PERANCANGAN ULANG *CORPORATE IDENTITY HIU HOMESTAY* DI PULAU UNTUNG JAWA

Putri Anggraeni Widyastuti
Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul
Jalan Arjuna Utara, Tomang Tol, Kebon Jeruk, Jakarta Barat – 11510
putri.anggraeni@esaunggul.ac.id

Abstract

Communication is a very important human need. Communication is required to obtain or provide information from or to others. To obtain such information, people need communication tools that can be used whenever and wherever they are. For that needed a corporate identity, a communicative media campaign to introduce the identity of a company to the public. The goal is certainly improve the company's image. One need corporate identity Hiu Homestay is located in Untung Jawa Island. The diner is necessary to redesign the corporate identity to introduce a product in the form of accommodation with all facilities therein located on the island of Java Fortunately this.

Keywords*: redesign, corporate identity, Hiu Homestay, Untung Jawa Island*

Abstrak

Komunikasi merupakan kebutuhan manusia yang sangat penting. Komunikasi dibutuhkan untuk memperoleh atau memberi informasi dari atau kepada orang lain. Untuk mendapatkan informasi tersebut, manusia membutuhkan alat komunikasi yang dapat digunakan kapanpun dan dimanapun mereka berada. Untuk itulah diperlukan sebuah *corporate identity*, sebuah media promosi yang komunikatif untuk memperkenalkan identitas dari sebuah perusahaan kepada masyarakat. Tujuannya sudah tentu meningkatkan citra perusahaan tersebut. Salah satu yang butuh *corporate identity* adalah Hiu Homestay yang berada di Pulau Untung Jawa. Rumah makan ini perlu dilakukan perancangan ulang *corporate identity* untuk memperkenalkan produk berupa penginapan dengan segala fasilitas didalamnya yang berada di Pulau Untung Jawa ini.

Kata kunci: perancangan ulang, *corporate identity,* Hiu Homestay, Pulau Untung Jawa

Pendahuluan

Komunikasi merupakan kebutuhan manusia yang sangat penting. Komunikasi dibutuh-kan untuk memperoleh atau memberi infor-masi dari atau kepada orang lain. Kebutuhan untuk mendapatkan informasi semakin meningkat, sehingga manusia membutuhkan alat komunikasi yang dapat digunakan kapanpun dan dimanapun mereka berada.

Banyak jenis komunikasi yang di-gunakan di masyarakat. Jika berbicara ma-syarakat, maka aspeknya adalah jumlah. Komunikasi berdasarkan jumlah ini terdiri dari komunikasi perseorangan dan komuni-kasi massa. Komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat adalah komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan suatu proses melalui mana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan-pesan secara luas dan terus menerus menciptakan makna-makna serta diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam dengan melalui media-media komunikasi.

Sedangkan media komunikasi merupa-kan suatu alat yang digunakan untuk mempermudah dalam menyampaikan infor-masi dari seseorang kepada orang lain dengan maksud tertentu. Media tersebut dapat berbentuk media visual, audio, maupun audio visual yang sasarannya dapat ke nirmassa maupun massa.

Perusahaan pun tidak lepas dari aktivitas komunikasi. Mereka menggunakan komunikasi

tersebut untuk memasarkan produk. Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupa-kan hasil dari perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaannya. Dalam mempromosikan produk tentu saja meran-cang *corporate identity*-nya, agar apa yang ingin divisualisasikan perusahaan tentang produk tersebut sampai ke masyarakat.

Tujuan Perancangan

Perancangan ini memiliki tujuan untuk:

1. Merancang *corporate identity* Hiu Homestay agar informasi produk dapat tersampaikan ke khalayak umum
2. Menemukan cara yang efisien dan benar untuk membuat *corporate identity* produk
3. Untuk mendapatkan efek balik dari konsumen sehingga mereka ingin membeli/menggunakan produk.

Manfaat Perancangan

Perancangan ini memiliki manfaat bagi penyusun maupun pihak perusahaan.

a. Manfaat bagi masyarakat umum:
   1) *Memuaskan* konsumen terhadap produk yang ditawarkan
   2) Masyarakat mengenal produk yang dipromosikan
b. Manfaat bagi profesional:
   Sebagai acuan untuk membuat perancangan *corporate identity*

Metode Pelaksanaan

Dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, diperuntukkan bagi masyarakat Pulau Untung Jawa dengan melibatkan pemilik salah satu penginapan di pulau tersebut, Hiu Homestay. Lokasi kegiatan ini berada di Wilayah Pulau Untung Jawa, kecamatan Kepulauan Seribu Selatan, Kabupaten Kepulauan Seribu, Jakarta dengan sistem pengumpulan dan perancangan pada tanggal 7 April – 1 Juli 2015 dengan waktu 36 jam. Kegiatan ini melibatkan pemilik Hiu Homestay di Pulau Untung Jawa, penulis, dan 5-6 mahasiswa DKV FDIK UEU

Tabel 1
Jadwal Pelaksanaan dan Bahan Materi Ajar

Hari Pertama, 7 April 2015

Waktu	Nama Kegiatan
08.30 – 09.00	Perjalanan menuju ke Pelabuhan Tanjung Pasir dari kampus UEU
09.00 – 09.30	Perjalanan menuju Pulau Untung Jawa
09.30 – 11.30	Sampai di Pulau Untung Jawa dan melakukan brieffing
11.30 – 13.00	Istirahat dan Sholat
13.00 – 17.30	Survei lapangan

Hari Kedua, 8 April 2015

Waktu	Nama Kegiatan
08.30 – 11.30	Survei Lapangan dan presentasi
11.30 – 13.00	Istirahat dan Sholat
13.00 – 17.30	Pencarian data Hiu Homestay dan Pulau Untung Jawa

Hari Ketiga. 9 April 2015

Waktu	Nama Kegiatan
08.30 – 11.30	Pencarian data Hiu Homestay dan Pulau Untung Jawa
11.30 – 13.00	Istirahat dan Sholat
13.00 – 17.30	Pencarian data Hiu Homestay dan Pulau Untung Jawa Serta kembali menuju Tanjung Pasir dan pulang ke kampus UEU

Hari Keempat. 1 Juli 2015

Waktu	Nama Kegiatan
08.30 – 11.30	Kembali menuju ke Pulau Untung Jawa dan memasang hasil perancangan ulang *corporate identity* di Hiu Homestay
11.30 – 13.00	Istirahat dan Sholat
13.00 – 17.30	Presentasi kepada pemilik Hiu Homestay

Metode Perancangan

Metode perancangan adalah cara yang digunakan dalam merancang sebuah *corporate identity*. Metode yang dilakukan pada perancangan ini antara lain:

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Beberapa cara yang dipakai dalam mengumpulkan data untuk perancangan *corporate identity* adalah sebagai berikut.

Metode Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket), namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi atau kondisi). Teknik ini digunakan bila penelitian ditujukan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar. Pengumpulan data dengan metode observasi dilakukan secara langsung dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar. Dalam hal ini, penulis melakukan observasi terhadap bahan-bahan yang tersusun pada produk, agar nantinya dapat divisualisasikan. Juga terhadap unsur-unsur desain yang nantinya menyesuaikan dengan produk.

Metode Acuan Karya

Metode acuan karya adalah metode pengumpulan data yang didasarkan pada karya-karya yang telah ada, dengan melihat unsur-unsur yang ada di dalamnya. Perancangan produk ini akan mengacu pada unsur-unsur karya yang telah dihasilkan sebelumnya. Juga mengacu pada buku-buku teori yang digunakan untuk merancang sebuah *corporate identity*.

Metode Analisa Data

Dengan melakukan teknik analisa yang sistematis dan mengikuti konsep-konsep ilmiah yang berupa pengumpuan data yang digunakan sebagai salah satu cara untuk mencari penyelesaian masalah dengan memperhatikan berbagai macam segi. Salah satunya adalah analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats). Dengan SWOT maka suatu permasalahn sapat dilihat lebih jelas dan menyeluruh. Analisa ini melihat segi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang tentunya juga diselaraskan dengan karakter brand dan target audiens. Sehingga pada tahap akhirnya, perancangan karya ini mampu menonjolkan apa yang ingin divisualisasikan dari produk. Berikut analisa SWOT untuk memecahkan masalah perancangan corporate identity ini. Berikut analisanya.

***Strength* (Kekuatan)**

Situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan/keunggulan dari Hiu Homestay saat ini. *Strength* ini bersifat internal dari perusahaan.

1. Merupakan salah satu rumah makan yang terletak di destinasi wisata yang cukup banyak dikunjungi wisatawan
2. Terletak di jalur utama dekat pintu masuk tempat wisata
3. Harga terjangkau bagi kalangan wisatawan
4. Dekat dengan *view* pantai
5. Menyediakan berbagai macam makanan seperti seafood maupun non seafood
6. Buka setiap hari, melayani *weekdays* maupun *weekend*.

***Weakness* (Kelemahan)**

Keadaan dari usaha yang tidak berjalan dengan baik dapat menjadi kelemahan tersendiri sehingga terkadang tidak menguntungkan dan tidak dapat memajukan kegiatan usaha. Tidak hanya pada kegiatan namun juga bisa pada produknya. Berikut kelemahan dari Hiu Homestay saat ini.

1. Desain interior yang kurang mendukung
2. Kurangnya karyawan sehingga pelayanan tidak maksimal
3. Tidak adanya media promosi yang memadai
4. Lokasinya yang kurang menonjol dibanding rumah makan lain

***Opportunities* (Peluang)**

Faktor positif dari luar yang memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memanfaatkan kesempatan yang ada :

1. Bisnis rumah makan ini terletak di pulau wisata yang mudah dijangkau oleh masyarakat kota merupakan salah satu

rumah makan yang melayani saat weekdays dimana rumah makan yang lain tidak buka.
2. Wisatawan mencari makan enak dengan harga yang murah
3. Hiu Homestay terletak di sekitar penginapan, bahkan emmiliki penginapan sendiri, sehingga wisatawan yang menginap juga bisa mendapat pelayanan makanan

Threats (Ancaman)

Faktor negatif yang berupa ancaman dari lingkungan luar yang memberikan hambatan bagi berkembangnya atau berlanjutnya perusahaan :

1. Terdapat rumah makan yang menyajikan hidangan makanan yang lebih bervariasi
2. Tidak terlelak di lokasi khusus rumah makan atau *foodcourt*
3. Rumah makan di daerah lain memiliki tempat serta interior yang mendukung.

Tinjauan Pustaka

Komunikasi

Komunikasi merupakan penyam-paian pikiran atau gagasan yang dilakukan oleh seseorang yang mengandung pesan tertentu dengan bantuan media, sehingga orang yang menerimanya dapat memahami isi pesan di dalamnya dan diharapkan memberikan umpan balik. Dalam hal ini terjadi komunikasi antara erusahaan dengan konsumen, dimana perusahaan sebagai produsen (komunikator) ingin mempromosikan produknya (pesan) melalui media visual (media cetak/display) terhadap para target/konsumen (komunikan) agar target/konsumen mengenal produk (efek) dan diharapka dapat membeli/mengonsumsi produk tersebut (umpan balik/reaksi).

Corporate Identity

Corporate identity merupakan identitas yang membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra atau *image* yang bisa menjadi daya tarik. Identitas perusahaan berdasarkan filosofi organisasi terwujud dalam budaya perusahaan yang berbeda. Identitas mencerminkan kepribadian sebuah perusahaan dan dari sinilah branding perusahaan tercipta. *Corporate identity* terdiri dari 3 (tiga) bagian yang digunakan dalam bermacam cakupan:

1) *Corporate visual* (logo dan *uniform*)
2) *Corporate Communication* (iklan, *public relations*, dan informasi)
3) *Corporate Behavior* (nilai-nilai internal dan norma-norma)

Promosi

Promosi adalah upaya untuk menawarkan produk/jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan adanya kenaikan angka penjualan

Media Promosi

Media promosi adalah alat/sarana yang digunakan untuk mempromosikan produk. Dalam hal ini, media prommosi yang digunakan berbentuk media cetak dan display seperti: brosur, *leaflet*, *hanging mobile*, *stand booth*, dan *rack display*/corner *display*.

Desain Interior

Desain interior adalah Ilmu yang mempelajari perancangan suatu karya seni yang ada di dalam suatu bangunan dan digunakan untuk memecahkan masalah manusia. Salah satu bidang study keilmuan yang didapatkan pada ilmu desain, bidang keilmuan ini bertujuan untuk dapat menciptakan suatu lingkungan binaan (ruang dalam) beserta elemen-elemen pendukungnya, baik fisik maupun nonfisik. Sehingga kualitas kehidupan manusia yang berada didalamnya menjadi lebih baik. Perancangan interior meliputi bidang arsitektur yang melingkupi sembilan bagian dalam suatu bangunan. Contoh: Perancangan interior tetap, bergerak, maupun decoratif yang bersifat sementara. Dalam penataan ruang interior hal-hal yang terkait seperti :

1) Furniture
2) Cermin
3) Lukisan
4) Armatur Lampu

5) Tanaman Indoor
6) Partisi
7) Cat Dekoratif
8) Wallpaper

Fine Dining

Fine dining atau istilah Bahasa Indonesianya adalah jamuan makan resmi, yang merupakan tingkatan tertinggi dari makanan ataupun cara santapnya. Mengapa tingkatan tertinggi, karena memang cara penyajian, menu, dan tempatnya pun benar-benar sangat spesial banget, karena makanan akan *fully serve* sesuai dengan aturan mana dulu makanan yang akan disajikan. Dimulai *dari entree, main course, dessert, appetizer*. Disinilah aturan *11* akan diberlakukan. Jangan khawatir kalo lupa posisi sendok, garpu, pisau mana yang akan digunakan, karena pegang saja prinsip alat makan terluar adalah yang pertama digunakan sesuai dengan keluarnya makanan.

Fotografi

Fotografi (dari bahasa Inggris: *photography*, yang berasal dari kata Yunani yaitu "*photos*": Cahaya dan "*grafo*": melukis/menulis) adalah proses melukis atau menulis dengan meng-gunakan media cahaya. Sebagai istilah umum, fotografi berarti proses atau metode untuk meng-hasilkan gambar atau foto dari suatu obyek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai obyek tersebut pada media yang peka cahaya. Alat paling populer untuk menangkap cahaya ini adalah kamera. Tanpa cahaya, tidak ada foto yang bisa dibuat.

Hasil dan Pembahasan

Identifikasi Data

Identifikasi data perusahaan diperlukan untuk mengetahui informasi dari produk yang akan dirancang *corporate identity*-nya. Berikut adalah identifikasi yang akan dijabarkan tentang Hiu Homestay.

Data Perusahaan

Data perusahaan adalah data dari perusahaan yang dipilih yang meliputi nama perusahaan, manajemen perusahaan, produk yang dipasarkan, jangkauan wilayah, dan lokasi perusahaan.

Nama Perusahaan

Nama perusahaan adalah Hiu Homestay.

Sejarah Perusahaan

Hiu Homestay adalah penginapan percontohan yang dibangun oleh dinas pariwisata DKI Jakarta dengan tujuan menumbuhkan geliat pariwisata di Pulau Untung Jawa. Tujuan pembangunan ini agar warga Pulau Untung Jawa mengikuti kegiatan serupa dengan membuat penginapan-penginapan dan juga beragam fasilitas untuk memenuhi keinginan wisatawan.

Manajemen Perusahaan

Pemilik Hiu Homestay ini saat ini dikelolah oleh salah satu warga Pulau Untung Jawa, yaitu pak Parman.

Jasa / Produk Yang Ditawarkan

Hiu Homestay menyediakan fasilitas AC, kasur, kamar mandi, bantal,guling dan meja, disertakan air minum untuk pengunjung yang menginap di Hiu Homestay.

Jangkauan Wilayah Perusahaan

Hiu Homestay hanya menjangkau wilayah sekitar Pulau Untung Jawa saja. Penginapan ini berlokasi di jalan raya Pulau Untung Jawa, Kepulauan Seribu, Jakarta Utara

Gambar 1
Hiu Homestay di Pulau Untung Jawa

Target Audiens

Target pengunjung Hiu Homestay adalah wisatawan keluarga.

Konsep Perancangan

Konsep perancangan merupakan hasil karya berupa pemikiran yang menentukan tujuan-tujuan dari perancangan sebuah desain. Dalam konsep perancangan ini akan dijabarkan tentang konsep perancangan dari Hiu Homestay Laut ini.

Perancangan Media

Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan infor-masi atau pesan. Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”. Secara harfiah kata tersebut mempunyai arti "perantara" atau "pengantar", yaitu perantara sumber pesan dengan penerima pesan. Jadi, dalam pengertian yang lain, media adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media dibagi menjadi 3 yaitu media audio, media visual dan media audio visual. Media audio adalah bentuk saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dalam bentuk suara. Media jenis ini memungkinkan bagi para komunikan hanya mendengar informasi tanpa melihat kejadian yang sebenarnya sehingga komunikan hanya menerka-nerka suatu kejadian dari informasi yang mereka dengar.

Media visual adalah bentuk saluran komunikasi yang digunakan untuk menyam-paikan pesan atau informasi dalam bentuk gambar. Media ini menampilkan informasi dalam bentuk gambar dan tulisan.Media audio visual merupakan bentuk saluran informasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dalma bentuk gambar dan suara. Media ini memberikan pesan atau informasi dalam bentuk gambar yang bergerak dan suara seperti televisi. Dari kajian diatas, maka dibuat perancangan media *corporate identity* untuk Hiu Homestay ini dalam bentuk media visual.

Tujuan Perancangan Media

Tujuan perancangan media adalah menentukan sasaran media. Media sangat penting dalam proses komunikasi sebagai penyampaian pesan. Media yang digunakan dalam Perancangan *corporate identity* Hiu Homestay adalah media cetak dan media display. Adapun tujuan dari media perancangan *corporate identity* Hiu Homestay ini adalah sebagai berikut:

a) Untuk mempromosikan Hiu Homestay
b) Menarik minat wisatawan Pulau Untung Jawa terhadap Hiu Homestay
c) Membangun citra dari Hiu Homestay agar tidak kalah bersaing dengan penginapan lain di Pulau Untung Jawa.

Strategi Media

Strategi media merupakan cara untuk mencapai tujuan media yang telah ditetapkan, yaitu dengan pemilihan dan prioritas media. Dalam strategi media harus sesuai dengan arah tindakan yang akan diambil dengan media tersebut. Adapun strategi media perancangan *corporate identity* Hiu Homestay ini adalah sebagai berikut:

a. Strategi media yang digunakan yaitu dengan media-media cetak seperti banner, brosur, leaflet, dan lain-lain. Memilih media cetak agar mudah di bawa ke mana saja dan informasinya akan selalu ada karena dapat di simpan.
b. Strategi media display yaitu plang nama rumah makan tersebut. Memilih media display supaya menarik perhatian wisatawan ketika berkunjung ke Pulau Untung Jawa dan dapat tertarik untuk mengunjungi Hiu Homestay.

Program Media

Program media yang akan dibuat antara lain:

Logo

Logo Hiu Homestay merupakan gabungan dari *logogram* dan *logotype*. *Logogram* adalah logo yang berbentuk gambar hewan kancil dan *logotype* Ikan Hiu Untung Jawa.

Gambar 2
Re-desain Logo Hiu Homestay

Stationery

Stationery yang dibuat adalah kartu nama. Kartu nama digunakan sebagai informasi identitas perusahaan ataupun pemilik perusahaan. Kartu nama berisikan antara lain nama, jabatan, alam dan no mor telepon perusahaan. Materi yang digunakan untuk membuat kartu nama adalah *art cartoon 260 gram-doff laminated*. Berukuran 8,5 cm x 5,5 cm. 32

Gambar 3
Re-desain Kartu Nama Hiu Homestay

Leaflet

Leaflet merupakan salah satu media promosi yang banyak digunakan oleh Hiu Homestay untuk menarik pengunjung. Di dalam *leaflet* terdapat beberapa informasi antara lain foto makanan, harga, sejarah singkat, promosi, alamat serta denah lokasi rumah makan tersebut. Materi yang digunakan adalah *art paper 150 gram* ukuran A5.

Gambar 4
Re-desain Leaflet Hiu Homestay

Banner

Banner/spanduk adalah media promosi yang ditempatkan pada area yang dapat

dijangkau *audience* lebih luas. Spanduk memiliki berbagai macam ukuran.

Gambar 5
Re-desain Banner Hiu Homestay

Sign Board

Sign board merupakan papan yang berisi informasi arah lokasi suatu tempat. Biasanya diletakkan di tempat yang ramai pengunjung.

Gambar 6
Re-desain Sign Board Nama Hiu Homestay

Bill Paper

Bill paper atau kertas tagihan adalah kertas yang berisikan daftar tagihan penginapan yang disewa oleh konsumen. *Bill paper* ini pun juga harus didesain sedemikian rupa agar dapat meninggalkan kesan yang kuat, sehingga pengunjung pun tertarik untuk kembali lagi.

Gambar 7
Re-desain Billpaper Hiu Homestay

Merchandise

Keset adalah salah satu alat pembersih yang terdiri dari bagian serat atau serabut kaku dan biasanya terpasang atau terikat menjadi satu bagian tipis.

Bentuk keset hampir selalu mengalami perubahan mulai dari bahan kain, bulu-bulu halus, senar, kawat, hingga seikatan serat-serat alami. Pada mulanya, keset memiliki bentuk persegi panjang, namun bentuk yang semula divariasikan menjadi beberapa bentuk dan dipakai seperti biasanya untuk kaki. Keset dapat diikatkan dapat diberi bingkai seperti kayu untuk dapat tahan lebih lama, baik yang terbuat dari karet, maupun dari atom.

Merchandise yang digunakan Hiu Homestay yaitu keset untuk digunakan di depan kamar dan didalam kamar, biasanya untuk keset kamar mandi.

Gambar 8
Re-desain Merchandise Hiu Homestay

Kesimpulan

Dalam menjalankan proses kegiatan pengabdian masyarakat di Pulau Untung Jawa khususnya Hiu Homestay ini, dapat disimpulkan

bahwa sebuah produk pariwisata daerah ternyata memerlukan sebuah perancangan *corporate identity* yang sangat berguna bagi masyarakat Untung Jawa itu sendiri. Kegiatan pengabdian masyarakat berupa perancangan *corporate identity* yang dilakukan ini berguna bagi masyarakat Pulau Untung Jawa untuk memperkenalkan produk pariwisata di daerah mereka dan bagi pengunjung jadi dapat mengenal salah satu fasilitas penginapan di Pulau Untung Jawa.

Daftar Pustaka

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

Lillian, Garreth. (1986). Disain Visual. Penerjemah Budihardjo Wiryodirdjo dan Bambang Dwiantoro. Yogyakarta : Fakultas Senirupa dan Disain ISI.

Napoles, Veronica. (1988). Corporate ldentity Design. New York : Van Nostrand Reinhold.

Rustan, Surianto. (2009). Mendesain Logo. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Supriyono, Rahmat. (2010). Desain Komunikasi Visual, Teori dan Aplikasi. Yogyakarta : Andi.