

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL BOOKLET
PROMOSI PARIWISATA DANAU KEMBAR ALAHAN PANJANG**

JURNAL



YANDRI OLGA PUTRA

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2016**

PERSETUJUAN JURNAL
PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL BOOKLET
PROMOSI PARIWISATA DANAU KEMBAR ALAHAN PANJANG

Artikel ini disusun berdasarkan Laporan Karya Akhir "*Perancangan Komunikasi Visual Booklet Promosi Pariwisata Danau Kembar Alahan Panjang*" untuk persyaratan wisuda periode Maret 2016 yang telah diperiksa dan disetujui oleh kedua dosen pembimbing.

YANDRI OLGA PUTRA

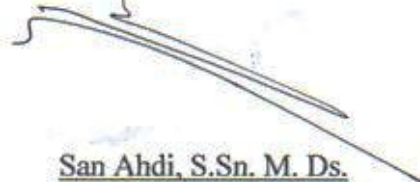
Padang, 20 Februari 2016

Dosen Pembimbing I



Drs. Syafwandi, M.Sn.
NIP. 19600624.198602.1.003

Dosen Pembimbing II



San Ahdi, S.Sn. M. Ds.
NIP. 19791216.200812.1.004

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VSUAL BOOKLET
PROMOSI PARIWISATA DANAU KEMBAR ALAHAN PANJANG**

Yandri Olga Putra¹, Drs. Syafwandi, M.Sn.², San Ahdi, S.Sn. M. Ds.³

Program Studi Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email : yandriolga@gmail.com

Abstrak

Danau Kembar terletak di jalan lintas Padang - Muara Labuh, yaitu Danau Diatas dan Danau Dibawah. Objek wisata yang elok ini berada di Nagari Alahan Panjang, masyarakat luar daerah masih banyak yang tidak mengetahui keberadaan pariwisata dan seperti apa wisata Danau Kembar tersebut dan tidak mengetahui ada villa. Dinas pariwisata hanya melakukan promosi yang belum optimal. Diharapkan dengan adanya perancangan media *booklet* ini dapat membantu menciptakan informasi untuk masyarakat dan membuat masyarakat luar mengetahui adanya pariwisata Danau Kembar yang berada di Alahan Panjang. Dari hasil survey dan pengamatan penulis tertarik membuat media promosi *booklet* supaya menjadi pemandu informatif yang bisa menjadi bahan koleksi untuk menambah wawasan.

Metode yang digunakan dalam perancangan booklet adalah dengan pendekatan analisis *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)*. Disamping media utama booklet yang simpel juga menjelaskan keindahan dan informasi yang ada di wisata Danau Kembar. Selain media utama booklet, juga didukung dengan media pendukung ,seperti stiker, x banner, poster, baju, cangkir, brosur, kalender, dan gantungan kunci yang bertujuan mempromosikan wisata Danau Kembar. Perancangan media booklet ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi masyarakat, serta dapat menambah wawasan dalam dalam mengembangkan media promosi dan pengetahuan tentang wisata Danau Kembar.

Kata Kunci : Wisata, Danau Kembar, Promosi, Booklet.

¹ Mahasiswa penulis Laporan Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode Maret 2016

² Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang

³ Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

Abstract

Twin Lakes is located on the causeway Padang - Muara Labuh, namely lake above and below lake. This beautiful tourist attraction located in Nagari Alahan Panjang, people outside the region are still many who are unaware of what kind of tourism and travel Twin Lakes and did not know of the villa. Office pariwisata only promotion that is not optimal. Hopefully, by the design of this booklet media can help create the information to the public and make people aware of the tourism outside the Twin Lakes area in Alahan Panjang. From the survey results and observations writers interested in making a media campaign in order to become a guide informative booklet which could be material to broaden the collection.

The method used in the design of the booklet is to approach the analysis of SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Besides the main media simple booklet also explains the beauty and tourist information in Twin Lakes. In addition to major media booklet, is also supported by the supporting media, such as stickers, x banners, posters, shirts, mugs, brochures, calendars, and keychains which aims to promote tourism in Twin Lakes. The design of this booklet media is expected to provide information to the community, and can add insight to develop a media campaign and knowledge about Twin Lakes.

Keywords: Travel, Twin Lakes, Promotion, Booklet.

A. Pendahuluan

Danau Kembar terletak di jalan lintas Padang - Muara Labuh, yaitu Danau Diatas dan Danau Dibawah, Danau Diatas dan Danau Dibawah mempunyai ukuran yang hampir sama sehingga disebut Danau Kembar, meskipun disebut Danau Kembar Danau Diatas dan Danau Dibawah memiliki ketinggian berbeda, Danau Diatas memiliki ketinggian 1525 m, sedangkan Danau Dibawah berada di ketinggian 1458 m. Danau Kembar mempunyai cuaca dingin karena lokasinya berada di dataran tinggi Sumatera Barat yaitu suhu yang berkisaran rata – rata 20⁰c.

Di daerah ini kita bisa menemukan beberapa tempat wisata, baik itu yang telah dikelola secara formal maupun tempat wisata yang terbentuk secara

alami seperti pemandangan Gunung Talang yang indah dan kesegaran hijau Kebun Teh. Di sepanjang perjalanan Padang – Alahan Panjang tidak akan ada kata bosan karena akan di jumpai jalan yang berkelok dan hamparan bukit – bukit, perjalanan yang mendaki menurun membuat perbedaan sangat terasa yang begitu memikat mata untuk selalu menikmati keasrian yang tidak ditemukan ditempat tempat lain. Alahan Panjang adalah Nagari yang kaya dengan Danau di Sumatera Barat yaitu Danau Diatas, Danau Dibawah, dan Danau Talang. Nama Danau Kembar sendiri merupakan sebutan untuk Danau Diatas dan Danau Dibawah, yang lokasi kedua Danau berdekatan dan memiliki kondisi alam yang mirip.

Objek wisata yang elok ini berada di Nagari Alahan Panjang, berjarak sekitar ± 60 km dari Kota Padang. Dari Danau Kembar tersebut wisata Danau Diatas ini lebih menjanjikan di bandingkan Danau di bawah, karena lokasinya yang berada di pinggir jalan Padang – Muara Labuh. Selain mudah dijangkau Danau Diatas juga mempunyai pemandangan yang sangat indah dan mempunyai villa di dekat Danau, sehingga para pengunjung bisa menginap, Sedangkan Danau Dibawah tidak begitu dekat dengan jalan raya, sehingga orang tidak bisa melihat di sepanjang perjalanan karena lokasi Danau Dibawah tidak berada di pinggir jalan raya Padang – Muara Labuh, tetapi keindahan Danau Dibawah tidak kalah bagus dengan keindahan Danau Diatas.

Danau Dibawah memiliki panorama yang indah sehingga kita dapat memanjakan mata dengan bisa melihat keseluruhan Danau Dibawah. Meski keberadaannya yang berada di jalan raya Padang – Muara Labuh sebagai

lintas, tidak menjamin masyarakat luar mengetahui adanya pariwisata Danau Kembar yang berada di Alahan Panjang, masyarakat luar daerah masih banyak yang tidak mengetahui keberadaan pariwisata dan seperti apa wisata Danau Kembar tersebut, masyarakat luar daerah pun tidak mengetahui ada villa yang bisa menginap di pariwisata tersebut.

Dinas pariwisata hanya melakukan promosi dengan memasang baliho kecil dan spanduk di tepi jalan padang – muara labuh yang prinsip – prinsip dan unsur desain pun tidak optimal, baik dari segi warna, tata letak, font, dan estetika. Prinsip – prinsip dan unsur harus menjadi acuan dalam penggarapan media promosi, untuk dapat menarik minat *target audience*. Untuk itu perlu diterapkan pemakaian media yang informatif dan komunikatif yang menjadi pusat perhatian, oleh sebab itu perancangan promosi yang tepat sasaran sangat perlu dibandingkan promosi yang sudah ada sebelumnya. Dengan adanya promosi ini, diharapkan masyarakat lebih mengetahui, mengenal wisata Danau Kembar.

Dari hasil survey dan pengamatan penulis tertarik membuat media promosi *booklet* supaya menjadi pemandu informatif yang bisa menjadi bahan koleksi untuk menambah wawasan. Media *booklet* dipilih telah mempertimbangkan faktor efektif dan kepuasan dari target audience untuk dapat mempengaruhi khalayak ramai. Berdasarkan keterangan diatas penulis akan merancang sebuah media *booklet* yang berukuran 20 cm x 20 cm. Pada

isi booklet akan di lampirkan denah lokasi, informasi, dan foto – foto yang membuat orang melihat tertarik untuk mengunjungi wisata Danau Kembar.

Dengan keindahan Danau Kembar yang menawan maka dari itu promosi yang efektif dan informative sangatlah diperlukan, sehingga lokasi Danau Diatas dan Danau Dibawah (Danau Kembar) dan apa yang disajikan lebih banyak lagi di ketahui keberadaannya.

B. Promosi

Promosi adalah pemasaran suatu barang atau jasa, promosi bertujuan untuk merangsang pembelian ditempat, menurut Kasali (1995:10) promosi adalah “bauran komunikasi pemasaran (marketing communication mix), yaitu suatu perpaduan antara periklanan, penjualan, personal, dan pubisitas”. Di dalam promosi terdapat *advertising, sales promotion, activation, direct selling (visual merchandising)*. Menurut Sutisna (2001:267), “Promosi adalah usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk dipasar”. Sedangkan menurut Swastha (1996:237),”Promosi adalah harus informasi atau persuasi satu arah yang yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran”.

Berdasarkan penjelasan diatas promosi adalah menyampaikan informasi guna mengajak konsumen untuk merubah atau mengajak konsumen untuk tertarik membeli barang atau jasa. Promosi penting dilakukan, tetapi harus tepat pada sasaran sehingga promosi bisa dikatakan berhasil.

C. Booklet

Booklet merupakan sebuah media informasi yang bertujuan untuk menyampaikan suatu pesan kepada masyarakat dalam bentuk cetakan, yang bertujuan agar masyarakat dapat memahami dan menuruti pesan yang terkandung didalam booklet tersebut. Menurut Rustan (2009:115) “booklet adalah sebuah media publikasi yang terdiri dari beberapa lembar dan halaman, tetapi tidak setebal buku”.

Ada yang beranggapan bahwa istilah booklet merupakan perpaduan antara leaflet dan buku atau sebuah buku dengan format kecil layaknya leaflet, hanya saja cara penyajian isinya jauh lebih singkat dari pada sebuah buku (balai pengkajian teknologi, 2011 diakses 12 desember 2015)

Booklet dapat memuat informasi atau penjelasan tentang suatu produk, layanan, fasilitas umum, profil perusahaan, sekolah atau dimaksudkan sebagai sarana beriklan. Informasi dalam booklet di tulis dalam bahasa yang ringkas, sehingga lebih mudah dipahami dalam waktu singkat. Booklet memiliki sampul, bentuknya sering terlihat seperti buku namun tipis sehingga booklet sering disebut sebagai buku kecil.

Jika ditinjau dari penyebar luasannya, booklet mempunyai pengertian sebagai sebuah media yang tidak hanya menyiarkan, dan memberitahukan, akan tetapi booklet juga dapat berupa sebuah perwujudan dari sebuah informasi, baik pengertian – pengertian, asal – usul berdirinya organisasi, penyuluhan dari organisasi – organisasi, serta pemberitahuan kepada masyarakat yang biasanya lebih bersifat informasi umum.

Ukuran booklet bervariasi, mulai dari A5, A4, A3, hingga ukuran kertas dalam bentuk lainnya. Sebagian elemen – elemen layout digunakan dalam booklet (Rustan, 2009:114). Pemanfaatan booklet sebagai media informasi sudah banyak digunakan di segala bidang, baik di dalam periklanan maupun dalam hal – hal yang lainnya. Hal ini disebabkan karena hasil yang diberikan dari pemanfaatan booklet jauh lebih baik dibandingkan media yang lain seperti leaflet.

Dalam mendesain sebuah booklet prinsip – prinsip layout tetap perlu diperhatikan, bukan hanya lingkup kecil satu halaman saja akan tetapi keseluruhan halaman booklet tersebut (Rustan,2009:115).

D. Metode Analisis Data

Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja. Analisis internal meliputi penilaian terhadap faktor kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*). Sementara, analisis eksternal mencakup faktor peluang (*Opportunity*) dan tantangan (*Threats*). Teknik ini dibuat oleh Albert Humprey, yang memimpin proyek riset pada Universitas Stanford pada dasawarsa 1960-1970 dengan menggunakan data dari perusahaan Fortune 500.

Berdasarkan informasi di atas penulis memilih analisis SWOT karena analisis ini digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan

ancaman dari Pariwisata Danau Kembar yang telah dan dari analisis inilah nantinya dapat menjadi data penting dalam melakukan perancangan *booklet*.

Analisis SWOT terdiri dari empat faktor, yaitu:

a. *Strengths* (kekuatan)

Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

Berdasarkan pengertian di atas, kekuatan (*Strength*) pada Usaha Jasa Tani yaitu:

- 1) Pariwisata Danau Kembar memiliki tempat yang strategis.
- 2) Terdapat villa yang bisa untuk bermalam.
- 3) Mempunyai cuaca yang sejuk.
- 4) Dua danau yang saling berdekatan, yaitu Danau Diatas dan Danau Dibawah.

b. *Weakness* (kelemahan)

Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

Berdasarkan pengertian di atas, *Weakness* (kelemahan) Dalam mengangkat tempat wisata Alahan Panjang sejauh ini belum ada yang mempromosikan wisata Danau Kembar yang mengarah ke target

audience, hanya promosi baliho dan spanduk yang tidak sesuai dengan prinsip – prinsip dan unsur desain, jadi sangat minim kegiatan promosi.

c. *Opportunities* (peluang)

Merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang akan terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah, kondisi lingkungan sekitar.

Berdasarkan pengertian di atas *opportunities* (peluang) Peluang utama yang dimiliki oleh wisata Danau Kembar adalah lokasinya yang dekat dengan jalan lintas Padang – Muara Labuh, sehingga dari jalan terlihat keindahan wisata Danau Diatas.

d. *Threats* (ancaman)

Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Berdasarkan pengertian di atas *Thearts* (ancaman) yang terdapat pada wisata Danau Kembar ini yakni adanya beberapa Danau yang cukup menggoda yaitu Danau Singkarak dan Danau Maninjau yang lokasinya yang bagus, selain itu Danau Kembar mempunyai akses jalan yang cukup buruk dan jauh dari pusat Kota.

Berdasarkan hubungan antara analisis SWOT dapat dijabarkan bahwa kekuatan dan peluang akan menjadi panduan dalam melakukan perancangan *booklet*, karena pariwisata Danau Kembar sudah memiliki kekuatan dan peluang yang sangat baik untuk kedepannya. Ancaman dan

kelemahan sudah penulis dapatkan datanya dengan ini dapat memudahkan dalam perancangan *booklet*, penulis dapat menutupi kelemahan yang ada serta dapat meminimalkan ancaman yang akan dihadapi pariwisata Danau Kembar melalui perancangan *booklet*.

E. Pembahasan

1. Data Perancangan

a. Data Primer

Data primer yang di dapatkan adalah hasil dari wawancara dengan pihak yang terdapat pada dinas perhubungan Kabupaten Solok. Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data, dengan melakukan komunikasi dengan narasumber atau sumber data. Dialog ini dilakukan secara lisan baik langsung maupun tidak langsung.

Dari hasil wawancara yang diperoleh bahwa kunjungan wisata ke Danau Kembar tidak meningkat, bahkan menurun setiap tahunnya. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa banyak orang yang tidak tahu dimana lokasi dan apa yang ada di Danau Kembar.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan hanya perlu mengumpulkannya, kemudian menjadikannya sebagai sebuah data yang valid dalam pembuatan media promosi ini. Data ini bisa di

dapatkan penulis dari internet maupun dari buku - buku yang dapat membantu proses perancangan media promosi pariwisata ini.

2. Konsep Kreatif

a. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif yang ingin dicapai dari perancangan media ini adalah untuk menyampaikan informasi kepada target audience secara efektif, informatif, komunikatif, lengkap dan menarik serta mencerminkan identitas dari Danau Kembar Alahan Panjang dan dilakukan dengan pendekatan yang menarik sehingga tujuan dapat dicapai secara efektif.

b. Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan dari target kreatif yang sudah ditentukan. Untuk pencapaian tujuan dari perancangan yang akan dilakukan adalah dengan membuat media promosi melalui media Booklet yang simple, sederhana tidak mengurangi kelengkapan.

c. Program Kreatif

1) Pendekatan Verbal

Dalam perancangan media booklet “Danau Kembar” pesan verbal yang di kemukakan adalah *head line Danau Kembar, dan tag line the special of sumatra* kerana Danau Kembar yang spesial

yaitu dengan dua buah Danau yang berdekatan dan panorama yang indah serta sajian villa di tepi Danau.

2) Pendekatan Visual

a. Data Visual

Pembuatan media booklet ini penulis menggabungkan foto – foto yang mempunyai komposisi yang pas sehingga akan terlihat indah sebagai background yang di rangkai menjadi bentuk booklet persegi.

b. Tipografi

Alternatif huruf yang digunakan dalam proses perancangan booklet wisata “Danau Kembar” adalah

Arial
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gravity Relationships
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Aspex
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Jenis huruf yang digunakan dalam perancangan ini antara lain:

Arial

(Jelas, mudah dibaca, tegas)

Digunakan pada isi booklet dan penjelasan

Gravity Relationships

(Menarik, kokoh, dapat dibaca)

Digunakan pada Head line (Danau Kembar)

Aspex




(Jelas, mewah, kuat)

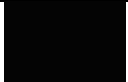

Digunakan pada Tagline (the special of sumatera)

c. Warna

Dalam perancangan media promosi wisata Danau Kembar memakai beberapa warna, dengan metode warna yang digunakan pada perancangan yaitu warna CMYK yaitu metode standar percetakan.

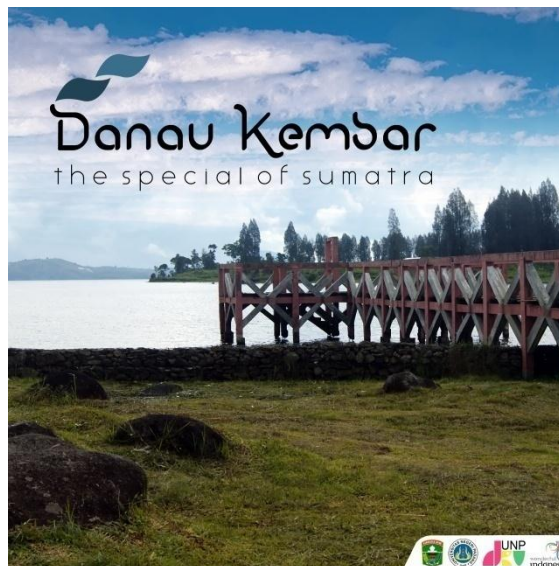
Tabel 3. Warna CMYK yang digunakan dalam perancangan media booklet wisata “Danau Kembar”

Kode Warna	C	M	Y	K	Warna
396f8c	82	49	31	7	
224354	89	65	48	36	
3a6300	76	38	100	30	

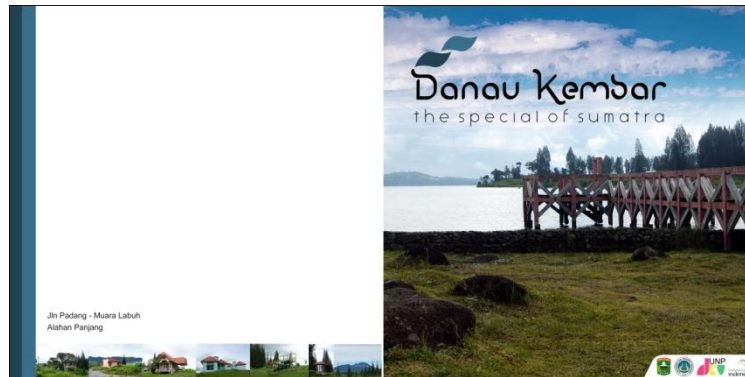
040404	75	68	67	88	
Ffffff	0	0	0	0	

Perancangan booklet dipilih berdasarkan alternatifnya menggunakan lima warna, yaitu biru muda dan biru tua pada icon mewakili air danau, kesejukan, dan dinginnya suhu, kemudian warna hijau mewakili kesejukan, alam, kedamaian serta warna kebun teh yang ada di perjalanan. Pada head line dan tag line warna hitam dengan gradasi warna putih dipilih mewakili keanggunan (*elegance*).

3. Final Desain Booklet Danau Kembar

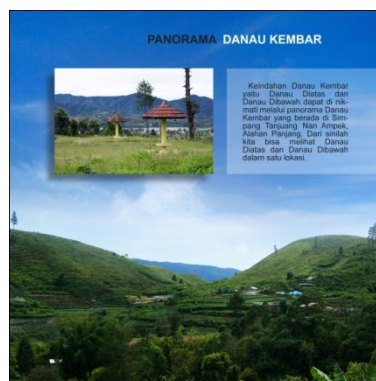
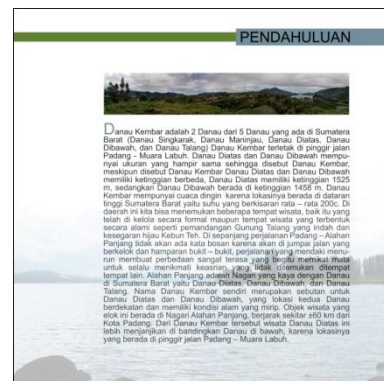


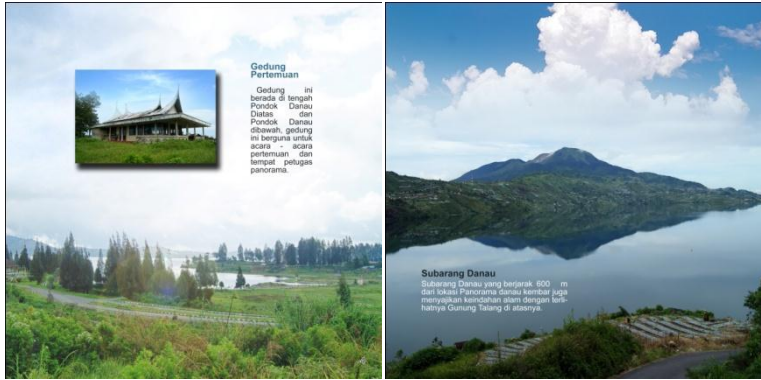
Cover Booklet



Sampul Booklet

Isi Booklet

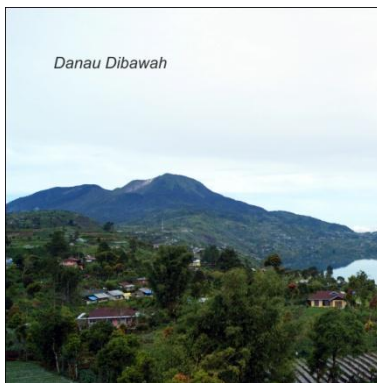




Gedung Pertemuan

Gedung ini berada di tengah Pondok Danau Datas dan Pondok Danau dibawah, gedung ini berguna untuk acara - acara pertemuan dan tempat pelugas panorama.

Subarang Danau
Subarang Danau yang bergerak 600 m dari lokasi Panorama danau kembar juga menyajikan keindahan alam dengan keindahan Gunung Tawang di sekitarnya.



Danau Dibawah



Danau dibawah mempunyai luas permukaan 11,2 km², dengan kedalaman 309 m dan mempunyai ketinggian permukaan 1.462 m.



VILLA DANAU KEMBAR

Selain mempunyai panorama yang indah, Danau Kembar juga mempunyai villa, sehingga wisatawan bisa menginap dan ber-malam disini. Villa yang di sediakan bervariasi, ada 4 tipe Villa yang di sediakan yaitu Bougenville, Melati, Anggrek, dan Dahlia yang bisa di nikmati wisatawan.



Jenis Villa Danau Kembar



Bougenville



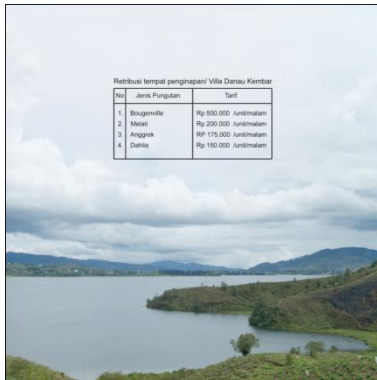
Melati



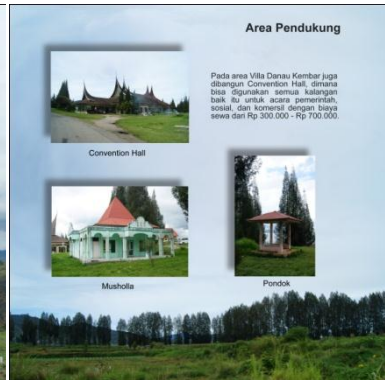
Anggrek



Dahlia



No.	Jenis Pungkan	Tarif
1.	Bougenville	Rp 500.000 Anjimatam
2.	Melati	Rp 200.000 Anjimatam
3.	Anggrek	Rp 175.000 Anjimatam
4.	Dahlia	Rp 150.000 Anjimatam



Area Pendukung



Convention Hall

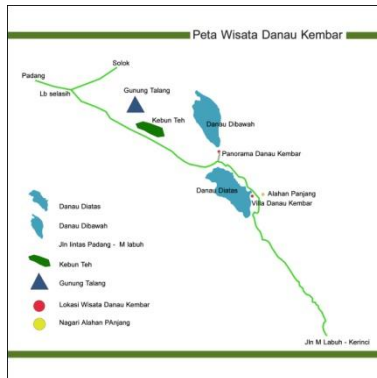
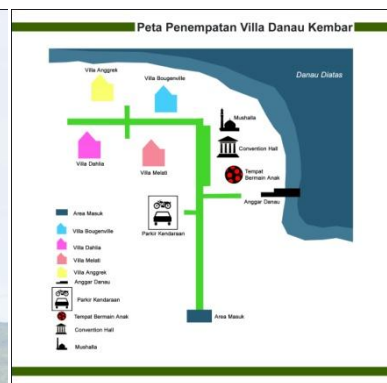
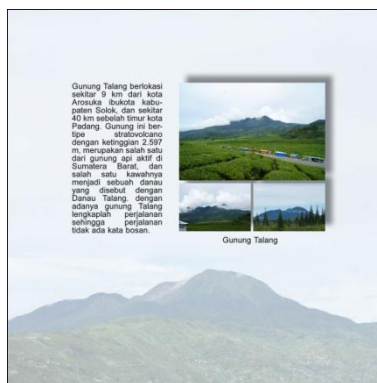
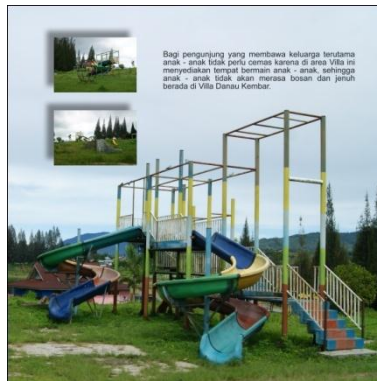


Mushola



Pondok

Pada area Villa Danau Kembar juga dibangun Convention Hall, dimana bisa digunakan semua kalangan baik itu untuk acara pemerintah, sosial, dan komersial dengan biaya sewa dari Rp 300.000 - Rp 700.000.



F. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Dari hasil perancangan *booklet* wisata Danau Kembar maka penulis menyimpulkan bahwa media *booklet* ini diharapkan pemerintah dan masyarakat untuk menjaga keindahan wisata Danau Kembar.

Pemerintah harus lebih mengutamakan promosi agar dapat menarik *target audience* yang belum mengenal dan belum mengetahui wisata Danau Kembar. *Target audience* dapat melihat informasi dan lokasi wisata Danau Kembar dalam *booklet*.

Booklet merupakan media utama dari promosi pariwisata Danau Kembar, yang memberikan informasi dan menampilkan foto yang memancing *target audience* untuk mengunjungi wisata Danau Kembar. Promosi ini juga di dukung dengan beberapa media seperti stiker, x banner, baju, gelas, poster, brosur, dan kalender.

Dengan media – media promosi ini diharapkan agar promosi wisata Danau Kembar dapat berjalan dengan baik dan membangun wisata yang indah yang di kenal seluruh masyarakat.

2. Saran

Berdasarkan hasil perancangan promosi wisata Danau Kembar dalam media *booklet* terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pihak pemerintah untuk memperhatikan wisata dan media promosi Danau Kembar, kerana dengan promosi menggunakan media yang baik akan lebih tersampaikan kepada *target audience*.
2. Kepada masyarakat luar untuk dapat mengunjungi wisata Danau Kembar kerana wisata Danau Kembar yang spesial dan berbeda dengan wisata Danau lainnya.

G. Daftar Rujukan

- Sachari, Agus. 2005. Pengantar *metodologi penelitian: Budaya Rupa*. Jakarta: Erlangga
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI
- Sihombing, Daton. 2001. *Tipografi dalam desain grafis*. Jakarta: Gramedia.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kasali, Renald. 1995. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Wibowo, Ibnu Teguh. 2013. *Belajar Desain Grafis*. Yogyakarta: BUKU PINTAR.
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- Balai Pengkajian Teknologi Jambi. 2011. *(online)* diakses tanggal 12 desember 2015
- Notoatmodjo. 2008. *Wikipedia.web.id (online)* diakses 12 desember 2015
- (<http://alahanpanjangkita.blogspot.co.id/2013/12/alahan-panjang.html> di akses tanggal 5 maret 2016)
- (<httpwww.bappeda-kabsolok.comindex.phpdownloadcategory8-peta-kecamatan-lembah-gumanti-dan-nagari#> di akses taggal 21 november 2015)
- (<httpswww.google.commaps@-1.048438,100.7157741,12z> di akses tanggal 21 november 2015)
- (diakses dari <http://namagraph.com/index>, 12 november 2015)
- (<https://budisulis.wordpress.com/page/2/>)
- (<http://senirupa.web.id./pdf> Diakses 2 desember 2015)