

# PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PATRIOT BASKETBALL ACADEMY DI KOTA SEMARANG

Karlita Mulyono , Adji Nugroho, M.Sn, Muh. ARIFFUDIN ISLAM, M. Sn

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

Jl. Nakula 5 - 11, Semarang, 50131, 024-3517261

Email : [karlitamulyono@yahoo.co.id](mailto:karlitamulyono@yahoo.co.id) , [muhariffudin@gmail.com](mailto:muhariffudin@gmail.com)

---

## ABSTRACT

*PATRIOT Basketball Academy is one school basketball standing in Semarang about 5 years ago, but over time, the school basketball is still less well known by the community of Semarang. The problems that need to be studied is how to design the concept of a media campaign and determine the type of media to introduce PATRIOT Basketball Academy in accordance with the target audience of Semarang so as to increase the income PATRIOT Basketball Academy. By analyzing the strengths, weaknesses, opportunities and threats are owned by PATRIOT Basketball Academy, then it would have been the right strategy for designing the concept of the appropriate media campaign that includes information SWOT analysis Free Trial Class and Coaching clinic. The design will be done through the print media and communicative strategies directed expected to be introduced at the same time able to attract the target to join the PATRIOT Basketball Academy. The selected media is, posters, magazine ads, leaflet, x-banner, stickers, jersey, polo shirts, ambient media (trash) and greeting cards.*

*Keywords: Media, PATRIOT Basketball Academy, Design, Promotion, Basketball School*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

PATRIOT Basketball Academy merupakan sekolah basket yang ada di Kota Semarang yang mengajar dan melatih bola basket sesuai kurikulum dan kelas yang telah disediakan. PATRIOT Basketball Academy didirikan awalnya untuk menambah pendapatan dari GOR Knights Stadium. Namun setelah berjalan kurang lebih 5 tahun ini, perkembangan sekolah basket ini masih belum signifikan, bahkan mengalami penurunan jumlah anggota yang cukup banyak. Pada bulan Agustus hingga September 2012 yang awalnya memiliki anggota 40 anak, berkurang hingga 20 anak. Hingga sekarang jumlah anggota masih kurang lebih hanya 20 anak. Selama berjalannya PATRIOT Basketball Academy, sekolah basket ini memang sangat minim promosi sehingga mengakibatkan sekolah basket ini kurang dikenal masyarakat bola basket Kota Semarang. (Sumber: wawancara)

Melihat penurunan yang cukup banyak tersebut ini jelas mengurangi pendapatan PATRIOT Basketball Academy. Setelah lama sekolah basket ini tidak dipromosikan, maka sekolah basket ini mulai dilupakan masyarakat bola basket Kota Semarang. Kurangnya promosi diduga mengakibatkan PATRIOT Basketball Academy ini kurang dikenal lagi oleh masyarakat bola basket Kota Semarang. Penulis akan merancang media promosi untuk lebih mengenalkan PATRIOT Basketball Academy kepada masyarakat bola basket di Kota Semarang sehingga dapat menambah pendapatan PATRIOT Basketball Academy.

## 1.2. Rumusan Masalah

Melihat latar belakang diatas, dapat dibuat sebuah rumusan masalah dalam perancangan iklan komersial ini yaitu, Bagaimana merancang konsep media promosi dan menentukan jenis media guna mengenalkan PATRIOT Basketball Academy sesuai dengan target khalayak Kota Semarang .

## 1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalahnya yakni merancang media promosi PATRIOT Basketball Academy ini yang langsung bisa diterima oleh konsumen dengan Visualisasi yang digunakan fotografi penyebaran media promosi akan difokuskan ke area Semarang. Batasan Target Audience dan Target Marketing

- a. Geografis: Masyarakat yang tinggal di Semarang
- b. Demografis: Laki-laki/perempuan usia 6-16 tahun
- c. Pendidikan: SD sampai SMP
- d. Psikografis: Orang-orang yang menyukai olahraga bola basket

## 1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ini adalah merancang konsep media promosi guna mengenalkan PATRIOT Basketball Academy sesuai target khalayak dengan memilih media yang tepat digunakan.

## 1.5. Manfaat Perancangan

Perancangan Iklan Komersial ini memiliki manfaat bagi:

### 1.5.1 Bagi PATRIOT Basketball Academy:

- Manfaat perancangan media promosi ini bagi PATRIOT Basketball Academy adalah lebih mengenalkan PATRIOT Basketball Academy di masyarakat bola basket Kota Semarang sehingga jika seseorang ingin memilih sekolah basket mereka akan mempercayakan PATRIOT Basketball Academy sebagai pilihannya.
- Dari perancangan media promosi ini diharapkan dapat menambah dan meningkatkan pendapatan bagi PATRIOT Basketball Academy dalam sisa masa kontrak GOR Knights Stadium.
- PATRIOT Basketball Academy mampu bersaing dengan kompetitor yang telah ada.

### 1.5.2 Bagi Masyarakat

Manfaat bagi masyarakat adalah terciptanya media promosi yang sesuai sehingga lebih mengenal PATRIOT Basketball Academy.

### 1.5.3 Bagi Universitas Dian Nuswantoro

Memberi masukan tentang *problem solving brand loyalty* pada konsumen

### 1.5.4 Bagi Penulis

Menambah pengalaman dalam membuat media promosi yang memiliki klien secara real dan menerapkan beberapa teori dan ilmu yang telah didapat selama di bangku perkuliahan.

## 1.6. Tinjauan Teori

### a. Teori Perancangan

Menurut Al-Bahra Bin Ladjamudin dalam bukunya yang berjudul Analisis & Desain Sistem Informasi (2005 : 39), menyebutkan bahwa, Perancangan adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendesign sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternatif sistem yang terbaik.

Menurut My Earth dalam makalahnya yang berjudul Perancangan sistem dan Analisis, menyebutkan bahwa: "Perancangan adalah suatu kegiatan membuat desain teknis berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan pada kegiatan analisis. Berdasarkan definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perancangan adalah suatu pola yang dibuat untuk mengatasi masalah yang dihadapi perusahaan atau organisasi setelah melakukan analisis terlebih dahulu.

b. Teori Media

Kata media, merupakan bentuk jamak dari kata "medium", yang secara etimologi berarti perantara atau pengantar. Menurut Arsyad (2002: 4) media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju. Kata media berasal dari bahasa Latin yaitu *medius* yang artinya tengah, perantara.

Dari beberapa penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa media adalah alat untuk menyampaikan informasi kepada penerima dan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian agar terjadi komunikasi yang efektif dan efisien.

c. Teori Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan yang memiliki peran penting dalam dunia usaha yang berguna sebagai pendorong agar penjualan dapat meningkat sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. (Rangkuti, 2009: 17)

Pemasaran menurut Kotler adalah suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi, serta distribusi sejumlah barang dan jasa. Untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi.

Dari pengertian-pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses dalam sebuah bidang usaha dimana perencanaan, konsep, harga, promosi, dan ide dari sejumlah barang dan jasa merupakan hal penting di dalamnya yang bertujuan agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

d. Teori Promosi

Pengertian promosi menurut Michael Ray adalah koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. (Morissan, 2007: 13). Pengertian promosi menurut Kotler (1992), promosi mencakup semua alat-alat bauran pemasaran (*marketing mix*) yang peran utamanya adalah lebih mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk. Pengertian promosi menurut Stanton (1993) adalah memberi informasi kepada konsumen, menghibau dan mempengaruhi khalayak ramai. (Rangkuti, 2009: 49).

Dari pendapat-pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa promosi adalah sebuah kegiatan memberi informasi, menghibau dan membujuk konsumen tentang sebuah produk agar produk tersebut dibeli oleh konsumen.

e. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats terlibat dalam suatu proyek atau dalam bisnis usaha. Hal ini melibatkan penentuan

tujuan usaha bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang baik dan menguntungkan untuk mencapai tujuan itu.

## 2. METODE

### a. Analisis SWOT

Analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT yaitu menganalisis menggunakan elemen kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh produk barang atau jasa yang akan diiklankan. Kelemahan dari PATRIOT Basketball Academy adalah kurangnya media promosi sehingga sekolah basket ini kurang dikenal oleh masyarakat.

Tabel Tabel 1 (tabel data SWOT)

<p><b>Strengths ( Kekuatan )</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) PATRIOT Basketball Academy memberikan <i>Free Trial Class dan Coaching Clinic</i> dari pelatih-pelatih sekolah Karangturi kepada siswa PATRIOT Basketball Academy.</li> <li>2) PATRIOT Basketball Academy memberikan pilihan kelas untuk 2-3 kali pertemuan dalam seminggu, namun beban biaya ditentukan oleh jumlah pertemuan yang diikuti. Hal ini tidak akan merugikan siswa yang memiliki jadwal benturan dengan aktifitas lain di samping latihan PATRIOT Basketball Academy.</li> </ol>	<p><b>Weaknesses ( Kelemahan )</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Kurangnya media promosi mengakibatkan PATRIOT Basketball Academy kurang dikenal oleh masyarakat maka akan banyak calon siswa yang memilih kegiatan lain atau bahkan memilih kompetitor lain..</li> </ol>
<p><b>Opportunities ( Peluang )</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Hampir setiap sekolah di Semarang memiliki ekstra kurikuler (ekskul) bola basket</li> </ol>	<p><b>Threats ( Ancaman )</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Jadwal kegiatan sekolah yang padat menjadi ancaman siswa untuk mendaftar dan bergabung dengan PATRIOT Basketball Academy.</li> <li>2) Kompetitor lain yang telah berdiri lebih lama</li> </ol>

Tabel 2 (Matrix SWOT)

<p><b>Internal</b></p>	<p><b>Strength / Kekuatan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3) PATRIOT Basketball Academy memberikan <i>Free Trial Class dan Coaching Clinic</i> dari pelatih-pelatih sekolah Karangturi kepada siswa PATRIOT Basketball Academy.</li> <li>4) PATRIOT Basketball Academy memberikan pilihan kelas untuk 2-3 kali pertemuan dalam seminggu, namun beban biaya ditentukan oleh jumlah pertemuan yang diikuti. Hal</li> </ol>	<p><b>Weakness / Kelemahan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Kurangnya media promosi mengakibatkan PATRIOT Basketball Academy kurang dikenal oleh masyarakat maka akan banyak calon siswa yang memilih kegiatan lain atau bahkan memilih kompetitor lain..</li> </ol>
------------------------	---	---

<p><b>Eksternal</b></p>	<p>ini tidak akan merugikan siswa yang memiliki jadwal benturan dengan aktifitas lain di samping latihan PATRIOT Basketball Academy.</p>	
<p><b>Opportunity / Peluang</b></p> <p>2) Hampir setiap sekolah di Semarang memiliki ekstra kurikuler (ekskul) bola basket</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>S1,O1:</b> PATRIOT Basketball Academy memberikkan Free Trial Class dan Coaching Clinic yang dapat meningkatkan kemampuan bermain bola basket siswa yang tergabung dalam ekskul bola basket di sekolahnya</li> <li>• <b>S2, O1:</b> PATRIOT Basketball Academy memiliki jadwal latihan yang dapat diatur sesuai kebutuhan siswa sehingga tidak berbenturan dengan ekskul bola basket di sekolah.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>W1,O1:</b> Kurangnya media promosi dapat ditutup dengan mengadakan promosi mengenalkan PATRIOT Basketball Academy kepada ekskul di sekolah-sekolah di Semarang</li> </ul>
<p><b>Threat / Ancaman</b></p> <p>3) Jadwal kegiatan sekolah yang padat menjadi ancaman siswa untuk mendaftar dan bergabung dengan PATRIOT Basketball Academy.</p> <p>4) Kompetitor lain yang telah berdiri lebih lama</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>S1,T2:</b> Dengan membuat media promosi yang memberikan informasi kelebihan PATRIOT Basketball Academy diharapkan dapat bersaing dengan kompetitor yang ada.</li> <li>• <b>S2,T1:</b> Jadwal kegiatan sekolah yang padat dapat diatur diatasi dengan memilih pilihan kelas yang tepat bagi siswa PATRIOT Basketball Academy.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>W1,T2:</b> Kurangnya promosi dapat mengakhibatkan calon siswa beralih ke kompetitor karena masyarakat kurang mengenal PATRIOT Basketball Academy.</li> </ul>

### Kesimpulan Analisis SWOT

Dari analisis data di atas, Penulis memilih analisa S1, O1 yaitu PATRIOT Basketball Academy memberikan Free Trial Class dan Coaching Clinic yang dapat meningkatkan kemampuan bermain bola basket siswa yang tergabung dalam ekskul bola basket di sekolahnya. Dari analisis tersebut maka akan dirancang beberapa media promosi yang mengemas kelebihan PATRIOT Basketball Academy untuk mengenalkan kelebihan PATRIOT Basketball Academy dan mengajak para siswa untuk bergabung dengan PATRIOT Basketball Academy.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### a. Final Desain

##### 1. Iklan poster pada Majalah atau Katalog Pendidikan

Iklan poster pada Majalah atau Katalog Pendidikan menampilkan fotografi seorang anak yang mengulurkan tangan sebagai bahasa non verbal sebuah ajakan. Headline yang ditampilkan adalah “*I’m PATRIOT Let’s join with us!!*” dengan font Fargo Faro NF, Athletic dan Forte. Untuk Body copy, font yang digunakan adalah 20th Century Font. Warna yang digunakan dominan dengan warna orange dan biru tua sebagai warna identitas PATRIOT Basketball. Logo dan alamat diletakan pada sisi bawah.



Gambar 4.1 Final Desain Iklan poster pada Majalah dan Katalog Pendidikan

2. Iklan Poster (Ukuran 29,7cm x 42cm)

Konsep desain untuk iklan poster yang akan disebar ke sekolah-sekolah sama dengan iklan poster pada Majalah atau Katalog Pendidikan, namun model yang digunakan berbeda. Ukuran yang akan dicetak adalah ukuran A3.



Gambar 4.2 Final Desain Iklan poster

3. Leaflet (Ukuran 14,8cm x 21cm)

Konsep desain untuk media *leaflet* adalah mengangkat informasi coaching clinic yang diberikan oleh PATRIOT Basketball Academy setiap seminggu sekali. Headline yang ditampilkan adalah “Coaches Time”. Warna yang digunakan untuk desain ini masi dominan warna biru tua dan orange.



Gambar 4.3 Final Desain Leaflet

#### 4. X-Banner

Media *X-Banner* akan memberikan informasi *Free Trial Class*. Konsep desain *X-Banner* menampilkan fotografi seorang anak yang mendribel bola di atas papan strategi bola basket lengkap dengan *ring*, *cone* dan peluit. Alat-alat tersebut ditampilkan karena sering digunakan saat berlatih bola basket. Keasyikan dalam berlatih bola basket di PATRIOT Basketball Academy dikemas dengan editing foto yang diharapkan dapat menarik target audiens primer yaitu anak-anak hingga remaja. Ukuran *X-Banner* yang akan dicetak adalah 60cm x 160cm. *X-Banner* akan diletakan pada stand saat pameran.



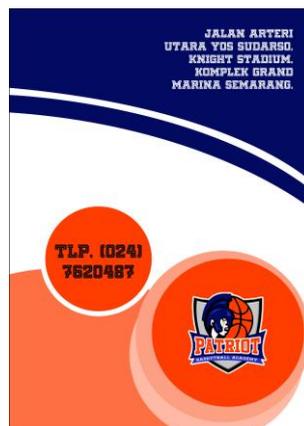
Gambar 4.4 Final Desain X-Banner

5. Buku Profil (Ukuran 14,8cm x 21cm.)

Buku profil PATRIOT Basketball Academy berisi tentang berdirinya PATRIOT Basketball Academy, Visi, informasi tentang *Free Trial Class*, Pilihan Kelas, dan *coaching clinic*. Setiap desain layout dan fotografi yang ditampilkan setiap halaman berbeda, namun ada kesamaan pemilihan warna dari cover hingga isi halaman dipilih warna dominan biru tua dan orange.



Gambar 4.5 Final Desain Buku profil halaman 1



Gambar 4.6 Final Desain Buku profil halaman 2



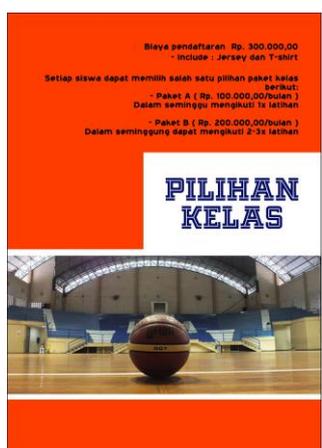
Gambar 4.7 Final Desain Buku profil halaman 3



Gambar 4.8 Final Desain Buku profil halaman 4



Gambar 4.9 Final Desain Buku profil halaman 5



Gambar 4.10 Final Desain Buku profil halaman 6



Gambar 4.11 Final Desain Buku profil halaman 7

6. *Jersey* atau Seragam Latihan

*Jersey* atau Seragam Latihan PATRIOT Basketball Academy akan didesain sederhana. Dibagian depan menampilkan tulisan “PATRIOT” dan logo ada di bagian dada sebelah kiri sebagai identitas. Di bagian belakang hanya menampilkan nomer punggung setiap anak sehingga *jersey* ini dapat digunakan dalam latih tanding atau *sparing*. Font yang digunakan adalah Athletic. Jersey akan dibuat dengan 2 warna baju yang bisa dibolak balik dan 1 warna celana yaitu 1 baju warna biru tua, 1 baju warna putih dan 1 celana warna biru tua.



Gambar 4.12 Final Desain *jersey away*



Gambar 4.13 Final Desain *jersey home*



Gambar 4.14 Final Desain *jersey celana*

#### 7. *Polo Shirt*

Desain *Polo shirt* menampilkan tulisan logo PATRIOT Basketball Academy sebagai identitas dengan dominasi warna biru dan warna orange di bagian leher dan lengan .



Gambar 4.15 Final Desain *Polo shirt*

#### 8. *Company Stationery Set*

*Company Stationery Set* terdiri dari kop surat, amplop, dan kartu pembayaran yang semuanya memuat informasi tentang PATRIOT Basketball



9. *Ambient Media* (Tempat Sampah)

Tempat sampah merupakan salah satu media yang dipilih untuk promosi dalam bentuk *ambient media*. Tempat sampah ini akan didesain menyerupai ring basket dan diberikan logo PATRIOT Basketball Academy di papannya. Target audiensnya adalah murid sekolah, sehingga tempat sampah ini akan dibagikan di sekolah-sekolah tertentu di Semarang. Media promosi tempat sampah ini sebagai iklan pengingat PATRIOT Basketball Academy. Papan yang berisi logo dan tulisan “*I’m PATRIOT Let’s Join us!!*” akan diletakan di dinding dan di bawahnya di letakan tempat sampah.



Gambar 4.19 Final Tempat Sampah

10. Stiker (ukuran 9x4cm)

Setelah menampilkan setiap kalimat “*I’m PATRIOT Let’s join us!!*” pada iklan poster dan t-shirt maka kalimat ini dipilih untuk dicetak sebagai stiker yang akan dibagikan kepada siapa saja yang berkunjung ke stand pameran PATRIOT Basketball Academy. Logo juga akan ditampilkan pada stiker ini. Stiker akan digunakan sebagai iklan pengingat untuk PATRIOT Basketball Academy.



Gambar 4.20 Final Desain stiker

11. Kartu Ucapan Ulang tahun

Desain kartu ucapan ulang tahun dibuat model pop up agar lebih menarik dan audiens mau menyimpannya lebih lama. Kartu ucapan ulang tahun dipilih

sebagai salah satu media promosi PATRIOT Basketball Academy dengan tujuan agar menumbuhkan kepercayaan audiens yang telah memilih sekolah basket ini. Logo PATRIOT Basketball Academy akan tetap ditampilkan dalam kartu ucapan ini sebagai identitas.



Gambar 4.21 Final Desain kartu ucapan

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Iklan komersial yang dapat membuat jasa sekolah basket PATRIOT Basketball Academy tersebut dapat dikenal oleh masyarakat yaitu dengan menggunakan iklan lini atas berupa majalah atau katalog pendidikan dengan isi pesan yang mengajak bergabung dan memberikan informasi bahwa PATRIOT Basketball Academy memberikan *Free Trial Class* dan *Coaching Clinic*.

Jenis media yang digunakan untuk *visual branding* PATRIOT Basketball Academy adalah dengan menggunakan *visual merchandising* yang didesain semenarik mungkin dengan tidak lupa mencantumkan logo PATRIOT Basketball Academy agar masyarakat mudah mengingat sekolah basket ini. *Merchandise* lebih banyak digunakan sebagai media promosi PATRIOT Basketball Academy karena target audiens primer adalah anak-anak. Beberapa *merchandise* akan dibagikan pada saat pendaftaran PATRIOT Basketball Academy.

Tujuan perancangan dari promosi PATRIOT Basketball Academy adalah mengajak target audiens bergabung dengan menonjolkan *Free Trial Class* dan *Coaching Clinic* yang diberikan oleh PATRIOT Basketball Academy. Namun seperti yang kita semua tau bahwa masyarakat selalu menginginkan bukti nyata dari kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Perancangan ini akan lebih berhasil jika prestasi atau kualitas dari PATRIOT Basketball Academy ini dapat dilihat dan dirasakan oleh masyarakat Kota Semarang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Kusrianto. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Agus S, Madjadikara, (2004). *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Alexander, Morissan. (2007). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.

- A, Shimp, Terence.** (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu, Jilid I ( edisi 5)*, Jakarta: Erlangga.
- Atep Adya Barata.** (2003). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Gramedia.
- Belch, George E., Belch, Michael A.** (2009). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perpective*. 8th Edition. New York : McGraw-Hill.
- Husein, Umar.** (2002). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia.
- Jonathan Sarwono dan Hary Lubis.** (2007). *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Erlangga.
- Lee, Monle dan Johnson Carla.** (2004). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Prenada Media.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller.** (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy.** (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia PustakaUtama
- Sanyoto, Sadjiman Ebd.** (2006). *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press
- Tim Pengembang Ilmu Pendidikan FIP UPI.** (2007). *Ilmu Dan Aplikasi Pendidikan*. Bandung: Grasindo Intima
- Tjiptono, Fandy.** (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset