

## PERANCANGAN WEBSITE DAN MEDIA PROMOSI ONLINE SEKOLAH BUDAYA TUNGGULWULUNG

Fourine Ludyanto

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Ma Chung  
Villa Puncak Tidar Blok N-01, Doro, Karangwidoro, Kec. Dau, Kab. Malang, Jawa Timur 65151  
E-mail : fludyanto@gmail.com

### Abstraksi

Sekolah Budaya Tunggulwulung (SBT) didirikan pada tahun 2014 ini merupakan wadah masyarakat yang ingin melestarikan budaya lokal. Namun sejak berdirinya sekolah ini, peminat dari generasi muda masih belum mencapai angka sasaran. Oleh karena itu dengan adanya website dan media sosial melalui Instagram dan Facebook sebagai media promosi online diharapkan mampu meningkatkan persentase pengikut generasi muda untuk SBT. Dalam menyusun konsep pada perancangan ini menggunakan metode perancangan melalui 4 tahap, yaitu pengumpulan data, analisis data menggunakan metode STP (segmenting, targeting, dan positioning), konsep perancangan yang terdiri dari 3 aspek (perencanaan media, perencanaan kreatif, serta perencanaan tata desain), dan yang terakhir visualisasi desain. Hasil dari perancangan ini berupa website SBT yang sudah dapat diakses secara langsung, dan 12 desain konten untuk media sosial Instagram dan Facebook yang dapat digunakan untuk menginformasikan kepada user lain. Dengan adanya media tersebut Sekolah Budaya Tunggulwulung mulai disadari keberadaannya di tengah masyarakat sehingga peminat dari SBT meningkat.

**Kata Kunci** : Website, Instagram, Facebook, promosi online, Tunggulwulung.

### Abstract

*Sekolah Budaya Tunggulwulung (SBT) was established in 2014 for people who want to conserve local culture. However, since establishment this school still not capable to reach enthusiasts from youth, and below target student. Therefore, using websites and social media through Instagram and Facebook as an online promotional medium, it is expected to increase percentage youth followers for SBT. To concept online promotional planning, the writer use 4 stages designing method, ie data collection, data analysis using STP method (segmenting, targeting, and positioning), concepts design comprising 3 aspects (media planning, creative planning, and design planning), and visualization. The results of online promotional planning design is SBT's website, and 12 social media designs for Instagram and Facebook content to inform netizen. With the existence of such media, Sekolah Budaya Tunggulwulung presence increase and more student wants to apply to SBT.*

**Keywords** : Website, Instagram, facebook, online promotion, Tunggulwulung.

### A. Pendahuluan

Menurut Internet World Stats, situs *website* yang menyajikan data statistik pengguna internet secara internasional, Indonesia menduduki posisi ke lima. Sebagai negara pengguna internet terbanyak di dunia dengan pertumbuhan sebesar 7,063% yang terhitung pada tahun 2000 hingga 2017. Munculnya internet di Indonesia, dengan pasar yang begitu besar, tentu menjadi salah satu penyebab lahirnya mode pemasaran yang baru, yaitu dengan menggunakan internet atau secara *online* yang biasa disebut dengan pemasaran digital atau promosi online. Media promosi online membantu produk lokal Indonesia untuk bersaing pada pasar yang lebih luas lagi. Produk lokal Indonesia sendiri dapat tersalurkan dalam beberapa sektor, seperti produk pangan, produk sandang, dan tak terkecuali seni budaya. Menyadari bahwa Indonesia terbentuk karena adanya keragaman, dan terlahirlah Sekolah Budaya

Tunggulwulung. Sekolah ini terletak di Kelurahan Tunggulwulung, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur, Indonesia pada tahun 2014. Namun, sejak berdirinya sekolah ini, jumlah persentase angka generasi muda yang mengikuti kegiatan pada sekolah ini tidak sesuai dengan harapan. Hingga tahun 2017, hanya 40% dari seluruh bagian dari Sekolah Budaya Tunggulwulung yang merupakan generasi muda.

Melalui tugas akhir ini, penulis membuat sebuah perancangan media promosi online untuk menghasilkan sebuah konsep dan visualisasi *website* dan sosial media meliputi *Instagram* dan *Facebook* sebagai sosial media terbaik yang digunakan untuk berbisnis, beserta desain konten yang efektif, efisien, dan estetik yang mampu menarik target pasar. Dewi dan Wardati (2013) dalam judul "Perancangan Sistem Pembuatan Website Profil Madrasah Ibtidaiyah Negeri Sidoharjo Pacitan," membahas perancangan mengenai pemanfaatan media online yang masih belum digunakan dengan maksimal oleh Madrasah Ibtidaiyah Negeri Sidoharjo Pacitan. Perancangan yang berkeinginan menyebarkan informasi tentang *instansi* yang bersangkutan serta sebagai sarana komunikasi bertujuan untuk menghasilkan perancangan *website* profil yang dapat dipergunakan untuk membuat *website* profil dan dijadikan sebagai acuan terhadap media informasi yang akan dibuat.

Hafizhuddin (2015) dalam judul "Perancangan Desain Media Promosi Sosial Media Red Blood White Bone," mengenai kebutuhan membuat suatu media promosi yang kreatif dan desain yang dihasilkan juga memuaskan serta tertuju kepada konsumen. Tujuan dari perancangan ini adalah membuat media promosi berbentuk desain *cover Facebook*, iklan *Instagram*, profil sosial media dan desain media cetak kelender 2016 Red Blood White Bone. Adipratama (2015), dalam "Perancangan Desain Website Sebagai Media Promosi Sanggar Eltigo Clay & Drawing Class Sleman, Yogyakarta," perancangan ini mengenai dibutuhkan media promosi yang lebih luas jangkauannya, agar *instansi* terkait bisa dikenal secara luas, dalam hal ini media promosi yang dipilih adalah berupa *website*. Tujuan dari perancangan ini adalah merencanakan konsep untuk perancangan desain *website* yang efektif sebagai media promosi.

Permatasari (2014) dalam "Perancangan Desain Website dan Media Aktivasinya Sebagai Strategi Promosi Perusahaan Magic Wall," jurnal ini mengenai strategi promosi perusahaan Magic Wall dalam rangka meningkatkan *brand awareness* perusahaan. Dengan melihat perkembangan teknologi yang berkembang pesat dan masyarakat menginginkan segala sesuatunya praktis dan cepat, maka *website* merupakan cara yang efektif untuk mempromosikan perusahaan Magic Wall kepada masyarakat. Tujuan perancangan ini adalah meningkatkan *brand awareness* perusahaan dengan merancang *website* beserta aktivasinya sebagai media promosi online.

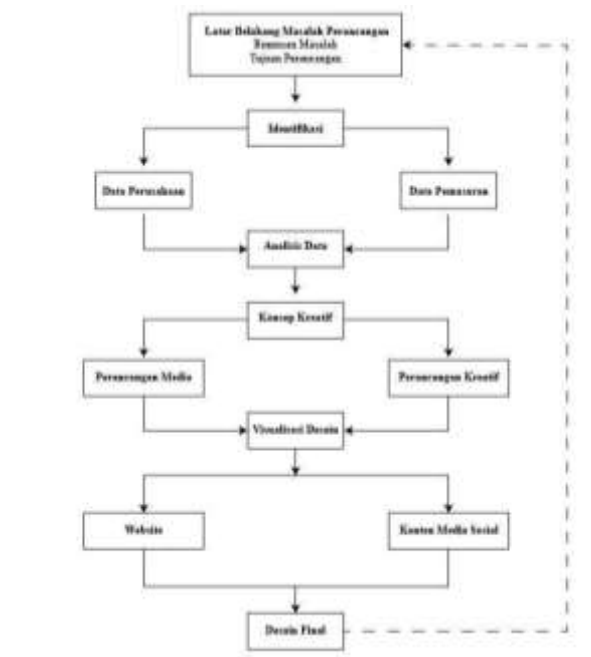
Hasil penelitian terdahulu yang masih kurang dalam penjabaran konsep visualisasi desain, oleh karena itu pada perancangan ini akan dibuat *website* dan media promosi online yang didasarkan pada teori-teori desain. Selain menyempurnakan penelitian terdahulu, dalam pembuatan perancangan ini juga diambil beberapa teori dan referensi desain dari beberapa buku. Beberapa teori yang digunakan dalam perancangan ini seperti teori mengenai desain *website*, pemasaran online, marketing visual, pemasaran online yang efektif (melalui *website*), pemasaran sosial media, metode perancangan komunikasi visual periklanan, fotografi hitam putih, dan Sekolah Budaya Tunggulwulung.

## B. Metode Penelitian

Perancangan *website* dan media promosi online Sekolah Budaya Tunggulwulung ini menggunakan metode perancangan yang terdiri dari 4 (empat) tahap. Tahap yang meliputi pengumpulan data, analisis data dengan menggunakan metode *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*, konsep perancangan yang terdiri dari 3 (tiga) aspek (perencanaan media, perencanaan kreatif, serta perencanaan tata desain), dan tahap terakhir tahap visualisasi desain. Proses visualisasi sendiri dilakukan melalui beberapa tahapan. Proses visualisasi perancangan dimulai dengan membuat sketsa kasar desain, perencanaan menu, content, dan hal lain yang dibutuhkan dalam *website*. Tahap berikutnya, yaitu pembuatan visualisasi desain. Proses perancangan diperlukan strategi agar tujuan perancangan dapat diwujudkan,

dalam perancangan ini strategi menggunakan *cyclic strategy*, Perancangan ini mencapai keberhasilan dengan menghasilkan media promosi online melalui website serta sosial media (*Instagram* dan *Facebook*). Sebuah website yang terbagi dari *header*, *footer*, *body*, *side bar*, dan *page*. Pada bagian *page* website terbagi menjadi beberapa bagian yaitu *home*, *about us*, *gallery*, *news*, artikel, dan *contact us*. Desain sosial media melalui *Instagram* dan *Facebook* terdiri dari desain periklanan, dan dokumentasi kegiatan dari Sekolah Budaya Tunggulwulung.

Alir perancangan *website* dan media promosi online melalui *Facebook* dan *Instagram* Sekolah Budaya Tunggulwulung dapat dilihat pada Gambar 1 Bagan Alir Perancangan.

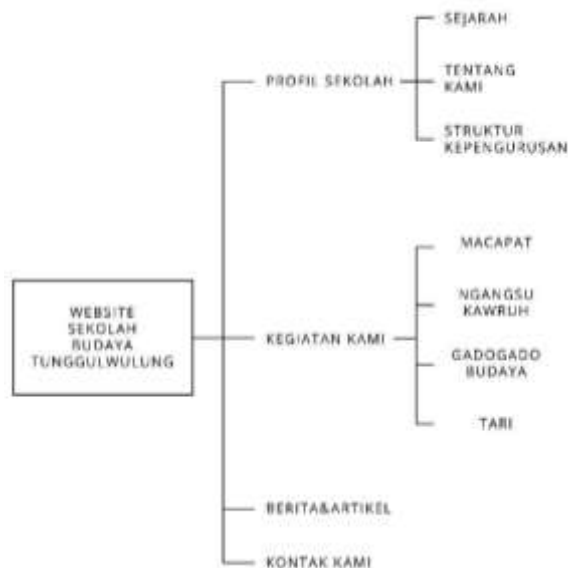


Gambar 1 Bagan Alir Perancangan

## C. Hasil dan Pembahasan

### 1. Pengumpulan dan Analisis Data

Untuk merancang situs daring Sekolah Budaya Tunggulwulung (SBT) diperlukan beberapa data yang dilampirkan sebagai informasi yang terdapat pada *website*. Secara garis besar *website* Sekolah Budaya Tunggulwulung berisi konten seperti: (1) profil Sekolah Budaya Tunggulwulung, (2) kegiatan Sekolah Budaya Tunggulwulung, (3) jadwal Sekolah Budaya Tunggulwulung, (4) materi dan artikel Sekolah Budaya Tunggulwulung, dan (5) informasi kontak Sekolah. Berikut merupakan bagan konten yang dicantumkan pada *website* Sekolah Budaya Tunggulwulung terdapat pada Gambar 4.1 Bagan Konten *Website* Sekolah Budaya Tunggulwulung.



Gambar 2 Bagan Konten Website Sekolah Budaya Tunggulwulung

Segmentasi dalam Sekolah Budaya Tunggulwulung dibagi dalam beberapa segmen berdasarkan kesamaan kebutuhan, keinginan, perilaku dan atau respons terhadap program yang dimiliki Sekolah Budaya Tunggulwulung. Segmentasi demografis, secara demografis setiap kegiatan yang dimiliki oleh sekolah ini dapat diikuti oleh anak-anak, remaja dan juga dewasa. Sampai saat ini beberapa kegiatan yang sering diikuti anak-anak yaitu tari dan pencak silat, untuk kegiatan remaja dan dewasa dapat mengikuti seluruh kegiatan seperti ngangsu kawruh, macapat, gado-gado budaya (tari, pencak silat, dan padhang bulan). Segmentasi berdasar pada manfaat yang dicari, dengan membagi segmen berdasar *benefit* atau manfaat yang dicari atau didapatkan oleh anggota pada kegiatan di sekolah ini. Sekolah ini memiliki berbagai macam kegiatan yang memiliki manfaat tersendiri disetiap kegiatan. Pada segmentasi ini manfaat yang dapat diperoleh adalah wawasan keilmuan mengenai kebudayaan di Indonesia, keterampilan seni (menyanyikan tembang Jawa, pencak silat, menari, kidung, jagong maton), dan komunitas sosial. Sekolah Budaya Tunggulwulung menggunakan *differentiated marketing*, yang pada setiap segmentasi yang dikelompokkan terdapat strategi atau cara tersendiri untuk menjangkau target pasar yang akan dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. *Differentiated Marketing* Sekolah Budaya Tunggulwulung

Segmentasi	Produk	Cara Menjangkau
Segmentasi demografis anak-anak	Tari, gado-gado budaya (pencak silat)	1) <i>Event and Experience</i> , dengan membuka <i>open house</i> . 2) <i>Advertising</i> , menyebarkan promosi melalui media cetak di sekolah-sekolah.
Segmentasi demografis remaja hingga dewasa	Ngangsu kawruh, macapat, gado-gado budaya (pencak silat, jagong maton, kidung), dan tari.	1) <i>Word of Mouth</i> 2) <i>Advertising</i> , dengan media promosi online terutama media sosial.
Segmentasi berdasar manfaat memperoleh wawasan keilmuan	Ngangsu kawruh	1) <i>Advertising</i> , dengan media promosi cetak dan juga online.
Segmentasi berdasar manfaat keterampilan	Macapat, gado-gado budaya (Pencak silat,	1) <i>Event and Experience</i> , dengan membuka <i>open house</i> . 2) <i>Advertising</i>

	jagong maton, kidung), tari	
Segmentasi berdasar manfaat komunitas sosial	Ngangsu kawruh, macapat, dan gado-gado budaya	1) <i>Word of Mouth</i>



Gambar 3. Website Sekolah Budaya Tunggulwulung

Positioning Sekolah Budaya Tunggulwulung merupakan keunikan dalam mengemas seni dan budaya yang dimiliki Indonesia kedalam program yang dimiliki sekolah ini. Sekolah ini memiliki berbagai kegiatan yang dapat membantu setiap anggota untuk belajar mengenai kebudayaan yang dimiliki Indonesia. Tidak seperti sanggar-sanggar mengenai budaya yang hanya memiliki satu kegiatan saja. Dengan motto “*Kawah Candradimuka Pemelihara Budaya Leluhur Nusantara*”.

## 2. Sintesis Konsep Perancangan

Konsep perancangan ini di dalamnya terdapat tiga aspek yang merupakan panduan dari periklanan. Perencanaan Media (Media Plan) pada perancangan ini tujuan media untuk melakukan perancangan media promosi online Sekolah Budaya Tunggulwulung ini sekurang-kurangnya media dapat menjangkau target audience dengan persentase 50% dari jumlah anggota SBT. Dengan frekuensi update pada website setiap minggu, sedangkan pada media sosial 3 (tiga) kali dalam seminggu. Jangka waktu kampanye akan dilakukan dalam waktu 4 minggu. Pada perancangan ini strategi media untuk menggunakan media habit target market SBT. Media promosi online ini efektif dikarenakan media internet ini memiliki jangkauan yang sangat luas, biaya yang relatif lebih murah dibandingkan dengan media lain seperti media cetak, dan fitur lebih mendukung dan relevan, sedangkan pada media sosial mampu menampung konten visual.

Perencanaan Kreatif (Creative Plan), jadi tujuan kreatif untuk perancangan ini adalah mengenalkan kepada target pasar mengenai apa itu SBT, manfaat, dan kegiatan apa saja yang dilakukan SBT untuk mempengaruhi target pasar sehingga dapat mengenal, memahami, kemudian timbul keinginan untuk mengikuti kegiatan yang dilakukan SBT dalam upaya melestarikan budaya Jawa. Dalam perancangan media website demi mencapai tujuan kreatif, maka strategi kreatif dituangkan dalam cara memberikan konten pada website yang comprehensive yang berisi informasi seputar SBT. Dalam perancangan media sosial melalui Instagram dan Facebook SBT, strategi kreatif yang digunakan adalah dengan memberikan konten secara singkat, padat, dan jelas yang juga berisi informasi sekilas dan dengan ilustrasi yang *eye catching*.

## 3. Visualisasi Desain Website dan Media Promosi Online Sekolah Budaya Tunggulwulung

Adapun proses visualisasi desain pada perancangan media promosi online *website* dan sosial media *Instagram dan Facebook* Sekolah Budaya Tunggulwulung melalui 4 (empat)

tahap yaitu: (1) pembuatan sketsa kasar, (2) pembuatan *comprehensive layout*, (3) desain final, dan (4) visualisasi desain *website* dengan aplikasi *open source Wordpress* beserta desain sosial media.

Pembuatan *website* Sekolah Budaya Tunggulwulung menggunakan aplikasi *open source* yaitu Wordpress Dalam perancangan *website* SBT untuk menghasilkan visualisasi berupa fotografi *black and white* diperlukan proses digital terlebih dahulu. Fotografi dengan gaya seperti ini dapat menjadi representasi dari Sekolah Budaya Tunggulwulung. Namun, tidak melepas target pasar dari SBT sendiri yaitu generasi muda, maka fotografi *black and white* yang akan diletakkan pada bagian *featured image* di *website* SBT akan dipadukan dengan ornamen yang dipakai pada desain media sosial SBT.

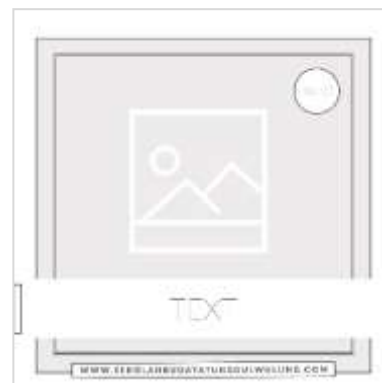
Hasil pada perancangan ini berupa situs daring Sekolah Budaya Tunggulwulung yang dapat diakses pada laman [www.sekolahbudayatunggulwulung.com](http://www.sekolahbudayatunggulwulung.com). Berikut Gambar 3 merupakan cuplikan tampilan *website* Sekolah Budaya Tunggulwulung.

Desain untuk konten promosi online melalui jejaring sosial *Instagram* dan *Facebook* diperlukan keselarasan. Dengan selarasnya *design* dalam setiap komponen promosi online, maka akan meningkatkan *awareness* serta *brand personality* yang tinggi. Berikut merupakan beberapa hasil *design* dari konten untuk *postingan* sosial media *Instagram* serta *facebook* yang telah melalui 3 (tiga) tahap yaitu (1) *rough layout*, (2) *comprehensive layout*, dan (3) *final design*. Sedangkan beberapa gambar yang belum ditampilkan pada bab ini diletakkan pada bagian lampiran dari skripsi ini.

Ucapan Hari Besar Agama, setiap masyarakat perlu saling menghormati antar umat beragama, Oleh karena itu SBT sebagai sebuah instansi perlu juga menanamkan nilai-nilai toleransi antar umat beragama. Dengan saling menghormati sesama maka tercipta budaya saling menghargai dan menghormati antar sesama manusia.



Gambar 4 *Rough Layout* Ucapan Hari Besar Agama



Gambar 5 *Comprehensive Layout* Ucapan Hari Besar Agama



Gambar 6 *Final Design* Ucapan Hari Besar Agama

Sosial media *Instagram* dan *Facebook* yang digunakan dalam perancangan ini bertujuan memberikan informasi secara singkat dan padat. Dengan membuat desain yang

menarik diharapkan dapat mendorong rasa ingin tahu untuk mencari informasi lebih detail pada *website* SBT.



Gambar 7 *Rough Layout* Kegiatan SBT



Gambar 8 *Comprehensive Layout* Kegiatan SBT



Gambar 9 *Final Design* Kegiatan SBT

Dalam upaya memberikan informasi secara lengkap, diperlukan informasi terkait jadwal kegiatan yang akan dilaksanakan SBT dalam kurun waktu 1 (satu) bulan. Hal tersebut diharapkan masyarakat dapat mengetahui jadwal kegiatan terkait waktu dan tempat pelaksanaannya. Selain itu dengan memberikan informasi yang sekaligus mengingatkan masyarakat akan kegiatan yang dilaksanakan SBT.



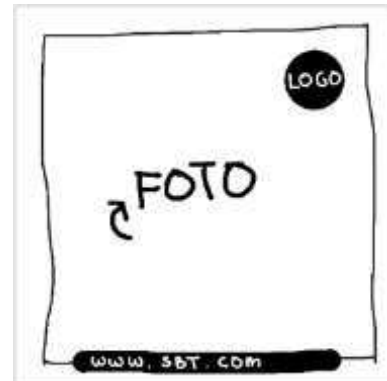
Gambar 10 *Rough Layout* Desain Konten Kalender Kegiatan Bulan Juni SBT



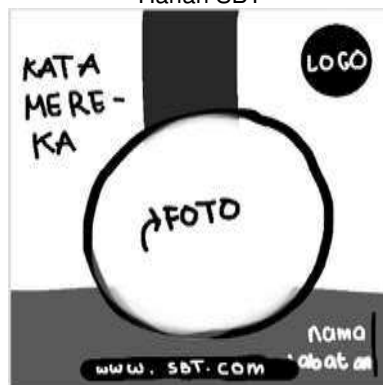
Gambar 11 *Comprehensive Layout* Desain Konten Kalender Kegiatan Bulan Juni SBT



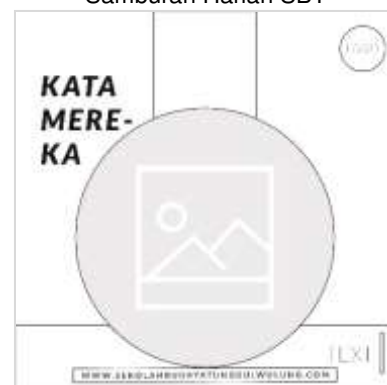
Gambar 12 Rough Layout Samburan Harian SBT



Gambar 13 Comptehensive Layout Samburan Harian SBT



Gambar 13. Rough Layout testimoni SBT



Gambar 14. Comprehensive Layout testimoni SBT



Gambar 15. Final Design Samburan Harian SBT



Gambar 15. Final Design Testimoni SBT

Untuk menjadi wadah yang dapat dipercaya oleh masyarakat terkait program yang dimiliki oleh SBT diperlukan apresiasi sebagai bentuk penghargaan oleh tokoh terkemuka. Dengan adanya apresiasi tersebut, masyarakat dapat lebih percaya kepada SBT dalam hal upaya melestarikan budaya nusantara, sehingga masyarakat ikut serta mengambil bagian dengan SBT dalam pelestarian budaya. Dalam upaya mengingatkan masyarakat akan eksistensi dari SBT, diperlukan konten harian yang sekaligus dalam bentuk penghormatan kepada masyarakat. Dengan memberikan sapaan seperti "Selamat Berakhir Pekan" diharapkan masyarakat mengingat bahwa SBT mengambil peran penting dalam upaya pelestarian budaya nusantara.

#### A. Kesimpulan dan Saran

Berangkat dari permasalahan Sekolah Budaya Tunggulwulung (SBT) yang masih kurang peminat generasi muda, diperlukan media promosi online melalui website dan sosial media *Instagram* dan *Facebook*. Media promosi online ini sekurang-kurangnya diharapkan

dapat menjangkau *target* dengan persentase 50% dari jumlah anggota SBT. Dalam upaya meningkatkan *awareness* sebuah media diharuskan untuk melakukan pembaruan secara berkala. Dengan frekuensi *update* pada *website* setiap minggu, sedangkan pada sosial media 3 (tiga) kali dalam seminggu. Jangka waktu kampanye akan dilakukan dalam waktu 4 minggu.

Dengan target pasar generasi muda, *website* dan sosial media melalui *Instagram* dan *Facebook* menjadi media yang efektif, karena dapat menjangkau secara luas, dengan biaya yang terjangkau. Selain itu *website* dapat menyajikan pesan dengan teks, gambar, dan suara, sedangkan *Instagram* dan *Facebook* telah menjadi sosial media terbesar yang digunakan untuk berbisnis, yang dapat menampung konten visual, sehingga pesan dapat lebih mudah tersampaikan kepada target.

Dalam perancangan pada *website* dan sosial media melalui *Instagram* dan *Facebook* perlu meingformasikan mengenai SBT, sehingga masyarakat memiliki ketertarikan untuk mengetahui SBT dan timbul rasa ingin mengikuti serangkaian kegiatan yang diadakan. Sedangkan dalam perancangan sosial media *Instagram* dan *Facebook* konten berisi informasi disajikan dengan singkat, padat, dan jelas namun dengan ilustrasi yang menarik atau *eye catching*, sehingga *user* lain memiliki rasa ingin tahu atau penasaran untuk melihat konten, dan menuju *website* SBT untuk mencari informasi lebih detail.

Dalam perancangan desain konten pada *website* menggunakan ilustrasi dari fotografi *black and white* untuk menampilkan emosi yang kuat. Setiap perancangan pada *website* dan media lainnya menggunakan model atau gaya yang serupa untuk memastikan kesatuan dalam elemen desain pada setiap media. Dengan penggunaan jenis huruf *sans serif*, yang menggunakan *Fonts Lato*, serta penggunaan warna hitam, putih, kuning, dan coklat yang selaras dalam *design* sehingga dapat menciptakan *brand personality* yang tinggi.

Untuk menjaga media promosi online tetap aktif, diharapkan Sekolah Budaya Tunggulwulung terus melakukan pembaruan pada media promosi online baik melalui *website*, *Instagram* ataupun *facebook* 8secara berkala. Dalam upaya menarik target market dari sekolah ini. Keberhasilan dari media ini perlu didukung dengan penggunaan dari media yang aktif. Saran bagi mahasiswa yang akan melakukan perancangan dengan tema yang serupa atau berkaitan dengan media promosi online melalui *website* dan media lainnya disarankan untuk lebih memperhatikan konten yang akan dipublikasikan dengan media tersebut.

## Daftar Pustaka

Adipratama, S. 2015, *Perancangan Desain Website Sebagai Media Promosi Sanggar Eltigo Clay & Drawing Class Sleman*, Yogyakarta, *Skripsi*, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.

Anggraini, L. dan Nathalia, K. 2014, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula*, Nuansa Cendekia, Bandung, Indonesia.

Brata, V.B.T. 2007, *Tips Membuat Foto Indah & Menarik: Panduan Komposisi Artistik dalam Fotografi*, Mediakita, Jakarta, Indonesia.

Burhanuddin. 2014, *Fotografi*, Graha Ilmu, Yogyakarta, Indonesia.

Dewi, R.N. dan Wardati, U. 2013, *Perancangan Sistem Pembuatan Website Profil Madrasah Ibtidaiyah Negeri Sidoharjo Pacitan*.

Ellsworth, J.H., Ellsworth, M.V. 1997, *Marketing on the Internet*, edisi kedua, diterjemahkan dari Bahasa Inggris oleh Yulianto, Grasindo, Jakarta.

Enterprise, J. 2014, *Black and White Photography dengan Photoshop & Lightroom*, Gramedia, Jakarta, Indonesia.

Hafizhuddin, O.N. 2015, *Perancangan Desain Media Promosi Sosial Media Red Blood White Bone*, *Laporan Kerja Praktik*, Institut Bisnis dan Informatika STIKOM, Surabaya.

Internet World Stats. 2018, *Top 10 Country With the Highest Number of Internet Users*, diakses pada 25 Februari 2018, <<https://www.internetworldstats.com/>>.

Jackson, L.D. 2009, *Introduction to The Internet and Web Page Design*, *Skripsi*, Faculty of the Communication Department, Southern Utah University, Cedar City, United States.

Jayan. 2007, *Desain Situs Keren dengan Photoshop & Dreamweaver*, Maxikom, Palembang, Indonesia.

Mulyanta, E.S. 2010, *Menjadi Desainer Layout Andal Menggunakan Adobe InDesign CS4*, Andi, Yogyakarta, Indonesia.

Neher, K. 2014, *Visual Social Marketing for Dummies*, John Wiley & Sons, Inc, Hoboken, New Jersey.

Permatasari, N.A. 2014. *Perancangan Desain Website dan Media Aktivasinya Sebagai Strategi Promosi Perusahaan Magic Wall*, Universitas Ciputra, Surabaya, Indonesia

Sanyoto, S.E. 2006, *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*, Dimensi Press, Yogyakarta, Indonesia.

Shim, T.A. 2000, *Advertising Promotion and Supplemental Aspect of Integrated Marketing Communitations*, edisi kelima, diterjemahkan dari Bahasa Inggris oleh Revyani Sejahrial dan Dyah Anikasari, Erlangga, Jakarta.

Siegel, C.F. 2006, *Internet Marketing: Foundations and Applications*, edisi kedua, United States of America.

Simarmata, J. 2010, *Rekayasa Web*, Andi, Yogyakarta, Indonesia.

Tjiptono, F., Chandra, G., dan Adriana, D. 2008, *Pemasaran Strategik*, Andi, Yogyakarta, Indonesia.

Wedel, M., Pieters, R. 2008, *Visual Marketing: From Attention to Action*, Lawrence Erlbaum Associates, New York, London.

Sadono, S.2015, *Komposisi Foto*, Elex Media Komputindo, Jakarta, Indonesia.