

PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY KLINIK GIGI PERFECT SMILE

Widia Marta

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
widia1302@gmail.com

Mutiana Pratiwi

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
mutiana_pratiwi@upiypk.ac.id

Rima Liana Gema

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
rimalianagema@upiypk.ac.id

Abstrak

Perancangan Corporate Identity Klinik Gigi Perfect Smile. Dalam perancangan ini dirancang identitas baru berupa logo yang mewakili budaya, karakter dan ciri khas dari Klinik Gigi Perfect Smile. Perancangan dilakukan dengan mengumpulkan data verbal dan data visual. Berupa wawancara, observasi ke lapangan (Klinik Gigi Perfect Smile) untuk mengetahui karakter, budaya dan ciri khas Klinik Gigi Perfect Smile. Perancangan ini menggunakan teori komunikasi, desain, perancangan logo, layout, tipografi dan warna. Oleh karena itu, dalam perancangan ini akan ditonjolkan visual logo yang mempresentasikan Klinik Gigi Perfect Smile. Corporate identity merupakan sebuah perangkat yang digunakan untuk menjadi identitas sebuah perusahaan. Perancangan ini menggunakan metode analisa SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threatmen) dan U.S.P. Proses perancangan ini menghasilkan media utama berupa logo, disamping itu media pendukung diaplikasikan untuk menunjang media utama dan dirancang dengan seragam.

Kata Kunci: Perancangan Corporate Identity Klinik Gigi Perfect Smile.

DESIGNING CORPORATE IDENTITY PERFECT SMILE DENTAL CLINIC

Abstract

Corporate Identity Design Perfect Smile Dental Clinic. In this scheme designed a new identity in the form of a logo representing the culture, character and characteristics of Perfect Smile Dental Clinic. The design is done by collecting data verbal and visual data. The form of interviews, observation field (Perfect Smile Dental Clinic) to know the character, culture and characteristics of Perfect Smile Dental Clinic. This design uses the theory of communication, design, logo design, layout, typography and color. Therefore, in the design of the logo will be highlighted visually presenting Perfect Smile Dental Clinic. Corporate identity is a device used to be the identity of a company. This design using the SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threatmen) and U.S.P. This design process resulted in major media in the form of the logo, in addition to supporting medium is applied to support the major media and designed uniforms.

Keyword: *Corporate Identity Design Perfect Smile Dental Clinic*

PENDAHULUAN

Klinik gigi dalam peraturan menteri kesehatan nomor 920 /Menkes/Per/XII/1986, diartikan sebagai sarana pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang diberikan kepada masyarakat. Klinik adalah sarana atau tempat yang dibangun untuk melakukan pelayanan perawatan kesehatan pada seluruh masyarakat. Klinik gigi adalah sarana atau tempat yang dibangun untuk melakukan perawatan gigi pada seluruh masyarakat yang meliputi usaha-usaha pencegahan, pengobatan dan pemulihan (Depkes, R.I, 1996).

Corporate identity merupakan hal yang sangat penting bagi bisnis atau perusahaan. Corporate identity dapat mencerminkan identitas perusahaan. Meskipun ada corporate identity yang menurut pandangan kita sama sekali tidak mencerminkan identitas perusahaan – namun seringkali ada filosofi yang terkandung di dalamnya.

Corporate identity adalah identitas “brand” perusahaan, terdiri dari identitas visual (logo, nama, merk dagang, tipografi, warna dan sebagainya) dan identitas verbal (slogan, tagline, ucapan salam dan sebagainya). Corporate identity merupakan identitas yang membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra atau image yang bisa menjadikan sebagai daya tarik. Identitas perusahaan berdasarkan filosofi organisasi terwujud dalam budaya perusahaan yang berbeda. Identitas mencerminkan kepribadian sebuah perusahaan dan dari sinilah branding perusahaan tercipta.

Corporate identity menjadikan Branding lebih kuat karena kita lihat branding menunjukkan karakter suatu identitas dimana logo, iklan dan behavior mempunyai peranan dalam menggambarkan atau melukiskan sebuah perbedaan dan perubahan. Sehingga Corporate identity menjadi sangat penting

dalam menyampaikan nyawa dari perusahaan itu sendiri.

Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus memiliki sebuah corporate identity mengingat peranya sangat penting dalam hal promosi dan pencitraan sebuah perusahaan. Karena ,persaingan antar perusahaan sangat ketat pada zaman ini, mereka berlomba-lomba dalam menampilkan mencerminkan bagaimana perusahaanya, apa kelebihan ,apa yang bisa dilakukanya , dan strategi apa yang akan di lakukan mereka untuk menarik konsumen menggunakan jasa atau produk yang mereka hasilkan dan tawarkan.

Klinik gigi perfect smile adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan kesehatan, khususnya kesehatan gigi. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2004, di kota padang, tepatnya daerah limau manih pasar baru dan sampai sekarang masih aktif. Perusahaan ini di dirikan oleh Dr.drg.Nila Kasuma, M.Biomed dengan tujuan untuk menciptakan sarana pelayanan kesehatan gigi yang bermutu bagi masyarakat dan juga sebagai inkam secara ekonomi untuk menafkahi keluarga. Telah banyak jenis gangguan pada kesehatan gigi pasien yang ditangani oleh Klinik gigi perfect smile, seperti gigi berlubang, karang gigi, pemasangan kawat gigi dll. Kualitas alat praktek klinik ini juga sudah didukung dengan alat teknologi terbaru dan canggih yang akan membuat pasien merasa lebih nyaman saat melakukan perawatan.

Tentunya Klinik gigi perfect smile memiliki pesaing dalam bidang kesehatan atau perawatan gigi. Banyak klinik atau dokter gigi lainnya di kota padang yang juga memilki tujuan dan hasil kerja yang sama dengan Klinik gigi perfect smile. Sehingga bisa dikatakan persaingan antar perusahaan khususnya Klinik atau dokter gigi di kota padang di katakan seimbang. Dan juga klinik ini belum memiliki sebuah system grafis, seperti logo atau lebih tepatnya corporate identity yang menggambarkan identitas dari klinik itu sendiri, oleh karena itu Klinik Gigi

perfect smile harus memiliki sebuah pencerminan identitas atau penggambaran dari nyawa perusahaan itu sendiri yang akan menampilkan perbedaan dari perusahaan sejenis lainnya, mengingat persaingan antara perusahaan sejenis yang semakin ketat, dan juga meningkatkan minat pasien untuk memilih berobat ke Klinik Gigi Perfect Smile.

Berdasarkan masalah persaingan dalam hal pencerminan identitas antara perusahaan, dan sebuah system grafis yang mendukung ciri-ciri dari perusahaan tersebut, peneliti merencanakan peningkatan daya saing Klinik gigi perfect Smile dengan perusahaan lainnya dan pencerminan identitas dari perusahaan dengan sebuah rancangan system grafis berupa corporate identity, atau lebih tepatnya perancangan Corporate identity Klinik Gigi Perfect Smile.

1. Tujuan umum

Untuk meningkatkan daya saing pada perusahaan dengan perusahaan lainnya yang juga memiliki kualitas, tujuan dan hasil kerja atau produk yang baik.

2. Tujuan khusus

Menunjukkan identitas baru pada masyarakat bahwa Klinik Perfect Smile merupakan salah satu alternative klinik yang memiliki keunggulan dibanding klinik lainnya yang ada di kota padang baik berupa pelayanan maupun kelengkapan alat-alat kedokteran gigi.

Supriyono (2010:9) menjelaskan “Desain Komunikasi Visual peran mengomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dengan berbagai kekuatan visual, seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, layout, dan sebagainya dengan bantuan teknologi. Sedangkan Kusrianto (2007:2) menjelaskan.

“Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan untuk mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui pelbagai

media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan cara mengelola elemen-elemen grafis yang bertkpa bentuk dan gambar, tatanan huruf serta komposisi warna serta layout (tata letak atau perwajahan). Dengan diamikian gagasan akan dapat diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan.”

Pengertian Desain Komunikasi Visual adalah pada dasarnya merupakan istilah penggambaran untuk proses pengolahan media dalam berkomunikasi mengenai pengungkapan ide atau penyampaian informasi yang bisa terbaca atau terlihat. Desain Komunikasi Visual erat kaitannya dengan penggunaan tanda-tanda isigns), gambar (drawing), lambang dan simbol. ilmu dalam penulisan huruf (tipografi), ilustrasi dan warna yang kesemuanya berkaitan dengan indera penglihatan. Proses komunikasi disini melalui eksplorasi ide-ide dengan penambahan gambar baik itu.

berupa foto, diagram dan lain-lain serta warna selain penggunaan teks sehingga akan menghasilkan efek terhadap pihak yang melihat. Efek yang dihasilkan tergantung dari tujuan yang ingin disampaikan oleh penyampai pesan dan juga kemampuan dari penerima pesan untuk menguraikannya.

Menurut Frank, Jefkins (1996:298) “Corporate identity adalah salah satu bentuk tertua dari komunikasi yang didasarkan pada suatu rancangan tertentu (design communication) dan rasa senantiasa terarah pada tujuan-tujuan yang praktis. Ide dasarnya untuk menciptakan identifikasi, melalui keseragaman”. Corporate identity merupakan wujud simbol visual identitas berupa logo sebuah badan usaha, perusahaan, maupun organisasi yang diaplikasikan pada berbagai sarana, fasilitas, dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual pada publik. Melalui corporate identity, perusahaan dapat menginformasikan jenis usaha yang dikelolanya, serta membangun image dan karakter perusahaan tersebut di masyarakat.

Semua hal berasal dari apa dinamakan logo atau simbol. Logo

merupakan elemen penting dalam memperkenalkan produk ataupun suatu nama perusahaan kelingkungan luas dalam hal ini adalah masyarakat (audience). Sebuah logo adalah cerminan dari apa yang dilakukan atau yang dikerjakan oleh perorangan perusahaan, dengan dibantu dengan adanya logo memungkinkan masyarakat lebih mudah mengingat sebuah nama perusahaan ataupun produk apa yang ditawarkan kepada masyarakat itu sendiri.

Menurut Rustan (2009:36) Sebelum merancang sebuah logo anda harus. “Melakukan Riset & Analisa, mencari fakta-fakta entitas perusahaan, profil perusahaan, sektor industri, analisa pasar, target group, keunggulan dan kelemahan (SWOT), dan lain-lain. sebelum mendesain logo, anda perlu memahami perusahaan, lakukan wawancara khusus untuk mendapatkan personality dari brand tersebut. Keseluruhan hasil riset dirangkum dalam Creative Brief yang akan digunakan untuk tahap berikutnya”.

M. Linggar Anggoro (2000:280) menyatakan “elemen-elemen utama identitas perusahaan atau identitas korporat meliputi logo, warna atau bentuk bangunan, atribut, sampai dengan seragam dan pakaian resmi perusahaan”.

Menurut Rustan (2009:86-87), Identitas yang ditampilkan dengan konsisten akan memberi gambaran pada publik bahwa entitas tersebut konsekuen dan professional. Karena itu perlu kiranya kita memegang prinsip unity dalam menerapkan identitas ke seluruh media aplikasinya. Penerapan identitas pada berbagai media didasarkan pada berbagai faktor antara lain: besar kecilnya perusahaan, besar kecilnya budged, sektor industri atau bidang usaha, brand architecture, dan lain-lain. Media-media apa saja yang dibutuhkan, sangat tergantung pada bidang usahanya.

METODE PERANCANGAN

Untuk mendukung Perancangan Corporate identity Klinik Gigi Perfect Smile ini diperoleh dari metode pengumpulan data secara primer dan sekunder. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga tinggal mencari dan mengumpulkannya, sedangkan data primer adalah data yang hanya dapat diperoleh dari sumber asli, yaitu dengan cara :

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan datang langsung ke Klinik Gigi Perfect Smile untuk mendapatkan data-data tentang Klinik Gigi Perfect Smile beserta hal yang berkaitan dengan corporate identity dan media promosi yang pernah dibuat.

2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Wawancara yang dilakukan dengan Dr.drg. Nila Kasuma , M.Biomed. pendiri sekaligus pimpinan Klinik Gigi Perfect Smile tentang sejarah, fasilitas, visi dan misi serta perkembangan Klinik Gigi Perfect Smile padang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengambil gambar-gambar lokasi, bangunan dan fasilitas yang dimiliki Klinik Gigi Perfect Smile dengan menggunakan kamera. Sebagai bahan bukti meneliti dan menganalisa.

Dalam perancangan corporate identity Klinik Gigi Perfect Smile ini, adanya faktor-faktor yang mempengaruhi dan menghemat, maka perlu suatu analisis internal dan eksternal sehingga sejauh mana faktor-faktor kunci yang menjadi sasaran perancangan objek studi penelitian ini.

Setelah melakukan identifikasi data, didapat bermacam jenis data. Maka selanjutnya adalah menganalisis data yang kemudian dapat diberi arti dan

makna yang berguna dalam memecahkan masalah perancangan ulang.

Analisis merupakan upaya untuk mensintesis data untuk menghasilkan simpulan data. Tujuannya menemukan pokok-pokok pikiran untuk pemecahan masalah yaitu membangun citra Klinik Gigi Perfect Smile yang berfungsi sebagai konsep perancangan corporate identity.

Dalam mengkaji faktor internal dan eksternal ini dibutuhkan metode analisis IDU untuk mendapatkan keyword yang terdapat dalam unique selling proposition sebagai berikut :

a.IDU

IDU adalah metode analisis yang bertujuan untuk mendapatkan karakteristik dan keunikan perusahaan atau design brief yang berfungsi sebagai faktor representatif atau faktor yang mewakili identitas dan karakter kepada perusahaan atau produk.

1. Identification benefit

- a) Memiliki dokter spesialis dibidangnya dan berpengalaman.
- b) Letak geografis nya yang mendukung, terletak di pemukiman padat dan lingkungan kampus.
- c) Memiliki bangunan yang luas dengan pembagian ruangan berdasarkan fungsi dan fasilitas yang berbeda.
- d) Ruang praktek dan ruang konsultasi yang nyaman dengan fasilitas lengkap.
- e) Ruang tunggu atau waiting room pasien yang luas dan nyaman dan juga memiliki waiting room VIP yang memberi kenyamanan ekstra untuk pasien.
- f) Dilengkapi dengan alat-alat praktek perawatan gigi yang canggih dan modern.
- g) Perkembangan ilmu kedokteran gigi dan lahirnya solusi-solusi terbaru dalam ilmu kedokteran gigi serta semakin meningkatnya minat

masyarakat untuk merawat dan memperindah gigi mereka pada zaman sekarang, membuat jasa dari Klinik Gigi Perfect Smile sangat di butuhkan.

- h) Klinik bersih, rapih dan mewah

2. Delivery Benefit

- a) Memiliki dokter spesialis dibidangnya dan berpengalaman.
- b) Letak geografis nya yang mendukung, terletak di pemukiman padat dan lingkungan kampus.
- c) Dilengkapi dengan alat-alat praktek perawatan gigi yang canggih dan modern.
- d) Klinik bersih, rapi dan mewah

3. Unique Selling Proposition (USP)

- a) Memiliki dokter spesialis dibidangnya dan berpengalaman.
- b) Klinik bersih, rapi dan mewah (dilengkapi dengan ruangan VIP)

Dari metoda analisis di atas disimpulkan alat-alat perawatan gigi yang canggih dan modern serta mampu menampilkan solusi-solusi baru dalam hal perawatan, pengobatan dan memperindah gigi adalah karakteristik dan design brief atau faktor representatif kepada Klinik Gigi Perfect Smile serta digunakan untuk membuat inventaris data visual Perfect Smile.

a. Strategi konsep

1. Memperkenalkan sebuah logo baru Klinik Gigi Perfect Smile.
2. Memperkenalkan Klinik Gigi Perfect Smile sebagai klinik gigi yang modern, serta memiliki citra yang baik.
3. Menggunakan visual yang menarik untuk mengaplikasikan serta mempromosikan logo Klinik Gigi Perfect Smile agar masyarakat dapat selalu ingat akan pesan yang disampaikan.

Di dalam perancangan corporate identity Klinik Gigi Perfect Smile media utama adalah logo yang dapat

merepresentasikan karakter, visi misi dan jenis usaha yang dilakukan. Bentuk dari logo sendiri terbagi atas dua bentuk yaitu picture mark dan latter mark. Picture mark yaitu bentuk visual gambar atau simbol yang menggambarkan identitas Klinik Gigi Perfect smile, sedangkan latter mark adalah visual huruf yang dibuat sedemikian rupa yang berfungsi untuk menjelaskan makna sebenarnya dari visual logo (picture mark).

Selain dari media utama juga dibuat media pendukung corporate identity dimana logo diterapkan dan diaplikasikan ke dalam media promosi yang efektif dan komunikatif, tujuannya adalah untuk mendukung media utama dalam memperkenalkan identitas baru kepada publik serta mempromosikan Klinik Gigi Perfect Smile yang terbentuk dalam media cetak. Dengan adanya media pendukung akan memberikan manfaat lebih dalam mendukung promosi Klinik Gigi Perfect Smile dan dapat menjangkau target sasaran atau masyarakat.

Dalam proses perancangan Corporate Identity Klinik Gigi Perfect Smile media utama yang akan dirancang adalah sebuah logo. Logo merupakan hal yang sangat penting untuk memperkenalkan atau mempromosikan sebuah perusahaan, produk dan jasa ke lingkungan luas dalam hal ini adalah masyarakat (audience). Sebuah logo merupakan sebuah pencerminan atau citra dari identitas sebuah perusahaan atau individu. Logo dapat memberi sebuah gambaran (visual) tentang apa yang dikerjakan oleh seseorang ataupun sebuah perusahaan. Dengan di bantu adanya sebuah logo dapat membuat masyarakat (audience) lebih mudah mengingat sebuah perusahaan dan produk atau jasa apa saja yang di sediakanya. Ide awal atau konsep dari perancangan logo Corporate Identity Klinik Gigi Perfect

Smile ini adalah bagaimana menciptakan suatu visual yang berdasarkan USP (unique selling proposition) dari perusahaan ini , yaitu memiliki dokter spesialis di bidangnya dan berpengalaman dan klinik yang bersih, rapi dan mewah (dilengkapi dengan ruangan VIP). Dalam pemilihan tipografi , jenis tipografi yang akan digunakan adalah yang bernuansa mewah, berkelas dan professional tapi tetap terlihat simple dan cocok dengan logo yang dirancang. Keseluruhan unsur-unsur visual lainnya akan disatukan dengan teknik layout yang sederhana namun tetap mencerminkan kesan yang sesuai dengan identitas perusahaan.

HASIL KARYA

Tipografi	Tingkat keterbacaan	konsep	Estetis	sans serif
PERFECTUS TITLING MT	✓	✓	✓	—
Verdana	✓	—	—	✓
Lucida Fax	✓	✓	✓	
CINZEL DECORATIVE	✓	✓	✓	
Myriad Hebrew	✓	—	✓	✓

Gambar 1 . Alternatif Tipografi

Dari beberapa alternatif tipografi diatas, alternatif (d) dipilih untuk latter mark pada logo, sedangkan untuk media pendukung tetap alternatif (d). alternatif (d) yang terlihat lebih simple dan berkesan elegan dipilih sebagai tipografi untuk latter mark karena sesuai dengan konsep dan identitas dari klinik gigi perfect smile. Sedangkan alternatif (d) dipilih lagi sebagai tipografi media pendukung karena juga memiliki kesan elegan dan juga mudah dibaca dan akan sangat cocok dan serasi dengan konsep desain.

	C:15 M:20 Y:60 K:20 Gold
	C:0 M:0 Y:0 K:10 Silver
	C:20 M:80 Y:0 K:0 Purple
	C:0 M:0 Y:0 K:0 White

Dari alternatif warna diatas, warna yang dipilih adalah warna kuning emas (gold) sebagai warna picture mark dan latter mark dari logo yang akan dirancang. Karena warna kuning emas (gold) lebih menimbulkan kesan kemewahan, keamanan, aktif dan dinamis. Warna kuning emas juga menimbulkan kesan professional dan berpengalaman tinggi, dan juga lebih mendekati konsep logo yang akan dirancang. Sementara itu warna putih digunakan sebagai warna dasar dalam perancangan karena sifatnya yang netral dan dapat menyatu dengan berbagai macam warna.

Final Logo



Gambar : Final Logo Klinik Gigi Perfect Smile .
Sumber : Widya Marta, S.Ds, M.Sn

Final logo yang terpilih merupakan sebuah desain yang telah mencapai konsep dan identitas dari klinik gigi perfect smile. Penggunaan bentuk logo yang menggunakan bentuk picture mark

dan latter mark, dan juga bentuk visual logo yang abstrak telah sesuai dengan konsep rancangan logo yang telah dibahas. Rancangan logo ini menampilkan kesan kemewahan dan juga terlihat simpel. Semua filosofi an keunikan dari klinik gigi perfect smile sudah tergambarkan ke rancangan logo ini.

Pembahasan Media Pendukung

Pada media pendukung klinik gigi perfect smile, logo di aplikasikan kedalam perangkat kantor (stationery set) dan merchandise. Dalam perancangan media pendukung ini, rancangannya atau pengaplikasiannya harus selaras atau berkesinambungan yang bertujuan untuk pencitraan perusahaan yang bersifat satu kesatuan, seimbang dan professional. Jenis tipografi yang dipakaipun harus yang mudah dibaca, terlihat mewah dan simple. Peranan dari media pendukung nantinya diharapkan akan menunjang efektifitas dari media utama logo klini gigi perfect smile. Media pendukung yang akan dirancang ini dapat memberikan informasi kepada target audiens, meningkatkan ketertarikan masyarakat dan menghasilkan umpan balik yang positif dari target audiens yang dituju



Gambar : Media Pendukung
Sumber : Widya Marta, S.Ds, M.Sn

PENUTUP

Logo dan aplikasi logo dalam berbagai jenis media aplikasi sebagai media promosi kepada masyarakat menggunakan prinsip dan unsur desain untuk menghasilkan desain yang sempurna. Disamping itu juga melakukan observasi, beberapa analisis, dan proses berkarya untuk menghasilkan desain yang baik dan efektif. Hasil desain dari logo diaplikasikan ke dalam berbagai media aplikasi dan promosi. Ada dua belas aplikasi desain logo pada berbagai media dengan berbagai variasi ukuran yang berbeda menyesuaikan dengan bidang yang dibuat. Aplikasi logo berupa kartu nama, kop surat, amplop, stempel, kertas resep, rekam medis, stiker, gantungan kunci, name plate, paper bag, ID card, neon box. Secara umum, desain logo dan aplikasinya tercipta sebagai identitas perusahaan sekaligus sebagai media promosi perusahaan kepada masyarakat untuk mendapatkan citra yang lebih baik lagi agar menambah minat masyarakat terhadap jasa dan produk perusahaan. Selain itu, logo adalah identitas diri untuk membedakannya dengan yang lain dan tanda kepemilikan untuk membedakan milik perusahaan walaupun bergerak di bidang yang sama. Kemudian aplikasi corporate identity sebagai alat memvisualkan citra perusahaan kepada khalayak umum bahwa perusahaan tersebut konsekuen dan professional sekaligus untuk mencegah pembajakan dari sebuah image perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. Linggar. 2000. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Carter, E David. 1990. *The Big Book Of Logo*. New York: Watson-Guption Publications.

- Effendy, Omong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1994
- Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Penggantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Nurudin. 2004. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *LOGO*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Suriyanto. 2010. *HURUFONTOGRAFI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sachari, Agus. 2005. *Paradigma Desain Indonesia*. Yogyakarta: Andi
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka