

PERANCANGAN MEDIA EDUKASI TENTANG GAYA HIDUP CAPSULE WARDROBE UNTUK MENGATASI MASALAH LIMBAH PAKAIAN UNTUK KALANGAN REMAJA

Amelia Salsabila Pane¹, Idhar Resmadi², Olivine Alifaprilina Supriadi³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*

Ameliapane@student.telkomuniversity.ac.id, idharresmadi@telkomuniversity.ac.id,

olivineas@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Perkembangan dan tren *fashion* yang cepat berganti membuat produksi *fashion* menjadi berlebihan. Proses produksi maupun sisa pakaian ini tidak hanya berdampak buruk bagi lingkungan, tetapi juga kesehatan masyarakat. Pencemaran air hingga pemanasan global tentu akan mempengaruhi kualitas hidup masyarakat. Penelitian ini berfokus pada perancangan media informasi yang ditujukan kepada remaja sebagai pengguna produk *fashion* terbanyak di dibandingkan kelompok usia lainnya. Data penelitian dikumpulkan melalui metode wawancara, observasi, studi pustaka, dan kuisioner kepada 112 responden. Hasil analisa deskriptif dan matriks menunjukkan bahwa responden memahami dampak yang ditimbulkan oleh *fast fashion* terhadap lingkungan. Namun, minimnya paparan media edukasi mengenai *capsule wardrobe* membuat responden tetap mengikuti perkembangan tren *fashion* agar tetap *up to date*. Di sisi lain, media edukasi mengenai dampak sisa pakaian terhadap lingkungan pun belum memberikan solusi praktis untuk mengatasi dampak tersebut. Oleh karenanya, perancangan media informasi ini bertujuan untuk mengedukasi remaja tersebut untuk menggunakan gaya hidup *capsule wardrobe* sebagai solusi untuk mengurangi limbah lingkungan.

Kata Kunci: *Capsule Wardrobe, Fast Fashion, Gaya Hidup, Kerusakan Lingkungan, Media Informasi*

Abstract: *The rapid development and trend of fashion make fashion production redundant. The production process as well as the waste of these clothes not only adversely affect the environment, but also public health. Bad impacts such as water pollution and global warming will certainly affect the quality of life of the community. This study focuses on the design of information media aimed at adolescents as the most users of fashion products compared to other age groups. Research data were collected through interviews, observations, literature studies, and questionnaires to 112 respondents. The results of the descriptive analysis show that respondents understand the impact caused by fast fashion on the environment. However, the lack of exposure to educational media about capsule wardrobe makes respondents proceed to follow the current fashion trends. That being said, educational media about the impact of clothing waste on the environment has not provided practical solutions to overcome these impacts. Therefore, the design of this*

information media aims to educate the adolescent to use the capsule wardrobe lifestyle as a solution to reduce environmental waste.

Keywords: *capsule wardrobe, fast fashion, lifestyle, environmental damage, information media*

PENDAHULUAN

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Dengan perkembangan dan tren *fashion* yang semakin cepat berganti, konsumen diberikan berbagai pilihan produk *fashion*. Ramadani (2022) mengutip informasi dari Badan Pusat Statistik yang mengatakan bahwa pertumbuhan *fashion* meningkat menjadi 15.29%. Jika dibandingkan dengan 20 tahun lalu, produksi pakaian telah melonjak sebanyak 400% saat ini. Sejalan dengan hal tersebut, cepatnya perkembangan dan tren *fashion* tersebut membuat produksi *fashion* menjadi berlebihan. Proses produksi *fashion* dan sampah pakaian yang tidak terjual tersebut dapat berdampak buruk bagi lingkungan. Pencemaran air hingga pemanasan global merupakan salah satu contoh kerusakan lingkungan yang mempengaruhi kualitas hidup masyarakat.

Rizati (2022) dalam Alvara Research Center mengatakan bahwa 56% generasi Z dan 43% millennial cenderung rutin berbelanja pakaian dibandingkan dengan barang-barang lainnya. Sebagai pengguna produk *fashion* terbanyak, diperlukan sebuah media informasi untuk meningkatkan pemahaman kelompok remaja ini terhadap dampak yang ditimbulkan *fast fashion* terhadap lingkungan. Media informasi ini juga perlu memberikan penjelasan mengenai gaya hidup yang mendukung pelestarian lingkungan dengan menggunakan produk *fashion* yang ada.

Media edukasi yang digunakan ditujukan untuk memberikan proses pembelajaran, perhatian, emosi, serta merangsang pikiran agar persepsi pembaca tentang suatu perubahan tercipta setelah menggunakan media edukasi tersebut (Suhendar, Hidayat, & Resmadi, 2022). Sudiman dkk (2007) membagi media

edukasi menjadi media visual, media audio, dan media audio visual. Tujuan dari penggunaan media edukasi ini adalah untuk mempermudah pembelajaran, mengefisienkan proses pembelajaran, mendukung pencapaian target pembelajaran melalui materi yang diberikan, serta membantu konsentrasi pelajar (Sanaky, 2022).

LANDASAN TEORI

Media edukasi

Menurut Resmadi (2022) media edukasi merupakan segala sesuatu yang mempunyai tujuan seperti proses pembelajaran, perhatian, emosi, merangsang pikiran agar terciptanya sebuah persepsi serta perubahan yang lebih baik setelah menggunakan media edukasi.

Buku

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan buku sebagai lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong, atau kitab. Awalnya, buku digunakan sebagai sarana untuk menyimpan tulisan sakral yang terkait dengan agama dan filsafat. Namun saat ini, buku digunakan sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan pengetahuan, ilmu, novel, roman, puisi, kisah, biografi, sejarah, dokumen, dan sebagainya (Suparno, Muktiyo, dan DN, 2016).

Desain Komunikasi Visual

Sedangkan menurut Resmadi (2022) Desain Komunikasi Visual merupakan suatu proses pemecahan masalah dalam sebuah media komunikasi yang di tangkap kemudian diproses secara visual. Dilakukan dengan merancang sebuah elemen grafis yang memiliki tiga aspek fokus diantaranya aspek penonton, aspek gambar dan aspek pembuat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman remaja mengenai dampak lingkungan yang disebabkan oleh *fast fashion* melalui gaya hidup *capsule wardrobe*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskripsi dan analisis matriks. Analisis deskriptif adalah sebuah metode dimana peneliti mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya. Data-data tersebut disusun, diolah, dan dianalisis untuk menggambarkan masalah yang ada. Gambaran tersebut biasanya ditampilkan dalam bentuk tabel biasa atau tabel frekuensi, grafik, diagram batang, diagram garis, diagram lingkaran, ukuran pemusatan data, ukuran penyebaran data dan sebagainya (Sugiyono, 2010). Sedangkan analisis matriks digunakan pada proses perbandingan objek visual penelitian dengan pesaingnya. Data-data yang dibandingkan antara lain tipografi, warna, serta layout.

Data penelitian ini dikumpulkan melalui metode wawancara, observasi, studi pustaka, dan kuisisioner. Peneliti melakukan wawancara kepada dua orang narasumber yang merupakan praktisi pada bidang *fashion*. Narasumber pertama adalah Syafa Kalis Shakhrati yang merupakan seorang *upcycling artist*. Sedangkan narasumber kedua adalah Intan Anggita Pratiwie yang merupakan seorang peneliti *sustainable fashion* serta *upcycling artist*. Peneliti juga melakukan wawancara kepada pengguna produk *fast fashion*, yaitu Sabrina Febrianti Nurfakhira dan Putri Bintang Andreena yang saat ini berprofesi sebagai mahasiswa.

Dalam melakukan observasi, peneliti mengunjungi beberapa gerai toko *fast fashion* seperti Uniqlo, h&m, Pull and bear, serta Zara dalam jangka waktu dua bulan, peneliti menemukan adanya perubahan model baju pada display toko yang kerap berubah dalam waktu 3 minggu sampai satu bulan.

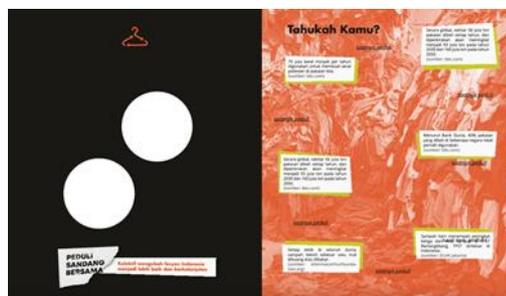
Dalam melakukan studi pustaka, peneliti menggunakan 3 buah sumber pustaka. Ketiganya adalah buku “Dunia dalam Lemari” yang ditulis oleh Intan Anggita Pratiwie, zine “Fashion Revolution” yang disusun berdasarkan kolaborasi 80 artis, serta zine “Peduli Sandang” yang disusun oleh tim penulis Peduli Sandang.



Gambar 1 Buku Dunia dalam lemari
Sumber : Amelia Salsabila Pane (2023)



Gambar 2 Zine fashion revolution
Sumber : Amelia Salsabila Pane (2023)



Gambar 3 Zine Peduli sandang
Sumber : Amelia Salsabila Pane (2023)

Responden kuesioner penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 18-22 tahun. Pemilihan rentang usia tersebut didasari oleh artikel yang disebutkan oleh Rizati (2022) yang mengatakan bahwa generasi Z dan Y merupakan kelompok usia yang lebih banyak membelanjakan uangnya untuk membeli pakaian dibandingkan dengan barang-barang lainnya.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil wawancara dengan praktisi menunjukkan bahwa *capsule wardrobe* dapat di mulai dari dalam diri sendiri, serta kesadaran kita untuk ikut serta membantu lingkungan, meninggalkan sikap *fear of missing out* terhadap suatu tren mode.

keberlanjutan dapat dimulai berawal dari dalam lemari sendiri. Mulai dengan gerakan 4R (reduce, repair, recycle, reuse) gunakan baju bekas secara turun temurun, perbaiki yang bisa diperbaiki, pertimbangkan pembelian satu helai pakaian untuk usia pemakaian yang panjang, daur ulang semua yang bisa di gunakan kembali untuk menambah nilai suatu barang.

Sedangkan hasil wawancara dengan pengguna produk *fast fashion* menunjukkan bahwa pemahaman tentang fast fashion yang sudah familiar di kalangan remaja namun belum semua memahami tentang capsule wardrobe. Media yang hadir untuk mensosialisasikan hal ini juga kebanyakan masih berputar di media digital dan masih jarang muncul lewat media cetak.

Kedua user menyatakan bahwa alasan sebelumnya mereka tidak mengetahui capsule wardrobe karena topik ini jarang di bahas, dan mereka awalnya memang belum terlalu peduli dengan istilah fashion. Hal terpenting bagi mereka adalah up to date dengan penampilan serta trend fashion yang sedang terjadi. Dan capsule wardrobe masih jarang muncul di media sosial hal tersebut membuat topik ini menjadi awam di kalangan remaja.

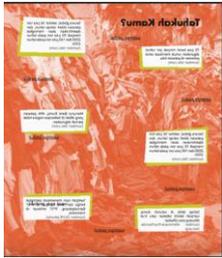
Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap toko penjual produk *fast fashion* menunjukkan bahwa dalam jangka waktu tiga minggu sampai satu bulan terdapat pergantian tren *fashion*. Toko-toko tersebut juga memberikan potongan harga untuk produk-produk yang sudah tidak sesuai dengan tren sehingga mendorong pembelian dari pengguna produk *fast fashion*.

Hasil dari kuesioner menunjukkan bahwa, pembelian baju selama satu tahun di dominasi sebanyak satu sampai lima kali oleh 48 responden dari total 112 responden. Faktor yang paling dominan membuat seseorang ingin membeli pakaian adalah model pakaian tersebut terbukti dengan 95 responden yang memilih opsi ini. Sebanyak 103 responden mengetahui istilah *fast fashion* dan 107 nya menyadari dampak yang ditimbulkan *fast fashion* akan lingkungan. Sebanyak 78 responden pernah melihat media yang mengedukasi seputar dampak *fast fashion* serta cara alternatif untuk beralih ke *sustainable fashion* di Indonesia, dan 84 diantaranya melihat hal ini melalui media sosial. Sebanyak 56 responden mengetahui *capsule wardrobe* namun sebanyak 60 responden menyatakan remaja di Indonesia tidak memiliki sumber media edukasi yang memadai perihal penggunaan *Sustainable fashion* serta *capsule wardrobe*. Preferensi media edukasi cetak yang diminati untuk edukasi *capsule Wardrobe* didominasi oleh 60 responden yang memilih buku dengan pilihan konten yang menampilkan banyak foto serta desain yang minimalis.

Audiens sudah memahami konsep *fast fashion* namun mereka belum paham dengan sosialisasi *capsule wardrobe*. Selama ini perolehan informasi tentang *fast fashion* banyak beredar di sosial media. Kehadiran media cetak seperti zine dan buku dapat menjadi media alternatif untuk penyebaran interaksi tentang *fast fashion*.

Hasil studi pustaka menunjukkan bahwa

Tabel 1 perbandingan karya sejenis

Nama Buku	Dunia dalam lemari	Zine Fasion Revolution	Zine Peduli Sandang
Sampel visual			
Tipografi	<p>Tipografi yang di gunakan masih terbilang standar dari tingkat keterbacaan, namun belum di temukan adanya penggunaan jenis Tipografi Dekoratif pada buku ini.</p>	<p>Zine ini memiliki tingkat keterbacaan yang cukup baik dari sisi tipografi pun di temukan adanya penggunaan font dekoratif pada beberapa bagian halaman.</p>	<p>Penggunaan Tipografi pada zine ini cukup beragam, tingkat keterbacaan nya pun tergolong baik serta pemilihan tipografi pada bagian headline serasi dengan kalimat di bawah nya.</p>
Layout	<p>Penggunaan tata letak yang di gunakan masih terbilang sangat universal dengan alur yang mudah, masih sedikit di temukan adanya permainan</p>	<p>Untuk penggunaan tata letak ada beberapa bagian yang di temukan memiliki penggunaan tata</p>	<p>Layout yang di gunakan cukup menarik karena tidak monoton, hal ini di rasa akan menambah daya tarik pada</p>

	<p>tata letak pada buku ini. Namun tata letak yang di gunakan terlalu padat sehingga kesan yang di timbulkan terlalu padat.kemunculan ilustrasi juga di rasa kurang perlu dan malah menambah kesan yang terlalu penuh dalam satu halaman.</p>	<p>letak yang sistematis, namun di temukan beberapa permainan tata letak dalam beberapa bagian halaman.</p>	<p>zine ini karna tentu saja target market generasi z lebih tertarik dengan sesuatu yang tidak dinamis dan universal.</p>
Warna	<p>Warna yang digunakan masih tergolong sedikit namun dengan begitu buku ini dirasa lebih minimalis dengan penggunaan warna yang minimal.</p>	<p>Terdapat beberapa warna yang di gunakan dalam zine ini kebanyakan muncul dari gambar. Zine ini juga masih dikatakan cukup minimalis.</p>	<p>Penggunaan warna pada zine ini cukup beragam namun tetap seirama, sehingga hal ini membuat pembaca semangat untuk membalik halaman secara terus menerus.</p>

Ketiga sampel di atas merupakan perbandingan antara 3 media cetak yang mengangkat tentang bahaya sampah pakaian dan lingkungan, ketiga media di atas tidak memberika solusi praktis seperti hal nya *dos and don'ts*, serta kurangnya penerapan warna, tipografi serta layout yang cocok untuk di terapkan pada buku maupun zine sesuai yang digemari oleh target audiens.

Sumber : Amelia Salsabila Pane (2023)

Maka dapat disimpulkan bahwa pengguna produk *fast fashion* memiliki pemahaman terhadap dampak lingkungan dari penggunaan produk tersebut. Hanya saja, minimnya media edukasi yang dapat memberikan saran praktis mengenai produk *fashion* membuat pengguna terus membeli produk *fast fashion* agar tetap *up to date* dengan perkembangan dan tren *fashion*.

KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Konsep pesan

Berdasarkan data hasil kuisioner berupa kurangnya media edukasi cetak mengenai dampak *fast fashion* terhadap lingkungan serta istilah *capsule wardrobe* yang masih belum familiar di kalangan remaja. Maka pesan yang ingin disampaikan oleh perancang meliputi dimana perancang bisa memperkenalkan gaya hidup keberlanjutan dalam segi berpakaian dengan cara yang solutif serta praktis. Maksud kata kunci *sustainable* di sini adalah bagaimana cara anak muda bisa memulai untuk menggunakan barang-barang *fashion* dari lemari sendiri tanpa harus membeli yang baru serta, membagan sebuah lemari kapsul dimana koleksi pakaian yang dimiliki dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama. Perancang juga ingin menyampaikan informasi berisi tata cara untuk anak muda memecahkan masalah pada limbah pakaian yang semakin menumpuk dengan cara yang praktis serta solutif dengan mengedukasi limbah yang di timbulkan dari

produksi pakaian serta jenis-jenis bahan pakaian yang paling sering mencemari lingkungan.

Kata kunci : Gaya hidup *Sustainable*, solutif, praktis.

Konsep media

Dari hasil analisis, merancang media cetak berupa buku dapat menjadi media pendukung guna mencapai tujuan pembelajaran melalui materi pembelajaran. Maka dari itu dalam hasil perancangan ini buku akan menjadi media utama sebagai alat edukasi untuk menginformasikan *capsule wardrobe* kepada remaja.

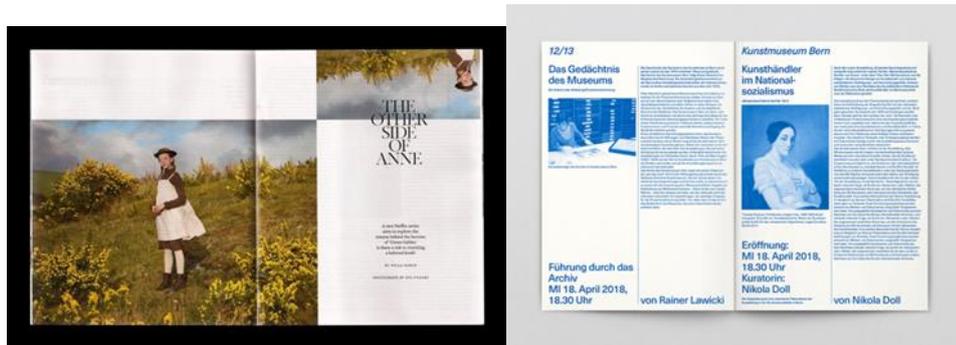
Konsep Kreatif

Konsep kreatif yang digunakan dalam buku edukasi ini adalah dengan mengganti poster ajakan untuk beralih ke *sustainable fashion* menjadi sebuah buku edukasi. Serta mengkombinasikan fitur-fitur seperti scan barcode di ujung halaman buku untuk kemudian dapat di sambungkan ke link dengan beragam pilihan seperti tempat yang menjual pakaian-pakaian *slow fashion*, kegiatan komunitas yang mendukung gerakan *slow fashion*, (kalender kegiatan). Dilanjut dengan menyesuaikan isi dari yang sebelumnya hanya penjelasan deskriptif di internet menjadi sebuah buku edukasi yang memuat banyak informasi seputar *sustainable fashion* yang menyediakan solusi praktis di dalamnya.

Konsep visual

Layout

Dalam perancangan ini jenis layout yang akan di gunakan di antaranya meliputi two mortises layout dimana teks dan gambar disajikan secara berdampingan dimana kedua hal ini saling memvisualisasikan secara deskriptif. Poster layout dimana sebagian besar diisi dengan gambar dengan sedikit teks. Terakhir Multipanel layout yang di bagi menjadi beberapa bidang dengan visual yang sama berisi gambar-gambar.



Gambar 4 layout
Sumber : Amelia Salsabila Pane (2023)

Tipografi

Buku ini memiliki target audiens remaja dewasa menengah ke atas dimana teks pada buku ini menggunakan jenis huruf sans serif yang mudah terbaca namun tetap simple serta dekoratif sebagai judul dan aksan yang *catchy*. Jenis font yang di gunakan yaitu , univers lt std serta Androgy Demo sebagai tipografi dekoratif.

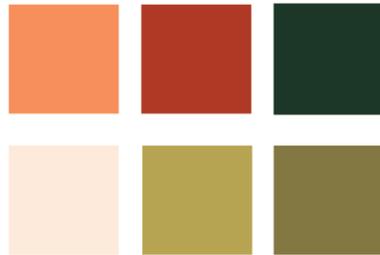
Lorem ipsum dolo
 Utinam habemus assueverit et est. Elit
 Ex eam nusquam commune. Vis eu pe
 Lorem ipsum dolor sit amet, te quaesti
 Utinam habemus assueverit et est. Elit pertinacia mea no. At
 Ex eam nusquam commune. Vis eu perpetua interesset. Utro
 Lorem ipsum dolor sit amet, te quaestio dignissim repudianda
 Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem

Gambar 5 Font
Sumber : Amelia Salsabila Pane (2023)

Warna

Pemilihan warna pada buku ini akan didominasi dengan warna putih serta aksan warna hijau dan oranye karena warna ini kerap diasosiasikan dengan lingkungan yang memberikan kesan harmoni dan keseimbangan. Penggunaan

warna oranye digunakan untuk kemudian menimbulkan rasa penasaran serta ketertarikan untuk konten di dalam nya.



Gambar 6 Warna
Sumber : Amelia Salsabila Pane (2023)

**Hasil Perancangan
Media utama**



Gambar 7 Hasil perancangan
Sumber : Amelia Salsabila Pane (2023)

Media Pendukung



Gambar 8 Media pendukung
Sumber : Amelia Salsabila Pane (2023)

KESIMPULAN

Sebuah media edukasi dibutuhkan untuk meningkatkan pemahaman remaja mengenai dampak negatif yang timbul dari penggunaan *fast fashion*. Selain itu, dibutuhkan juga saran praktis mengenai penggunaan produk *fashion* yang telah dimiliki sebagai solusi untuk mengatasi masalah pencemaran lingkungan. Untuk lebih menambah pemahaman para remaja, diperlukan visual yang menarik yang disertai dengan contoh pemakaian produk *fashion* yang sudah dimiliki. Kurangnya media edukasi mengenai saran praktis penggunaan produk *fashion* yang telah dimiliki membuat kalangan remaja tetap menjadi konsumen produk *fast fashion* agar tetap *up to date*.

Berdasarkan tujuan yang dipaparkan yaitu untuk Meningkatkan kesadaran Remaja untuk lebih peka terhadap dampak yang di timbulkan dari konsumsi fast fashion adalah alasan mengapa perancang memilih buku karena dengan hadirnya media buku, diharapkan remaja mempunyai banyak pilihan untuk mengkonsumsi informasi perihal fashion serta dampak yang di timbulkan terhadap lingkungan.

Hal ini juga berhubungan dengan tujuan kedua dimana perancang ingin Meningkatkan pemahaman Remaja untuk memahami dan beralih dari fast fashion ke sustainable fashion dengan membangun capsule wardrobe.

Selain itu perancangan media cetak di buat karna dari hasil kuisisioner sebanyak 53.6% atau 60 responden menyatakan preferensi media edukasi cetak yang disukai untuk edukasi *Capsule Wardrobe* adalah buku. Maka perancang ingin mengedukasi Remaja untuk mulai membangun capsule wardrobe dengan menghadirkan media buku edukasi.

Penelitian ini tentunya masih memiliki celah untuk perbaikan di masa yang akan datang. Diperlukan sebuah kombinasi media edukasi untuk semakin meningkatkan pemahaman pembaca mengenai penggunaan *capsule wardrobe* sebagai suatu gaya hidup untuk mendukung kelestarian lingkungan. Di samping itu, tidak menutup kemungkinan akan ada solusi-solusi lain terkait penggunaan *fashion* dengan tetap mendukung kelestarian lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Peduli Sandang. (2021, 31 Juli). Di Balik Pakaian Kita. *Peduli Sandang*.
https://issuu.com/pedulisandangbersama/docs/zine_psb_vol.01
- Ramadani, Prasasti Nur Rahmania. (2022, November 2). *Fast Fashion Waste, Limbah yang Terlupakan*. ITS News.
<https://www.its.ac.id/news/2022/11/02/fast-fashion-waste-limbah-yang-terlupakan/>
- Rizati, Monavia Ayu. (2022, Juli 8). *Gen Z dan Millenial Banyak Beli Pakaian saat Belanja Online*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/gen-z-dan-milenial-banyak-beli-pakaian-saat-belanja-online>
- Sanaky, Hujair A.H. (2011). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Kaukaba.

- Sudiman, Arif S., dkk. (2007). *Media Pendidikan: Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendar, Neng Andini Mulya, Hidayat, Syarip, Resmadi, Idhar. (2022). Perancangan Media Edukasi mengenai Tradisi dan Kebudayaan Tidung. *e-Proceeding of Art & Design*, 8(6), 2926-2935.
- Aisyah, Soedewi Sri, Resmadi, Idhar. (2022). Perancangan purwarupa aplikasi tentang penggunaan produk sustainable and clean beauty pada remaja perempuan di kota bandung. *e-Proceeding of Art & Design : Vol.8, No.5 Oktober 2022 | Page 3393*
- Suyanto, M. (2004). *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi (cetakan ke-3)*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. (1989). *Kamus Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2022, Oktober). <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/buku>.
- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset
- Landa, Robin. (2019). *Graphic Design Solutions (6th edition)*. Boston: Delmar Cengage Learning
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar (cetakan ke-11)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.