

## Perancangan Desain Majalah sebagai Media Promosi di HNS Studio Bali

Made Gede Rendy Jati Satriani<sup>1</sup>, Eldiana Tri Narulita<sup>2</sup>, I Gede Agus Indram Bayu Artha<sup>3</sup>  
Institut Seni Indonesia Denpasar<sup>1,2,3</sup>

### Abstract

*The design of this magazine serves as a promotional medium for HNS Studio Bali. The method employed is a qualitative approach with analysis based on the 6M management elements (man, money, machine, materials, methods, market). The design process includes understanding the project brief, concept research, target audience analysis, brainstorming, rubric selection, page arrangement, material preparation, and visualization of the final design. The author received guidance from HNS Studio Bali throughout the project to understand the company's project management and enhance design skills. The final output is an effective magazine design as a promotional medium..*

**Keyword:** management, magazine, graphic design, HNS studio Bali

### Artikel History

Dikirim: 11 Januari 2024

Revisi : 29 Agustus 2024

Diterima: 28 November 2024



### Abstrak

Perancangan desain majalah ini bertujuan sebagai media promosi bagi Perusahaan HNS Studio Bali. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis berdasarkan unsur 6M dalam manajemen (man, money, machine, materials, methods, market). Proses perancangan melibatkan pemahaman brief, riset konsep, analisis target audiens, brainstorming, pemilihan rubrik, pengaturan jumlah halaman, dan penyusunan materi hingga tahap visualisasi desain. Penulis mendapatkan bimbingan dari HNS Studio Bali selama proses pengerjaan, dengan tujuan memahami manajemen proyek desain perusahaan serta meningkatkan keterampilan dalam perancangan desain. Hasil akhir berupa desain majalah yang efektif sebagai media promosi

**Kata Kunci:** manajemen, majalah, desain grafis, HNS studio Bali

Corresponding author.

Alamat E-mail: [rendyjati64@gmail.com](mailto:rendyjati64@gmail.com)

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



## PENDAHULUAN

Dalam industri kreatif, manajemen proyek menjadi elemen yang sangat penting untuk memastikan keberhasilan pelaksanaan suatu pekerjaan, terutama dalam menghasilkan karya desain yang berkualitas (Setiawan, 2020). Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang desain dan promosi, HNS Studio Bali memiliki tanggung jawab besar dalam mengelola berbagai proyek kreatif agar dapat memenuhi kebutuhan klien sekaligus menciptakan produk yang relevan dengan target audiens. Hal ini membutuhkan penerapan manajemen yang terstruktur, baik dalam pengelolaan sumber daya manusia, keuangan, alat, material, metode kerja, maupun analisis pasar (Julyanthry et al., 2023). Manajemen yang efektif tidak hanya membantu perusahaan dalam menyelesaikan proyek secara efisien, tetapi juga berperan penting dalam menjaga kualitas hasil desain yang dihasilkan (Endi et al., 2022).

Selain aspek manajemen, proses kreatif dalam perancangan desain juga memiliki peran yang tak kalah penting. Proses ini meliputi beberapa langkah, seperti brainstorming untuk menemukan ide-ide segar, melakukan riset konsep yang sesuai dengan tren dan kebutuhan pasar, hingga visualisasi desain yang menarik secara estetika dan efektif sebagai media promosi (Wijayanto et al., 2023). Dalam praktiknya, tahapan-tahapan ini membutuhkan kolaborasi yang baik antara desainer, tim proyek, dan klien untuk menghasilkan desain yang optimal.

Majalah sebagai salah satu media promosi memiliki daya tarik tersendiri dalam menyampaikan informasi kepada audiens (Rizal & Ashar Pahany, 2021). Dengan pengemasan visual yang menarik dan isi yang relevan, majalah dapat menjadi alat komunikasi yang efektif untuk memperkuat citra perusahaan atau produk. Dalam hal ini, HNS Studio Bali memiliki peran penting dalam merancang majalah yang tidak hanya estetis, tetapi juga mampu menyampaikan pesan promosi dengan tepat sasaran.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya memahami bagaimana HNS Studio Bali mengelola proyek desain, khususnya dalam pembuatan majalah sebagai media promosi. Dengan menganalisis manajemen proyek yang diterapkan pada perusahaan, serta memahami tahapan-tahapan dalam proses perancangan desain majalah sebagai media promosi, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat mengenai strategi pengelolaan proyek dan pengembangan media promosi yang efektif. Lebih jauh lagi, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi perusahaan lain yang bergerak di bidang desain untuk meningkatkan kualitas manajemen proyek dan hasil karya yang dihasilkan.

## METODE PENELITIAN

Dalam “Perancangan Desain Majalah Sebagai Media Promosi di HNS Studio Bali” Penulis menggunakan jenis metode analisis data deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2016) metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Hidayat & Mulyaningsih, 2022). Pada pengumpulan data ada beberapa cara yang digunakan. Berikut data yang diperoleh yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Wawancara Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2020) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.
- b. Observasi Observasi merupakan suatu cara dalam mengamati, mengumpulkan data atau informasi yang sistematis terhadap obyek penelitian secara langsung maupun tidak langsung (Viedy et al., 2022).
- c. Metode Partisipan Menurut Moleong (2014), Pengertian partisipan adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk memberikan informasi terkait dengan topik penelitian yang ditentukan oleh peneliti.

## PEMBAHASAN

Dalam merancang konsep “Perancangan Desain Majalah Sebagai Media Promosi di HNS Studio Bali, tentunya diperlukan metode perancangan dan media pendukungnya sehingga proses perancangan dapat terlaksana dengan baik karena didukung oleh data berupa elemen-elemen dasar dalam merancang desain komunikasi visual yang menunjang perancangan desain majalah sebagai berikut:

- a. **Ilustrasi** adalah sebuah kata yang berasal dari bahasa Belanda *illustratie* yang memiliki arti suatu hiasan dengan gambar. Secara terminologi ilustrasi merupakan suatu gambar yang memiliki fungsi sebagai sarana untuk menjelaskan suatu kejadian. Menurut para ahli (Sudarso, 1990) menyatakan bahwa ilustrasi adalah sebuah gambar yang melukiskan tujuan tertentu seperti contohnya pada cerpen. Dengan meningkatnya kebutuhan akan desain, ilustrasi tidak hanya sebatas pada gambar manual saja. Namun bisa dibuat melalui alat/aplikasi yang dilakukan secara digital.
- b. **Tipografi** dalam desain komunikasi visual tipografi dikatakan sebagai ‘*visual language*’, yang berarti bahasa yang dapat dilihat. Tipografi adalah salah satu sarana

untuk menerjemahkan kata-kata yang terucap ke halaman yang dapat dibaca. Peran dari tipografi adalah untuk mengkomunikasikan ide atau informasi dari halaman tersebut ke pengamat. Berikut adalah jenis-jenis tipografi yang digunakan pada media desain.

1. Huruf Serif adalah bentuk huruf yang memiliki kait, dengan ketebalan yang kontras. Kesan yang ditimbulkan adalah klasik, anggun, lemah gemulai dan feminin.



**Gambar 1.** Contoh Huruf serif.

(Sumber: <https://glints.com/id/lowongan/huruf-serifadalah/#.YeqA9v5Bw7c>)

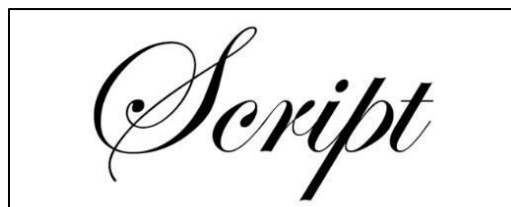
2. San Serif adalah bentuk huruf yang tidak memiliki kait, bertangkai tebal, sederhana dan mudah dibaca. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern, kontemporer, kurang formal, lebih hangat, bersahabat dan efisien.



**Gambar 2.** Contoh tipografi jenis sans serif.

(Sumber: <https://www.smkpratiwiprabumulih.sch.id/2020/08/desain-tipografi.html>)

3. Huruf Script Bentuk huruf Script menyerupai goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkannya adalah sifat pribadi dan akrab dan keanggunan.



**Gambar 3.** Contoh Huruf script.

(Sumber: <https://cetakbagus.com/jenis-font/>)

- c. **Warna** juga merupakan unsur rupa yang paling mudah ditangkap mata manusia (Nugroho, 2015). Warna memiliki fungsi dan arti yang berpengaruh secara psikologi



terhadap seseorang yang melihatnya yang mendukung dalam penyampaian pesan. Hal ini dikenal dengan asosiasi warna (simbol). Dalam teori Brewster, warna disederhanakan menjadi empat kelompok yaitu primer, sekunder, tersier, dan netral. Setiap warna dapat menimbulkan respon psikologis yang berbeda – beda, namun secara umum hubungan psikologis antara warna dengan manusia, yaitu:

**Tabel 1.** Psikologi Warna  
(Sumber: Nirmana (Sanyoto, 2010))

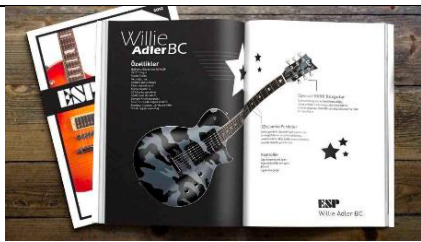






No	Warna	Respon Psikologi
1	Merah	Kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas, bahaya.
2	Jingga	Energy, kesinambungan, kehangatan.
3	Kuning	Ketidakjujuran/kecurangan, Optimis, harapan, filosofis, pengecut, penghianatan
4	Hijau	Alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembaharuan
5	Biru	Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah.
6	Ungu	Spiritual, misteri, keagungan, perubahan bentuk, galak, arogan
7	Coklat	Bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan.
8	Abu- Abu	Intelek, futuristic, modis, kesenduan, merusak.
9	Hitam	Kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan, ketidakbahagiaan, keanggunan

- d. **Layout** merupakan tata letak yang dipakai untuk mengatur sebuah komposisi dalam sebuah desain, seperti huruf teks, garis, bidang, gambar, bentuk pada konteks tertentu (Susanto, 2011). Prinsip-prinsip dasar dalam tata letak yaitu urutan (*sequence*), penekanan (*emphasis*), keseimbangan (*balance*), kesatuan (*unity*), yang bertujuan agar setiap elemen gambar dan teks menjadi pembaca untuk menerima informasi yang disajikan dalam konten.
- e. **Ukuran** merupakan elemen visual, besar kecilnya perlu diperhitungkan secara cermat sehingga desain komunikasi visual memiliki nilai kemudahan baca (*legability*) yang tinggi (Supriyono, 2010). Ukuran media yang akan di gunakan dalam desain majalah, menggunakan satuan desain dengan format vektor bertujuan untuk menjaga kualitas gambar agar tidak pecah Ketika desain dicetak hasil tetap terjaga dengan baik serta maksimal.
- f. **Teks** Menurut pandangan Eriyanto (2001), hampir sama dengan wacana, bedanya kalau teks hanya bisa disampaikan dalam bentuk tulisan saja, sedangkan wacana bisa disampaikan dalam bentuk lisan maupun tertulis. Berikut ini contohnya:
  1. **Headline** adalah pesan verbal utama yang ditonjolkan, biasanya menggunakan ukuran font terbesar agar mudah terbaca dari kejauhan.

2. *Sub headline* atau sering dikenal dengan sub judul, *sub headline* ini adalah kalimat penjelas *headline*.
  3. *Body copy* atau *Body Text* adalah teks yang menguraikan informasi produk lebih detail. Diharapkan dapat membujuk dan memprovokasi pembaca untuk membeli produk yang diiklankan.
  4. *Product shoot* adalah menampilkan produk yang ditawarkan, biasanya berupa gambar. Mana mungkin orang akan tertarik jika tidak ada gambar produknya, oleh karena itu *product shot* sangat penting disampaikan.
  5. *Tagline* atau slogan merupakan kalimat pendek yang menyerukan tentang kualitas atau keunggulan produk tersebut, penyampaian melalui slogan akan menanamkan citra suatu produk di hati pembaca/konsumen.
  6. *Baseline* merupakan bagian penutup iklan, umumnya berupa identitas perusahaan dan terletak di bagian bawah.
- g. **Layout** merupakan tata letak yang dipakai untuk mengatur sebuah komposisi dalam sebuah desain, seperti huruf teks, garis, bidang, gambar, bentuk pada konteks tertentu (Susanto, 2011). Dikutip dari sumber <https://solusiprinting.com/ada-12-jenis-layout-dalam-desain-grafis-simak-disini> diakses pada tanggal 20 Oktober 2023). Ada 12 jenis layout dalam penerapan desain majalah sebagai berikut:

**Tabel 2.** Jenis Layout  
(Sumber: solusiprinting.com)  
(Pryana, 2021)

No	Nama Layout	Penjelasan	Gambar
1	<i>Mondrian Layout</i>	Terinspirasi dari masterpiece karya pelukis Belanda, Piet Mondrian. Desainnya asimetris, mengandalkan basis warna biru, kuning, dan merah, dengan garis hitam sebagai pemisah setiap ruang	

No	Nama Layout	Penjelasan	Gambar
2	<i>Axial Layout</i>	Tampilan visual yang dihasilkan oleh tata letak axial atau aksial ini cukup kuat	
3	<i>Big Type Layout</i>	Tata letak <i>big type</i> yang punya ciri khas menggunakan font berukuran besar sebagai unsur utamanya	
4	<i>Picture Window Layout</i>	Fitur utama layout ini adalah tampilan gambar berukuran besar, biasanya secara close up	
5	<i>Multi Panel Layout</i>	Salah satu jenis layout dalam desain grafis ini menghasilkan tampilan visual yang rapi	
6	<i>Silhouette Layout</i>	Tata letak atau siluet mengacu pada karya fotografi atau metode ilustratif yang menyorot bentuk bayangan sebuah subjek	
7	<i>Frame Layout</i>	Tata letak ini mudah dikenali karena gambar atau teksnya diletakkan di dalam sebuah bingkai alias frame, baik berupa shading ataupun border	
8	<i>Alphabet-Inspired Layout</i>	Tata letak ini fokus pada deretan alfabet ataupun angka yang disusun sedemikian rupa untuk menyampaikan informasi atau cerita.	

No	Nama Layout	Penjelasan	Gambar
9	<i>Circus Layout</i>	Iklan dengan yang tidak terikat pada ketentuan apapun. Komposisi setiap elemennya tidak beraturan, biasa dipakai untuk meluapkan ekspresi ramai, kekacauan, atau kesibukan	
10	<i>Rebus Layout</i>	Tulisan dan gambar dalam tata letak ini saling menjalin dan terkait, menciptakan desain menawan, unik, dan “bercerita”. Dalam beberapa desain, ada teks yang diganti gambar atau sebaliknya	
11	<i>Type Specimen Layout</i>	Fokus utama tata letak yang satu ini terletak pada penggunaan satu jenis font tertentu	
12	<i>Copy Heavy Layout</i>	konsentrasi tata letak adalah pada pengaturan huruf, desainnya didominasi penyajian copy atau teks	

h. **Promosi** Menurut Rambat Lupiyoadi (2006), promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa.

1. *Above The Line (ATL)* atau Media Lini Atas. Pemasaran atau *marketing Above The Line (ATL)* merupakan pemasaran produk atau jasa yang menggunakan media massa.



**Gambar 4.** Contoh *Above The Line (ATL)* atau Media Lini Atas (Sumber: <https://mediamove.id/manfaat-menggunakan-billboard-dibandingkan-media-iklan-lainnya/>)

2. *Below The Line (BTL)* atau Media Lini Bawah. *Below The Line (BTL)* merupakan aktifitas marketing atau promosi yang dilakukan ditingkat retail atau konsumen dengan salah satu tujuannya adalah merangkul konsumen agar tertarik dengan suatu produk.



**Gambar 5.** Contoh *Below The Line (BTL)* atau Media Lini Bawah

(Sumber: <https://www.gourmettraveller.com.au/news/food-and-culture/restaurant-merchandise-18019>)

## KONSEP PERANCANGAN

Adapun tahapan proses dari perancangan desain majalah ini terdiri dari beberapa tahap yaitu tahap pra produksi, produksi dan terakhir pasca produksi.

### a. Membuat Ide dan konsep

Di tahap awal pembuatan majalah adalah proses penentuan konsep atau bisa disebut juga tema edisi. Konsep mempengaruhi keseluruhan isi majalah, mulai dari desain, *layout* dan ilustrasinya. Karena itulah penentuan ide dan konsep perlu dirancang dengan matang di tahap awal proses produksi ini. Untuk konsep *Style* desain yang dipergunakan pada visualisasi perancangan desain majalah ini menggunakan *style* desain jenis modern dengan perpaduan nuansa lokal Budaya Bali yang terlihat elegan, menarik dan memorable. Kemudian tema yang diangkat pada majalah edisi pertama HNS Studio, yaitu *hope never sleep* sesuai dengan singkatan dari HNS Studio itu sendiri yang memiliki sebuah makna filosofi, bahwa dalam menggapai sebuah keberhasilan atau kesuksesan harus dilandasi dengan semangat serta tekad harapan yang tidak pernah padam untuk menaklukkan segala rintangan menuju sebuah kesuksesan. Konsep jangka panjang perlu dianalisis agar perusahaan dapat dengan mudah menentukan apakah ide dan konsep ini akan bertahan dan efektif sampai tahun-tahun berikutnya (Srirahayu & Muslihah, 2021).

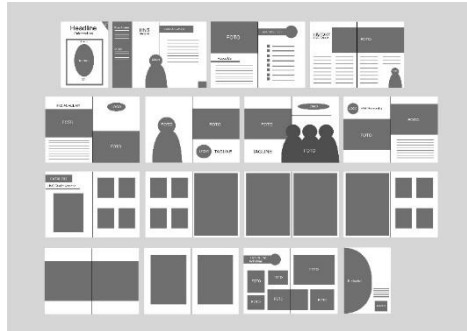
### b. Pemilihan Rubrik

Setelah konsep ditentukan maka hal yang perlu dilakukan selanjutnya adalah pemilihan rubrik. Majalah pasti memiliki berbagai macam rubrik dengan judul yang dibuat semenarik mungkin. Judul rubrik dicatat dan diurutkan berdasarkan urutannya.



### c. Penentuan Jumlah

Halaman Jika konsep dan judul rubrik sudah ada, selanjutnya adalah tahap penentuan jumlah halaman. Untuk menentukan jumlah halaman perlu disesuaikan juga dengan jumlah rubriknya. Misalnya, rubrik pertama mendapat jatah 2 halaman, rubrik kata pengantar serta halaman sejarah mendapat masing-masing juga 2 halaman, dan selanjutnya. Halaman majalah bisa dibuat bolak-balik atau tidak, itu juga mempengaruhi jumlah halamannya.



**Gambar 6.** Penentuan Jumlah Halaman Desain Layout Majalah  
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

### d. Input Materi

Majalah Proses input materi dilakukan setelah materi melewati proses editorial. Materi yang dimasukkan meliputi, artikel, foto, gambar, dan sebagainya. Untuk materi artikel yang terlalu Panjang akan diringkas terlebih dahulu, Karena artikel yang terlalu panjang bisa melebihi jatah halaman yang sudah di tentukan.

### e. Desain Cover Majalah

Tahap pembuatan cover majalah, Semua elemen yang diperlukan pada cover majalah dimasukkan dan didesain sesuai konsepnya. Termasuk didalamnya elemen teks, foto dan ilustrasi. Pada tahap ini penulis menggunakan aplikasi Adobe Indesign dalam mengerjakan desain cover majalah.



**Gambar 7.** Desain Cover Majalah (Sumber: Dokumentasi pribadi)

#### f. Tahap Desain Layout Halaman

Majalah Setelah proses pembuatan cover sudah maka proses berikutnya me-layout. Setiap rubrik memiliki layout yang berbeda-beda sesuai dengan judul rubriknya. Ilustrasi yang dipakai harus diperhatikan benar-benar agar tidak mengganggu keseluruhan isi rubrik. Layout berfungsi untuk membuat rapi, indah dan menarik.



Gambar 8. Desain Layout Majalah (Sumber: Dokumentasi pribadi)

#### g. Proofing dan Revisi

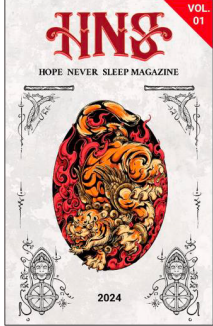

Pada Majalah *Proofing* merupakan salah satu kegiatan yang berfungsi untuk melihat, mengecek dan menentukan apakah materi, konsep dan artikel sudah sesuai dengan layout majalah itu sendiri. Pada proses proofing ini pihak customer atau perusahaan dapat melihat *softcopy* (format PDF) dari majalah. Mulai dari cover depan sampai dengan cover belakang.

#### h. Cetak Final Majalah


Pada tahapan proses ini, tim *Quality Control* dari Perusahaan akan mengecek kembali halaman, batas (*margin*) dan sebagainya. Apabila sudah benar semua maka akan dicetak sebanyak jumlah yang diperlukan.

#### i. Desain Akhir

Berikut adalah hasil akhir dari proses perancangan desain majalah yang sudah di setuju oleh pihak Perusahaan HNS Studio.

No	Hasil Desain	No	Hasil Desain
1		2	



No	Hasil Desain	No	Hasil Desain
3		4	
5		6	
7		8	
9		10	
11		12	

No	Hasil Desain	No	Hasil Desain
13		14	
15			



**Gambar 9.** Hasil Akhir Perancangan Desain Majalah  
(Sumber : dokumentasi pribadi)

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan proses perancangan desain majalah ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Manajemen HNS Studio dalam Mengelola Proyek

HNS Studio Bali menerapkan manajemen yang sistematis dalam menangani proyek desain dengan mengacu pada unsur 6M (*man, money, machine, materials, methods, dan market*). Manajemen ini mencakup pemberian *brief* yang jelas, pengelolaan sumber daya yang efektif, serta dukungan melalui bimbingan dan asistensi untuk memastikan keberhasilan proyek desain.

b. Tahapan Perancangan Desain Majalah

Tahapan perancangan desain majalah dimulai dengan brainstorming dan riset konsep untuk menentukan ide dan target *audiens* yang relevan. Selanjutnya, dilakukan pemilihan rubrik, penentuan jumlah halaman, serta pengumpulan dan input materi. Proses ini diakhiri dengan tahap visualisasi hingga menghasilkan desain majalah yang efektif sebagai media promosi HNS Studio Bali.

Proyek ini juga memberikan manfaat berupa peningkatan keterampilan perancangan desain bagi penulis serta pemahaman mendalam terkait manajemen proyek desain di HNS Studio Bali.

## DAFTAR PUSTAKA

- Endi, A., Afrina, & Wahyudiono, P. H. (2022). Perancangan Aplikasi Manajemen Proyek, Tugas dan Kolaborasi dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai. *Journal of Engineering, Technology, and Applied Science*, 4(1), 22–32. <https://doi.org/10.36079/lamintang.jetas-0401.352>
- Hidayat, S. R., & Mulyaningsih, I. (2022). Tindak Tutur Perlokusi dalam Album Lirik Lagu Iwan Fals: Relevansinya Terhadap Pembentukan Karakter. *Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia Serta Pengajarannya (PPJB-SIP)*, 1(1), 1–11. <http://www.jurnal-dummy.oke.com>
- Setiawan, H. C. B. (2020). *Manajemen Industri Kreatif: Teori dan Aplikasi* (2nd ed.). PT Berkas Mukmin Mandiri. <https://ebookstep.com>
- Julyanthry, J., Siagian, V., Asmeati, A., Hasibuan, A., Simanullang, R., Pandarangga, A. P., Purba, S., Purba, B., Ferinia, R., Rahmadana, M. F., & Syukriah M, E. A. (2023). *Manajemen Produksi dan Operasi* (Janner Simarmata, Ed.). Yayasan Kita Menulis. <https://repository.unai.edu/id/eprint/284>
- Nugroho, S. (2015). *Manajemen Warna dan Desain* (M. Bendatu, Ed.). Penerbit ANDI.
- Pryana, I. (2021). *Ada 12 Jenis Layout Dalam Desain*. Solusiprinting.Com.

- Rizal, M., & Ashar Pahany, M. (2021). Perancangan Animasi Motion Graphic Sebagai Media Promosi Stmik AKBA. *Journal of Information System Management (JOISM)*, 3(1), 8–5. <https://doi.org/https://doi.org/10.24076/joism.2021v3i2.514>
- Sanyoto, S. E. (2010). *Nirmana: elemen-elemen seni dan desain*. Jalasutra.
- Srirahayu, I., & Muslihah, I. (2021). PT. Indosurya Finance Solo Baru Employee Management Information System Analysis. *International Journal of Computer and Information System (IJCIS) Peer Reviewed-International Journal*, 02(1), 1–9. <https://ijcis.net/index.php/ijcis/index>
- Sudarso. (1990). *Tinjauan seni - sebuah pengantar untuk apresiasi seni*. Saku Dayar Sana.
- Viedy, E., Lombok, V., & Samadi, R. L. (2022). The Effect of Brand Image, Brand trust aadn Digital marketing on Consumer Purchase Decisions on Emina Products (Case Study at Sam Ratulangi University Students). *Jurnal EMBA*, 10(3), 953964.
- Wijayanto, G., Nasution, R. A., & Henni, N. (2023). *Pemasaran Kreatif: Membuka Potensi Inovasi dalam Bisnis* (Tonny Yuwanda, Ed.; 1st ed.). Takaya Innovatix Labs.