

# PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* VAMOS CREATIVE *WEDDING ORGANIZER* SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Gunawan Aji Susanto<sup>1</sup>, Robert Hendra Yudianto<sup>2</sup> dan Galih Putra Pamungkas<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>*Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom Purwokerto,*

*Jalan DI Panjaitan Nomor. 128, Banyumas, Jawa Tengah 53147*

[guns.aji.s@gmail.com](mailto:guns.aji.s@gmail.com)



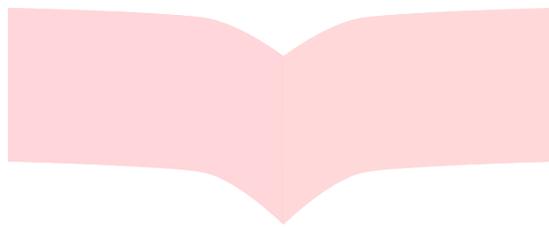
**Abstrak:** Vamos Creative merupakan penyedia jasa perencana pernikahan yang membantu calon pengantin mewujudkan *wedding dream*. Hadirnya Vamos Creative adalah untuk masyarakat menengah atau aspiring middle class, yang ingin merasakan adanya wedding organizer di pernikahannya. Sebagai usaha yang masih terbilang baru, Vamos Creative belum memiliki profil Perusahaan. Hal ini tentu berpengaruh pada tingkat pemahaman calon klien yang rendah. Oleh karena itu perlu strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan rancangan *company profile* Vamos Creative *Wedding Organizer* dengan menggunakan *booklet* sekaligus media pendukung lainnya sebagai media promosi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data, yaitu observasi, studi pustaka, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian ini berupa perancangan *booklet company profile* Vamos Creative dan media pendukung lainnya berupa brosur, poster, *lanyard*, kartu nama, dan *X-banner*. Desain dibuat dengan konsep minimalis, modern, dan elegan mempertimbangkan target audiens atau calon klien Vamos Creative. Peneliti berharap perancangan *booklet company profile* Vamos Creative dan media pendukung yang detail sekaligus semenarik mungkin dapat mendorong eksistensi perusahaan di hadapan calon klien dan para kompetitor lainnya.

**Kata kunci:** *Company profile, booklet, Vamos Creative*

**Abstract:** *Vamos Creative is a wedding planning service provider that helps prospective brides and grooms realize their wedding dreams. Vamos Creative is here for the middle class or aspiring middle class, who want to experience the presence of a wedding organizer at their wedding. As a relatively new business, Vamos Creative does not yet have a company profile. This certainly affects the low level of understanding of prospective clients. Therefore, an effective marketing strategy is needed. This study aims to find a company profile design for Vamos Creative Wedding Organizer using a booklet and other supporting media as a promotional medium. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques, namely*

*observation, literature study, interviews, and documentation. The data analysis used is a SWOT analysis. The results of this study are the design of a Vamos Creative company profile booklet and other supporting media in the form of brochures, posters, lanyards, business cards, and X-banners. The design is made with a minimalist, modern, and elegant concept considering the target audience or prospective clients of Vamos Creative. The researcher hopes that the design of a detailed and attractive Vamos Creative company profile booklet and supporting media can encourage the company's existence in front of prospective clients and other competitors.*

**Keywords:** *Company profile, booklet, Vamos Creative*



## **PENDAHULUAN**

Persaingan dalam dunia usaha sangatlah ketat, hal ini ditandai dengan banyaknya perusahaan yang berusaha untuk merebut *market share* dan *new market* melalui beragam cara dan inovasi yang ditampilkan dalam produk atau jasa yang telah mereka hasilkan (Rahmawati, 2021). Perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan tujuan utama dari perusahaan tersebut mampu tercapai. Bisnis jasa *wedding organizer* sebagai peluang usaha yang menjanjikan menjadikan banyaknya pesaing baru yang muncul di dalam industri pernikahan dan persaingan semakin ketat antar pesaing *wedding organizer* untuk memperebutkan pangsa pasar khususnya di Jawa Tengah, sehingga dapat menjadi ancaman bagi *wedding organizer* yang baru berkecimpung di industri pernikahan.

*Wedding Organizer* adalah sebuah jasa yang diberikan kepada calon pasangan yang ingin mengadakan pernikahan dengan memberikan pelayanan secara menyeluruh mulai dari perencanaan, konsep acara, perhitungan

budget, mencari vendor-vendor lain, sampai pada pengawasan pada hari pernikahan sehingga pernikahan berjalan lancar (Asia, 2024). Pernikahan memerlukan persiapan yang matang dan banyak calon pasangan yang tidak ingin mengambil resiko untuk mengatur pernikahannya sendiri karena tidak mengetahui secara rinci acara pernikahan sehingga mereka membutuhkan bantuan *wedding organizer*. Salah satu *wedding organizer* yang berada di Jawa Tengah yaitu Vamos Creative *Wedding Organizer* yang berbasis di Purbalingga.

Vamos Creative adalah perencana dan penyelenggara pernikahan yang berkomitmen menciptakan momen-momen tak terlupakan bagi calon pengantin. Vamos Creative dibentuk pada tahun 2020 oleh Reza dan Vania. Kantor Vamos Creative berlokasi di Jalan Ketuhu, Wirasana, Kecamatan Purbalingga. Vamos Creative lahir untuk menawarkan jasa perencanaan pernikahan yang dapat membantu calon mempelai mewujudkan *wedding dream* yang tetap sesuai dengan budget dari klien. Layanan yang ditawarkan mulai dari jasa *prewedding* dan *wedding*, yang meliputi *Make up Artist* (MUA), dekorasi, *Master of Ceremony* (MC) kondang, tim dokumentasi, *souvenir*, undangan, bahkan seserahan. Keunggulan dari Vamos Creative adalah mempunyai *crew* profesional yang menyesuaikan kebutuhan wedding klien, baik di rumah atau di gedung. Vamos Creative selalu memastikan jumlah *crew* yang bertugas sesuai dengan kebutuhan lapangan untuk menghindari kelebihan personil yang akan memengaruhi efektivitas pekerjaan. Selain membuat jadwal persiapan pernikahan, seperti jadwal *fitting*, survei lokasi, dan *meeting all vendor*. Vamos Creative juga turut serta mendampingi *fitting* klien sehingga menjadi nilai plus dibanding WO lainnya. Sebagai usaha yang masih terbilang baru, Vamos Creative belum memiliki profil perusahaan yang berisi informasi dan hal apa saja yang ada di dalamnya. Hal ini tentunya berpengaruh pada tingkat pemahaman klien/masyarakat yang rendah. Oleh

karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang tepat dan efektif sebagai media promosi perusahaan. Dengan begitu, layanan jasa yang ditawarkan perusahaan dapat tersampaikan dengan baik dan menjangkau klien lebih luas. Media pemasaran yang akan digunakan adalah *company profile*.

*Company profile* adalah deskripsi singkat yang menjelaskan informasi mengenai perusahaan, di mana informasi tersebut akan disampaikan secara terbuka kepada publik sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Secara umum, *company profile* berisi latar belakang perusahaan, visi – misi perusahaan, dan struktur organisasi (Sitanggang, 2022). *Company profile* berfungsi sebagai lambang atau identitas perusahaan dalam membina kerjasama atau hubungan yang positif dengan perusahaan, lembaga, atau instansi terkait lainnya. Ada beberapa jenis *Company profile* yaitu *booklet*, *website*, dan video yang berisi tentang profil, visi, dan misi perusahaan.

*Booklet* adalah sebuah media cetak yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan tujuan agar mereka dapat memahami dan mengikuti pesan yang disampaikan (Fajar, A. F., 2024). Pada dasarnya, *booklet* juga merujuk pada sebuah media publikasi yang terdiri dari beberapa halaman tetapi tidak memiliki ketebalan sebanyak sebuah buku. Dalam merancang sebuah *booklet*, prinsip-prinsip *layout* perlu selalu diperhatikan. *Booklet* dapat menjadi media untuk mengenalkan, memamerkan, dan mempublikasikan *brand*, produk, atau jasa kepada masyarakat luas. Bagi perusahaan, menjadikan *booklet* sebagai media promosi merupakan langkah praktis. Saat konsumen menanyakan detail tentang produk atau layanan yang mau ditawarkan, perusahaan dapat menyerahkan *booklet*. Adapun manfaat lain dari *booklet* yaitu menyediakan informasi yang lengkap, membuat pengeluaran biaya promosi tidak terlalu tinggi, menarik minat konsumen dengan desain, memicu *word of mouth* yang

dapat memicu konsumen menceritakan produk atau layanan kepada keluarga, teman, atau kerabatnya (Destiana, 2022).

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan yakni metode kualitatif, dimana menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan dokumen pribadi (Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiayati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, 2022). Objek penelitian dapat berupa manusia, organisasi, atau barang yang akan diteliti (Ariawan, P. D., Sudiarti, I. W., & Sudita, 2019). Objek dari penelitian ini adalah *Vamos Creative Wedding Organizer*. Sementara itu, subjek penelitian merupakan seseorang yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian (Ariawan, P. D., Sudiarti, I. W., & Sudita, 2019). Pemilik *Vamos Creative* yaitu Reza dan Vania menjadi subjek penelitiannya. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi secara langsung kepada pemilik *Vamos Creative*. Sedangkan data sekunder didapat melalui sumber data dari jurnal dan buku yang digunakan untuk mendapatkan data mengenai *company profile* (Rama, 23 C.E.). Terdapat juga informan yang memegang peran penting dalam mencari data yang diperlukan yaitu Reza dan Vania selaku pemilik *Vamos Creative*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis datanya memakai SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) (Kamelin, 2022). *Vamos Creative* menyediakan pengalaman pernikahan yang personal dan lengkap dengan layanan pendampingan *fitting* klien serta pengurusan dokumen administrasi KUA, yang membedakan dari *wedding organizer* lainnya.

Ditambah dengan harganya yang terjangkau, Vamos Creative memberikan solusi bagi pasangan yang ingin menggunakan jasa *wedding organizer* dalam anggaran yang sesuai.

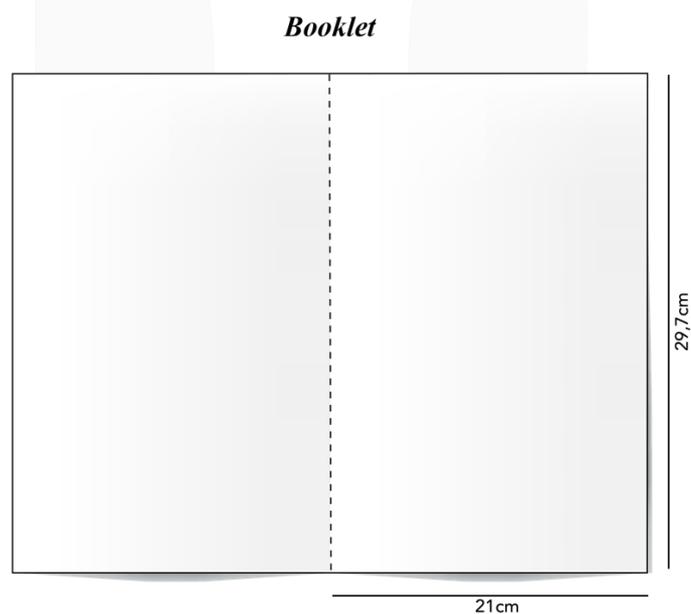
Selain itu Vamos Creative bekerja sama dengan vendor-vendor ternama dengan memberi akses kepada klien untuk memilih penyedia layanan pernikahan yang sudah terpercaya.

## HASIL DAN DISKUSI

### Konsep Visual

#### 1. Bentuk dan Material *Booklet*

Material yang digunakan pada *booklet* menggunakan kertas *ivory* 230gsm. Pertimbangan menggunakan kertas *ivory* 230gsm adalah tidak mudah sobek ataupun rusak karena air.



Gambar 4 1 Desain Bentuk *Booklet* Vamos Crative

## 2. Logo

Logo yang digunakan pada perancangan ini adalah logo lama dari Vamos Creative yang masih terbilang *timeless*.



**VAMOS CREATIVE**  
WEDDING & EVENT ORGANIZER

Gambar 4 2 Logo Vamos Creative

## 3. Warna

Warna yang digunakan dalam perancangan ini adalah turunan dari warna coklat dan biru. Pemilihan warna coklat mampu melambangkan kesan nyaman, dan rasa hangat. Dalam dunia psikologi, warna coklat melambangkan arti mampu diandalkan (Dkv, 2022). Warna biru mampu memberikan nuansa profesional, kepercayaan dalam bisnis. Warna biru dipercaya mampu merangsang kemampuan untuk berkomunikasi dan ekspresi artistik (Dkv, 2022).



Gambar 4 3 Warna

## 4. *Typography*

Pada perancangan ini, *typeface* yang digunakan adalah jenis *sans serif*, *serif*, dan *script*, yaitu *Avenir LT*, *The Seasons*, dan *The Signature*.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq  
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
1234567890

Gambar 4 4 *Typeface Avenir LT*

Pemilihan *sans serif* karena jenis font ini memiliki karakter yang tegas. Font *sans serif* terlihat minimalis dan serta memiliki kesan modern dan fleksibel (Bakrie, 2022).

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq  
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
1234567890

Gambar 4 5 *Typeface The Seasons*

Pemilihan *serif* karena font *serif* tidak hanya sekedar estetis, font ini juga memiliki tampilan yang lebih klinis dan institusional dalam penggunaannya (DeCotes, 2022).

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq  
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
1234567890

Gambar 4 6 *Typeface The Signature*

Pemilihan *script* karena font jenis ini termasuk dalam kategori huruf dekoratif (Assidiq, 2023). Jadi font ini bisa membuat tampilan desain menjadi terlihat rapi.

## Komprehensif *Layout*

### 1. Cover Depan

Cover depan dengan *background* foto pengantin untuk menegaskan kepada audiens bahwa *booklet* tersebut mengenai pernikahan. Lebih diperjelas lagi dengan *typography* *Vamos Creative Wedding Organizer*.



Gambar 4 7 Komprehensif *Layout Cover Depan*

## 2. Cover Belakang

Dengan *background* pengantin seakan-akan sedang tertidur, diartikan sebagai sebuah kenyamanan menggunakan *wedding organizer* ditambah dengan adanya *quote*.



Gambar 4 8 Komprehensif *Layout Cover Belakang*

## 3. Halaman 1

Desain halaman 1 memisahkan foto dan teks menjadi dua bagian, tujuannya untuk menghindari banyak elemen yang membuat klien malas untuk membaca.



Gambar 4 9 Komprehensif *Layout* Halaman 1

#### 4. Halaman 2

Halaman 2 mengambil konsep yang sama dengan halaman 1, hanya beda penempatan foto. Tujuannya supaya menghasilkan keseimbangan pada halaman 1 dan 2.



Gambar 4 10 Komprehensif *Layout* Halaman 2

#### 5. Halaman 3

Halaman 3 ini menggunakan konsep *hierarki visual* karena teks *Why Choose Us* menjadi perhatian utama, ditambah *background* pengantin yang bahagia.



Gambar 4 11 Komprehensif *Layout* Halaman 3

## 6. Halaman 4

Halaman 4 menggunakan konsep *alignment* atau perataan tengah. Perataan tengah efektif untuk bagian teks yang akan ditonjolkan (UMA, 2023).



Gambar 4 12 Komprehensif *Layout* Halaman 4

## 7. Halaman 5

Konsep halaman 5 menggunakan konsep yang sama dengan halaman 4, yaitu *alignment* hanya saja *typography* di halaman ini berada di sisi kiri.



Gambar 4 13 Komprehensif *Layout* Halaman 5

## 8. Halaman 6

Halaman 6 menggunakan konsep *proximity* atau kedekatan. Konsep ini mengacu pada elemen yang diposisikan bersamaan (Lubis, 2023).



Gambar 4 14 Komprehensif *Layout* Halaman 6

## 9. Halaman 7-10

Halaman ini menggunakan konsep *alignment* atau perataan tengah. Halaman 7 sampai 10 menggunakan konsep yang sama.



### 11. Halaman 9



Gambar 4 17 Komprehensif *Layout* Halaman 9

### 12. Halaman 10



Gambar 4 18 Komprehensif *Layout* Halaman 10

### 13. Halaman 11

Sama dengan halaman 3, halaman ini menggunakan konsep *hierarki visual* karena teks *Our Vendor* menjadi perhatian utama.



Gambar 4 19 Komprehensif *Layout* Halaman 11

#### 14. Halaman 12

Halaman ini menggunakan konsep *proximity* atau kedekatan, dari daftar vendor MUA, *Photographer*, dan *Videographer* saling berdekatan.



Gambar 4 20 Komprehensif *Layout* Halaman 12

#### 15. Halaman 13

Halaman ini menggunakan konsep *alignment* atau perataan tengah.



Gambar 4 21 Komprehensif *Layout* Halaman 13

## 16. Halaman 14

Konsep pada halaman terakhir menggunakan *alignment* kiri bawah.



Gambar 4 22 Komprehensif *Layout* Halaman 14

## Kesimpulan Konsep Perancangan

Berdasarkan hasil data yang diperoleh, konsep dari perancangan ini adalah desain *booklet* yang *elegant* dan *modern* sebagai representasi perusahaan yang unggul dan menciptakan kebaruan dalam pelayanan jasa *wedding organizer*. Desain *booklet* juga dibuat minimalis dengan mengindahkan komposisi warna yang selaras untuk menarik minat calon *customer*. Selain itu, informasi yang dimuat pada *booklet* disampaikan secara ringkas tetapi tetap terperinci agar edukasi tentang layanan perusahaan dan vendor yang terlibat mudah dipahami oleh klien. *Output* dari perancangan *booklet* Vamos Creative akan menggunakan kertas *ivory* 230 gsm karena tidak mudah sobek ataupun rusak karena air.

## VISUALISASI KARYA

### Media Utama



Gambar 5 1 Desain *Booklet* Vamos Creative Cover Depan dan Belakang



Gambar 5 2Desain *Booklet* Vamos Creative Halaman 1 dan 2



Gambar 5 3 Desain *Booklet* Vamos Creative Halaman 11 dan 12



Gambar 5 4 Desain *Booklet* Vamos Creative Halaman 9 dan 10

### Struktur dan Material

Ukuran : A4 (21 cm x 29,7 cm)

*Content* : Booklet berisi deskripsi singkat tentang Vamos Creative, visi dan misi, proyek yang pernah dikerjakan, price guide, vendor yang bekerjasama.

Visualisasi : *Adobe Photoshop 2021*

### Media Pendukung

#### 1. Brosur



Gambar 5 5 Desain Brosur Vamos Creative

Media : Brosur

Penempatan : Disebar pada saat acara tertentu, contohnya seperti Pameran.

Ukuran : A4

*Content* : Brosur berisi deskripsi singkat Vamos Creative, visi dan misi, paket Vamos Creative, dan vendor yang bekerja sama.

Visualisasi : *Adobe Photoshop 2021*

## 2. Poster



Gambar 5 6 Desain Poster Vamos Creative

Media : Poster

Penempatan : Poster disebarikan atau ditempel pada saat acara tertentu untuk menarik perhatian pengunjung.

Ukuran : A3

*Content* : Poster dibuat untuk media promosi pada saat pameran atau event wedding lainnya, tujuannya untuk meningkatkan penjualan. Poster menampilkan promo 20% untuk semua paket wedding.

Visualisasi : *Adobe Photoshop 2021*

### 3. X-Banner



Gambar 5 7 Desain X-Banner Vamos Creative

Media : *X-Banner*

Penempatan : Diletakkan pada saat *event wedding* berlangsung atau di acara pameran.

Ukuran : 60 x 160 cm

Content : *X-Banner* dibuat untuk media promosi pada saat pameran atau *event wedding* lainnya, tujuannya untuk meningkatkan *brand awareness* terhadap audiens. *X-Banner* berisi deskripsi singkat Vamos Creative, *tagline*, narahubung, dan *barcode Instagram* Vamos Creative.

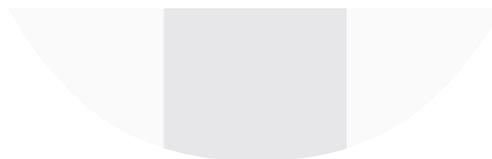
Visualisasi : *Adobe Photoshop 2021*

#### 4. *Lanyard*



Gambar 5 8 Desain *Lanyard* Vamos Creative

Media	: <i>Lanyard</i>
Penempatan	: Digunakan disaat <i>event wedding</i> berlangsung
Ukuran	: 90 x 2 cm
<i>Content</i>	: Logo dan nama Vamos Creative <i>Wedding Organizer</i>
Visualisasi	: <i>Adobe Photoshop 2021</i>



## 5. Kartu Nama



Gambar 5.9 Desain Kartu Nama Vamos Creative

Media	: Kartu Nama
Penempatan	: Digunakan di saat <i>event wedding</i> dan pameran untuk diberikan kepada audiens
Ukuran	: 8,9 x 5,1 cm
Content	: Logo, nomor telepon, <i>barcode Instagram</i> Vamos Creative dan nama <i>founder</i> Vamos Creative <i>Wedding Organizer</i>
Visualisasi	: <i>Adobe Photoshop 2021</i>

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa perancangan *company profile* Vamos Creative melalui *booklet* penting dilakukan sebagai media promosi perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain *booklet* yang minimalis, modern, dan elegan dapat menjadi cara efektif untuk mengenalkan dan menawarkan layanan jasa Vamos Creative. Informasi yang dicantumkan pada *booklet* dibuat ringkas tapi tetap terperinci, mulai dari deskripsi perusahaan, nama pemilik, visi misi, keunggulan dan layanan Vamos Creative, katalog *pricelist* dan pilihan paket *wedding*, hingga vendor – vendor yang bekerja sama dengan Vamos Creative. Pemilihan warna coklat dan biru pada desain *booklet* didasarkan pada logo perusahaan sekaligus menunjukkan kesan yang *elegant*. Perancangan *company profile* Vamos Creative dibuat sedetail dan semenarik mungkin untuk mendorong eksistensi perusahaan mempertimbangkan latar belakang calon klien dan persaingan dengan kompetitor lainnya.

Selain *booklet*, peneliti juga merancang media pendukung berupa brosur, poster, *x-banner*, *lanyard*, dan kartu nama untuk membantu pengenalan dan pemasaran usaha Vamos Creative.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariawan, P. D., Sudiarti, I. W., & Sudita, I. Ketut. (2019). *Proses Pengajaran Mosaik Di SMK Negeri 1 Sukasada* [Universitas Pendidikan Ganesha].  
file:///C:/Users/GUNAWAN/Downloads/langenbronto123,+artikel+2.pdf
- Asia, A. (2024). *Macam-Macam Media Promosi: Panduan Lengkap Setiap Jenisnya*. Ada. [https://www.adaglobal.com/resources/insights/id-macam-macam-media-promosi#:~:text=Apa Itu Media Promosi%3F,sehingga konsumen tertarik untuk membelinya](https://www.adaglobal.com/resources/insights/id-macam-macam-media-promosi#:~:text=Apa%20itu%20Media%20Promosi%3F,sehingga%20konsumen%20tertarik%20untuk%20membelinya)
- Assidiq, M. (2023). *Tipografi: Pengertian, Elemen, Fungsi, Klasifikasi dan Tips Penggunaan*. Telkom University.  
<https://telkomuniversity.ac.id/tipografi-pengertian-elemen-fungsi-klasifikasi-dan-tips-penggunaan/>
- Bakrie, M. (2022). *3 Jenis Font Yang Perlu Anda Ketahui Untuk Membuat Slide Presentasi Anda*. LLDIKTI13.  
<https://lldikti13.kemdikbud.go.id/2022/01/17/3-jenis-font-yang-perlu-anda-ketahui-untuk-membuat-slide-presentasi-anda/>
- DeCotes, M. (2022). *Font Serif vs Sans Serif & Kapan Menggunakan Keduanya*. Adobe.  
[https://www.adobe.com/id\\_id/creativecloud/design/discover/serif-vs-sans-serif.html](https://www.adobe.com/id_id/creativecloud/design/discover/serif-vs-sans-serif.html)
- Destiana, N. (2022). *Pengertian dan Manfaat Booklet. Apa Itu Booklet? Ketahui Arti, Fungsi, Serta Manfaatnya!*  
<https://majoo.id/solusi/detail/apa-itu-booklet>
- Dkv, A. (2022). *10 Makna Warna Berdasarkan Psikologi Dalam Desain*. Ma Chung.  
<https://machung.ac.id/artikel-prodi-dkv/makna-10-warna-berdasarkan-pskologi-dalam-desain/>
- Fajar, A. F., & Febriana. P. (2024). *Perancangan Booklet Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo*.  
file:///C:/Users/GUNAWAN/Downloads/1-9.pdf
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (M. Novita, Y., & Hum, Ed.). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.  
[https://www.researchgate.net/profile/Anita-Maharani/publication/359652702\\_Metodologi\\_Penelitian\\_Kualitatif/links/6246f08b21077329f2e8330b/Metodologi-Penelitian-Kualitatif.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Anita-Maharani/publication/359652702_Metodologi_Penelitian_Kualitatif/links/6246f08b21077329f2e8330b/Metodologi-Penelitian-Kualitatif.pdf)
- Kamelin, N. (2022). *Desain Kemasan Leksana Batik Jaya Cilacap Dengan Menggunakan Ilustrasi Motif Batik Mangrove*. Institut Teknologi Telkom Purwokerto.

- Lubis, H. (2023). *Prinsip, Pengertian, dan Jenis Layout Design, Lengkap di Sini!* Dibimbing. <https://dibimbing.id/en/blog/detail/prinsip-pengertian-dan-jenis-layout-design>
- Rahmawati, N. (2021). *Pengaruh Lifestyle dan Brand Prestige Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Wedding Organizer di Sumatra Barat (Studi Pada Konsumen Luzie Wedding)*. Universitas Andalas.
- Rama. (23 C.E.). *Perilaku Pemeliharaan Kesehatan Pemulung*. Universitas Sriwijaya.
- Sitanggang, D. D. K. P. (2022). Company Profile Adalah: Contoh, Susunan, dan Cara Membuat yang Benar. *Company Profile Adalah: Contoh, Susunan, Dan Cara Membuat Yang Benar*. <https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-6280455/company-profile-adalah-contoh-susunan-dan-cara-membuat-yang-benar>
- UMA, B. (2023). *Pengertian, 5 Elemen Desain Layout, Manfaat, dan Prinsip Pembuatannya*. BPMPP. <https://bpmpp.uma.ac.id/2023/03/16/pengertian-5-elemen-desain-layout-manfaat-dan-prinsip-pembuatannya/>

