

# PERANCANGAN BOOKLET MAVE EDISI KE-13 DI MAVE MAGAZINE

I Gusti Ayu Anistiari<sup>1</sup>, Gede Bayu Segara Putra, S.Ds., M.Sn<sup>2</sup>, Gede Satria Kharismawan, S.Ds., M.Sn<sup>3</sup>.

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar, Jl. Nusa Indah, Sumerta, Kec. Denpasar Tim., Kota Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail; [ayuanistiari@gmail.com](mailto:ayuanistiari@gmail.com)

## Abstrak

Dalam pelaksanaan Praktik kerja/magang MBKM, Mave Magazine menjadi tempat yang dipilih penulis sebagai mitra tempat magang. Mave Magazine sendiri merupakan perusahaan media yang bergerak dibidang penerbitan berita secara online. Berita yang di terbitkan adalah berita seputar musik, *lifestyle*, dan kegiatan-kegiatan anak muda di Bali lainnya yang bersifat positif. Mave Magazine berlokasi di jalan. Sumatera No.6, Dauh Puri Kangin, Kec. Denpasar Bar., Kota Denpasar, Bali.. Selama pelaksanaan praktik kerja/magang MBKM, penulis berusaha memperoleh pengetahuan mengenai manajemen yang diterapkan oleh perusahaan, serta keterampilan-keterampilan baru dalam perancangan suatu desain. Penulis juga dipercaya untuk membantu perancangan booklet Mave Magazine edisi ke-13. Tujuan perancangan booklet ini adalah untuk membantu perusahaan menjaga eksistensinya sebagai salah satu media informasi mengenai *youth lifestyle* di Indonesia dan menjadi wadah kreatifitas anak anak muda khususnya di Indonesia ini untuk terus berkarya dalam berbagai hal baik di bidang musik, wirausaha, dan lain lain. Perancangan booklet ini menggunakan metode kualitatif yang dilakukan dengan memahami *brief* desain yang diberikan oleh mitra, melakukan riset dan segmentasi pasar yang dituju, kemudian memilih media dan konsep hingga terwujud rancangan booklet beserta 5 desain media komunikasi visual berupa *web banner*, *feed Instagram*, *story Instagram*, kaos, dan stiker sebagai media pendukung untuk mempromosikan booklet.

Kata Kunci: Booklet, Promosi, Mave Magazine

## Abstract

*In the implementation of MBKM work / internship practice, Mave Magazine is the place chosen by the author as an internship partner. Mave Magazine itself is a media company engaged in online news publishing. The news published is news about music, lifestyle, and other positive activities of young people in Bali. Mave Magazine is located at Jalan. Sumatra No.6, Dauh Puri Kangin, Kec. Denpasar Bar, Denpasar City, Bali. During the implementation of MBKM internship, the author tried to gain knowledge about the management applied by the company, as well as new skills in designing a design. The author was also trusted to help design the 13th edition of Mave Magazine booklet. The purpose of designing this booklet is to help the company maintain its existence as one of the information media about youth lifestyle in Indonesia and become a forum for the creativity of young people, especially in Indonesia, to continue working in various fields such as music, entrepreneurship, and others. The design of this booklet uses a qualitative method that is carried out by understanding the design brief given by the partner, conducting research and target market segmentation, then selecting media and concepts to realize the booklet design along with 5 visual communication media designs in the form of web banners, Instagram feeds, Instagram stories, t-shirts, and stickers as supporting media to promote the booklet.*

*Keywords: Booklet, Promotion, Mave Magazine.*

## PENDAHULUAN

Dengan adanya kurikulum pembelajaran baru yakni Program Merdeka Belajar–Kampus Merdeka (MBKM), yang merupakan kebijakan baru dari Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia. Institut Seni Indonesia Denpasar mulai menerapkan kebijakan ini. Dari delapan kegiatan pembelajaran yang ada, mahasiswa diberikan kebebasan untuk memilih salah satu dari delapan jenis pembelajaran tersebut. Kedelapan pembelajaran tersebut yaitu antara lain adalah; pertukaran pelajar; magang/praktik kerja; asistensi mengajar di satuan pendidikan; proyek kemanusiaan; kegiatan wirausaha; studi/proyek independen; serta membangun desa/kuliah kerja nyata tematik. Magang/Praktik Kerja merupakan salah satu pilihan dari 8 program MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) dimana mahasiswa akan diberikan kesempatan untuk terjun langsung ke dalam dunia industri sesuai dengan jurusan yang ditempuh. Dengan adanya program ini, mahasiswa diharapkan mendapatkan pengalaman bekerja yang sesuai yang dapat menunjang pengetahuan secara teoritis serta praktek dari materi perkuliahan. Menurut Sumardiono (2014: 116), magang merupakan kesempatan bagi mahasiswa untuk belajar langsung dari ahli di dunia kerja. Berdasarkan pendapat Sumardiono, maka dapat disimpulkan magang merupakan kegiatan pembelajaran di lapangan guna memperkenalkan dan menumbuhkan kemampuan mahasiswa dalam dunia kerja nyata, selain itu, magang juga merupakan sarana bagi mahasiswa untuk mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan yang telah dimiliki untuk menyelesaikan problem nyata yang terdapat di masyarakat. Penulis memilih perusahaan Mave Magazine sebagai tempat magang dalam program MBKM magang/praktik kerja ini.

Perusahaan Mave Magazine merupakan perusahaan media yang didirikan dan dikelola oleh Purnawan Arianto atau akrab dipanggil Ipung Cuomo. Didirikan pada tahun 2014, Mave Magazine adalah perusahaan media yang bergerak dibidang penerbitan berita secara online. Berita yang di terbitkan adalah berita seputar musik, *lifestyle*, dan kegiatan-kegiatan anak muda di Bali lainnya yang bersifat positif. Mave Magazine sendiri juga sudah banyak mengerjakan proyek dari berbagai *brand* ternama seperti Piaggio, Honda, Sampoerna, Billabong, Wakai, dan masih banyak

lagi. Mave Magazine berlokasi di jalan. Sumatera No.6, Dauh Puri Kangin, Kec. Denpasar Bar., Kota Denpasar, Bali.

Selama program magang MBKM di Mave Magazine berlangsung, penulis telah diberi tugas untuk mengerjakan berbagai proyek desain. Salah satu proyek yang dipercayakan kepada penulis dan sedang dalam proses pengerjaan adalah perancangan booklet Mave Magazine edisi ke-13. Awalnya Mave Magazine mulai menerbitkan majalah setiap sebulan sekali sejak tahun 2014, namun dikarenakan terjadi pandemi di tahun 2020, Mave Magazine mengalami kesulitan dalam menyebarkan majalah mereka, sehingga memutuskan untuk beralih sepenuhnya ke media *online* berupa *website* dan sosial media seperti Instagram dan Twitter. Untuk memudahkan dalam penerbitan setiap bulan, Mave Magazine memilih untuk menerbitkan majalahnya dalam versi yang lebih kecil yaitu dalam bentuk booklet. Booklet adalah bentuk buku yang sederhana dengan setidaknya lima halaman dan tidak lebih dari empat puluh halaman, jumlah halaman ini tidak termasuk dengan halaman judul (KBBI, 2002). Booklet yang akan dibuat oleh Mave Magazine kali ini memuat informasi yang kurang lebih sama dengan majalah yang sudah pernah diterbitkan sebelumnya, mulai dari musik, *lifestyle*, dan *event* atau kegiatan anak muda lainnya, bedanya booklet ini merupakan versi mini dari majalah yang sudah pernah diterbitkan.

Pemilihan media cetak berupa booklet ini didasarkan pada keinginan beberapa pembaca Mave Magazine yang masih lebih suka membaca berita atau informasi dalam bentuk fisik, beberapa orang menikmati pengalaman membaca koran atau majalah secara langsung dan merasa lebih nyaman daripada membaca secara digital. Agar mendapatkan informasi yang tepat dan efektif saat sedang membaca isi dari booklet, tentunya dibutuhkan perancangan desain yang tidak hanya menarik tapi tetap dapat menyampaikan informasi yang secara efektif dan komunikatif. Desain Komunikasi Visual merupakan salah satu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan layout (Kusrianto, 2007:2). Peranan Desain Komunikasi

Visual tentunya sangat besar dalam perancangan Booklet Mave Magazine edisi ke-13 ini. Visual yang baru dan relevan dengan perusahaan dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik (Bhargawa 2022). Ilmu Desain Komunikasi Visual dijadikan acuan untuk merancang booklet yang sesuai dengan target dan kebutuhan pasar, mulai dari penentuan gaya visual, tata letak, jenis media dan presentasinya. Dengan perancangan desain grafis yang baik maka akan menarik perhatian khalayak umum. Dengan perancangan booklet ini juga diharapkan dapat membantu perusahaan untuk menjaga eksistensinya sebagai salah satu media informasi mengenai *youth lifestyle* di Indonesia dan menjadi wadah kreatifitas anak-anak muda khususnya di Indonesia ini untuk terus berkarya dalam berbagai hal baik di bidang musik, *fashion*, kuliner, wirausaha, dan lain-lain.

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dari laporan akhir program MBKM magang/praktik kerja di Mave Magazine ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perancangan Booklet Mave Magazine edisi ke-13 di Mave Magazine?
2. Media apa yang tepat untuk mempromosikan Booklet Mave Magazine edisi ke-13 di Mave Magazine dengan efektif dan tepat sasaran?

## **METODE PENELITIAN**

Dalam menyusun “Perancangan Booklet Mave Edisi ke-13 di Mave Magazine” tentunya diperlukan metode perancangan dan media pendukungnya sehingga proses perancangan dapat terlaksana dengan baik karena didukung oleh data berupa data primer dan data sekunder. Adapun data primer diperoleh langsung dari perusahaan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

- a. Wawancara, merupakan teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dimana kegiatan ini dilakukan bersama dengan pihak mitra yakni Mave Magazine.
- b. Observasi, merupakan kegiatan pengamatan terhadap objek penelitian, metode ini dilakukan dengan pengamatan secara langsung pada media-media booklet lain yang memiliki bentuk

serupa dan sesuai dengan hasil yang diinginkan oleh Mave Magazine.

- c. Kepustakaan, merupakan teknik pengumpulan data melalui studi literatur, dan melibatkan pengorganisasian serta penyajian data. Metode kepustakaan memuat mengenai kajian literatur dan hasil penelitian sebelumnya yang memiliki hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Informasi yang akan dicari melalui metode ini adalah tentang hal-hal yang berkaitan dengan perancangan media komunikasi visual terkait perancangan booklet.
- d. Dokumentasi, dokumentasi merupakan suatu cara untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. (Sugiyono, 2015 : 329). Metode ini digunakan untuk mendokumentasikan segala hal yang berkaitan dengan perancangan booklet.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Mave Magazine**

Mave Magazine merupakan perusahaan media yang didirikan dan dikelola oleh Purnawan Arianto atau akrab dipanggil Ipung Cuomo. Didirikan pada tahun 2014, Mave Magazine berlokasi di jalan. Sumatera No.6, Dauh Puri Kangin, Kec. Denpasar Bar, Kota Denpasar, Bali. Mave Magazine adalah perusahaan media yang bergerak dibidang penerbitan berita secara online. Berita yang di terbitkan adalah berita seputar musik, *lifestyle*, dan kegiatan-kegiatan anak muda di Bali lainnya yang bersifat positif. berdasarkan wawancara bersama bapak Ipung Cuomo, beliau menjelaskan bahwa Mave Magazine pada awalnya dibuat dengan tujuan untuk menciptakan wadah berkekrativitas khususnya bagi anak-anak muda di Indonesia. Purnawan konsisten membuat majalah yang berisi tentang perkembangan industri kreatif indie. Misalnya seperti *clothing*, *music*, kuliner, dan lain-lain. Dalam perjalanannya Mave Magazine sudah dipercaya oleh berbagai brand ternama seperti Piaggio, Honda, Sampoerna, Billabong, Wakai, dan masih banyak lagi.

### **Konsep Perancangan**

Penentuan konsep pada perancangan booklet Mave Magazine edisi ke-13 ini perlu memperhatikan unsur-unsur desain komunikasi visual untuk menghasilkan media yang baik.

## 1. Ilustrasi

Ilustrasi secara harafiah berarti gambar yang dipergunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu (Kusrianto, 2007:110). Ilustrasi adalah hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik sketsa, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud daripada bentuk. Berdasarkan cara pembuatannya ilustrasi dibagi menjadi: ilustrasi gambar tangan; ilustrasi fotografi; dan ilustrasi digital. Pada perancangan ini akan menggunakan ilustrasi digital yang menggunakan format vektor, agar desain tidak pecah saat ukurannya diubah-ubah sesuai keperluan.

## 2. Tipografi

Tipografi merupakan salah satu bahasa dalam desain grafis yang tidak berdiri sendiri secara eksklusif, dikarenakan sangat dekat kaitannya dengan bidang keilmuan lain serta komunikasi, teknologi, psikologi, dan lainnya (Rustan, 2011:2). Dalam mendesain tulisan pada iklan maupun kemasan suatu produk, diperlukan tipografi sebagai acuan pedoman. Berdasarkan bentuknya, huruf dapat dibagi menjadi serif, sans serif, script dan dekoratif.

Perancangan booklet *Mave Magazine* edisi ke 13 ini akan menggunakan jenis huruf sans serif. Jenis huruf sans serif merupakan jenis huruf tak berkait yang mempunyai kesan kuat, stabil, dan tegas dengan bentuk garisan huruf yang sama tebal dan dapat dengan mudah dibaca. Kemudahan dalam membaca huruf ini merupakan alasan mengapa huruf ini cocok untuk perancangan desain yang bertujuan untuk menyampaikan informasi.



(Gambar 1. Contoh Huruf Sans Serif )

(Sumber:<https://eng.m.fontke.com/family/310761/>  
Diakses 12 Desember 2023)

## 3. Warna

Warna memiliki definisi secara objektif atau fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, dan juga secara subjektif atau psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan. Dari segi objektif atau fisik, warna dapat dijelaskan melalui panjang gelombang. Ketika melihat dari panjang gelombang, cahaya yang terlihat oleh mata merupakan bagian yang sempit dari spektrum gelombang elektromagnetik yang dipancarkan. (Nugroho, 2015: 40). Warna merupakan unsur penting dalam grafis karena dapat memberikan dampak psikologis kepada orang yang melihat (Pujiriyanto, 2005:43). Jadi, pemilihan warna pada perancangan booklet ini akan memberikan makna tersendiri sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.

## 4. Layout

Menurut Rustan (2011: 10), tata letak adalah susunan unsur-unsur dalam suatu kawasan untuk menunjang isi atau pesan yang disampainya. Penempatan elemen dan struktur tata letak keseluruhan memengaruhi persepsi pemirsa terhadap konten. Prinsip dasar tata letak adalah keteraturan, penekanan, keseimbangan, dan keseragaman. Tujuannya adalah agar semua elemen gambar dan teks dapat berkomunikasi, sehingga memudahkan pembaca untuk memahami informasi yang terkandung dalam konten.

## 5. Ukuran

Menurut Supriyono (2010 : 15), besar ataupun kecilnya elemen visual perlu diperhitungkan secara tepat, sehingga Desain Komunikasi Visual memiliki nilai kemudahan baca yang tinggi. Besar-kecilnya ukuran huruf untuk judul, subjudul, dan teks patut diperhitungkan juga. perbedaan ukuran yang proporsional akan membantu pembaca dalam memilah informasi yang perlu didahulukan.

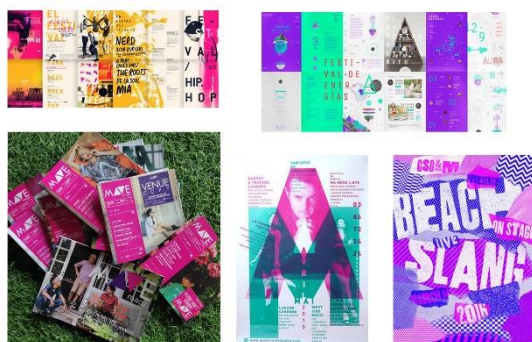
Terkait proyek yang diangkat penulis yaitu perancangan booklet *Mave Magazine* edisi ke-13, terdapat beberapa media yang akan digunakan untuk menunjang promosi dari booklet tersebut yakni desain kaos, *web banner*, desain *feed* Instagram dan *story* Instagram. Promosi adalah upaya yang dilakukan oleh pemilik merek atau perusahaan untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen. Promosi bertujuan untuk memberikan informasi, membujuk konsumen

untuk membeli, dan mengingatkan konsumen akan keberadaan produk atau jasa tersebut (Putri, 2022).

Spanduk web atau *web banner* adalah bentuk iklan yang dipakai di jaringan Internet. Bentuk iklan ini biasanya digunakan untuk menarik perhatian penjelajah, halaman akan dibuatkan dengan desain yang menarik dan biasanya dibuat dalam format JPG, GIF, atau PNG. Media ini dipilih untuk memperluas promosi booklet. *Web banner* ini nantinya akan diunggah di website milik Mave Magazine sendiri yaitu <https://mavemagz.com/>.

Desain pada media promosi digital *feed* Instagram dan *story* Instagram digunakan untuk membantu perusahaan meningkatkan *brand awareness*, menarik pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, dan menjangkau audiens. Media promosi kaos dipilih sebagai media penunjang untuk mempromosikan booklet Mave Magazine edisi ke-13, media kaos dipilih karena beberapa alasan seperti pemakaian sehari-hari, yang memudahkan pesan dapat dengan terlihat dan diingat,

Tujuan perancangan booklet Mave Magazine edisi ke 13 ini adalah untuk membantu perusahaan menjaga eksistensinya sebagai salah satu media informasi mengenai *youth lifestyle* di Indonesia dan menjadi wadah kreatifitas anak-anak muda khususnya di Indonesia ini untuk terus berkarya dalam berbagai bidang seperti *music, fashion, art, kuliner* dan lainnya, penulis yang terlibat dalam proyek di Mave Magazine membuat konsep dan *moodboard* untuk perancangannya. Adapun *moodboard* dan konsep dari perancangan yaitu sebagai berikut



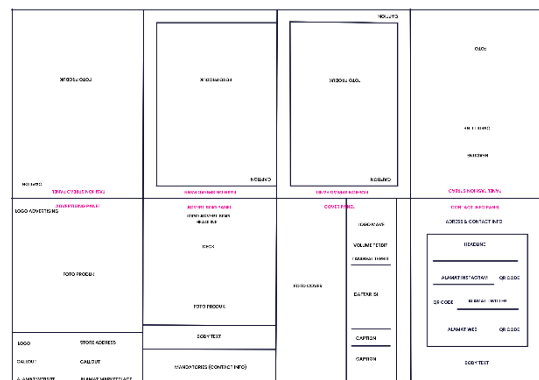
**Gambar 2.** *Moodboard* Desain Booklet (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2023)

Berdasarkan *moodboard* tersebut, terdapat beberapa poin yang digunakan sebagai konsep perancangan. Konsep ini diambil dari ciri khas desain Mave Magazine pada majalah edisi sebelumnya. Pada pembuatan majalah Mave Magazine edisi terdahulu yang digunakan adalah konsep perancangan dengan gaya minimalis, modern, dan *youth culture style*.

Pada *moodboard* juga terdapat contoh dari layout yang menjadi sumber inspirasi penulis dalam menerapkannya kedalam media promosi. Dalam perancangan media promosi, penulis menggunakan gaya visual yang serupa dengan desain booklet, seperti pada media promosi *feed* Instagram, *story* Instagram, dan *web banner* yang menggunakan warna warna cerah dan jenis tipografi yang sama dengan booklet yaitu font Futura LT, kemudian pada media promosi kaos, menggunakan motto dari Mave Magazine yaitu “*Read It When You Hate It*”, motto ini merupakan motto yang selalu digunakan Mave Magazine pada majalah sebelumnya, motto ini memiliki makna bahwa ketika pembaca sedang dikelilingi oleh aura negatif misalnya, sedang tidak mood bekerja, sedang penat, ataupun sedang menghadapi masalah, dengan membaca Mave Magazine maka pembaca dapat melupakan sejenak penat yang dirasakan.

**Thumbnail Desain**

*thumbnail* merupakan cara untuk mengingat ide-ide dalam bentuk visual, ide-ide ini biasanya dibuat dalam bentuk sketsa desain, sebagai bagian dari proses brainstorming dalam perancangan media. Berikut adalah *thumbnail* dari perancangan booklet Mave Magazine edisi ke-13



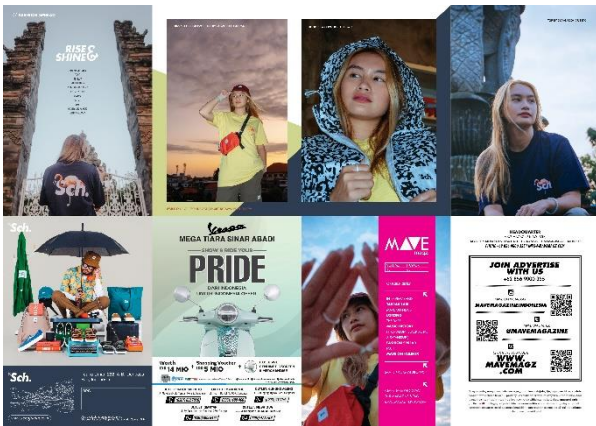
**Gambar 3.** *Thumbnail* booklet halaman pertama (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2023)



**Gambar 4.** Thumbnail booklet halaman kedua (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2023)

**Tight Tissue**

Tight tissue merupakan bentuk visual atau bentuk jadi dari ide dan pemikiran desainer. Tight tissue juga merupakan sebuah jawaban atau solusi terhadap masalah desain yang dihadapi. Berikut adalah tight tissue dari dari booklet Mave Magazine Edisi ke 13.



**Gambar 5.** Tight Tissue booklet halaman pertama (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2023)



**Gambar 6.** Tight Tissue booklet halaman kedua (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2023)

**Desain Akhir**

Pada desain akhir, semua Tight Tissue desain yang telah disetujui hasilnya diaplikasikan pada mockup untuk memberikan visualisasi yang jelas mengenai promosi desain booklet Mave Magazine edisi ke-13. Berikut adalah desain akhir yang telah berupa mockup.



**Gambar 7.** Hasil desain feed Instagram (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2023)



**Gambar 8.** Hasil desain story Instagram (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2023)



**Gambar 9.** Hasil desain Web Banner (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2023)



**Gambar 10.** Hasil desain kaos (Sumber: Dokumentasi pribadi, 2023)

## **SIMPULAN**

Berdasarkan proses perancangan yang telah dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa, berbagai proses sudah berlangsung mulai dari pengumpulan data melalui wawancara observasi, dan dokumentasi untuk mengetahui bagaimana proses pencarian data untuk perancangan booklet Mave Magazine edisi ke-13, hingga akhirnya melakukan perancangan dengan memperhatikan teori DKV dari studi literatur Desain Komunikasi Visual seperti ilustrasi, teks, tipografi, warna, layout, dan ukuran sampai menghasilkan produk akhir yaitu booklet Mave Magazine edisi ke-13 yang kemudian akan dipromosikan melalui media promosi yakni feed Instagram, story Instagram, web banner, dan kaos. Dari proses perancangan ini didapatkan sebuah Identitas visual yang memiliki keseragaman yang baik dalam ilustrasi, warna serta tipografi yang dapat menggambarkan citra Mave Magazine. Diharapkan melalui perancangan booklet ini dapat dilakukan secara konsisten untuk diterapkan pada pembuatan booklet edisi selanjutnya.

## **DAFTAR RUJUKAN**

Bhargawa, Udayana, & Artawan. (2022). *Perancangan Ulang Identitas Visual Untuk Brand Tutuek Sangmong Di Denpasar*. Jurnal Amarasi. 3(2): 192-204.

KBBI. (2022). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Diakses pada tanggal 7 oktober 2023, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>

Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.

Nugroho, Sarwo. (2015). *Manajemen warna dan desain*. CV Andi Offset, Yogyakarta.

Putri, Sari, & sarjani. (2022). *Perancangan Buku Sebagai Media Promosi Dalam Event Indonesia International Motor*. Jurnal Amarasi. 3(2): 181-191.

Rustan, Suriyanto. (2011). *Huruf Font Tipografi*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, Bandung.

Sumardiono. (2014). *Apa Itu Homeschooling*. PT. Gramedia, Jakarta.

Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain komunikasi visual teori dan aplikasi*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.

Pujiriyanto. (2005). *Desain Grafis Komputer*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.