

**PERANCANGAN SOUVENIR *ART BOOK* KAIN SASIRANGAN SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PEMERINTAH KOTA BANJARMASIN**

***DESIGNING ART BOOK OF SASIRANGAN AS A SOUVENIR FOR
PROMOTIONAL PURPOSE BY BANJARMASIN CITY GOVERNMENT***

Rizky Yuliani¹, Paku Kusuma, M.Sn², Ashni Nurseptyani Sastrosubroto, S.Dn., M.Ds³

¹²³Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹rizky.yuliani@gmail.com, ²does.sense@gmail.com, ³ashni.sastrosubroto@gmail.com,

ABSTRAK

Kalimantan Selatan adalah salah satu provinsi di Indonesia yang terletak di pulau Kalimantan. Tentang kerajinan kain khas Kalimantan Selatan, masyarakat mengenal kerajinan kain yaitu kain Sasirangan, kain dengan proses jaluju ini sekarang telah menjadi sebuah *mode* fashion. Kain sasirangan merupakan salah satu produk budaya daerah Kalimantan Selatan yang telah digunakan turun temurun di daerah Kalimantan Selatan. Kain sasirangan ini memiliki keunikan motif tradisional dan cara pembuatannya yang dipertahankan secara turun temurun.

Meski telah memiliki identitas dan ciri khas yang unik, kain ini mengalami fase pasang surut dalam perjalanannya hingga sekarang. Kurangnya pengetahuan terhadap kain sasirangan merupakan salah satu faktor yang menyebabkan naik turunnya minat terhadap kain sasirangan maka upaya –upaya pelestarian harus segera dilakukan. Pelestarian tentunya tidak hanya dimaksudkan agar keberadaan kain tersebut tidak punah.

Dengan adanya upaya promosi dari pemerintah kota Banjarmasin diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai kain sasirangan kepada masyarakat di Banjarmasin khususnya dan memperkenalkan kain sasirangan kepada masyarakat Indonesia melalui media souvenir *art book* kain sasirangan sebagai media promosi pemerintah kota Banjarmasin.

Kata Kunci : Sasirangan, Art Book, Pemerintah Kota Banjarmasin

ABSTRACT

South Kalimantan is one of Indonesian province that located on the island of Borneo. Speaking of South Kalimantan unique fabric, local people should be familiar with Sasirangan, which is a fabric that crafted by using “jaluju” method. Sasirangan has now become a fashion clothes. Sasirangan is one of cultural product of South Kalimantan that has been used for generations in South Kalimantan. Sasirangan has a unique traditional motives and its crafting method has been maintained from generation to generation.

Although Sasirangan has a distinctive identity and unique characteristics, this fabric has been through a phase of ups and downs in its journey, even until now. The lack of knowledge on Sasirangan is one of the factors that led to the rise and fall of interest in this fabric, therefore conservation efforts should be done immediately. Of course, to prevent extinction is not the only purpose of it.

This promotional gesture by Banjarmasin government is expected to provide insight into Sasirangan for people in Banjarmasin, particularly, and introduced Sasirangan to the Indonesian public by using the art book of sasirangan as a souvenir for promotional medium by Banjarmasin government.

Keyword : Sasirangan, Art Book, Banjarmasin City Government.

1. Pendahuluan

Di Indonesia kain diciptakan dari berbagai macam bahan, baik bahan alami maupun buatan yang diolah sedemikian rupa yang dapat menghasilkan jenis kain yang bernilai tinggi maupun jenis pakaian masyarakat yang digunakan sebagai pakaian adat maupun pakaian sehari-hari. Proses pembuatan kain menggunakan teknik dan dekorasi yang akan melahirkan ragam hias kekhasan masing-masing daerah, mulai dari bentuk sederhana maupun menggunakan teknologi, yang menghasilkan karya atau benda yang dijadikan bahan pakaian untuk memenuhi kebutuhan praktis dan sakral bagi masyarakat pendukungnya. Hal itu tidak terlepas dari segi bahan, teknik, mode yang dapat memperkaya khasanah budaya nasional. (Arsyad, 1998: 18)

Fenomena bahwa kain tradisional yang semakin hari tidak menunjukkan peningkatan dari segi ekonomi. Namun sebaliknya justru semakin menurun karena berbagai hal seperti harga yang relatif lebih mahal, kualitas produk kain yang kurang bersaing dengan produk asing, variasi motif yang monoton, hingga menyebabkan pangsa pasar kain tradisional semakin sempit dan terbatas. Bagi para pengrajin kain tradisional itu sendiri memang mempunyai banyak alasan seperti modal yang kurang memadai, bahan baku yang semakin sulit didapatkan, sumber daya manusia yang juga sangat terbatas, pekerjaannya yang banyak memakan waktu, termasuk alasan lain mengapa mereka membuat atau memproduksi kain dengan motif yang kurang bervariasi. Hal itu karena mereka masih mempercayai bahwa motif sebuah kain memiliki nilai, makna dan arti yang berbeda-beda, hingga mereka tidak bisa sembarangan dalam membuat motif. (Hendraswati, 2012: 2)

Sementara itu disadari bahwa perkembangan kain sasirangan di Kalimantan Selatan belum semaju seperti misalnya kain batik di pulau Jawa. Banyak hal yang menyebabkan belum semaju kain batik di pulau Jawa tersebut, antara lain karena masih terbatasnya usaha dan upaya para pengrajin, terbatasnya modal, faktor media promosi, belum berkembangnya usaha dan aktivitas pemasaran dan hal-hal lain yang dikaitkan dengan kebijakan pemerintah serta faktor-faktor dukungan dari berbagai pihak di dalam dan di luar daerah Kalimantan Selatan (Syamsiar Seman, 2013: 32).

Menurut Hendraswati (2012: 3) kain sasirangan dianggap sebagai kain adat, dan dipercaya sebagai kain sakral peninggalan nenek moyang bagi masyarakat Kalimantan selatan pada umumnya. Oleh sebab itu, upaya pengkajian, pelestarian, dan pengembangan perlu dilakukan agar keberadaan kain tersebut tidak tersingkirkan dilindas derasnya perdagangan global seperti sekarang ini, namun sebaliknya dapat menjadi salah satu unggulan dan dapat diperhitungkan di pasar global. Untuk itulah, promosi harus dilakukan agar kain sasirangan dapat diketahui oleh seluruh masyarakat Indonesia pada umumnya, dan dapat dikenal di dunia internasional karena

kain sasirangan merupakan salah satu dari sekian banyak warisan budaya bangsa yang tidak saja memiliki nilai ekonomis, namun juga memiliki nilai-nilai budaya dan nilai-nilai sosial yang lain, baik bagi para pengrajin itu sendiri maupun bagi masyarakat Kalimantan Selatan pada umumnya. Tidak dapat dipungkiri bahwa pemahaman dan pengetahuan masyarakat di Banjarmasin mengenai kain sasirangan sangatlah kurang, hal itu tentu saja sangat meresahkan karena masyarakat diharapkan dapat berperan aktif dalam upaya pelestarian unsur budaya bangsanya.

2. Dasar Teori

2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan proses pertukaran informasi atau pesan diantara dua orang atau lebih melalui sistem tanda, simbol, isyarat, dan perilaku yang sudah lazim. (Safanayong, 2006:10).

Tujuan komunikasi antara lain: identifikasi, informasi, dan promosi. Dalam semua usaha komunikasi pemasaran, tujuan komunikasi diarahkan untuk membangun keinginan, menciptakan kesadaran, meningkatkan sikap, mempengaruhi niat, dan mempermudah pemakaian.

Sementara menurut Adi Kusrianto (2009:12) dalam bukunya yang berjudul Pengantar Desain Komunikasi Visual menjelaskan bahwa komunikasi merupakan ilmu yang bertujuan menyampaikan maupun sarana untuk menyampaikan pesan.

2.2 Teori Souvenir

Dalam kamus *The Collins Cobuild Dictionary* (2009), kata souvenir diartikan: "*Souvenir is usually small and relatively inexpensive article given, kept or purchased as a reminder of a place visited, an occasion, etc.*" Souvenir adalah benda yang ukurannya relative kecil dan harganya tidak mahal; untuk dihadiahkan, disimpan atau dibeli sebagai kenang-kenangan kepada suatu tempat yang dikunjungi, suatu kejadian tertentu, dan sebagainya. (<http://dauncraft.blogspot.com> diakses pada 13 Aug 2015, pada pukul 12.25)

2.3 Desain Komunikasi Visual

Menurut definisinya, Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta layout (tata letak atau perwajahan). Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan. (Adi Kusrianto, 2009:2)

2.4 Layout

Layout yang baik adalah *layout* yang dapat menjawab beberapa pertanyaan seperti berikut: Apa tujuan desain tersebut, siapa target audiencenya, apa pesan yang ingin disampaikan kepada target audience, bagaimana cara menyampaikan pesan tersebut, di media apa dan kapan desain itu akan dilihat oleh target audience. Jawaban semua pertanyaan tersebut adalah konsep dasar secara umum yang harus ada sebagai panduan mendesain layout (Rustan, Layout, Dasar dan Penerapannya, 2008).

Sementara komposisi (*layout*) menurut Adi Kusrianto (2009,34) adalah pengorganisasian unsur-unsur rupa yang disusun dalam karya desain grafis secara harmonis antara bagian dengan bagian, maupun atara bagian dengan keseluruhan.

2.5 Ilustrasi

Menurut Adi Kusrianto (2009), ilustrasi adalah gambar yang digunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu. Dalam desain grafis, ilustrasi merupakan subjek tersendiri yang memiliki alur sejarah serta perkembangan yang spesifik. Ilustrasi sebagai seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberikan penjelasan atau suatu maksud atau tujuan secara visual juga mampu menghiasi ruang kosong.

2.6 Warna

Warna sebagai unsur visual yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh jenis pigmennya. Kesan yang diterima oleh mata lebih ditentukan oleh cahaya. Permasalahan mendasar dari warna diantaranya adalah *Hue* (spektrum warna), *Saturation* (nilai kepekatan), dan *Lightness* (nilai cahaya dari gelap ke terang). Ketiga unsur tersebut memiliki nilai 0 hingga 100. Hal yang paling menentukan adalah *Lightness*. Jika ia bernilai 0, maka seluruh palet warna akan menjadi hitam (gelap tanpa cahaya), sebaliknya jika *Lightness* bernilai 100, warna akan berubah menjadi putih, alias tidak berwarna karena terlalu silau.

2.7 Tipografi

Tipografi, menurut Sumbo Tinarbuko (2009) dalam bukunya berjudul *Semiotika Komunikasi Visual*, dalam konteks desain komunikasi visual mencakup pemilihan bentuk huruf, besar huruf, cara dan teknik penyusunan huruf menjadi kata atau kalimat sesuai dengan karakter pesan (sosial atau komersial) yang ingin disampaikan. Sedangkan tipografi menurut Danton Sihombing (2003), tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan properti visual yang pokok dan efektif.

Huruf dan tipografi dalam perkembangannya menjadi ujung tombak guna menyampaikan pesan verbal dan pesan visual kepada orang lain yang dijadikan tujuan akhir proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan.

2.8 Margin

Dalam bentuk visual, istilah proporsi berkenaan dengan hubungan ukuran antara bagian-bagian suatu bentuk. Lebar dan tinggi dibandingkan untuk menentukan proporsi dalam bentuk dua dimensi. Selain menciptakan keharmonisan, proporsi dapat membantu kita lebih mengerti tempat kita di alam semesta. Leonardo Fibonacci membuktikan bahwa ada suatu keteraturan dalam alam semesta yang bisa dihitung melalui angka-angka. Hubungan angka-angka Fibonacci menerangkan struktur bentuk-bentuk alam yang menunjukkan bahwa alam memiliki urutan angka yang logis dan geometris.

Tiap angka dalam seri Fibonacci adalah jumlah dari dua angka sebelumnya dan dibagi oleh angka sebelumnya adalah kira-kira 1.1618. Rasio ini disebut *Golden Section* dan mendasari bentuk-bentuk geometris yang ada dalam sejarah. *Golden Section* dapat dilihat dalam beberapa bentuk alami dan dianggap menyenangkan secara visual bagi beberapa budaya. Sistem proporsi golden section telah digunakan sekitar abad lima sebelum masehi, yakni dalam arsitektur, patung dan lukisan Yunani.

2.9 Teori Promosi

Promosi penjualan adalah salah satu kegiatan promosi untuk melakukan rangsangan kepada konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong (2003), promosi penjualan adalah intensif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari produk atau jasa. Jadi, promosi penjualan merupakan

kegiatan promosi yang dapat mendorong pembelian oleh konsumen, dan yang dapat meningkatkan efektivitas para distributor atau *retailer* dengan mengadakan pameran, *display*, eksibisi, peragaan, dan berbagai kegiatan penjualan lainnya (Rangkuti, 2009: 28:29).

3. Pembahasan

3.1 Analisis Data

Lokasi penelitian tentang kain sasirangan ini adalah di Kelurahan Seberang Mesjid, Kecamatan Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin. Kelurahan ini merupakan salah satu dari 12 kelurahan yang berada di wilayah Kecamatan Banjarmasin Tengah. Sebelum terjadi pemekaran wilayah kecamatan, Kelurahan Seberang Mesjid ini masuk dalam wilayah Kecamatan Banjarmasin Timur, setelah terjadi pemekaran wilayah kecamatan pada tahun 1986, kelurahan ini masuk dalam wilayah Kecamatan Banjarmasin Tengah.

Sebelum menjadi nama kelurahan, Seberang Mesjid adalah nama sebuah kampung. Nama Seberang Mesjid ini sendiri diambil karena dahulu letak kampung ini berseberangan dengan Mesjid Jami' Banjarmasin yang pertama kali dibangun di tepi Sungai Martapura sebelum masjid tersebut dipindahkan ke tempatnya sekarang. Pada waktu dulu, masyarakat setempat akan menyeberangi Sungai Martapura ini apabila akan melakukan ibadah di Mesjid tersebut.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, pada tanggal 21 Maret 2015 tepatnya di Kelurahan Seberang Mesjid, Kota Banjarmasin, banyak sekali *ditemukan outlet-outlet* yang menjual berbagai macam kain sasirangan yang sudah diolah sedemikian rupa. *Outlet-outlet* tersebut letaknya berdekatan satu dengan yang lainnya. Kebanyakan para pengrajin kain sasirangan di Kelurahan Seberang Mesjid atau yang biasa disebut dengan Kampung Sasirangan ini mereka membuat kain sasirangan dengan cara yang masih tradisional. Dan pengerjaan dilakukan tidak di lakukan di pabrik melainkan di rumah (*home industry*).

Jika melihat dari pengunjung yang datang ke satu toko yang paling banyak adalah para wisatawan dan para pegawai yang ingin membeli untuk pakaian kerja mereka sehari-hari. Kebanyakan pembelinya adalah dewasa laki-laki maupun perempuan. Jika dilihat dari status ekonomi pembeli kebanyakan dari mereka adalah menengah keatas. Kain sasirangan yang mereka beli biasanya dalam jumlah banyak, jika yang datang berkunjung adalah wisatawan biasanya mereka membelinya untuk oleh-oleh atau *buah tangan*.

Pengrajin kain sasirangan ini letaknya tidak jauh dari tempat toko mereka berjualan. Mereka biasanya bekerja dari jam 9 pagi hingga sore hari. Para pengrajin kain sasirangan kebanyakan adalah perempuan, namun untuk bagian pewarnaan biasanya dilakukan oleh laki-laki. Mereka menekuni bidang ini sudah lama bertahun-tahun. Pembagian kerja mereka disini sesuai dengan keahlian mereka. Ada yang mengukur sampai membuat motif saja, ada yang *menjelujur*, ada yang khusus menyetrika, dan lain sebagainya. Masing-masing dari mereka tidak saling mengurus atau mencampuri tugas karyawan lainnya.

Penelitian kali ini dilakukan di *workshop* teknik Irma Sasirangan yang letaknya masih di Kelurahan Seberang Mesjid. *Workshop* teknik Irma Sasirangan ini terletak di sebuah rumah di belakang *showroomnya*. Dari rumah itulah terdapat puluhan karyawan yang kebanyakan adalah perempuan yang ternyata usia mereka masih muda, bahkan ada yang baru saja lulus SMA. Karyawan itu semua berasal dari lingkungan itu sendiri tidak ada yang berasal dari luar daerah.

3.2 Segmentasi

a. Demografis

Usia : Pejabat Negara

Jenis Kelamin : Pria, Wanita

Pekerjaan : S2, S3

Kewarganegaraan : Warga Negara Indonesia

Kelas Sosial : Kelas Atas (Pejabat Negara)

b. Geografis : Indonesia

c. Psikografis : Psikografis pada kelas sosial atas yaitu memiliki gaya hidup yang sangat aktif dan sibuk dan memiliki sedikit waktu luang.

3.3 Konsep Pesan

Dalam konsep perancangan karya yang dilaksanakan, data-data hasil pengamatan yang dilakukan penulis dijadikan bahan acuan untuk membuat suatu perancangan yang sesuai dengan tujuan serta berdasarkan rumusan permasalahan yang ingin diselesaikan dalam penelitian tersebut. Landasan dari perancangan souvenir *art book* kain sasingan sebagai media promosi pemerintah kota Banjarmasin adalah karena dibutuhkannya media promosi yang memperkenalkan kain sasingan kepada masyarakat Indonesia pada umumnya serta kurangnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat di Banjarmasin mengenai kain sasingan. Media promosi yang akan dirancang ini berupa *art book* yang ditujukan kepada tamu atau para pejabat negara yang berkuncung ke pemerintah kota Banjarmasin dan dijadikan sebagai souvenir.

Dalam melaksanakan perancangan ini, penulis menggunakan strategi perancangan secara sistematis untuk memudahkan proses perancangan karya dimana perancangan *art book* ini melalui beberapa tahapan yakni:

1. Analisis dan pengumpulan data tentang masalah-masalah yang ada pada kain sasingan.
2. Mengungkapkan esensi-esensi antara data dengan teori yang digunakan yang dapat diambil sebagai bahan acuan dalam melakukan perancangan.
3. Menyusun strategi perancangan souvenir kain sasingan sebagai media promosi pemerintah kota Banjarmasin.

3.4 Konsep Kreatif

Dalam konsep perancangan karya yang dilaksanakan, data-data hasil pengamatan yang dilakukan penulis dijadikan bahan acuan untuk membuat suatu perancangan yang sesuai dengan tujuan serta berdasarkan rumusan permasalahan yang ingin diselesaikan dalam penelitian tersebut. Landasan dari perancangan souvenir *art book* kain sasingan sebagai media promosi pemerintah kota Banjarmasin adalah karena dibutuhkannya media promosi yang memperkenalkan kain sasingan kepada masyarakat Indonesia pada umumnya serta kurangnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat di Banjarmasin mengenai kain sasingan. Media promosi yang akan dirancang ini berupa *art book* yang ditujukan kepada tamu atau para pejabat negara yang berkuncung ke pemerintah kota Banjarmasin dan dijadikan sebagai souvenir.

Dalam melaksanakan perancangan ini, penulis menggunakan strategi perancangan secara sistematis untuk memudahkan proses perancangan karya dimana perancangan *art book* ini melalui beberapa tahapan yakni:

1. Analisis dan pengumpulan data tentang masalah-masalah yang ada pada kain sasingan.
2. Mengungkapkan esensi-esensi antara data dengan teori yang digunakan yang dapat diambil sebagai bahan acuan dalam melakukan perancangan.







- Menyusun strategi perancangan souvenir kain sasirangan sebagai media promosi pemerintah kota Banjarmasin.

3.5 Konsep Media

Media utama pada perancangan media promosi pemerintah kota Banjarmasin ini adalah *art book*. Media ini dipilih berdasarkan tingkat kemudahan penyampaian informasi kepada khalayak sasaran tentang bagaimana makna yang tersimpan dari kain sasirangan dan sebagai generasi penerus bangsa kita juga harus melestarikannya. Pemilihan media ini disesuaikan dengan segmentasi pasar yang telah dilakukan terhadap khalayak sasaran yang dituju, dimana khalayak sasaran dalam mencari informasi yang diinginkan lebih menyukai penggunaan media-media informasi yang sifatnya menarik.

3.6 Konsep Visual

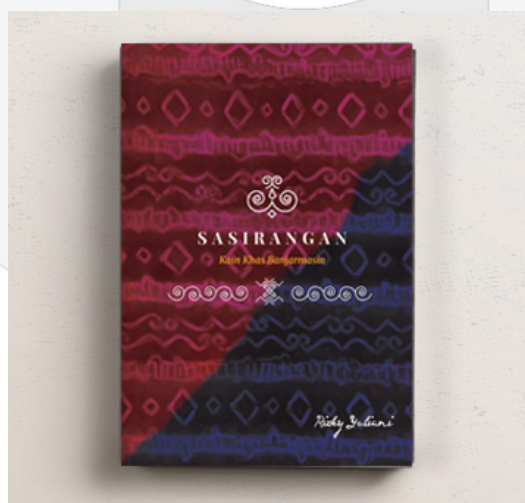
a. Warna

		
#e27d00	#87243a	#4b7916
R: 226 G: 125 B: 0	R: 135 G: 36 B: 58	R: 75 G: 122 B: 22
C: 9% M: 60% Y: 100% K: 1%	C: 31% M: 95% Y: 66% K: 30%	C: 73% M: 31% Y: 100% K: 17%
		
#000000	#332d6a	#641310
R: 0 G: 0 B: 0	R: 51 G: 45 B: 106	R: 100 G: 19 B: 16
C: 75% M: 68% Y: 67% K: 90%	C: 96% M: 96% Y: 28% K: 16%	C: 34% M: 95% Y: 92% K: 52%

Gambar 1. Warna yang dipakai

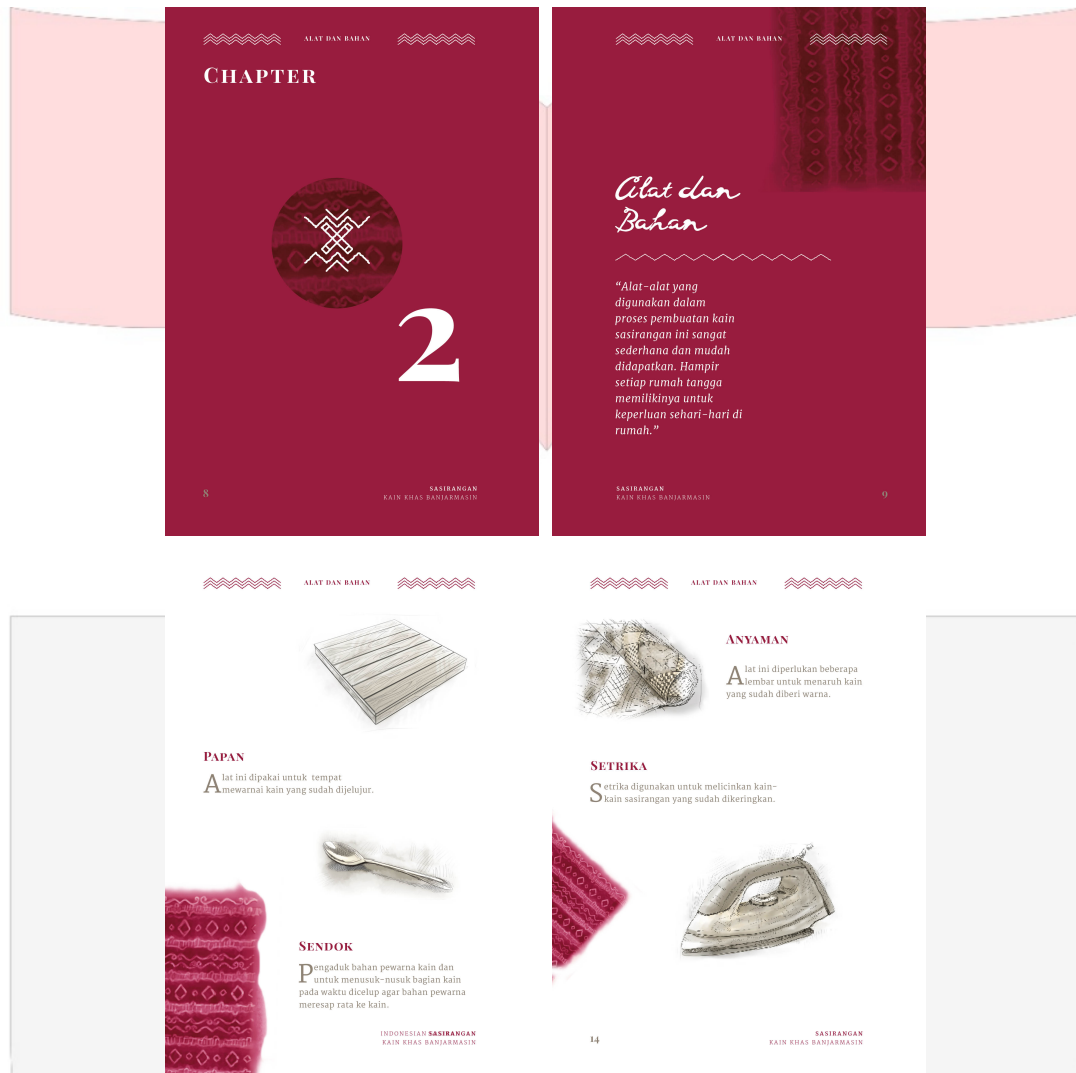
Dari segi warna yang akan digunakan adalah tata warna dari kain sasirangan yang pada zaman dahulu masih menggunakan bahan alami sebagai bahan pewarnaannya sebagaimana yang terdapat pada buku Syamsiar Seman (2013; 6) yaitu hitam dari tanaman uarr, dan coklat yang berasal dari kulit buah rambutan.

3.7 Hasil Perancangan



Gambar 2. Hasil Perancangan

Pada desain cover depan menggunakan font yang telah dijelaskan pada bagian konsep tipografi dengan menggunakan teknik transfer paper di bagian text. Pada desain sub bab menggunakan font yang telah dijelaskan pada bagian konsep tipografi dengan menggunakan kertas akasia. Diberikan sedikit sentuhan motif serta text untuk memberikan keterangan pada bab tersebut.



Gambar 3. Hasil Perancangan

4. Kesimpulan

Dari penelitian Tugas Akhir dengan judul Perancangan Souvenir *Art Book* Kain Sasirangan sebagai Media Promosi Pemerintah Kota Banjarmasin yang sudah dilakukan, diperoleh hasil kesimpulan sebagai berikut:

- Pemahaman dan pengetahuan masyarakat di Banjarmasin mengenai kain sasirangan sangatlah kurang.
- Kain Sasirangan yang kurang populer di Indonesia, tidak seperti halnya kain Batik di pulau Jawa.
- Faktor penghambat Kain Sasirangan untuk maju diantaranya adalah masih terbatasnya usaha dan upaya para pengrajin, terbatasnya modal, faktor media promosi, belum berkembangnya usaha dan aktivitas pemasaran dan hal-hal lain yang dikaitkan dengan kebijakan pemerintah serta faktor-faktor dukungan dari berbagai pihak di dalam dan di luar daerah Kalimantan Selatan.

d. Upaya pengkajian, pelestarian, dan pengembangan perlu dilakukan agar keberadaan kain tersebut tidak tersingkirkan dilindas derasnya perdagangan global seperti sekarang ini, namun sebaliknya dapat menjadi salah satu unggulan dan dapat diperhitungkan di pasar global.

e. Perancangan media kali ini adalah souvenir kain sasirangan, ciri khas dari media ini adalah target audiens lebih mudah memahami serta tidak bosan dengan pemilihan warna dan font yang digunakan, serta ilustrasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arsyad, Muhammad, (1998), *Buletin Bandarmasih*, Museum Negeri Provinsi Kalimantan Selatan Lambung Mangkurat, Banjarbaru.
- [2] Hendraswati. (2012), *Sasirangan Kain Tradisional Banjar*, Pustaka Book Publisher, Yogyakarta.
- [3] Kusrianto, Adi, (2009), *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- [4] Pujiriyanto, (2005), *Desain Grafis Komputer*, CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- [5] Rustan, Suriyanto, (2014), *LAYOUT Dasar dan Penerapannya*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [6] Safanayong, Yongky, (2006), *Desain Komunikasi Visual Terpadu*, ARTE INTERMEDIA, Jakarta.
- [7] Seman, Syamsiar, (2013), *Sasirangan Kain Khas Banjar*, Lembaga Pengkajian dan Pelestarian Budaya Banjar Kalimantan Selatan, Banjarmasin.
- [8] Sihombing, Danton, (2003), *Tipografi dalam Desain Grafis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [9] Soewardikoen, Didit Widiatmoko, (2013), *Metedologi Penelitian Visual Dari Seminar ke Tugas Akhir*, CV. Dinamika Komunika, Bandung.
- [10] Tinarbuko, Sumbo, (2009), *Semiotika Komunikasi Visual*, Percetakan Jalan Sutra, Yogyakarta.

Sumber lain:

- [1] 2.bp.blogspot.com diakses pada 23 Maret 2015, pada pukul 22.18
- [2] <https://upload.wikimedia.org> diakses pada 12 Juni 2015, pada pukul 12.54
- [3] <http://dauncraft.blogspot.com> diakses pada 13 Aug 2015, pada pukul 12.25