

Problematika Desain Komunikasi Visual dan Plagiarisme dalam Dunia Desain Grafis

*Muhammad Ghoyyas Royhan¹, Dhevin Kawistoro Ngabekti²
Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta^{1,2}

Artikel History

Dikirim: 15 Mei 2021

Revisi : 30 Mei 2021

Diterima: 5 Juni 2021

Abstract

The development of technology, especially the internet, triggers graphic designers to be more active and creative in their work. Publication of graphic design works through social media and other media, but as a result of that plagiarism is also very rampant because of easy access to see other people's work via the internet. The formulation of the problem to get a solution through research is how to increase the creativity of the creators. Design of visual communication that is useful or beneficial for the general public and how to try to suppress plagiarism in graphic design. Qualitative Research Methods as an approach that focuses on data analysis and data solutions in understanding the social phenomena of graphic design creativity and design plagiarism that occur in society. there is also a way to just use other people's work as a source of inspiration and modify it as creatively as possible.

Keywords: *creativity, plagiarism, graphic design*



Abstrak

Perkembangan teknologi khususnya internet memicu para desainer grafis lebih aktif dan kreatif berkarya. Publikas karya desain grafis lewat sosial media dan media lainnya, namun akibat dari itu plagiarisme juga sangat marak karena mudahnya akses dalam melihat karya orang lain lewat internet. Rumusan masalah untuk mendapat solusi melalui penelitian adalah bagaimana upaya meningkatkan kreativitas para kreator desain komunikasi visual yang berguna atau bermanfaat bagi khalayak umum dan bagaimana upaya untuk menekan plagiarisme dalam desain grafis. Metode penelitian kualitatif sebagai pendekatan yang berfokus pada data analisis dan solusi data dalam pemahaman terhadap fenomena sosial kreatifitas desain grafis dan plagiarisme desain yang terjadi di masyarakat. Temuannya adalah dengan cara memperbanyak referensi agar tidak terjadi plagiat yang tidak disengaja, memahami tentang konsekuensi jika melakukan plagiarisme, ada juga dengan cara hanya menjadikan karya orang lain sebagai sumber inspirasi dan memodifikasinya sekreatif mungkin.

Kata Kunci: *kreativitas, plagiarisme, desain grafis*

Corresponding author*

E-mail: ghoyyasr@gmail.com

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



PENGANTAR

Desain komunikasi visual sangat lekat dengan kehidupan manusia sehari-hari. Desain komunikasi visual merupakan representasi sosial budaya masyarakat dan salah satu menifestasi kebudayaan untuk meningkatkan kualitas hidup baik secara pribadi maupun kelompok. Istilah Desain komunikasi visual, atau yang biasa disebut Dekave atau Deskomvis, digunakan untuk memperbaiki dan meningkatkan cakupan ilmu dan kreatifitas desain grafis. Selain itu, Desain komunikasi visual juga berkorelasi dengan hal-hal lain di kehidupan manusia, seperti teknologi, pendidikan, sosial, ekonomi, budaya, psikologis hingga politik. Luasnya fakta tentang Desain komunikasi visual memungkinkan ruang gagasan permasalahan untuk meningkatkan kreatifitas baik individu maupun kelompok untuk memberikan solusi atau memecahkan masalah dalam bidang Desain komunikasi visual.

Menurut Widagdo (1993:31) Desain komunikasi visual dalam pengertian modern adalah desain yang dihasilkan dari rasionalitas. Dilandasi pengetahuan, bersifat rasional, dan pragmatis. Dunia Desain komunikasi visual senantiasa dinamis, penuh gerak, dan perubahan. Hal itu karena peradaban dan ilmu pengetahuan modern memungkinkan lahirnya industrialisasi. Menurut Suyanto, Desain komunikasi visual diartikan sebagai sebuah seni serta komunikasi yang digunakan kebutuhan bisnis dan industri. Ketrampilan ini bisa meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk dan perusahaan. Serta lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual melengkapi pesan dalam publikasi. Menurut Danton Sihombing, bahwa desain grafis mempekerjakan berbagai perangkat seperti marka, symbol, uarian verbal yang ditampilkan lewat tipografi dan gambar. Visualisasi tersebut ditampilkan baik dengan teknik fotografi ataupun ilustrasi. Dan juga, beberapa perangkat tersebut diterapkan dalam dua fungsi, sebagai perangkat visual dan perangkat komunikasi.

Dalam kegiatan Desain komunikasi visual terhadap target audiens dapat menciptakan dampak positif maupun negatif. Dampak positif dapat berupa : meningkatkan kreativitas, peningkatan literasi visual, peningkatan kondisi estetika di masyarakat dan sebagainya, Desain komunikasi visual juga menciptakan dampak negatif seperti : pencemaran lingkungan, perubahan estetika ruang, perubahan sosial, bahkan perubahan perilaku/gaya hidup. Desain komunikasi visual dapat menjadi permasalahan yang cukup menarik untuk diteliti, karena berkaitan dengan kehidupan di masyarakat, seperti teknologi, pendidikan, sosial, ekonomi, budaya, psikologis hingga politik.

Desain komunikasi visual digunakan sebagai alat komunikasi kepada audiens yang diterapkan pada media-media statis, seperti majalah, buku, brosur, flyer pamflet, Koran dan lain-lain. Berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi membawa trend baru dalam dunia industri kreatif. Hadirnya teknologi digital dan internet berpengaruh terhadap desain komunikasi visual, perkembangan tersebut kemudian bermuncunya persaingan media. Profesi desainer komunikasi visual menjadi bagian dari mata rantai sebuah penelitian sosial. Desainer komunikasi visual, sebelum membuat karya harus melakukan berbagai kajian dengan pendekatan lintas ilmu, mencari data verbal dan visual, menyusun target audiens agar tepat sasaran. Menciptakan ide kreatif untuk membuat visual yang membawa pesan kepada audiens yang fungsional, persuasive, estetis, dan komunikatif. Hal itu dilakukan untuk menghasilkan karya desain grafis yang sesuai dengan tujuan diciptakannya karya desain grafis tersebut.

Disamping itu, perkembangan teknologi khususnya internet memicu para desainer grafis lebih aktif berkarya dan menyebarkan karya nya lewat sosial media dan media lainnya, namun akibat dari itu plagiarisme juga sangat marak karena mudahnya akses dalam melihat karya orang lain lewat internet. Tidak hanya terbatas pada bahan tulisan. Menurut Ridhatillah (2003), plagiarisme adalah tindakan penyalahgunaan, pencurian atau perampasan, penerbitan, pernyataan atau menyatakan sebagai milik sendiri sebuah pikiran, ide, tulisan, atau ciptaan yang sebenarnya milik orang lain. Plagiarisme tidak hanya dilakukan oleh siswa, penulis dan desainer grafis juga melakukan plagiarisme. Jadi pada jaman sekarang ini desainer grafis juga rentan terhadap praktik plagiarisme. Bahkan ada kasus dimana desainer grafis membuat desain namun ada desainer lain yang menjiplak karya nya lalu mempostingnya terlebih dahulu di media sosial. Karenanya, kredit diberikan kepada desainer yang memposting pertama kali di media sosial dan bukan dengan pembuat aslinya. Karena algoritma mesin pencarian di sosial media memberi peringkat lebih tinggi pada konten atau materi yang diposting terlebih dahulu yang menyebabkan kerja kreatif kreator asli desain tersebut menjadi sia sia dan tidak di apresiasi sebanyak konten plagiat. Plagiarisme yang umum terjadi yaitu desainer hanya membuat perubahan kecil seperti mengganti warna, layout pada desain aslinya untuk membuat desain nya menjadi lebih segar.

Jadi alangkah baiknya jika desainer menyimpan karya atau desain asli mereka dengan aman untuk mencegah terjadinya plagiarisme dan jika akan mengunggah suatu karya atau desain di sosial media buatlah watermark atau penanda bahwa desain itu adalah milik kalian. Tidak seperti plagiarisme dalam bentuk teks yang mudah diketahui, plagiarisme dalam dunia desain grafis tidak mudah untuk mengindikasikan dimana karya dan ide orisinal berada. Dalam

proses desain para desainer seharusnya juga sadar karena dalam menjiplak desain atau karya desainer lain akan merugikan bagi desainer itu sendiri maupun desainer yang dijiplaknya, karena apabila kita menjiplak karya desain terus menerus maka kita tidak akan mempunyai ide ide kreatif dan hanya bergantung pada desainer lain dalam menciptakan suatu desain. Begitu pula dengan desainer yang dijiplaknya akan menurunkan semangat mereka apabila mengetahui desain hasil jiplakan mempunyai apresiasi lebih banyak maka desainer tersebut akan kehilangan motivasi dan semangat mereka dalam mendesain.

Berdasarkan paparan diatas maka dapat rumusan masalah yang akan mendapat solusi melalui penelitian ini, yaitu :1) Bagaimana upaya meningkatkan kreativitas para kreator Desain komunikasi komunikasi visual yang berguna atau bermanfaat bagi khalayak umum 2) Bagaimana upaya untuk menekan plagiarisme dalam desain grafis.

Metode Penelitian Kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berfokus pada pemahaman terhadap fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Dalam penelitian kali ini penulis menggunakan metode pengumpulan data.

a. Studi dokumen

Studi dokumen merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dokumen tersebut dapat berupa surat, arsip foto, notulen rapat, jurnal, buku harian, dan lain-lain.

b. Observasi

Teknik observasi merupakan teknik yang menggunakan pengamatan untuk mengumpulkan suatu data dari suatu sumber .Pengumpulan data observasi cocok digunakan untuk penelitian yang bertujuan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam. Dengan menggunakan salah satu jenis bentuk observasi yaitu observasi **non-partisipan** yang mana dalam pengamatannya peneliti tidak terlibat aktif dalam kehidupan informan, tetapi hanya menjadi pengamat independen, sehingga peneliti mengembangkan pengamatannya berdasarkan perkembangan yang terjadi di lapangan. Demikian pula fenomena yang terjadi saat ini dalam perkembangan ilmu-ilmu desain grafis dan aplikasinya di tengah maraknya teknologi internet, tentu saja berimplikasi pada karya desain.

Djelantik (2004:7) dalam bukunya yang berjudul *Estetika Sebuah Pengantar*, menjelaskan bahwa, ilmu estetika adalah suatu ilmu yang mempelajari segala sesuatu yang berkaitan dengan keindahan, mempelajari aspek dari apa yang disebut keindahan". Djelantik (2004:15) juga menjelaskan bahwa, estetika mengandung tiga unsur dasar yaitu ; 1) wujud, wujud yang terlihat oleh mata (visual) maupun wujud yang dapat didengar oleh telinga (akustik) bias diteliti dengan analisa, dibahas komponen-komponen struktur atau susunan wujud itu, 2) bobot, isi atau bobot dari benda atau peristiwa kesenian bukan hanya dilihat belaka tetapi juga meliputi apa yang bisa dirasakan atau dihayati sebagai makna dari wujud kesenian itu. Bobot kesenian mempunyai tiga aspek, yaitu suasana (*mood*), gagasan (*idea*), pesan (*message*), 3) penampilan, mengacu pada pengertian bagaimana kesenian itu disajikan atau disuguhkan kepada penikmatnya. Untuk penampilan kesenian ada tiga unsur yang berperan, yaitu bakat (*talent*), ketrampilan (*skill*), Sarana atau media.

Fenomena mengenai plagiarisme di dunia desain komunikasi visual sudah umum dikalangan para desainer. Para desainer biasa menggunakan karya orang lain sebagai referensi dan inspirasi lalu menggunakan cara mereka sendiri dalam menciptakan karya agar terlihat unik dan baru. Dalam penelitian kali ini penulis ingin mencari permasalahan mengenai fenomena plagiarisme dalam desain grafis.

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat seperti rekomendasi kebijakan public/penentuan standar, solusi, prosedur, hingga pengetahuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Data dan observasi yang objektid mengenai yang sedang terjadi di masyarakat merupakan referensi utama. Penelitian ini juga dapat memberikan pemahaman bagaimana menghindari plagiarism dalam dunia desain grafis.

PEMBAHASAN

Desain komunikasi visual adalah desain yang berfungsi mengkomunikasikan informasi dan pesan yang ditampilkan secara visual. Desainer komunikasi visual berusaha untuk mempengaruhi para audiens, mereka berusaha agar kebanyakan orang dalam *target group* (sasaran) tersebut memberikan respon positif dari pesan visual oleh Desainer komunikasi visual. Oleh karena itu desain komunikasi visual harus persuasif, komunikatif, estetis, fungsional dan dimengerti oleh *target group* (sasaran) tersebut.

Seorang desainer komunikasi visual yang professional harus memiliki pengetahuan dan kemampuan yang luas tentang desain komunikasi visual. Membuat ide-ide kreatif dan memunculkan inovasi terbaru seiring berkembangnya teknologi, desainer komunikasi visual membuat karya desain grafis untuk mencapai tujuan, jadi karya yang telah dibuat memiliki

makna serta target sasaran. Selain visualisasi dan bakat yang baik dalam desain komunikasi visual, desainer komunikasi visual juga harus mempunyai kemampuan untuk menganalisa suatu masalah, mencari solusi masalah tersebut dan mempresentasikan secara visual. Untuk dapat berkomunikasi secara visual, seorang desainer menggunakan elemen-elemen untuk menunjang desain yang dibuat. Elemen-elemen yang sering digunakan dalam desain komunikasi visual antara lain adalah, tipografi, ilustrasi dan fotografi. Elemen-elemen ini bias digunakan sendiri-sendiri, tetapi juga bias digabungkan dan bias menjadi karya desain komunikasi visual.

Seiring semakin banyaknya para desainer komunikasi visual yang dibarengi kemajuan teknologi. Para desainer komunikasi visual berlomba-lomba meningkatkan kreativitas dan kemampuan agar bisa bersaing dengan desainer komunikasi visual lainnya. Bersaing secara adil dan mengutamakan adu kreatifitas untuk para desainer komunikasi visual akan menjadi hal yang menarik, mengkomunikasikan visual yang telah dibuat oleh desainer komunikasi yang kemudian di tuangkan ke khalayak umum untuk mendapat respon dari para audiens.

Desain komunikasi visual dapat menjadi permasalahan yang penting untuk diteliti. Karena Desain komunikasi visual berkaitan dengan kehidupan di masyarakat, seperti teknologi, pendidikan, sosial, ekonomi, budaya, psikologis hingga politik. Pencemaran dapat muncul karena dampak negatif Desain komunikasi visual, seperti pencemaran lingkungan, perubahan estetika ruang, perubahan sosial, bahkan perubahan perilaku/gaya hidup.

Fenomena dampak yang paling sering dijumpai di masyarakat yakni pencemaran lingkungan oleh fenomena desain komunikasi visual antara lain adalah sampah banner, brosur yang telah dibuang, sampah spanduk. Semua akan menjadi sampah ketika media desain komunikasi visual tersebut sudah tidak bisa digunakan lagi, yang lebih parahnya ketika sampah tersebut dibiarkan mengotori lingkungan yang membuat lingkungan di daerah tersebut tercemar.

Sebagai desainer komunikasi visual harus meminimalisir kejadian yang dapat memberikan dampak negatif kepada masyarakat, dan semua masyarakat juga ikut serta berkontribusi agar terciptanya lingkungan yang aman dan nyaman.

Pengertian mengenai plagiarisme telah di terangkan dari banyak sumber, plagiarisme berasal dari bahasa latin "plagiare" yang artinya mencuri dan menurut kamus besar bahasa indonesia singkat nya plagiarisme berarti penjiplakan yang melanggar hak cipta. Menurut Lindsey, plagiat adalah tindakan menjiplak ide, gagasan atau karya orang lain untuk diakui sebagai karya sendiri atau menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumbernya sehingga menimbulkan asumsi yang salah atau keliru mengenai asal muasal dari suatu ide,

gagasan atau karya (Soelistyo, 2011.)Dalam kata lain jika mengarah pada dunia desain komunikasi visual plagiarisme mengacu pada mencuri karya seseorang dan menyatakannya sebagai milik individu tertentu tanpa adanya atribusi dan apresiasi kepada pemilik orisinal. Dalam dunia perkuliahan mahasiswa sangat akrab dengan fenomena plagiarisme. Ketika menulis esai atau jenis makalah akademis lainnya, para pendidik mengajarkan mengutip, dan memparafrasekan secara benar kepada mahasiswa dan apabila ada yang menjiplak kata dari sumber tertentu maka bisa dengan mudah diketahui menggunakan software plagiarism checker, Grammarly, Copyscape, dan masih banyak lagi.

Akan Tetapi ketika melihat ke dalam dunia desain komunikasi visual, tidak bisa dengan hanya menaruh logo, di halaman web atau visual ke software tertentu untuk memeriksa hasil duplikasi dan melihat persentase orisinalitasnya. Dapat membuktikan bahwa dua desain persis sama merupakan hal yang sangat sulit, meskipun dengan melihat dari berbagai aspek seperti secara visual, kemiripan garis, warna, pergeseran atau elemen lain di dalamnya. Maka dari itulah sebabnya mengapa sulit untuk mendefinisikan garis antara plagiarisme dan pengaruh dalam desain.

a. Penyebab Plagiarisme

Bagi sebagian banyak orang melihat karya tulis maupun visual sebagai panutan dan contoh merupakan metode belajar terbaik dalam meningkatkan kemampuan mereka. Desainer grafis yang baru saja menekuni dunia desain banyak yang belajar dengan mencontoh karya orang lain, namun dengan tidak mengakui bahwa karya yang dijiplak nya tersebut merupakan karya aslinya dan tidak mengambil kredit dari karya yang di contohnya maka itu bukan termasuk praktik plagiarisme.

- 1) Praktik plagiarisme khususnya dalam dunia desain grafis dapat terjadi karena beberapa hal diantaranya
- 2) Desainer yang kurang mempunyai kemampuan dalam dunia desain dan ingin mengambil jalan pintas agar karya desain nya menjadi bagus dalam waktu yang singkat
- 3) Adanya *deadline* atau batas waktu yang mepet dari klien dapat menyebabkan desainer melakukan praktik plagiarisme dengan alasan terpaksa
- 4) Malasnya desainer dalam mengasah kemampuan dan mencari ide juga merupakan salah satu penyebab praktik plagiarisme
- 5) Mudahnya akses dalam melihat karya orang lain dalam sosial media sehingga memberi dorongan untuk melakukan praktik plagiarisme

- 6) Sikap apatis terhadap hukum yang berlaku yang disebabkan kurangnya ilmu yang terkait dengan itu, juga lemahnya sikap tanggung jawab terhadap dirinya sendiri
- 7) Lumrahnya praktik plagiarisme bisa saja terjadi yang disebabkan oleh lingkungan dan keadaan sosial yang membiarkan praktik plagiarisme.

Pemahaman mengenai penyebab terjadinya dapat juga menarik kesimpulan mengenai dampak buruk yang ditimbulkandari praktik plagiarisme yang mana dapat merugikan diri sendiri. Dengan terbiasa melakukan praktik ini desainer menjadi tidak terlatih, menjadi terlalu bergantung terhadap karya orang lain yang mengarah kepada malasnya desainer dalam mencari ide dan kreatifitas yang meredup, selain itu dapat menyebabkan sering menunda *deadline* karena terlalu menggantungkan karya dari orang lain dikarenakan dengan menjiplak karya orang lain proses desain menjadi lebih cepat, tidak hanya itu adanya hukum tentang praktik plagiarisme dapat menyebabkan pelaku terkena sanksi hukum yang berlaku.

b. Cara Mencegah

Ada beberapa cara untuk mencegah terjadinya praktik plagiarisme secara disengaja maupun tidak disengaja :

- 1) Lakukan Riset untuk Memperbanyak referensi
Dilakukan nya riset sangat penting untuk mengetahui apakah karya suatu desainer memiliki kemiripan yang jelas dengan karya orang lain di luar sana meskipun desainer tersebut tidak melakukan plagiarisme. Dengan memperbanyak referensi akan banyak sekumpulan ide dan konsep desain yang akan diperoleh yang mana akan menciptakan desain belum pernah dilihat sebelumnya.
- 2) Pahami hukum dan konskuensi
Pemahaman hukum mengenai hak cipta sangat penting bagi para desainer karenanya dapat menghindarkan mereka dari tindak pidana hukum yang berlaku di negara atau daerah yang bersangkutan, sama halnya juga memahami dampak buruk yang ditimbulkan jika melakukan plagiarisme yang mana salah satu akibatnya dapat menyebabkan bergantungnya desainer kepada karya desain orang lain dalam menciptakan suatu konten.
- 3) Jadikan sebagai inspirasi

Penguasaan *software* desain grafis yang mempunyai dapat lebih kreatif dalam pembuatan suatu desain, daripada menjiplak karya desainer lain lebih baik adanya jika menjadikan karya mereka sebagai inspirasi dan tidak dengan gampang menjiplak karya tersebut. Dengan menjadikan karya orang lain sebagai inspirasi tentu karya nya juga harus berbeda dengan cara amati tiru lalu modifikasi. Proses modifikasi ini sangat penting untuk mempengaruhi orisinalitas yang dituangkan dalam karya desain tersebut.

4) Simpan File Asli

Desainer grafis biasa menggunakan perangkat lunak photoshop, adobe illustrator, corel dan masih banyak lagi. Simpan semua file desain asli dengan format **psd** untuk Photoshop dan format **ai** untuk Illustrator , juga dengan layer yang terpisah pisah. Ketika akan mengunggah konten di internet unggahlah dengan format **jpeg**, **jpg** atau **png**, dan ketika orisinalitas karya desainer dipertanyakan maka desainer tersebut bisa menunjukkan file asli dengan format **psd** atau **ai** sebagai bukti.

KESIMPULAN

Dengan memahami bentuk pesan yang akan disampaikan kepada audiens, maka desainer komunikasi visual lebih mudah membuat visual yang memiliki pesan tersebut, karya desain komunikasi visual harus mengandung pesan verbal dan pesan visual. Desainer komunikasi visual juga harus mempunyai kemampuan menafsir terhadap masyarakat agar pesan yang disampaikan oleh desainer komunikasi visual tepat sasaran. Pesan yang disampaikan oleh desainer komunikasi visual harus jelas, mudah dan dipahami oleh audiens.

Plagiarisme dalam kaitannya dengan dunia desain komunikasi visual menjadi fenomena yang sudah sering terjadi bahkan dianggap lumrah bagi individu maupun suatu lingkup lingkungan tertentu. Plagiarisme merupakan praktik menjiplak, meniru, dan mengklaim suatu karya yang berupa tulisan maupun visual. Praktik plagiarisme dengan kaitannya dengan dunia desain grafis terjadi karena adanya sebab sebab tertentu yaitu karena kurangnya kemampuan desainer grafis, desainer grafis yang malas dalam mengasah kemampuan dan mencari ide, deadline dari client, sikap apatis terhadap hukum juga dapat mempengaruhi. Dengan terbiasa melakukan praktik plagiarisme ini desainer menjadi tidak terlatih, menjadi terlalu bergantung terhadap karya orang lain yang mengarah kepada malasnya desainer dalam mencari ide dan kreatifitas yang meredup, selain itu dapat

menyebabkan sering menunda deadline karena terlalu menggantungkan karya dari orang lain, dan bahkan sampai bisa terkena sanksi hukum yang berlaku terkait plagiarisme ini. Adapula cara bagaimana menghindari praktik plagiarisme yaitu dengan memperbanyak referensi agar tidak terjadi plagiat yang tidak disengaja, memahami tentang konsekuensi jika melakukan plagiarisme, ada juga dengan cara hanya menjadikan karya orang lain sebagai sumber inspirasi dan memodifikasinya sekreatif mungkin agar tampak segar, selain itu menyimpan file dengan format yang asli juga dapat menghindarkan tuduhan yang terkait dengan plagiarisme.

Desainer komunikasi visual harus mampu dan bertahan dari persaingan terhadap desainer komunikasi visual lainnya, seiring berkembangnya teknologi tentunya semakin diujinya kreativitas kita dalam mengkomunikasikan pesan yang dapat disampaikan kepada audiens. Seiring percepatan teknologi yang pesat dan akselerasi dunia yang semakin dahsyat, hal ini membuat peran dan posisi desainer komunikasi visual banyak dibutuhkan jasanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amborse, Gavin & Harris, Paul. 2006. *The Visual Dictionary of Graphic Design*, London
- AAM Djelantik, 1999. *Estetika Sebuah Pengantar*, Bandung: MSPI
- Kasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: PAU-Ekonomi- UI.
- Lawson, Bryan. 1980. *How Designers Think* .The Architectural Press Ltd., London..
- Ridhatillah, Ardini. 2003. *Dealing with Plagiarism in the Information System Research Community: A Look at F Actors That Drive Plagiarism and Ways to Address Them*, MIS Quarterly; Volume: 27, Nomor: 4, Desember 2003.
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*, Jakarta: Graffiti Press.
- Soelistyo, Henry. 2011. *Plagiarisme: Pelanggaran Hak Cipta dan Etika*. Yogyakarta: Kanisius.
- Supon Design Group. 1992. *Design in Progress*. Nippan Publication, Carson, California.
- Suryana, E. 2016. *Self Efficacy dan Plagiarisme di Perguruan Tinggi*. Tadrib: Jurnal Pendidikan Agama Islam Volume 2 No. 2 Edisi Desember 2016, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Raden Fatah Palembang.
- Widagdo. 1993. *Desain dan Kebudayaan*. Bandung: Penerbit ITB