

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI RCM DJ SCHOOL DI KOTA PADANG

Alvino Atinri¹, M. Nasrul Kamal
Prodi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Bahasa dan Seni
Email: alvinoatinri@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari perancangan ini adalah merancang media promosi yang efektif dan efisien untuk mengenalkan kepada calon konsumen sehingga mendapat jasa yang dijual. Salah satunya dengan media audio visual, yang mana media audio visual sangat banyak dilihat pada zaman sekarang ini.

Metode analisis yang digunakan adalah 5W+2H (*what, who, where, when, why, how dan how much*) untuk menemukan solusi dari masalah yang dihadapi.

Perancangan ini menghasilkan sebuah *audio visual* dalam bentuk video promosi yang dapat menampilkan gambar dan suara sebagai media utama, dan juga didukung oleh beberapa media lainnya yaitu: Poster, Baju Kaos, Baliho, *totebag, Stiker, X-Banner* sebagai penunjang media utama dan sebagai media promosi.

Kata Kunci: DJ, RCM *DJ SCHOOL*, Promosi

RCM DJ SCHOOL PROMOTION VIDEO DESIGN IN PADANG CITY

Alvino Atinri¹, M. Nasrul Kamal²
Visual Communication Design Study Program
Faculty of Language and Art
Email : alvinoatinri@gmail.com

ABSTRAK

The purpose of this design is to design effective and efficient promotional media to introduce potential customers so that they get the services they sell. One of them is the audio visual media, which is very much an audio visual media seen in the current era.

The analytical method used is 5W + 2H (what, who, where, when, why, how and how much) to find solutions to the problems encountered.

This design produces an audio visual in the form of a promotional video that can display images and sound as the main media, and is also supported by several other media, namely: Poster, T-Shirt, Billboard, Totebag, Sticker, X-Banner as supporting the main media and as a promotional media.

Keywords: DJ, RCM DJ SCHOOL, Promotion

A. Pendahuluan

Pada saat ini musik berkembang diseluruh dunia dan terbagi dalam beberapa genre musik, salah satu genre musiknya adalah *Electronic Dance Music* atau yang sering disebut sebagai musik *EDM* dan orang yang memainkan musik *EDM* ini disebut dengan *Disc Jockey* atau yang sering disebut dengan DJ.

Musik DJ di gemari di kalangan remaja dan di operatorkan oleh seorang DJ atau *disc jockey*, yaitu seorang yang terampil dalam memilih dan memutar rekaman musik untuk para pendengar yang menginginkan. Seorang DJ adalah seseorang yang hidup dengan memainkan, meracik, memodifikasi, dan menghibur audiensnya dengan memutar lagu-lagu yang diatur sedemikian rupa tanpa putus/*continue*, sehingga orang yang mendengarnya pun akan senantiasa terhibur.

Di kota Padang pun sedang banyak berkembang dan sedang marak-maraknya dunia permusikan, terutama dunia musik *Electronic*. Di kalangan para anak muda di kota Padang pun sedang gencar-gencarnya ingin menjadi seorang DJ. Maka dari itu tidak sedikit sekolah DJ mulai berdiri di kota Padang, salah satunya adalah *RCM DJ SCHOOL* yang berdiri pada tanggal 1 mei 2017 berlokasi di Jl. Ranah Binuang no.30 A. (wawancara dengan *owner* Medy Riady tanggal 16 Maret 2019). *RCM* sendiri adalah singkatan dari PT Rancak Cipta Mandiri yang bergerak di dunia hiburan seperti halnya *event organizer* di Kota Padang.

Kendala proses pelaksanaan promosi *RCM DJ SCHOOL* yaitu konsumen atau user pada era teknologi dan digital sudah jauh lebih pintar dalam memilih layanan jasa yang dapat dipercayai, harga dan pelayanan yang di berikan oleh produsen, oleh karena itu akan sangat berpengaruh terhadap layanan jasa yang akan digunakan kosumen. *RCM DJ SCHOOL* memerlukan strategi promosi yang baik untuk meyakinkan kepada konsumen agar jasa yang dijual dapat diterima dengan baik.

Promosi adalah kegiatan memberitahukan produk atau jasa kepada masyarakat dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau

mengkonsumsinya. Dan memberikan informasi atau meyakinkan para konsumen yang potensial mengenai kegunaan suatu produk atau jasa dengan tujuan untuk mendorong konsumen baik melanjutkan atau memulai pembelian pada harga tertentu (Zebua 2016:55).

Media mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam kegiatan periklanan. Melalui media pesan dapat disampaikan dan diterima oleh panca indra manusia. sedangkan (Resi 2017:9) mengatakan media adalah suatu sarana yang dapat menghubungkan pelaku dengan masa yang bisa menimbulkan suatu kontak bagi yang menerimanya.

Video adalah alat yang dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan dan mempengaruhi sikap (Kustandi 2013:64).

Perancangan video promosi RCM *DJ SCHOOL* ini menjelaskan bagaimana keprofesionalan dari instruktur yang mengajar serta apa yang didapat setelah belajar di RCM *DJ SCHOOL*. Video promosi ini juga akan didukung oleh *talent* yang akan menjadi figur untuk memainkan alat DJ agar yang menonton video promosi tau bagaimana memainkan alat DJ yang sebenarnya.

B. Metode Perancangan

Kadir dalam Ridho Mandela (2017:39) menyebutkan bahwa perancangan adalah suatu kegiatan membuat sebuah desain berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan pada kegiatan analisis. Teori dan analisis di atas yang akan penulis pakai dalam perancangan video promosi RCM DJ SCHOOL.

Penulis meneliti dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Objek penelitian yang penulis gunakan dalam perancangan video promosi RCM DJ SCHOOL adalah sekolah musik RCM DJ SCHOOL. Data primer yang didapatkan melalui Wawancara dilakukan dengan saudara Medy Riady selaku *owner* dari RCM DJ SCHOOL pada tanggal 3 maret 2019 di Kota Padang. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi berupa tulisan

maupun foto yang di perlukan untuk perancangan video promosi tentang sekolah dj seperti pengelolaan, promosi dan permasalahannya untuk membantu perancangan karya.

Perancangan video promosi ini menggunakan metode analisis 5W2H. karena metode ini dapat mengoptimalkan segi promosi yang mendukung, serta meminimalisir segi negatif yang menghambat dalam proses perancangan. Selain itu promosi RCM *DJ SCHOOL* melalui video promosi belum pernah dilakukan sbelumnya. Analisis 5W1H ini membahas tentang apa objek yang akan dirancang (*What*), dimana akan dibuat (*Where*), kapan dipublikasikan (*When*), dan siapa target (*Who*), mengapa video promosi ini dibuat (*Why*), bagaimana membuat video promosi ini (*How*), Berapa biaya produksi (*How much*)

a. *What* (apa masalahnya?)

Promosi yang dilakukan dari pihak RCM *DJ SCHOOL* kurang informatif dan komunikatif dan belum pernah menggunakan media video, calon konsumen belum tau bahwa adanya sekolah DJ yang professional di kota Padang. Keprofesionalan dari RCM *DJ SCHOOL* dan semua keunggulannya menjadi tidak terekspos karena ketidaktahuan calon konsumen. Untuk itu perlu dirancang media promosi yang dapat menginformasikan kepada masyarakat maupun calon konsumen mengenai RCM *DJ SCHOOL*.

b. *Who* (siapa). Siapa target audiencenya?

Target audience dari perancangan promosi RCM *DJ SCHOOL* ini adalah kalangan remaja yang yang memiliki minat dan kesukaan dengan musik elektro dan berkeinginan menjadi seorang DJ yang professional.

c. *When* (Kapan), kapan masalah ini terjadi?

Masalah terjadi pada saat ini, dimana belum optimalnya promosi yang dilakukan oleh RCM *DJ SCHOOL*.

d. *Where* (dimana) dimana masalah ini terjadi?

Lokasi berada di jl. Ranah binuang no 30A di Kota Padang, Sumatera Barat. Dimna promosi yang dilakukan oleh pihak RCM *DJ*

SCHOOL belum optimal, sehingga banyak masyarakat maupun calon konsumen tidak mengetahui secara detail apa saja keunggulan dari RCM *DJ SCHOOL*.

e. *Why (kenapa), kenapa masalah ini terjadi?*

Promosi yang dilakukan oleh pihak RCM *DJ SCHOOL* belum optimal, promosi sebelumnya hanya menggunakan poster, brosur dan banner yang dirasa masih kurang informatif dan komunikatif.

f. *How (bagaimana), bagaimana cara mengatasi masalah ini?*

Penjelasan diatas, penulis memilih media promosi berupa video promosi, karena dilihat dari situasi dan perkembangan zaman dimana kemudahan akses internet membuat video promosi bisa dilihat kapan dan dimanapun, serta video promosi dapat menyampaikan informasi secara informatif dan komunikatif, yang mudah dimengerti bagi target *audience*.

7. *How Much (seberapa banyak), berapa biaya dan waktu yang di perlukan untuk produksi video promosi RCM DJ SCHOOL ?*

Biaya yang di perlukan untuk produksi video promosi RCM *DJ SCHOOL* ini diperkirakan Rp.6.000.000,- dan untuk waktu pengerjaan berkisar 2 bulan.

C. Pembahasan

1. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dari video promosi RCM *DJ SCHOOL* ini yaitu agar masyarakat dapat membandingkan dan memilih sekolah dj mana yang akan dipilih untuk belajar menguasai teknik-teknik dj agar nantinya bisa menjadi DJ yang professional. Karna video promosi ini berisi ke unggulan yang tidak dimiliki sekolah DJ lainnya.

2. Strategi Kreatif

Menentukan target *audien* adalah salah satu kegiatan penting untuk mengelompokan individu tertentu dalam target promosi yang ditunjukan dengan menggunakan segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis, segmentasi prilaku.

a. Segmentasi Geografis

Wilayah target audience dari video promosi RCM *DJ SCHOOL* secara umum adalah semua kalangan masyarakat di kota Padang.

b. Segmentasi Demografis

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Usia : 18-30 tahun (Remaja hingga Dewasa)

Pekerjaan : Umum

Alasan penulis memilih target *audience* ini karena diusia tersebut orang sudah bisa menentukan apa hobi atau profesi yang diinginkannya.

c. Segmentasi Psikografis

pada aspek psikografis target audience hendaknya memiliki ketertarikan dengan musik dan dunia per DJan.

d. Segmentasi Behavior/Prilaku

Untuk target audience ini yaitu masyarakat yang mempunyai keinginan menjadi seorang DJ professional.

3. Program Kreatif

Program kreatif dalam video promosi RCM *DJ SCHOOL* ini bertujuan untuk mengenalkan bagaimana dunia perDJan yang sebenarnya dan pengenalan studio RCM *DJ SCHOOL*, media utama yang digunakan adalah video promosi yang berdurasi 4 menit 19 detik yang dibuat semenarik mungkin dengan gaya monolog oleh satu orang *talent* yaitu Raka Dinari yang menjelaskan tentang perjalannya menjadi DJ sampai pada akhirnya membangun sekolah DJnya sendiri.

4. Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang penempatan, penataan huruf untuk mendapatkan kesan tertentu agar pembaca bisa mendapat informasi secara maksimal (Hendratman, 2017:191)

Jenis tipografi yang digunakan dalam perancangan video promosi RCM *DJ SCHOOL* ini adalah *Carimbia Math*, Menurut Kusnadi (2018:79) dalam bab II halaman 17. tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang seni cara mengolah huruf (termasuk simbol) dalam penerapannya melalui metode penataan tata letak, bentuk, ukuran dan sifatnya sehingga pesan yang akan disampaikan sesuai dengan harapan.

Pemilihan tipografi sangat mempengaruhi dalam apa yang dituliskan.

Carimbia Math

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0






D. Final Desain






1. Media Utama





Video promosi RCM *DJ SCHOOL* ini bertujuan untuk mengenalkan bagaimana dunia perDJan yang sebenarnya dan pengenalan studio RCM *DJ SCHOOL*, media utama yang digunakan adalah video promosi yang berdurasi 4 menit 19 detik yang dibuat semenarik mungkin dengan gaya monolog oleh satu orang *talent* yaitu Raka Dinari yang menjelaskan tentang perjalannya menjadi DJ sampai pada akhirnya membangun sekolah DJnya sendiri.





Tabel *.Storyboard*

Scene	<i>Visual</i>	<i>Angel</i>	<i>Shoot Size</i>	<i>Durasi</i>
1	 Opening	<i>High Level</i>	<i>CU</i>	2"
2		<i>Low Level</i>	<i>MS</i>	3"
3		<i>Eye Level</i>	<i>MS</i>	3"

4				6"
5	 <p data-bbox="357 875 552 909">Perkenalan diri</p>	<i>Eye Level</i>	<i>MS</i>	10"
6	 <p data-bbox="357 1249 817 1283">Cuplikan murid RCM <i>DJ SCHOOL</i></p>			38"
7	 <p data-bbox="357 1624 544 1657">Perkenalan DJ</p>	<i>Eye Level</i>	<i>MS</i>	12"
8		<i>Eye Level</i>	<i>CU</i>	5"

9		<i>Eye Level</i>	<i>MS</i>	5"
10	 <p data-bbox="357 904 571 940">Cuplikan alat DJ</p>	<i>High Level</i>	<i>CU</i>	3"
11	 <p data-bbox="357 1285 644 1321">Cuplikan mengajar DJ</p>	<i>Eye Level</i>	<i>CU</i>	15"
12		<i>Eye Level</i>	<i>MS</i>	12"
13		<i>Eye Level</i>	<i>CU</i>	4"

	Cuplikan di salah satu <i>music room</i>			
14	 <p>Penjelasan pengalaman DJ</p>	<i>Eye Level</i>	<i>MS</i>	21"
15		<i>Eye Level</i>	<i>MS</i>	4"
16	 <p>Cuplikan di studio RCM <i>DJ SCHOOL</i></p>	<i>High Level</i>	<i>MS</i>	4"
17	 <p>Cuplikan di <i>beergarden</i></p>	<i>Eye Level</i>	<i>MS</i>	4"

18	 <p data-bbox="357 607 799 640">Cuplikan di salah satu <i>music room</i></p>	<i>Low Level</i>	<i>LS</i>	3"
19	 <p data-bbox="357 987 756 1021">Perkenalan RCM <i>DJ SCHOOL</i></p>	<i>Eye Level</i>	<i>MS</i>	20"
20	 <p data-bbox="357 1368 820 1402">Cuplikan studio RCM <i>DJ SCHOOL</i></p>	<i>Low Level</i>	<i>CU</i>	3"
21	 <p data-bbox="357 1749 820 1783">Cuplikan studio RCM <i>DJ SCHOOL</i></p>	<i>Eye Level</i>	<i>ELS</i>	3"

22	 <p>Cuplikan studio RCM <i>DJ SCHOOL</i></p>	<i>Eye Level</i>	<i>LS</i>	3"
23	 <p>Cuplikan studio RCM <i>DJ SCHOOL</i></p>	<i>Eye Level</i>	<i>CU</i>	3"
24	 <p>Cuplikan studio RCM <i>DJ SCHOOL</i></p>	<i>High Level</i>	<i>MS</i>	4"
25	 <p>Penjelasan alat yang ada di RCM <i>DJ SCHOOL</i></p>	<i>Eye Level</i>	<i>MS</i>	10"

<p>26</p>	 <p>Penjelasan alat yang ada di RCM DJ SCHOOL</p>	<p><i>High Level</i></p>	<p><i>MS</i></p>	<p>2''</p>
<p>27</p>	 <p>Penjelasan alat yang ada di RCM DJ SCHOOL</p>	<p><i>High Level</i></p>	<p><i>CU</i></p>	<p>2''</p>
<p>28</p>	 <p>Penjelasan alat yang ada di RCM DJ SCHOOL</p>	<p><i>Eye Level</i></p>	<p><i>CU</i></p>	<p>3''</p>
<p>29</p>	 <p>Memberitahu media social yang bias</p>	<p><i>Eye Level</i></p>	<p><i>MS</i></p>	<p>15''</p>

	di hubungi dan lokasi dari RCM <i>DJ SCHOOL</i>			
30				7”
	Ending			

Keterangan :

ELS : Ekstrim Long Shot MS : Medium Shot
 CU : Close Up LS : Long Shot

Media utama merupakan inti dari pada karya akhir Video promosi RCM *DJ SCHOOL*. Video promosi di jadikan sebagai media utama pada pengerjaan karya akhir penulis karena belum adanya sistem informasi mengenai profil RCM *DJ SCHOOL*

Video promosi RCM *DJ SCHOOL* berisi dari seorang *owner* sekaligus DJ bernama Raka Dinari yang di wawancara dan menjelaskan pengalamannya menjadi seorang DJ dan apa saja pencapaian yang pernah ia dapat dalam pengalamannya menjadi seorang DJ dan pada akhirnya ia memutuskan untuk mengembangkan dan membagi ilmu yang di dapatnya dengan mebukun sekolah DJ, dan menjelaskan bahwa menjadi seorang DJ bias dijadikan sebuah profesi. Dan juga menjelaskan apa saja yang akan di ajarkan di RCM *DJSCHOOL* serta teknik-teknik dalam menjadi seorang DJ.

2. Media Pendukung

a. Poster



Gambar Final Desain Poster
Sumber :Alvino Atinri

Desain poster yang terpilih lebih menarik dengan perpaduan warna dan font yang seimbang, di tambah dengan foto *CDJ* dan *DJ* yang membuat poster menjadi lebih menarik lagi.

b. X-Banner



Gambar Final Desain X-banner
Sumber :Alvino Atinri

Desain x-banner yang digunakan memiliki konsep yang ssama, hanya *layout* yang berbeda. Desain x-banner menampilkan informasi kelas apa yang bisa di

c. Baju Kaos



Gambar Final Desain Baju Kaos
Sumber :Alvino Atinri

Final desain baju berwarna hitam dengan desain logo RCM *DJ SCHOOL* di sebelah kiri yang berwarna putih. Desain baju tidak memakai ilustrasi dan terlihat simpel.

d. Totebag



Gambar Final Desain Totebag
Sumber :Alvino Atinri

Final desain yang di gunakan adalah alternatif 1. Pada desain totebag ini sama seperti desain baju kaos, hanya penempatan logo RCM *DJ SCHOOL* terletak di tengah.

e. Stiker

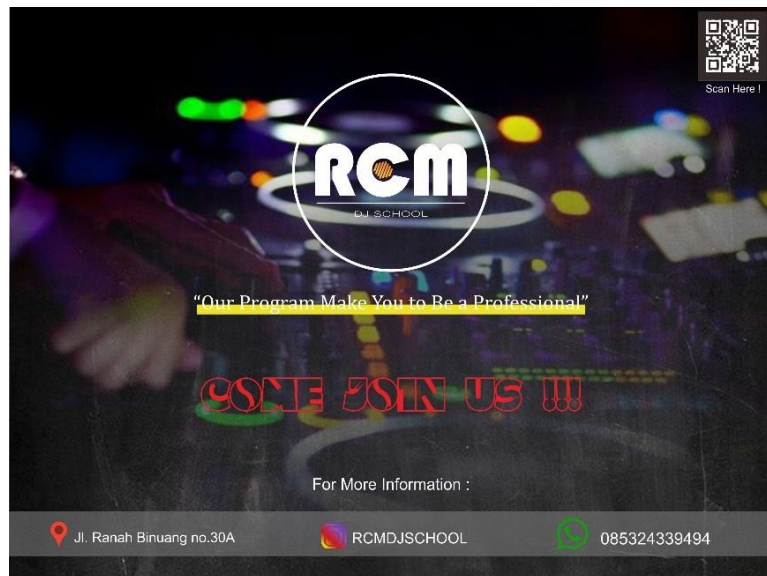


Gambar Final Desain Stiker

Sumber :Alvino Atinri

Final desain pada desain stiker ini menggunakan logo yang berbentuk lingkaran yang mana stiker terlihat elegan, simpel dan lebih modern.

f. Backdrop



Gambar Final Desain *Backdrop*
Sumber :Alvino Atinri

Backdrop merupakan media yang sering digunakan sebagai latar belakang dalam suatu *event*. *Backdrop* berfungsi sebagai media pendukung atau untuk mempermanis sebuah ruangan atau *display* suatu pameran.

E. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan masing-masing bab di atas mengenai video promosi RCM *DJ SCHOOL*, dapat diambil kesimpulan:

1. Dalam perancangan video promosi RCM *DJ SCHOOL* ini mempunyai beberapa tahapan dan strategi kreatif yang harus dilakukan antara lain :
 - a. Mengumpulkan data
 - b. Menentukan target audiens
 - c. Menetapkan strategi kreatif
 - d. Merancang *storyline* dan *storyboard*
 - e. Mempersiapkan pra-produksi, produksi dan pasca produksi
 - f. Merancang media pendukung

2. Video promosi RCM DJ SCHOOL yakni bertujuan untuk memperkenalkan dan menyampaikan informasi kepada target audien tentang dunia musik DJ
3. Video promosi RCM DJ SCHOOL diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat secara umum sehingga masyarakat mengetahui dan tertarik untuk belajar menjadi DJ yang baik dan tidak salah menilai tentang DJ
4. Video promosi merupakan media yang efektif, dan komunikatif untuk menyampaikan sebuah informasi untuk menarik minat audien dengan menampilkan suara dan gambar, sehingga informasi yang di sampaikan mudah dimengerti oleh penonton.

F. Saran

1. Bagi pemerintah Kota Padang agar bersama sama menghimbau masyarakat untuk kembali meningkatkan rasa nasionalisme kita terhadap negara Indonesia dan selalu menjaga moral agar terhindar dari perpecahan yang sedang marak pada saat ini.
2. Bagi pelajar Kota Padang supaya selalu mengingat jasa para tokoh pahlawan yang telah berjuang demi bangsa dan negara Indonesia serta menanamkan jiwa patriot sejak dini.
3. Diharapkan semakin banyaknya media pembelajaran yang mengikuti perkembangan zaman supaya tidak menimbulkan rasa jenuh terhadap pelajar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alizamar, & Couto, Nasbahry. 2016. *Psikologi Persepsi & Desain Informasi*. Yogyakarta: Media Akademi
- Fachruddin, Andi. 2012. *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana
- Fatih, Umar. 2018. Perancangan Video Promosi Kawasan Wisata Kabupaten Bogor. *Karya Ilmiah – Skripsi* (Online), 18.04.607. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/142339/slug/perancangan-video-promosi-kawasan-wisata-kabupaten-bogor.html> (diakses 23 januari 2018)
- Fitriah, Maria. 2018. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA
- Hanief, Shofwan. & Pramana, Dian. 2018. *Pengembangan Bisnis Pariwisata dengan Media Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Herginza, Ravy. 2018. Perancangan Video Promosi Kesenian Khas Cirebon. *Karya Ilmiah – Skripsi* (Online), 18.04.3175. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/147014/slug/perancangan-video-promosi-kesenian-khas-cirebon.html>
- Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kusnadi. 2018. *Dasar Desain Grafis*. Tasikmalaya: EDU PUBLISHER
- Kustandi, Cecep. 2013. *Media Pembelajaran Manual dan Digital*. (edisi 2). Bogor: Ghalia Indonesia
- Mabruri, Anton. 2013. *Manajemen Produksi Program Acara Televisi*. Jakarta: PT. Grasindo
- Mabruri, Anton. 2018. *Program Produksi TV Drama*. Jakarta:PT. Gramedia
- Mandela, Ridho. (2017). Perancangan Iklan Distro Invited Store Melalui Media Audio Visual. Universitas Negeri Padang.
- Nancy R. Tague, 2005, “ *The Quality Toolbox*”, dalam <http://dkv-unpas.blogspot.com/2012/04/5w2h-memahami-persoalan-sebelum-solusi.html>
- Pujiyanto. 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- RESI, B. S. M., Syafwandi, M. S., & Ariusmedi, M. S. (2017). *PERANCANGAN LOGO WISATA ALAM NGALAU INDAH DI KOTA PAYAKUMBUH*. *dekave*, 5(1).

- Rinaldo, Noki Mefran, and Syafwandi M Nasrul Kamal. "*Film Dokumenter Promosi Serak gulo Masyarakat India Turunan di Kota Padang.*" *dekave* 1.2 (2013).
- Sadiman, Arief S. & Rahardjo, R. & Haryono, Anung. & Rahardjito. 2012. *Media Pendidikan*. Yogyakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Sani, Fathnur. 2016. *Metodologi Penelitian Farmasi Komunitas dan Eksperimental*. Yogyakarta: CV. Budi Utama
- Unonongo, Wulanytha. 2015. *Fungsi Promosi dalam Meningkatkan Daya Beli Gadget Samsung di Kota Manado*. e-journal, (Online), Vol. IV. No.5. (<https://media.neliti.com/media/publications/92615-ID-fungsi-promosi-dalam-meningkatkan-daya-b.pdf> (diakses 23 Januari 2019))
- Wikipedia, 2019, <https://id.wikipedia.org/wiki/Disjoki>, 22 maret 2019
- Yin, K, Robert. 2013. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Zebua, Manahati. 2016. *Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah*, Yogyakarta: CV. Budi Utama