

**ANALISA PERKEMBANGAN DESAIN  
POSTER EVENT ELECTRONIC DANCE MUSIC  
DI JAKARTA**



**PENELITI :**

**Joachim David M, S.Sn.,M.Ds  
Niken Savitri Anggraeni, S.Sn, M.Ds  
Agung Kurniawan, S.Pd, M.Ikom**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I  
JAKARTA  
2020**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Promosi merupakan salah satu aspek terpenting dalam memperkenalkan sebuah produk, *event*, dan film; sebuah kegiatan kampanye pun memerlukan promosi. Bentuk promosi bermacam-macam, seperti poster, iklan, baliho, *flyer*, *email blast*, *t-shirt*, penayangan di media elektronik seperti TV dan radio, penempatan di media cetak seperti koran, majalah dan tabloid dan juga internet. Saat ini, ketika masyarakat marak menggunakan media jejaring sosial melalui Facebook dan Twitter, media ini pun digunakan untuk mempromosikan berbagai produk, *event*, film dan kampanye sosial

Pengaplikasian poster di Indonesia beberapa tahun terakhir ini sangatlah pesat. Penggunaannya diterapkan untuk mempromosikan beberapa hal sebagai berikut: (1) produk, terutama barang konsumsi, (2) pergelaran suatu event, seperti pentas musik, pentas tari, ajang pameran dan acara kompetisi lainnya, (3) promosi perdana tayangan film dan (4) isu kampanye sosial. Hampir setiap hari di berbagai tempat terpampang poster-poster yang menginformasikan adanya produk yang dipromosikan atau *event* yang akan digelar. Poster-poster tersebut mengundang perhatian banyak pihak. Selain menyajikan jenis data yang informatif, tampilannya pun dirancang dengan sangat menarik. Salah satu jenis poster yang hampir setiap hari terpampang di beragam sudut Ibukota adalah poster event ajang pentas musik dan tari, yang kerap disebut dengan istilah poster *event electronic dance music*.

### **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Maraknya ajang pentas musik dan tari yang diselenggarakan oleh berbagai event organizer menjadi salah satu pendorong dirancangnya poster *event electronic dance music*. Terkait dengan keberadaan poster tersebut maka masalah

penelitian yang diangkat oleh penulis yaitu: Bagaimana perkembangan poster *event electronic dance music* di Jakarta.

### **C. Batasan Penelitian**

Penelitian terhadap poster *event electronic dance music* yang dilakukan penulis ini didasari oleh rasa keingintahuan penulis yang mendalam terhadap pengaplikasian poster event tersebut karena hampir setiap hari penulis melihat poster-poster tersebut terpampang di berbagai tempat. Secara khusus, minat penulis lebih didasari pada unsur-unsur yang terdapat pada poster event tersebut, seperti (1) pemilihan warna yang didominasi dengan warna tertentu , (2) pemilihan tipografi, (3) *layout* dan (4) hirarki visual poster-poster *event electronic dance music* yang marak beredar di Jakarta. Dalam tulisan ini, poster-poster yang akan penulis bahas berupa poster Djarum Black Menthol Powerbeat Invaders Armin Van Buuren, Richie Hawtin and Glenn Morrison, Dance Republic 2009, Jakarta Annual DanceMusic Event, Djarum Black Menthol Powerbeat Invaders Paul Van Dyk, Playground 2009 dan Reverberation untuk penyelenggaraan event tahun 2009. Untuk event yang digelar tahun 2010, penulis memfokuskan pada poster Tranceformer, Dance Republic 2010, Gatecrasher 2010, Playground 2010, Tiesto Kaleidoscope dan Djakarta Warehouse Project. Ragam poster yang menjadi fokus perhatian penulis disajikan pada Tabel 1 berikut ini:

**Tabel 1: Daftar Poster Event**

| Poster  | Tahun       | Event                            | Sponsor                         |
|---|-------------|----------------------------------|---------------------------------|
|  <p>LA MENTHOL LIGHTS<br/>5th anniversary<br/>reverbation 2009</p> <p>PRE PARTY<br/>BOGOR<br/>MARCH 6, 2009<br/>SUNGGU<br/>MARCH 6, 2009<br/>BALURAJAYA<br/>MARCH 7, 2009<br/>MEDAN<br/>TIGASA<br/>MARCH 7, 2009<br/>SELAWANG<br/>MARCH 13, 2009<br/>MALANG<br/>FLAME<br/>MARCH 13, 2009</p> <p>MAIN EVENT<br/>01. SURABAYA<br/>BLOWFISH<br/>MARCH 14, 2009<br/>02. BANDUNG<br/>EMBASSY<br/>MARCH 18, 2009<br/>03. JOCJA<br/>LUCIUD<br/>MARCH 20, 2009<br/>04. PONTIANAK<br/>PESQUE<br/>MARCH 21, 2009<br/>05. BALI<br/>DOUBLE 225<br/>MARCH 27, 2009<br/>06. JANGARTA<br/>32<br/>MARCH 28, 2009</p> <p>SPINNING<br/>DEAN TYAG, HISA DJ, MAG TOP, 100 UGA, RIRI MESTICA, BONE<br/>APHE, ALICE SOPHE, ARSWA, MC GIRI &amp; MANY MORE</p> <p>incosio clubbing</p> <p><b>MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER,<br/>SERANGAN JANTUNG, IMPOTENSI DAN<br/>GANGGUAN KEHAMILAN DAN JANIN</b></p> | <p>2009</p> | <p>Reverbation</p>               | <p>LA Menthol<br/>Lights</p>    |
|  <p>DJARUM<br/>BLACK<br/>MENTHOL<br/>P &amp; WER BEAT</p> <p>paui<br/>van<br/>dyk</p> <p>VOLUME<br/>WORLD TOUR 2009<br/>WWW.PAUIVANDYK.COM</p> <p>INVADERS</p> <p>REVISITED<br/>X2 CLUB, 17 OCT 09 - 9 PM VOL.1</p> <p>ALSO PERFORMING<br/>VJ KYLE LYONS WITH RONI JONI AND<br/>FIEBE WITH LTN STRONG CELLO &amp; NO WHITE ASSISTANCE<br/>INFO: (021) 336 49 656</p> <p><b>MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER,<br/>SERANGAN JANTUNG, IMPOTENSI DAN<br/>GANGGUAN KEHAMILAN DAN JANIN</b></p>  | <p>2009</p> | <p>Invaders Paul<br/>Van Dyk</p> | <p>Djarum Black<br/>Menthol</p> |







|  |      |                                  |                   |
|--|------|----------------------------------|-------------------|
|  <p><b>MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER, SERANGAN JANTUNG, IMPOTENSI DAN GANGGUAN KEHAMILAN DAN JANIN</b></p>   | 2009 | Dance Republic                   | LA Menthol Lights |
|  <p><b>MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER, SERANGAN JANTUNG, IMPOTENSI DAN GANGGUAN KEHAMILAN DAN JANIN</b></p>  | 2009 | Playground                       | Surya Slims       |
|  <p><b>MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER, SERANGAN JANTUNG, IMPOTENSI DAN GANGGUAN KEHAMILAN DAN JANIN</b></p> | 2009 | Jakarta Annual Dance Music Event | Star Mild         |

|  |             |  |                             |
|--|-------------|--|-----------------------------|
|  | <p>2009</p> | <p>Invaders Armin Van Buuren, Glenn Morrison and Richie Hawtin</p> | <p>Djarum Black Menthol</p> |
|--|-------------|--|-----------------------------|



**MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER,  
SERANGAN JANTUNG, IMPOTENSI DAN  
GANGGUAN KEHAMILAN DAN JANIN**

|  |             |   |                                 |
|--|-------------|---|---------------------------------|
|  <p>www.surya.com</p> <p>Surya Slims<br/>STAGE<br/>PRESENTS<br/><b>TIESTO</b><br/>KALEIDOSCOPE</p> <p>ROMY nora with BOBBY miska<br/>WORLD TOUR 2010<br/>SATURDAY 13 FEBRUARY 2010<br/>PANTAI CARNAVAL ANCOL BAYCITY JAKARTA<br/>HOTLINES: 021 569 52128 / 29 / 30</p> <p>MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER, SERANGAN JANTUNG<br/>IMPOTENSI DAN GANGGUAN KEHAMILAN DAN JANIN</p>   | <p>2010</p> | <p>Tiesto<br/>Kaleidoscope</p>            | <p>Surya Slims</p>              |
|  <p>LA<br/>MENTHOL<br/>LIGHTS</p> <p>DJAKARTA<br/>WAREHOUSE<br/>DANCE MUSIC FESTIVAL PROJECT</p> <p>PEACE. DANCE. UNITY<br/>24.04.10   SATURDAY 7PM</p> <p>FERRY CORSTEN KASKADE<br/>MAIZCOV FISCHER SPOONER OASIS<br/>SHORTEE BLITZ LIFELIKE CYBERJAPAN</p> <p>CELEBRATE OUR LOVE FOR MUSIC<br/>IN 3 COOL DANCE ARENAS</p> <p>PANTAI CARNAVAL ANCOL<br/>INFO 0857 10 8000 01<br/>www.WAREHOUSE-PROJECT.COM</p> <p>EXCLUSIVE BENEFITS FOR<br/>DIAMOND CREDIT CARDHOLDERS<br/>AND AMERICAN EXPRESS CARDMEMBERS</p> <p>JOHNNIE WALKER COCA-COLA GUINNESS</p>   | <p>2010</p> | <p>Djakarta<br/>Warehouse<br/>Project</p> | <p>LA Menthol<br/>Lights</p>    |
|  <p>DJARUM<br/>BLACK<br/>MENTHOL<br/>POWER BEAT</p> <p>Gatecrasher INDONESIA 2010<br/>The Global Sound System.</p> <p>atb FELIXDA HOUSECAT Rank TOSHIBA<br/>SUN</p> <p>  RIRI MESTICA   ELECTRONIC GROOVES   DADE   MARQUEE   DOUBLE DEE   READY   LTN  <br/>  GROOVE MONKEYS   PURPLE   BARRY   DEIANA   MIRA   ALEXANDRA   DIE  <br/>  KOWE   NODU   MC DIRT   MC DITTER   VA LOST SICKA   VA BAPHAEL  </p> <p>CARNIVAL BEACH, ANCOL BAY CITY, JAKARTA<br/>SATURDAY MAY 29<sup>TH</sup> 2010 GATE OPEN 4PM<br/>EARLY BIRD TICKET Rp. 250.000,- (valid until May 22<sup>nd</sup>)<br/>ON THE SPOT TICKET Rp. 300.000,-<br/>INFO: 021 533 724 724 • WWW.DJARUM-INDONESIA.COM</p> <p>ORGANIZED BY BLADE OFFICIAL SUPPORTERS: Niji siji</p> <p>MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER,<br/>SERANGAN JANTUNG, IMPOTENSI DAN<br/>GANGGUAN KEHAMILAN DAN JANIN</p> | <p>2010</p> | <p>Gatecrasher</p>                        | <p>Djarum Black<br/>Menthol</p> |

|  |      |                |                   |
|--|------|----------------|-------------------|
|  <p><b>LA MENTHOL LIGHTS</b> PRESENTS<br/><b>dance republic</b></p> <p><b>DANCE MUSIC FESTIVAL</b></p> <p>Above &amp; Beyond MAJOR LAZER CHOCOLATE RENE AMESZ<br/>PUMA</p> <p>Multi Areas: SPINACH ALL STARS, TURN ON PLASTIC, PHUNKTION, I LOVE HOUSE, LATE NIGHT SESSION</p> <p>RIRI MESTICA - ANTON WIRJONO - NARO - ROMY</p> <p>SATURDAY, JUNE 19<sup>th</sup> 2010 - PANTAI CARNAVAL ANCOL</p> <p>PEDETAI CARNAVAL PARADE   CIGALA &amp; DANCE OFFSHORE   AIR HANGGAS   HANGGAS ARTS</p> <p>MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER, SERANGAN JANTUNG, IMPOTENSI DAN GANGGUAN KEHAMILAN DAN JANIN</p> | 2010 | Dance Republic | LA Menthol Lights |
|  <p><i>Surya Slims</i></p> <p>STAGE</p> <p><b>playground</b></p> <p>Your Musical Escape</p> <p>SATURDAY, OCTOBER 2, 2010<br/>JAKARTA, INDONESIA</p> <p>WWW.EMBASSYTHECLUB.COM    WWW.URBANITE.ASIA<br/>TWITTER@EMBASSYTHECLUB    TWITTER@URBANITE.ASIA</p> <p>MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER, SERANGAN JANTUNG, IMPOTENSI DAN GANGGUAN KEHAMILAN DAN JANIN.</p>  | 2010 | Playground     | Surya Slims       |
|  <p><b>LA MENTHOL LIGHTS</b> PRESENTS</p> <p><b>TRANCEFORMER</b></p> <p><b>MARKUS SCHULZ</b><br/>Lampiran: Conductor of the Future</p> <p><b>NORIN STAD</b></p> <p>Wednesday, Nov 18<sup>th</sup><br/>Embassy Building</p> <p>Friday, Nov 19<sup>th</sup><br/>Blowfish Surabaya</p> <p>Saturday, May 28<sup>th</sup><br/>Sugeng Amed, Jakarta</p> <p>MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER, SERANGAN JANTUNG, IMPOTENSI DAN GANGGUAN KEHAMILAN DAN JANIN</p>   | 2010 | Tranceformer   | LA Menthol Lights |

Sumber: Diolah dari hasil pengamatan, 2009 - 2010

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Kajian mengenai Perkembangan Desain Poster *Event Electronic Dance Music* di Jakarta dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan peranan desain poster pada penyelenggaraan *event electronic dance music* yang digelar di Jakarta.
2. Menjelaskan fungsi media poster dalam ajang *event electronic dance music* di Jakarta.
3. Menjelaskan alasan pemilihan warna yang didominasi oleh warna hitam, hijau dan biru pada *event poster electronic dance music*

Hasil dari kajian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Menambah wawasan bagi penulis dan para pembaca, khususnya dalam memahami perkembangan poster event.
2. Menambah khazanah kajian Desain Komunikasi Visual.
3. Bahan perbandingan serta referensi untuk kajian Desain Komunikasi Visual.

#### **E. Kajian Konseptual**

Suryadi (2006;8) menyatakan bahwa promosi merupakan serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan, memberi pengetahuan dan meyakinkan orang tentang suatu produk agar ia mengakui kehebatan produk tersebut, membeli dan memakai produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaannya dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk.

Belch dan Belch menyatakan bahwa promosi merupakan atribut penting dari *marketing mix*. Promosi sebagai koordinasi dari semua cara penjual untuk menginformasikan dan mempengaruhi pembeli dengan maksud membeli barang dan jasa atau sebuah ide. Belch juga membagi alat promosi yang dikenal dengan *promotional mix* ke dalam lima hal sebagai berikut, yaitu (a) *advertising*, (b) *direct marketing*, (c) *sales promotion*, (d) *publicity/public relation* dan (e) *personal selling*.

Promosi mempunyai tujuan untuk menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial, untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan dan untuk menjaga kestabilan penjualan, membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing, membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.

Setiap promotor pasti mengharapkan *event* atau acaranya dihadiri oleh banyak orang. Untuk itu promotor pun diharuskan mempromosikan acaranya tersebut semaksimal mungkin. Atas dasar itulah para promotor melakukan promosi mengenai *event* yang diselenggarakan secara besar-besaran, baik melalui media cetak ataupun media elektronik.

Salah satu cara untuk berpromosi yang dilakukan promotor adalah melalui media berupa poster. Kusrianto (2007:338) berpendapat bahwa poster adalah salah satu bagian seni grafis yang memiliki gaya, aliran, maupun trend tersendiri yang tidak lepas dari tingkat penguasaan teknologi serta gaya hidup dari suatu zaman. Oleh karena itu poster dibuat untuk menyampaikan pesan atau informasi, maka poster menjadi elemen dalam Desain Komunikasi Visual. Pengaplikasiannya dengan cara ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian media sekuat mungkin; karena itu poster biasanya dibuat dengan warna-warna kontras dan kuat.

Ragam poster dapat dikategorisasikan menjadi lima jenis poster, yaitu poster politikal, poster periklanan, poster pendidikan, poster event dan poster konservasi. Secara khusus, poster event terbagi atas dua jenis, yaitu poster tinju dan poster konser. Poster tinju merupakan poster pengaplikasiannya berada di sekitar dan di dalam arena tinju dan digunakan untuk mengiklankan pertandingan yang akan berlangsung disertai dengan informasi tentang waktu penyelenggaraan, harga tiket, serta dilengkapi dengan foto para petinju yang akan bertanding. Poster konser adalah poster yang didesain khusus untuk mengiklankan acara konser atau festival musik. Informasi yang tertera pada poster konser berupa waktu penyelenggaraan konser, harga tiket, band atau musisi yang akan mengisi acara

dan kerap pula disertai dengan foto-foto dari musisi pengisi acara konser musik tersebut.

Terkait dengan penyelenggaraan suatu event, penggunaan poster diharapkan dapat menarik perhatian *audience* untuk datang pada *event* yang akan berlangsung. Pemberian poster bisa disertai dengan ilustrasi berupa uraian dan pernyataan. Selain menarik perhatian, *audience* juga dapat memperoleh informasi lebih detail tentang *event* yang diadakan. Poster event itu sendiri tentunya harus disesuaikan dengan tema pada event yang diiklankan.

Poster *event electronic dance music* merupakan jenis poster yang didesain khusus untuk mengiklankan acara konser atau festival musik. Di dalamnya juga terdiri dari tanggal konser, harga tiket, band atau musisi yang akan mengisi acara, dapat pula ditampilkan dengan memajang foto-foto dari musisi pengisi acara konser tersebut.

## **F. Metodologi Penelitian**

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam kajian Perkembangan Desain Poster *Event Electronic Dance Music* di Jakarta sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Metode ini dipakai guna penelusuran referensi terkait dengan konsep dan teori komunikasi dan desain komunikasi visual.

2. Observasi

Metode observasi dilakukan penulis dengan cara mengamati berbagai poster *event electronic dance music* yang digelar di Jakarta. Pengamatan juga dilakukan oleh penulis dengan cara mengamati langsung sejumlah *event electronic dance music* yang berlangsung di Jakarta dengan tujuan agar penulis memperoleh pemahaman mengenai gelaran *event electronic dance music*.

3. Wawancara

Kegiatan wawancara dilakukan terhadap beberapa informan kunci dengan

tujuan agar penulis memperoleh pemahaman mengenai *event electronic dance music* sebagaimana *event* tersebut dimaknai oleh pelaku. Informan kunci dalam kajian ini antara lain pihak promotor, panitia penyelenggara, peserta dan penonton *event electronic dance music*.

### **Metode Analisa Data**

Metode yang digunakan untuk menganalisa poster dalam kajian ini berupa metode komparasi, yang dilakukan dengan cara membandingkan seluruh poster *event electronic dance music* yang berlangsung di Jakarta dengan fokus perbandingan pada: (1) pemilihan warna (2) pemilihan tipografi, (3) *layout* dan (4) hirarki visual poster-poster *event electronic dance music*.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

Poster merupakan suatu komponen penting dalam sebuah media promosi. Fungsi sebuah poster dapat menarik perhatian audience karena dapat dimanfaatkan Desainer untuk menyampaikan pesan-pesannya melalui sebuah poster.

Sebuah poster yang baik harus dapat mempersuasi audience sambil memberikan informasi yang mudah dicerna audience dalam hitungan detik. Sebuah poster harus dapat mempengaruhi audience, membangkitkan keinginan untuk membeli melalui pesan-pesan singkat yang padat dan jelas yang terdapat dalam poster tersebut.

Dalam buku Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi (2010:158), Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions*, mendeskripsikan poster sebagai bentuk publikasi dua dimensional dan satu muka, digunakan untuk menyajikan informasi, data, jadwal, atau penawaran dan untuk mempromosikan orang, acara, tempat, perusahaan, jasa, atau organisasi.

Sedangkan menurut John Gierla, perbedaan poster dengan media cetak lainnya adalah, poster menyampaikan informasi pada pembaca yang sedang bergerak (*on the move*). Sementara iklan majalah, iklan surat kabar, brosur, booklet, catalog, dan leaflet dirancang untuk pembaca yang memiliki waktu yang relatif lama.

Poster yang berhasil menarik perhatian dari audience adalah poster yang umumnya memiliki satu elemen yang dominan dan menarik. Elemen-elemen lain yang kurang penting tidak perlu ditonjolkan, dapat sebagai penyelaras sehingga secara keseluruhan tampak menyatu dan seimbang.

Lori Siebert dan Lisa Ballard dalam buku *Making a Good Layout* menegaskan tugas poster adalah “capturing a moving audience with your message”. Dikatakan, poster harus mampu menyampaikan pesan atau informasi pada audience yang sedang sibuk.

Menurut Rakhmat Supriyono dalam bukunya yang berjudul Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi (2010:158), karena waktu baca yang singkat dan dalam situasi yang sibuk, maka seorang Desainer harus menentukan salah satu informasi atau pesan untuk dijadikan elemen kunci dalam sebuah poster.

Karena tugas utama sebuah poster adalah mengundang perhatian public dan memberikan informasi atau pesan secepat mungkin karena hanya dibaca sekilas, penyampaian informasi pada poster sebaiknya tidak secara detail dan panjang lebar. Jika terdapat banyak informasi yang harus disampaikan pada audience melalui sebuah poster, seorang desainer harus tetap menyisakan ruang kosong yang tidak diisi gambar ataupun tipografi karena secara visual, bidang kosong dapat memberikan kelegaan pada mata untuk istirahat sekaligus untuk menonjolkan pesan utama dari poster itu.

Dalam buku Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi karya Rakhmat Supriyono (2010:166), dalam pembuatan desain sebuah poster, seorang Desainer setelah mempelajari design brief atau permintaan-permintaan dari klien, biasanya Desainer menentukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan tipografi, jenis huruf yang sesuai dengan isi pesan dan mudah dibaca dari jarak yang relatif jauh.
2. Menentukan elemen kunci-teks atau ilustrasi – yang setidaknya informasi dapat ditangkap dengan mudah oleh pembaca dalam waktu singkat.
3. Memilih salah satu elemen yang paling penting (judul, ilustrasi atau logo) untuk ditampilkan paling dominan dengan penonjolan ukuran, warna, kontras value.
4. Memasukkan informasi paling penting, tempat, tanggal, jam, dan sebagainya.
5. Membuat alternative layout yang sederhana sehingga mudah dibaca, dengan urutan yang logis (dari kiri ke kanan atau dari atas ke bawah).

Robin Landa masih dalam buku Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi (2010:166), menyebutkan beberapa kriteria desain poster yang harus dikaitkan dengan tujuan-tujuan poster itu sendiri, yaitu:

- a. Menyampaikan informasi secara jelas dan mudah dipahami.
- b. Menciptakan desain yang seketika dapat dibaca dan dipahami.
- c. Menciptakan desain yang mudah dibaca dari kejauhan.
- d. Menyajikan informasi yang penting yang dibutuhkan pembaca.
- e. Menyusun informasi dengan urutan yang mudah diikuti.
- f. Menyusun elemen visual secara hirarki dan menyatu.
- g. Menyusun elemen-elemen poster berdasarkan prinsip-prinsip desain grafis.
- h. Membuat desain yang sesuai dengan subyek, audience, dan lingkungannya.
- i. Mengekspresikan spirit dari subyek atau pesan yang disampaikan.

#### **A. Teori Perancangan Poster**

Dalam merancang sebuah poster, diperlukan beberapa komponen berikut ini agar tampilan sebuah poster terlihat menarik.

##### **1. Komposisi layout**

Tampilan lay out menjadi poin penting dalam desain poster. Untuk membuat lay out yang baik, beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain:

###### **a. Keseimbangan**

Secara keseluruhan, komponen-komponen desain harus tampil seimbang. Mata manusia akan menangkap keseluruhan layout dalam satu komponen, yang selanjutnya akan dilihat komponen yang lebih kecil.

###### **b. Irama**

Irama adalah pengulangan atau variasi dari komponen-komponen desain grafis. Pengulangan tersebut dapat membentuk urutan gerakan, pola tertentu.

c. Skala dan Proporsi

Skala adalah ukuran/size tanpa perubahan perbandingan ukuran panjang lebar atau tinggi. Sedangkan proporsi adalah adanya perubahan perbandingan antara panjang, lebar, atau tinggi sehingga gambar dengan perubahan proporsi sering terlihat distorsi. Oleh karena itu jangan merubah proporsi foto apalagi foto manusia.

d. Kesatuan

Semua bagian dan unsure grafis bersatu padu dan serasi sehingga audience memahaminya sebagai suatu kesatuan. Prinsip kesatuan atau unity adalah hubungan antara elemen-elemen desain yang semula berdiri sendiri-sendiri serta memiliki ciri khas sendiri-sendiri yang disatukan menjadi sesuatu yang baru dan memiliki fungsi baru yang utuh.

2. Tipografi

Tipografi merupakan elemen penting dalam sebuah karya poster karena selain dapat menyampaikan informasi, tipografi dapat digunakan untuk memberi kesan terhadap desain keseluruhan, untuk memperjelas konsep poster serta pesan yang akan disampaikan.

Tampilan tipografi bermacam-macam disesuaikan dengan konsep poster yang akan disampaikan.

3. Ilustrasi

Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimabfaatkan untuk member penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Dalam perkembangannya, ilustrasi secara lebih lanjut ternyata tidak ahnya berguna sebagai sarana pendukung cerita tetapi juga menghiasi ruang kosong, misalnya dalam bentuk majalah, koran, tabloid, dan lain-lain. Ilustrasi dapat berbentuk macam-macam seperti karya seni sketsa, lukis

grafis, karikatural dan akhir-akhir ini banyak dipakai image bitmap hingga karya foto. (Kusrianto, 2007:140)

Ada beberapa criteria yang dapat dijadikan patokan untuk membuat ilustrasi. Ilustrasi yang efektif umumnya memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Komunikatif
2. Informatif
3. Ide baru, orisinal, bukan merupakan plagiat
4. Memiliki daya pikau yang kuat
5. Foto atau gambar memiliki kualitas yang baik (teknik pembuatan dan nilai seni).

Ilustrasi dalam Desain Komunikasi Visual tidak selalu berupa gambar (hand writing) tetapi juga dapat berupa foto, warna, garis, tekstur, huruf, dan sembarang elemen visual yang mendukung tujuan komunikasi dan estetika. Dalam sebuah desain poster ilustrasi digunakan untuk memperjelas dan mempermudah pembaca dalam memahami informasi dan bahkan dalam perkembangannya saat ini, ilustrasi digunakan untuk menarik perhatian orang.

#### 4. Warna

Warna menjadi elemen penting dalam sebuah desain poster karena dapat memberi nuansa tertentu dalam membangun suasana dan kesan sebuah poster.

Setiap warna mempunyai karakteristik tersendiri. Dengan warna, seorang Desainer dapat mengkomunikasikan desainnya kepada audience secara efektif. Warna juga merupakan unsure yang mampu menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu membangkitkan rasa dan emosi pengamatnya.

## BAB III

### TINJAUAN DAN ANALISA DATA

#### A. Poster Event *Electronic Dance Music* 2009 - 2010

Untuk mengkaji perkembangan desain poster yang digunakan pada event event electronic dance music yang digelar di Jakarta, penulis melakukan perbandingan dengan salah satu buah poster yang digunakan pada *event electronic dance music* internasional di Singapura pada *event Zoukout*, seperti yang disajikan pada Gambar 1 berikut ini:

**Gambar 1**  
**Poster Event Zoukout 2009 - 2010**



Sumber: [www.ravelex.net](http://www.ravelex.net)

## **B. Perkembangan Komunikasi Visual Poster Event Electronic Dance Music di Jakarta**

Dari kedua belas poster yang menjadi sumber kajian tulisan ini, penulis menjumpai adanya beberapa kesamaan di antara poster-poster tersebut, yaitu warna-warna yang digunakan dalam desain poster *event electronic dance music* itu didominasi oleh warna hitam, hijau dan biru. Warna-warna tersebut merupakan *corporate color* dari perusahaan-perusahaan yang menjadi sponsor *utama event electronic dance music* yang digelar yang berasal dari produk-produk rokok seperti Djarum Black Menthol, Surya Slims, L.A Menthol Lights dan Star Mild.

Dengan menggunakan warna hitam, hijau dan biru mungkin menjadi salah satu kelebihan tersendiri yaitu poster tersebut akan menjadi jauh lebih menarik mata orang yang melihat hingga mengetahui lebih jauh lagi tentang acara yang diiklankan bahkan mungkin orang bisa tertarik untuk datang ke acara tersebut.

Di berbagai poster yang dikaji terlihat bahwa sponsor utama penyelenggaraan *event electronic dance music* merupakan perusahaan produsen rokok. Di sisi lain, Pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan agar perusahaan produsen rokok mencantumkan pesan tentang ancaman bahaya merokok di setiap produk media cetak dan elektronik yang digunakan oleh perusahaan tersebut. Pada poster-poster yang dikaji terlihat bahwa di bagian bawah setiap poster terdapat sebuah pesan tentang ancaman bahaya merokok yang dinyatakan dengan kalimat sebagai berikut: “Merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi dan gangguan kehamilan dan janin.”

Kedua belas poster yang penulis cantumkan pada bagian Bab Satu tidaklah seperti poster Zoukout 2010 di halaman sebelumnya. Pada tampilan poster Zoukout 2010 tampak bahwa poster yang dirancang tidaklah menggunakan *corporate color* sponsor utama. Hal ini tampak berbeda dengan rancangan poster *event electronic dance music* di Jakarta yang didominasi dengan *corporate color* sponsor utama.

Dari sisi desain secara keseluruhan, poster *event electronic dance music* di Jakarta kurang memiliki prinsip hirarki visual. Sebagaimana dinyatakan oleh Suyanto (2004:64, ) prinsip hirarki visual merupakan prinsip yang mengatur

elemen-elemen mengikuti perhatian yang berhubungan secara langsung dengan titik fokus. Titik fokus merupakan perhatian yang pertama, kemudian baru diikuti perhatian ke yang lainnya. Berikut adalah tiga pertanyaan penting mengenai hirarki visual:

- Mana yang Anda lihat pertama?
- Mana yang Anda lihat kedua?
- Mana yang Anda lihat ketiga?

Pada poster *event electronic dance music*, hal pertama yang kita lihat adalah nama acaranya, hal kedua adalah DJ pengisi acara dan hal ketiganya adalah waktu dan tempat *event* tersebut akan berlangsung. Hal pertama yang seharusnya tertera atau divisualisasikan harus lebih besar dari hal kedua dan hal ketiga yang dilihat. Hal kedua yang tertera atau divisualisasikan harus lebih besar dari hal ketiga. Begitu juga seterusnya.



Nama Acara

Pengisi Acara

Waktu dan Tempat



Dalam kedua belas poster *event electronic dance music* di Jakarta, pihak sponsor-lah yang menempati urutan pertama dalam hirarki visual. Tidak seperti pada poster Zoukout 2010 yang hirarki visualnya lebih tepat.

Konsep pada poster Zoukout 2010 jelas lebih terlihat dibanding kedua belas poster *event electronic dance music* di Jakarta yang lebih mengutamakan desain dan ornamen yang kurang mewakili konsep acara itu sendiri.

Dalam dunia promotor, promosi suatu *event* dengan menggunakan poster dinilai sudah tepat karena poster-poster bisa ditempel di mana saja terutama di tempat-tempat strategis hingga banyak orang bisa melihat bahkan tertarik untuk datang ke acara tersebut.

Mengacu pada pendapat Hendratman (2008:23) yang menyatakan bahwa setiap warna mempunyai karakteristik tersendiri maka penulis berpendapat bahwa pada poster *event electronic dance music* di Jakarta terlihat bahwa paling tidak warna yang digunakan harus mewakili konsep acara dan sponsorship. Dengan warna kita dapat mengkomunikasikan desain kita kepada *audience* secara efektif. Dalam hal ini, warna termasuk sesuatu yang penting dalam element poster.

Terkait dengan aspek tipografi yang digunakan pada poster *event electronic dance music* di Jakarta tampak bahwa tipografi yang digunakan sudah sesuai dengan azas penggunaan tipografi dalam sebuah rancangan grafis. Lazlo Maholy, sebagaimana dikutip oleh Kusrianto (2007:191) berpendapat bahwa tipografi merupakan sebuah alat komunikasi. Pada poster *event electronic dance music* di Jakarta tipografi yang digunakan dapat dikategorisasikan sebagai alat komunikasi karena bentuknya ditampilkan dalam bentuk yang paling kuat, jelas (*clarity*) dan terbaca (*legibility*).

### **C. Pembahasan Poster Event Electronic Dance Music di Jakarta**



Hasil kajian yang dilakukan oleh penulis terhadap seluruh poster Event Electronic Dance Music di Jakarta Tahun 2009-2010 tersaji pada Tabel 2 berikut ini:

**Tabel 2**  
**Hasil Pembahasan**  
**Poster Event Electronic Dance Music di Jakarta Tahun 2009-2010**

| Poster Event<br>Electronic Dance Music  | Hirarki<br>Visual   | Visual   | Warna  | Typography   |
|---|---|--|--|--|
|  <p style="text-align: center;">Zoukout 2009<br/>(SingTel)</p>  | <p>Hirarki sudah sangat tepat, sesuai dengan urutan mana yang harus dilihat pertama</p> | <p>Sudah sesuai dengan konsep acaranya yang berlokasi di Siloso Beach.</p> | <p>Tidak terlalu banyak memakai warna seperti warna pada logo sponsor utama yaitu SingTel.</p> | <p><i>Typography-</i>nya sudah sangat jelas dan mudah sekali untuk dibaca.</p> |
|  <p style="text-align: center;">Zoukout 2010<br/>(SingTel)</p> | <p>Hirarki sudah sangat tepat, sesuai dengan urutan mana yang harus dilihat pertama</p> | <p>Sudah sesuai dengan konsep acaranya yang berlokasi di Siloso Beach.</p> | <p>Tidak terlalu banyak memakai warna seperti warna pada logo sponsor utama yaitu SingTel.</p> | <p><i>Typography-</i>nya sudah sangat jelas dan mudah sekali untuk dibaca.</p> |

|  |  |  |   |  |
|--|--|--|---|--|
|  <p> <b>Tranceformer 2010</b><br/>         (LA Menthol Lights)       </p> | <p>Hirarki belum tepat, karena logo sponsor yang menjadi fokus pertama.</p>              | <p>Terlihat lebih mirip dengan kartu ucapan Idul Fitri, dilihat dari foto dan warna.</p>   | <p>Warna hijau yang merupakan warna sponsor terlihat sangat dominan dalam poster ini.</p> | <p>Jelas dan sangat mudah dibaca hingga memudahkan khalayak mengetahui informasi acara tersebut.</p>         |
|  <p> <b>Playground 2010</b><br/>         (Surya Slims)       </p>        | <p>Hirarki sudah sangat tepat, sesuai dengan urutan mana yang harus dilihat pertama.</p> | <p>Konsep acara, <i>dance music festival</i> sudah terlihat melalui visual poster ini.</p> | <p>Warna biru yang merupakan warna sponsor sangat dominan dalam poster ini.</p>           | <p>Sangat jelas dan mudah untuk dibaca hingga khalayak dengan mudah mengetahui informasi acara tersebut.</p> |

|   |  |  |   |  |
|---|--|--|---|--|
|  <p>MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER, SERANGAN JANTUNG, IMPOTENSI DAN GANGGUAN KEHAMILAN DAN JANIN</p> <p>Dance Republic 2010<br/>(LA Menthol Lights)</p>  | <p>Hirarki belum tepat, karena logo sponsor yang menjadi fokus pertama</p> | <p>Konsep acara <i>dance music</i> sudah terlihat melalui visual poster ini.</p> | <p>Warna hijau yang merupakan warna sponsor terlihat sangat dominan dalam poster ini.</p>           | <p>Sangat jelas dan mudah untuk dibaca hingga khalayak dengan mudah mengetahui informasi acara tersebut.</p> |
|  <p>MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER, SERANGAN JANTUNG, IMPOTENSI DAN GANGGUAN KEHAMILAN DAN JANIN</p> <p>Gatecrasher 2010<br/>(Djarum Black Menthol)</p> | <p>Hirarki belum tepat, karena logo sponsor yang menjadi fokus pertama</p> | <p>Konsep acara tidak terlihat dan tidak terlalu menarik.</p>                    | <p>Warna hijau dan hitam yang merupakan warna sponsor terlihat sangat dominan dalam poster ini.</p> | <p>Sangat jelas dan mudah untuk dibaca hingga memudahkan khalayak mengetahui informasi acara tersebut.</p>   |
|  <p>MEROKOK DAPAT MENYEBABKAN KANKER, SERANGAN JANTUNG, IMPOTENSI DAN GANGGUAN KEHAMILAN DAN JANIN</p> <p>Djakarta Warehouse Project</p>                 | <p>Hirarki belum tepat, karena logo sponsor yang menjadi fokus pertama</p> | <p>Cukup menarik dan konsep acaranya sudah terlihat dari visual poster ini.</p>  | <p>Warna hijau yang merupakan warna sponsor terlihat sangat dominan dalam poster ini.</p>           | <p>Cukup jelas dan mudah dibaca walaupun terdapat banyak ornamen-ornamen.</p>                                |

|   |  |   |   |  |
|---|--|---|---|--|
| <p>2010<br/>(LA Menthol Light)</p>  |  |   |   |  |
|  <p>Tiesto Kaleidoscope<br/>2010<br/>(Surya Slims)</p>   | <p>Hirarki sudah sangat tepat, sesuai dengan urutan mana yang harus dilihat pertama.</p> | <p>Visual dalam poster ini simple namun tetap terlihat menarik.</p> | <p>Warna biru yang merupakan warna sponsor sangat dominan dalam poster ini.</p>                     | <p>Sangat jelas dan mudah untuk dibaca hingga khalayak dengan mudah mengetahui informasi acara tersebut.</p> |
|  <p>Invaders Armin van Buuren,<br/>Richie Hawtin, Glenn Morrison<br/>2009<br/>(Djarum Black Menthol)</p> | <p>Hirarki sudah sangat tepat, sesuai dengan urutan mana yang harus dilihat pertama.</p> | <p>Visual dalam poster ini simple namun terlihat monoton.</p>       | <p>Warna hijau dan hitam yang merupakan warna sponsor terlihat sangat dominan dalam poster ini.</p> | <p>Sangat jelas dan mudah untuk dibaca hingga khalayak dengan mudah mengetahui informasi acara tersebut.</p> |

|  |  |  |   |  |
|--|--|--|---|--|
|  <p>Jakarta Annual Dance Music<br/>Event 2009<br/>(Star Mild)</p> | <p>Hirarki belum tepat, karena logo sponsor yang menjadi fokus pertama.</p>              | <p>Visual dalam poster ini simple namun tetap terlihat menarik. Namun tidak terlihat seperti poster <i>event</i> Yang lainnya.</p> | <p>Warna biru yang merupakan warna sponsor sangat dominan dalam poster ini.</p> | <p>Sangat jelas dan mudah untuk dibaca hingga khalayak dengan mudah mengetahui informasi acara tersebut.</p> |
|  <p>Playground 2010<br/>(Surya Slims)</p>                       | <p>Hirarki sudah sangat tepat, sesuai dengan urutan mana yang harus dilihat pertama.</p> | <p>Konsep acara, <i>dance music festival</i> sudah terlihat melalui visual poster ini</p>  | <p>Warna biru yang merupakan warna sponsor sangat dominan dalam poster ini.</p> | <p>Sangat jelas dan mudah untuk dibaca hingga khalayak dengan mudah mengetahui informasi acara tersebut.</p> |



|   |   |  |   |  |
|---|---|--|---|--|
|  <p> <b>Dance Republic 2009</b><br/>         (LA Menthol Lights)       </p>            | <p>Hirarki belum tepat, karena tidak tahu mana yang harus dilihat terlebih dahulu</p> | <p>Visual dalam poster ini terlalu monoton untuk <i>event dance music</i>.</p> | <p>Warna hijau yang merupakan warna sponsor terlihat sangat dominan dalam poster ini.</p>           | <p>Sangat jelas dan mudah untuk dibaca hingga khalayak dengan mudah mengetahui informasi acara tersebut.</p> |
|  <p> <b>Invaders Paul van Dyk 2009</b><br/>         (Djarum Black Menthol)       </p> | <p>Hirarki belum tepat, karena tidak tahu mana yang harus dilihat terlebih dahulu</p> | <p>Visual dalam poster ini terlalu monoton untuk <i>event dance music</i>.</p> | <p>Warna hijau dan hitam yang merupakan warna sponsor terlihat sangat dominan dalam poster ini.</p> | <p>Sangat jelas dan mudah untuk dibaca hingga khalayak dengan mudah mengetahui informasi acara tersebut.</p> |

|  |   |   |   |  |
|--|---|---|---|--|
|  <p><b>LA MENTHOL LIGHTS</b><br/>Spinach 5<sup>th</sup> anniversary<br/><b>reverberation 2009</b></p> <p><b>FREE PARTY</b><br/>BOGOR<br/>MARCH 11, 2009<br/>MANADO<br/>SOKRE<br/>MARCH 12, 2009<br/>BALIKPAPAN<br/>POMPOME<br/>MARCH 17, 2009<br/>MEDAN<br/>TIRASCA<br/>MARCH 17, 2009<br/>SEMARANG<br/>E PLAZA<br/>MARCH 15, 2009<br/>MALANG<br/>TRANCE<br/>MARCH 13, 2009</p> <p><b>MAIN EVENT</b><br/>01. SURABAYA<br/>SURAFISH<br/>MARCH 14, 2009<br/>02. BANDUNG<br/>ENERGICITY<br/>MARCH 18, 2009<br/>03. JOGJA<br/>LIQUID<br/>MARCH 20, 2009<br/>04. PONTIANAK<br/>DE'FINE<br/>MARCH 21, 2009<br/>05. BALI<br/>DOUBLE G22<br/>MARCH 27, 2009<br/>06. JAKARTA<br/>Z5<br/>MARCH 28, 2009</p> <p>SPINACH: SEAN TYAS, H&amp;A DJ, MAG TOP 100, USA, RIRI MESTICA, BONE, ADHE, ALICE SOPHIE, ARSYA, IWO GIRI &amp; IMAWATI</p> <p><b>Merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi dan gangguan kehamilan dan janin</b></p> <p><b>Reverberation 2009</b><br/><b>(LA Menthol Lights)</b></p> | <p>Hirarki belum tepat, karena logo sponsor yang menjadi fokus pertama.</p> | <p>Cukup menarik dan konsep acaranya sudah terlihat dari visual poster ini.</p> | <p>Warna hijau yang merupakan warna sponsor terlihat sangat dominan dalam poster ini.</p> | <p>Sangat jelas dan mudah untuk dibaca walaupun ada beberapa bagian yang font nya terlalu kecil hingga susah untuk dibaca.</p> |
|--|---|---|---|--|

Sumber: Diolah dari hasil observasi dan wawancara, 2010



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah diteliti lebih jauh lagi dari tabel di halaman-halaman sebelumnya, sudah jelas terlihat bahwa Perkembangan Poster *Event Electronic Dance Music* di Jakarta tidak memiliki perkembangan yang cukup mencolok.

Hal ini dapat dilihat dari *corporate color* sponsor utama yang dominan di dalam desain poster tersebut, hirarki visualnya, serta *layout*-nya yang relatif tidak mengalami perubahan. Pada poster *event Electronic Dance Music* di Jakarta tampak bahwa logo perusahaan yang menjadi sponsor utama penyelenggaraan suatu event tetap ditampilkan jauh lebih besar ketimbang nama *event*-nya itu sendiri. Tampilan tersebut berbeda dengan poster *event Zoukout* di Singapura yang menempatkan logo SingTel selaku sponsor utama tidak lebih besar daripada nama *event* itu sendiri; lal ini berlaku sama pada poster-poster *event Zoukout* lainnya yang digekar setiap tahun.

Terlalu besarnya logo sponsor utama yang menjadi ciri khas poster-poster *event electronic dance music* di Jakarta dapat dikatakan sedikit merusak desain poster-poster *event* tersebut secara keseluruhan. Tanpa logo sponsor yang terlalu besar pun, poster *event Zoukout* tetap terlihat menarik dan *eye catching*.

Selain logo yang terlalu besar pun, *corporate color* dari sponsor utama seperti warna-warna hitam, hijau dan biru selalu mendominasi di semua desain poster *event electronic dance music*. Dengan warna-warna hitam, hijau dan biru, secara keseluruhan dalam periode waktu satu tahun, poster-poster *event* tersebut juga terlihat membosankan, terutama untuk poster yang *event*-nya berlangsung setiap satu tahun sekali seperti Playground dan Dance Republic yang selalu menggunakan warna biru.

Desain yang berbeda terdapat pada poster *Zoukout 2009* dan *Zoukout 2010*. Dalam kedua poster *Zoukout* tersebut, setiap tahunnya menggunakan warna-

warna yang berbeda dalam setiap desainnya. Tidak seperti poster-poster *event electronic dance music* yang berada di Jakarta yang selalu menggunakan *corporate color* dari sponsor utamanya. Bahkan walaupun *event*-nya dan sponsor utamanya berbeda-beda tapi desain keseluruhannya hampir terlihat sama hingga jika dilihat sekilas, walaupun *event*-nya berbeda dengan desain yang seperti itu akan terlihat sama saja bagi siapa pun yang melihat.

## **B. Saran**

Terkait dengan penyelenggaraan suatu event, hal yang paling sulit diatasi adalah memahami keinginan pihak sponsor sebagai penyandang dana utama event yang akan digelar. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi desainer grafis yang akan merancang poster yang akan digunakan sebagai media promosi suatu event. Seorang desainer grafis haruslah dapat bersikap bijaksana dalam menghadapi keinginan pihak sponsor; oleh karenanya seorang desainer grafis dituntut agar dapat semakin kreatif dalam membuat suatu rancangan poster. Seorang desainer grafis haruslah dapat mengedukasi pihak sponsor sebagai klien dalam perancangan poster terkait dengan konsep desain, penggunaan warna, *lay-out* dan tipografi, dengan pertimbangan bahwa terkadang pihak klien kurang memahami konsep-konsep tersebut.

Rancangan poster Zoukout tahun 2009 dan Zoukout tahun 2010, misalnya, dapat dijadikan sebagai contoh yang baik tentang bagaimana penggunaan logo perusahaan yang menjadi *sponsorship* acara tersebut ditampilkan dengan sangat apik tanpa merusak desain posternya dan tanpa merusak *mood* dari *event* itu sendiri. Demikian pula halnya dengan penggunaan warna-warna yang tidak didominasi oleh *corporate color* pihak sponsor.

## DAFTAR PUSTAKA

Belch, George E., Belch, Michael A. (2009). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*. 8th Edition. New York : McGraw-Hill.

Hendratman, Hendi. (2008). *Tips n Trix Computer Graphic Design*. Bandung: Informatika.

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

Suryadi, Didi. (2006). *Promosi Efektif Menggugah Minat dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Tugu Publisher.

Suyanto, M. (2004). *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi Offset.