

PENERAPAN DESAIN MEDIA PROMOSI DAN DIGITAL UNTUK EVENT TOURNAMENT OFFLINE MOBILE LEGENDS

Frans Digo, Ahmad Fuad
Universitas Esa Unggul
Jalan Arjuna Utara 9, Kebon Jeruk, Jakarta Barat - 11510
ahmad.fuad@esaunggul.ac.id

Abstract

The pandemic period continues. People are getting bored with the rules of staying active at home and avoiding going out for trivial purposes or hanging out for long periods of time. To treat the iras arindu from gathering together, the writer designed an offline tournament for Mobile Legends entitled Infinix MLBB Tournament "War of Freedom 2021". This tournament is sponsored by the smartphone brand Infinix, where Infinix also promotes their latest products through this tournament. To make this event a success, this research was made which aims to determine the appropriate design and can attract the interest of potential participants which will be applied in every promotional media and digital media for the promotion of this Infinix MLBB Tournament event.

Keyword: Mobile Legends, tournament, promotional media, digital media

Abstrak

Masa pandemi terus berjalan. Masyarakat mulai bosan dengan peraturan tetap beraktifitas di rumah saja dan hindari pergi keluar dengan tujuan sepele mau pun berkumpul di luar dalam waktu lama. Untuk mengobat iras arindu kebersamaan berkumpul tersebut, penulis merancang sebuah turnamen offline Mobile Legends bertajuk Infinix MLBB Tournament "War of Freedom 2021". Turnamen ini disponsori oleh brand smartphone Infinix yang mana Infinix juga mempromosikan produk terbaru mereka melalui turnamen ini. Untuk menyukseskan event ini, maka dibuatlah penelitian ini yang bertujuan untuk menentukan desain yang sesuai dan dapat menarik minat calon peserta yang akan diterapkan di setiap media promosi dan media digital guna promosi event Infinix MLBB Tournament ini.

Kata kunci : Mobile Legends, turnamen, media promosi, media digital

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan zaman dan teknologi memberikan banyak perubahan dalam segala aspek kehidupan masyarakat. Baik dari fasilitas sehari-hari, lingkungan, pola pikir masyarakat, evolusi industri dan desain. Terutama disaat masa-masa pandemi COVID-19 berlangsung. Masyarakat dibatasi aktifitasnya guna memutus rantai penyebaran COVID-19. Selama masa tersebut, sudah banyak aspek kehidupan yang berubah menyesuaikan kondisi di mana dilakukannya pembatasan sosial atau *social distancing*. Perubahan ini juga berpengaruh terhadap desain-desain dalam berbagai hal yang merujuk pada ajakan untuk tetap beraktifitas di rumah. Masyarakat lama-kelamaan mulai jenuh dengan pembatasan-pembatasan yang berlaku dan mulai rindu dengan masa-masa dapat berkumpul dan merasakan sensai "nognkrong" bersama. Untuk mengobati rasa rindu tersebut, penulis merancang *event* turnamen *offline* Mobile Legends yang disponsori oleh brand smartphone Infinix yang bertajuk Infinix MLBB Tournament "War of Freedom 2021". Turnamen *offline* di sini ialah turnamen dimana para peserta dapat langsung ke tempat event dan bertanding secara langsung

memngingat saat masa pandemi dulu turnamen-turnamen sebelumnya diadakan secara online dan terpisah. Namun, untuk mencapai target peserta maksimum yang dibutuhkan demi memeriahkan *event*, maka perlu dirancang beberapa media promosi dengan desain yang dapat menarik minat *audience*. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana perancangan desain yang akan diterapkan di media promosi serta media digital untuk mempromosikan *event* Infinix MLBB Tournament ini.

Batasan Masalah

Agar penulisan ini tidak terlalu menyimpang pada tujuan utama, maka penulis menetapkan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Penyebaran media promosi dan media digital event Infinix MLBB Tournament hanya untuk daerah Jakarta, seluruh Jakarta saja.
2. Perancangan desain tidak memakai banyak elemen desain demi mendapatkan desain yang simpel namun menarik dan persuasif.
3. Media digital yang digunakan terbatas pada *website* dan melalui post Instagram.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui dan menentukan desain yang tepat untuk diterapkan di media promosi dan media digital untuk Infinix MLBB Tournament “War of Freedom 2021”.

Luaran Yang Diharapkan

Luaran yang penulis harapkan di sini adalah agar desain yang diterapkan dalam media promosi dan digital event Infinix MLBB Tournament ini dapat memikat mata para *audience* dan mampu menarik minat mereka untuk mendaftar dan berpartisipasi dalam event turnamen ini.

METODE PENELITIAN

Untuk menentukan desain seperti apa saja yang dapat menarik mata para *audience*, maka penulis perlu mengumpulkan beberapa referensi dengan melakukan suatu teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data merupakan Langkah-langkah atau cara bagaimana data penelitian itu dikumpulkan. Dalam hal ini, penulis melakukannya dengan metode survei. Metode survei ini dilakukan untuk mengumpulkan beberapa data yang dapat dijadikan sebagai referensi untuk penulis. Berikut akan dijelaskan langkah-langkah survei yang dilakukan penulis:

1. Penulis mencari info di internet tentang turnamen *Mobile Legends* yang diselenggarakan di Jakarta.
2. Penulis mendapatkan salah satu info turnamen *Mobile Legends*. Turnamen tersebut merupakan skala sedang karena disponsori oleh dua *brand* terkenal se-Indonesia. Dua *brand* tersebut adalah Telkomsel dan sebuah website yang memberikan info tentang game yang cukup lengkap dan cukup dikenal di kalangan kaum muda yaitu www.duniagames.co.id.
3. Penulis mendaftarkan diri dengan mengisi formulir online di website tersebut. Dalam hal ini, penulis meminta bantuan kepada empat orang temannya karena dibutuhkan lima anggota untuk mendaftar ke turnamen tersebut. Kemudian penulis diwajibkan untuk membayar sejumlah uang untuk membeli *diamond*, yang mana adalah salah satu contoh mata uang yang biasa digunakan dalam game *Mobile Legends*.
4. Penulis datang ke tempat diselenggarakannya turnamen tersebut. Tempatnya berada di Area parkir timur Gelora Bung Karno, Jakarta

Selatan, dan tanggalnya ialah 12 Desember 2019.

5. Sesampainya disana, penulis melakukan *checkout* guna mengkonfirmasi kesiapan peserta turnamen. Setelah itu penulis serta teman-teman yang membantu dan menjadi anggota peserta diberikan *name tag* dan menunggu giliran bertanding.
6. Selama menunggu, penulis memperhatikan suasana di sekitar tempat turnamen *Mobile Legends* tersebut. Penulis menyadari bahwa terdapat juga beberapa *event* lainnya seperti konser music, *event* yang berkaitan dengan *top-up e-money*, serta tidak hanya game *Mobile legends* saja yang diperlombakan, melainkan terdapat *game online* lainnya seperti *PUBG (PlauerUnknown's BattleGrounds)* dan *Freefire*.
7. Setelah menunggu cukup lama, sekitar jam satu siang, giliran penulis tiba dan mencoba bertanding melawan tim lawan.
8. Tidak lama, penulis dan anggota tim penulis kalah dalam pertandingan tersebut namun tidak masalah karena penulis sudah mendapatkan referensi data-data yang akan digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan Media

Tujuan dari perancangan media promosi untuk daya tarik calon peserta ini adalah mempromosikan *event* turnamen *offline Mobile Legends* Infinix MLBB Tournament War of Freedom 2021 dengan profesional dan menggunakan elemen visual yang dikonsepsikan dengan teliti dan terencana. Dengan media visual ini diharapkan banyak peserta yang akan mendaftar untuk ikut *event* ini.

Strategi Media

Dalam suatu perancangan *event*, perlu dirancang beberapa strategi pada media promosi dan media digital yang akan dipublikasikan agar dapat mensukseskan *event* serta mampu mengajak banyak peserta untuk mendaftar. Ada pun strategi media yang dibuat penulis adalah sebagai berikut:

1. *Event* Turnamen *offline Mobile Legends* Infinix MLBB Tournament 2021 akan dilaksanakan pada tanggal 12 Juni 2021, berlokasi di *Ballroom* Kemala Universitas Esa Unggul, Kebon Jeruk, Jakarta Barat pukul 09.00 WIB – selesai.
2. Membagikan brosur dan *flyer* 30 hari sebelum hari pelaksanaan *event*. Brosur dan *flyer* tersebut dibagikan di berbagai sekolah, universitas, dan

took-toko yang berhubungan dengan *game* dan *gaming tools*.

3. Pada *event* turnamen *offline Mobile Legends Infinix MLBB Tournament "War of Freedom 2021"* akan digelar pertandingan *game Mobile Legends* secara *offline* yang mana seluruh tim yang berpartisipasi akan datang langsung ke tempat *event*. Para peserta akan bergiliran bertanding main *Mobile Legends* melawan peserta-peserta lain dalam bentuk per tim.
4. Selain itu, selama *event* utama juga diadakan *event* tambahan yang menjadi keunggulan *event Infinix MLBB Tournament "War of Freedom 2021"* yaitu *event War of Freedom* di mana baik setiap peserta dan penonton dapat saling menantang satu sama lain bertanding *Mobile Legends* secara *by one* (satu lawan satu).
5. Memberikan tiket gelang sebagai tanda peserta turnamen. Juga memberikan *mini guide* yang berguna sebagai penjelasan dan peraturan terkait *event* sampingan *War of Freedom*. *Mini guide* tersebut juga berguna sebagai tempat mengumpulkan poin yang didapat dari *event War of Freedom* tersebut.
6. Memberikan secara gratis *merchandise* yang berupa kalender, dan stiker. Juga menyediakan beberapa *merchandise* lain berupa baju, topi, dan mug yang dapat peserta atau penonton tukarkan dengan poin yang didapat dari *event War of Freedom*.
7. Menempatkan media cetak berupa poster di berbagai tempat umum seperti mini market, supermarket, tempat makan kekinian, sekolah, dan universitas.

Target Media

Target market adalah orang-orang dan daerah mana saja yang ingin menjadi sasaran penyebaran media promosi dan digital. Dalam hal ini, target market dibagi menjadi tiga indikator, yaitu demografis, geografis, dan psikografis.

1. Demografis
 - Gender : Pria dan Wanita
 - Usia : 15 – 25 tahun
 - Pendidikan : SMA – S1
 - Status Ekonomi : Menengah ke atas

2. Geografis

Ditinjau dari faktor geografis, yang dimaksud disini yaitu daerah mana yang akan dijadikan sebagai tempat penyampaian pesan kepada *audience*. Daerah yang menjadi sasaran promosi *event* ini adalah di Indonesia, tepatnya di seluruh daerah Jakarta.

3. Psikografis

Merupakan variabel psikologi yang dapat membedakan antara orang yang satu dengan yang lainnya, seperti ketertarikan, opini, sikap, personalitas, dan gaya hidup. Dalam hal ini, target *audience* yang dituju adalah para kaum muda yang gemar bermain *game* dan menikmati keseruan serta ketegangan dalam memainkan *game-game* tersebut.

Konsep Kreatif

Pada proses *brainstorming* konsep kreatif dalam perancangan *event* ini, penulis melakukan proses pengumpulan data dan fakta yang didapat dari hasil survei salah satu turnamen *Mobile Legends* sebelumnya. Penulis sebelumnya mendaftar ke salah satu turnamen *Mobile Legends* yang disponsori oleh *Duniagames.co.id* yang diadakan tanggal 12 Desember 2019 lalu. Kemudian penulis mengikuti turnamen tersebut. Penulis mengobservasi lingkungan dan keadaan sekitar tempat turnamen dan menemukan beberapa kelebihan dan kekurangan pada *event* tersebut. Lalu penulis menuangkan data-data tersebut ke dalam konsep perancangan *event* ini.

Dari hasil tersebut, penulis membaginya menjadi beberapa strategi agar *event* ini mampu memikat para calon peserta untuk mendaftar dan berpartisipasi dalam *Infinix MLBB Tournament "War of Freedom 2021"* ini. Strategi tersebut diantaranya adalah strategi kreatif, strategi komunikasi, dan strategi media. Strategi kreatif ialah pemikiran kreatif yang dibutuhkan untuk membuat promosi *event* ini sedemikian menarik dan informatif sehingga dapat menarik minat *audience*. Strategi komunikasi berperan untuk bagaimana cara menginformasikan promosi *event* kepada *audience* dengan baik dan benar berdasarkan situasi lingkungan dan masyarakat. Strategi media adalah menentukan media apa saja yang cocok sebagai sarana penyalur promosi *event* ini.

Keyword

Dalam rancangan desain untuk media promosi dan digital *event Infinix MLBB Tournament "War of Freedom 2021"* ini, untuk menguatkan daya promosi *event*, penulis menetapkan tiga kata kunci yang berkaitan dan menggambarkan tentang *event* ini. Kata kunci tersebut adalah Meriah, *Fresh* (Segar), dan *Hi-tech*.

Meriah menandakan bahwa *event* ini akan menjadi suatu *event* yang ramai dan banyak aktifitas, terutama diadakannya *event War of Freedom* yang menambah kemeriahan tersendiri.

Fresh (Segar) menandakan bahwa *event* ini adalah *event* turnamen *offline* pertama yang digelar

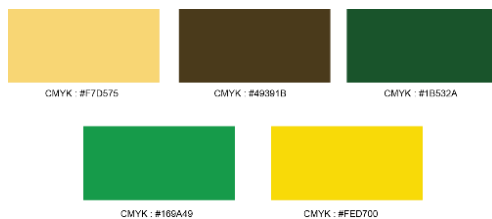
meskipun pandemi COVID masih berlangsung untuk mengobati rasa rindu kemeriahan dan ketegang bertanding langsung di satu tempat. Protokol kesehatan seperti wajib mengenakan masker dan mencuci tangan tetap dijalankan guna menghindari terjangkit COVID-19.

Hi-tech menandakan bahwa event ini menggunakan peralatan-peralatan tercanggih serta suasana yang ditawarkan oleh berbagai sponsor akan menambah kesan canggih dan *sporty*.

Strategi Kreatif

Warna

Warna merupakan elemen desain yang penting dalam menciptakan karya di bidang Desain Komunikasi Visual, sebab pemilihan warna yang tepat akan meningkatkan keindahan sebuah karya desain. Warna juga merupakan salah satu unsur visualisasi yang menentukan ambience yang dibawakan oleh suatu tampilan desain. Warna dipercaya bisa memberikan pengaruh pada psikologi, emosi serta cara bertindak manusia. Warna juga menjadi bentuk komunikasi non verbal, sehingga bisa mengungkapkan pesan secara instan.



Gambar 1
Skema Warna

Sumber : Frans Digo, 2021

Dalam rancangan ini, berdasarkan *keyword* yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis memilih beberapa warna yang mendukung kesan dari logo Infinix MLBB *Tournament* ini. Warna-warna tersebut ialah hijau yang bermakna kesegaran, menandakan *event* ini adalah *event* pertama yang diluncurkan secara *offline* setelah sekian lama, dan warna kuning yang bermakna ceria dan meriah.

Tipografi

Tipografi adalah salah satu unsur Desain Komunikasi Visual dan menjadi penegas seruan dari *copywriting* dan menyampaikan pesan suatu karya visual secara verbal dan juga merupakan seni memilih dan menata huruf pada ruang untuk menciptakan kesan khusus. Penentuan pemilihan font yang sesuai merupakan hal yang penting agar antara tipografi dan ilustrasi memiliki satu kesatuan dalam memvisualkan informasi apa saja yang ingin disampaikan oleh promosi event ini. Berikut adalah

jenis-jenis huruf yang dipilih penulis untuk diaplikasikan ke setiap media promosi Infinix MLBB *Tournament* “*War of Freedom 2021*” ini:

1. *ConthraxSB Semi Bold*

ConthraxSB Semi Bold adalah *font* baru yang penulis dapatkan setelah mencari di sekian aplikasi pendeteksi *font*. Penulis memilih *font* ini karena karakteristik *font* tersendiri yang terkesan *hi-tech*. Selain itu, *font* ini similar dengan *font* yang digunakan oleh *brand smartphone* Infinix sendiri.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 2

Font *ConthraxSB Semi Bold*

Sumber : Didownload dari dafont.com, 10 Januari 2021, 15:40

2. *Myriad Pro Bold*

Merupakan salah satu *font* yang simpel namun mudah dibaca. *Myriad pro* versi *bold* atau tebal juga menambahkan kesan kokoh pada sebuah tulisan atau kalimat. Penulis memilih *font* ini sebagai *font tagline* *War of Freedom 2021* dan menggunakan warna kuning karena kesesuaian antara *font* dengan warna kuning yang membuat makna keceriaan serta kemeriahan dalam *tagline* tersebut.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 3

Font *Myriad Pro Bold*

Sumber : Robert Slimbach, Carol Twombly, Fred Brady & Christopher Slye, 2002

3. *Tahoma*

Tahoma merupakan salah satu *font* yang cukup banyak dipakai di media tulisan. Mengapa demikian? *Tahoma* adalah salah satu *font san-serif* dengan tingkat keterbacaan yang mudah dibaca meskipun ukurannya relatif kecil. Banyak digunakan pada *bodytext* atau paragraf panjang dan cocok dijadikan tulisan deskripsi.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 4

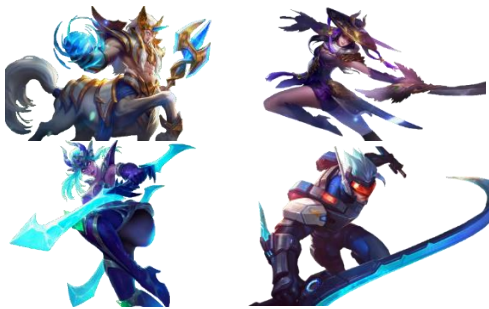
Font *Tahoma*

Sumber : Matthew Carter, 1994

Gambar

Gambar berfungsi sebagai daya tarik pada sebuah karya desain, memvisualkan pesan yang akan

disampaikan, mendeskripsikan pesan, menguatkan pesan, menegaskan pesan, serta meningkatkan daya persuasi pada khalayak. Dalam kaitannya gambar di *event* ini adalah ilustrasi pada media poster, brosur, dan media digital, ilustrasi di ketiga media tersebut menggunakan beberapa karakter yang terdapat di dalam *Mobile Legends* itu sendiri. Ilustrasi tersebut digunakan untuk menguatkan visualisasi dari media-media promosi *event* Infinix MLBB *Tournament* ini yang mana mempertandingkan game *Mobile Legends*.



Gambar 5

Gambar pada media promosi dan digital

Sumber : Dipublikasi oleh Moonton untuk game *Mobile Legends*, 2016

Identitas Visual

Logo

Dalam perancangan media promosi Infinix MLBB *Tournament* “*War of Freedom 2021*” menggunakan *logotype* dan *logogram*. *Logogram* divisualkan berupa simbol atau bentuk yang melambangkan maksud dari *event* secara garis besar, sedangkan *logotype* divisualkan dengan tulisan yang merupakan identitas dari *event* tersebut.



Gambar 6

Logo Infinix MLBB *Tournament*

Sumber : Frans Digo, 2021

Slogan atau *Tagline*

Slogan atau *tagline* adalah intisari yang ingin disampaikan kepada *audience* secara singkat. Slogan juga dapat membantu untuk memperjelas, memperkenalkan, dan menanamkan citra produk atau jasa dalam benak masyarakat. Salah satu unsur penting dalam slogan adalah kata-kata atau kalimat yang singkat dan tidak bertele-tele namun dapat ditangkap maksudnya dalam waktu singkat serta

mudah untuk diingat. Slogan yang digunakan dalam logo ini adalah “*War of Freedom 2021*”. Maksud dari slogan tersebut adalah sesuai dengan kalimatnya, *War of Freedom*, adalah perang kebebasan di mana para peserta dapat menikmati permainan bersaing satu tim dengan yang lain dalam suasana bersama di dalam satu tempat. Selain itu, juga merupakan penjelasan dari salah satu *event* sampingan yang dijalankan yaitu *War of Freedom Event* di mana tiap peserta atau orang dapat menantang satu sama lain bermain *Mobile Legends* secara *by one* (satu lawan satu).

Layout

Layout merupakan salah satu bagian dari kegiatan desain grafis yang mana didalamnya terdapat penataan unsur-unsur grafis dalam layout diantaranya berupa penataan gambar, tulisan dan logo agar sesuai serta menarik untuk dilihat. *Layout* pun mengacu prinsip-prinsip desain yang meliputi keseimbangan, kesederhanaan, kontras, keharmonisan dan penekanan.

Dalam hal ini media promosi dan media digital dirancang dengan menggunakan keseimbangan asimetris dengan perpaduan elemen yang rapi sehingga tercipta kesan meriah yang dapat menarik mata masyarakat.

Media Promosi

Media promosi adalah media yang dibuat dengan tujuan untuk mempromosikan tentang suatu produk, jasa, ataupun *event*. Media promosi kali ini bertujuan untuk mempromosikan *event* Infinix MLBB *Tournament* “*War of Freedom 2021*”.

1. Poster

Poster merupakan salah satu media publikasi yang terdiri atas tulisan, gambar ataupun kombinasi antar keduanya dengan tujuan memberikan informasi kepada khalayak ramai. Tujuan dibuatnya poster adalah untuk mengajak, membujuk atau menghimbau masyarakat untuk melakukan atau mengikuti sesuatu seperti yang telah dituliskan dan digambarkan di dalam poster tersebut. Dalam hal ini, poster promosi *event* ini akan ditempelkan di berbagai tempat umum seperti minimarket, supermarket, warung internet, sekolah-sekolah tertentu, dan di berbagai universitas.



Gambar 7
Poster

Sumber : Frans Digo, 2021

2. Brosur

Brosur adalah aplikasi desain yang dicetak. Brosur biasanya dilipat, atau dijahit dan kadang-kadang berukuran kecil hingga dapat dimasukkan ke dalam saku. Brosur kerap dibagikan baik secara langsung oleh beberapa orang kami, maupun tidak langsung dengan menyediakan di suatu tempat sehingga orang dapat mengambilnya sendiri. Brosur ini dibagikan di tempat-tempat yang tidak jauh berbeda dengan penyebaran poster. Brosur ini juga dapat diakses secara *online* melalui *scan* kode QR yang tertera di poster.



Gambar 8
Brosur

Sumber : Frans Digo, 2021

3. Flyer

Flyer Adalah lembaran yang tercetak secara tunggal (tidak ada lipatan) dan digunakan untuk menarik perhatian publik terhadap sebuah *event*, pelayanan, produk ataupun ide. *Flyer* atau lebih akrab disebut dengan selebaran pada umumnya hanya berisi info-info secara garis besar karena untuk dibaca secara cepat.



Gambar 9
Flyer

Sumber : Frans Digo, 2021

Media Digital

Media digital adalah media yang diakses secara *online* melalui platform *website* atau *social media*. Media digital digunakan untuk mempromosikan *event* Infix MLBB Tournament.

1. Website



Gambar 10
Tampilan halaman website
Sumber : Frans Digo, 2021

2. Post Instagram



Gambar 11
Panel Post Instagram
Sumber : Frans Digo

KESIMPULAN

Infinix MLBB Tournament “War of Freedom 2021” digelar untuk mengobati rasa rindu para peserta akan momen-momen ketegangan dan keseruan bertanding langsung dalam satu tempat. Media promosi dan digital dirancang dengan desain yang telah ditentukan untuk mempromosikan event ini. Diharapkan media promosi dan digital ini dapat menarik minat *audience* untuk mendaftar dan berpartisipasi dalam event Infinix MLBB Tournament “War of Freedom 2021” ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bleicher Steven. (2005). *Contemporary Color : Theory and Use*. Jakarta : Kompas Gramedia.
- Damayantie, I., Pertiwi, R., & Nugroho, O. F. (2021). Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Tentang Pemilihan Warna Pada Pendekatan Steam Ditinjau Dari Psikologi Desain. *In Seminar Nasional & Call Of Papers Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 58-63.
- Dewi, O., Wahyudi, T.H., & Zahar, I. (2020). Perancangan Buku Interaktif Bertema Edukasi Covid-19 Untuk Pembaca Anak Usia 7-9 Tahun. *Jurnal Rupaka*, 3(1).
- Emarawati, J. A., Wagiyati, S., Arbi, A. I., & Sibarani, M. (2020). Pengabdian Masyarakat" Flyer Sebagai Media Informasi". (Skripsi, tidak dipublikasikan). Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta.
- Estherlita, T. K. (2015). LKP: Brosur Sebagai Media Promosi NIN3 Space Berbasis Vektor (*Doctoral dissertation*, tidak dipublikasikan). Stikom Surabaya, Surabaya.
- Habibi, J., Marwan, R.H. (2020). Perancangan Buku Aksara Bercerita Autobiografi Lettering Dimas Fakhruddin. *Jurnal Inosains*, 15(2), 61-70.
- Imanto, T. (2019). Proses Visualisasi Modifikasi Motor. *Jurnal Universitas Esa Unggul Jakarta*, 9(2), 92-106.
- Jauhari, L. P. B., & Widyastuti, P. A. (2018, November). Desain Transportasi Mobil Sedan Sport Dengan Teknologi Ramah Lingkungan. *In SENADA Seminar Nasional Desain dan Arsitektur*, 150-155.
- Lucius, C. R. (2019). Potensi Komposisi Warna Batik Pekalongan Sebagai Color Scheme Untuk Perancangan Bidang Desain Komunikasi Visual. *In Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan dan Batik*, 1-10.
- Lucius, C. R., & Fuad, A. (2017, December). Coloring your information: How designers use Theory of Color in creative ways to present infographic. In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering (Vol. 277, No. 1, p. 012044). IOP Publishing.
- Lucius, C. R., Imanto, T., & Roespinoedji, D. (2021). Identification Of Old Javanese Food In Serat Chentini Through Visual Storytelling. *Review Of International Geographical Education Online*, 11(6), 1332-1339.
- Lucius, C. R., Ramadhan, Y., & Fuad, A. The Batik Of Pekalongan: Building Its Identity Through The Composition Of Color.
- Mustaqim, K., Rabbani, S. A., Surya, G. G., & Agustian, Y. (2021). Design Of Mini Plants With Self-Watering Features Using Environmentally Friendly Materials. *Review Of International Geographical Education Online*, 11(6), 1355-1367.
- Ni'mah, Nilnan. (2016). Dakwah Komunikasi Visual. *Islamic Communication Journal*, 1(1), 104-120.
- Pertiwi, R. (2018). Pemodelan Karakteristik Papan Tanda Informasi untuk Ruang Usaha Pengrajin Batik Plentong di Yogyakarta. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 17(2), 1-5.
- Pertiwi, R., Asmara, N., Wahyudi, T., & Iriani, Y. (2021). Illustration Book Media Design Diabetes Mellitus Type 1 In Ikadar. *Review Of International Geographical Education Online*, 11(6), 1368-1379.
- Pertiwi, R., Judianto, O., & Fuad, A. (2021, March). Pelatihan Keterampilan Kerajinan Tangan Menggunakan Media Kertas Origami "Pengenalan Alam Dan Binatang" Sebagai Proses Kreatif Siswa/I Kb/Tk Islam Salsabila. *In Seminar Nasional & Call Of Papers Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat (Vol. 1, No. 01)*.
- Rochyat, I. G., & Fauzi, M. (2019). The Beauty Of New Outrigger Craft Structures On Fisherman Boat After Tsunami At Pangandaran 2006. In *Iicacs: International And Interdisciplinary Conference On Arts Creation And Studies (Vol. 1, Pp. 25-33)*.
- Rustan, Suriyanto. (2014). *Font & Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Suprpto, Tommy. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: Media Presindo.
- Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widyastuti, P. A., Pertiwi, R., & Huddiansyah, H. (2020). Pelatihan Aplikasi Warna Produk Kreatif Untuk Siswa Sds Dasana Indah – Pemanfaatan Sampah Karet Dalam Pengaplikasian Warna Menggunakan Teknik Cap Pada Tas Blacu. *Jurnal Abdimas*, 6 (3), Maret 2020