

**DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KOTA SAWAHLUNTO**

KARYA AKHIR

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Penyelesaian Program Sarjana*



Oleh:

NOVIKA YULNITA
49935 / 2004

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA SASTRA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2009**

HALAMAN PENGESAHAN KARYA AKHIR

**Dinyatakan telah lulus setelah dipertahankan didepan Tim Penguji
Jurusan Pendidikan Seni Rupa Fakultas Bahasa Sastra dan Seni
Universitas Negeri Padang**

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE*
DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KOTA SAWAHLUNTO**

**Telah dipertahankan didepan Tim Penguji
Tanggal, 19 Agustus 2009**

Tim Penguji

**Drs. Syafwandi, M. Sn, Ketua
NIP. 131 598 293**

**Dra. Zubaidah Agus, M. Sn, Sekretaris
NIP. 131 598 992**

**Dra. Minarsih, M. Sn, Anggota
NIP. 131 406 175**

**Drs. M Nasrul Kamal, M. Sn, Anggota
NIP. 132 061 888**

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Seni Rupa FBSS-UNP**

**Dr. Ramalis Hakim, M.Pd
NIP. 131 459 331**

HALAMAN PERSETUJUAN MENGIKUTI UJIAN AKHIR

Karya Akhir

Judul : Perancangan *Company Profile*
Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
Kota Sawahlunto
Nama : NOVIKA YULNITA
NIM/ BP : 49935/ 2004
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa Sastra dan Seni

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Padang, 19 Agustus 2009

Pembimbing I

Drs. Syafwandi, M. Sn
NIP. 131 598 293

Pembimbing II

Dra. Zubaidah Agus, M. Sn
NIP. 131 598 992

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Karya Akhir ini. Laporan Karya Akhir ini merupakan persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana S1 pada program studi Desain Komunikasi Visual jurusan Seni Rupa.

Dalam penulisan Laporan Karya Akhir ini, penulis tidak lepas dari bantuan pihak terkait baik moril maupun materil. Untuk itu, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Syafwandi, M.Sn selaku Pembimbing I dan Ibu Dra. Zubaidah, M.Sn selaku Pembimbing II yang telah membantu memberikan arahan, masukan-masukan dan petunjuk serta bimbingan dalam perancangan Karya Akhir ini.
2. Bapak Dr. Ramalis Hakim, M.Pd dan Drs. Syafril selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Seni Rupa.
3. Bapak Drs. Mediagus selaku Penasehat Akademik yang telah membimbing dan memberikan nasehat terkait permasalahan akademik.
4. Bapak dan Ibu staf pengajar Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa Sastra dan Seni Universitas Negeri Padang.
5. Kedua Orang Tua, abang, adik dan mbak yang selalu memberikan do'a, support, dukungan baik selama penyelesaian Karya Akhir ini

6. Pak Aliyusman dan keluarga, yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian dan buat pinjaman laptopnya.
7. Keluarga Besar Om dan Tante serta para sepupuku di Sawahlunto makasih buat support dan do'a.
8. Keluarga Besar Papa dan Mama Ai di Padang untuk doa dan dorongannya.
9. Sahabatku Astrie, Aie dan Tya, yang telah meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam penelitian, jadi fotografer, dan selalu memberikan semangat, do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir ini.
10. Teman-teman DKV 04 yang senasib seperjuangan, DKV 05, 06, 07, dan 08 yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
11. Bapak dan Staf Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto.
12. Pihak terkait yang tak dapat ku sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari Laporan Karya Akhir ini mungkin masih banyak kekurangan dan kurang sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun, guna penulisan di masa yang akan datang. Atas saran dan kritik yang diberikan penulis ucapkan terima kasih.

Padang, Agustus 2009

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR FOTO	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Perancangan	8
F. Kegunaan Perancangan.....	8
BAB II KAJIAN TEORITIS	
A. Tinjauan Umum	9
1. Proses Komunikasi	9
2. Peranan Komunikasi	11
B. Tinjauan Khusus.....	12
1. Desain Komunikasi Visual	12
2. Komputer Grafis	16
3. Promosi	17

BAB III METODE PERANCANGAN

A. Data yang Ditemukan	25
B. Metode Perancangan <i>Company Profile</i>	28
1. Metode Pemecahan Masalah	28
2. Strategi Komunikasi Visual	30
3. Media Utama	32
4. Media Pendukung	33
5. Skala Media	33
C. Pembahasan	35
1. Pembahasan Media Utama	35
2. Pembahasan Media Pendukung	39

BAB IV. PERANCANGAN VISUAL

A. Teori Media	60
B. Konsep Visual	61
C. Lay Out	61
D. Proses Pembuatan Desain	112

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	113
B. Saran	113

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR FOTO

Foto 1. Sudut Kota Sawahlunto	25
Foto 2. Sudut Kota Sawahlunto	25
Foto 3. Sudut Kota Sawahlunto	25
Foto 4. Sudut Kota Sawahlunto	25
Foto 5. Lubang Tambang Mbah Soero	26
Foto 6. Rumah Pek Sin Kek	26
Foto 7. Tenun/ Songket Silungkang	26
Foto 8. Paralayang	26
Foto 9. Gedung Pusat Kebudayaan	26
Foto 10. Kesenian Reog Ponorogo	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tampilan Cover & Isi CD Interaktif	38
Gambar 2. Headline	39
Gambar 3. Poster	41
Gambar 4. Salah Satu Desain Kalender Meja	43
Gambar 5. Salah Satu Desain Katalog	46
Gambar 6. Salah Satu Desain Postcard	48
Gambar 7. Salah Satu Desain Kwartet	50
Gambar 8. Baju Kaos	52
Gambar 9. Salah Satu Desain PIN	53
Gambar 10. Shopping Bag	55
Gambar 11. Note Book	57
Gambar 12. Cover CD	59
Gambar 13. Label CD	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Warna media utama	36
Tabel 2. Huruf media utama	36
Tabel 3. Huruf headline	39
Tabel 4. Warna headline	40
Tabel 5. Warna poster	40
Tabel 6. Huruf poster	41
Tabel 7. Warna kalender meja	42
Tabel 8. Huruf kalender meja	43
Tabel 9. Warna katalog	44
Tabel 10. Huruf katalog	45
Tabel 11. Warna postcard	47
Tabel 12. Huruf postcard	47
Tabel 13. Warna kwartet	49
Tabel 14. Huruf kwartet	50
Tabel 15. Warna kaos	51
Tabel 16. Huruf baju kaos	52
Tabel 17. Warna PIN	52
Tabel 18. Huruf PIN	54
Tabel 19. Warna shopping bag	54
Tabel 20. Huruf shopping bag	55
Tabel 21. Warna note book	56
Tabel 22. Huruf note book	56
Tabel 23. Warna cover & label CD	58
Tabel 24. Huruf cover & label CD	58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Sawahlunto adalah salah satu Daerah Tingkat II di Provinsi Sumatera Barat. Kota ini memiliki luas wilayah 5,86 km² dan populasi 15.279 jiwa. Kota Sawahlunto merupakan kota tambang batu bara satu-satunya di Sumatera Barat, yang dilakukan oleh pemerintah kolonial Belanda pada tahun 1892. Perkembangan pertambangan batubara inilah yang membuat dinamika sejarah kota Sawahlunto memiliki ciri khas dibanding dengan daerah lainnya. Kota tambang ini kemudian tumbuh menjadi suatu Kota Tambang yang Berbudaya dan memiliki berbagai keunikan yang terletak pada bangunan bersejarah, bekas industri tambang, dan berbagai objek wisata. Selain itu, kota Sawahlunto memiliki julukan Kota Mutiara Hitam identik dengan banyaknya tambang batubara. Kemudian kota ini, dikelilingi oleh bukit-bukit sehingga membentuk setengah bola maka dijuluki *kota kual* (*kuali* merupakan alat penggorengan yang terbuat dari besi berwarna hitam dengan bentuk setengah bola). Abiyoga (2005: 12) menjelaskan:

Sawahlunto awalnya merupakan daerah persawahan dan perladangan yang berada dalam wilayah Nagari Kubang, Sejak tahun 1887, Sawahlunto dirancang oleh Pemerintah Hindia Belanda sebagai kota tambang yang berorientasi pada industri tambang batubara. Kota ini dipersiapkan sebagaimana layaknya sebuah kota, dengan jaringan jalan, penataan bangunan, sistem *drainase*, dan sanitasi yang sempurna dan menuju kota wisata tambang yang berbudaya.

Selain itu juga, Abiyoga (2005: 5) menjelaskan:

“Banyaknya pekerja tambang dari berbagai etnis yang datang ke Sawahlunto membuat kota ini kaya akan keragaman warisan seni dan budaya. Seni dan budaya yang menonjol disini dengan adanya pertunjukan kuda kepang, kesenian *tabuik*, *randai*, *salawaik dulang*, campur sari, barongsai, wayang kulit, tari tor-tor, tari tenun, tari tambang dan reog Ponorogo. Kesenian ini merupakan akulturasi budaya multietnis”.

Dari penjelasan Abiyoga tersebut, dapat dikatakan bahwa kota Sawahlunto memiliki perjalanan sejarah baik dilihat dari fisik (bangunan-bangunan) dan juga perjalanan budaya yang beragam (multietnis).

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto merupakan instansi pemerintah, yang mengelola bidang-bidang pariwisata yang ada di kota Sawahlunto baik pengelolaan fasilitas, atau kebutuhan yang perlu dibenahi pada tempat-tempat wisata di kota Sawahlunto. Selain itu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto, juga memfasilitasi setiap kegiatan yang berhubungan dengan seni dan budaya pada even-even tertentu misalnya setiap tanggal 1 Desember dalam rangka memperingati hari ulang tahun kota Sawahlunto. Dari informasi kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto bahwa setiap kegiatan ataupun perbaikan pada objek wisata sudah terprogram pada program kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto. Diantara beberapa program kerja Dinas Pariwisata, antara lain: mengembangkan potensi pariwisata serta mengembangkan sarana dan prasarana kepariwisataan.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan bahwa kota Sawahlunto memiliki potensi wisata yang bernilai sejarah, budaya, kesenian, olahraga, rekreasi, dan kerajinan tangan. Bila dilihat dari segi objek pariwisata kota

Sawahlunto, dapat ditinjau dari berbagai jenis wisata antara lain: Pertama, wisata sejarah, contohnya: Lubang Tambang Mbah Soero (pengembangan dan perbaikan), Museum Kereta Api, Makan Prof. Mr. M. Yamin (pengembangan dan perbaikan), Rumah Pek Sin Kek, Gedung Pusat Kebudayaan dan Museum Goedang Ransoem. Kedua, wisata budaya contohnya: Makan Bajamba yang diadakan setiap memperingati HUT Kota Sawahlunto. Ketiga, wisata religi contohnya: Mesjid Nurul Huda, Gereja Khatolik, dan Mesjid Agung Nurul Islam. Keempat, wisata rekreasi contohnya: *Waterboom Garden and Pool* Muaro Kalaban dan Taman Satwa Kandih (pengembangan dan perbaikan). Kelima, wisata olahraga contohnya: Arena *Pacuan* Kuda (pengembangan dan perbaikan), Arena *Motocross* (pengembangan dan perbaikan) dan Arena Terbang Paralayang. Keenam, wisata kuliner, contohnya: *Dendeng* Batokok. Ketujuh, wisata pendidikan antara lain: Balai Diklat Tambang Bawah Tanah (BD-TBT) dan Wisata Kerajinan Tangan, contohnya: Kerajinan Rotan, Sapu Ijuk, Kerajinan Batubara, dan Tenunan/ Songket Silungkang.

Sebagian objek wisata tersebut sudah ada yang dipromosikan dan ada yang belum dipromosikan. Adapun media yang baru digunakan untuk mempromosikan objek wisata tersebut, antara lain: iklan radio lokal, *billboard*, masih dalam daerah kota Sawahlunto, brosur, *leaflet*, dan TV baru dalam jangka waktu yang singkat, artinya digunakan sesuai dengan kebutuhan.

Dengan demikian, media promosi tersebut dapat digunakan sesuai dengan harapan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto. Mengacu pada

program kerja dan struktur organisasinya, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto ingin mempromosikan kota Sawahlunto.

Berdasarkan penjelasan diatas, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto berupaya untuk mempromosikan Kota Sawahlunto yang dapat menjangkau sasaran yang lebih luas diantaranya daerah-daerah baik diluar kota Sawahlunto maupun daerah-daerah Sumatera Barat. Untuk itu, diperlukan sebuah media promosi yang dapat menjangkau daerah-daerah lain. Dengan demikian, media promosi tersebut dapat digunakan sesuai dengan harapan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto, yaitu dapat menjangkau daerah-daerah luar Sawahlunto.

Media promosi yang akan digunakan adalah teknologi, multimedia karena pemanfaatan multimedia sangat mempengaruhi kinerja dalam usaha mencapai sebuah tujuan. Diantaranya untuk mempromosikan sebuah perusahaan produk atau jasa. Selain itu, teknologi multimedia juga dimanfaatkan untuk menampilkan gaya baru dalam memberikan informasi yang lebih efisien untuk diterima dan mudah dipahami.

Aji dalam <http://kuncoroaji.wordpress.com/2007/05/31/dasar-editing-video-1/-comments>, diakses 23 Mei 2008 menjelaskan bahwa multimedia merupakan sarana media informasi yang terdiri dari gabungan beberapa elemen, yaitu teks, video, gambar diam (still image), dan audio. Beni dalam <http://marobeni.wordpress.com/category/desain-komunikasi-visual/>, diakses 16 Maret 2009), menjelaskan bahwa:

Multimedia merupakan konsep dan teknologi dari unsur - unsur gambar, suara, animasi serta video yang disatukan melalui komputer

untuk disimpan, diproses dan disajikan guna membentuk interaktif yang sangat inovatif antara komputer maupun media elektronik lainnya dengan *user* (pengguna).

Dengan memanfaatkan teknologi multimedia kiranya semua bidang yang dilakukan akan terlihat menarik, lebih hidup, baik dalam ekspresi maupun cara berkreatifitas. Peran tampilan desain yang menarik dilengkapi multimedia audio dan video akan menampilkan sebuah organisasi usaha yang memiliki kesan dan nilai eksklusifitas. Salah satu media informasi yang paling efektif adalah produk media visualisasi multimedia dalam kemasan berbentuk CD/ DVD/ VCD yang dijalankan di atas perangkat komputer ataupun perangkat elektronik lainnya. Salah satu contoh multimedia audio visual dan CD interaktif adalah *company profile* yaitu merupakan aplikasi multimedia yang dapat membantu untuk menceritakan sebuah perusahaan, komunitas atau instansi yang bersifat kenangan dan dokumentasi internal ataupun eksternal. Lorco (2007) dalam http://lorco.biz/safety/company_profile_lorco.pdf menjelaskan bahwa:

Company profile menampilkan biodata multimedia foto-foto, dan video singkat dokumentasi perusahaan tersebut dengan format CD interaktif ataupun *audio visual*, *company profile* ini dapat membantu memperkenalkan profil sebuah fasilitas produksi perusahaan/ organisasi/ kegiatan/ daerah/ objek wisata agar lebih komunikatif dan menarik perhatian *audience*.

Dari penjelasan diatas, maka perangkat bisnis atau jasa pada media audio visual, melalui *company profile* diantaranya dapat meningkatkan performa bisnis dan perusahaan. *Company profile* diterapkan pada produk atau jasa yang diproduksi akan bagus dalam pelayanan dan kualitasnya. Peranan *company profile* dapat memberikan pelayanan pada produk atau jasa yang

berkualitas. Diantara keunggulan *company profile* bisa diterapkan pada promosi pariwisata. Multimedia yang ditampilkan dalam bentuk *company profile* yang terdiri dari teks (text), gambar (image), audio, film serta animasi. Penampilan teks, gambar, audio, film serta animasi dirancang secara atraktif. Produk tersebut berisi informasi tentang suatu pengetahuan maupun kegiatan di suatu wilayah khususnya kota Sawahlunto termasuk berbagai aktivitas di dalamnya, baik yang bersifat ilmiah maupun non-ilmiah, seperti: profil daerah, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Sawahlunto, dan objek-objek yang terdapat di kota tersebut.

Maka dari itu, dengan adanya *company profile* ini, masyarakat luas dapat lebih mengenal dan mengerti objek-objek wisata yang ada pada daerah-daerah di Sumatera Barat, salah satunya kota Sawahlunto. Guna meningkatkan promosi pariwisata kota Sawahlunto, penulis memilih Kota Sawahlunto sebagai objek penelitian yang bertujuan agar masyarakat baik dalam maupun luar kota Sawahlunto mengetahui objek wisata yang ada. Dengan demikian, judul dari laporan Karya Akhir ini adalah **"Perancangan *Company Profile* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto"**.

B. Identifikasi Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang yang telah dikemukakan terdapat masalah-masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kota Sawahlunto memiliki nilai sejarah seperti Gedung Pusat Kebudayaan (GPK) yang dulu merupakan Gedung pertemuan orang-orang Belanda, Lobang Tambang Mbah Soero merupakan tempat kerja orang rantai serta

Museum Goedang Ransoem merupakan dapur umum tempat memasak untuk orang-orang rantai, dan dikhawatirkan nilai sejarah tersebut tidak lagi dikenal masyarakat.

2. Kota Sawahlunto memiliki potensi pada bangunan bersejarah seperti Gereja Khatolik, Rumah Pek Sin Kek, dan GPK bangunan yang bergaya Indies dan Pecinan yang ditempati dan difungsikan oleh orang-orang Belanda , kesenian daerah, dan kerajinan tangan.
3. Kurangnya perhatian masyarakat tentang kawasan wisata yang terdapat di kota Sawahlunto. Banyak masyarakat yang tidak mengetahui apa saja objek wisata yang terdapat baik di Kota Sawahlunto sendiri atau daerah lain.
4. Kurangnya promosi tentang pariwisata kota Sawahlunto, baik itu wisata sejarah, budaya, religi, kuliner, rekreasi, olahraga, pendidikan, dan kerajinan tangan, pada umumnya dalam bentuk cd interaktif. Selama ini promosi yang dilakukan lewat media elektronik seperti radio lokal dan media cetak seperti brosur, leaflet, dsb.

C. Batasan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, untuk mempromosikan daerah wisata Kota Sawahlunto maka dibuat Perancangan Media Promosi baik Profil Daerah Kota Sawahlunto dan Profil Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Sawahlunto dalam bentuk *Company Profile*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yaitu: Melalui *Company Profile* diperlihatkan atau dirancang sebuah media promosi yang berisi tentang profil daerah Kota Sawahlunto, profil Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto, dan *company profile* tentang Wisata Sejarah, Budaya, Religi, Pendidikan, Olahraga, Rekreasi, Kuliner, dan Kerajinan Tangan

E. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan ini berbentuk:

1. *Company Profile* CD Interaktif yang berisi: Profil daerah Kota Sawahlunto, Profil Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto, dan objek-objek pariwisata baik itu wisata sejarah, budaya, religi, pendidikan, olahraga, rekreasi, kuliner, dan kerajinan tangan.
2. Media cetak seperti katalog, poster, kalender meja, kwartet, kartu pos (postcard), tas belanja (shopping bag), buku catatan (note book) dan cover CD.
3. Baju kaos dan pin/ bros.

F. Kegunaan Perancangan

1. Mempromosikan pariwisata kota Sawahlunto.
2. Untuk meningkatkan apresiasi bagi masyarakat luas.
3. Melestarikan nilai-nilai sejarah kota Sawahlunto.
4. Sebagai arsip bagi pemerintah daerah kota Sawahlunto khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto dan penulis.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari Perancangan *Company Profile* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahluto dapat penulis simpulkan beberapa hal berikut: Unsur-unsur media yang dipergunakan dalam perancangan CD Interaktif *Company Profile* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto meliputi: gambar, suara, *sound*, teks, *motion*, teks, dan narasi yang mengacu kepada teori SWOT serta diperlukan konsep verbal dan konsep visual. Pembuatan lay out atau tata letak pada perancangan media utama dan media pendukung mengacu kepada prinsip-prinsip desain dan unsur-unsur desain agar mendapatkan hasil yang maksimal. Dengan demikian, perancangan CD Interaktif *company profile* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto beserta media pendukung lainnya dapat menjangkau sasaran luas baik diluar kota Sawahlunto, meliputi Sumatera Barat maupun daerah-daerah luar Sumatera Barat.

B. Saran

1. Kepada Pemda Kota Sawahlunto khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Sawahlunto lebih mempromosikan lagi objek-objek wisata yang ada kepada masyarakat luas baik melalui media cetak ataupun media eletronik agar masyarakat mengetahui objek wisata tersebut.
2. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mengelola objek-objek wisata dengan menambah sarana dan prasarana guna kenyamanan pengunjung.
3. Hendaknya masyarakat kota Sawahlunto berupaya untuk melestarikan objek-objek wisata ataupun peninggalan sejarah di Kota Sawahlunto.

DAFTAR PUSTAKA

- Abiyoga, Budiyanti, dkk. 2005. *Sawahlunto Kota Wisata Tambang yang Berbudaya Tahun 2020*. Sawahlunto: Pemda Kota Sawahlunto.
- Adminstrator Fakultas Teknologi Pendidikan. 2009. *Warna dalam Komputer*, (Online), (<http://belajargrafis.ismywebsite.com/grafis>, diakses 25 Agustus 2009).
- Aji. 2007. *Sistematika Pembuatan Film*. Online, (<http://kuncoroaji.wordpress.com/2007/05/31/pengetahuan-dasar-editing-video-1/-comments>, diakses 23 Mei 2008).
- Alma, Bukhari. 1992. *Dasar-dasar Bisnis dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta
- Arison. 2003. *Multimedia*, (Online), (<http://id.wikipedia.org/wiki/Multimedia>, diakses 26 November 2007).
- Beni, Dani Maroe. 2008. *Perkembangan Multimedia dan CD Interaktif*, (Online), (<http://maroebeni.wordpress.com/category/desain-komunikasi-visual/>, diakses 16 Maret 2009).
- Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Cikpanca. 2007. *Desain Komunikasi Visual*, (Online), (<http://cikpanca.blogspot.com/2007/05/desain-grafis.html>, diakses 26 November 2008).
- Effendi, Dadan. 1993. *Berwiraswasta dengan Kamera Video*. Surabaya: Karya Anda.
- Fuziah, Nadzar M dan Ahmad. 2004. *Multimedia*, (Online), (<http://id.wikipedia.org/wiki/Multimedia>, diakses 26 November 2007).
- Hadi. 2008. *Teori SWOT*, (Online), (<http://hadeesign.wordpress.com/2008/05/26/teori-analisis-swot/> diakses 20 Juli 2009).
- Hatta. 2007. *Pariwisata*, (Online), (<http://www.bappedajambi.go.id>, diakses 22 Mei 2008).