

PERANCANGAN VIDEO TUTORIAL DONGENG MADE TARO SEBAGAI SARANA KAMPANYE SANGGAR KUKURUYUK DI DENPASAR

Muhammad Firman Wahyudi¹, I Putu Dudyk Arya Putra², Kadek Angga Dwi Astina³

^{1,2,3} Desain Komunikasi Visual, Institut Desain Dan Bisnis Bali

e-mail: wahyudi@gmail.com¹, dudyk@std-bali.ac.id², anggadwi@std-bali.ac.id³

INFORMASI ARTIKEL

Received : Maret, 2022
Accepted : April, 2022
Publish online : Mei, 2022

ABSTRACT

Fable feel unfamiliar to children because currently many parents do not know about the proper and correct storytelling procedures. At this time in Bali, one of the studios that introduce fairy tales is the Kukuruyuk Studio owned by Mr. Made Taro. Mr. Taro tells storytelling by combining Balinese play and Balinese singing in the form of an operet and wishes the activities at the Kukuruyuk Studio could be channeled through technology. Therefore, the author is interested in providing a solution in the form of a storytelling video tutorial which will later be explained by Mr. Made Taro via video, as well as being a campaign for the Kukuruyuk Studio about inviting parents to tell stories. The methods used include the method of observation, interviews, and questionnaires. Furthermore, from the results of these data, the brainstorming stage, moodboard search, and reference design were carried out. The result is to apply the concept of "Creativity is Colorful" which means creativity that has many colors. By using a design style, namely Late Modern Design the media designed includes YouTube content which contains video tutorials on how to tell storytelling, social media kontent for Instagram and manuals as the main media. Furthermore, booths, roll up banners, facebook fanspage, t-shirts / T-shirts, merchandise are produces as supporting media. It is hoped that by designing this storytelling video tutorial, the general public, especially parents, are able to tell stories to their children with more ease.

Keywords: campaign, Storytelling, Sanggar Kukuruyuk, Made Taro, Video Tutorial

ABSTRAK

Dongeng terasa asing di mata anak – anak karena pada saat ini banyak orang tua yang belum tahu tentang tata cara mendongeng yang baik dan benar. Pada saat ini di Bali ada salah satu Sanggar yang memperkenalkan dongeng adalah Sanggar Kukuruyuk milik Bapak Made Taro. Bapak Taro mendongeng dengan menggabungkan permainan Bali dan nyanyian Bali dalam bentuk *Operet*. Bapak Made Taro ingin, agar kegiatan yang ada di Sanggar Kukuruyuk ini dapat disalurkan melalui teknologi. Maka penulis tertarik memberikan solusi berupa sebuah video tutorial mendongeng yang nantinya tutorial tersebut akan dijelaskan oleh Bapak Made Taro melalui video. Sekaligus menjadi kampanye Sanggar Kukuruyuk tentang

mengajak orang tua untuk mendongeng. Metode yang digunakan diantaranya adalah metode observasi, wawancara, dan kuesioner. Selanjutnya dari hasil data tersebut, dilakukan tahap *brainstorming*, pencarian *moodboard*, dan desain referensi. Hasilnya adalah menerapkan konsep "*Creativity is Colorful*" yang memiliki arti kreatifitas yang memiliki banyak warna. Dengan menggunakan gaya desain yaitu *Late Modern Design*. Maka media yang akan dirancang yaitu konten youtube yang berisi video tutorial tata cara mendongeng, media sosial instagram, buku pedoman sebagai media utama. *booth, roll up banner, fanspage facebook, kaos / T-shirt, merchandise* sebagai media penunjang. Diharapkan dengan adanya perancangan video tutorial mendongeng ini, dapat membantu masyarakat umum terutama orang tua agar lebih mudah berdongeng dengan anaknya.

Kata Kunci: Kampanye, Mendongeng, Sanggar Kukuruyuk, Bapak Made Taro, Video Tutorial

PENDAHULUAN

Dongeng terasa asing di mata anak – anak saat ini, karena pada saat ini banyak anak – anak yang beralih kepada permainan yang ada di *gadget*. Beda halnya dengan para orang tua jaman dahulu yang selalu menceritakan dongeng kepada anaknya, menyanyikan lagu bersama, dengan menyelipkan pesan – pesan moral di dalamnya. Orang tua juga dulu sering membuatkan anaknya permainan tradisional dengan bahan – bahan dari alam. Semua itu adalah salah satu cara untuk mengedukasi anak – anak.

Kegiatan mendongeng ini tetap dilakukan oleh Sanggar Kukuruyuk yang didirikan oleh Bapak Made Taro beliau adalah sosok yang tidak bisa dilepaskan dari dunia anak terutama mendongeng (Guna, 2014 : 7). Lahir 16 April 1939 di Sengkidu, Kecamatan Manggis, Karangasem. Bapak Taro telah berjasa dalam melestarikan cerita rakyat dan dongeng khususnya di Bali, dan telah menulis berbagai buku mengenai dongeng tradisional, lagu, dan permainan yang terinspirasi dari kisah dongeng. Bapak Taro memiliki tekad yang sangat tinggi menjunjung nilai – nilai budaya tradisional demi pembentukan mental anak dan optimisme anak dalam menghadapi era di kehidupan mendatang. Durasi Bapak Taro mendongeng biasanya sekitar 5 - 15 Menit dilanjutkan dengan mengajak untuk bermain permainan tradisional.

Berdasarkan hasil survei dari beberapa orang tua di Denpasar banyak orang tua banyak yang belum tahu cara berdongeng yang baik dan benar untuk anak – anaknya. Itu juga yang dirasakan oleh Bapak Made Taro dan anaknya Bapak Gede Tarmada, Hal itu bisa terjadi karena kurang adanya media kampanye untuk belajar mendongeng. Dan Bapak Made Taro dan anaknya ingin bagaimana agar kegiatan yang ada di Sanggar Kukuruyuk ini dapat disalurkan melalui teknologi, karena saat ini Sanggar Kukuruyuk hanya terdapat pada beberapa Sekolah Dasar yang berada di Bali sehingga anak – anak yang diluar Sekolah Dasar tersebut hanya bisa mengikuti kegiatan tersebut pada saat *workshop* diluar Sekolah Dasar yang diadakan oleh Sanggar Kukuruyuk (wawancara, 19 Oktober 2019). Para orang tua juga sangat menginginkan agar diberikannya

edukasi tentang cara mendongeng karena mereka belum tahu tentang cara mendongeng yang baik dan benar.

Maka dari itu sangat dibutuhkan peran desain dan visualisasi media komunikasi yang baik dalam mendukung dongeng ini agar orang tua tau tata cara mendongeng yang baik dan benar sehingga nantinya orang tua bisa mempraktekkan kepada anaknya di rumah. Pemilihan kata ajakan yang tepat untuk kampanye ini harus sesuai agar mudah di terima oleh audiens agar tidak salah sasaran. Dengan demikian Sanggar Kukuruyuk yang menjalankan cerita dongeng tetap eksis dan tidak punah, serta sangatlah penting untuk menciptakan sarana kampanye yang efektif untuk memperkenalkan tata cara mendongeng yang baik dan benar khususnya kepada orang tua.

Berdasarkan permasalahan diatas penulis ingin merancang video tutorial. Bahwa video tutorial akan membuat suatu penjelasan atas materi menjadi lebih mudah, dan sekaligus menjadi media kampanye Sanggar Kukuruyuk tentang mengajak orang tua untuk mendongeng. Video tutorial mendongeng yang nantinya akan di sebarakan lewat sosial media seperti *youtube*, *instagram* *Televise*, dan *facebook*, Harapan penulis nantinya dengan dibuatnya video tutorial ini eksistensi Sanggar Kukuruyuk ini tetap ada sebagai Sanggar yang berkonsentrasi pada kegiatan mendongeng dan bermain permainan tradisional, dan juga dengan dibuatnya video tutorial dongeng ini dapat membiasakan para orang tua dan anak – anaknya melakukan cara mendongeng yang dilakukan oleh Sanggar Kukuruyuk sehingga nantinya akan terus menerus berlanjut secara turun temurun.

METODE PENELITIAN

1. Data Primer

A. Observasi

Metode Observasi merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung obyek datanya (Jogiyanto, 2008:89). Melalui metode ini penulis melakukan penelitian langsung terhadap objek yang dituju, yaitu dengan

mengunjungi rumah Bapak Made Taro selaku pemilik Sanggar Kukuruyuk yang terletak di daerah Suwung, Denpasar juga mengunjungi salah Sanggar Kukuruyuk yang terletak di SD Negeri 8 Dauh Puri, dan beberapa acara *workshop* seperti yang diadakan di Omah Apik Pejeng, Gianyar. Sehingga nantinya memperoleh informasi yang akurat mengenai Sanggar Kukuruyuk tersebut, dengan mencatat langsung data apa saja yang diperlukan dalam pembuatan tugas akhir ini.

B. Wawancara

Wawancara adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden (Jogiyanto, 2008 : 111). Dalam hal ini penulis akan melakukan wawancara langsung dengan melakukan tanya jawab terhadap Bapak Made Taro sebagai narasumber utama juga selaku pendiri dari Sanggar Kukuruyuk, Bapak Gede Tarmada sebagai narasumber kedua, dan anak – anak yang ikut dalam Sanggar Kukuruyuk untuk mencari data – data yang terkait dengan media kampanye yang akan dibuat.

C. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk jawabnya (Sugiyono, 2015 : 199). Terkait hal tersebut penulis akan menyebarkan kuesioner kepada orang tua dan anak – anak yang nantinya akan disebarkan melalui *google form* dan menyebarkan di beberapa sekolah taman kanak – kanak yang ada di Denpasar.

2. Data Sekunder

A. Kepustakaan

Kepustakaan digunakan dalam keseluruhan proses penelitian sejak awal hingga sampai akhir penelitian dengan

cara memanfaatkan berbagai macam pustaka yang relevan dengan fenomena sosial yang tengah dicermati (Pratiwi, 2009 : 63). Penulis tidak berhadapan langsung dengan narasumber, melainkan mencari sumber dari buku-buku yang bersangkutan. Pada metode kepustakaan ini, penulis mencari beberapa informasi buku, seperti buku *computer graphic design*, metode penelitian sistem informasi, jago membuat video tutorial, dll. Guna mencari literasi secara tulisan yang berhubungan dengan cara penampilan isi pesan baik ilustrasi maupun teks untuk menunjang video tutorial dongeng Made Taro sebagai sarana kampanye Sanggar Kukuruyuk.

B. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan, pemberian atau pengumpulan bukti – bukti dan keterangan – keterangan seperti gambar dan kutipan (Sugono, 2008 : 361). Penulis mengabadikan beberapa dokumentasi dari kegiatan – kegiatan Bapak Made Taro dengan anak – anak didiknya di Sanggar Kukuruyuk untuk kebutuhan pembuatan media promosi Sanggar Kukuruyuk ini. Dokumentasi berbentuk gambar/foto diambil menggunakan kamera digital atau *handphone*.

C. Penelusuran Data Online

penelusuran data online adalah tata cara melakukan penelusuran data melalui online seperti media internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas online, sehingga peneliti dapat memanfaatkan data informasi online yang berupa data maupun informasi teori, secepat atau semudah mungkin dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis (Bungin, 2007 : 128). Sumber informasi

diperoleh dari situs resmi seperti www.balipost.com, www.kompas.com, www.pinterest.com dll yang dapat menjadi referensi dan pembandingan dalam merancang media komunikasi visual sebagai sarana promosi Sanggar Kukuruyuk Bapak Made Taro.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dongeng adalah suatu bentuk karya sastra yang ceritanya tidak benar benar terjadi. Dongeng di bagi menjadi tuju yaitu mite/, sage, fabel, legenda, cerita lucu, cerita pelipur lara, dan perumpamaan. Dongeng yang sering di bacakan sekarang adalah dongeng fabel yaitu dongeng berkarakter binatang tapi bisa bicara dan berperilaku seperti manusia. Mendongeng ada tekniknya dengan membaca langsung dari buku dongeng, mendongeng menggunakan ilustrasi gambar. Mendongeng menggunakan boneka, mendongeng menggunakan jari tangan dll.

Saat ini di Bali ada salah satu sanggar yang bernama sanggar kukuruyuk yang fokus pada cerita dongeng fabel. Sanggar Kukuruyuk yang didirikan oleh Pak Made Taro. Pak Taro telah berjasa dalam melestarikan cerita rakyat dan dongeng khususnya di Bali, dan telah menulis berbagai buku mengenai dongeng tradisional, lagu, dan permainan yang terinspirasi dari kisah dongeng.

Kegiatan mendongeng terasa asing dimata anak - anak, karena di zaman ini anak – anak sedikit bacakan dongeng oleh orang tuanya karena banyak yang belum tahu cara berdongeng yang baik dan benar. Maka dari itu sangat dibutuhkan peran desain dan visualisasi media komunikasi yang baik dalam mendukung dongeng ini agar orang tua tau tata cara mendongeng yang baik dan benar sehingga nantinya orang tua bisa mempraktekkan kepada anaknya di rumah. Penulis ingin merancang video tutorial. Bahwa video tutorial akan membuat suatu penjelasan atas materi menjadi lebih mudah, dan sekaligus menjadi media kampanye Sanggar kukuruyuk tentang mengajak orang tua untuk mendongeng. Dengan demikian Sanggar Kukuruyuk yang menjalankan cerita dongeng tetap eksis dan tidak punah, serta sangatlah penting untuk menciptakan sarana kampanye yang efektif untuk

memperkenalkan tata cara mendongeng yang baik dan benar khususnya kepada orang tua.

PEMBAHASAN

a. Target Segmentasi Pasar

1. Geografis

Segmentasi pasar secara geografis berarti mengelompokkan konsumen berdasarkan tempat, lokasi dan daerah (Sudaryono, 2016: 245). Sasaran penyampaian pesan media ini adalah primer untuk orang tua dan sekunder untuk anak – anak di Kota Denpasar.

2. Demografis

Segmentasi demografis membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan variable seperti jenis kelamin, umur, status perkawinan, jumlah keluarga, umur anak, pendapatan, jabatan, lokasi geografis, mobilitas, kepemilikan rumah, pendidikan, agama, ras atau kebangsaan (Sudaryono, 2016: 246). Berdasarkan segmentasi demografis, target sasaran yang dituju adalah orang tua 28 – 33 tahun dan anak – anak usia 3 – 12 tahun.

3. Psikografis

Segmentasi psikografis membagi pembeli menjadi kelompok berbeda berdasarkan karakteristik kelas sosial, gaya hidup atau kepribadian (Sudaryono, 2016: 247). Dalam hal ini penulis menargetkan pada orang tua yang kebingungan dengan tata cara mendongeng yang benar agar anak tertarik mendengarkannya dan kalangan anak – anak yang menyukai dongeng serta senang melihat cerita dongeng. Dari faktor itulah pesan yang ingin disampaikan dalam video tutorial dongeng dapat tersampaikan.

4. Behaviour

Berdasarkan behaviour (perilaku masyarakat yang akan di sasar). Segmentasi ini menargetkan kepada para orang tua yang peduli akan perkembangan tingkah laku anak – anak mereka. Sedangkan untuk anak – anak sendiri, penulis menargetkan kepada anak – anak yang senang melihat cerita dongeng.

b. Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah kebijakan yang akan dilakukan terhadap panduan kreatif, terdiri dari isi pesan dan bentuk pesan, yang disusun berdasarkan target *audience*-nya, karena pada dasarnya target *audience*-lah yang menentukan isi (*content*) dan bentuk (*form*) pesan iklan yang akan disampaikan (Sanyoto, 2006 : 83)

1. Pesan

Isi pesan yang ingin disampaikan adalah untuk memperkenalkan video tutorial dongeng Made Taro kepada masyarakat terutama para orang tua dan anak – anak, sehingga dapat mengedukasi dengan cara mendongeng ini. Orang tua juga agar tertarik untuk melihat dan memperagakannya kepada anak - anak dan dapat berguna untuk menambah wawasan tentang mendongeng.

2. Strategi Visual

Visualisasi yang digunakan dalam membuat media utama maupun media pendukung kampanye video tutorial dongeng Made Taro ini adalah menggunakan Kamera *Digital Single Lens Reflect* dan *Mirrorless Digital Camera* untuk pengambilan gambar pada saat Bapak Made Taro mendongeng, pengambilan gambar dengan teknik pergerakan kamera seperti *crabbing*, *tracking*, *pedestal* dll juga menggunakan *angel* kamera seperti *low angel*, *high angel*, *normal angel* dll. Menggunakan bantuan komputer juga seperti *software Adobe Illustrator*, *Adobe Photoshop*, *Adobe Premier*, *Adobe After Effect*, dan *Adobe Audition*. Dari segi tipografi menggunakan jenis huruf dekoratif yaitu *font stabillo* pada poster dan media pendukung lainnya hanya pada subtitle di video menggunakan font jenis serif . Pemilihan jenis huruf-huruf ini dikarenakan memiliki keterbacaan yang baik, sehingga akan lebih mampu menyampaikan cerita dengan lebih jelas.

3. Gaya Visual

Menggunakan gaya visual *late modern design* berupa ilustrasi *digital* fotografi dan digabungkan dengan efek *airbrush*. Penulis akan melakukan *cropping* pada foto *digital* yang diconvert ke bentuk *vector* lalu dipadukan dengan efek *airbrush* dengan warna yang bervariasi seperti biru kuning hijau orange yang menimbulkan kesan semangat. Pada video pengaplikasian gaya visual tersebut digunakan pada saat bumper opening dan penunjukan alat – alat yang digunakan oleh Bapak Made Taro.

4. Positioning

Tindakan yang dilakukan untuk merancang media agar masyarakat khususnya para orang tua dan anak -anak untuk memberikan informasi mengenai cara mendongeng yang baik dan benar agar anak lebih tertarik mendengarkan, Dapat menambah wawasan masyarakat tentang dongeng seperti apa yang harus dibacakan, media video tutorial dibuat dengan durasi yang tidak Panjang sehingga para orang tua dan anak – anak tidak bosan melihatnya. Dalam video tersebut juga nantinya akan diberikan *effect freeze* lalu muncul beberapa alat yang digunakan oleh Bapak Made Taro yang nantinya berguna sebagai penjelasan dari alat tersebut.

Konsep desain



Gambar 1.1 Brainstorming konsep
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

Keyword yang ditemukan adalah imajinasi, edukasi, dan *colorfull*. Terlahirlah konsep "*creativity is colorfull*" yang memiliki arti kreatifitas yang memiliki banyak warna. Maksudnya penulis ingin

menunjukkan bahwa dalam perancangan video tutorial mendongeng Made Taro ini memiliki banyak manfaat bagi masyarakat terutama orang tua dan anak – anak.

Dalam konsep ini penulis akan merancang video tutorial mendongeng serta media – media pendukung lainnya mengimplementasikan desain video dan media yang ingin ditampilkan adalah yang terkesan ceria. Penulis berharap dapat merancang video tutorial yang baik, edukatif dan tepat sasaran. Sehingga masyarakat dapat memahami informasi yang disampaikan di dalam video tutorial dongeng Made Taro ini.

VISUALISASI DESAIN

1. Box Packaging



Gambar 1.2 Tampilan Konten Youtube
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

2. Instagram



Gambar 1.3 Tampilan Instagram
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

3. Buku Pedoman



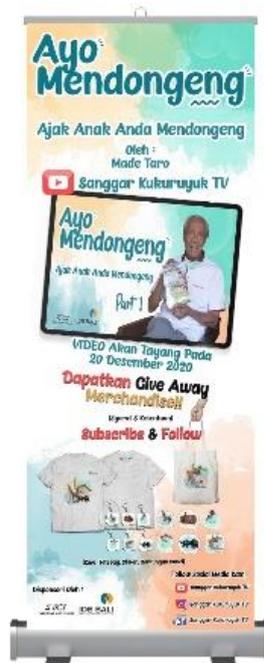
Gambar 1.4 Buku Pedoman
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

4. Booth



Gambar 1.5 Tampilan Booth
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

5. Roll Up Banner



Gambar 1.6 Tampilan Roll Up Banner
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

6. Kaos / T-Shirt



Gambar 1.7 Tampilan Kaos / T-Shirt
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

7. Fanspage Facebook



Gambar 1.8 Fanspage Facebook

(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

8. Stiker



Gambar 1.9 Stiker

(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

9. Gantungan Kunci



Gambar 1.10 Gantungan Kunci

(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

10. Totebag



Gambar 1.11 Totebag

(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

KESIMPULAN

Setelah melalui berbagai macam tahapan – tahapan dalam perancangan desain media utama dan media promosi dari video tutorial mendongeng Made Taro sebagai sara kampanye Sanggar Kukuruyuk, maka berdasarkan uraian dari bab-bab diatas penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

Konsep yang digunakan pada perancangan video tutorial mendongeng adalah *education is colorfull*. Memiliki arti kreatifitas yang memiliki banyak warna. Dengan begitu video tutorial mendongeng ini diharapkan dapat menjadi manfaat bagi masyarakat terutama orang tua dan anak – anak.

Sentuhan desain dan beberapa ilustrasi yang *colorfull* di setiap media yang penulis buat, diyakini dapat memiliki nilai jual tinggi serta dapat menari minat orang tua dan anak - anak untuk menyaksikan video tutorial tersebut. Media utama yang penulis buat diantaranya video tutorial mendongeng, buku pedoman mendongeng, sosial media Instagram. Selain itu media pendukung tersebut diantaranya *booth, roll up banner, konten youtube, fanspage facebook, kaos / t-shirt, stiker, gantungan kunci, dan totebag*. Semua media tersebut dirasa efektif dalam mempromosikan video tutorial mendongeng agar dapat menarik minat masyarakat untuk mengajak anaknya mendongeng.

Perancangan desain menggunakan teknik ilustrasi fotografi yang diubah menjadi jenis semi vektor. Komposisi dari ilustrasi dalam media perancangan kampanye, ditampilkan Bapak Made Taro dengan alat peraga yang berupa: serigala, kodok - kodokan, toktek , dan bangau, Background dibuat dengan cipratan cat air dengan warna biru, orange, hijau dan kuning yang memberikan kesan ceria dan semangat. Selain dari segi desain dan ilustrasi, pemilihan kalimat yang penulis gunakan lebih memberikan pesan yang bersifat persuasif. Hal tersebut dimaksudkan untuk memberi kesan kedekatan sosial, kultural sehingga terciptanya empati yang kuat terhadap budaya mendongeng, sehingga tumbuh pemikiran dan kepedulian sosial yang tinggi terhadap alam dan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Riduwan. 2008. Dasar-dasar Statistika. Bandung: Alfa Beta.
- [2] Anggraini S., Lia dan Nathalia Kirana. 2018."Desain Komunikasi Visual; Dasar Dasar Panduan Untuk Pemula". Bandung: Nuansa Cendekia.
- [3] Ajeng, Wind. 2014."Jago Membuat Video Tutorial". Jakarta: Dunia Komputer.
- [4] Arina, Ni Luh Putu Diah Desvi. 2019."Denpasar Must Be Kreatif". Jakarta: PT Gramedia.
- [5] Bungin, M Burhan. 2007."Penelitian Kualitatif". Jakarta: Prenada Media Group
- [6] Guna, I Gusti Made Dwi. 2014."Mendongeng dan Bermain Sepanjang Waktu". Yogyakarta: Media Kreativa.
- [7] Hendratman, Hendi, 2014."Computer Graphic Design". Bandung: Penerbit Informatika.
- [8] Jogiyanto. 2008."Metodologi Penelitian Sistem Informasi". Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- [9] Jonathan Sarwono dan Hary Lubis, 2007."Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual". Yogyakarta: Andi Offset
- [10] Komputer, Wahana. 2008."Video Editing dan Video Production". Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [12] Pratama, I. Gede Yudha. "VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KAUM DIFABEL." Jurnal Nawala Visual 3.1 (2021): 17-22.
- [11] Kusrianto, Adi. 2007. "Pengantar Desain Komunikasi Visual". Yogyakarta : Andi.