

# PERANCANGAN DESAIN MASKOT FESTIVAL UBUD CAMPUHAN BUDAYA DI YAYASAN JANAHITA MANDALA UBUD

Putu Gede Surya Kresna Dharma Yoga<sup>1</sup>, Cokorda Gde Raka Swendra<sup>2</sup>, Ni Ketut Pande Sarjani<sup>3</sup>

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni  
Indonesia Denpasar, Jln.Nusa Indah, Denpasar, 80235, Indonesia.

*Email: suryakresna0@gmail.com*

## Abstrak

Dalam melaksanakan program MBKM Studi/projek independen penulis memilih Yayasan Janahita Mandala Ubud sebagai mitra tempat Studi/projek independen. Yayasan Janahita Mandala Ubud adalah organisasi nirlaba (non-profit organizations) yang didirikan guna melestarikan, memajukan serta menguatkan kembali nilai-nilai kearifan lokal yang bernafaskan kebudayaan Bali. Yayasan Janahita Mandala Ubud yang berlokasi di Museum Puri Lukisan Ubud akan menyelenggarakan sebuah *event* bernama “Ubud Campuhan Budaya” pada bulan November 2022. Mahasiswa diberikan proyek merancang desain maskot untuk *event* Festival Ubud Campuhan Budaya yang berperan penting sebagai media promosi *event* tersebut dan agar citra acara yang dibuat oleh yayasan lebih mudah diterima oleh audiens. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode pengumpulan data primer dan sekunder dengan cara melakukan wawancara, observasi, kepustakaan, dokumentasi dan partisipan yang dilakukan selama proses Studi/projek independen berlangsung. Desain maskot bersumber dari visi Festival Ubud Campuhan Budaya yaitu *Tattaka Wisudha Citha* (Telaga Benih Reka Budaya) yang dimana telaga sebagai tempat atau wadah dalam terlahirnya benih – benih pemikiran seni dan budaya yang nantinya diimplementasikan dalam kehidupan. Tahap pembuatan desain maskot dari sketsa kasar, *outline*, pewarnaan dan kemudian terakhir tahap *mockup*, dimana hal ini sangat penting untuk memberikan bayangan hasil akhir dari penciptaan karya. Desain maskot yang sudah masuk tahap finishing akan digunakan dalam promosi *traditional marketing* maupun *digital marketing* untuk *event* Festival Ubud Campuhan Budaya.

*Kata kunci : penciptaan karya, maskot, ilustrasi, ubud campuhan budaya*

## Abstract

*In carrying out the MBKM study program/independent project the author chose the Janahita Mandala Ubud Foundation as a partner for independent studies/projects. The Janahita Mandala Ubud Foundation is a non-profit organization established to preserve, promote and strengthen local wisdom values that breathe Balinese culture. The Janahita Mandala Ubud Foundation, located at the Puri Lukisan Museum, Ubud, will hold an event called “Ubud Campuhan Budaya” in November 2022. Students are given a project to design a mascot design for the Ubud Campuhan Budaya Festival event which plays an important role as a promotional medium for the event and so that the image of the event created by the foundation more easily accepted by the audience. The methods used in this design are primary and secondary data collection methods by conducting interviews, observation, literature, documentation and participants during the independent study/project process. The mascot design comes from the vision of the Ubud Campuhan Budaya Festival, namely Tattaka Wisudha Citha (Telaga Seeds of Cultural Design), where the lake is a place or vessel for the birth of seeds of artistic and cultural thoughts which will later be implemented in life. The stage for making the mascot design starts from the rough sketch, outline, coloring and then finally the mockup stage, where this is very important to give an idea of the final result of creating a work. The mascot design that has entered the finishing stage will be used in traditional marketing and digital marketing promotions for the Ubud Campuhan Budaya Festival event.*

*Keywords : creation of work, , mascot, illustration, ubud campuhan budaya*

## PENDAHULUAN

Program Pembelajaran Matakuliah Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) diselenggarakan kerjasama dengan instansi/lembaga/mitra Dunia Usaha - Dunia Industri (DUDI) yang memiliki relevansi, reputasi, dan dedikasi dalam pemajuan pendidikan tinggi bidang seni, desain, industri kreatif, dan kebudayaan. Salah satu program MBKM yang termasuk didalamnya adalah studi/projek independen. Studi/projek independen merupakan kegiatan pembelajaran Kampus Merdeka yang memberikan kesempatan penulis dalam pengembangan kreativitas, inovasi, bersosialisasi, manajemen waktu dan cara memecahkan masalah secara langsung pada dunia kerja. Kegiatan ini didasarkan atas pemikiran mengenai pentingnya pengalaman mahasiswa dalam mengenal dunia kerja yang sesuai dengan kompetensi kelulusannya. Kegiatan yang bersifat terapan dari pemahaman materi yang sudah diperoleh selama menempuh pendidikan di bangku kuliah yang dapat dipandang sebagai media implementasi pengayaan diri, sehingga diharapkan mahasiswa memiliki akuntabilitas diri yang tinggi dan nantinya tidak terkejut ketika memasuki dunia kerja yang sesungguhnya. Dalam hal ini, penulis memilih mitra studi/projek independen yaitu Yayasan Janahita Mandala Ubud sebagai tempat menjalani program studi/projek independen MBKM.

Yayasan Janahita Mandala Ubud adalah organisasi nirlaba (non-profit organizations) yang didirikan oleh Drs. Tjokorde Gde Putra Sukawati dan Prof.Dr.Ir.Tjokorda Oka Artha Ardhana Sukawati, M.Si dalam usaha melestarikan, memajukan serta menguatkan kembali nilai-nilai kearifan lokal yang bernafaskan kebudayaan Bali. Yayasan Janahita Mandala diketahui bergerak dalam sejumlah misi sosial, kemanusiaan, agama, dan pendidikan. Tidak hanya bergerak secara mandiri dalam berkontribusi secara langsung ke tengah-tengah masyarakat Bali, organisasi juga turut berkolaborasi dan bekerja sama dengan pihak-pihak pemangku kepentingan seperti pemerintah, lembaga negara, organisasi sejenis, dan sebagainya untuk bersama mewujudkan upaya penguatan kembali sektor yang terdampak tersebut. Melalui aktivitas - aktivitas dalam sektor yang difokuskan

sebelumnya, Yayasan Janahita Mandala berharap dapat memberikan kontribusi yang besar khususnya di sekitar kawasan Ubud serta di seluruh Pulau Bali umumnya. Yayasan Janahita Mandala Ubud merupakan sebuah yayasan yang memiliki perhatian besar terhadap kebudayaan Bali dari pariwisata Ubud yang berbasis kebudayaan. Yayasan Janahita Mandala Ubud yang berbasis kebudayaan tidak lari atau jauh dari roh/spirit pariwisata dan budaya dalam rangka penguatan dan kemajuan budaya di tengah – tengah ruang lingkup masyarakat sebagai penguat identitas Bali khususnya Ubud.

Yayasan Janahita Mandala Ubud didirikan sebagai organisasi nirlaba dalam beberapa misi sosial, kemanusiaan, keagamaan dan pendidikan. Saat ini Yayasan Janahita Mandala Ubud yang berlokasi di Museum Puri Lukisan Ubud akan menyelenggarakan sebuah *event* bernama “Ubud Campuhan Budaya” pada bulan November 2022. Visi dari Festival Ubud Campuhan Budaya yaitu *Tattaka Wisudha Citha* ( Telaga Benih Reka Budaya ) yang dimana telaga sebagai tempat atau wadah dalam terlahirnya benih – benih pemikiran seni dan budaya yang nantinya diimplementasikan dalam kehidupan. Ubud di ibaratkan sebagai telaga yang menjadi tempat mewadahi terjadinya percampuran budaya dari seluruh penjuru tempat yang disaat bersamaan Ubud juga sebagai tempat terlahirnya budaya baru yang tetap mengakar pada kearifan lokal.

Oleh karena itu, *event* Ubud Campuhan Budaya memerlukan sebuah bentuk promosi untuk mengenalkan yayasan ini ke jangkauan masyarakat yang lebih luas. Berbeda dengan sebuah produk atau perusahaan yang sudah memiliki brand, sebuah *event* tidak memiliki image yang konkret, sehingga dibutuhkan penghubung yang bisa menyampaikan potensial *event* kepada audiens. Salah satu caranya yaitu dengan menggunakan desain maskot yang berperan penting sebagai media promosi *event* tersebut dan agar citra acara yang dibuat oleh yayasan lebih mudah diterima oleh audiens.

Desain maskot merupakan suatu wujud personifikasi yang dibuat sebagai representasi identitas organisasi atau produk. Wujud maskot dapat berdasar pada hewan antropomorfik,

personifikasi objek, atau manusia. Tujuan dari penciptaan maskot adalah untuk membangun identitas brand yang positif dan menarik minat audiens (Caufield, 2012). Membuat maskot juga adalah cara untuk membangun identitas brand dan menciptakan perhatian publik kepada brand tersebut. (Mohanty, 2014). Pemilik brand dan desainer karakter harus tahu caranya menciptakan persepsi baik dari audiens atas maskot mereka. (Ito dan Yamashita, 2014). Peran utama maskot dalam membangun identitas brand adalah memberikan nilai recognability (mudah dikenali) dan memorability (mudah diingat). Ketika sebuah brand di 'manusiakan' dengan memberikan wajah, tangan atau kaki, maskot tersebut menjadi hidup dan akan lebih mudah diingat (Yadav, 2015).

Media promosi desain maskot dipilih untuk menjadi wajah dari *event* Ubud Campuhan Budaya guna sebagai pembeda dari *event – event* budaya yang ada. Penulis diberikan proyek merancang desain maskot untuk *event* Festival Ubud Campuhan Budaya berbasis ilustrasi dengan membawa bekal ilmu teori-teori Desain Komunikasi Visual yang telah didapatkan penulis melalui perkuliahan. Pada perancangan maskot Festival Ubud Campuhan Budaya ini, didapatkan sebuah konsep melalui data-data yang telah diperoleh dari brief dan juga penjelasan tentang Festival Ubud Campuhan Budaya. Dalam perancangan maskot Festival Ubud Campuhan Budaya, konsep yang diperoleh melalui proses analisis dan pengumpulan data tersebut adalah sosok seorang dewi yang dapat mencerminkan kemakmuran atau kesuburan alam di daerah Ubud melalui desain visual. Konsep desain maskot ini terlahir dari penggambaran daerah Ubud sebagai wilayah yang eksotik tidak hanya mengenai bentang alamnya, tapi disaat yang bersamaan campuran antar budaya yang terjadi di Ubud, Oleh karena itu tercetuslah acara Festival Ubud Campuhan Budaya. Desain maskot ini akan digunakan dalam promosi traditional marketing maupun digital marketing untuk *event* Festival Ubud Campuhan Budaya.

## METODE PENELITIAN

Dalam menyusun artikel ini tentunya diperlukan metode perancangan dan media pendukungnya sehingga proses perancangan berjalan dengan

dengan baik karena didukung oleh data berupa data primer dan data sekunder. Adapun data primer dan data sekunder yang diperoleh dari perusahaan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

### I. Observasi

Menurut (Prof. Heru, 2008:34) Observasi merupakan pengamatan yang sebuah studi kasus atau pembelajaran yang dilakukan dengan sengaja, terarah, urut, dan sesuai pada tujuan. Pencatatan pada kegiatan pengamatan disebut dengan hasil observasi. Hasil observasi tersebut dijelaskan dengan rinci, tepat, akurat, teliti, objektif, dan bermanfaat. Observasi yang dilakukan penulis terhadap sistem organisasi pada Yayasan Janahita Mandala Ubud sebagai mitra di mana mitra dapat menggerakkan Yayasan Janahita Mandala Ubud dan menciptakan beberapa kegiatan seperti Festival Ubud Campuhan Budaya yang dapat mengembangkan dan memperluas wawasan perihal sejarah dan kebudayaan Ubud yang erat hubungannya dengan seni.

### II. Wawancara

Menurut (Esterberg, 2015:72) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi mupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu. Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara tatap muka melalui tanya jawab antara peneliti atau pengumpul data dengan responden atau narasumber atau sumber data dimana kegiatan ini dilakukan yaitu di Yayasan Janahita Mandala Ubud.

### III. Partisipan

Menurut (Sumarto, 2003:17) partisipan yaitu: Pengambilan bagian atau keterlibatan orang atau masyarakat dengan cara memberikan dukungan (tenaga, pikiran maupun materi) dan tanggung jawabnya terhadap setiap keputusan yang telah diambil demi tercapainya tujuan yang telah

ditentukan bersama. Pada hal ini penulis ikut berpartisipasi dengan beberapa seniman muda dan beberapa masyarakat ubud yang ikut dilibatkan oleh Yayasan Janahita Mandala dalam menggarap event Festival Ubud Campuhan Budaya.

#### IV. Kepustakaan

Studi pustaka dapat dilakukan dengan cara mencari informasi yang terdapat dalam artikel, tulisan, makalah, dan buku-buku pada penelitian sebelumnya. Dalam metode ini studi pustaka digunakan dalam mencari hal-hal yang berkaitan dengan perancangan media komunikasi visual Desain Maskot Festival Ubud Campuhan Budaya.

#### V. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mencatat data-data dari hasil survei baik berupa artikel, selebaran, foto dokumentasi dan sebagainya (Azwar, 2004:109). Metode ini mendokumentasikan segala hal yang berkaitan dengan perancangan desain maskot *event* Festival Ubud Campuhan Budaya.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Penentuan konsep pada perancangan desain maskot *event* Festival Ubud Campuhan Budaya ini perlu memperhatikan elemen- elemen desain komunikasi visual untuk menghasilkan desain yang baik. Bicara desain komunikasi visual secara umum terdapat elemen elemen yang digunakan untuk menyusun komunikasi visual tersebut. Elemen elemen ini yang berfungsi menyampaikan pesan dan membentuk persepsi di benak *audience*.

#### I. Ilustrasi

Ilustrasi adalah penggambaran suatu elemen rupa guna menjelaskan, menerangkan, dan memperindah sebuah teks, agar pembaca dapat merasakan secara langsung melalui mata sendiri, sifat, dan kesan yang ada dalam cerita yang disajikan (Rohidi, 1984:87). Fungsi ilustrasi

adalah untuk memperjelas teks dan sekaligus sebagai eye-catcher. Sejalan dengan munculnya berbagai software pengolah gambar, saat ini telah berkembang berbagai jenis dan bentuk ilustrasi, tidak hanya berupa foto dan gambar manual. Pada prinsipnya semua elemen visual dapat digunakan sebagai ilustrasi. Semua teknik dapat dilakukan untuk mewujudkan ide (Supriyono, 2010:169). Dalam desain ini, penulis akan menggunakan ilustrasi digital menggunakan format vektor. Karena vektor adalah gambar digital berupa kalkulasi matematika, maka meski gambar diperbesar, kualitasnya akan tetap sama persis seperti tidak dibesarkan. sehingga desain tidak pecah pada ukuran diubah sesuai kebutuhan.

#### II. Warna

Warna juga merupakan unsur rupa yang paling mudah ditangkap mata manusia (Nugroho, 2015: 22) Warna memiliki fungsi dan arti yang berpengaruh secara psikologi terhadap seseorang yang melihatnya yang mendukung dalam penyampaianya pesan. Hal ini dikenal dengan asosiasi warna (simbol). Dalam teori *Brewster*, warna disederhanakan menjadi empat kelompok yaitu primer, sekunder, tersier, dan netral. Setiap warna dapat menimbulkan respon psikologis yang berbeda – beda, namun secara umum hubungan psikologis antara warna dengan manusia, yaitu:

- a. **Merah**, memiliki respon psikologi yaitu Power, energi, kehangatan, cinta, nafsu, agresif, bahaya.
- b. **Biru**, memiliki respon psikologi yaitu Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, keteraturan.
- c. **Hijau**, memiliki respon psikologi yaitu Alami, sehat, keberuntungan, pembaharuan.
- d. **Kuning**, memiliki respon psikologi yaitu Optimis, harapan, filosofi, ketidak-jujuran, pengecut (untuk budaya Barat), penghinaan.

- e. **Ungu/Jingga**, memiliki respon psikologi yaitu Spiritual, misteri, kebangsawanan, transformasi, kekasaran, keangkuhan.
- f. **Oranye**, memiliki respon psikologi yaitu Energi, keseimbangan, kehangatan.
- g. **Coklat**, memiliki respon psikologi yaitu Tanah/bumi, realibility, confort, daya tahan.
- h. **Abu- Abu**, memiliki respon psikologi yaitu Intelek, masa depan (seperti warna milenium), kesederhanaan, kesedihan.
- i. **Putih**, memiliki respon psikologi yaitu Kesucian, kebersihan, ketepatan, ketidakbesalahan, steril, kematian.
- j. **Hitam**, memiliki respon psikologi yaitu Power, Seksualitas, kecanggihan, kematian, misteri, ketakutan, kesedihan,keanggunan.

### III.Layout

*Layout* merupakan tata letak yang dipakai untuk mengatur sebuah komposisi dalam sebuah desain, seperti huruf teks, garis, bidang, gambar, bentuk pada konteks tertentu (Susanto, 2011:237). Prinsip-prinsip dasar dalam tata letak yaitu urutan (sequence), penekanan (emphasis), keseimbangan (balance), kesatuan (unity), yang bertujuan agar setiap elemen gambar dan teks menjadi komunikatif sehingga dapat memudahkan pembaca untuk menerima informasi yang disajikan dalam konten.

### IV.Ukuran

Pada elemen visual, besar kecilnya perlu diperhitungkan secara cermat sehingga desain komunikasi visual memiliki nilai kemudahan baca (legability) yang tinggi. (Supriyono, 2010:85). Ukuran media yang akan di gunakan dalam desain menggunakan satuan pixels (px) dengan tujuan untuk memudahkan proses perhitungan ukuran media desain komunikasi visual yang dirancang.

### Hasil Akhir Perancangan

Dalam perancangan maskot Festival Ubud Campuhan Budaya, konsep yang diperoleh melalui proses analisis dan pengumpulan data tersebut adalah sosok seorang dewi yang dapat mencerminkan kemakmuran atau kesuburan alam di

daerah Ubud melalui desain visual. Konsep desain maskot ini terlahir dari penggambaran daerah Ubud sebagai wilayah yang eksotik tidak hanya mengenai bentang alamnya, tapi disaat yang bersamaan campuran antar budaya yang terjadi di Ubud, Oleh karena itu tercetuslah acara Festival Ubud Campuhan Budaya. Visi dari Festival Ubud Campuhan Budaya yaitu Tattaka Wisudha Citha ( Telaga Benih Reka Budaya ) yang dimana telaga sebagai tempat atau wadah dalam terlahirnya benih – benih pemikiran seni dan budaya yang nantinya dimplementasikan dalam kehidupan. Ubud di ibaratkan sebagai telaga yang menjadi tempat mewedahi terjadinya percampuran budaya dari seluruh penjuru tempat yang disaat bersamaan Ubud juga sebagai tempat terlahirnya budaya baru yang tetap mengakar pada kearifan lokal.

Mewakili representasi dari visual telaga sebagai wadah, penulis mengambil bentuk seorang dewi yang sedang membawa Payuk Pere atau kendi suci yang digunakan sebagai wadah air suci yang digunakan dalam kegiatan umat hindu. Kendi Suci mewakilkan telaga sebagai tempat atau wadah dalam terlahirnya benih – benih pemikiran seni dan budaya. Berangkat dari sanalah ide dari pembuatan desain Maskot Festival Ubud Campuhan Budaya. Langkah awal dibuatlah sebuah sketsa kasar tentang penggambaran maskot dari konsep yang telah didapatkan. Proses pembuatan sketsa ini penulis lakukan secara digital dengan aplikasi Photoshop 2022 dan pen tablet. Hal tersebut dilakukan karena saat memvisualkan konsep, penulis harus memikirkan hal-hal seperti: cocok tidaknya dengan pesan yang ingin disampaikan, bagaimana membuatnya menarik, informative dan mudah diingat. Penulis juga menyiapkan *moodboard* sebelum memasuki pembuatan sketsa kasar maskot. *Moodboard* seperti berikut: seorang Dewi, kendi suci, dewa dewi agama hindu, telaga, tumbuhan teratai, pakaian dan perhiasan khas dewa dewi bali, seorang wanita. Berikut beberapa sketsa kasar yang telah dibuat sesuai dengan *moodboard* yang telah disiapkan:

No. 1



**Gambar 1.** Sketsa kasar desain maskot opsi 1  
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)

No.3



**Gambar 3.** Sketsa kasar desain maskot opsi 3  
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)

No.2



**Gambar 2.** Sketsa kasar desain maskot opsi 2  
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)



**Gambar 4.** Sketsa kasar desain maskot opsi 4  
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)



Pada tahap ini, sketsa digital yang telah selesai dibuat akan dipilih salah satu oleh pihak Yayasan Janahita Mandala. Selanjutnya setelah desain maskot terpilih, akan dilakukan proses pemberian beberapa unsur, seperti: warna dan objek-objek tertentu yang dibutuhkan pada desain maskot. Warna yang digunakan dalam desain maskot *event* Festival Ubud Campuhan Budaya seperti gambar dibawah. Terdiri dari atas *pallet* terdapat warna coklat, coklat tua, coklat muda, kuning, krem, *turquoise*, merah dan pink.



**Gambar 5.** *Color pallette* Desain Maskot *event* Festival UCB  
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)

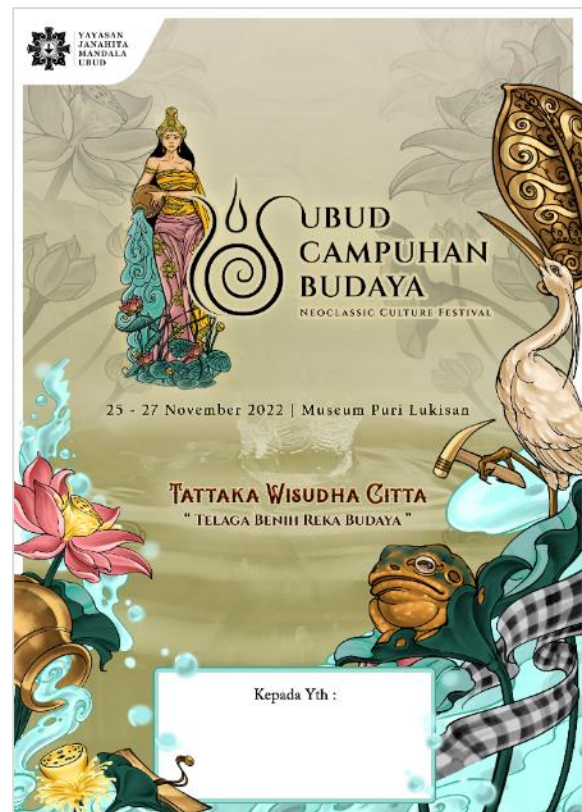


**Gambar 6.** Desain Maskot *Event* Festival UCB  
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)

Pada desain akhir, semua desain yang telah disetujui hasilnya akan dirangkai pada media promosi yang akan digunakan untuk *event* Festival Ubud Campuhan Budaya bersama dengan desain yang sudah dibuat oleh rekan penulis yang juga melaksanakan studi/proyek independen di Yayasan Janahita Mandala Ubud.



**Gambar 7.** Pengaplikasian Desain Maskot *Event* Festival UCB pada Desain Backdrop  
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)



**Gambar 8.** Pengaplikasian Desain Maskot *Event Festival UCB* pada Desain Undangan  
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2022)

## KESIMPULAN

Pada pelaksanaan Studi/Proyek Independen MBKM di Yayasan Janahita Mandala Ubud, penulis bertugas membuat desain maskot untuk *event Festival Ubud Campuhan Budaya*. Media promosi desain maskot digunakan untuk mengenalkan Yayasan Janahita Mandala Ubud ke jangkauan masyarakat yang lebih luas dan menjadi wajah dari *event Ubud Campuhan Budaya* guna sebagai pembeda dari *event – event* budaya yang ada. Pada saat proses perancangan desain maskot *event Festival Ubud Campuhan Budaya* perlu memperhatikan elemen-elemen desain komunikasi visual untuk menghasilkan desain yang baik, yaitu ilustrasi, warna, *layout*. Elemen - elemen ini yang berfungsi menyampaikan pesan dan akan membentuk persepsi di benak audience.

Langkah-langkah dalam perancangan pembuatan desain maskot *event Festival Ubud Campuhan Budaya* ini dimulai dari membuat konsep dengan cara mengumpulkan data dari *event* yang akan dilakukan dengan menggunakan metode pengumpulan data primer dan sekunder, membuat beberapa opsi sketsa kasar berdasarkan *moodboard* yang sudah disiapkan, setelah desain maskot yang terpilih disetujui, dilanjutkan dengan proses pewarnaan dan *finishing*. Penulis juga mengaplikasikan desain maskot *event Festival Ubud Campuhan Budaya* pada desain *backdrop* dan desain undangan di acara tersebut.

## Daftar Rujukan

Dinata, I. K. R. S., Swendra, C. G. R., & Sarjani, N. K. P. (2022). PENCIPTAAN KARYA MENGGUNAKAN ILUSTRASI DENGAN KONSEP ANALOGI. *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*.

Sancaya, I. M. A. W., Swandi, I. W., & Artawan, C. A. (2022). PERANCANGAN STOCK ILLUSTRATION BERTEMA BEACH HOLIDAY DI FLORTO STUDIO. *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*.

Pasaka, J. T., Julianto, I. N. L., & Artha, I. G. A. I. B. (2022). PERANCANGAN STORYBOOK DIGITAL SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN ANAK BERBENTUK GAME EDUKASI. *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*.

Bhargawa, I. N. B., Udayana, A. A. G. B., & Artawan, C. A. (2022). PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL UNTUK BRAND TETUEK SANGMONG DI DENPASAR. *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*.

Salmaa. (2021). TEKNIK PENGUMPULAN DATA: PENGERTIAN, JENIS, DAN CONTOH. Yogyakarta. *Deeplubis*.

Sari, Ni Luh Desi In Diana. (2010). WARNA. *repo.isi- dps.ac.id*.