selain dengan pemilik Pandai Sikek Art, juga melakukan wawancara dengan pengrajin songket untuk mendapatkan informasi mengenai proses pembuatan songket yang merupakan kerajinan khas Minangkabau.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk mengidentifikasi teori, permasalahan, kejadian dan opini media yang

sedang di bicarakan, mengambil dari buku referensi maupun sumber-sumber yang lain dari internet. Hal ini bertujuan untuk menyempurnakan perancangan ini, sehingga dapat menambah wawasan dalam proses penggarapan company profile Pandai Sikek Art.

2. Segmentasi Target Audiens

a. Geografis.

Perancangan company profile Pandai Sikek Art ditujukan kepada masyarakat dan wisatawan yang berada di Nusantara.

b. Demografis

1) Usia

Umur 30 tahun – 60 tahun.

2) Jenis Kelamin

Laki-laki maupun perempuan.

3) Strata Sosial Menengah keatas

c. Psikografis

Masyarakat yang mempunyai gaya hidup mewah, kelas menengah ke atas dan hobi koleksi kain ciri khas daerah.

3. Metode Analisis Perancangan

Metode analisis perancangan ini menggunakan SWOT karena dalam metode ini akan mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi sebuah perusahaan terutama dalam hal ini Pandai Sikek Art.

Metode analisis AISAS adalah model komprehensif yang mengantisipasi perilaku beragam konsumen modern. Hal

ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya mengandalkan iklan tetapi juga hubungan antara perusahaan dan konsumen. Pemasar harus strategis merancang mekanisme yang akan memandu konsumen untuk mengunjungi situs resmi, kemudian memotivasi mereka untuk mencari. Jadi pada metode AISAS disini perancangan akan lebih focus pada *Attention* (Perhatian), *Interest* (Ketertarikan), *Search* (Mencari), *Action* (Tindakan),

HASIL

1. Landasan Teori

a. Company Profile

Company Profile menurut Krisyantono, (2008;239) mengatakan bahwa, produk tulisan praktisi Publick Realation yang berisi gambaran umum perusahaan, gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap,detail dan mendalam, perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka ke publik nya Pesan yang disampaikan harus detail dan mudah dipahami oleh target audience.

b. Komunikasi

Komunikasi dalam bahasa Inggris “*communications*” berasal dari kata latin “*communicatio*” dan bersumber dari kata “*communis*” yang berarti “sama”, maksudnya adalah sama

makna. kesamaan makna disini adalah mengenai sesuatu yang dikomunikasikan, karena komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan atau dikomunikasikan, Suatu percakapan dikatakan komunikatif apabila kedua belah pihak yakni komunikator dan komunikan mengerti bahasa pesan yang disampaikan”.(Effendy, 2022 : 9)”. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

c. Vidiografi

Azhar Arsyad (2011:49), Vidio adalah gambar-gambar dalam frame dimana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup. Media ini pada umumnya digunakan untuk hiburan, dokumentasi, dan pendidikan. Vidio dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep- konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkatkan atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap.

d. Warna

Warna merupakan elemen penting dalam objek desain. Dengan menggunakan warna, dapat

menunjukkan identitas atau citra yang ingin disampaikan. Baik dalam menyampaikan informasi atau membedakan fitur dengan jelas. Warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan mood, dan menggambarkan citra perusahaan (Anggraini 2014: 37).

e. Tipografi

Tipografi berasal dari bahasa Yunani yaitu typos, tipografi merupakan seni dan teknik dalam menyeleksi dan mengatur font type, point size, line lengths, line leading, character spacing, dan word spacing untuk ditampilkan dalam suatu aplikasi media untuk meningkatkan dan mengoptimalkan nilai baca, menciptakan hubungan yang kontekstual, memberikan informasi yang berarti dan menunjukkan hierarki, menciptakan kesadaran dan menunjukkan keberadaan, serta mengkomunikasikan emosi.

f. Layout

Layout pada dasarnya sebagai pemandu mata. Misalnya, sebuah iklan terdapat elemen layout yang terdiri dari tanda verbal dan tanda visual. Tanda verbal pada layout sebuah iklan terdiri dari headline yaitu judul yang diletakkan paling atas pada sebuah iklan dengan ukuran

paling besar di antara yang lain untuk menyampaikan inti pesan yang paling penting, bodycopy yaitu teks yang digunakan dalam iklan sebagai keterangan berkaitan dengan produk yang ditawarkan, splash yaitu kata kejutan yang bertujuan membangkitkan rasa ingin membeli, dan signature yaitu berisi mengenai alamat nomor telepon atau informasi tambahan lainnya (Rustan, 2008: 43-49).

2. Proses Penciptaan

Konsep Perancangan

Perancangan *company profile* Pandai Sikek Art mencoba menghadirkan visual yang informatif dan menarik, sehingga dapat memberikan informasi mengenai Pandai Sikek Art kepada calon konsumen. Pada perancangan *company profile* ini mencoba menghadirkan visual yang unik dan ciri khas dari perusahaan itu sendiri Dengan menampilkan keindahan alam sekitar nagari Pandai Sikek, memperkenalkan tentang Pandai Sikek Art dan menampilkan bagaimana proses pembuatan songket khas Pandai Sikek.

3. Hasil karya

a. Audio Visual

1) Hasil Karya



Gambar 1. Final Audio Visual
[Sumber Nadia Hanifah]

2) Analisis Karya

Vidio Company profile Pandai Sikek Art ini dibuat semenarik mungkin dan juga berisikan informasi singkat mengenai Pandai Sikek Art. Vidio ini menampilkan sanggar yang dimiliki oleh Pandai Sikek Art, proses pembuatan songket yang dilakukan oleh pengrajin, vidio juga dilengkapi dengan narasi dari pihak Pandai Sikek Art, narasi berisi tentang pengenalan Pandai Sikek Art, visi-misi dan value yang dimiliki Pandai Sikek Art, tujuan didirikannya sanggar yang dimiliki oleh Pandai Sikek Art, dan galeri yang dimiliki oleh Pandai Sikek Art yang dijadikan sebagai tempat dikomersilkannya songket hasil produksi sanggar Pandai Sikek Art..Pada vidio ini menggunakan musik instrument minang minimalis dan dilengkapi dengan narasi yang diisi oleh pihak Pandai Sikek Art dan narasi juga dilengkapi dengan

subtitle agar dapat dimengerti oleh masyarakat atau target audience yang memiliki kekeruanan pada pendengaran.

b. Company Profile Book

1) Hasil Karya



Gambar 2 Company Profile Book [Sumber Nadia Hanifah]

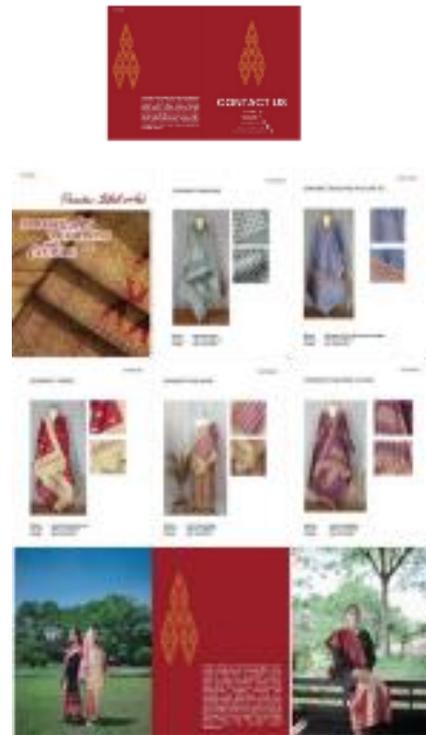
2) Analisis Karya

Company profile book memuat informasi mengenai Pandai Sikek Art, untuk memberi tahu target atau pembaca mengenai Pandai Sikek Art. Company profile tersebut berisikan beberapa konten seperti pengenalan, tentang Pandai Sikek Art, visi-misi dan value yang dimiliki Pandai Sikek Art,

informasi singkat mengenai jumlah pengrajin dan memuat beberapa foto yang di ambil di Pandai Sikek Art itu sendiri.

c. Catalog Produk

1) Hasil Karya



Gambar 3 Catalog Produk [Sumber Nadia Hanifah]

2) Analisis Karya

Catalog merupakan media pendukung yang berisi tentang beberapa produk yang dihasilkan di Pandai Sikek Art. Produk yang ditampilkan di catalog terdiri dari : Songket benang, Songket balapak pucuk 52, Songket tabur, Songket balapak, Songket balapak catua.

d. Brosur

1) Hasil Karya



Gambar 4 Brosur



Gambar 5 Alternatif Brosur

2) Analisis Karya

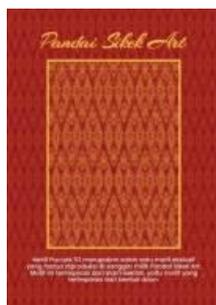
Pada perancangan Brosur sendiri memiliki ukuran brosur A4 lipat tiga. Pada brosur ini menggunakan super grafis sebagai ielement dekoratif dan memberikan informasi mengenai Pandai Sikek Art.

e. Poster

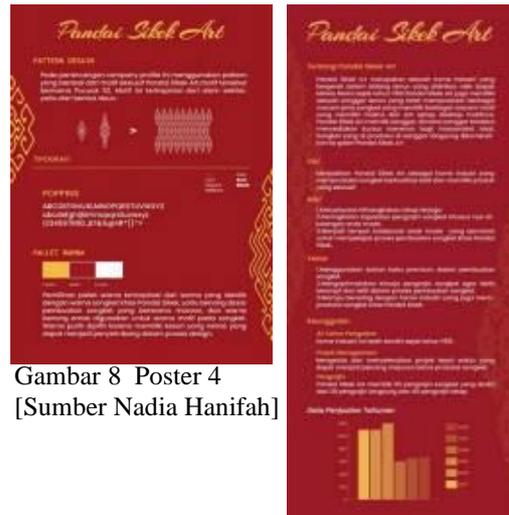
1) Hasil Karya



Gambar 6 Poster 1



Gambar 7 Poster 2



Gambar 8 Poster 4
[Sumber Nadia Hanifah]

Gambar 8 Poster 4

2) Analisis Karya

a) Poster 1

Poster merupakan media yang dapat mencari perhatian target audiens karena pengaplikasiannya yang dapat di pajang di dinding atau media mendatar. Poster 1 berukuran berisi visual foto talent yang mengenakan baju kuruang basoiba dan songket khas Pandai Sikek. Pada poster ini menggunakan element seperti logo, tagline, bodytext. Pada poster ini menggunakan Sequence L.

b) Poster 2

Poster 2 berukuran A3 ini berisi vektor salah satu motif eksklusif Pandai Sikek Art. Motif yang bernama Pucuak 52 pada poster ini juga ditambahkan singkat

mengenai penjelasan dari motif Pucuk 52, dan menggunakan pallet warna maroon, kuning keemasan dan putih.

c) Poster 3

Poster 3 berukuran A3 ini memvisualkan panel perancangan yang digunakan dalam proses perancangan media pendukung seperti : catalog produk, company profile book, brosur, x-banner, stationary set. Panel perancangan ini berisi tipografi, pallet warna, pattern desain, yang digunakan dalam poses perancangan.

d) Poster 4

Poster 4 berukuran 40x90 ini dengan garapan infografis berisikan informasi mengenai Pandai Sikek Art, visi-misi value yang dimiliki Pandai Sikek Art dan menambahkan data penjualan Pandai Sikek Art dari tahun 2017 sampai bulan juli 2022. Pada poster ini menggunakan elemen desain yang juga digunakan dalam proses media sebelumnya.

f. X Banner

1. Hasil Karya



Gambar 9 x banner [Sumber Nadia Hanifah]

2. Analisis Karya.

X-banner merupakan salah satu media pajang yang mudah dilihat oleh audiens serta dapat memuat banyak informasi karena ukurannya yang cukup besar. X-banner ini dirancang untuk memperkenalkan Pandai Sikek Art. Dengan begitu x-banner yang dihadirkan lebih bertujuan untuk mengajak audiens untuk sama-sama menikmati konten audio visual perancangan company profile Pandai Sikek Art.

g. Stationary set

1. Hasil Karya

a) Stationary Set



Gambar 10 stationary set [Sumber Nadia Hanifah]

2. Analisis Karya

b) Rubberstamp



Gambar 10 stationary set
[Sumber Nadia Hanifah]

c) Id card



Gambar 11 id card
[Sumber Nadia Hanifah]

d) Kalender



Gambar 12 Kalender
[Sumber Nadia Hanifah]

e) Buku Agenda



Gambar 12 buku agenda
[Sumber Nadia Hanifah]

a) Stationary set

Merupakan salah satu media pendukung fungsional yang dibuat untuk keperluan kantor, seperti : namecard, id card, kop surat amplop, stationery set menggunakan element desain seperti warna dan pattern desain dan juga diberikan penambahan tagline pada kartu nama.

b) Rubberstamp.

Rubber stamp berukuran 5cmx3cm ini terdapat logo Pandai Sikek Art, rubberstamp berfungsi untuk memberikan identitas untuk kebutuhan surat menyurat dan kebutuhan di kwitansi.

c) Idcard

Idcard dapat dijadikan identitas untuk staff atau pun karyawan yang bekerja di Pandai Sikek Art. Pada idcard ini menggunakan element dekoratif pattern desain dan warna yang sama pada perancangan media sebelumnya.

d) Kalender

Kalender berukuran A5 menggunakan element tambahan logo Pandai Sikek Art di setiap halamannya, menggunakan latar putih dan menggunakan sedikit

warna maroon dan kuning keemasan.

e) Buku Agenda

Buku agenda menggunakan cover warna maroon yang terdapat vektor pucuk 52 dan tambahan logo Pandai Sikek Art, dan pada isian buku agenda terdapat logo Pandai Sikek Art dibagian bawah di setiap halamannya.

h. Merchandise

1. Hasil Karya

a) Sticker



Gambar 13 sticker
[Sumber Nadia Hanifah]

b) Gantungan Kunci



Gambar 14 gantungan kunci
[Sumber Nadia Hanifah]

2. Analisis Karya

a) Sticker

Terdapat beberapa jenis merchandise yang dihadirkan dari perancangan Company Profile ini. Merchandise dipilih dari seberapa diperlukannya merchandise tersebut bagi company profile ini. Desain yang digunakan pada setiap merchandise yaitu logo Pandai Sikek Art, tagline, dan salah satu motif eksklusif Pandai Sikek Art.

b) Gantungan Kunci

Pada gantungan kunci terdapat elemen pattern desain yang diberi opasiti 75% dan terdapat tulisan Pandai Sikek.

SIMPULAN

1. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil perancangan company profile dibuat menarik dan efektif dalam penyampaian informasi mengenai Pandai Sikek Art, menampilkan sanggar yang dapat dijadikan sebagai kelebihan dari Pandai Sikek Art. Motif Pucuk 52 dijadikan sebagai element design, yaitu super grafis, supergrafis tersebut dapat menjadi pendukung dalam beberapa media. Pemilihan warna terinspirasi dari warna yang identik dengan warna songket, yaitu warna maroon dan warna kuning, dan warna putih yang bersifat

netral yang dapat jadi penyeimbang dalam melakukan proses design.

2. Saran

Sebuah perancangan akan lebih baik jika dapat membuka pemahaman dan pemikiran masyarakat mengenai hal-hal yang sudah dianggap biasa oleh masyarakat, namun ketika dikaji lebih dalam hal tersebut bisa sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat. Bagi perancang yang ingin merancang sebuah company profile maka harus menyediakan waktu yang cukup untuk setiap prosesnya, agar semuanya dapat terencana dengan matang. Mulai dari tema dan konsep dari perancangan, owner atau pihak yang dari Pandai Sikek Art, tempat, talent serta tim yang membantu, dan dana yang cukup. Selain itu, sediakan juga waktu untuk audiens me-review media perancangan, agar kita dapat merancang kembali atau menambahkan sesuatu yang dirasa perlu, jika perancangan belum cukup kuat dalam menyampaikan pesan kepada target audience.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityawan, Arief, 2010, Tinjauan Desain Grafis, Jakarta: Concept Media
- Angraini, Lia & Nathalia, Kirana. 2014. Desain Komunikasi Visual (Dasar Dasar Paduan Untuk Pemula. Bandung: Nuansa Cendekia
- Angraini, L., & Nathalia, K. (2014). Desain Komunikasi Visual: Paduan Untuk Pemula. Nuansa Cendekia
- Arsyad, Azhar. 2011. Media Pembelajaran. Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada.
- Basu swast dan irawan. 1990. Strategi Promosi. Bandung: Erlangga
- Basuki. A. (2015). Makna warna dalam desain. Retrieved April, 30, 2017
- Brewster. (2007). Teori Warna menurut Brewster. Diambil dari: lyanasila.wordpress.com/2012.07/24/teori-brewster-teori-tentang-warna/ (28 Juli 2017)
- Cenadi, Chistine Suharto (1999). Elemen-elemen Dalam Desain Komunikasi Visual. Jakarta: UKP
- Daryanto, D. (2013). Media pembelajaran peranannya sangat penting dalam mencapai tujuan pembelajaran. Gava Media.
- Effendy, O. U. (2022). Ilmu Komunikasi Teorik Dan Praktek. Remaja Rosdakarya.
- Fatimah, F. N. A. D. (2016). Teknik analisis SWOT. Anak Hebat Indonesia.
- Feisner, Edith Anderson, 2006, Colour: How To Use Colour in Art and Design. London: Laurence King Publishing Ltd.
- Hutomo, J. (2014). Pengaruh keywords ads terhadap keputusan pembelian metode AISAS. Skripsi. Dipublikasi. Bandung: University Telkom
- Hofsetter Fred Thomas, 2001. Multimedia Literacy, Focal Press: Pennsylvania State University
- Kusrianto, Adi 2002. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi Offset
- Kriyantono, Rachmat. (2008). PR Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat, Jakarta : Kencana
- Ladjamudin, Al-bahra bin 2005. Analisis & Desain Sistim Informasi. Bandung : Kelir
- Maimunah, M., Sunarya, L., & Larasati, N. (2012). Media Company Profile Sebagai Sarana Penunjang Informasi dan Promosi. Creative Communication and Innovative Technology Journal , 5(3), 281-301

- Murtijanto, F. N.(2013). LKP ; Proses Pembuatan Desain Grafis untuk Layout Promosi High Point Serviced Apartement (Doctoral dissertation, STIKOM Surabaya)
- Nugroho, S. (2015). Manajemen warna dan desain. Penerbit Andi.
- Nugroho, E. (2008). Pengenalan teori warna, Yogyakarta: Andi
- Malik Kendall. 2015, Ilmu Komunikasi, ISI padangaoanjang
- Pratisa, Himawan. 2008. Memahami Film. Yogyakarta : Impremium
- Pustaka Utama. Soerdikoen, D. W. (2019) .Metodologi Penelitian: Desain Komunikasi Visual PT Kanisius
- Sihombing Danton (2001). Tipografi dala desain grafis. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Sofyan, Rakhmat A. F., & Hidayat, T. (2008). KOMPUTER GRAFIS : Image Editing . Graphic Design, dan Page Layout. Andi Offset, Yogyakarta.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. Desain visual teori & aplikasi. Yogyakarta : C. V ANDI OFFSET.
- Tinarbuko, I, T. S. (2015). DEKAVE : Desain Komunikasi Visual Penanda ZamanMasyarakat Global. CAPS
- Walker, Jhon A. 2010. Desain Sejarah Budaya Sebuah Pengantar Komprehensif. Yogyakarta : Jelasutra