

## PERANCANGAN MEDIAPROMOSI CAFÉ *BLACKBIRD* SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN *BRAND LOYALTY*

Hernandi Sukmana Putra<sup>1)</sup>Karsam<sup>2)</sup>Darwin Yuwono Riyanto<sup>3)</sup>

S1 Desain Komunikasi Visual

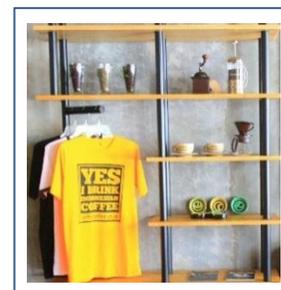
Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1) hernandi.sputra.hs@gmail.com, 2)karsam@stikom.edu, 3)darwin@stikom.edu

**Abstract:** *Blackbird Café is a business engaged in the Surabaya's culinary and have great potential. Blackbird Café has a distinctive feel of classic retro interior feels more real and is surrounded retro stuff around the interior of Café Blackbird. With the potential of Blackbird Café, businesses in the culinary field is still lacking in terms of promoting their products. Promotional activities are essential to market a product / brand, so the brand is still remembered and can do approach to customers through promotional activities. Promotional activities by Blackbird Café is sorely lacking until now, the promotion activities only via social media and websites without any merchandise cause less attention from consument and made characteristic of Blackbird Café has not been seen in any media campaign. The problem is, although the profit of Blackbird Cafe is quite large, it still can't compete with the café around the environment, it caused decrease in visitors may occur due to lack of promotional activities from Blackbird Café and the lack of innovation in the promotion programs as well as many culinary business that have sprung up in Surabaya do customer approach through media promotion and merchandise. Therefore, it takes some effort to maintain customer loyalty, which one is create appropriate media campaign can enhance brand loyalty Blackbird Café.*

**Keywords:** *Design, Media promotion, Brand Loyalty.*

Café Blackbird dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Seperti yang disampaikan oleh pemilik Café Blackbird pada tgl 11 maret 2015. data penjualan menurun dari tahun 2012, data pengunjung 1 tahun = 2.136 orang, total keuntungan 1 tahun = Rp 47.580.000, tahun 2013, data pengunjung 1 tahun = 1.776 orang, total keuntungan 1 tahun = Rp 43.234.800, tahun 2014, data pengunjung 1 tahun = 1.524 orang, total keuntungan 1 tahun = Rp 36.072.000. Penurunan ini disebabkan oleh konsumen berpaling ke Cafe sebelah (kompetitor), dengan alasan di cafe sebelah mempunyai merchandise yang menarik dan iklan brosur. Contoh gambar merchandise dan iklan brosur di beberapa café kompetitor:



Gambar 1.1 Merchandise Café Coffee Toffee  
Sumber: <https://lh3.googleusercontent.com>

Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa pembeli setiap hari, café tersebut dikunjungi oleh 100 orang, peneliti melakukan wawancara acak kepada

pembeli. disampaikan bahwa setiap pembelian dengan harga tertentu di cafe kompetitor, pembeli mendapatkan mug gratis dari salah satu merchandise yang ada di cafe tersebut. Selain itu pembeli yang datang berpasangan atau event tertentu akan mendapatkan salah satu merchandise di Cafe tersebut. Hal ini tidak terjadi di Cafe Blackbird oleh karena itu penulis akan membuat merchandise dan iklan brosur untuk meningkatkan brand loyalty Café Blackbird.

Café Blackbird memiliki keunggulan dari kompetitornya, dengan desain interior yang unik ala retro dan pelayan yang sangat respect komunikatif terhadap konsumen yang bertanya tentang menu yang tersedia di Café Blackbird. Café yang cocok untuk berkumpul bersama teman dari mulai anak muda maupun orang tua. Cafe ini memiliki konsep musik yang mengedepankan the Beatles. Dalam perkembangannya Café Blackbird lebih mengarahkan pada musik-musik *sidestream*. Menu utama di Café Blackbird adalah pancake dan teh. Dimana varian pancake dan teh yang disediakan cukup beragam. selain itu juga terdapat menu kopi, mocktail dan bir. Untuk produk makanan, salah satu yang diunggulkan adalah menu Blackbird.

Seperti yang telah dijelaskan di atas, bahwa jumlah pembeli di Café Blackbird mengalami penurunan, oleh karena itu perlu dibuat media promosi agar dapat meningkatkan penjualan dan brand loyalty konsumen terhadap Café Blackbird

Promosi adalah salah satu cara untuk memperkenalkan produk usaha. Dengan promosi maka produk akan lebih mudah dikenal masyarakat dan mudah mencapai ke target konsumen. Oleh karena itu promosi sangatlah penting bagi perkembangan sebuah usaha. Tidak ada bisnis yang sukses tanpa melakukan media promosi. Dengan dengannya media promosi, maka brand loyalty perusahaan tetap terjaga.

Brand loyalty sebagai suatu ukuran keterkaitan pelanggan kepada sebuah merek. Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya seorang pelanggan beralih ke merek lain yang ditawarkan oleh kompetitor, terutama jika pada merek tersebut didapati adanya perubahan, baik menyangkut harga ataupun atribut lainnya.

Alasan peneliti menggunakan brand loyalty adalah karena Café Blackbird sudah terkenal di Surabaya sehingga peneliti tidak menggunakan brand awareness. Selain itu disebabkan Café Blackbird ini

hanya membutuhkan Brand loyalty untuk menarik konsumen kepada merek Cafe Blackbird dan mempertahankan loyalitas konsumen Café Blackbird tersebut. Media yang diperlukan adalah merchandise dan iklan brosur. Kenapa demikian? Karena Café Blackbird sudah dikenal konsumennya di Surabaya dan Café ini hanya berskala Café Lokal di Kota Surabaya. Jadi tidak perlu membuat iklan TV, baliho dan lain-lain karena perlu biaya tinggi dalam proses pembuatannya, sewa tempat, jam tayang dan lain-lain. Hal ini disesuaikan dengan hasil skala omzet Café ini dari penjualan per tahunnya.

Visual Merchandising kini menjadi alat komunikasi pemasaran yang populer dalam mempromosikan produk makanan dan minuman dalam cafe secara langsung kepada konsumen, agar tertarik dan betah untuk berkunjung dan membeli. Visual Merchandising harus disuguhkan dengan konsep kreatif yang mampu mendiferensiasikan dan memposisikan merek café satu dengan merek-merek café yang lainya di tengah persaingan pasar yang semakin ketat ini.

Media Promosi adalah unsur dasar dalam menciptakan atmosfer berkunjung di dalam cafe, karena penampilan cafe dari pemandangan, suara, selera, dan wangi-wangian adalah yang secara besar menghasilkan bentuk presentasi promosi di dalam café. Oleh sebab itu dengan adanya unsur visual dapat mempresentasikan secara langsung promosi café kepada konsumen secara langsung dan menarik minat konsumen. Karena di lingkungan sekitar café Blackbird banyak sekali café yang lebih gencar promosinya. Sehingga café Blackbird butuh media promosi lebih gencar dan menarik untuk meningkatkan loyalitas dari komitmen konsumen.

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat memperoleh beberapa manfaat bagi perguruan tinggi dan pengelola cafe yaitu Dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran bagi pemilik cafe, khususnya Café Blackbird di Surabaya dalam upaya meningkatkan brand loyalty.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian. Menurut Kriyantono (2006: 62) data kualitatif didapatkan melalui proses observasi dan wawancara dengan pihak management dan pelanggan dari Café

Blackbird Surabaya yang dilakukan di sekitar lokasi Café Blackbird Surabaya. Selain itu, untuk memperkuat landasan perancangan media promosi Café Blackbird dibutuhkan dasar-dasar teori yang kuat melalui literature yang didapatkan melalui jurnal dan buku-buku sebagai pendukung untuk proses penentuan perancangan media promosi.

### Teknik Pengumpulan Data

Hasil obesrvasi yang telah dilakukan kepada Mas Afi menyatakan bahwa Café Blackbird tidak memiliki merchandise dan iklan brosur standard identitas yang jelas sehingga masih mengalami kesulitan untuk menempatkan posisinya sebagai Café Blackbird yang tidak hanya sekedar tempat untuk makan, minum dan berkumpul sama teman tetapi memberikan sarana lain berupa tampilan visual media promosi. Maka diperlukan pembuatan identitas dengan melakukan perancangan visual merchandise dan iklan brosur agar dapat melakukan promosi dengan baik sehingga mampu meningkatkan loyalitas konsumen.

Wawancara adalah merupakan cara pengumpulan data dengan bertanya secara sepihak ataupun dua pihak yang dikerjakan berlandaskan pada tujuan penelitian (Marzuki, 2000: 62). Dari sini akan memperoleh data untuk merancang desain dan media promosi meliputi pembuatan media promosi merchandise dan iklan brosur.

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan bukti-bukti otentik yang mendukung informasi mengenai Café Blackbird. Dokumentasi ini dilakukan dengan cara mendokumentasikan data yang berupa foto, arsip, dan seluruh objek penelitian berhubungan dengan masalah perancangan media promosi. Berikut di bawah ini adalah hasil dokumentasi.

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang informasinya diperoleh dari buku-buku referensi yang berkaitan dengan objek penelitian dengan tujuan untuk memperdalam wawasan mengenai *perancangan media promosi* dan sebagai pedoman dalam proses perancangan. Selain itu, implementasi karya dalam perancangan *media promosi* juga membutuhkan studi pustaka sebagai pendukung data penelitian sehingga kelak tidak menyimpang dari ruang lingkungannya.

### Teknik Analisis Data

Teknik reduksi data merupakan penyederhanaan jawaban-jawaban dari seluruh pertanyaan yang telah di ajukan kepada pihak-pihak tertentu dalam teknik pengumpulan data. Kategorisasi adalah upaya memilah-milah data yang diperoleh dengan mencari kesamaan. Selanjutnya, dicari kaitan antara data yang satu dengan lainnya dalam proses sintesiasi. Terakhir adalah membuat kesimpulan menjadi satu pernyataan yang menjawab pertanyaan penelitian.

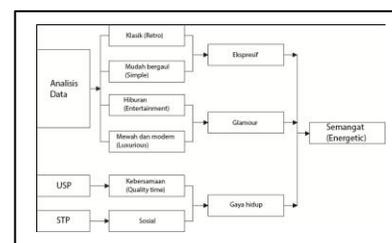
Mereduksi data-data Café Blackbird yang telah dikumpulkan seperti data wawancara yang dilakukan langsung kepada pemilik usaha dan hasil observasi peninjauan langsung ke lapangan, dengan menyaring kembali informasi yang dibutuhkan. Dalam penyajian data, dijabarkan kembali poin-poin hasil reduksi yang didapat dengan bahasa sendiri. Pada penarikan kesimpulan, masalah yang didapat dari hasil wawancara dan observasi akan menjadi jelas dan dapat diberikan solusi yang tepat, sesuai dengan kondisi saat peninjauan langsung.

Setelah data yang diperlukan dalam penelitian terkumpul dan selesai dilaksanakan, maka dibuat beberapa rancangan media promosi yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

## KONSEP DAN PERANCANGAN

### Analisis Keyword

Keyword utama ini merupakan hasil kesimpulan dari beberapa keyword yang telah dijelaskan di atas. Berikut ini keyword yang didapatkan (Gambar 4.5).

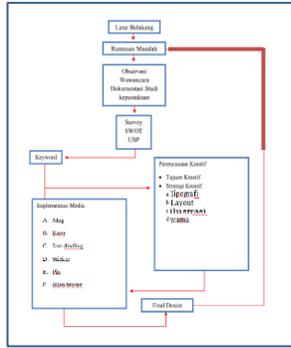


Gambar 4.5 Bagan Keyword (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Dari Gambar 4.5 diperoleh kata kunci semangat (energetic).

### Konsep Perancangan

Di bawah ini gambar skema konsep perancangan Café Blackbird sebagai berikut:



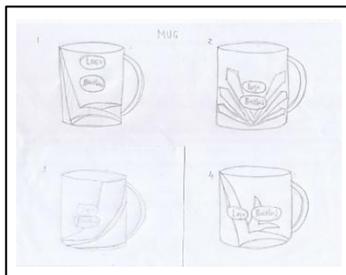
Gambar 4.8 Skema Konsep Perancangan (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Perancangan karya terdiri dari Mug, Kaos, Jam dinding, sticker, pin dan iklan brosur, berikut di bawah ini adalah perancangan karyanya.

Hasil dari pemilihan 20 orang responden terhadap gambar questioner terpilihlah desain-desain sebagai berikut di bawah ini:

1. Mug

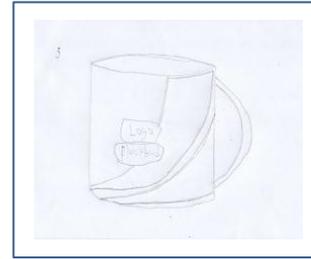
Perancangan merchandise meliputi: Mug, Kaos, Jam dinding, sticker, pin dan media promosi iklan brosur. Berikut beberapa sketsanya:



Gambar: 4.9 Sketsa alternatif Mug (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Berdasarkan pada gambar 4.9 sketsa alternatif untuk mug terdapat empat macam desain dimana desain terdapat penempatan logo dan font yang berbeda. Beberapa alternatif sketsa yang dibuat merupakan suatu gambaran hasil akhir serta membantu peneliti untuk melakukan tahap selanjutnya yaitu melakukan proses digital. Alternatif desain dengan tetap konsisten menggunakan elemen desain yang mewakili identitas Café Blackbird.

Dari beberapa alternatif desain yang telah dibuat maka terpilihlah satu desain dari media di atas berdasarkan pertimbangan komposisi dan konsistensi desain, hasil desain terpilih yaitu:



Gambar: 4.10 Sketsa terpilih Mug (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

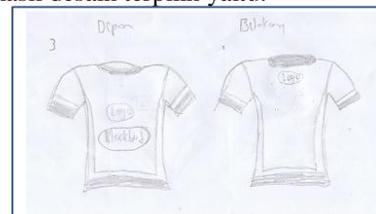
Berdasarkan pada gambar 4.10 sketsa alternatif untuk kaos terdapat empat macam desain dimana desain terdapat penempatan logo dan font yang berbeda. Beberapa alternatif sketsa yang dibuat merupakan suatu gambaran hasil akhir serta membantu peneliti untuk melakukan tahap selanjutnya yaitu melakukan proses digital. Alternatif desain dengan tetap konsisten menggunakan elemen desain yang mewakili identitas Café Blackbird.

2. Kaos



Gambar: 4.11 Sketsa alternatif Kaos (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Dari beberapa alternatif desain yang telah dibuat maka terpilihlah satu desain dari media di atas berdasarkan pertimbangan komposisi dan konsistensi desain, hasil desain terpilih yaitu:



Gambar: 4.12 Sketsa terpilih Kaos (Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

### 3. Jam Dinding



Gambar: 4.13 Sketsa alternatif Jam Dinding  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

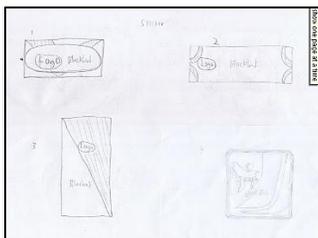
Berdasarkan pada gambar 4.13 sketsa alternatif untuk jam dinding terdapat empat macam desain dimana desain terdapat penempatan logo dan font yang berbeda. Beberapa alternatif sketsa yang dibuat merupakan suatu gambaran hasil akhir serta membantu peneliti untuk melakukan tahap selanjutnya yaitu melakukan proses digital. Alternatif desain dengan tetap konsisten menggunakan elemen desain yang mewakili identitas Café Blackbird.

Dari beberapa alternatif desain yang telah dibuat maka terpilihlah satu desain dari media di atas berdasarkan pertimbangan komposisi dan konsistensi desain, hasil desain terpilih yaitu:



Gambar: 4.14 Sketsa terpilih Jam Dinding  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

### 4. Sticker

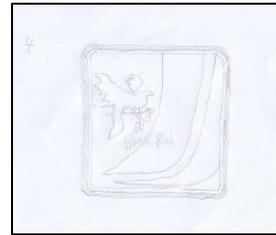


Gambar: 4.15 Sketsa alternatif Sticker  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Berdasarkan pada gambar 4.15 sketsa alternatif untuk sticker terdapat empat macam desain dimana desain terdapat penempatan logo dan font yang

berbeda. Beberapa alternatif sketsa yang dibuat merupakan suatu gambaran hasil akhir serta membantu peneliti untuk melakukan tahap selanjutnya yaitu melakukan proses digital. Alternatif desain dengan tetap konsisten menggunakan elemen desain yang mewakili identitas Café Blackbird.

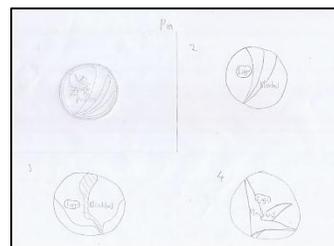
Dari beberapa alternatif desain yang telah dibuat maka terpilihlah satu desain dari media di atas berdasarkan pertimbangan komposisi dan konsistensi desain, hasil desain terpilih yaitu:



Gambar: 4.16 Sketsa terpilih Sticker  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Berdasarkan pada gambar 4.16 sketsa alternatif untuk pin terdapat empat macam desain dimana desain terdapat penempatan logo dan font yang berbeda. Beberapa alternatif sketsa yang dibuat merupakan suatu gambaran hasil akhir serta membantu peneliti untuk melakukan tahap selanjutnya yaitu melakukan proses digital. Alternatif desain dengan tetap konsisten menggunakan elemen desain yang mewakili identitas Café Blackbird.

### 5. Pin



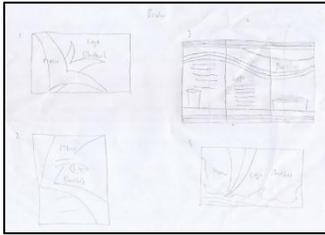
Gambar: 4.17 Sketsa alternatif Pin  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Dari beberapa alternatif desain yang telah dibuat maka terpilihlah satu desain dari media di atas berdasarkan pertimbangan komposisi dan konsistensi desain, hasil desain terpilih yaitu:



Gambar: 4.18 Sketsa terpilih Pin  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

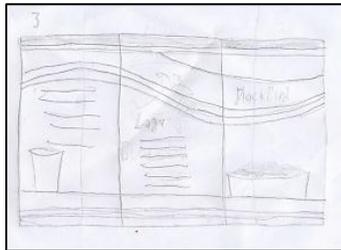
## 6. Iklan Brosur



Gambar: 4.19 Sketsa alternatif Iklan Brosur  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Berdasarkan pada gambar 4.19 sketsa alternatif untuk iklan brosur terdapat empat macam desain dimana desain terdapat penempatan logo dan font yang berbeda. Beberapa alternatif sketsa yang dibuat merupakan suatu gambaran hasil akhir serta membantu peneliti untuk melakukan tahap selanjutnya yaitu melakukan proses digital. Alternatif desain dengan tetap konsisten menggunakan elemen desain yang mewakili identitas Café Blackbird.

Dari beberapa alternatif desain yang telah dibuat maka terpilihlah satu desain dari media diatas berdasarkan pertimbangan komposisi dan konsistensi desain, hasil desain terpilih yaitu:



Gambar: 4.20 Sketsa terpilih Iklan Brosur  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

## IMPLEMENTASI DESAIN

### 1. Mug

Mug adalah salah satu media promosi yang sangat mampu untuk menarik minat konsumen. Berdasarkan sketsa yang telah dibuat,

desain dibuat dengan proses digital dan akan diaplikasikan pada mug di bawah ini:



Gambar 5.1 Implementasi Mug Café Blackbird  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Sesuai dengan konsep awal perancangan media promosi Café Blackbird yaitu “Energetic”, desain mug menggunakan ilustrasi vector art. Pada media promosi dibawah ini ada garis yang berwarna merah dan hitam.

Melambungkan ekspresif sedangkan warna merah semangat dan hitam elegant ciri khas café blackbird dengan interior retro british akan tetapi tetap terlihat eskpresif.

Kenapa media promosi yang digunakan hanya mug dikarenakan dari hasil penelitian saya café blackbird membutuhkan media promosi merchandise salah satunya berupa mug yang mudah dibawa dan dipakek untuk minum sangat mudah mengingatkan konsumen kepada café blackbird.

### 2. Kaos

Kaos adalah salah satu elemen yang sangat penting dalam media promosi cafe, oleh karena itu berdasarkan sketsa yang telah dibuat, desain dibuat dengan proses digital dan akan di aplikasikan pada media promosi Café Blackbird adalah sebagai berikut:



Gambar 5.2 Implementasi Kaos Café Blackbird  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Seperti desain mug, kaos ini juga memakai ilustrator vector art berupa logo Café Blackbird. Konsep awal perancangan media promosi Café Blackbird yaitu “Energetic”, informasi yang ditampilkan pada kaos berupa nama Café Blackbird memberi informasi kepada masyarakat luas.

Memakai warna hitam yang menampilkan sisi keanggunan, maskulin akan tetapi masih tetap terlihat modern.

Kenapa media promosi yang digunakan salah satunya kaos dikarenakan konsumen rata rata anak muda sangat tertarik dengan desain atau model kaos sekarang..

### 3. Jam Dinding

Pada media promosi ini peneliti mengutamakan merancang pembuatan merchandise dimana merchandise ini sebelumnya belum ada diCafe Blackbird oleh karena itu peneliti merancang merchandise salah satunya berupa jam dinding.



Gambar 5.3 Implementasi Jam Dinding Café Blackbird  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Pada jam dinding bagian depan berisi gambar logo Café Blackbird yang diatur penempatannya sedemikian rupa sesuai dengan hasil sketsa sebelumnya agar terkesan lebih menarik untuk melihatnya secara visual dan tidak monoton.

Warna yang dipakai tetap sama yaitu merah dan hitam yang sesuai dengan konsep yang telah ditentukan di setiap media promosi merchandise, agar desain terlihat menarik dan tidak monoton. Merchandise karena bisa di tempatkan pada dinding interior dirumah atau sebagai hadiah untuk mengingatkan kita kepada café blackbird dan menambah loyalitas konsumen.

### 4. Sticker

Media Sticker tempel ini merupakan media indoor ataupun outdoor yang sangat multifungsi untuk promosi.



Gambar 5.4 Implementasi Sticker Café Blackbird  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Sticker di desain hanya 1 sisi dengan mode full colour. Konsep desain ilustrasi tetap menggunakan logo utama Café Blackbird dengan penambahan garis lengkung agar desain pada setiap media promosi merchandise tidak monoton tetapi tetap sesuai dengan konsep awal, serta membuat orang tertarik datang ke Café Blackbird.

Kenapa media promosi yang digunakan sticker dikarenakan sticker lebih mudah dari pada x banner, sticker multifungsi bagi konsumen dikarenakan bisa di bawa pulang sebagai merchandise, menempelkan sticker di motor ataupun kaca mobil untuk menarik dan mengingatkan konsumen pada café blackbird. Sedangkan kalau x banner tidak bisa dibawa kemana-mana bagi konsumen. Hasil penelitian sticker sangat cocok untuk media promosi.

### 5. Pin

Pin adalah merchandise yang sangat unik dan simple dikarenakan pin bisa diaplikasikan pada baju, kaos ataupun tas pengunjung yang berkunjung dan mudah untuk mengingat nama Café Blackbird di Surabaya ini.



Gambar 5.5 Implementasi Pin Café Blackbird  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Sesuai dengan konsep yang telah terpilih desain pin tidak jauh dari media promosi lainnya yaitu menggunakan warna merah dan hitam “Energetic/Semangat”. Logo burung terbang dengan

membawa biji kopi sangat mudah mengingatkan kita kepada café blackbird.

Kenapa media promosi yang digunakan pin karena pin bisa digunakan konsumen ke baju, jaket, kaos, tas ataupun gantungan kunci dikarenakan media pin multifungsi lebih praktis untuk merchandise bagi konsumen dan menarik.

## 6. Iklan Brosur

Media brosur ini merupakan media outdoor yang dapat disebut juga dengan selebaran. Brosur mempunyai fungsi yaitu disebarakan ke khalayak luas, akan tetapi brosur ini dapat di sebarakan di jalan raya, dan memberikan informasi yang jelas, singkat dan mudah dipahami oleh calon konsumen.

Brosur didesain dengan ukuran A4 dan hanya 2 sisi depan belakang dengan mode full colour dan akan dicetak menggunakan kertas Art Paper 150gr agar mudah untuk proses penyebaran.



Gambar 5.6 Implementasi Iklan Brosur Café Blackbird  
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Brosur di desain menggunakan ilustrasi dan foto yang dipakai juga menggunakan foto menu makanan unggulan/favorite dari Café Blackbird. Akan tetapi pada media brosur ditambahkan alamat Café Blackbird, membuat orang yang membaca media iklan brosur mengingat lokasi Café Blackbird yang

mengusung konsep nuansa interior retro. Dibagian belakang brosur juga dijelaskan sejarah berdirinya café blackbird dan fasilitasnya.

Kenapa media promosi yang digunakan hanya brosur, brosur media promosi yang sangat tepat untuk café karena dengan brosur promosi jadi mudah membagikan informasi kepada para konsumen untuk mengetahui tentang café blackbird. Sedangkan baliho café blackbird sudah mempunyai tetapi kurang efektif untuk memberi informasi kepada seluruh konsumen di kota Surabaya.

## KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan media promosi Café Blackbird Surabaya ini adalah:

1. Gagasan perancangan media promosi Café Blackbird dapat meningkatkan loyalitas pelanggan agar tetap menjadi tempat kuliner yang diminati masyarakat.
2. Media promosi yang digunakan dalam perancangan adalah media yang umum digunakan saat ini yang dapat mencakup khalayak luas, seperti merchandise Mug, Kaos, Jam dinding, Pin, Sticker dan Iklan Brosur.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

Ardhi, Yudha. 2013. *Merancang Media promosi Unik dan Menarik*. Yogyakarta: TAKA.

Carter, E. David. 2006. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Surabaya: C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).

Kusrianto, Adi. 2006. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Surabaya: C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).

Moholy, Lazlo. 2006. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Surabaya: C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).

Richmond. 1998. *Periklanan Promosi*. The Martin Agency: VA: PENERBIT ERLANGGA.

**Website:**

(<http://mpira.ub.uni-muenchen.de/30365/>).

(Di akses tanggal 5 januari 2015).

([http://www.academia.edu/5090849/Pengertian\\_analisis\\_SWOT](http://www.academia.edu/5090849/Pengertian_analisis_SWOT)).

(Di akses tanggal 13 april 2015).

(<http://www.pengertianahli.com/2014/07/pengertian-media-dan-jenis-media.html>).

(Di akses tanggal 10 april 2015).