

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI BANK SAMPAH PELITA SEBAGAI UPAYA MENGURANGI SAMPAH ORGANIK DAN ANORGANIK DI KELURAHAN DANGIN PURI

Putu Gede Bayu Anggara Putra, Drs. I Nengah Sudika Negara, M.Erg, I Putu Arya
Janottama, S.Sn., M.Sn

Institut Seni Indonesia Denpasar
Jln. Nusa Indah Denpasar-Bali Telp. (0361) 227316 Fax. (0361) 236100

e-mail : bayuanggara381@gmail.com

ABSTRAK

Di Kelurahan Dangin Puri terdapat sebuah program Bank Sampah yang bernama Bank Sampah Pelita. Bank Sampah Pelita ini bertujuan untuk mengurangi sampah organik dan anorganik dan juga bertujuan untuk membantu ekonomi masyarakat Denpasar khususnya di Kelurahan Dangin Puri. Bank Sampah Pelita juga membagikan masker kepada setiap warga yang datang untuk menabungkan sampahnya. Akan tetapi warga yang datang menabungkan sampahnya di Bank Sampah Pelita masih sedikit sehingga perlu di sosialisasikan. Melihat permasalahan tersebut akhirnya penulis merancang penelitian mengenai permasalahan publikasi, untuk membantu mensosialisasikan Bank Sampah Pelita kepada masyarakat, maka diperlukan peranan dari media sosialisasi.

Metode pengumpulan data dalam perancangan promosi ini adalah melalui metode kualitatif yaitu Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Sedangkan untuk Metode analisis data yang di pakai adalah metode Analisis SWOT. Konsep yang digunakan dalam perancangan media sosialisasi Bank Sampah Pelita adalah *simple modern*, konsep *simple modern* artinya selalu mengikuti perkembangan jaman, dengan gaya yang *simple* agar mudah diterima dan menarik masyarakat untuk memilah dan datang menabungkan sampahnya di Bank Sampah Pelita.

Hasil dari perancangan Sosialisasi Bank Sampah Pelita adalah ; Logo/GSM, T-Shirt, Stiker, Masker, Spanduk, X-Banner, Facebook Banner, Instagram, dan Flyer.

Kata Kunci : *Bank Sampah, Bank Sampah Pelita, Desain Komunikasi Visual*

ABSTRACT

In Dangin Puri Village there is a Waste Bank program called the Pelita Garbage Bank. The Pelita Waste Bank aims to reduce organic and inorganic waste and also aims to help the economy of the Denpasar community, especially in Dangin Puri Village. The Pelita Garbage Bank also distributed masks to every resident who came to save their waste. However, there are still few residents who come to save their waste at the Pelita Waste Bank, so it needs to be socialized. Seeing these problems, the author finally designed a research on publication issues, to help socialize Pelita Waste Bank to the public, the role of the socialization media was needed.

The method of data collection in the design of this promotion is through qualitative methods, namely Observation, Interview and Documentation. Meanwhile, the data analysis method used is the SWOT analysis method. The concept used in designing the socialization media for the Pelita Waste Bank is simple modern, the simple modern concept means that it always follows the times, with a simple style that is easy to accept and attracts people to sort out and come save their waste at the Pelita Waste Bank.

The results of linting paper promotion design are; Logo/GSM, T-Shirt, Stickers, Mask, Banner, X-Banner, Facebook Banner, Instagram, and Flyer.

Keywords: *Waste Bank, Pelita Waste Bank, Visual Communication Design*

PENDAHULUAN

a. Latar Belakang

Kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari kegiatan ekonomi dan non-ekonomi. Dimana kegiatan ekonomi seperti produksi, distribusi dan konsumsi memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positif kegiatan ekonomi merupakan sebuah cara dalam pemenuhan kebutuhan manusia sehari-hari. Kegiatan ekonomi sendiri memiliki dampak negatif terhadap lingkungan untuk saat ini dan masa yang akan datang yakni dengan munculnya sampah. Sampah merupakan hasil material dari adanya suatu proses/kegiatan. Keberadaan sampah bisa sangat mengkhawatirkan jika tidak ditangani dengan baik.

Pada masa mendatang, sampah akan menjadi masalah serius karena faktor-faktor yang menyebabkan timbulan sampah seperti jumlah penduduk, keadaan sosial ekonomi serta kemajuan teknologi diperkirakan akan mengalami peningkatan yang signifikan (Slamet, 2000). Permasalahan tersebut timbul karena manusia kurang sadar bahwa pada kegiatan ekonomi yang mereka lakukan ada aspek-aspek pendukung lainnya yang harus diperhatikan khususnya adalah lingkungan. Jika aspek lingkungan tidak diperhatikan, sangat memungkinkan terjadinya kerusakan hingga bencana alam yang akan menghambat kegiatan perekonomian manusia.

Perlunya perubahan paradigma yang mendasar dalam pengelolaan sampah yaitu dari paradigma kumpul – angkut – buang menjadi pengolahan yang bertumpu pada pengurangan sampah dan penanganan sampah (Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 2012). Kegiatan pengurangan sampah bermakna agar masyarakat, baik pemerintah, dunia usaha maupun masyarakat luas melaksanakan kegiatan pembatasan timbulan sampah, pendauran ulang dan pemanfaatan kembali sampah melalui upaya-upaya cerdas, efisien dan terprogram. Kelurahan Dangin Puri merupakan salah satu kelurahan yang dimana dalam perkembangannya

menerapkan kebijakan pengelolaan sampah. Hal ini dilakukan melalui program Bank Sampah Pelita (Bank Sampah Peduli Lingkungan Semesta)

Kegiatan Bank Sampah merupakan alternatif cara yang dilakukan Kelurahan Dangin Puri dalam pengelolaan dan menangani masalah sampah yang menjadi permasalahan lingkungan saat ini terhadap pertumbuhan ekonomi. Bank sampah sendiri merupakan suatu lembaga dimana kegiatannya adalah menghimpun sampah dari masyarakat yang masih memiliki nilai ekonomi untuk kemudian dipilah, ditimbang, dijual dan hasil penjualannya masuk ke dalam rekening nasabah bank sampah. Bank sampah memiliki berbagai kegiatan, salah satunya seperti mengurangi jumlah sampah daun-daunan kemudian diubah menjadi kompos. Bank sampah sama seperti lembaga keuangan lainnya yang membedakan yaitu setoran yang diberikan nasabah dalam bentuk sampah. Kemudian dipilah, ditimbang dan hasil penjualannya dimasukkan ke dalam rekening nasabah.

Kelurahan Dangin Puri merupakan salah satu Kelurahan yang memiliki Bank Sampah sebagai alternatif cara dalam mengatasi dan mengelola sampah, namun karena kurangnya informasi tentang Bank Sampah kepada masyarakat maka diperlukan melakukan kegiatan sosialisasi untuk meningkatkan daya tarik masyarakat untuk memilah dan menabung sampah di Bank Sampah Pelita Kelurahan Dangin Puri

Berdasarkan masalah diatas penulis ingin mensosialisasikan tentang Bank Sampah Pelita untuk menangani dan mengurangi sampah organik/anorganik khususnya di Kelurahan Dangin Puri dengan menerapkan Ilmu Desain Komunikasi Visual.

Untuk membangkitkan daya tarik masyarakat khususnya masyarakat di Kelurahan Dangin Puri, maka dibutuhkan media komunikasi sebagai sarana pengenalan. Dalam merancang sebuah media komunikasi maka dibutuhkan peran Desain Komunikasi Visual (DKV).

Desain Komunikasi Visual sendiri dapat diartikan sebagai suatu seni dalam menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan bahasa rupa/visual yang disampaikan melalui media berupa desain. DKV bertujuan menginformasikan, mempengaruhi, hingga mengubah perilaku target sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek fungsi, estetika, dan berbagai aspek lainnya, yang biasanya datanya didapat dari riset, pemikiran, brainstorming, maupun dari desain yang sudah ada sebelumnya (Anggraini, 2014:15). Karena pentingnya Bank Sampah ini untuk disosialisasikan maka penulis mengangkat tema atau kasus ini, dan dengan bantuan Desain Komunikasi Visual diharapkan mampu mensosialisasikan kepada masyarakat agar mau atau bersedia untuk memilah sampah dan menabung sampah di Bank Sampah Pelita Kelurahan Dangin Puri.

b. Tujuan

Tujuan perancangan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu tujuan khusus dan tujuan umum.

- Tujuan Khusus
 1. Untuk mengetahui media yang sesuai untuk mensosialisasikan Bank Sampah Pelita di Kelurahan Dangin Puri.
 2. Untuk merancang media komunikasi visual yang efektif untuk mensosialisasikan Bank Sampah Pelita Kelurahan Dangin Puri.
- Tujuan Umum
 1. Untuk mensosialisasikan Bank Sampah Pelita Kelurahan Dangin Puri tersebut agar lebih banyak masyarakat yang mengetahui dan banyak masyarakat yang ingin menabung sampah yang sudah terpilah.
 2. Menyelesaikan Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual.

METODE PENELITIAN

a. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan tahap penelitian menentukan metode apa yang akan digunakan dalam merekam data penelitian. Menurut jenis data, data dapat dibagi menjadi 2, yaitu jenis data primer dan jenis data sekunder :

1. Data Primer

Menurut Sugiyono dalam bukunya Metode Penelitian Bisnis (2017 : 219) data primer adalah data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan adalah dengan teknik interview (wawancara), kuisioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan study pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari Bapak I Gusti Agung Gede Okariawan, S.Kom selaku Lurah dan Ibu Jro maya yaitu pegawai Kelurahan Dangin Puri.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017 : 219), data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan – catatan yang berhubungan dengan penelitian, selain itu peneliti mempergunakan data yang

diperoleh dari internet. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari buku – buku dan juga dari internet.

- Instrumen/Alat Pengumpulan Data
Instrument / Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penyusunan penelitian ini adalah:
 - Kamera digunakan penulis oleh peneliti untuk mengambil gambar guna kebutuhan dalam pembuatan media sosialisasi berupa foto kegiatan.
 - Buku dan Pulpen digunakan oleh peneliti untuk mencatat berbagai data yang diperoleh dari mewawancarai sumber dalam pembuatan media sosialisasi.
 - PC dan Laptop digunakan oleh peneliti untuk proses pembuatan media mulai dari proses editing dan penulisan laporan.

b. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017 : 482) analisis data adalah proses mencari dan menyusun sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam katagori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan di pelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Metode analisis yang penulis gunakan dalam menyusun pengantar karya ini adalah metode analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Dalam

matrik SWOT terdapat 4 strategi yaitu strategi SO, ST, WO, WT, berikut penjelasannya adalah :

- **Strategi SO (*strengths* dan *opportunities*)**
Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar - besarnya. Kekuatan / peluang yang dimiliki Bank Sampah Pelita, yaitu mengajak warga untuk mulai memilah sampah organik dan anorganik dan sampah anorganik tersebut dapat ditabungkan di Bank Sampah Pelita agar dapat menjadi uang dan memerlukan media promosi yang efektif sehingga bisa mempromosikan Bank Sampah Pelita.
- **Strategi ST (*strengths* dan *threats*)**
Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Kekuatan / ancaman yang dimiliki Bank Sampah Pelita yaitu masyarakat yang datang untuk menabungkan sampahnya tetapi tidak dipilah terlebih dahulu antara sampah organik dan anorganik.
- **Strategi WO (*weakness* dan *opportunities*)**
Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Dengan memanfaatkan peluang yaitu dapat menarik perhatian konsumen berdasarkan keunggulan yang ada. Jika Konsumen sudah mengenali program dari Bank Sampah Pelita ini kemungkinan dapat meminimalkan kelemahan yang ada.
- **Strategi WT (*weakness* dan *threats*)**
Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Dengan kelemahan yang ada seperti Bank Sampah Pelita ini sangat kurang dalam media promosi.

ANALISIS DATA

Dari hasil analisis data yang disesuaikan dengan pedoman literatur penulis dapat menarik kesimpulan bahwa buku-buku maupun literatur yang sesuai dengan kasus ini adalah literatur yang berhubungan dengan ilmu desain komunikasi visual dan informasi mengenai Bank Sampah Pelita dimana media yang akan dirancang akan sesuai dengan kebutuhan namun selain itu juga penulis sebelum merancang media sosialisasi juga harus mengetahui kelebihan, kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman yang dimiliki Bank Sampah Pelita sehingga dari analisis yang telah dilakukan dari data aktual, faktual dan analisis SWOT penulis mendapatkan konsep desain untuk media Bank Sampah Pelita.

c. Konsep Perancangan

Konsep yang digunakan dalam perancangan media promosi Bank Sampah Pelita adalah *simple modern*, konsep *simple modern* artinya selalu mengikuti perkembangan jaman dengan menggunakan gaya visual fotografi dan typografi, dengan gaya yang *simple* agar mudah diterima dan menarik masyarakat untuk datang menabung sampah di Bank Sampah Pelita.

d. Khalayak Sasaran

1. Demografis
Ditinjau dari aspek demografi media sosialisasi untuk Bank Sampah Pelita ditujukan ke masyarakat Denpasar khususnya Kelurahan Dangin Puri.
2. Geografis
Geografis berkaitan dengan luas suatu wilayah. Ditinjau dari aspek geografis media promosi dari kerajinan ini adalah masyarakat Bali khususnya Denpasar.

e. Strategi Kreatif

Strategi kreatif mencakup pemilihan strategi dasar untuk menciptakan iklan, baik dalam aspek gagasan isinya (content) maupun visualisasi iklan. Strategi kreatif dituangkan ke dalam bentuk rencana kerja kreatif (*creative workplan*) yang kemudian akan

dijadikan dasar untuk pelaksanaan eksekusi kreatif (pembuatan visual dan penulisan pesan iklan). *Creative workplan* merupakan paduan kreatif yang berisi antara lain tentang strategi kreatif dan sejumlah informasi relevan yang diharapkan dapat memudahkan pekerja kreatif merancang isi pesan (Kertamukti, 2015; 150). Adapun strategi kreatif yang dilakukan pada media utama dan pendukung pada sosialisasi Bank Sampah Pelita melalui Desain Komunikasi Visual Sebagai Berikut:

1. Isi Pesan (*What To Say?*)
What To Say? adalah yang ingin dikomunikasikan kepada konsumen (Kertamukti, 2015;152). Untuk menentukan *What To Say?* Yang tepat, diperlukan suatu analisis cermat yang terkait dengan keadaan produk, harga, sasaran pasar (*target market*), pesaing, dan lain-lain (Kertamukti, 2015;152). Dalam praktiknya, beberapa strategi *What To Say?* yang sering digunakan adalah:
 1. *Product benefit/Feature oriented advertising.*
 2. *Brand image oriented advertising.*
 3. *Problem and/or opportunity oriented advertising.*
 4. *Competitive positioning oriented advertising.*

Dalam merancang media sosialisasi Bank Sampah Pelita, isi pesan yang akan ditonjolkan berdasarkan strategi *What To Say?* yaitu:

1. Menabung sampah untuk diuangkan
 2. Memilah sampah organik dan anorganik
 3. Bank Sampah Pelita ini dilaksanakan oleh pegawai Kelurahan Dangin Puri
2. Bentuk Pesan (*How To Say*)
How To Say? adalah sebuah pesan periklanan atau cara yang dilakukan untuk mengkomunikasikan pesan iklan kepada audiens (Kertamukti, 2015;162). Cara untuk menyampaikan pesan pada media sosialisasi Bank Sampah Pelita kepada audiens yaitu melalui teknik pesan. Teknik pesan adalah ada beberapa pendekatan yang digunakan dalam membantu lanturan-

lanturan untuk menciptakan iklan yang menarik (Kertamukti,2015;163).

Beberapa pendekatannya, yaitu:

1. Slogan
Ungkapan kata / kalimat yang ringkas padat agar mudah diingat dan mampu membangkitkan emosi audiens. (Kertamukti, 2015;164).
2. Fungsi Produk
Memindahkan fungsi dari suatu produk pada hal yang bersifat positif untuk menambah dramatisasi dari benefit produk tersebut (Kertamukti, 2015;164)
3. Testimonials
Menampilkan kesaksian dari orang/tokoh tertentu. (Kertamukti, 2015;164).
4. Plain Falds
Teknik iklan yang menekankan bahwa produk yang diiklankan adalah hasil budi daya dan sumber daya alam di tanah air sendiri (Kertamukti,2015;164).
5. *Headline* atau Tipografi
Visual berbentuk susunan kata dari headline atau tipografi yang memuat makna tertentu (Kertamukti,2015;164).
6. Logo
Menjadikan elemen logo sebagai sumber ide dalam menyampaikan pesan periklanan (Kertamukti,2015;164).

Bentuk pesan merupakan cara penyampian pesan kepada khalayak sasaran, secara garis besar ada dua pembagian bentuk pesan yang digunakan, yaitu:

1. Verbal : penyampaian pesan dalam ungkapan penggambaran yaitu dengan bahasa kata. Penyampaian pesan berupa informasi singkat dan jelas kepada khayalak sasaran mengenai Bank Sampah Pelita.
2. Nonverbal: yaitu penyampain pesan dalam ungkapan penggambaran dalam bentuk bahasa gambar. Pesan gambar pada media promosi dominan menggunakan ilustrasi fotografi kepada khalayak sasaran guna menambah kepercayaan kosumen

terhadap program dari Bank Sampah Pelita.

f. Pengarahan Pesan Visual

Pesan visual merupakan salah satu daya tarik dari sebuah promosi dan juga menampilkan visual dari produk yang dipromosikan. Dalam perancangan media sosialisasi Bank Sampah Pelita ini menggunakan:

1. *Moment* Visual :
Menginformasikan dan mengenalkan Bank Sampah Pelita, lokasi, program yang ditawarkan.
2. Citra Visual : Memakai citra visual yang menggambarkan kesan modern, seni.
3. Tipe huruf : Huruf yang digunakan adalah jenis huruf Montserrat dengan jenis tipografinya sans serif sehingga jelas untuk menginformasikan kerajinan koran *Linting Paper*.
4. *Tone* Warna : Warna yang dominan atau lebih banyak digunakan adalah warna natural yaitu hijau, putih, kuning yang memberikan kesan simple modern dan warna pendukung yang lainnya yang tertuang di dalam fotografi.
5. Model Ilustrasi : Menggunakan ilustrasi fotografi dengan gaya modern dan foto hasil kegiatan sehingga terlihat menarik.

g. Panduan Media

1. Flyer
Flyer dipilih karena media flayer dapat sebarakan atau ditempelkan di tempat-tempat keramaian, dibagikan di tempat umum atau di upload di sosial media sehingga dapat menarik konsumen baru.

1. Eksekusi Final Media

Eksekusi final desain merupakan tahap akhir dari perancangan tata visual baik desain maupun konsep telah menjadi satu kesatuan yang siap dipresentasikan. Berikut final desain dari media yang telah di buat :

1. Flyer



PENUTUP

a. Kesimpulan

Setelah proses dilakukan penulis dari survey penelitian mengenai kasus mensosialisasikan Bank Sampah Pelita melalui Desain Komunikasi Visual, maka berdasarkan uraian – uraian yang telah disampaikan pada bab – bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Sesuai dengan kasus yang sudah dijabarkan di bab – bab sebelumnya, maka media promosi yang dipilih dalam penelitian ini adalah ; Logo dengan (GSM) Graphic Standard Manual, T-Shirt, Stiker, Tote Bag, Spanduk, X-Banner, Facebook Banner, Instagram, Flyer, dan Katalog Karya. Dengan dirancangnya berbagai media sosialisasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat untuk memilah sampah dan menabungkan sampahnya di Bank Sampah Pelita sehingga Bank Sampah Pelita lebih dikenali oleh masyarakat.
2. Untuk merancang media sosialisasi yang efektif, maka desain dari media –media yang sudah dipilih sesuai dengan kebutuhan menunjukkan potensi yang dimiliki oleh Bank Sampah Pelita tersebut.

b. Saran

Saran – saran penulis sebagai bahan pertimbangan setelah mengetahui dan

melakukan studi penelitian ini antara lain :

1. Diharapkan setelah membaca pengantar karya ini, lembaga dapat mempertimbangkan untuk membuka mata kuliah yang mengajarkan tentang bagaimana cara mendesain media sosialisasi yang dapat diterima dengan baik.
2. Penulis berharap agar Bank Sampah Pelita dapat terus berinovasi dalam membuat program yang menarik agar Bank Sampah Pelita dapat dikenal oleh masyarakat luas dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk memilah sampah dan menabungkan sampahnya di Bank Sampah Pelita.

DAFTAR RUJUKAN

Alwi, Hasan. (2011). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfa Beta

Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Udayana, A.A. Gde Bagus. (2016). *“Membongkar Ideologi di Balik Produksi dan Implikasi Media Promosi Pariwisata Budaya di Bali”*. Disertasi. Denpasar: Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia.

Tri Oka Buana, I Nyoman (2018). *Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Potensi Desa Beng di Gianyar*. Disertasi Program Sarjana Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia, Denpasar.

Anonim. (18 Desember 2020). *Analisis Data*. <http://ahlianalisadata.blogspot.co.id/>.

Anonim. (18 Desember 2020). *Konsep*.
<https://id.wikipedia.org/wiki/Konsep>.

Anonim. (18 Desember 2020). *Desain Modern*.
<https://dgi.or.id/read/observation/dekave-berkomunikasi-lewat-tanda-visual.html>.

Anonim. (18 Desember 2020). *GSM*.
Tersedia pada:
<https://kreativv.com/creativepreneur-career/graphic-standard-manual/>

Anonim. (18 Desember 2020). *X-Banner*.
<http://sniperdigital.blogspot.co.id/2012/02/x-banner.html>.

Ebta Setiawan. (18 Desember 2020). *Demografi*. <https://kbbi.web.id/demografi>.

Ebta Setiawan. (18 Desember 2020). *Stiker*.
<https://kbbi.web.id/stiker>.

Ebta Setiawan. (18 Desember 2020). *Spanduk*. <https://kbbi.web.id/spanduk>.