

## MAKNA DAN FUNGSI PERIKLANAN DESAIN POSTER SEBAGAI PROMOSI PRODUK MINUMAN TRADISIONAL BIR PLETOK KHAS JAKARTA

Desiana Nur Indra Kusumawati <sup>1)</sup>, Wisnu Indra Kusumah <sup>2)</sup>, dan R. Widyo Wibisono Tiko Putra <sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Prodi Desain Komunikasi Visual, Institut Sains dan Teknologi Al Kamal  
desianaririsro@gmail.com

<sup>2)</sup> Prodi Desain Komunikasi Visual, Institut Sains dan Teknologi Al Kamal  
wisnu.sanggarindrakusuma@gmail.com

<sup>3)</sup> Prodi Desain Komunikasi Visual, Institut Sains dan Teknologi Al Kamal  
tikowibisono68@gmail.com

### ABSTRAK

Permasalahan belum adanya penguraian makna dan fungsi periklanan melalui media poster sebagai promosi sebuah UMKM tradisional minuman Bir Pletok khas Jakarta yang dianggap masih sebagai sebuah minuman tradisional kurang diminati. Bertujuan untuk menguraikan makna dan fungsi yang terkandung dalam visual periklanan desain poster akan menjadi daya tarik promosi bagi UMKM produk tradisional Bir Pletok khas Jakarta diharapkan dapat meningkatkan nilai jual produk minuman tradisional tersebut. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif berasal dari fenomena promosi sebuah UMKM tradisional Bir Pletok khas Jakarta melalui desain periklanan poster yang kemudian dianalisis dalam metode perancangan terhadap fungsi periklanan dan penggunaan teori semiotika dalam menguraikan pemaknaan visual periklanan media poster. Hasil berupa penguraian Fungsi dan Pemaknaan media periklanan poster sebagai sarana promosi bagi UMKM produk Minuman Tradisional Bir Pletok Khas Jakarta. Kesimpulan penguraian analisis pemaknaan dan fungsi perancangan periklanan desain poster sebagai media periklanan yang dapat menjadi daya tarik sebuah promosi bagi produk UMKM khususnya pada minuman tradisional Bir Pletok.

**Kata Kunci:** *Makna dan Fungsi Periklanan, Periklanan desain Poster, UMKM Tradisional Bir Pletok, Teori Semiotika.*

### ABSTRACT

*The problem that exists is that there is no deciphering of the meaning and function of advertising through poster media as a promotion of a traditional UMKM (Micro, Small and Medium Enterprises) drink typical of Jakarta Pletok beer which is still considered as a traditional drink which is less desirable. Aiming to describe the meanings and functions contained in the visual advertising poster design will be a promotional attraction for UMKM for traditional products of Bir Pletok typical of Jakarta, which is expected to increase the selling value of these traditional beverage products. The research method using qualitative methods comes from the phenomenon of promotion of a traditional UMKM Bir Pletok typical of Jakarta through poster advertising design which is then analyzed in the design method of the advertising function and the use of semiotic theory in outlining the visual meaning of poster media advertising. The results are in the form of deciphering the function and meaning of poster advertising media as a means of promotion for UMKM for the traditional Beverage Pletok Typical Jakarta Beverage. The conclusion is the analysis of the meaning analysis and the design function of poster design advertising as an advertising medium that can be an attraction for a promotion for UMKM products, especially the traditional beer Pletok beer.*

**Keywords:** *Meaning and Function of Advertising, Poster Design Advertising, Beer Pletok Traditional UMKM, Semiotic Theory.*

## PENDAHULUAN

Iklan sering kita jumpai di media cetak maupun di media elektronik. Setiap produsen selalu menyuguhkan iklan untuk menarik perhatian konsumen. Menurut pengertiannya iklan adalah pemberitahuan mengenai barang dan jasa dengan tujuan membujuk khalayak agar tertarik pada barang dan jasa yang di tawarkan. Iklan sangat berperan dalam aktivitas bisnis. Adapun manfaat iklan antara lain: produk menjadi lebih terkenal di mata masyarakat, dan keuntungan yang diperoleh dalam bisnis dapat melonjak naik karena produk yang di promosikan. Beberapa jenis iklan dapat dikategorikan berdasarkan mediana. Salah satunya iklan cetak. Iklan cetak adalah iklan yang dibuat dan dipasang menggunakan teknik cetak. Wujud Iklan cetak antara lain koran, majalah, baliho, poster, stiker, dan lainnya (Wahana Komputer, 2018). Maka pada penelitian kali ini peneliti lebih mengangkat desain poster sebagai media periklanan yang dapat menarik perhatian konsumen.

Persaingan produk yang semakin sengit dipasaran membuat setiap produk berlomba-lomba untuk merebut hati konsumen, salah satunya dengan cara melakukan promosi dengan menggunakan media promosi poster. Demikian juga pada produk lokal UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) pada Minuman tradisional Bir Pletok belum adanya promosi yang memadai melalui iklan media poster yang dapat menyampaikan makna dan fungsi terkandung didalam visual media poster. Persoalan packaging untuk branding inilah yang mungkin belum di sadari oleh sebagian besar pembuat produk UMKM tradisional lainnya. Menurut mereka rasa yang enak, harga yang murah, pelayanan yang baik, dan mudahnya produk dijangkau sudah cukup (Wisnu Indra Kusumah, Desiana Nur Indra Kusumawati, Widy Wibisono, 2021). Mungkin itu ada benarnya namun di era persaingan sekarang tidak hanya sebuah branding kemasan namun peranan sebuah promosi melalui media cetak poster juga merupakan strategi promosi dalam mengenalkan dan menarik perhatian konsumen agar betujuan meningkatkan nilai jual terutama pada produk UMKM minuman tradisional Bir Pletok khas Jakarta ini.

Robin Landa dalam buku Graphic desain Solution mendeskripsikan poster sebagai bentuk publikasi dua dimensional dan satu muka, digunakan untuk menyajikan informasi, data, jadwal penawaran, dan untuk mempromosikan orang, acara, tempat, produk, perusahaan, jasa atau organisasi (Rakhmat Supriyono, 2018). Melihat dari fungsi poster sebagai promosi ini dapat dijadikan sebagai salah satu alat promosi khususnya UMKM Minuman Tradisional Bir Pletok. Permasalahan yang ada yaitu bagaimana desain poster yang efektif dan mampu menarik perhatian publik? yang membutuhkan kreatifitas, namun tetap sadar tujuan poster adalah penyampai informasi kepada audiens.

Pesan dari perpektif pada umumnya, tercantum pola-pola dari suatu tanda yang digunakan untuk berkomunikasi antara pengirim dan penerima pesan. Pesan juga dapat diartikan sebagai pola dari tanda/symbol yang dapat mengubah tingkah laku dalam salah satu ketiga domain : Kognitif, afektif, psikomotor (Robinson Situmorang dan Retno Widyaningrum, 2019). Konsep dasar semiotik digunakan mengacu pada Roland Barthes yang berangkat dari pendapat Ferdinand de Saussure. Pendekatan ini menekankan pada tanda-tanda yang disertai maksud (signal) serta berpijak dari pandangan berbasis tanda-tanda yang tanpa maksud (symptom) dan dalam memaknai karya DKV (Desain Komunikasi Visual) kita harus mengamati ikon, indeks, symbol, dan kode yang menurut Barthes adalah cara mengangkat fragmen-fragmen kutipan (Tinarbuko, 2013).

Mengingat DKV mempunyai tanda berbentuk verbal dan visual, serta merujuk pada teks DKV dan penyajian visualnya juga mengandung ikon, maka pendekatan semiotik terhadap DKV layak diterapkan melalui penguraian pesan atau informasi yang terkandung berdasarkan fungsi Poster maka pemaknaannya dapat diuraikan melalui semiotika Roland Barthes yaitu menguraikan makna yang terkandung dalam poster sebagai media promosi Produk UMKM minuman tradisional Bir Pletok Khas Jakarta.

## METODOLOGI

Metodotologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi kualitatif. Strategi komprehensif metode-metode kualitatif berasal secara tidak langsung dari berbagai tradisi filosofis,

epitimologis dan metodologis. Secara langsung metode-metode kualitatif berasal dari tradisi-tradisi etnografik dan studi lapangan dalam antropologi dan sosiologi. Secara lebih umum dapat dikatakan bahwa paradigma Holistik induktif dari penelitian naturalistik di dasarkan atas prespektif-prespektif yang dikembangkan dalam fenomenologi, instraksionisme simbolik dan behaviorisme naturalistic, etnometodologi, psikologi ekologis. Mengacu kepada Strauss dan Corbin (1990) penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang prosedur penemuan yang dilakukan tidak menggunakan prosedur statistik atau kuantifikasi. Dalam hal ini penelitian kualitatif adalah penelitian tentang kehidupan seseorang, cerita, perilaku, dan juga tentang fungsi organisasi, gerakan social atau hubungan timbal balik (Salim & Sahrum, 2012) Menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan dikembangkan dalam fenomenologi yaitu berupa permasalahan akan fenomena berupa komunikasi periklanan sebuah UKMM minuman tradisional Bir Pletok yang ada pada sosial budaya masyarakat Jakarta. Peneliti mengembangkan pemecahan masalah tema penelitian kualitatif ini dengan Metode Penelitian Visual dimana menurut Barnad (1998:15) visual dalam pengertian yang lebih khusus adalah setiap hal yang terlihat dan dibuat oleh manusia. Mulai dari lukisan, poster, iklan, hingga patung dan bangunan, karena benda-benda ini dianggap diciptakan oleh manusia dan membawa pesan yang dapat diinterpretasikan. Desain dalam hal ini adalah karya visual yang mempunyai maksud fungsional dan Komunikatif (Didit Widiatmoko Soewardikoen, 2019). Teori berfungsi untuk membantu kita mengerti dan menginterpretasi sebuah observasi sebelum data obyektif memastikan. Sebagai fakta atau eksperimentasi intuitif menentukan apakah berguna atau tidak (Y. Safanayong, 2006). Sehingga dalam pengungkapan pemaknaan dalam penelitian kualitatif yang berawal dari fenomena komunikasi periklanan sebuah UKM minuman Bir Petok khas Jakarta ini menggunakan metode penelitian visual yang diuraikan pemaknaan sebuah Poster melalui Teori Semiotika Sosial. Semiotika Visual adalah metode yang digunakan untuk melihat bagaimana pembuat tanda (pengguna bahasa) menggunakan sumber-sumber semiotika yang tersedia untuk menyampaikan sesuatu. Pengguna tanda (Bahasa) di sini dilihat mempunyai kebebasan untuk memilih sumber-sumber semiotika yang ada (Eriyanto, 2019). Roland Barthes dalam buku S/Z mengelompokkan kode-kode tersebut menjadi 5 kisi-kisi kode, yakni kode Heumeneutik, Kode Semantik, Kode Simbolik, Kode Narasi, dan Kode Kultural atau kode kebudayaan (S. Tinarbuko 2013, 2013).

## HASIL PEMBAHASAN

### A. Penentuan uraian penelitian

Tabel 1. Tabel Uraian Penelitian

Topik/Judul Penelitian	Pendekatan Keilmuan	Metode	Tujuan Penelitian
<b>Makna dan Fungsi Periklanan Desain Poster Sebagai Promosi Produk Minuman Bir Pletok Khas Jakarta</b>	Marketing, Komunikasi	Analisis Semiotika	Mengetahui Makna dan Fungsi Media Poster sebagai alat Komunikasi periklanan utk promosi UMKM Bir Pletok dengan sebagai penyampai uraian pesan dengan analisis Semiotika Roland Barthes.

Sumber: Dokumentasi Peneliti

### B. Fungsi Tujuan dan Jenis Iklan Cetak

Secara umum, iklan berwujud sajian informasi suatu produk, merek, perusahaan, atau took yang dijalankan dengan kompensasi biaya tertentu. Maka iklan adalah proses komunikasi yang memiliki tujuan membujuk atau menarik orang banyak untuk mengambil tindakan yang menguntungkan pihak pembuat iklan. Ciri-ciri iklan, yakni: Komunikatif, informative, bahasanya mudah dimengerti

dan mudah diingat masyarakat, serta menarik perhatian dan bersifat mengajak penonton untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa yang telah diiklankan. Iklan cetak adalah iklan yang dibuat dan dipasang menggunakan teknik cetak. Wujud iklan cetak antara lain koran, majalah, baliho, poster, stiker dan lain-lain (Wahana Komputer, 2018). Oleh karena itu peneliti mengambil media periklanan poster sebagai salah satu cara dalam komunikasi yang efektif dan informative dalam menyampaikan pesan periklanan sebuah UMKM produk minuman tradisional Bir pletok Khas Jakarta.

### C. Pengertian Poster

Poster adalah sebuah karya seni yang membuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Poster digunakan sebagai media untuk mengajak atau menghimbau publik untuk melakukan sesuatu.

### D. Hal yang perlu diperhatikan dalam poster agar menarik

- Ukuran media dimana dipergunakan bahan poster dan ukuran yang relatif besar dalam penelitian poster disini menggunakan ukuran A3. Tujuannya media tersebut dapat dengan mudah dilihat dan mendapat perhatian lebih dari khalayak ramai.
- Perhatikan Gambar. Salah satu elemen penting desain poster adalah sebuah gambar. Gunakan gambar berfilosofis yang dapat diterjemahkan dengan mudah oleh khalayak umum. Pada pemilihan gambar lebih digunakan ilustrasi yang sudah di dekonstruksi agar lebih kekinian daya Tarik dari target para generasi muda (tanpa menghilangkan bentuk aslinya dari budaya lampau) sehingga pemilihan gambar berupa ikon si Pitung memiliki nilai filosofis melalui tokoh budaya lokal Jakarta sebagai ikonik kepahlawanan yaitu tokoh si pitung sebagai seorang jawara, bertujuan selain mengangkat budaya lokal juga dapat sebagai eye-catcher atau daya tarik poster.
- Perhatikan Front. Tidak semua orang dapat menterjemahkan gambar yang anda buat pada poster sehingga sebuah kata atau kalimat sangat lah penting dalam iklan. Maka di buat front Headline atau judul yang dapat menjadi sebuah slogan yang menarik yaitu “Manfaatnya, Bikin Duwarr” serta front pada logo yang menunjukan produk Bir Pletok Merek Duwarr.
- Memiliki Tema atau konsep. Poster memiliki salah satu media yang harus memiliki tema dan konsep yang jelas agar khalayak dapat menerima pesan dengan mudah. Melihat dari gambar ilustrasi sosok yang menggunakan kostum daerah sebagai ikon tokoh lokal si pitung yang sedang memegang botol minuman dan penggunaan front atau typografi dalam judul dan logo yang mencantumkan nama produk dan merek sudah dapat maka tema dan konsep poster cukup jelas menyampaikan pesan yang dikomunikasikan pada poster merupakan sebuah promosi minuman tradisional bir pletok khas Jakarta.
- Perhatikan warna. Warna menjadi elemen yang perlu diperhatikan orang harus mudah mengidentifikasi apa yang dimaksud. Sehingga pemilihan warna disesuaikan dengan tema dan konsep poster dimana iklan berada pada suasana masa lalu yaitu masa perjuangan yang berlatar hutan belantara, serdadu perang dan tokoh kepahlawanan Betawi ikon si pitung warna di konsepskan menyerupai aslinya yaitu warna hutan pepohonan hijau, warna abu-abu sebagai warna kostum beskap tentara serdadu dan coklat pada batang pohon, serta warna mencolok/warna panas merah (warna identitas yang ada di Betawi) menjadikan ikon si pitung sebagai daya tarik,.
- Prinsip desain Dasar Layout  
Gunakan prinsip desain layout, seperti keseimbangan, penekanan, kesatuan dan alur baca. Keseimbangan yang digunakan adalah keseimbangan asimetris yaitu terjadi apabila unsur visual dari elemen desain tidak merata, namun tetap terlihat seimbang. Pada poster bagian kanan poster di letakan ilustrasi tokoh si Pitung yang di buat besar pada bagian kanan namun di imbangi dengan ilustrasi serdadu dan produk bir pletok dalam ukuran yang lebih kecil namun seimbang diletakan di bagian kiri poster serta front logo pada kiri poster serta front headline diletakan di kanan bawah. Penekanan adalah sebuah teknik yang digunakan untuk memberikan penegasan pada unsur visual. Pada poster minuman bir pletok ini penekanan diletakan pada gambar ilustrasi si Pitung yang ulurannya besar sebagai ikon tokoh

kepahlawanan yang memiliki filosofis sebagai tokoh budaya lokal Jakarta. Menciptakan sebuah kesatuan dalam desain bagai menyatukan beberapa gambar dengan pemisah garis dan memberikan informasi dari beberapa bagian tersebut sehingga tercipta keselarasan visual yang seimbang. Konsep kesatuan sudah diterapkan pada desain poster dimana menampilkan suatu ilustrasi yang bernarasi dan front yang memberikan informasi yang jelas dan menarik.



Gambar 1. Pembagian Layout Poster Minuman Tradisional Bir Pletok  
Sumber: Dokumentasi Peneliti

#### E. Analisis Pemaknaan Semiotika Roland Barthes dalam Desain Poster Minuman Tradisional Bir Pletok.

Konsep dasar semiotika yang tanda dalam hubungan dengan acuannya di bedakan menjadi tanda yang dikenal dengan ikon, indeks dan symbol (S. Tinarbuko 2013, 2013). Bagi Barthes faktor penting dalam konotasi adalah penanda dalam tatanan pertama Penanda tatanan pertama merupakan tanda konotasi. Jika teori itu dikaitkan dengan Desain Komunikasi Visual (DKV), maka setiap pesan DKV merupakan pertemuan antara signifier (lapisan ungkapan)/penanda dan signified lapisan makna)/petanda. Lewat unsur verbal dan dan visual, diperoleh dua tingkatan makna, yakni makna denotatif yang didapat dari semiosis tingkat pertama dan makna konotatif yang didapat dari semiosis tingkat berikutnya. Pendekatan semiotik terletak pada tingkat kedua atau tingkat signified, makna pesan dapat di pahami secara utuh. Makna Denotatif atau indeks pada tanda signifier dan Makna Konotatif pada tanda signified poster adalah wujud ikon yang terdapat pada poster berupa tanda verbal dan visual. Berikut tanda verbal terdapat pada Poster:

1. Logo Bir Pletok Duwar (Untuk makna konotasi mempromosikan dan mengenalkan logo produk ke konsumen agar lebih familiar dengan produk Bir Pletok Duwarr)
2. Slogan Manfaatnya, bikin Duwarr (Makna Konotasi manfaatnya, bikin membuat semangat membara dan bersinergi)

Tanda visual pada poster yaitu melalui:

1. Ilustrasi packaging Bir Pletok (Konotasi yang terkandung untuk mengenalkan kemasan nyata produk agar lebih mudah di kenali ketika akan di pasarkan)
2. Ilustrasi Si Pitung (Konotasi sebagai ikon pada iklan merupakan tokoh pahlawan Betawi merupakan budaya lokal agar mudah di ingat)
3. Tentara Belanda (Konotasi merupakan ikon musuh dari Si Pitung / pemeran figuran yang walaupun dalam jumlah banyak namun dapat di kalahkan oleh kekuatan dan semangat Si Pitung)
4. Latar di hutan (Konotasi ingin memunculkan background masa lampau zaman Si Pitung, di Jakarta memiliki banyak pohon bamboo dan pepohonan besar lainnya. Untuk membuktikan kultur budaya Betawi.).



Gambar 2. Ikon Poster Minuman Tradisional Bir Pletok Khas Jakarta  
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Digunakan mengacu pada Roland Barthes yaitu adanya lima kisi-kisi kode sebagai berikut :

Kode Hermeneutik, yaitu artikulasi pelbagai cara pertanyaan, teka-teki, respons, enigma, penangguhan jawaban, akhirnya menuju pada jawaban. Pada ikon tokoh si Pitung dapat memberikan penangguhan jawaban pada audiens apakah tokoh siptung dapat mengalahkan musuh dengan jumlah tentara yang banyak, namun berdasarkan cerita masa lampau kesaktian si Pitung tidak dapat diragukan dan selalu menang dalam pertarungan dengan musuhnya.

Kode Semantik, yaitu kode yang mengandung konotasi pada level penanda. Atau dengan kata lain kode semantik adalah tanda-tanda yang ditata sehingga memberikan suatu konotasi maskulin, feminisme, kebangsaan, kesukuan, atau loyalitas. Pada pemaknaan konotasi poster menunjukkan kode semantik pada tanda visual ilustrasi si Pitung tokoh yang memiliki kekuatan, gagah dan berani identik dengan kemaskulin dan semangat kepahlawanan menimbulkan jiwa semangat kebangsaan dalam menumpas penjajahan yang di tandai dalam visual ilustrasi tentara/ serdadu Belanda. Serta adanya kesukuan terlihat dari kultur budaya tanda visual Ikon Pitung sebagai tokoh masyarakat Betawi tempo dulu.

Kode simbolik, yaitu kode yang berkaitan dengan psikoanalisis, antithesis, kemenduaan, pertentangan dua unsur, atau skizofrenia. Pada tanda visual poster antithesis atau pertentangan dua unsur terlihat dari jumlah tentara belanda yang lebih banyak dari ikon si Pitung namun kekuatan si Pitung tidak tertandingi.

Kode Narasi, atau proairetik yaitu kode yang mengandung cerita, urutan, narasi, atau antinarasi Tanda visual tokoh budaya lokal si Pitung yang sedang memegang minuman Bir Pletok dan tentara/serdadu Belanda memiliki pemaknaan konotasi yang mengandung cerita tempo dulu kisah keheroik si Pitung yang tidak takut akan para serdadu lawan walaupun dengan jumlah yang lebih banyak terlebih dengan manfaat meminum Bir Pletok seakan menambah kekuatan si Pitung.

Kode Kebudayaan atau kultur, yaitu suara-suara yang bersifat kolektif, anonym, bawah sadar, mitos, kebijakan, pengetahuan, sejarah, moral, psikologis, sastra, seni, dan legenda. Dalam tanda visual iustrasi poster menampilkan tokoh si Pitung yang merupakan tokoh legenda Betawi yang terkenal dengan heroik kepahlawanan dan keberaniannya melawan tentara lawan di masa penjajahan menjadikan sebuah kode budaya legenda bagi masyarakat Betawi khususnya.

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Diperoleh dua tingkatan makna didalam pemikiran Ronand Barthes yaitu pada pemaknaan Denotasi pada ikon-ikon yang terkandung pada poster adalah sistem signifier atau penanda dan pemaknaan konotasi pada sistem signified atau petanda. Pemaknaan konotasi pada tingkat kedua merupakan

simbol yang terkandung didalam isi makna sebuah poster komunikasi periklanan sebuah UMKM Produk minuman bir pletok khas Jakarta yaitu terkandung pemaknaan Si Pitung tokoh perjuangan Betawi merasa lebih kuat atau bertambah kuat setelah meminum Bir Pletok Duwarr dan kepercayaan dirinya menjadi lebih meningkat untuk melawan tentara serdadu Belanda yang berada dibelakangnya, walaupun ia kalah jumlah namun karena kandungan yang terdapat dalam Bir Pletok yang menyehatkan itulah yang membuatnya semakin kuat. Melihat dari pemaknaan konotasi diatas dan ikon-ikon khususnya visual si Pitung yang mengangkat legenda Betawi akan menjadikan pemaknaan denotasi yang mengangkat keunikan tokoh lokal budaya Betawi agar menjadi sebuah daya tarik sesuai dengan fungsi poster mengkomunikasikan pesan, menarik perhatian dan bersifat mengajak penonton untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa yang telah diiklankan khususnya mengajak penonton untuk membeli atau menggunakan produk UMKM minuman Bir Pletok khas Jakarta ini. Sehingga media cetak poster merupakan salah satu alat promosi yang komunikatif dapat direkomendasikan sebagai alat komunikasi dalam periklanan di mana pemaknaan dalam iklan dapat disesuaikan dengan pesan yang ingin di sampaikan.

## REFERENSI

- Didit Widiatmoko Soewardikoen, 2019. *Metodelogi Penelitian DKV*. Yogyakarta: PT. Karnisius.
- Eriyanto, 2019. *Metode Komunikasi Visual, Dasar-Dasar dan Aplikasi Semiotika Sosial Untuk Membedah Teks Gambar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat Supriyono, 2018. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. p.136.
- Robinson Situmorang dan Retno Widyaningrum, 2019. *Prinsip Desain Pesan*. Universitas Terbuka.
- S. Tinarbuko 2013, 2013. *Semiotika komunikasi visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Salim & Sahrurn, 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif.pdf*.
- Tinarbuko, S., 2013. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Wahana Komputer, 2018. *Kreatif Membuat Desain Periklanan dengan CorelDraw dan Adobe Photoshop*. Semarang: CV. Andi Offset.
- Wisnu Indra Kusumah, Desiana Nur Indra Kusumawati, Widyo Wibisono, A.D.D., 2021. **DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM BIR PLETOK SEBAGAI BRANDING MENINGKATKAN CITRA MINUMAN KHAS TRADISIONAL JAKARTA DI MASA COVID-19. SNADES.**
- Y. Safanayong, 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. arte intermedia.