PERANCANGAN BUKU PANDUAN WISATA UNTUK OBJEK WISATA BAHARI KABUPATEN JEMBER

DESIGNING A TOURIST GUIDE BOOK FOR MARINE TOURISM OBJECT OF JEMBER

Irwan Ardiansyah Putra[1], Riky Azharyandi S., S.Ds., M.Des[2], Novian Deny Nugraha, S.Sn., M.Sn[3]
[1]Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
irwanardiansyah@student.telkomuniversity.ac.id[1] **irwannabud02@gmail.com[2]**

Abstrak

Wisata bahari di Jember, merupakan beragam obyek wisata bahari alternatif yang keberadaannya tidak dapat dihiraukan bagi para pecinta wisata alam khususnya wisata bahari. Keragaman wisata bahari di Jember sangatlah menawan dan juga menyimpan keistimewaannya masing-masing. Karena taraf hidup di Kabupaten Jember belum setinggi taraf hidup di kota-kota besar lainnya, dengan obyek wisata bahari yang begitu beragam Jember layak untuk diperhitungkan dari segi wisata bahari. Tidak adanya media promosi yang khusus membahas tentang obyek wisata bahari Kabupaten Jember membuat banyak calon wisatawan dari luar Jember yang terkendala dalam mendapatkan informasi tentang obyek wisata bahari selain lokasi obyek wisata bahari itu sendiri. Hal tersebut menyebabkan obyek wisata bahari di Jember kurang dikenal dan juga tidak menjadi tujuan wisata utama bagi para calon wisatawan. Solusi dari permasalahan tersebut adalah dengan membuat perancangan media promosi dan strategi komunikasi yang efektif untuk obyek wisata bahari di Kabupaten Jember. Oleh karena itu, penulis melakukan perancangan media promosi dengan buku panduan wisata sebagai media utama dan berbagai macam media pendukung berdasarkan strategi yang digunakan. Dengan menggunakan metode pengumpulan data dengan studi pustaka, pengamatan langsung, dan wawancara terhadap pihak terkait diharapkan penulis bisa mendapatkan informasi yang lebih faktual. Serta penggunaan metode analisis SWOT dan AISAS yang menjadikan informasi yang didapatkan lebih efisien dan juga tepat sasaran. Dengan menggunakan strategi tersebut, diharapkan mampu memberikan dampak yang positif terhadap minat dari calon wisatawan dan juga menjadi media komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada para wisatawan.

Kata kunci : Destinasi, Jember, Wisata Bahari.

Abstract

Marine tourism in Jember, is a variety of alternative marine tourism objects whose existence can not be ignored for nature tourism lovers, especially marine tourism. The diversity of marine tourism in Jember is very charming and also save the privilege of each. Because the standard of living in Jember has not been as high as living standard in other big cities, with marine tourism objects so diverse as Jember deserve to be taken into account in terms of marine tourism. The absence of a special promotional media to discuss about marine tourism object of Jember make many prospective tourist from outside Jember which is constrained in getting information about marine tourism object other than location of marine tourism object itself. This causes marine tourism objects in Jember is less well known and also not a major tourist destination for potential tourists. The solution of the problem is to make the design of promotion media and effective communication strategy for marine tourism object in Jember. Therefore, writer do the design of promotional media with tourist guide book as the main media and various kinds of supporting media based on the used strategy. By using data collection method with literature study, direct observation, and interview to related parties is expected writer can get more factual information. And the use of SWOT and AISAS analysis methods that make the information obtained more efficient and well targeted. By using these strategies, it is expected to have a positive impact on the interests of potential tourists and also become an effective communication medium in conveying information to tourists.

Keywords: Destination, Jember, Marine Tourism.

1. Pendahuluan

Kabupaten Jember adalah daerah yang berbatasan langsung dengan Laut Selatan yang membuat Kabupaten Jember memiliki banyak destinasi wisata bahari yang menjadi tujuan wisata utama bagi para wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Jember karena taraf hidup di Jember tidak terlalu tinggi seperti di kota-kota besar lainnya sehingga banyak yang memilih Kabupaten Jember sebagai alternatif wisata pantai namun dengan biaya yang dapat ditekan. Kabupaten yang terletak di bagian timur wilayah Provinsi Jawa Timur tepatnya berada pada posisi 7059'6" sampai 8033'56" Lintang Selatan dan 113016'28" sampai 114003'42" Bujur Timur ini banyak memiliki potensi-potensi wisata seperti tempat Watu Ulo, Pantai Tanjung Papuma, Wisata Sejarah berupa peninggalan Gua Jepang, Pantai Puger dan Cagar Alam Puger Watangan, Pantai Paseban, Pantai Bandealit (Pria Adi Afianto; Aryo Bayu Wibisono, ST., M.Med.Kom 2013).

Dengan banyaknya potensi wisata di Kabupaten Jember ini membuat banyak wisatawan yang ingin berkunjung ke tempat-tempat wisata di Jember khususnya wisata baharinya yang terkenal cukup eksotis, dan bisa dijangkau dengan biaya yang murah karena perancangan media informasi ini ditargetkan kepada masyarakat dengan rentang usia antara 18 sampai 23 tahun. Pada rentang usia tersebut, manusia sedang dalam masa transisi dimana masih memiliki jumlah penghasilan yang masih rendah dan sebagian besar penghasilannya digunakan untuk konsumsi, yaitu makanan dan hiburan, sebagian lagi melakukan invest-tasi dengan bantuan orang tua untuk memperoleh gelar sarjana (Pria Dwi Afianto; Aryo Bayu Wibisono, ST., M.Med.Kom 2013). Pada rentang usia itu juga manusia cenderung masih gemar berwisata alam dan juga berpetualang. Namun, karena belum adanya media promosi yang membahas tentang wisata bahari di Kabupaten Jember secara eksklusif membuat para wisatawan banyak yang tidak mengenal tentang wisata bahari apa saja yang ada di Jember. Sebelumnya, Dinas Pariwisata Kabupaten Jember menerangkan bahwa sudah ada upaya pemerintah dalam mempromosikan tempat wisata di Jember dalam bentuk majalah, namun hal itu diarasa belum bisa melengkapi apa yang dibutuhkan oleh wisatawan (Pria Dwi Afianto; Aryo Bayu Wibisono, ST., M.Med.Kom 2013) karena pembahasan yang dilakukan pada media majalah tersebut dijelaskan secara umum dan belum ada yang membahas potensi wisata bahari secara khusus dan lebih eksklusif sebagai sarana promosi untuk menarik minat wisatawan baik dari dalam maupun luar Jember.

Pada dasarnya, wisata bahari di Jember sangatlah berpotensi untuk dijadikan destinasi wisata utama di Kabupaten Jember tetapi, karena jarak tempuh yang memakan waktu selama empat sampai lima jam perjalanan darat dari Surabaya membuat wisatawan lebih memilih berwisata ke tempat lain dengan akses dan jarak tempuh yang relatif lebih mudah dan singkat. Untuk itu, sangat dibutuhkan peran dari banyak pihak dan juga dibutuhkan media informasi yang menghibur dan mampu menarik minat para wisatawan agar berkunjung ke Jember. Promosi itu sendiri mencakup semua alat bauran pemasaran yang memiliki peran penting untuk mengadakan komunikasi yang bersifat membujuk (Freddy Rangkuti, 2009:49-50).

Selain itu, media promosi tersebut mampu memberikan informasi terhadap wisatawan untuk bisa lebih mengenal potensi-potensi wisata bahari seperti apa yang ada di Kabupaten Jember.

2. Dasar Teori Perancangan

2.1 Perancangan

Dalam makalah yang berjudul 'Kreatifitas dalam Merancang Desain Komunikasi Visual karya Pujiyanto (1998;12) menyatakan bahwa dalam perancangan suatu karya terdapat beberapa pedoman dasar dalam penciptaan karya desain yang menjadi landasan antara lain :

a. Pangsa Pasar
b. Konsep Desain
c. Pesan Desain
d. Media Desain

2.2 Buku

Buku adalah media yang paling tidak "massal" dalam penjangkauan khalayak dan luasnya industri media massa itu sendiri. Buku sebagai media yang tidak tergantung pada dukungan iklan (Baran, 2012:70).

2.2.1 Fungsi Buku

Buku berfungsi untuk menyampaikan informasi berupa cerita, pengetahuan, laporan, dan lain-lain. Buku juga dapat menampung banyak sekali informasi, tergantung jumlah halaman yang dimilikinya (Rustan, 2009;122).

2.2.2 Anatomi Buku

Buku dibagi menjadi tiga bagian yang masing-masingnya dibagi lagi menurut fungsinya :

A. Bagian Depan
B. Bagian Isi
C. Bagian Belakang

2.2.3 Jenis-jenis Buku

Asociation of American Publisher dalam Baran (2008;100) mengelompokkan buku dalam beberapa kategori, yaitu :

1. Edisi klub buku (*book club edition)*
2. *El-hi*
3. *Higher education* (Buku teks perguruan tinggi)
4. *Mail-order book* (Buku pesan-kirim)
5. *Mass market paperback* (Buku masal bersampul tipis)
6. *Professional book* (Buku untuk kalangan profesional)
7. *Religion book* (Buku religi)
8. *Standarized test* (Buku yang terstandarisasi)
9. *Subscription reference book* (Buku referensi berlangganan)
10. *Trade book*
11. *University press book* (Buku terbitan penerbit kampus)

2.2.4 Buku Panduan Wisata

Menurut Bender, Gidlow dan Fisher (2013), buku panduan didefinisikan sebagai literatur yang menyediakan informasi bagi wisatawan.

2.3 Destinasi

WTO *(World Tourism Organization)* mengartikan definisi destinasi sebagai *"Part of destination. A homogeneous tourism region or a group of local govenment administrative regions".*

2.3.1 Komponen-Komponen Destinasi

Cooper (1998) menyatakan, komponen destinasi meliputi: *Attraction, Amenities, Access and Ancillary Services.* Atraksi (*attraction)* adalah bentuk kegiatan budaya, keindahan alam, dan event yang memotivasi wisatawan untuk datang berkunjung. *Amenities* meliputi fasilitas dan pelayanan yang disediakan untuk wisatawan di destinasi wisata seperti penyediaan akomodasi, makan dan minum, hiburan dan pelayanan lainnya. Aksesibilitas (*access)* adalah penyediaan sarana transportasi dengan berbagai jenis baik darat, laut maupun udara sesuai dengan kebutuhan wisatawan dan prasarana jalan raya untuk memberikan kemudahan untuk mencapai destinasi wisata. Sedangkan pelayanan tambahan *(ancillary services)* yang meliputi pelayanan baik untuk wisatawan maupun penyedia jasa pariwisata melalui lembaga atau dinas pariwisata lokal.

2.4 Wisata Bahari

Menurut Fandeli (1995;89) menyatakan bahwa wisata bahari merupakan kegiatan berenang, *snorkeling,* menyelam, berlayar, berselancar, memancing, berjemur, rekreasi pantai, fisiografi bawah air, dan lain sebagainya.

2.5 Proses Percetakan

Dalam dunia desain komunikasi visual, pengaetahuan tentang teknik mencetak sangat perlu untuk dipahami agar dapat mempersiapkan sarana yang dibutuhkan sejak awal.

2.6 Psikologi Remaja dan Dewasa Awal

Perkembangan psikologi dan mental manusia sangatlah dipengaruhi oleh faktor-faktor biologi yang dimana faktor tersebut memiliki proses-proses tertentu baik kognitif dan *sosio-emosional*-nya.

2.6.1 Transisi dari Masa Remaja ke Masa Dewasa Awal

Masa remaja diawali pada segi biologis dan berakhir pada aspek kultural yang berarti, transisi dari masa kanak-kanak hingga remaja dimulai dari kematangan pubertal, sementara transisi dari remaja menuju kedewasaan ditentukan oleh standar dan pengalaman budaya (Santrock,2007;23)

2.7 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual adalah suatu disiplin ilmu yang saat ini sedang meningkat pesat. Istilah desain sendiri secara etimologi berasal dari Bahasa Italia yaitu *"Designo"* yang memiliki arti yaitu gambar sedangkan kata komunikasi berasal dari Bahasa Inggris yang berarti *"Communication"* yang asalnya diambil dari Bahasa Latin yaitu *"communio"* yang berarti kebersamaan. Komunikasi dianggap sebagai proses menciptakan suatu kesamaan atau suatu kesatuan pemikiran antara komunikator dan komunikan. Berdasarkan pengertian tersebut, maka desain komunikasi visual dapat diartikan sebagai sarana komunikasi, yang mana informasi tersebut disampaikan dengan menggunakan bahasa rupa atau visual melalui media desain.

2.8 Warna

Berdasarkan teori Brewster yang berbunyi bahwa warna dibagi menjadi empat bagian yaitu warna primer, warna sekunder, warna tersier dan warna netral.

2.8.1 Psikologi Warna

Warna, memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya dan masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologi. Dalam sebuah tulisan berjudul *"Creating Color Scheme"* karya Molly E. Holzschlag terdapat daftar mengenai kemampuan masing-masing warna saat memberikan respon secara psikologi,

2.9 Ilustrasi

Ilustrasi adalah seni gambar yang biasa digunakan untuk menjelaskan pesan secara visual. Ada bermacam-macam jenis ilustrasi antara lain seni lukis, sketsa, grafis, karikatur, image bitmap, hingga fotografi (Kusrianto,2009;190).

2.9.1 Simbol, Icon, dan Index

Secara etimologis, simbol *(symbol)* berasal dari kata Yunani*"sym-ballein"* yang berarti melemparkan bersama suatu (benda, perbuatan) dikaitkan dengan suatu ide (Hartoko & Rahmanto, 1998:133).

Ikon, simbol, piktogram mungkin bentuk paling murni dari komunikasi visual. Mereka melampaui batas-batas bahasa dan budaya untuk menyampaikan konsep dengan cepat dan efektif.

2.10 Fotografi

Fotografi merupakan kemampuan untuk menangkap esensi dari dunia di sekitar kita dengan membekukan waktu dalam sebuah momen. Fotografi adalah media yang sangat kuat, bila digunakan dengan benar dalam tata letak halaman dan desain. Fotografi juga dapat menarik perhatian *audience* dan membujuk mereka untuk menjelajahi seluruh bagian yang dicetak. Untuk mencapai tujuan ini, fotografi harus unik dan menarik secara visual dengan titik fokus yang berbeda. Kedalaman fokus *(depth of field),* pemotongan *(cropping)* gambar secara ketat, dan *close-up* dari materi pelajaran adalah cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut (Hembree,2008;74).

2.10.1 Fotografi Pemandangan

Fotografi pemandangan atau yang lebih dikenal sebagai fotografi *landscape* ini merupakan cabang ilmu fotografi yang mengkhususkan pada pemandangan alam. Kata *'landscape'* yang berasal dari Bahasa Inggris ini merupakan alih bahasa dari kata 'pemandangan' jika diartikan dalam Bahasa Indonesia. Seiring perkembangan lebih lanjut, ada beberapa jenis fotografi *landscape* yang tetap mengarah ke pemandangan alam seperti pantai, pegunungan, ataupun alam liar (Abdi,2012;19).

2.11 Layout

Layout merupakan tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya. Me-layout adalah salah satu proses dalam mendesain. Dapat dikatakan bahwa desain merupakan arsiteknya, sedangkan layout pekerjaannya. (Rustan, 2008: 1).

2.12 Tipografi

Tipografi merupakan ilmu yang berurusan dengan penataan huruf cetak. Menurut David Crystal, Tipografi adalah kajian tentang fitur-fitur grafis dari lembar halaman. (Anggraini S. dan Nathalia, 2013:51).

3. Pembahasan

3.1 Konsep Pesan

Konsep pesan ini mengangkat fenomena yang banyak terjadi yaitu kurangnya pengetahuan dari masyarakat mengenai informasi tentang wisata bahari di Kabupaten Jember baik dari masyarakat luar Jember maupun masyarakat Jember itu sendiri yang disebabkan oleh kurangnya sarana informasi yang memadahi tentang objek wisata bahari di Kabupaten Jember sehingga berdampak terhadap minat wisatawan yang akan berkunjung.

Maka pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan kali ini adalah mengenai sarana yang efektif dan efisien bagi masyarakat khususnya masyarakat sekitar Kabupaten Jember dalam memperoleh informasi tentang wisata bahari di Kabupaten Jember sehingga masyarakat akan lebih mengetahui dan tertarik terhadap wisata bahari Kabupaten Jember yang diharapkan kemudian akan memberi dampak yang positif terhadap minat para wisatawan untuk berkunjung ke objek-objek wisata bahari yang ada di Kabupaten Jember.

3.2 Konsep Kreatif

Pendekatan pada media ini merupakan buku panduan wisata yang dapat menyajikan informasi yang akan disampaikan kepada target sasaran secara menyeluruh mengenai objek wisata bahari Kabupaten Jember.

Buku panduan wisata ini dirancang dengan cara yang sederhana agar target sasaran dapat memahami semua informasi yang ada dalam buku panduan wisata ini. Selain itu, buku panduan wisata inijuga memberikan penampilan visual yang menarik dengan menggunakan fotografi, ilustrasi, serta perpaduan antara warna,layout dan juga konten buku yang terlihat menarik namun juga memudahkan pengguna untuk memahami informasi-informasi yang ada dalam buku tersebut.

3.3 Konsep Media

Media yang digunakan dalam menyampaikan dan membagikan informasi mengenai objek-objek wisata bahari di Kabupaten Jember adalah buku panduan wisata. Buku panduan wisata merupakan media yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi secara masif dan juga efektif

Buku panduan wisata yang merupakan media utama dalam perancangan ini untuk membantu para wisatawan mendapatkan informasi mengenai objek-objek wisata bahari Kabupaten Jember ini memiliki beberapa konten yang sangat membantu para wisatawan antara lain informasi lokasi objek wisata bahari Jember, peta lokasi objek-objek wisata bahari di Kabupaten Jember yang akan membantu para wisatawan mengetahui lokasi dari objek, dan informasi lainnya yang dibutuhkan oleh para wisatawan.

3.4 Konsep Visual

Pada konsep visual yang digunakan dalam merancang buku panduan wisataini ada beberapa gambaran yang akan disampaikan yaitu antara lain adalah sebagai berikut :

1. *Wild*
2. *Simple Layout*
3. *Nautical Color Branding*

Perancangan ini akan menggunakan layout *manuscript grid dan p*enggunaan ilustrasi dalam buku panduan wisata ini mengadaptasi gaya *flat design* yang dikombinasikan dengan fotografi sehingga lebih memperjelas tentang informasi yang ingin disampaikan. Jenis huruf yang digunakan pada perancangan buku panduan wisata ini adalah huruf yang masuk dalam kategori *sans serif.* Pemilihan huruf ini bertujuan untuk mempermudah pembaca dan wisatawan untuk membaca dengan nyaman dan tidak menimbulkan kesan yang kaku dengan konten-konten yang terdapat dalam buku.

Font Logo :

1. Font Judul – Gloss And Bloom

   ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1. Rage Italic

   ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

   abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Font Konten Buku :

2. Font Judul – Gloss And Bloom

   ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

3. Font Isi – Bakersfield

   ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

   Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Warna yang digunakan dalam perancangan buku panduan wisata ini adalah warna-warna yang sering muncul dan berkaitan dengan laut dan juga alam itu sendiri yang memiliki karakter menenangkan dan menyenangkan dan juga tidak mengganggu pandangan mata saat membaca.

Gambar 1. Warna Perancangan
Sumber : *Dokumentasi Pribadi*

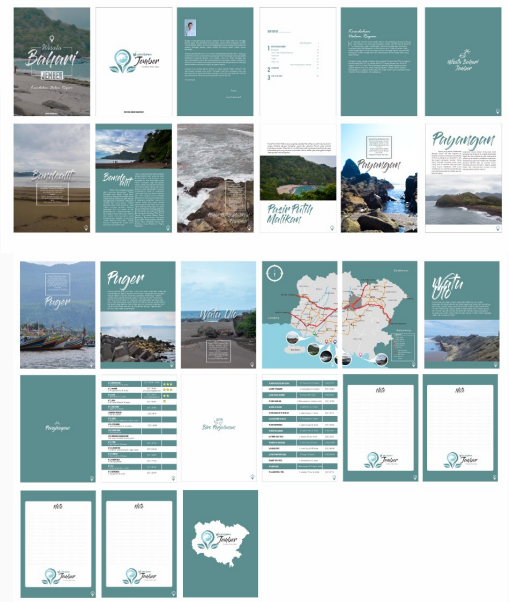
Logo wisata yang dibuat tetap disesuaikan dengan konsep pesan dan juga target *audience* yang sudah ditentukan. Dengan menggunakan penggayaan yang dinamis agar terlihat fleksibel dan juga tidak menimbulkan kesan yang kaku.

3.5 Hasil Perancangan

3.5.1 Logo

Gambar 2. Logo Wisata Bahari Jember
Sumber : *Dokumentasi Pribadi*

3.5.2 Layout



Gambar 4.9 Bentuk Perancangan Layout

Sumber : *Dokumentasi Pribadi*

3.6 Media Pendukung

3.6.1 Poster

Gambar 4.10 Poster

Sumber : *Dokumentasi Pribadi*

3.6.2 Stiker

Gambar 4.11 Stiker Wisata Bahari Jember

Sumber : *Dokumentasi Pribadi*

3.6.3 Banner

Gambar 4.12 X Banner Wisata Bahari Jember

Sumber : *Dokumentasi Pribadi*

3.6.4 T-Shirt

Gambar 4.13 T Shirt Wisata Bahari Jember

Sumber : *Dokumentasi Pribadi*

3.6.5 Totebag

Gambar 4.14 Totebag Wisata Bahari Jember

Sumber : *Dokumentasi Pribadi*

3.6.6 Keychain

Gambar 4.15 Keychain Wisata Bahari Jember

Sumber : *Dokumentasi Pribadi*

4. Kesimpulan

Dari latar belakang yang sudah penulis paparkan, ide dari perancangan buku panduan wisata untuk obyek wisata bahari Jember ini didasari oleh permasalahan yang terjadi antara lain karena kurangnya minat dari para wisatawan untuk berkunjung ke obyek wisata bahari dii Jember.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, ada beberapa faktor yang menyebabkan obyek wisata bahari di Jember kurang dikenal dan tidak menjadi tujuan utama bagi para calon wisatawan. Salah satunya adalah karena tidak adanya media promosi yang khusus untuk wisata bahari di Jember.

Dengan lengkapnya rancangan media promosi berupa buku panduan wisata untuk obyek wisata bahari Kabupaten Jember ini diharapkan mampu memberikan dampak yang positif terhadap minat para calon wisatawan yang akan berkunjung ke Jember dan juga mempermudah para calon wisatawan dalam mencari akses dan lokasi dari lokasi wisata yang dimaksud.

Daftar Pustaka
Sumber Buku

Abdi, Yuyung. (2012). *Photography From My Eyes.* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Armstrong, dan Kotler. (2003). Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta : PT. Indeks Gramedia.

Baran, Stanley J. Alih Bahasa: Manalu, S. Rouli. (2012). Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya. Jakarta: Erlangga.

Becherel, Lionel. Vellas, Francois. (2008). Pemasaran Pariwisata Internasional. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Chafid Fandeli. (1995). Dasar-dasar Manajemen Kepariwisataan Alam. Liberty: Yogyakarta

Creswell, J.W. (2013). *Research Design* Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed; Edisi Ketiga. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Darmaprawira, Sulasmi. (2002). Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya. Bandung, ITB.

Hadinoto, Kusudianto. (1996). Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata. Jakarta: UI Press.

Hasan, Ali. (2015). Tourism Marketing. Yogyakarta: *Center for Academic Publishing Service.*

Hembree, Ryan. (2008). *The Complete Graphic Designer. Rockport, Massachusetts.*

Kusrianto, Adi. (2009). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: C.V Andi.

Nathalia, Kirana & Lia Anggraini S. (2014). Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk pemula. Bandung : Nuansa Cendekia.

Rangkuti, Freddy. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus *Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Richardson, I John & Martin Fluker. (2004). *Understanding and Managing Tourism*. Australia: Pearson Education Australia.

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

Sandra Moriarty, dkk. (2011). ADVERTISING. Jakarta: KENCANA.

Santrock, J.W. (2007). Psikologi Perkembangan. Edisi 11 Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2013). Metodologi Penelitian Visual dari Seminar ke Tugas Akhir. Bandung: C.V Dinamika Komunika.

Sutopo, Ariesto Hadi dan Adrianus Arief. (2010). Terampil Mengolah Data Kualitatif dengan NVIVO. Jakarta : KENCANA.

Sumber Lain

Molly E. Holzschlag, *Creating Color Scheme* diakses dari http://repository.usu.ac.id/bitstream diakses pada 20 November 2016

Maria Pia Adiati, Anwar Basalamah. KONDISI PARIWISATA BERKELANJUTAN DI BIDANG SOSIAL BUDAYA BERDASAR PENGALAMAN DAN HARAPAN PENGUNJUNG DI PANTAI TANJUNG PAPUMA, JEMBER. http://download.portalgaruda.org/article diakses pada 17 November 2016

Pria Dwi Afianto, Aryo Bayu Wibisono, ST., M.Med.Kom. Jurnal Desain Komunikasi Visual UPN "Veteran" Jatim Vol. 2 Tahun 2013, 34. BUKU PANDUAN WISATA KOTA JEMBER. http://eprints.upnjatim.ac.id/4241/1/06.PDF diakses pada 17 November 2016

Visual Art Trader., (2015), DATABASING VISUAL ART:Establishing a Global Framework for Visual Style, www.visualarttrader.co.uk/news.cfm?nid=1227, diakses pada tanggal 20 November 2016