

PERANCANGAN BUKU SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM EVENT “INDONESIA INTERNATIONAL MOTOR SHOW 2022”

OLEH:

Nindya Erica Putri¹, Ni Luh Desi In Diana Sari, S.Sn, M.Sn², Ni Ketut Pande
Sarjani, S.Sn., M.Sn³.

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jln.
Nusa Indah, Denpasar, 80235, Indonesia.

Email : nindyaericaputri@gmail.com

ABSTRAK

Magang/Praktik merupakan salah satu dari delapan pilihan program MBKM, dimana mahasiswa akan terjun langsung dalam suatu perusahaan. Program ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan yang sesuai dengan apa yang sudah dipelajari di Institusi serta mendapatkan pengalaman bekerja untuk menjadikan mahasiswa lebih siap dalam menghadapi dunia kerja nantinya. Tuksedo Studio menjadi pilihan bagi penulis sebagai tempat magang dalam program magang/praktik kerja MBKM. Tuksedo Studio (PT. Kreasi Mobil Bali) bergerak dibidang industry otomotif yang berfokus pada recreation mobil-mobil klasik dengan ciri khas *handbuilt*nya.

Dalam event *Indonesia International Motor Show 2022*, Tuksedo Studio ikut turut dalam pameran tersebut yang dilaksanakan di Jakarta pada tanggal 31 Maret hingga 10 April. Dengan adanya event tersebut, buku menjadi salah satu media promosi yang dibutuhkan. Proses perancangan dilakukan secara langsung dan tidak langsung dengan melakukan wawancara, observasi, serta mengumpulkan dokumentasi dan data guna menunjang perancangan buku. Tujuan dari perancangan buku dibuat untuk memberikan informasi terkait bagaimana proses dalam pembuatan mobil klasik.

Kata Kunci: Buku, Media Promosi, *Indonesia International Motor Show 2022*

ABSTRACT

Internship/Work Practice is one of eight Independent Learning Campus (MBKM) program options, where students will be directly involved in a company. This program is expected to increase knowledge and skills in accordance with what has been learned at the institution and gain work experience to make students better prepared to face the world of work in the future. Tuxedo Studio is an option for writers as an internship place in the MBKM internship/work practice program. Tuksedo Studio (PT. Kreasi Mobil Bali) is engaged in the automotive industry which focuses on playing classic cars with handbuilt characteristics.

In the Indonesia International Motor Show 2022 event, Tuksedo Studio participated in the exhibition which was held in Jakarta from March 31 to April 10. With this event, books have become one of the promotional media needed. The design process is carried out directly and indirectly by making interview, observations, as well as collecting documentation and data to support the design of the book. The purpose of designing the book is to provide information related to the process of making classic cars.

Keywords: Books, Promotional Media, *Indonesia International Motor Show 2022*

PENDAHULUAN

Indonesia Internasional Motor Show merupakan pameran otomotif yang bergengsi dikalangan masyarakat pecinta motor. Pameran otomotif tahunan ini diselenggarakan oleh Dyandra Promosindo, anak usaha Kompas Gramedia sejak tahun 2016, yang dimulai pada bulan April di Jakarta International Expo, Kemayoran, Jakarta Pusat. (https://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia_International_Motor_Show). Dalam acara tersebut terdapat berbagai macam motor baik roda dua maupun empat keluaran terbaru dari masing-masing industri dibidang otomotif.

Tuksedo Studio (PT. Kreasi Mobil Bali) merupakan perusahaan yang berdiri sejak tahun 2017 ini bergerak dibidang otomotif dimana merestorasi dan membangun ulang mobil eropa klasik yang tidak diproduksi lagi. Perusahaan yang didirikan oleh Bapak Pudji Handoko berfokus pada recreation mobil-mobil klasik dengan ciri khas handbuiltnya serta konsepnya yaitu *"Welcome to the place where science and art breakeven"*. Tuksedo Studio terbilang masih baru dalam dunia industri otomotif. Dengan banyaknya perusahaan otomotif diluar sana menjadi tantangan tersendiri bagi Tuksedo Studio dalam memperkenalkan perusahaannya. Bagi sebagian orang mungkin belum tahu bahwa Tuksedo Studio membuat dari awal mobil klasik tersebut, yang dimana hampir semua pekerja adalah orang Bali.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan mengikuti sebuah pameran. Tuksedo Studio ikut berpartisipasi dalam pameran Indonesia Internasional Motor Show yang digelar di Jakarta pada tanggal 31 Maret hingga 10 April. Profile yang jelas dan menarik menjadi peran penting bagi Tuksedo Studio. Dalam mewujudkan hal tersebut, perlu adanya media promosi.

. Menurut Arsyad (2002: 4) media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju.

Menurut Michael L. Ray dalam Morissan, M.A. 2010 mendefinisikan

promosi sebagai *"the coordination of all seller-initiated efforts to setup channels of information and persuasion to sell goods and services or promote an idea"* (koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan). Dalam penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa media promosi adalah segala bentuk perantara dalam menyampaikan informasi guna memperkenalkan suatu barang/produk.

Berdasarkan permasalahan diatas, buku menjadi salah satu media promosi yang dapat digunakan. Isi dari buku tersebut guna memberikan informasi kepada pengunjung terkait bagaimana awal mula berdirinya Tuksedo Studio dengan disertai proses pembuatan mobil-mobil klasik.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam perancangan buku adalah dengan pendekatan kualitatif. Menurut (Raharja 2009:52) dalam wahyu,dkk tentang pendekatan kualitatif merupakan hal yang menekankan pada makna, penalaran, definisi atas suatu situasi tertentu.

Sumber data dapat diambil dari data primer dan data sekunder. Dalam hal ini, data primer dilakukan dengan wawancara kepada direktur Tuksedo Studio yang kemudian akan di observasi oleh penulis.

Sedangkan data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung. Dalam hal ini, data sekunder diambil dari laporan historis yang tersusun dalam arsip perusahaan.

METODE KEPUSTAKAAN

Media

Menurut para ahli dalam Parmin (2009) media ini dapat diartikan sebagai berikut :

- 1) Teknologi pembawa pesan yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan pembelajaran.
- 2) Sarana fisik untuk menyampaikan isi/materi pembelajaran seperti buku, film, video, slide, dan sebagainya.

3) Sarana komunikasi dalam bentuk cetak maupun pandang dengar, termasuk teknologi perangkat kerasnya.

Promosi

Menurut Tjiptono (2015) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan.

Buku

Buku merupakan kumpulan kertas berisi informasi, tercetak, disusun secara sistematis, dijilid serta bagian luarnya diberi pelindung terbuat dari kertas tebal, karton atau bahan lainnya (Sitepu, 2012:8).

Unsur-Unsur Desain

1. Titik

Titik adalah salah satu unsur visual yang wujudnya relatif kecil, di mana dimensi memanjang dan melebar dianggap tidak berarti. Titik cenderung ditampilkan dengan bentuk kelompok dengan variasi jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu.

2. Garis

Garis adalah unsur desain yang menghubungkan antara satu titik poin dengan titik poin yang lain sehingga bisa berbentuk gambar garis lengkung (curve) atau lurus (straight). Garis adalah unsur dasar untuk membangun bentuk atau konstruksi desain.

3. Bidang

Bidang merupakan garis yang ujungnya saling bertemu dan membuat area tertutup. Unsur yang satu ini juga sering digunakan dalam desain. Bidang menempati ruang dua dimensi atau dwimatra, yaitu hanya memiliki dua ukuran (panjang dan lebar).

4. Warna

Menurut ilmu fisika, warna adalah kesan yang ditimbulkan oleh cahaya pada mata. Menurut ilmu bahan, warna adalah semacam zat berupa pigmen (dalam bahasa Inggris, pigmen = zat warna). Warna dapat memberi makna dan tema pada sebuah

desain. Unsur ini terbagi dalam dua kategori, yaitu warna yang timbul karena sinar (RGB) dan warna yang dibuat dari unsur tinta (CMYK). Warna dapat membantu menciptakan mood dan membuat teks lebih berbicara. Sebagai contoh, desain publikasi yang menggunakan warna-warna soft dapat menyampaikan kesan lembut, tenang dan romantis. Warna-warna kuat dan kontras dapat memberikan kesan dinamis, cenderung meriah (Supriyono, 2010 : 70). Warna sebagai visual yang berkaitan dengan bahan yang mendukung keberadaannya ditentukan oleh jenis pigmennya. Kesan yang ditentukan oleh mata lebih ditentukan oleh cahaya. Permasalahan mendasar dari warna adalah hue (spektrum warna), saturation (nilai kepekatan), dan lightness (nilai cahaya dari gelap ke terang). Ketiga unsur tersebut memiliki nilai nol hingga seratus. Hal yang paling menentukan adalah lightness. Jika ia bernilai nol, maka seluruh palet warna akan menjadi hitam (gelap tanpa cahaya), sebaliknya jika lightness bernilai seratus, warna akan berubah menjadi putih, alias tidak berwarna karena terlalu silau. Pada nilai empat puluh hingga empat puluh kita akan melihat warna dengan jelas. Supriyono, (2010 : 72) mengatakan bahwa berdasarkan hue (spektrum warna) warna dibagi menjadi tiga golongan, yaitu :

1. Warna primer (primary colors) terdiri dari warna merah, kuning dan biru
2. Warna sekunder (secondary color), merupakan campuran dua warna primer dengan perbandingan seimbang, menghasilkan warna orange (merah + kuning), hijau (kuning + biru), dan ungu (biru merah)
3. Warna tersier (tertiary colors) merupakan gabungan antara warna primer dan sekunder, yaitu: kuning - orange, merah - orange, merah - ungu, biru - ungu, biru - hijau, dan kuning hijau. Warna dapat

memberikan respons secara psikologis dan mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya.

Warna juga dapat dibedakan berdasarkan sifat, keadaan, atau suasana yang biasa disimbolkannya, di antaranya sebagai berikut:

- a. Merah : berani, semangat, gairah, cinta, marah, panas, menyala, riang, manis, dan berkobar-kobar.
- b. Jingga : kekeringan, kebahagiaan, bercita-cita, riang, dan gembira.
- c. Kuning : mulia, keagungan, ketinggian martabat, luhur, mahal, bijaksana, riang, setia.
- d. Hijau : harapan, muda, tumbuh, subur, damai.
- e. Biru : setia, kebenaran, misteri, damai, simpatik, dingin, tenang, terpercaya.
- f. Nila : sedih, kematian, kebesaran, romantis.
- g. Ungu : misterius, berduka.
- h. Coklat : tabah, stabil, subur.
- i. Putih : suci, murni, sedih, pasif, ringan, menyerah.
- j. Hitam : gelap, kematian, berat, menyerah, berkabung, kesunguhan.

5. Tekstur

Tekstur merupakan visualisasi dari permukaan suatu objek yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba. Contohnya, corak dari suatu permukaan benda. Ada yang halus, kasar, lembut, licin, berpori, mengkilap, dan sebagainya. Penggunaan tekstur dapat menambah dimensi dan memperkaya sebuah *layout*, sehingga objek jadi lebih hidup. Selain itu, tekstur juga bisa membawa audiens supaya lebih mendapatkan *feel* (rasa) atau emosi tertentu dalam sebuah desain. Tekstur bisa dibedakan menjadi 2, yaitu tekstur visual dan tekstur taktil.

- Tekstur visual adalah tekstur yang bisa dirasakan langsung oleh penglihatan.
- Tekstur taktil adalah tekstur yang bisa dirasakan dengan penglihatan dan perabaan

6. Ruang

Ruang merupakan jarak antara unsur-unsur desain grafis, seperti objek, *background*, dan teks. Ruang dapat dihadirkan dengan adanya bidang. Pembagian bidang atau jarak antar objek berunsur titik, garis, bidang, dan warna. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi dua, yaitu ruang nyata dan semu. Keberadaan ruang sebagai salah satu unsur visual sebenarnya tidak dapat diraba tetapi dapat dimengerti.

Prinsip Dasar Desain

1. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan merupakan salah satu prinsip dasar tata rupa yang sangat penting. Tidak adanya kesatuan dalam sebuah karya rupa akan membuat karya tersebut terlihat ceraibera, kacau-balau yang mengakibatkan karya tersebut tidak nyaman dipandang. Prinsip ini sesungguhnya adalah prinsip hubungan. Jika salah satu atau beberapa unsur rupa mempunyai hubungan (warna, raut, arah, dll), maka kesatuan telah tercapai.

2. Keseimbangan (*Balance*)

Karya seni dan desain harus memiliki keseimbangan agar nyaman dipandang dan tidak membuat gelisah. Seperti halnya jika kita melihat pohon atau bangunan yang akan roboh, kita merasa tidak nyaman dan cenderung gelisah. Keseimbangan adalah keadaan yang dialami oleh suatu benda jika semua daya yang bekerja saling meniadakan. Dalam bidang seni keseimbangan ini tidak dapat diukur tapi dapat dirasakan, yaitu suatu keadaan dimana semua bagian dalam sebuah karya tidak ada yang saling membebani

3. Proporsi (*Proportion*)

Proporsi termasuk prinsip dasar tata rupa untuk memperoleh keserasian. Pada dasarnya proporsi adalah perbandingan matematis dalam sebuah bidang. Proporsi Agung (*The Golden Mean*) adalah proporsi yang paling populer dan dipakai hingga saat ini dalam karya seni

rupa hingga karya arsitektur. Proporsi ini menggunakan deret bilangan Fibonacci yang mempunyai perbandingan 1:1,618, sering juga dipakai 8:13. Konon proporsi ini adalah perbandingan yang ditemukan di benda-benda alam termasuk struktur ukuran tubuh manusia sehingga dianggap proporsi yang diturunkan oleh Tuhan sendiri. Dalam bidang desain proporsi ini dapat kita lihat dalam perbandingan ukuran kertas dan tata letak halaman.

4. Irama (*Rythme*)

Irama adalah pengulangan gerak yang teratur dan terus menerus. Dalam bentuk-bentuk alam bisa kita ambil contoh pengulangan gerak pada ombak laut, barisan semut, gerak dedaunan, dan lain-lain. Prinsip irama sesungguhnya adalah hubungan pengulangan dari bentukbentuk unsur rupa.

5. Penekanan (*Stressing*)

Pada setiap desain dan tata letak mempunyai sebuah stressing (penekanan) dan “keyword” sebagai bagian titik tolak perhatian dari pembaca. Terlalu banyak penekanan akan mengakibatkan dazzling desain yang berakibat menjadi gugurnya tujuan utama/fokus dari desain.

6. Dominasi (*Domination*)

Dominasi merupakan salah satu prinsip dasar tatarupa yang harus ada dalam karya seni dan desain. Dominasi berasal dari kata Dominance yang berarti keunggulan. Sifat unggul dan istimewa ini akan menjadikan suatu unsure sebagai menarik dan pusat perhatian. Dalam dunia desain, dominasi sering juga disebut Center of Interest, Focal Point dan Eye Catcher. Dominasi mempunyai beberapa tujuan yaitu untuk menarik perhatian, menghilangkan kebosanan dan untuk memecah keberaturan.

Fotografi

Menurut Marcus Sudjojo (2010), Fotografi merupakan suatu kegiatan merekam dan memanipulasi cahaya untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

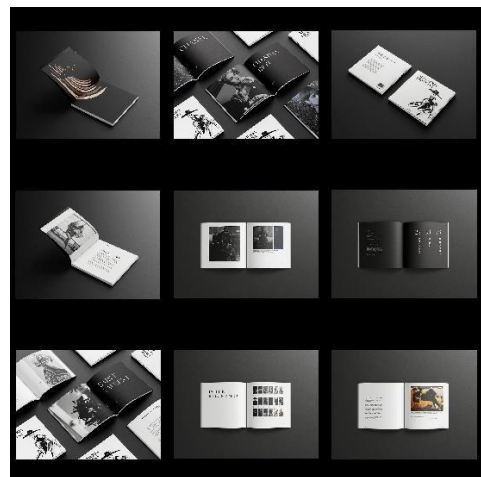
Konsep Perancangan

Dalam menentukan konsep, penulis melakukan wawancara terlebih dahulu. Hasil dari wawancara dengan direktur Tuksedo Studio adalah

1. Konsep desain harus mencerminkan value dari Tuksedo Studio yaitu simple, elegan, dan mewah
2. Ukuran buku 64 x 27 cm
3. Warna yang digunakan yaitu perpaduan antara hitam, putih, dan emas
4. Tipografi dalam buku tersebut yaitu nunito untuk bodynya dan playfair display untuk judulnya
5. Bahan yang digunakan untuk buku yaitu menggunakan Art paper

Proses Perancangan

Proses perancangan dilakukan dengan mencari referensi terlebih dahulu.



Gambar. Referensi buku
(Sumber : Dokumentasi Penulis 2022)

Setelah referensi tersebut disetujui oleh pihak Tuksedo Studio, penulis langsung mengeksekusinya.

1. Memilah foto yang dijadikan bahan untuk perancangan buku sesuai dengan *chapter*nya.
2. Dilanjutkan dengan mendesain sesuai dengan konsep yang sudah ditentukan. Penulis menggunakan software adobe photoshop untuk mendesain foto, kemudian layouting menggunakan software adobe indesign

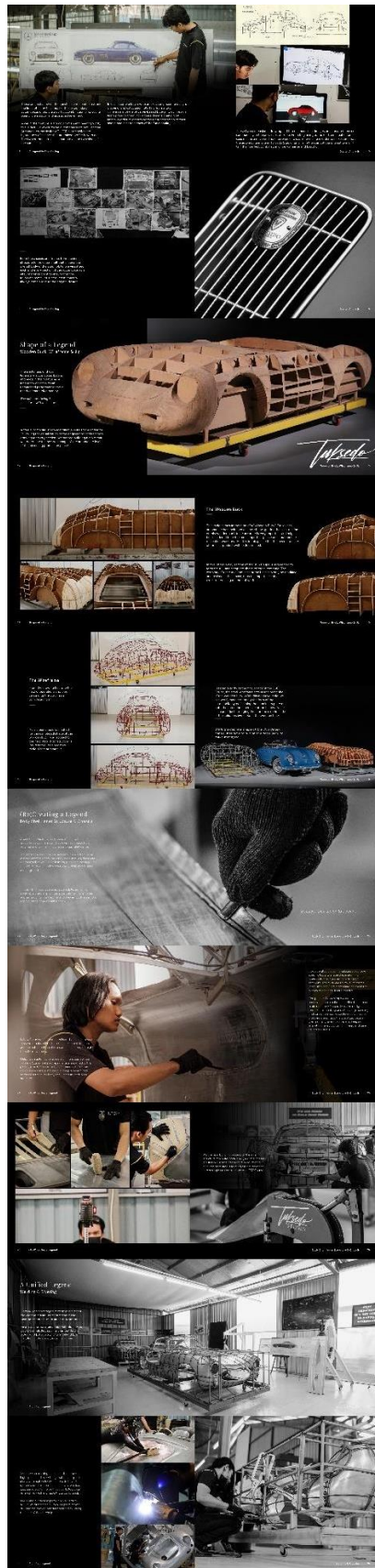
Pada bagian awal terdapat kata sambutan dari direktur Tuksedo Studio dengan sedikit penjelasan terkait sejarah berdirinya. Dilanjutkan dengan *chapter Legend By Design* yang menjelaskan terkait legenda desain. Dalam *chapter*nya dibagi menjadi 9 bagian, diantaranya yaitu:

1. *A Legend in The Making "Design Analysis"*, menjelaskan tentang proses merancang desain mobil dengan perhitungan teknik yang tepat. Dimulai dari bidang dua dimensi yang kemudian diproyeksikan ke dalam gambar digital tiga dimensi untuk menentukan proporsi yang tepat
2. *Shape of a Legend "Wooden Buck, Wireframe & Jig"*, menjelaskan tentang proses cetakan dalam bentuk "wooden buck", yang dimana setiap mobil memiliki bentuk yang berbeda. Kemudian dilanjutkan ke langkah berikutnya yaitu membangun *wireframe* yang dibuat menyerupai bentuk akhir yang berfungsi sebagai kulit terluar dari "wooden buck" serta dapat memudahkan pekerja dalam memverifikasi bentuk mobil yang lebih akurat dengan menempatkan pelat aluminium disisi luar
3. *(Re)Creating a Legend "Body Shell, Inner structure & Chassis"*, menjelaskan tentang proses membangun sasis, struktur dalam dan cangkang bodi luar dalam, dimana tim produksi akan memalu logam ke setiap bagian yang telah ditentukan. Kemudian masing-masing digabungkan menjadi satu kesatuan struktur mobil
4. *A Unified a Legend "Welding & Riveting"*, menjelaskan tentang proses menyempurnakan bagian-bagian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dengan cara mengelas
5. *A Legendary Performance "Suspension, engine & electrical"*, menjelaskan tentang divisi mekanik terkait mesin yang digunakan. Dengan tetap mengenang kegunaan dari mobil klasik sebagai juara balapan pada eranya dengan menambahkan variasi mesin baru dan dioptimalkan untuk performa terbaik seperti inspirasi aslinya.

Setelah itu disempurnakan dengan sistem kelistrikan dan suspensi modern.

6. *A Lesson from a Legend "Test Drive"*, menjelaskan tentang uji kualitas dan keamanan mobil di jalan
7. *An Enchanting Legend "Painting"*, menjelaskan tentang proses pengecatan sebuah mobil
8. *Legend is in The Detail "Accessories Installation"*, menjelaskan terkait detail-detail dari mobil yang dibuat
9. *An Automobile Creations*, memperlihatkan hasil dari mobil yang telah dibuat.

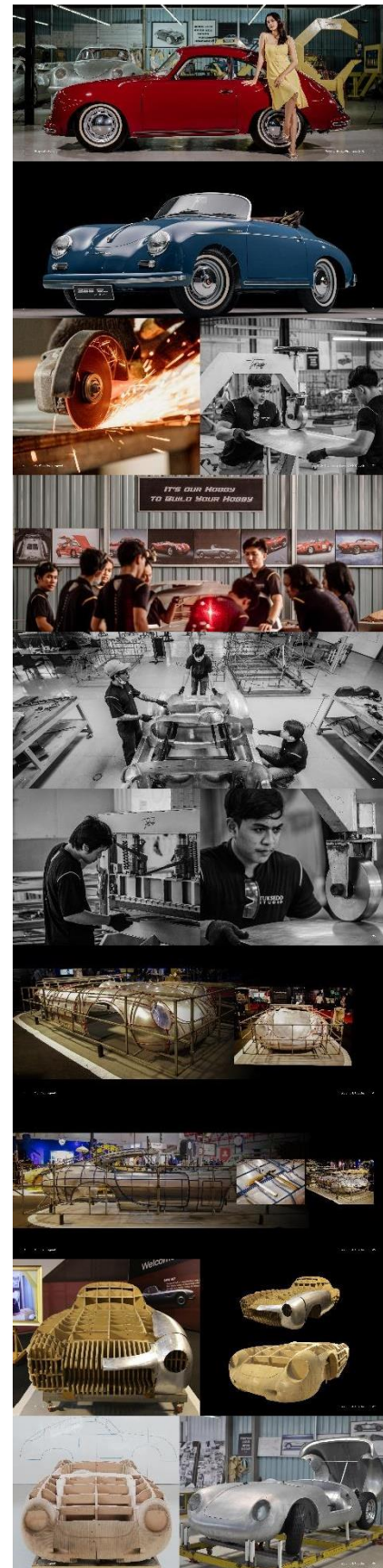






Gambar. Hasil Akhir
(Sumber : Penulis 2022)

3. Dalam setiap chapter terdapat filler berupa foto yang diambil dari tim fotografi, foto tersebut pastinya berhubungan dengan proses dan hasil akhir dari pembuatan mobil guna menambahkan kekosongan disetiap bagian sekaligus dapat menekankan pergantian dari chapter selanjutnya.







Gambar. Hasil Akhir Filler
(Sumber : Penulis)

4. Tahap terakhir yaitu membuat sebuah cover buku. Penulis dibantu dengan tim untuk membuat cover yang berisi:
 1. Judul: *A Legend In The Making*
 2. Sub Judul: *An Automobile Creations Process*
 3. Penulis: Laksmana Gusti
 4. Desainer: Nindya Erica, Narayana Bena
 5. Fotografi: Ricky Menna, Raffi Ramadhan, Budiantara, Satrio Nugroho, Ghazi Ladiba
 6. Terdapat alamat, nomor telepon, serta media sosial.
 7. Dan sedikit kata sambutan dari direktur Tuxedo Studio.



Gambar. Hasil Akhir Cover
(Sumber : Penulis 2022)

KESIMPULAN

Berdasarkan proses perancangan yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa media promosi sangat dibutuhkan dalam event *Indonesia International Motor Show 2022* yang digelar di Jakarta pada tanggal 31 Maret hingga 10 April. Buku dapat menjadi pilihan bagi Tuxedo Studio untuk memberikan informasi terkait sejarah dan proses pembuatan mobil-mobil klasik. Metode yang digunakan dalam perancangan buku menggunakan pendekatan kualitatif yang disertai dengan sumber data primer dan sekunder berupa wawancara, observasi, dokumentasi. Proses perancangan dapat dilakukan setelah mendapatkan referensi.

Setelah itu penulis dapat mengeksekusi dengan memilah foto untuk dijadikan bahan dari perancangan buku sesuai chapternya. Dilanjutkan dengan mendesain sesuai konsep yang telah ditentukan. Selain itu, setiap chapter diberikan filler guna menambahkan kekosongan serta dapat menekankan untuk pergantian chapter. Dalam desain tersebut penulis tidak lupa untuk menerapkan beberapa unsur dan prinsip dasar desain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Azhar. 2002. *Media Pembelajaran*, edisi 1. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Penerbit. Kencana. Jakarta.
- Parmin. 2009. *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA MODEL DAN GAMBAR TERHADAP PRESTASI BELAJAR ILMU PENGETAHUAN ALAM DITINJAU DARI MOTIVASI BELAJAR SISWA (Eksperimen Pada Siswa Kelas V Sekolah Dasar Negeri Gugus Panataran Kecamatan Manyaran Kabupaten Wonogiri)*. Diakses dari <https://eprints.uns.ac.id/4554/>
- Fandy, Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- B.P Sitepu. 2012. *Penulisan Buku Teks Pelajaran*, Bandung:PT. Remaja Rosdakarya
- Supriyono, rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi 70
- Sudjojo, Marcus. 2010. *Tak-Tik Fotografi*. Jakarta: Bukune
- Indonesia International Motor Show*. (2022). Diakses pada 12 Juni 2022, dari https://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia_International_Motor_Show
- <https://eprints.uny.ac.id/9291/3/bab%20-%2007209241033.pdf> (diakses 12 Juni 2022)
- Azzahra, dkk. (2022). *Implementasi Desain Font "Kampung Lawas" Pada Gapura Sebagai Identitas Visual Kampung Lawas Maspot*. Amarasi: *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(1), 1-8. Diakses 14 Juni 2022 dari Institut seni Indonesia Denpasar E-Journal.

<http://repository.stiedewantara.ac.id/1947/5/14.%20BAB%20III.pdf> (diakses 14 Juni 2022)
http://file.upi.edu/Direktori/FPSD/JUR._PEND._SENI_RUPA/197206131999031-BANDI_SOBANDI/1-BBM_Seni_Rupa_Dasar/Modul_2/KB_1_Unsur2_dan_Prinsip2_Dasar_Sen_Rup.pdf (diakses 17 Juni 2022)
<https://repository.unikom.ac.id/63436/1/05-Prinsip%20dalam%20Desain.pdf> (diakses 17 Juni 2022)