

PERANCANGAN POSTER ACARA UNTUK DONGENG DULU

Muhammad Gani¹, Hendro Aryanto²

¹Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
email: muhammadgani.19028@unesa.ac.id.

²Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
email: hendroaryanto@unesa.ac.id

Abstrak

Dongeng Dulu adalah sebuah acara dongeng yang dimiliki oleh guru bernama Eko Wahyudi yang dimulai sejak tahun 2021. Namun semenjak dimulainya acara hingga sekarang belum ada media promosi yang menarik yang dapat menambah daya tarik acara. Untuk memecahkan masalah yang dimiliki oleh Dongeng Dulu maka digunakan metode SWOT dan USP agar tercapai solusi yang paling tepat untuk permasalahan yang dimiliki Dongeng Dulu. Hasil dari penelitian ini adalah desain poster acara yang digunakan untuk sesi-sesi mendatang. Poster berisi judul, ilustrasi, dan informasi berupa sinopsis dan jadwal tayang acara. Dengan adanya poster acara yang dibuat, maka akan meningkatkan daya tarik acara dan juga dapat memberikan rangsangan terhadap calon audiens yang melihat posternya untuk mengetahui lebih lanjut mengenai Dongeng Dulu.

Keywords: Dongeng; Anak; Boneka Tangan; Poster

Abstract

Dongeng Dulu is a fairy tale event owned by a teacher named Eko Wahyudi which started in 2021. However, since the start of the event until now there has been no decent promotional media used that can add to attract new potential audience. To find the solution to Dongeng Dulu's appropriate promotional media, the SWOT and USP methods are used in order to achieve the most appropriate solution for the problems that are experienced by Dongeng Dulu. The result of this research is a poster design that will be used for upcoming storytelling sessions. The poster contains a title, illustrations, and additional informations regarding synopsis and date. With the poster's design made, it will increase the attractiveness of the event and also stimulates new audiences who see the poster to dig for more informations about Dongeng Dulu.

Keywords: Storytale; Children; Hand Puppet; Poster

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis pada tahun 2023 ini sangat ketat, keberhasilan sebuah perusahaan tidak hanya ditentukan dari sebgas apa produk yang dihasilkan namun juga seberapa kuat promosi dari perusahaan yang dilakukan.

Malau (2017) mengatakan bahwa tujuan utama promosi adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, dan juga mengingatkan konsumen yang dituju tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Tanpa adanya promosi dari perusahaan, maka dikhawatirkan produk hanya berkutat di satu titik. Seperti produk-produk lama yang hanya mengandalkan nama karena sudah dikenal masyarakat terdahulu. Sedangkan untuk perusahaan yang baru, tanpa promosi maka produk mereka akan kalah dengan produk-produk lain yang serupa namun memiliki promosi oleh perusahaan yang membuat.

Di Kota Surabaya terdapat seorang pendongeng *ventriloquist* bernama Pak Eko. Beliau adalah seorang guru bahasa Inggris yang mengajar di SD Muhammadiyah 18 Surabaya. Dikenal dengan teknik mengajar beliau yang unik, dimana beliau memiliki grup rap anak yang beberapa dari pesertanya telah

diundang menjadi bintang tamu acara atau mengikuti kompetisi.

Dalam kegiatan mendongengnya, Pak Eko menggunakan sebuah boneka tangan bernama Toby. Toby inilah yang menjadi maskot dari acara dongeng milik Pak Eko bernama Dongeng Dulu, dimana Pak Eko dan Toby selalu bercakap-cakap antar sesama yang membuat Toby seperti manusia asli. Dengan penampilannya yang selalu menggugah tawa dan kreativitas Pak Eko dalam memanfaatkan Toby sebagai media pendukung dan interaksi kepada penonton, audiens dari Dongeng Dulu ini tidak hanya terdiri dari anak-anak tetapi hingga orang dewasa. Acara ini memiliki respon yang positif dan audiens merasa suka dengan penampilan Toby di sesi-sesi Dongeng Dulu. Namun karena umur acara ini yang baru menginjak dua tahun dan belum adanya banyak promosi yang dilakukan oleh Pak Eko, acara Dongeng Dulu kurang diketahui oleh orang-orang dan hanya mereka yang mengenal Pak Eko secara personal mengetahui tentang keberadaan acara tersebut. Kurangnya media promosi yang tepat inilah yang merupakan masalah yang dimiliki oleh Dongeng Dulu, bila media promosi yang sesuai tidak dibuat maka jumlah audiens Dongeng Dulu akan tetap stagnan dan potensi untuk berkembang menjadi kecil.

Berdasarkan dari uraian diatas, disimpulkan bahwa penulis harus merancang media promosi yang dapat mempromosikan Dongeng Dulu kepada calon audiens baru dan menambah daya tarik dari acara tersebut, serta agar Dongeng Dulu dapat berkompetisi dengan kompetitor serupa di pasarnya. Salah satu media yang sesuai sebagai media promosi dari Dongeng Dulu adalah poster. Poster tersebut berisi judul dan jadwal sesi Dongeng Dulu yang akan datang, dengan begitu audiens Dongeng Dulu akan mengetahui sesi yang diadakan di waktu mendatang dan akan memberikan rasa penasaran ke calon audiens yang melihat poster tersebut.

Dari latar belakang diatas, dibuatlah rumusan masalah untuk memecahkan masalah yang dimiliki Dongeng Dulu sebagai berikut: Bagaimana cara merancang desain poster acara yang menarik untuk sesi acara Dongeng Dulu? Dengan tujuan untuk mengetahui desain poster yang menarik untuk sesi acara Dongeng Dulu.

KERANGKA TEORETIS

Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan sebuah produk kepada calon konsumen agar mereka tertarik untuk membeli produk yang dipromosikan, sehingga dapat meningkatkan angka penjualan produk tersebut. Philip Kotler (1997) mendeskripsikan promosi sebagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya agar meyakinkan konsumen untuk membeli. Julian Cummins (1991) mendefinisikan promosi sebagai serangkaian teknik yang digunakan agar tercapai sasaran penjualan dengan pengeluaran biaya yang efektif, dan juga menambahkan nilai pada produk dan jasa yang dipromosikan. Berdasarkan dua pendapat diatas, promosi dapat disimpulkan sebagai sebuah kegiatan bertujuan untuk menunjukkan nilai jual suatu produk atau jasa agar calon konsumen memiliki rasa keinginan menggunakan atau membeli.

Media

Media dapat diartikan sebagai alat atau sarana yang digunakan untuk mengkomunikasikan sesuatu kepada khalayak baik umum atau pribadi. Menurut Hafied Cangara dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi (2006) Media adalah alat atau sarana penyampaian pesan dari medium kepada khalayak. Dalam hal ini panca indera manusia seperti mata dan telinga merupakan alat komunikasi yang dominan. Pikiran mengolah pesan yang diterima dari panca indera untuk menentukan

reaksi/sikapnya, baru kemudian dinyatakan dalam tindakan.

Media Promosi

Media promosi didefinisikan sebagai sarana yang digunakan dalam melakukan promosi. Dalam melakukan promosi, diperlukan media promosi yang tepat agar sesuai dengan target dan calon konsumen tertarik dengan produk atau jasa yang dipromosikan.

Poster

Poster adalah sebuah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi secara visual. Poster merupakan media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan singkat, padat, dan impresif karena ukurannya yang relatif besar (Kustandi & Sujipto, 2011). Poster biasanya berupa sebuah lembaran kertas yang berisi informasi atau pesan yang ditempelkan di tempat-tempat umum atau rubrik informasi demi tersampainya konten yang ada di poster tersebut.

METODE PERANCANGAN

Metode Pengumpulan Data

Data yang diperlukan untuk perancangan ini dibagi menjadi dua, yaitu: Primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara melakukan wawancara dengan Pak Eko dan beberapa audiens dari Dongeng Dulu. Serta melakukan observasi langsung terhadap berlangsungnya acara untuk mengambil detail-detail yang akan diperlukan.

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan menggunakan literatur dari artikel yang tersedia di internet dan mengambil dokumentasi dari sesi-sesi Dongeng Dulu yang telah dilakukan.

Metode Analisis Data

Pada penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT + USP. Gürel & Tat (2017) mendefinisikan SWOT sebagai langkah membandingkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Kekuatan dan kelemahan ditinjau untuk mengetahui peluang dan ancaman pada saat ini dan masa depan. Semakin jelas pengetahuan akan *strength* dan *weakness*, semakin kecil *opportunity* yang tidak tercapai. Peluang yang baik bisa digunakan untuk menghadapi *threat*, selain itu kelemahan dapat diatasi melalui kekuatan perusahaan.

Pada penelitian ini dengan menggunakan metode SWOT, acara Dongeng Dulu yang diisi oleh Pak Eko akan disandingkan ventriloquist serupa, yaitu Boneka Susan yang disuarai oleh Ibu Ria Enes.



Gambar 2. Ibu Ria Enes dan Boneka Susan
(Sumber: Liputan6.com).

Kemudian masuk ke USP atau Unique Selling Proposition acara Dongeng Dulu. Metode USP akan sangat berguna untuk mengetahui keunggulan Dongeng Dulu dibandingkan dengan kompetitor serupa, sehingga akan memudahkan untuk menciptakan media promosi yang tepat bagi Dongeng Dulu.

Analisis Data

Pada perancangan desain poster acara ini, digunakan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) untuk mengetahui *positioning* acara Dongeng Dulu di pasarannya. SWOT yang digunakan terdiri dari ringkasan-ringkasan berikut:

1. *Strength*

Penggunaan Boneka Toby sebagai tokoh utama dari setiap sesi serta penggunaan teknik ventriloquism oleh Pak Eko dalam menyuarai Toby sehingga terjadi sebuah interaksi dan komunikasi antara keduanya seakan-akan Toby adalah manusia sungguhan. Serta interaktifnya Toby ketika membawakan dongeng kepada audiens yang membuat acara tidak terasa membosankan. Kemudian tema yang dibawakan di Dongeng Dulu adalah religi islam, selalu membahas seputar akhlak, menanamkan kebaikan, dan pesan moral kehidupan yang baik kepada anak-anak.

2. *Weakness*

Salah satu kelemahan yang terdapat pada Dongeng Dulu ini adalah karena baru nya dimulai acara ini, tidak banyak orang yang mengetahui. Hanya mereka yang mengenal Pak Eko secara langsung yang mengetahui tentang adanya acara ini. Kemudian karena kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan membuat acara ini terdengar asing di telinga masyarakat.

3. *Opportunity*

Penggunaan boneka Toby sebagai media pendukung dan interaksi oleh Pak Eko adalah nilai plus dari acara ini. Karakter Toby yang memiliki sifat jahil dan selalu ingin tahu seperti anak kecil dan bentuknya yang lucu juga dapat diwujudkan menjadi ilustrasi yang dapat menjadi media promosi untuk acara Dongeng Dulu. Kemudian dengan dilakukannya promosi menggunakan media yang tepat, akan meningkatkan daya tarik acara ini dan meningkatkan *exposure* acara Dongeng Dulu ke calon audiens baru.

4. *Threat*

Acara-acara serupa yang terkenal dan sudah memiliki nama sejak dulu seperti dongeng Boneka Susan. Kemudian karena Dongeng Dulu ini masih tergolong baru, apabila tidak dilakukan promosi yang tepat maka akan stuck dan tidak dapat menjangkau calon audiens yang lebih banyak.

Tabel Perbandingan Dongeng Dulu dengan Boneka Susan

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>	<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
Dongeng Dulu	Toby yang digunakan sebagai media pendukung dan komunikasi terhadap penonton menjadi daya tarik dari Dongeng Dulu. Serta tema religi islam yang menjadi bahasan Dongeng Dulu membuat tema lebih terfokus.	Barunya acara dan kurangnya media promosi yang dibuat untuk Dongeng Dulu.	Dengan adanya media promosi yang tepat maka Dongeng Dulu akan lebih dikenal oleh banyak orang dan dapat menarik lebih banyak calon audiens.	Apabila tidak dibuat media promosi yang tepat maka Dongeng Dulu akan tetap stagnan dan kalah dengan kompetitor serupa yang memiliki promosi yang lebih kuat.
Boneka Susan	Terkenal sejak dulu dan sudah tampil di banyak acara hingga membuat lagu anak-anak.	Tema yang dibawakan setiap acara tergolong umum, tidak spesifik ke satu tema, dan juga terkadang kurang sesuai dengan audiensnya yaitu anak-anak.	Apabila tema acara yang dibawakan dapat dikerucutkan menjadi lebih spesifik ke satu tema, maka akan meningkatkan daya tarik acara dan dapat menarik lebih banyak audiens baru dari mayoritas audiensnya yang masih anak-anak.	Seiring waktu nama Boneka Susan semakin tenggelam karena tema acara yang dibawakan terlalu umum dan tidak dilakukannya variasi dalam acara.

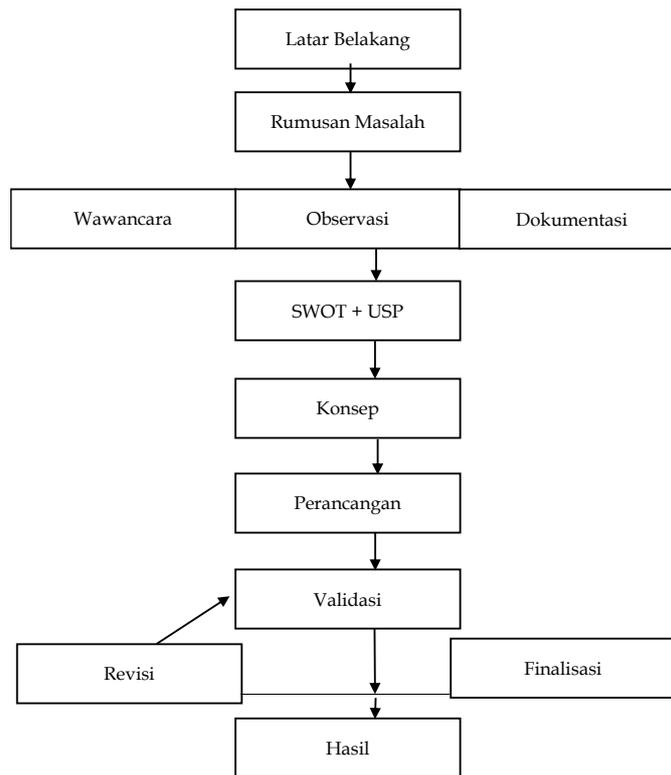
Unique Selling Proposition

Dongeng Dulu memiliki keunikan yang tidak banyak dimiliki acara dongeng lainnya. Yaitu dengan pembawaannya yang menggabungkan teknik *ventriloquism* oleh Pak Eko dan interaktifitas Toby kepada audiens selama sesi berlangsung. Dengan begitu penonton tidak akan bosan dan perhatian mereka akan tertarik oleh apa yang sedang berlangsung. Terkadang Toby mengajak audiens untuk berinteraksi seperti tanya jawab kepada mereka. Kemudian karakter Toby yang dibawakan sebagai anak kecil yang selalu ingin tahu dan jahil dapat mengundang gelak tawa penonton. Lalu tema yang dibawakan oleh Dongeng Dulu adalah religi islam dan tidak membahas di area lain sehingga pembawaan tema lebih terfokus.

Positioning

Acara Dongeng Dulu dibuat sebagai acara dongeng teknik *ventriloquism* yang menawarkan cerita dongeng bertema religi islam yang juga dibawakan dengan media pendukung berupa boneka tangan. Dongeng yang dibawakan juga bertujuan untuk memberikan edukasi religi islam kepada anak-anak berusia 4-8 tahun. Dengan begitu Dongeng Dulu dapat diposisikan sebagai sebuah event.

Skematika Perancangan



Gambar 3. Skema metode perancangan
(Sumber: Koleksi Pribadi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Kreatif

1. Tujuan Kreatif

Dengan dirancangnya karya ini diharapkan agar nama Dongeng Dulu lebih dikenal oleh lebih banyak orang dan dapat menjangkau calon audiens yang lebih luas. Serta dapat membuat peluang Dongeng Dulu bersaing dengan acara-acara serupa yang sudah memiliki nama.

2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif menjabarkan tiga poin yang terdiri dari *Segmentation*, *Behavioral*, dan *Geographical*.

a. Segmentation

- Demografis: Laki-laki dan Perempuan

Acara yang diadakan oleh Dongeng Dulu memiliki audiens yang terdiri dari laki-laki maupun perempuan

- Umur: 4-8

Audiens dari acara Dongeng Dulu terdiri dari anak-anak yang masih bersekolah di TK hingga SD kelas 2-3.

- Pekerjaan: Murid TK dan Pelajar SD

Peserta acara hadir di sesi Dongeng Dulu berprofesi sebagai murid taman kanak-kanak dan pelajar sekolah dasar.

b. Behavioral

Memiliki kesukaan dalam mendengarkan cerita dan menonton acara yang berisi dongeng. Serta juga memiliki ketertarikan kepada pendongeng yang menggunakan teknik ventriloquism.

c. Geographical

Bertempat tinggal di Kota Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

3. Isi Pesan

Pesan yang disampaikan berupa visual, yang terdiri dari ilustrasi dan beberapa tulisan yang berfungsi untuk menyampaikan informasi tentang acara. Ilustrasi yang terdapat pada media berfungsi sebagai penguat dari informasi yang disampaikan melalui tulisan.

4. Bentuk Pesan

Ilustrasi dibuat dengan menyesuaikan tema sesi dongeng yang akan datang, semisal pada judul 'Mencari Oasis' akan dibuat poster dengan gambar background padang pasir yang tandus, dan Toby sebagai maskot acara digambarkan mengenakan topi stetson atau topi koboi. Kemudian tulisan yang ada di media menyampaikan informasi seperti tanggal sesi akan tayang, jam tayang, dan platform tayang acara.

Konsep Media

Dalam perancangan ini, akan dibuat dua jenis media sebagai visualisasi dari media promosi yang dibuat untuk Dongeng Dulu, yaitu media utama dan media pendukung. Media utama dari perancangan ini berupa:

1. Poster Acara

Poster acara yang berisi tentang informasi acara dan ilustrasi-ilustrasi yang mendukung sesuai dengan tema pada masing-masing poster.

Kemudian untuk media pendukung dari Dongeng Dulu ini terdiri dari:

1. Ransel

Ransel berukuran kecil berwarna hitam yang bisa digunakan untuk sekolah.

2. Tumbler

Tumbler berukuran 450 ml dengan cover berbahan plastik dan dengan hiasan insert paper.

3. Buku Gambar

Buku gambar berukuran A4 berisi 20 lembar.

4. Buku Tulis

Buku tulis berukuran A5 berisi 50 lembar.

5. Tempat Pensil

Tempat pensil berukuran 19x10 cm.

Visualisasi Karya

Thumbnail Karya Utama

Poster yang dijadikan karya utama akan menggunakan boneka Toby sebagai maskot pada tiap poster. Toby diilustrasikan sebagai seorang anak yang berpetualang dan penasaran terhadap hal-hal disekitarnya.

Perancangan poster diawali dengan penggambaran desain dan layout poster secara manual di kertas. Pada karya I, dibuat tiga thumbnail yang menggunakan tiga layout berbeda. Pada thumbnail

“Perancangan Poster Acara Untuk Dongeng Dulu”

pertama, dibuat teks utama berada di tengah, logo Toby di pojok kanan atas, dan Toby berada di kanan poster. Kemudian di thumbnail kedua, teks utama sama berada di tengah namun menggunakan dua baris, logo Toby di tengah, dan Toby berada di tengah poster. Lalu untuk thumbnail ketiga, teks utama berada di kiri atas poster dan menggunakan layout dua baris, logo Toby berada tepat di atas teks utama, dan Toby berada di tengah.

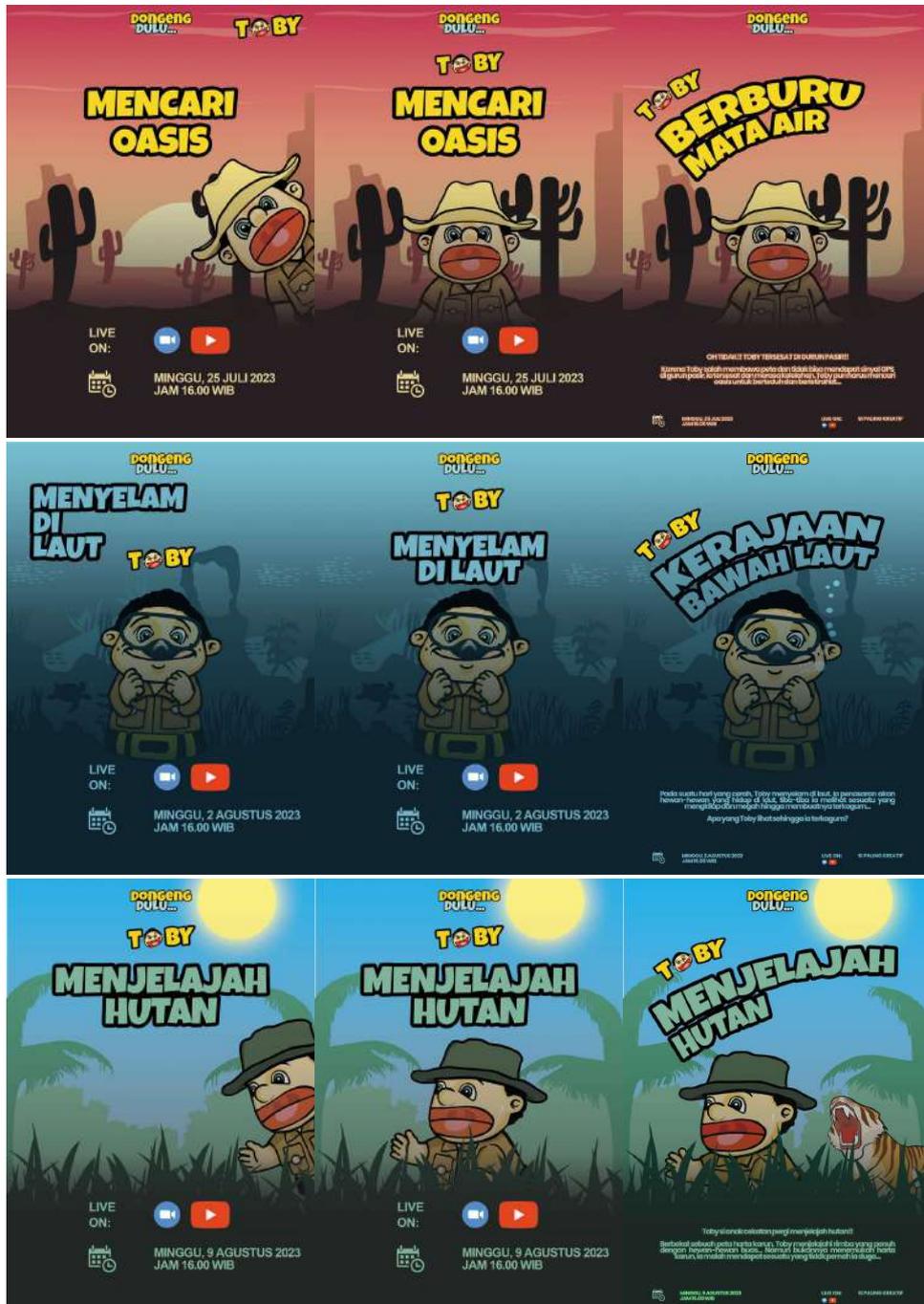
Pada karya II, dibuat tiga thumbnail yang menggunakan tiga layout berbeda. Pada thumbnail pertama, dibuat teks utama berada di kiri atas menggunakan layout tiga baris, logo Toby di tengah tepat di atas Toby, dan Toby berada di tengah poster. Kemudian di thumbnail kedua, teks utama sama berada di kiri atas namun menggunakan layout dua baris, logo Toby di kiri atas tepat di atas teks utama, dan Toby berada di tengah poster. Lalu untuk thumbnail ketiga, teks utama berada di tengah dan menggunakan layout dua baris, logo Toby berada tepat di atas teks utama, dan Toby berada di tengah.



Gambar 4. Thumbnail poster I, II dan III
(Sumber: Koleksi Pribadi).

Tightissue Karya Utama

Pada bagian *tightissue*, poster didigitalisasi menggunakan *software* Adobe Illustrator untuk menggambar *linerart* dan kemudian diwarnai menggunakan Adobe Photoshop. Kemudian dipilih desain ketiga dari poster I, II, dan III.



Gambar 5. *Tightissue* poster I, II dan III
(Sumber: Koleksi Pribadi).

Finalisasi Karya Utama



Gambar 6. Tiga Desain Poster Acara Dongeng Dulu
(Sumber: koleksi pribadi).

Desain final yang dipilih dari poster I, II, dan III adalah desain ketiga, perbedaan yang dari desain lainnya yang pada bagian *tightissue* adalah penambahan sinopsis pada ketiga poster. Pada poster I judul diganti dengan ‘Berburu Mata Air’, poster II diganti dengan ‘Kerajaan Bawah Laut’, kemudian pada poster III ditambahkan ilustrasi harimau yang mengejar Toby. Lalu judul poster dibuat lebih melengkung.

Media Pendukung

Media pendukung pada perancangan ini terdiri ransel, tumbler, buku gambar, buku tulis, dan pensil dengan hasil sebagai berikut:



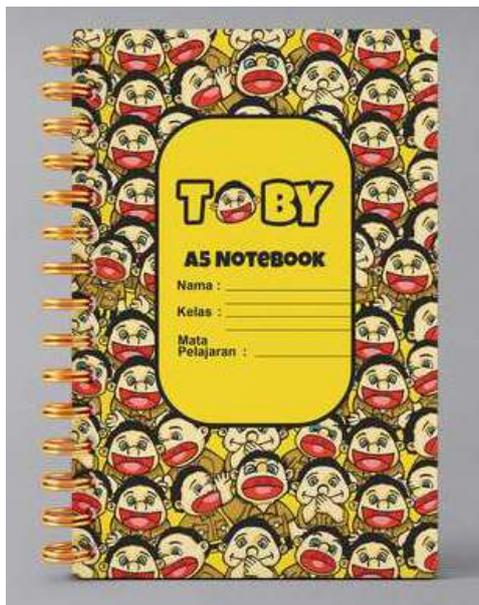
Gambar 7. Ransel anak
(Sumber: koleksi pribadi).

Ransel ini berukuran kecil, dengan dua kompartemen, dan wadah untuk menaruh botol minum disampingnya. Pada bagian tengah ransel diberi ilustrasi Toby beserta dengan logo Toby.



Gambar 8. Tumbler Toby
(Sumber: koleksi pribadi).

Tumbler ini berbahan plastik, berukuran 450ml, dan berhiasan insert paper yang bergambar kolase ilustrasi Toby dengan berbagai pose seperti *doodle art*.



Gambar 9. Notebook Toby
(Sumber: koleksi pribadi).

Buku tulis ini berjilid spiral berukuran 14,8x21 cm dengan isi kertas HVS putih 80 gsm sebanyak 50 lembar dan cover depan menggunakan art paper 260 gsm. Cover menggunakan hiasan dengan ilustrasi Toby dengan berbagai pose yang disusun seperti *doodle art*.



Gambar 10. Buku Gambar Toby
(Sumber: koleksi pribadi).

Buku gambar ini berjilid spiral berukuran 21x30 cm dengan isi kertas BC putih berukuran A4 sebanyak 20 lembar. Cover depan menggunakan art paper 260 gsm. Cover menggunakan hiasan dengan ilustrasi Toby dengan berbagai pose yang disusun seperti *doodle art*.



Gambar 11. Tempat pensil Toby
(Sumber: koleksi pribadi).

Tempat pensil berukuran 19x10 cm dengan bahan kulit sintetis. Berwarna kuning dan dengan hiasan berupa logo Toby ditengahnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Pada penyusunan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Poster Acara Untuk Dongeng Dulu” ini diawali dengan mengidentifikasi masalah yang dimiliki oleh acara Dongeng Dulu, yaitu kurangnya media promosi yang tepat agar bisa meningkatkan daya tarik acara tersebut dan dapat menarik lebih banyak calon audiens baru. Langkah selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan analisis data melalui observasi secara langsung terhadap acara, wawancara dengan pemilik acara yaitu Bapak Eko Wahyudi, dan melakukan wawancara dengan beberapa audiens acara Dongeng Dulu.

Kemudian dilakukan pemilihan metode penelitian yang paling tepat untuk memudahkan didapatkannya solusi untuk perancangan tugas akhir ini. Setelah membandingkan beberapa metode penelitian, digunakanlah SWOT + USP. Dari penggunaan metode tersebut disimpulkan bahwa pembuatan media promosi berupa poster acara lah yang paling tepat.

Kemudian masuk ke tahap perancangan media promosi, yang meliputi pembuatan thumbnail, tightissue, dan final design. Dari proses tersebut dibuat tiga desain poster. Ketiga poster tersebut masing-masing memiliki desain yang berbeda yang disesuaikan dengan tema masing-masing sesi acara. Seperti contohnya pada desain poster pertama yang berjudul “Berburu Mata Air” poster menggunakan ilustrasi vector padang pasir sederhana.

Poster yang dibuat ini tentunya akan sangat berguna dalam perannya sebagai media promosi untuk meraih audiens baru dan meningkatkan daya tarik acara Dongeng Dulu. Dengan digunakannya ilustrasi yang sesuai dengan tema acara, akan muncul rasa penasaran pada diri calon audiens yang melihat poster, mereka akan mendapat gambaran akan seperti apa cerita yang nantinya dibawakan.

REFERENSI

Buku

- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cummins, Julian. 1991. *Promosi Penjualan*, Jakarta, Binarupa Aksara.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall
- Kustandi, Cecep dan Sutjipto, Bambang. 2011. *Media Pembelajaran Manual dan Digital*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.

Artikel

- Gurel, E. dan E. Tat. 2017. “SWOT analysis: a theoretical review”. *The Journal Of International Social Research*. Vol. 10 No.51, pp. 6–11.