

**PERANCANGAN BUKU PEDOMAN UMUM UNTUK
MAHASISWA BARU UNIVERSITAS TELKOM TAHUN
AKADEMIK 2015 – 2016**

**DESIGNING GENERAL GUIDE BOOK FOR
NEW STUDENTS TELKOM UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2015 – 2016**

Febrian Fakhri Ramadhan¹, Syarip Hidayat, S.Sn., M.Sn², Dinda Anindita, S.Ds., M.Ds³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
¹bndisbian@yahoo.com

Abstrak

Informasi adalah sebuah data yang diperoleh melalui suatu fenomena tertentu yang telah diamati secara langsung dan diolah menjadi suatu pesan yang berguna bagi yang menerimanya melalui berbagai media. Seseorang yang berada ditempat yang baru akan sangat membutuhkan informasi mengenai keadaan disekitarnya. Layaknya mahasiswa baru Universitas Telkom yang tidak hanya datang dari kota Bandung, melainkan dari berbagai luar kota Bandung hingga luar pulau Jawa yang ada di Indonesia. Namun di Universitas Telkom belum memiliki media yang tepat terhadap mahasiswa barunya untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Hal ini menimbulkan kesulitan beradaptasi dengan lingkungan kampus, maupun adaptasi pembelajaran dari SMA ke bangku kuliah. Tujuan dari tugas akhir ini adalah Perancangan buku sebagai pedoman umum untuk mahasiswa baru Universitas Telkom ini memiliki beberapa tujuan yaitu memberikan informasi dan menjadikan pedoman umum bagi mahasiswa baru Universitas Telkom, dan mempermudah mahasiswa baru mengakses segala kegiatan akademik maupun non-akademik yang ada disekitar Universitas Telkom.

Kata Kunci : Perancangan, Buku, Unversitas Telkom, Mahasiswa Baru

Abstract

Information is a data obtained through a particular phenomenon that has been observed directly and processed into a useful message for those who receive through various media. A person that is in place that will desperately need information about the surrounding circumstances. Just like Telkom University new students who not only come from the city of Bandung, but from a variety of outside the city to outside Java in Indonesia. But at the Telkom University not yet have the right media for new students to get the information needed. This has led to difficulties adapting to the campus environment, adaptation and learning from high school to college. The aim of this thesis is the design of general guide book for Telkom University new students has several objectives, namely to provide information and make general guidelines for Telkom University new students, and facilitate new students to access all the activities of academic and non-academic exist around Telkom University.

Keywords: Design, Book, Telkom University, New Students

1. Pendahuluan

Setiap manusia membutuhkan segala informasi yang akurat mengenai lingkungan yang ada disekitarnya. Informasi akan sangat berguna saat seseorang tersebut mengunjungi bahkan menempati suatu lingkungan yang asing dan baru ia kunjungi. Layaknya para mahasiswa baru pada sebuah Universitas yang ada di Indonesia. Pada jenjang pendidikan Strata satu (S1), mahasiswa baru pada jenjang ini akan mengalami *shock culture* jika dia merupakan rantauan dari luar daerah. Hal ini karena mahasiswa S1 jika dipantau dari segi usia yang masih dalam tahap peralihan dari usia remaja ke usia dewasa yang dituntut untuk beradaptasi dengan kondisi lingkungan sekitar kampus dan kondisi yang benar-benar baru dialami seperti lingkungan asrama atau kosannya. Menurut Levinso (dalam Turner & Helms, 1995), usia 17-22 tahun merupakan tahapan pertama dari era dewasa muda yang ditandai dengan adanya transisi remaja (masa pra dewasa) ke

kehidupan dewasa. Kemudian menurut Montgomery & Cote, pada usia tersebut juga seseorang memasuki bangku kuliah sebagai jalur penting menuju kedewasaan (dalam Papalia, Feldman, & Olds, 2007).

Lingkungan disekitar kampus dan berbagai aktifitas didalam maupun diluar kampus menuntut mahasiswa untuk dapat belajar mandiri, karena mereka jauh dari orangtua dan sanak saudara. Banyak mahasiswa yang tidak bisa menyesuaikan diri dengan lingkungan kampus karena kurangnya kepekaan sosial dan informasi yang ada disekitar lingkungan kampus. Dan adanya perbedaan antara lingkungan sekitar tempat dimana dia tinggal dan kepribadian mereka juga menjadi faktor terjadinya masalah pada Mahasiswa Baru tersebut. Hal ini terkait dengan penyesuaian yang meupakan menjadi masalah terberat yang harus dihadapi setiap individu ketika memasuki dunia kuliah (Dyson & Renk, 2006). Para mahasiswa baru diharuskan dapat melakukan penyesuaian diri karena adanya perubahan pada kehidupan individu untuk menuntut ilmu saat menduduki bangku kuliah.

Universitas Telkom merupakan Universitas yang memiliki mahasiswa yang datang dari berbagai macam daerah yang ada di Indonesia dan berkumpul untuk menuntut ilmu sesuai minat dan kemampuan mahasiswa baru tersebut. Universitas Telkom itu sendiri merupakan Universitas yang berada di Bandung, lebih tepatnya Kabupaten Bandung – Dayeuh Kolot yang berlokasi dijalan Telekomunikasi. Universitas Telkom memiliki 7 fakultas yang terdiri dari Fakultas Teknik Elektro, Fakultas Rekayasa Industri, Fakultas Teknik Informasi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Fakultas Ilmu Terapan dan Fakultas Industri Kreatif. Namun mahasiswa baru membutuhkan berbagai macam informasi mengenai kampusnya agar dapat menyesuaikan diri pada lingkungan kampus Universitas Telkom. Mulai dari berbagai macam lokasi-lokasi gedung fakultas, prodi-prodi yang ada di kampus, fasilitas-fasilitas, UKM yang ada di kampus, hingga tempat-tempat yang ada disekitar kampus.

Mahasiswa baru kesulitan untuk mendapatkan informasi-informasi tersebut secara cepat dan lengkap. Untuk melakukan pengenalan terhadap kampus terlihat kurang efektif jika melakukannya hanya dilakukan seperti seminar didepan mahasiswa baru. Akan lebih baik jika Universitas Telkom memiliki sebuah media informasi berupa buku sebagai pedoman umum dan lengkap untuk mahasiswa baru tersebut. Didalam media informasi tersebut terdapat peta lokasi Universitas Telkom dan sekitarnya, serta terdapat berbagai macam jenis-jenis UKM dan fasilitas apa saja yang ada di Universitas Telkom dilengkapi dengan deskripsi dan kontaknya, kemudian adanya informasi mengenai Himpunan Mahasiswa. Dengan adanya buku tersebut, mahasiswa baru dapat dengan mudah mengetahui segala informasi yang ada di Universitas Telkom maupun disekitar Universitas Telkom.

2. Dasar Teori

2.1 Pengertian Informasi

Menurut sudut pandang dunia kepastakaan dan perpustakaan dalam buku Ilmu Informasi, Komunikasi dan Kepustakaan, informasi adalah suatu rekaman fenomena yang diamati, atau bisa juga berupa putusan-putusan yang dibuat seseorang (Estrabrook, 1977: 245). Sedangkan menurut Jogiyanto Hartono dalam buku Analisis & Disain Sistem Informasi, Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya.

Dari pernyataan-pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa informasi adalah sebuah data yang diperoleh melalui suatu fenomena tertentu yang telah diamati secara langsung dan diolah menjadi suatu pesan yang berguna bagi yang menerimanya melalui berbagai media.

2.2 Psikologi Perkembangan Remaja

Istilah remaja dikenal dengan “*adolescere*” yang kata bendanya adalah *adolescencia* yang artinya remaja. *Adolescere* adalah tumbuh kembang menjadi dewasa atau dalam perkembangan menjadi dewasa. Batasan usia remaja yang umum digunakan oleh para ahli adalah antara 12 hingga 21 tahun. Rentang waktu usia remaja ini biasanya dibedakan atas tiga, yaitu masa remaja awal (12 – 15 tahun), masa remaja pertengahan (15 – 18 tahun), masa remaja akhir (18 – 21 tahun). Namun menurut Monks, Knoers & Haditono (2001), mereka membedakan masa remaja atas empat bagian, yaitu masa pra-remaja atau pra-purbetas (10 – 12 tahun), masa remaja awal atau pubertas (12 – 15 tahun), masa reamaja pertengahan (15 – 18 tahun), dan masa remaja akhir (18 – 21 tahun). Remaja awal hingga akhir inilah yang disebut masa *adolesens*.

2.3 Desain Komunikasi Visual

Menurut Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia dalam bukunya yang berjudul Desain Komunikasi Visual ; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula, desain komunikasi visual merupakan seni dalam menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan bahasa rupa/visual yang disampaikan melalui media berupa desain. Desain komunikasi visual bertujuan menginformasikan, mempengaruhi, hingga mengubah perilaku target (*audiemce*) sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek fungsi, estetik, dan berbagai aspek lainnya, yang biasanya daranya didapatkan dari riset, pemikiran, *brainstorming*, maupun dari desain yang sudah ada sebelumnya.

2.4 Prinsip Desain Komunikasi Visual

Dalam desain komunikasi visual perlu memperhatikan beberapa prinsip kerja desain yang harus selalu diterapkan. Prinsip-prinsip desain komunikasi visual antara lain sebagai berikut:

1. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan merupakan pembagian berat yang sama, baik secara visual maupun optik. Desain dikatakan seimbang apabila objek pada bagian kiri atau kanan, bagian atas atau bawah terkesan sama berat. Sebuah desain harus memiliki keseimbangan agar nyaman dipandang dan tidak membuat bingung.

2. Irama (*Rhythm*)

Irama dalam desain komunikasi visual merupakan pengulangan gerak atau penyusunan bentuk secara berulang-ulang. Dalam desain, irama dapat berupa repetisi atau variasi. Repetisi merupakan elemen yang dibuat secara berulang-ulang dan konsisten. Sedangkan variasi irama adalah perulangan elemen visual disertai perubahan bentuk, ukuran, atau posisi.

3. Penekanan (*Emphasis*)

Penekanan merupakan salah satu prinsip dasar tata rupa yang harus ada dalam suatu desain. Penggunaan penekanan ini dapat membangun visual sebagai pusat perhatian, yang bertujuan untuk menonjolkan salah satu unsur sebagai pusat perhatian.

4. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan merupakan salah satu prinsip dasar yang sangat penting, karena prinsip ini memiliki unsur berhubungan dengan keseluruhan unsur desain. Suatu desain dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmonis, terdapat kesatuan anatara tema, tipografi, warna, dan ilustrasi / foto.

2.5 Infografis

Infograis merupakan kependekan dari kata grafis dan informasi. Inforgrafis menggunakan isyarat-isyarat visual untuk mengkomunikasikan informasi. Infografis tidak perlu mengandung jumlah data yang tertentu, memiliki kompleksitas tertentu, atau menyajikan tingkat analisis tertentu. Tidak ada ambang batas bagi sesuatu untuk “menjadi” sebuah infografis. Infografis bisa sesederhana sebuah rambu lalu-lintas dengan gambar orang memegang sekop yang memberitahukan bahwa di depan ada kegiatan konstruksi, atau serumit analisis visual untuk perekonomian global.

3. Pembahasan

3.1 Analisis Data

Berdasarkan klasifikasi dari data-data yang didapat melalui observasi, wawancara dan stdi literatur terhadap Univesitas Telkom, penulis menganalisa data-data tersebut dan mendeskripsikannya. Universitas Telkom terdiri dari tujuh fakultas dan memiliki 27 program studi dan memiliki fasilitas-fasilitas yang sangat memadai mahasiswanya untuk menunjang seluruh kegiatan mahasiswanya. Mahasiswa Universitas Telkom memiliki organisasi ataupun kegiatan yang dapat meningkatkan pengembangan kepribadian mahasiswa tersebut yang disebut dengan ORMAWA (Organisasi Mahasiswa). Setiap tahunnya terdapat 2.000 mahasiswa baru Universitas Telkom, dan mahasiswa baru tersebut berasal dari berbagai macam daerah dari luar kota Bandung hingga luar pulau Jawa. Hal ini menjadikan mahasiswa baru mengalami *shcok culture*, dimana mereka akan melakukan adaptasi terhadap lingkungan yang baru mereka temui. Kemudian Universitas

Telkom belum memiliki media informasi untuk mahasiswa baru untuk mengenal dan mengetahui segala yang berhubungan dengan Universitas Telkom berupa fasilitas-fasilitas, lingkungan sekitar kampus, dan kegiatan-kegiatan mahasiswa yang ada di Universitas Telkom. Wilayah yang cukup luas dapat membuat mahasiswa baru sulit mendapatkan informasi mengenai lingkungan sekitar kampus.

Berdasarkan faktor-faktor tersebut, dapat diambil kata kunci media yang dibutuhkan, penulis mengambil kesimpulan bahwa media yang dibutuhkan adalah sebuah media yang dapat memberikan informasi kepada mahasiswa baru Universitas Telkom secara langsung dan menarik. Dengan menggunakan kesimpulan tersebut, penulis memutuskan untuk menggunakan media informasi berupa buku pedoman umum untuk mahasiswa baru Universitas Telkom. Metode penyampaian informasi pada buku pedoman umum tersebut adalah dengan menggunakan infografis agar mahasiswa baru Universitas Telkom dapat memahami informasi dengan mudah dan menarik.

3.2 Segmentasi

Secara demografis target audience dari perancangan buku pedoman umum ini adalah sebagai berikut :

Lokasi	: Universitas Telkom - Bandung
Umur	: 17 – 19 tahun
Jenis Kelamin	: Laki-laki dan perempuan
Pendidikan	: Mahasiswa
Uang saku / penghasilan	: Rp. 1.000.000 – 3.000.000 / bulan

3.3 Konsep Pesan

Konsep pesan ditujukan untuk mahasiswa baru Universitas Telkom, dengan mengangkat fenomena yang sering terjadi disekitar kampus saat menjadi mahasiswa baru, yaitu kurangnya informasi mengenai lingkungan kampus, kegiatan kampus serta proses perkuliahan. Hal ini dikarenakan tidak adanya media yang memberikan informasi yang akan dibutuhkan oleh mahasiswa baru tersebut. Untuk itu konsep pesan yang akan dipakai adalah:

1. Melakukan pengenalan terhadap Universitas Telkom,
2. Memberikan informasi mengenai lingkungan kampus,
3. Memberikan informasi mengenai kode etik mahasiswa,
4. Memberikan informasi mengenai kegiatan mahasiswa.

3.4 Konsep Kreatif

Konsep kreatif yang digunakan dalam perancangan ini adalah sesuai dengan visi dari Universitas Telkom yaitu berbasis teknologi informasi. Teknologi informasi tersebut dapat berupa sebuah buku yang dapat terhubung dengan sebuah aplikasi *mobile* untuk mendapat informasi yang lebih lengkap, karena setiap mahasiswa Universitas Telkom sangat dekat dengan teknologi seperti *smartphone*. Hal ini dikarenakan untuk mempermudah dalam penyampaian dan memahami informasi terhadap target audiens. Pada buku pedoman umum ini memiliki informasi mengenai Universitas Telkom mulai dari kegiatan akademik dan non-akademik, fakultas dan jurusan, fasilitas pendukung, serta lingkungan sekitar kampus. Sehingga mahasiswa baru dapat mengetahui informasi mengenai Universitas Telkom dan dapat beradaptasi dengan mudah saat menjalani perkuliahan di Universitas Telkom. Dalam perancangan buku ini menggunakan konsep infografis dalam penyajian informasi yang dibutuhkan mahasiswa baru Universitas Telkom. Hal ini dikarenakan untuk mempermudah dalam penyampaian dan memahami informasi terhadap target audiens. Kemudian dalam buku tersebut terdapat *QR Code* yang dapat menghubungkan dengan aplikasi *mobile*. Pada aplikasi *mobile* ini akan memberikan informasi yang lebih lengkap.

3.5 Konsep Media

Media utama yang digunakan adalah berupa buku pedoman umum mahasiswa baru Universitas Telkom. Buku ini memberikan seluruh pedoman dan informasi mengenai kampus kepada mahasiswa Universitas Telkom. Konsep media ini tetap mengacu pada visi dan misi Universitas Telkom. Buku ini memiliki ukuran 14 cm x 18 cm yang dapat dibawa dengan mudah dan praktis, sehingga tidak memakan tempat. Untuk lebih memudahkan mendapatkan informasi secara lengkap, mahasiswa baru dapat melakukan *scanning* pada *QR Code* yang ada dalam buku, dan akan terhubung dengan aplikasi *mobile*. Pada buku ini terdapat konten-konten yang akan dibutuhkan mahasiswa selama menjalani perkuliahan di Universitas Telkom, konten tersebut adalah:

1. Introduksi

Introduksi merupakan konten perkenalan terhadap Universitas Telkom. Konten ini terdiri dari sejarah singkat, visi, misi dan tujuan, filosofi dan makna logo, istilah dan definisi, dan peta kampus.

2. Fakultas

Pada konten fakultas ini akan memberikan informasi mengenai fakultas-fakultas serta jurusan-jurusan yang ada di Universitas Telkom. Serta menampilkan akreditasi dari tiap jurusan dan terdapat ilustrasi dan foto dari fakultas tersebut.

3. Kode Etik Mahasiswa

Konten ini terdiri dari kewajiban mahasiswa, larangan bagi mahasiswa, dan seragam mahasiswa. Kode etik mahasiswa ini menjadi pedoman untuk mahasiswa baru yang harus dilakukan serta larangan selama menjalani perkuliahan di Universitas Telkom.

4. Nilai, Administrasi dan Beasiswa

Konten ini memberikan informasi mengenai standar penilaian di Universitas Telkom, tata cara administrasi seperti pembayaran dan registrasi, dan macam-macam beasiswa yang ada di Universitas Telkom.

5. Fasilitas

Pada konten fasilitas ini akan memberikan informasi mengenai fasilitas-fasilitas yang ada di Universitas Telkom. Fasilitas ini terdiri dari fasilitas penunjang akademik dan fasilitas penunjang non-akademik.

3.6 Konsep Visual

Konsep visual menggunakan teori desain yang terdiri dari warna, tipografi, layout, dan ilustrasi. Warna yang digunakan adalah warna identitas Universitas Telkom yaitu merah, abu-abu dan putih serta menggunakan warna tiap fakultas yaitu biru (FTE), hijau tua (FRI), kuning (FTI), biru muda (FEB), ungu (FKB), jingga (FIK), dan hijau muda (FIT). Namun menggunakan tambahan warna cerah dan *soft* untuk menarik minat mahasiswa baru untuk membaca buku panduan tersebut. Kemudian menggunakan tipografi yang berjenis *sans serif* yang memiliki sifat yang tidak kaku dan formal. Hal ini bertujuan agar mahasiswa baru membacanya lebih santai dan tidak formal. Layout yang digunakan adalah layout dinamis yang bertujuan untuk memberi alur saat membaca dan tidak akan membosankan saat membaca dan mendapatkan informasi, ditambah dengan unsur pendukung seperti ilustrasi / infografis dan menggunakan tipografi yang tidak terlalu banyak. Ilustrasi akan menggunakan foto, ilustrasi digital, elemen grafis seperti bidang, garis, dan titik untuk memberikan visual yang menarik, sehingga menarik dan meningkatkan minat baca target audiens.

1. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi atau infografis yang berbasis *vector* dan fotografi. Hal ini dikarenakan dengan menggunakan ilustrasi *vector* akan terlihat lebih rapi dan nyaman dilihat serta lebih mudah dipahami. Sedangkan fotografi digunakan untuk menggambarkan suasana asli yang ingin disampaikan.



Gambar 1 : Ilustrasi Peta Kampus

2. Layout

Layout yang digunakan dalam karya ini adalah menggunakan layout yang dinamis. Sehingga target audience tidak jenuh untuk membaca buku pedoman umum ini.



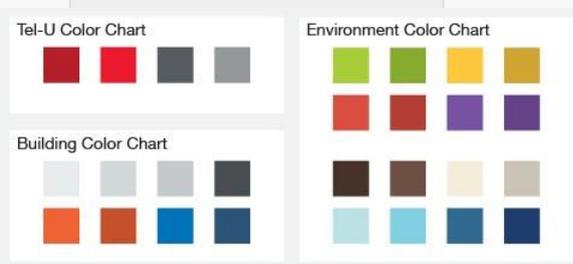
Gambar 2 : Layout

3. Tipografi

Tipografi yang digunakan adalah tipografi berjenis *sans serif*. Tipografi berjenis *sans serif* memiliki ciri tidak memiliki ekor atau kail pada hurufnya. Hal ini akan memberikan kesan bahwa *sans serif* memiliki sifat yang tidak kaku dan formal. Sehingga tipografi jenis *sans serif* ini sangat cocok untuk mahasiswa atau remaja. Tipografi yang digunakan adalah tipografi berjenis *sans serif*. Tipografi pada buku menggunakan font “Big John” untuk Judul dan subjudul, serta menggunakan font “Gotham Book” untuk isi. Namun pada aplikasi menggunakan font “Helvetica Neue”

4. Warna

Warna yang digunakan yaitu menggunakan warna dari Universitas Telkom yaitu merah, hitam, abu-abu dan putih. Serta menggunakan warna tambahan yang sesuai dengan warna panji dari tiap fakultas yang ada di Universitas Telkom.



Gambar 3 : Warna

3.7 Hasil Perancangan

1. Cover

Desain *cover* pada buku pedoman umum mahasiswa baru Universitas Telkom ini menimbulkan kesan yang minimalis dan menggunakan warna merah sebagai warna khas Universitas Telkom. Pada *cover* ini dilapis dengan selembar kertas sebagai sarung buku dan penghias untuk menarik perhatian mahasiswa baru.



Gambar 4 : Cover

2. Ilustrasi

Ilustrasi pada perancangan buku pedoman umum ini menggunakan ilustrasi berbasis *vector*. Ilustrasi ini terdiri dari ilustrasi gedung yang ada di Universitas Telkom, seragam mahasiswa, fasilitas dan ilustrasi pendukung lainnya.



Gambar 5 : Aset Ilustrasi

3. Infografis

Infografis digunakan dalam buku pedoman umum mahasiswa baru Universitas Telkom untuk mempermudah proses penyampaian informasi terhadap target audiens.



Gambar 6 : Infografis

4. Layout

Layout pada buku pedoman umum ini menggunakan layout yang asimetris dan dinamis yang bertujuan untuk para pembaca tertarik untuk membaca informasi yang ada didalam buku pedoman tersebut. Pada bagian subjudul menumpuk sebagian dengan isi dalam buku ini dikarenakan untuk memberikan perhatian kepada pembaca, sehingga para pembaca akan membaca secara detail dari buku tersebut.



Gambar 7: Layout Buku Pedoman Umum

4. Kesimpulan

Dengan lengkapnya semua rancangan buku pedoman umum mahasiswa baru Universitas Telkom ini, diharapkan mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang menjadi masalah seperti yang sudah diungkapkan pada bab-bab sebelumnya. Beberapa hal yang dapat disimpulkan dari hasil rancangan buku pedoman umum mahasiswa baru Universitas Telkom ini antara lain:

1. Buku ini memiliki fungsi sebagai media informasi bagi mahasiswa baru Universitas Telkom untuk mengenal lebih dalam dengan Universitas Telkom,
2. Buku ini bersifat sebagai pedoman umum bagi mahasiswa baru Universitas Telkom untuk menjalani kegiatan akademik maupun non-akademik di Universitas Telkom sehingga dapat beradaptasi dengan mudah,
3. Buku ini dapat mempermudah mahasiswa baru Universitas Telkom untuk mengetahui keadaan sekitar kampus Universitas Telkom.

Daftar Pustaka

- [1] Anggraini, Lia. Nathalia, Kirana. 2014. Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula. Bandung : Nuansa Cendekia
- [2] Bajari, Atwar. Zarlis, Almy. dkk. 2013. Perencanaan Komunikasi. Bandung : Ultimus
- [3] Darmaprawira, Sulasmi. 2002. Warna (Teori dan Kreativitas Penggunaanya). Bandung : ITB
- [4] Desmita. 2013. Psikologi Perkembangan. Bandung : Rosdakarya
- [5] Hartono, Jogiyanto. 1999. Analisis & Disain Sistem Informasi. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- [6] Kusrianto, Adi. 2009. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- [7] Lankow, Jason. Josh, Ritche. Ross, Crooks. 2014. Infografis Kedasyatan Cara Bercerita Visual. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- [8] Rakhmat, Jalaluddin. 2011. Psikologi Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- [9] Rangkuti, Freddy. 2014. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- [10] Rustan, Suriyanto. 2009. Layout. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- [11] Rustan, Suriyanto. 2011. Font & Tipografi. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- [12] Yusup, Pawit M. 2013. Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan. Jakarta : PT. Bumi Aksara