

**PERANCANGAN PROMOSI OBJEK WISATA PANTAI TELUK BUNGUS  
PADANG MELALUI MEDIA *BOOKLET***

**KARYA AKHIR**

*Diajukan kepada Universitas Negeri Padang  
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Desain .*



**Oleh:**

**RISKA MARDIANOVA**

**NIM: 1101182**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**JURUSAN SENI RUPA**

**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2016**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**Karya Akhir**

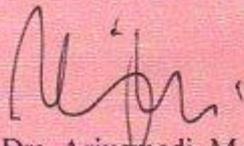
**PERANCANGAN PROMOSI OBJEK WISATA PANTAI TELUK BUNGUS PADANG  
MELALUI MEDIA *BOOKLET***

Nama : Riska Mardianova  
Nim/Bp : 1101182/2011  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jurusan : Seni Rupa  
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 10 Maret 2016

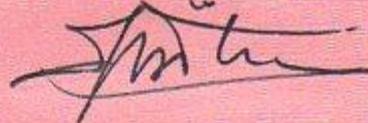
Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I



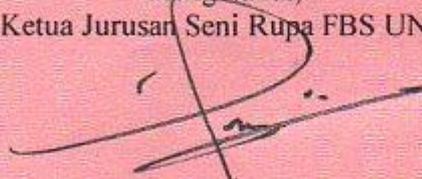
Drs. Ariusmedi, M.Sn.  
NIP. 19620602.198903.1.003

Dosen Pembimbing II



Riri Trinanda, S.Pd, M.Sn.  
NIP. 19801023.200812.1.002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Seni Rupa FBS UNP



Drs. Syafwan A, M. Si.  
NIP:19570101.198103.1.010

## HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Karya Akhir  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Padang

**Judul** : PERANCANGAN PROMOSI OBJEK WISATA PANTAI  
TELUK BUNGUS PADANG MELALUI MEDIA *BOOKLET*

Nama : Riska Mardianova  
Nim/Bp : 1101182/2011  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jurusan : Seni Rupa  
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 1 Maret 2016

Tim Penguji:

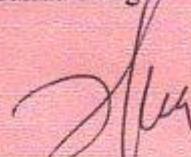
Nama / NIP

Tanda Tangan

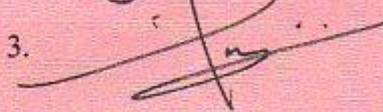
1. Ketua : Hendra Afriwan S.Sn, M.Sn  
NIP. 19770401.200812.1.002

2. Sekretaris : Dra. Zubaidah A. M.Sn  
NIP. 19570425.198602.2.001

3. Anggota : Drs. Syafwan A. M.Si  
NIP. 19570101.198103.1.010

1. 

2. 

3. 

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya Tulis saya, *Skripsi/Karya Akhir\**) dengan judul **“Perancangan Promosi Objek wisata Pantai Teluk Bungus Padang melalui Media Grafis”** adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Didalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 15 Januari 2016  
Saya yang menyatakan,



*Riska*  
**Riska Mardianova**  
NIM. 1101182/2011

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"..... Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan  
Maka apabila kamu tidak selesai dari sesuatu (urusan),  
Kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.  
Dan hanya kepada Tuhan-Mu lah hendaknya kamu berharap".  
(Q.S Alam Nasyrat : 6-8)

Ilmu membuat aku semakin merasa kecil di hadapan Tuhan,  
Semakin aku tahu, semakin aku menyadari betapa besarnya Tuhan,  
Tuhanku... betapa kecilnya aku di hadapan-Mu.  
Ku tuntut ilmu, hanya untuk mengabdikan kepada-Mu.  
Jadikanlah ilmu yang ku tuntut berguna bagi Agama, dan Bangsa.  
Jadikanlah aku manusia yang tahu mensyukuri Rahmat-Mu dari ilmu yang telah  
Engkau beri.  
Ampunilah aku ya Allah !!!

Kugapai cita yang masih tersisa  
Dikala secercah sinar rembulan diselimuti awan  
Diantara butir-butir keringat yang masih bercucuran  
Akhirnya hari ini sepercik keberhasilan telah kudapati  
Namun perjalanan ini masih panjang,  
Dan harapan belumlah usai

Dari hamparan sukma yang paling dalam  
Ku persembahkan karya ku ini  
Buat orang-orang yang ku sayangi, dan ku cintai  
Terutama Papa ku (Marzuki, S.Pd), dan Mama ku (Mardiati)  
Serta Oom ku (Afridon, S.H) yang telah banyak membantu  
Dalam penyelesaian pembuatan Karya Akhir ini.  
Dan Saudara-saudara ku (Sri Sa'adah Mardiah, S.Pd,  
Islami Oktasari Putri, dan Aulianisa Purnamasari).  
Dorongan yang kalian berikan adalah modal yang sangat besar  
Yang telah memotivasi untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini,  
Dan terimalah ini sebagai tanda terimakasih ku  
atas segala cinta, kasih sayang, dan dorongan yang pernah diberikan.

By Riska Mardianova

## ABSTRAK

### “Perancangan Promosi Objek Wisata Pantai Teluk Bungus Padang Melalui Media *Booklet*”

Daerah Bungus Teluk Kabung memiliki objek wisata pantai yang cukup luas dan indah. Tetapi pantai Teluk Bungus hanya memiliki media promosi untuk masing-masing pantai saja. Untuk mempromosikan seluruh Wisata Pantai Teluk Bungus, diperlukan sebuah media promosi yang dapat memberikan informasi yang lebih jelas. Media promosi yang akan digunakan adalah media *booklet*. Karena media *booklet* memberikan informasi dengan lebih jelas dan mampu menjelaskannya lebih rinci.

Proses perancangan ini telah adanya prosedural untuk menciptakan sebuah karya desain dan didalamnya terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan, identifikasi, konsep desain, hasil yang diharapkan. Hasil perancangan ini berupa *booklet* berukuran 22 x 14,5 cm dan menampilkan foto *landscape* kawasan pantai Teluk Bungus, sebagai media pendukung dari objek wisata pantai Teluk Bungus ini berupa folder, kalender, *leaflet*, poster, stiker, spanduk, pin, gantungan kunci, tas belanja, dan kaos.

Analisis data yang digunakan dalam perancangan ini melalui metode 5W 1H. Metode ini diperlukan untuk mengumpulkan informasi dan menganalisis permasalahan yang terjadi sehingga kita dapat mengambil solusi yang tepat untuk mengatasinya. Semoga Promosi objek wisata pantai Teluk Bungus Melalui Media *Booklet* berhasil dan menarik parawisatawan domestik maupun wiasatawan asing.

Kata kunci: *Booklet*, Objek wisata, Teluk Bungus, Padang.

## KATA PEGANTAR

Alhamdulillah rabbi'l'alamin, dengan memanjatkan puji, dan syukur kehadirat Allah Tuhan Semesta Alam, karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya, penulis dapat untuk menyelesaikan laporan Karya Akhir ini dengan judul “Perancangan Promosi Objek Wisata Pantai Teluk Bungus Padang Melalui Media Grafis”. Adapun penulisan laporan Karya Akhir ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program Sarjana Desain Komunikasi Visual di jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa Sastra dan Seni, Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan laporan Karya Akhir ini penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak sehingga laporan ini selesai. Baik berupa saran-saran maupun masukan dan bimbingan sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu terutama kepada orang tua dan dosen yang bersangkutan yang telah membimbing penulis dalam ruang kuliah, yaitu:

1. Orang tua dan keluarga yang telah banyak membantu ikut mendorong, serta memberi motivasi.
2. Bapak Drs. Syafwan, M.Si, selaku Ketua Jurusan Seni Rupa.
3. Ibu Dra. Zubaidah, M.Pd, selaku Penasehat Akademik yang telah memberi bimbingan dan arahan dari awal masuk kuliah sampai menyelesaikan kuliah.

4. Bapak Drs. Ariusmedi, M.Sn, dan Bapak Riri Trinanda, S.Pd, M.Sn, selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II dalam menyelesaikan laporan karya akhir ini yang telah membimbing, menunjukkan, mengarahkan dan meluangkan waktunya untuk penulis.
5. Bapak Hendra Afriwan M.Sn, Ibu Dra. Zubaidah A, M.Sn dan Bapak Drs. Syafwan, M.Si selaku dosen penguji I, II, dan III.
6. Bapak dan ibu dosen jurusan Seni Rupa dan prodi Desain komunikasi Visual beserta para staf.

Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyadari bahwa laporan ini sangat jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangannya. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan Karya Akhir ini.

Padang, 3 Februari 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Batasan Masalah .....	4
D. Rumusan Masalah .....	4
E. Orisinalitas .....	5
F. Tujuan Berkarya .....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	6
A. Kajian Praksis .....	6
1. Letak Geografis Pantai Teluk Bungus.....	6
2. Bagian-bagian Pantai Teluk Bungus .....	7
a. Pantai Carolina .....	7
b. Pantai Sako .....	8
c. Pantai Pasir Putih .....	8
3. Keunggulan Pantai Teluk Bungus .....	8
4. Dokumentasi .....	10
B. Kajian Teoritis .....	12
1. Teori Desain Komunikasi Visual .....	12
2. Teori Logo .....	13
3. Teori Promosi .....	14
4. Teori <i>Booklet</i> .....	16
5. Teori Tipografi .....	18
6. Teori <i>Layout</i> .....	20
7. Teori <i>Golden Ratio</i> .....	23
C. Karya Relevan .....	24
D. Kerangka Konseptual .....	26
BAB III METODE PERANCANGAN .....	27
A. Metode Pengumpulan Data .....	27
1. Data Primer .....	27
a. Wawancara .....	27
b. Observasi Lapangan .....	28

2. Data Sekunder .....	28
a. Kajian Pustaka .....	29
b. Dokumentasi .....	29
c. Internet .....	29
B. Metode Analisis Data .....	29
1. <i>What</i> (apa) .....	30
2. <i>Whos</i> (siapa) .....	30
3. <i>Where</i> (dimana) .....	31
4. <i>When</i> (kapan) .....	31
5. <i>Why</i> (mengapa) .....	31
6. <i>How</i> (bagaimana) .....	32
C. Pendekatan Kreatif .....	32
1. Tujuan Kreatif .....	32
2. Strategi Kreatif .....	33
3. Program Kreatif .....	33
D. Media Utama dan Media Pendukung .....	34
1. Media Utama .....	34
a. <i>Booklet</i> .....	34
b. Efektifitas Media Utama .....	34
2. Media Pendukung .....	35
a. Folder .....	35
b. Kalender .....	35
c. <i>Leaflet</i> .....	35
d. Poster .....	35
e. Stiker .....	36
f. Spanduk .....	36
g. Pin .....	36
h. Gantungan Kunci .....	36
i. Tas Belanja .....	37
j. Kaos .....	37
E. Jadwal Kerja .....	38
BAB IV PERANCANGAN VISUAL .....	39
A. Teori Media .....	39
1. Pendekatan Verbal .....	39
2. Pendekatan Visual .....	40
B. Program Kreatif .....	42
1. Pembahasan Media Utama ( <i>Booklet</i> ) .....	42
2. Pembahasan Media Pendukung .....	43
a. Folder .....	43
b. Kalender .....	43
c. <i>Leaflet</i> .....	44
d. Poster .....	44
e. Stiker .....	45
f. Spanduk .....	45
g. Pin .....	45

h. Gantungan Kunci .....	46
i. Tas Belanja .....	46
j. Kaos .....	47
C. <i>Layout</i> .....	47
1. <i>Layout Kasar</i> .....	47
a. Logo .....	47
b. Media Utama ( <i>Booklet</i> ) .....	50
c. Media Pendukung .....	53
1) Folder .....	53
2) Kalender .....	54
3) <i>Leaflet</i> .....	56
4) Poster .....	57
5) Stiker .....	59
6) Spanduk .....	59
7) Pin .....	60
8) Gantungan Kunci .....	61
9) Tas Belanja .....	62
10) Kaos .....	62
2. <i>Layout Komprehensif</i> .....	63
a. Logo.....	63
b. Media Utama ( <i>Booklet</i> ) .....	64
c. Media Pendukung .....	71
1) Folder .....	71
2) Kalender .....	72
3) <i>Leaflet</i> .....	73
4) Poster .....	74
5) Stiker .....	75
6) Spanduk .....	75
7) Pin .....	76
8) Gantungan Kunci .....	77
9) Tas Belanja .....	77
10) Kaos .....	78
D. Final Desain .....	79
1. Media Utama ( <i>Booklet</i> ) .....	79
2. Media Pendukung .....	80
a. Folder .....	80
b. Kalender.....	80
c. <i>Leaflet</i> .....	81
d. Poster .....	81
e. Stiker .....	82
f. Spanduk .....	82
h. Gantungan Kunci .....	83
i. Tas Belanja .....	84
j. Kaos .....	84

BAB V PENUTUP .....	85
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran .....	86
DAFTAR RUJUKAN	
DAFTAR LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pantai Carolina .....	10
Gambar 2. Pantai Pasir Putih .....	10
Gambar 3. Pantai Sako .....	10
Gambar 4. <i>Banana Boat</i> Pantai Teluk Bungus .....	11
Gambar 5. Transportasi menuju Pulau <i>Kasiak</i> .....	11
Gambar 6. Peta Kecamatan Bungus Teluk Kabung .....	12
Gambar 7. Contoh gambar <i>layout booklet</i> .....	17
Gambar 8. <i>Layout tipe axial</i> .....	21
Gambar 9. <i>Layout tipe group</i> .....	21
Gambar 10. <i>Layout tipe band</i> .....	22
Gambar 11. <i>Layout tipe grid</i> .....	22
Gambar 12. <i>Layout tipe path</i> .....	23
Gambar 13. <i>Layout golden ratio</i> .....	24
Gambar 14. <i>Booklet</i> Karya Hikmah Hasmaini .....	24
Gambar 15. <i>Booklet</i> Karya Elfi Tika Sari .....	25
Gambar 16. <i>Mind Mapping</i> perancangan logo pantai Teluk Bungus .....	40
<i>Layout kasar</i> logo .....	47
<i>Layout kasar</i> Media Utama ( <i>booklet</i> ) .....	50
<i>Layout kasar</i> Media Pendukung .....	53
<i>Layout komprehensif</i> logo .....	63
<i>Layout komprehensif</i> Media utama ( <i>booklet</i> ) .....	64
<i>Layout komprehensif</i> Media pendukung .....	71
Final Desain Media Utama ( <i>booklet</i> ) .....	79
Final Desain Media Pendukung .....	80

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Struktur Perancangan .....	26
Tabel 2. Jadwal Kerja .....	38
Tabel 3. Warna yang digunakan pada logo pantai Teluk Bungus .....	41

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pantai Teluk Bungus terletak di Sepanjang Pantai Kecamatan Bungus Teluk Kabung Kota Padang, Sumatera Barat. Bungus Teluk Kabung merupakan salah satu Kecamatan yang ada di Kota Padang yang berbatasan dengan daerah Kabupaten Pesisir Selatan. Kecamatan Bungus Teluk Kabung memiliki pesisir pantai yang panjang yaitu orang menyebutnya dengan Pantai Teluk Bungus. Sebagian Penduduk Kecamatan Bungus Teluk Kabung bekerja sebagai Nelayan. Pantai ini hanya berjarak sekitar 20 kilometer dari pusat kota Padang. Pantai ini sangat mudah dicapai, baik dengan angkutan kota maupun dengan kendaraan pribadi.

Bagian –bagian pantai Teluk Bungus seperti pantai Carolina yang terletak di Jl.Padang-Painan, *Nagari* Pasarlaban, kelurahan Bungus Selatan, Kecamatan Bungus Teluk Kabung ini merupakan sebuah pantai yang indah dengan pasir halus berwarna cokelat dan dikelilingi oleh pohon kelapa dan pinus. Pantai lainnya yang berada disekitar pantai Carolina adalah Pantai sako yang terletak di *Labuhan Tarok*, Kelurahan Bungus Barat, Kecamatan Bungus Teluk Kabung berada disebelah pelabuhan Bungus dengan fasilitas pantai berupa taman atau penghijauan yang dilengkapi dengan *gazebo*, dan pantai Pasir Putih yang di sepanjang pinggiran pantainya terdapat Losmen Carlos

yang merupakan sebuah penginapan untuk para turis yang berkunjung ke Pantai Teluk Bungus yang dimiliki oleh seorang pengusaha yang bernama Carlos.

Tengah lautan pesisir pantai Teluk Bungus ini terdapat sebuah pulau kecil yaitu pulau *kasiak*, yang hanya diisi pasir, tanpa ada tumbuhan yang tumbuh. Pulau ini sering dikunjungi, karena memberikan suasana yang unik, lepas di tengah lautan Teluk Bungus. Transportasi menuju Pulau *Kasiak* tersebut bisa menggunakan perahu *boat* yang telah disiapkan dan disewakan kepada pengunjung di pantai Teluk Bungus.

Kawasan Pantai Teluk Bungus masih menyimpan potensi laut yang baik, dan kondisi hutan *magrove* di pantai ini masih terjaga. Alam bawah lautnya pun masih menarik untuk diselami. Tidak jarang, para penyelam pemula masih sering memanfaatkan pantai Teluk Bungus sebagai sarana latihan *snorkeling*. Untuk *scuba*, para penyelam bisa melakukannya di beberapa pulau yang ada di kawasan Bungus. Menurut Hendrinova dalam blognya, (<http://hendrinova.blogspot.com>, diakses pada 18 Oktober 2010, 12:02 pm) “Tidak heran Pantai Teluk Bungus ini banyak dijadikan ajang acara-acara tertentu oleh beberapa instansi”. Kawasan bibir pantai yang ditanami pohon pinus, dapat membuat nyaman warga yang berkunjung, beberapa pedagang kelapa muda pun siap sedia di area pantai.

Sebagian objek wisata Pantai Teluk Bungus sudah ada yang dipromosikan dan ada yang belum dipromosikan. Sampai saat sekarang hanya

Carolina lah yang sangat dikenal Masyarakat Luas dibanding pantai Sako dan pantai Pasir Putih. Adapun media yang telah digunakan untuk promosi objek-objek wisata tersebut adalah Baliho, Spanduk, dan Media Sosial internet. seperti yang dikatakan oleh Intan Permata, putri dari pemilik pantai sako tersebut bahwa pantai sako sampai saat ini hanya memiliki media promosi berupa spanduk dan media sosial *facebook* saja.

Berdasarkan penjelasan di atas, untuk mempromosikan seluruh wisata pantai Teluk Bungus, diperlukan sebuah media promosi yang dapat menjelaskan semua informasi tentang pantai Teluk Bungus. Media promosi yang akan digunakan adalah *booklet*. Karena *booklet* dapat memberikan informasi dengan lebih jelas dan mampu menjelaskan lebih kompleks. Hal ini terlihat dari penyajian informasi dalam *booklet* yang disertai dengan keterangan gambar-gambar atau foto yang menjelaskan informasi yang disampaikan.

*Booklet* adalah media komunikasi massa yang bertujua untuk menyampaikan pesan yang bersifat promosi, anjuran, larangan-larangan kepada khalayak massa, dan berbentuk cetakan. Sehingga akhir dari tujuannya tersebut adalah agar masyarakat yang sebagai objek memahami dan menuruti pesan yang terkandung dalam media komunikasi massa. (Jefkins, 1997:137)

Maka dari itu, dengan adanya media promosi pantai Teluk Bungus, masyarakat luas dapat lebih mengenal seluruh lokasi wisata pantai Teluk bungus dengan menyeluruh. Dengan demikian, judul dari laporan Karya Akhir

ini adalah “Perancangan Promosi Objek Wisata Pantai Teluk Bungus Padang melalui media *Booklet*”

## **B. Identifikasi Masalah**

Dilihat dari latar belakang masalah dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Seluruh kawasan pantai Teluk Bungus masih menyimpan potensi laut yang baik, tetapi masih banyak orang yang belum mengenal akan wisata pantai Teluk Bungus secara menyeluruh.
2. Diantara semua pantai di kawasan pantai Teluk Bungus, hanya pantai Carolina saja yang sangat dikenal masyarakat luas.
3. Media promosi untuk pantai Teluk Bungus secara menyeluruh belum ada.

## **C. Batasan Masalah**

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, untuk mempromosikan tempat wisata pantai Teluk Bungus, maka dibuat perancangan media Promosi objek wisata pantai Teluk Bungus Padang melalui media *booklet*.

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yaitu: bagaimana merancang media *booklet* untuk mempromosikan pantai Teluk Bungus.

### **E. Orisinalitas**

Masalah yang diangkat pada Karya Akhir ini adalah sesuatu yang fakta bukan fiktif, pemecahan masalah jauh dari penjimplakan. Beberapa media promosi yang sudah ada di pantai Teluk Bungus seperti spanduk, baliho, media *facebook* hanya ada untuk masing-masing pantai seperti pantai Carolina dan pantai Sako. Namun belum ada media promosi apapun untuk pantai Teluk Bungus itu sendiri.

### **F. Tujuan Berkarya**

Adapun tujuan perancangan ini berbentuk:

1. Merancang *booklet* sebagai media utama dari perancangan media promosi objek wisata pantai Teluk Bungus Padang.
2. Merancang kalender, tas belanja, pin, *leaflet*, poster, folder, baju kaos, stiker, gantungan kunci, dan spanduk sebagai media pendukung.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Praksis**

##### **1. Letak Geografis Pantai Teluk Bungus**

Pantai Teluk Bungus terletak di sepanjang Pesisir Pantai Kecamatan Bungus Teluk kabung, Sebelah Selatan Kota Padang dengan jarak 20 Km dari Pusat Kota dan berbatasan langsung dengan kabupaten Pesisir Selatan. Secara geografis, Bungus Teluk Kabung mempunyai kesamaan bentang alam dengan wilayah Pesisir Selatan yaitu sama-sama berada di pinggir pesisir barat Sumatera. Bungus Teluk Kabung terletak pada 0,54 derajat – 1,80 derajat LS, dari sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Lubuk Begalung, sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Pesisir Selatan, sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Lubuk Kilangan, sebelah Barat berbatasan dengan Samudera Indonesia. Kecamatan Bungus Teluk kabung memiliki luas daerah 100,78 KM, Temperatur 21,6 derajat Celcius sampai 31,8 derajat Celcius. (Sapardi Gesti, 2012:2)

Kawasan Pantai Teluk Bungus Sebagai salah satu kawasan yang memiliki potensi alam terutama berkaitan dengan sumber energi listrik, Pemerintah Pusat dan Daerah telah membangun sebuah *PLTU Teluk Sirih* unit I yang selesai pada Desember 2011 dengan kapasitas 1x112 MW.

## 2. Bagian-bagian Pantai Teluk Bungus

### a. Pantai Carolina

Menurut Afridon salah satu pemuka masyarakat Bungus Teluk Kabung, pantai Carolina dulunya merupakan sebuah hutan bakau yang dimiliki oleh masyarakat kaum suku *Sipanjang*. Lalu dibeli oleh Zainal Zein untuk dijualkan kepada PT *Sun Kyong* milik orang Korea. Dan sisa tanah dari PT *Sun Kyong* tersebut menjadi pantai keluarga milik pasangan Zainal Zein dan Jusna Zein. Pantai tersebut diberi nama Pantai Carolina. Nama Pantai Carolina tersebut diambil dari nama anak perempuan mereka. Pada tahun 1984, akhirnya Pantai Carolina dibuka untuk umum agar bisa dinikmati oleh semua masyarakat.

Pengunjung dapat menikmati hijaunya tiga bukit yang berada di sekitar pantai, yaitu Bukit Teluk Bungus terdapat disebelah kiri Pantai, Bukit Teluk Buo terdapat di belakang, dan Bukit lampu di sebelah kanannya.

Pantai Carolina mempunyai fasilitas yang cukup lengkap seperti beberapa restoran yang salah satunya Restoran Ketaping, Tempat penginapan dengan nama Hotel Carolina yang memiliki kamar sebanyak enam belas kamar, dan *cottage* dengan nama *sriloka*. Nama *sriloka* merupakan pemberian Sultan Hamengkubuwono IX, saat beliau singgah ke pantai carolina di tahun 80-an. Fasilitas-fasilitas wisata air

seperti *banana boat*, *skyboard*, *speed boat*, Dan juga disediakan sarana *outbond* berupa *Flyng Fox* dan *motor ATV* pada hari tertentu.

#### **b. Pantai Sako**

Pantai Sako adalah Pantai Baru yang dibuka pada tahun 2011, yang dimiliki oleh Bapak Ali Munir. Pantai Sako terletak pada koordinat 1° 01' 53,53"E 100° 24' 05,26" yaitu di Labuhan Tarok Kecamatan Bungus Barat. Posisi Wisata Bahari Pantai Sako berada disebelah pelabuhan Bungus. Fasilitas pantai berupa taman/penghijauan dengan *gazebo*, penyewaan benen apung, sewa *boat* ke-pulau, penyewaan lokasi untuk kemping, kegiatan *out bond*, *banana boat* serta kegiatan sepeda air.

#### **c. Pantai Pasir Putih**

Pantai ini jarang dikunjungi dibandingkan pantai sako dan carolina, karena Pantai ini memang tidak menyediakan fasilitas wisata air seperti pantai sako dan Carolina. Tapi dilokasi ini memberikan pemandangan indah pada aktifitas nelayan dan Potensi Laut yang sangat Baik. Disepanjang Pantai Pasir Putih ini terdapat penginapan Losmen Carlos yang cukup dikenal oleh para Turis.

### **3. Keunggulan Pantai Teluk Bungus**

Kawasan Pantai Teluk Bungus masih menyimpan potensi laut yang lebih baik dibanding kawasan lain di sepanjang Pantai Padang. Kondisi hutan *magrove* di pantai ini masih terjaga. Alam bawah lautnya pun masih

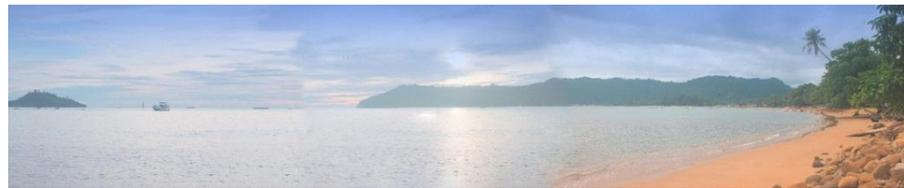
menarik untuk diselami. Kawasan Pantai Teluk Bungus juga memiliki pulau yang menjadi tempat tujuan para wisatawan yaitu Pulau *Kasiak* yang hanya diisi pasir tanpa ada tumbuhan yang tumbuh dengan pemandangan bagus disekitarnya dan air laut yang berwarna biru dan pulau lainnya seperti pulau *Sikuai*, pulau *Pasumpahan*, pulau *Pagang* dan sebagainya.

Pantai Teluk Bungus memiliki Fasilitas yang cukup lengkap di setiap lokasi Pantainya. Seperti Restoran dan Rumah Makan disepanjang Pesisir Pantai Teluk Bungus dengan makanan Khas Bungus Teluk Kabung yaitu Gulai Ikan Karang, Tempat Penginapan di setiap lokasi Pantai dengan salah satunya Hotel Carolina dan Losmen Carlos yang cukup dikenal oleh para Turis. Pantai Teluk Bungus juga dilengkapi dengan fasilitas wisata air seperti angsa dayung, *Banana Boat*, *skyboard*, *speed boat*, Perahu Boat menuju ke pulau. juga disediakan sarana *outbond* berupa *Flyng Fox* dan *motor ATV* pada hari tertentu.

#### 4. Dokumentasi



**Gambar 1: Pantai Carolina**  
**Sumber: Dokumentasi Riska Mardianova**



**Gambar 2: Pantai Pasir Putih**  
**Sumber: Dokumentasi Riska Mardianova**



**Gambar 3: Pantai Sako**  
**Sumber: Dokumentasi Riska Mardianova**



**Gambar 4. *Banana Boat* Pantai Teluk Bungus  
Sumber: Dokumentasi Riska Mardianova**



**Gambar 5: Transportasi menuju Pulau *Kasiak*  
Sumber: Dokumentasi Riska Mardianova**



**Gambar 6 . Peta Kecamatan Bungus Tl. Kabung**  
Sumber. [www.google.com](http://www.google.com)

## **B. Kajian Teoritis**

### **1. Teori Desain Komunikasi Visual**

Untuk menyampaikan suatu pesan atau promosi agar dapat tersampaikan dengan efektif dibutuhkan pemahaman teori dan konsep terhadap Desain Komunikasi Visual.

Sachari Agus (2005:7) meyebutkan bahwa desain pada hakikatnya merupakan upaya manusia memberdayakan diri melalui benda ciptaannya untuk menjalani kehidupan yang lebih aman dan sejahtera.

Widagdo (1993:31) menyatakan bahwa:

“Desain komunikasi visual dalam pengertian modern adalah desain yang dihasilkan dari rasionalitas. Dilandasi pengetahuan, bersifat rasional, dan pragmatis. Jagat desain komunikasi visual senantiasa dinamis, penuh gerak, dan perubahan. Hal itu karena peradaban dan ilmu pengetahuan modern memungkinkan lahirnya industrialisasi. Sebagai produk kebudayaan yang terkait dengan sistem sosial dan

ekonomi, desain komunikasi visual juga berhadapan pada konsekuensi sebagai produk massal dan konsumsi massa.”

T. Sutanto (2005:15-16) menyatakan, desain komunikasi visual senantiasa berhubungan dengan penampilan rupa yang dapat diserap orang banyak dengan pikiran maupun perasaannya. Rupa yang mengandung pengertian atau makna, karakter serta suasana, yang mampu dipahami (diraba dan dirasakan) oleh khalayak umum atau terbatas.

Menurut Sanyoto, (2006:8) Desain komunikasi visual memiliki pengertian secara menyeluruh, yaitu rancangan sarana komunikasi yang bersifat kasat mata. Sedangkan menurut Tinarboko (1998:66) Desain komunikasi visual dapat dipahami sebagai salah satu upaya pemecahan masalah (komunikasi, atau komunikasi visual) untuk menghasilkan suatu desain yang paling baru di antara desain yang baru.

Dapat disimpulkan Desain Komunikasi Visual adalah rancangan sarana penyampaian suatu pesan dengan penampilan rupa yang dapat diserap orang dengan pikiran dan perasaan.

## **2. Teori Logo**

Dalam sebuah promosi, terkadang sangat dibutuhkan suatu identitas dari suatu perusahaan, lembaga atau instansi untuk mencapai keefektifan suatu promosi yang dirancang tersebut.

“Logo atau *Corporate Identity* atau *Brand Identity* adalah sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas

yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran yang signifikan, bahwa logo mampu membendakan suatu produk atau jasa dari kompetitornya.” (Herdi, 1996:75)

Menurut Rustan (2009:13) mengemukakan bahwa logo adalah penyingkatan dari *logotype*. Istiah logo baru muncul tahun 1973 dan kini istilah logo lebih populer daripada *logotype*. Logo bisa menggunakan elemen apa saja, berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain-lain. Banyak juga yang mengatakan logo adalah elemen gambar/ simbol pada identitas visual. ( Sangdes.blogspot.com diakses 07 Februari 2015)

Dapat disimpulkan bahwa Logo adalah sebuah simbol atau lambang yang menggambarkan ciri atau identitas dari suatu barang, lembaga, perusahaan, instansi ataupun website atau blog, dan lain-lain yang dapat menjadi pembeda dan juga memperlihatkan suatu nilai atau kualitas pada produk atau perusahaan tersebut.

### **3. Teori Promosi**

“Promosi pada hakikatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.” (Tjiptono, 2001:219)

Menurut Sanyoto (2006:51) promosi adalah salah satu unsur dalam paduan pemasaran berupa komunikasi yang bersifat informatif-persuasif. Promosi berfungsi untuk merangsang penjualan. Tugas promosi adalah mempengaruhi *target audince* agar melakukan pembelian, sehingga dapat menaikkan jumlah penjualan.

Sementara Sistaningrum (2002 : 98) mengungkapkan arti promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi ”konsumen aktual” yaitu konsumen yang menjadi sasaran utama, maupun ”konsumen potensial” yaitu konsumen yang berpotensi untuk terpengaruh pada promosi yang dilakukan agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akan datang.

Tujuan promosi menurut Ardhi (2013:78) merupakan awal dari segala kegiatan melakukan promosi. Segala yang berhubungan dengan promosi berdasar pada tujuan promosi itu sendiri. Tujuan promosi berangkat dari masalah yang timbul dari produk maupun perusahaan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa promosi berperan agar promosi tetap efektif dan memecahkan masalah yang ada pada objek atau perusahaan yang akan dipromosikan. Promosi erat kaitannya dengan aktifitas *branding*, tujuan promosi salah satunya adalah penguatan *branding*, sebaliknya *branding* yang kuat akan berdampak pula pada promosi.

#### 4. Teori *Booklet*

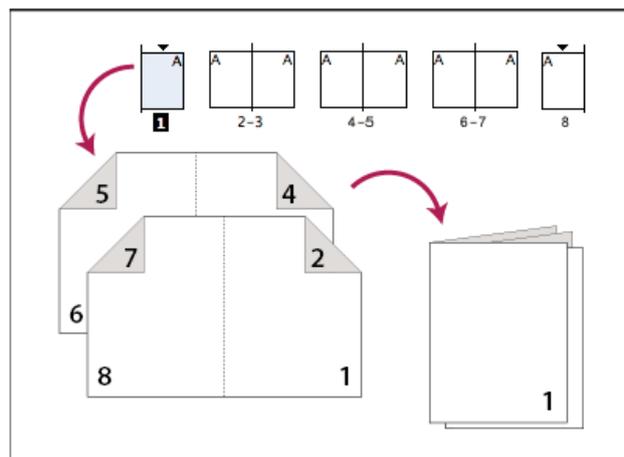
*Booklet* adalah buku berukuran kecil (setengah kuarto) dan tipis, tidak lebih dari 30 halaman bolak-balik, yang berisi tulisan dan gambar-gambar. Ada yang mengatakan bahwa istilah *booklet* berasal dari buku dan *leaflet*, artinya media *booklet* merupakan perpaduan antara *leaflet* dengan buku atau sebuah buku dengan format (ukuran) kecil seperti *leaflet*. Struktur isinya seperti buku (ada pendahuluan, isi, penutup) hanya saja cara penyajian isinya jauh lebih singkat daripada sebuah buku. (<http://jambi.litbang.pertanian.go.id>)

Menurut Effendy sholeh (2011:53) dalam bukunya Periklanan di Era Masa Kini, menyebutkan bahwa *booklet* adalah suatu sarana periklanan yang mampu menarik banyak konsumen-konsumen produktif.

“*Booklet* adalah media komunikasi massa yang bertujuan untuk menyampaikan pesan yang bersifat promosi, anjuran, larangan-larangan kepada khalayak massa, dan berbentuk cetakan. Sehingga akhir dari tujuannya tersebut adalah agar masyarakat yang sebagai obyek memahami dan menuruti pesan yang terkandung dalam media komunikasi massa tersebut.” (Jefkins, 1997:137)

Ditinjau dari sisi produksi, maka dapat diambil pengertian bahwa *booklet* adalah sebuah media massa cetak yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, memberitahukan informasi. Sehingga pandangan umum masyarakat mengatakan bahwa *booklet* tidak jauh berbeda dengan

promosi atau sponsor-sponsor. Sedangkan jika ditinjau dari penyebarluasannya, *booklet* mempunyai pengertian bahwa adalah sebuah media dari komunikasi massa yang tidak hanya menyiarkan, memberitahukan dan memasarkan, akan tetapi *booklet* ini juga bisa berupa sebuah perwujudan dari sebuah informasi yang bisa berupa pengertian-pengertian asal usul berdirinya organisasi, penyuluhan dari organisasi-organisasi, serta pemberitahuan masyarakat yang biasanya lebih bersifat umum. (<http://www.tatawarna.com/2012/06/fungsi-booklet.html>)



**Gambar 7: contoh gambar layout booklet**  
**Sumber: <http://Agoes> Salam *booklet layout*, [Wikipedia-.com\(Online\)](http://Wikipedia.com)**

Dapat disimpulkan bahwa *booklet* adalah suatu media cetak yang berbentuk buku kecil, yang bertujuan untuk menyampaikan suatu pesan. Pemanfaatan *booklet* terjadi disegala bidang, baik didalam periklanan maupun dalam hal-hal yang lain. Karena disebabkan adanya banyak hasil yang diberikan dari pemanfaatan *booklet* ini, jauh lebih baik jika dibandingkan dengan media yang lain, seperti *leaflet* dan lain-lain. *Booklet* juga lebih murah ongkos pembuatannya, dan *booklet* juga dapat merangkum

semua informasi yang akan di sampaikan kepada masyarakat, media promosi seperti *booklet* tersebut hanya menggunakan media 2D.

## 5. Teori Tipografi

Tipografi merupakan salah satu unsur desain yang berperan sangat penting dalam sebuah promosi. Karena tipografi suatu unsur desain yang paling banyak digunakan dalam sarana penyampaian pesan.

Dalam buku “Tipografi Dalam Desain Grafis”, Danton Sihombing mengemukakan bahwa Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan properti visual yang pokok dan efektif (Sihombing, 2001:58)

Adi Kusrianto (2006:2) menuturkan Latar belakang tipografi atau ilmu tentang huruf dimulai sejak manusia berusaha menuangkan pesan-pesan yang ingin disampaikannya melalui tulisan. Mengetahui latar belakang itu diperlukan agar pembaca dapat memahami perkembangan dari tahap ke tahap budaya manusia dalam hal tulis menulis.

Menurut Rustan (2011:16) Tipografi dimaknai sebagai “segala disiplin yang berkenaan dengan huruf”. Dalam tipografi, jenis huruf dibagi menjadi beberapa jenis huruf diantaranya:

- a. *Sans Serif*, Tanpa sirip dan memiliki ketebalan yang sama kesan yang ditimbulkan terlihat modern, kontemporer dan efisien.

- b. *Egyptin*, Mempunyai ciri sirip, kaki, berbentuk persegi, dengan ketebalan sama atau hampir sama dan terkesan kokoh, kuat, kekar, dan stabil.
- c. *Serif*, Ujung dari huruf mempunyai serif yang membuat dari huruf tersebut lebih jelas tingkat keterbacaanya.
- d. *Roman*, Kumpulan huruf kapital yang mempunyai ciri tegak, garis lurus dan kaku.

Ada empat buah prinsip pokok tipografi yang sangat mempengaruhi keberhasilan suatu desain tipografi, yaitu:

- a. *Legibility*, adalah kualitas pada huruf yang membuat huruf tersebut dapat terbaca.
- b. *Clarity*, yaitu kemampuan huruf-huruf yang digunakan dalam suatu karya desain dapat dibaca dan dimengerti oleh target pengamat yang dituju.
- c. *Visibility*, adalah kemampuan suatu huruf, kata, atau kalimat dalam suatu karya desain komunikasi visual dapat terbaca dalam jarak baca tertentu.
- d. *Readability*, adalah penggunaan huruf dengan memperhatikan hubungannya dengan huruf lain sehingga terlihat jelas.

(berbagidarmawan.blogspot.co.id , diakses 25 Maret 2011, 11:35 AM)

Dapat disimpulkan bahwa dalam penggunaan desain Tipografi dalam sebuah karya Desain Komunikasi Visual dapat memperkuat keberhasilan

karya dalam berkomunikasi, namun dapat juga menjatuhkan kualitas desain apabila tidak dipergunakan dengan tepat.

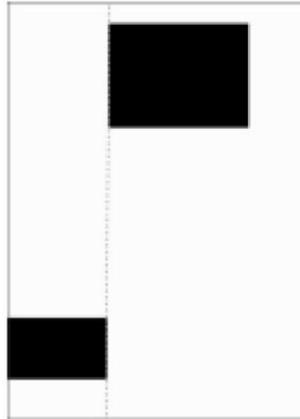
## 6. Teori *Layout*

*Layout* merupakan salah satu unsur desain yang menjadi pedoman untuk merancang sebuah media promosi agar terlihat menarik dan juga pesan yang disampaikan akan menjadi efektif.

Tata letak atau *layout* menurut Yamit (1998:120) dapat didefinisikan sebagai tata cara pengaturan fasilitas-fasilitas pabrik guna menunjang kelancaran proses produksi. Sedangkan menurut Atmaji (1989:81) Perencanaan *layout* adalah suatu pekerjaan yang mempunyai implikasi pada profitabilitas dan efisiensi operasi dari perusahaan barang dan jasa.

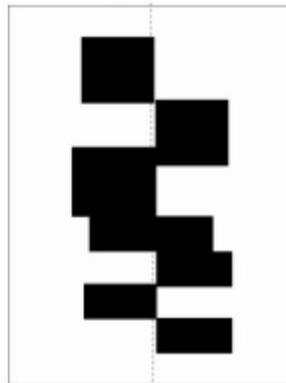
Penggunaan *layout* yang dipakai dalam proses pembuatan desain cetak oleh Kusrianto (2007:308-309) tipikal *layout* yang digunakan dalam material promosi adalah:

- a. *Axial*, elemen-elemen promosi diletakkan berdasarkan sebuah sumbu yang diletakkan pada posisi tertentu di halaman material promosi. Pada metode ini ditetapkan banyak bidang kosong.



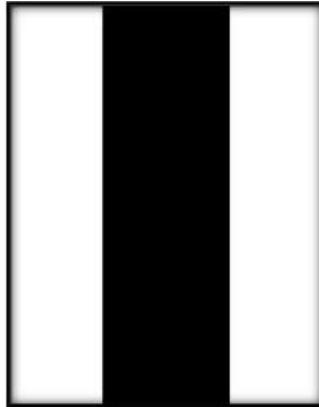
**Gambar 8 : *Layout tipe axial***  
**Sumber : [https://eprints.uns.ac.id/18279/4/BAB\\_III.pdf](https://eprints.uns.ac.id/18279/4/BAB_III.pdf)**

- b. *group, layout* ini Menggunakan sejumlah elemen berupa foto yang diletakkan berkelompok dalam suatu titik konsentrasi pandangan desainer pada halaman promosi.



**Gambar 9 : *Layout tipe group***  
**Sumber : [https://eprints.uns.ac.id/18279/4/BAB\\_III.pdf](https://eprints.uns.ac.id/18279/4/BAB_III.pdf)**

- c. *band*, elemen iklan yang dipasang membentangi seperti sabuk tetapi letaknya membujur secara garis vertical.

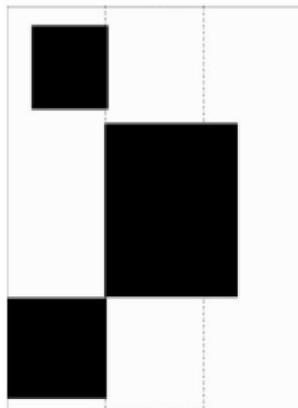


**Gambar 10 : Layout tipe band**

**Sumber:**

**<http://eprints.uny.ac.id/18634/1/EndraAhmadRifai07206241036.pdf>**

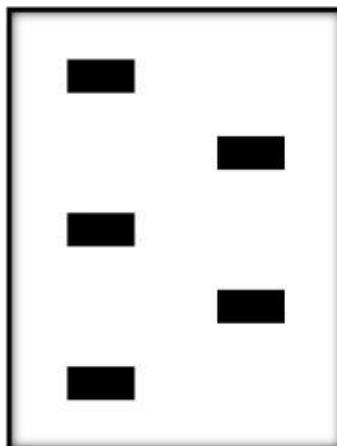
- d. *grid*, model ini sama dengan model *axial*, tetapi ukuran dan letak sebuah elemen lebih memenuhi sebuah bidang iklan sehingga tidak banyak bidang yang kosong.



**Gambar 11 : Layout tipe grid**

**Sumber : [https://eprints.uns.ac.id/18279/4/BAB\\_III.pdf](https://eprints.uns.ac.id/18279/4/BAB_III.pdf)**

- a. *Path*, model ini adalah sebuah penyebaran materi, baik itu berupa format foto ataupun teks secara zig-zag seluas halaman iklan yang akan di desain.



**Gambar 12 : *Layout tipe path***

**Sumber:**

**<http://eprints.uny.ac.id/18634/1/EndraAhmadRifai07206241036.pdf>**

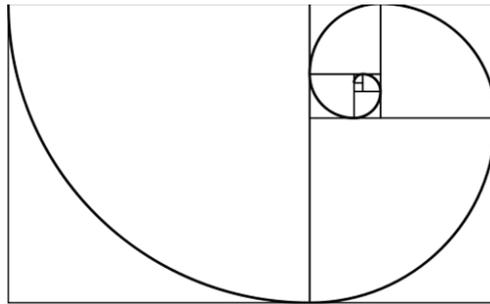
*Layout* didalam bahasa memiliki arti tata letak. Sedangkan menurut istilah, *layout* merupakan usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan elemen-elemen atau unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel dll) menjadi komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik.

## **7. Teori *Golden Ratio***

*Golden ratio* atau disebut juga dengan rasio emas adalah istilah yang banyak digunakan di bidang matematika. Sesuatu disebut sebagai rasio emas bila rasio (perbandingan) dari jumlah dua bagian (besar + kecil) terhadap bagian yang besar bernilai 1,61803398874989. Nama lain yang digunakan selain Rasio emas atau *Golden Ratio* adalah *Golden Section* (*Sectio aurea*), *Golden Mean*, *Mean ratio*, *Medial section*, *Divine proportion*, *Divine section* (*Sectio Divina*), *Golden proportion*, *Golden*

*cut, Golden number, & Mean of Phidias.* Rasio emas dilambangkan dengan abjad Yunani *phi*.

(<http://jbahonar.wordpress.com/2012/04/12/golden-ratio-rasio-emas/>).

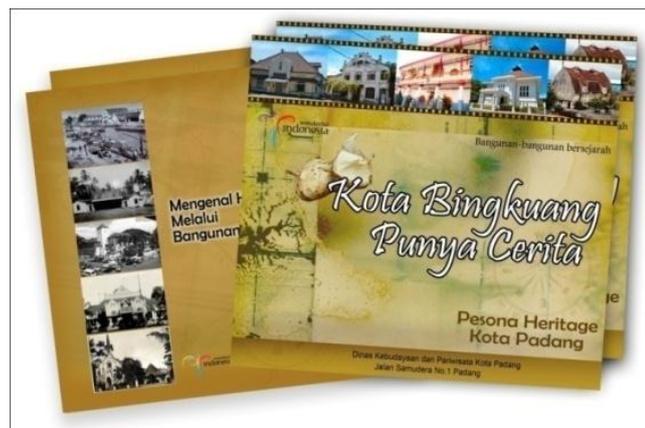


**Gambar 13 : Layout golden ratio**

Sumber : [www.google.com](http://www.google.com)

Dalam perancangan ini memakai *layout* dengan teknik *golden ratio* karena *golden ratio* memberikan panduan bagaimana mengatur komposisi ruang serta bidang di dalam sebuah karya.

### C. Karya Relevan



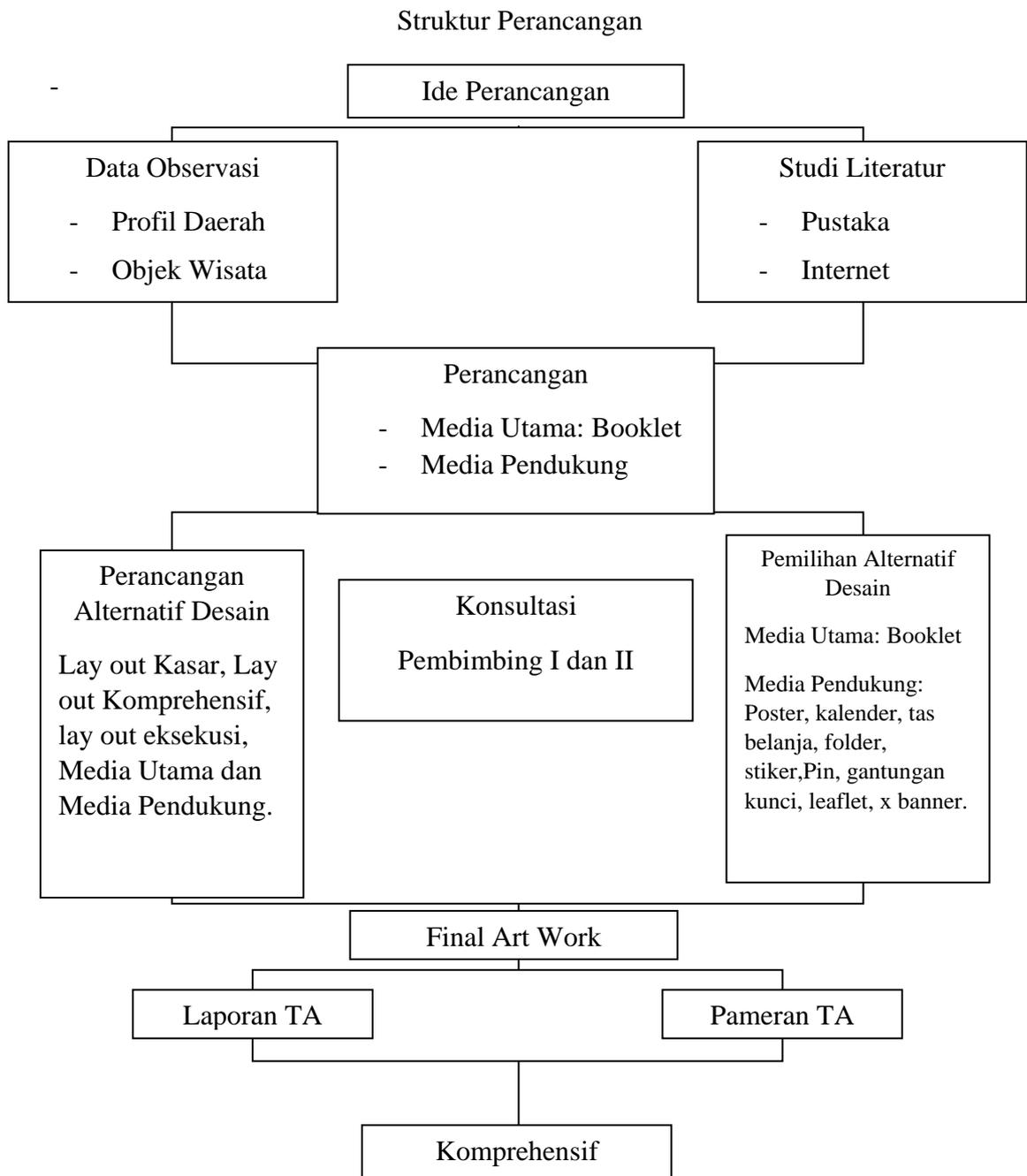
**Gambar 15: Booklet Karya Elfi Tika Sari**  
Sumber: perpustakaan jurusan Seni Rupa UNP

Gambar diatas merupakan contoh booklet bangunan bersejarah di kota Padang. Dalam perancangan booklet tersebut perancangnya juga memperhatikan prinsip-prinsip serta unsur-unsur desain seperti keharmonisan dan kesatuan antara tipografi, warna serta gambar yang digunakan.

*Booklet* diatas akan penulis jadikan sebagai acuan dalam perancangan *booklet* promosi objek wisata pantai Teluk Bungus. Dalam perancangan *booklet* promosi objek wisata pantai Teluk Bungus ini, perancang memberikan sentuhan yang sederhana, hal ini dilatarbelakangi oleh banyaknya informasi yang akan disampaikan sehingga tidak memungkinkan untuk merancang dengan desain yang rumit dan ramai.

## D. Kerangka Konseptual

**Tabel 1. Struktur Perancangan**



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan tentang Perancangan Promosi Objek wisata Pantai Teluk Bungus Padang Melalui Media *booklet*, maka diambil kesimpulan yaitu: Dengan adanya media promosi untuk pantai teluk bungus ini, maka target *Audience* dapat mengenal Pantai Teluk Bungus lebih luas. *Booklet* ini diharapkan dapat mengenalkan Pantai Teluk Bungus kepada target *Audience* secara efektif dan komunikatif.

*Booklet* yang menjadi media utama dari promosi objek wisata pantai teluk bungus padang merupakan media promosi yang memberikan informasi lebih lengkap dengan keterangan dan gambar yang ada di dalamnya. Promosi ini juga di dukung oleh media-media pendukung seperti kalender, tas belanja, pin, *leaflet*, poster, folder, baju kaos, stiker, gantungan kunci, dan spanduk.

Dengan media-media promosi tersebut diharapkan agar wisata Pantai Teluk Bungus semakin banyak dikunjungi oleh wisatawan, baik dari dalam maupun dari luar daerah atau luar negeri.

## B. Saran

Berdasarkan hasil perancangan promosi objek wisata pantai Teluk Bungus Padang melalui media *booklet* ini, didapatkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pihak pemerintahan agar memperhatikan wisata serta media promosi untuk Pantai Teluk Bungus, karena dengan media dapat membantu lebih mudah menyampaikan pesan dalam promosi.
2. Kepada Target *Audience* agar mengunjungi dan menikmati keindahan Pantai Teluk Bungus yang alami, sejuk, dan kawasan pantai yang bersih. Juga merupakan gerbang menuju wisata-wisata pulau di Sumatera Barat ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ardhi, Yudha. 2013. *Merancang Media Promosi yang Unik dan Menarik*. Yogyakarta: PT. Bintang Pustaka Abadi.
- Atmaji. 1989. *Dasar-dasar Manajemen Industri, Edisi terjemah*. Surakarta:BPFE.
- Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jambi. 2015. *Booklet & Buku saku*. (online), ([jambi.litbang.pertanian.go.id/ind/index.php/publikasi/media-cetak/booklet-a-buku-saku](http://jambi.litbang.pertanian.go.id/ind/index.php/publikasi/media-cetak/booklet-a-buku-saku), diakses 2015)
- Fandy Tjiptono.2001. *Strategi Pemasaran, Edisi 1*. Yogyakarta:Penerbit Andi.
- Herdi, sucipto. 1996. *How do they think*. Solo: Karya Muda.
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta : Erlangga
- Kartini Kartono. 1980. *Pengantar Metodologi Research Sosial*. Bandung: Alumni.
- Kusrianto Adi. 2006. *Tipografi Komputer Untuk desain Grafis*.Yogyakarta: Andi.
- Kusrianto Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi
- Poerwandari, E. Kristi. 1998. *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Psikologi*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) UL
- Rustan, Suriyanto. 2011. *Huruf Font Tipografi*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Sachari Agus.2005. *Metodologi Budaya Rupa*. Jakarta: Erlangga.
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Sapardi Gesti. 2012. *Bungus Teluk Kabung dalam Angka*. Padang: Badan Pusat Statistik.
- Sihombing Danton.2001. *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sistaningrum, Edyningtyas .2002. *Manajemen Penjualan Produk*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sholeh, 2011. *Periklanan di Era Masa Kini*. Jakarta.: Gramedia
- Sutanto, T. 2005. *Sekitar Dunia Desain Grafis/Komunikasi Visual*. Pura-pura Jurnal DKV ITB Bandung. 2/Juli. 15-16.