



PERANCANGAN BUKU PANDUAN DASAR TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR UNTUK IKLAN BAGI PEMULA

Melvin Mirsal¹⁾ * & John²⁾

1,2) Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Dan Desain Universitas Potensi Utama, Indonesia

*Corresponding Email: m.elvin.mirsal22@gmail.com

Ringkasan - Perkembangan media digital dan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi menyebabkan kebutuhan terhadap visual iklan yang menarik semakin tinggi. Namun, masyarakat umum dan fotografer pemula masih mengalami kesulitan dalam memahami teknik dasar pengambilan gambar untuk kebutuhan iklan, khususnya dalam aspek pencahayaan, komposisi, sudut pengambilan gambar, dan aspek teknis fotografi. Perancangan ini bertujuan menghasilkan buku panduan dasar teknik pengambilan gambar untuk iklan bagi pemula yang informatif, komunikatif, dan mudah dipahami. Metode perancangan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, studi literatur, analisis 5W+1H, penyusunan konsep visual, hingga proses perancangan dan evaluasi. Buku panduan dirancang dengan pendekatan visual-instruktif yang memadukan materi fotografi dasar, ilustrasi, contoh foto, serta langkah-langkah praktis. Materi yang disampaikan meliputi exposure, komposisi, pencahayaan, camera angle, dan teknik fotografi produk untuk kebutuhan iklan. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner skala Likert kepada 63 responden dengan latar belakang pengalaman fotografi yang beragam. Hasil evaluasi memperoleh persentase sebesar 91,53% dan termasuk dalam kategori Sangat Setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa buku panduan memperoleh tanggapan positif dan dinilai layak digunakan sebagai media pembelajaran bagi masyarakat umum dan pemula dalam memahami teknik dasar pengambilan gambar untuk iklan.

Kata Kunci : Buku Panduan, Fotografi, Fotografi Iklan, Fotografi Produk, Pemula.

Summary - The development of digital media and the increasing use of social media as a means of promotion have caused the need for attractive advertising visuals to be even higher. However, the public and novice photographers still have difficulty in understanding the basic techniques of shooting for advertising needs, particularly in the aspects of lighting, composition, shooting angles, and technical aspects of photography. This plan aims to produce a basic manual of photography techniques for advertisements for beginners that is informative, communicative, and easy to understand. The design method used is qualitative descriptive through observation, interviews, literature studies, 5W+1H analysis, preparation of visual concepts, to the design and evaluation process. The guidebook is designed with a visual-instructional approach that combines basic photography materials, illustrations, photo examples, and practical steps. The material presented included exposure, composition, lighting, camera angle, and product photography techniques for advertising needs. Evaluation was carried out through a Likert scale questionnaire to 63 respondents with diverse backgrounds of photography experience. The results of the evaluation obtained a percentage of 91.53% and were included in the Strongly Agree category. The results show that the guidebook received a positive response and is considered suitable as a learning medium for the public and beginners in understanding the basic techniques of shooting for advertising.

Keywords : Manual, Photography, Advertising Photography, Product Photography, Beginner.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah menghasilkan perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang bisnis dan pemasaran. Promosi produk kini tidak lagi terbatas pada media konvensional seperti brosur atau baliho, melainkan telah meluas ke berbagai platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website. Dalam konteks ini, elemen visual menjadi faktor utama dalam menarik perhatian audiens dan membangun persepsi terhadap produk yang ditawarkan.

Dalam desain komunikasi visual, fotografi memegang peranan penting sebagai media penyampaian pesan yang efektif. Foto produk yang berkualitas tidak hanya menampilkan objek secara jelas, tetapi juga mampu merepresentasikan karakter, kualitas, dan nilai produk kepada konsumen. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa strategi pemasaran modern tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada cara produk dikomunikasikan secara visual kepada konsumen.

Seiring meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, kebutuhan terhadap konten visual yang menarik juga semakin tinggi. Data We Are Social (2024) menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna internet di Indonesia menggunakan media sosial sebagai referensi sebelum membuat keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas visual produk yang ditampilkan dalam iklan memiliki pengaruh besar terhadap minat dan kepercayaan konsumen.

Namun pada kenyataannya, masih banyak masyarakat umum, pelaku usaha kecil, maupun pemula yang belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai teknik dasar pengambilan gambar produk untuk keperluan iklan. Foto produk yang dihasilkan sering kali kurang optimal dari segi pencahayaan, komposisi, sudut pengambilan gambar, maupun kualitas teknis lainnya. Kondisi ini menyebabkan visual produk terlihat kurang menarik sehingga tidak mampu menyampaikan pesan promosi secara maksimal.

Kurangnya sumber pembelajaran yang praktis dan mudah dipahami juga menjadi salah satu faktor penyebab kesulitan bagi pemula dalam mempelajari teknik fotografi produk. Sebagian besar referensi fotografi yang tersedia masih bersifat umum atau terlalu teknis, sehingga kurang sesuai bagi pembaca yang baru mulai mempelajari dasar-dasar fotografi untuk kebutuhan promosi produk.

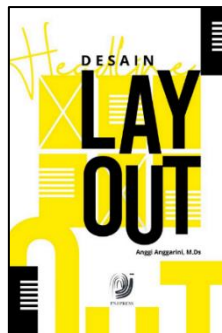
Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan sebuah media pembelajaran yang mampu menjelaskan teknik dasar pengambilan gambar produk untuk iklan secara sistematis, praktis, dan mudah dipahami. Salah satu media yang efektif adalah buku panduan visual yang menyajikan informasi melalui kombinasi teks singkat, ilustrasi, serta contoh foto yang aplikatif. Melalui perancangan buku panduan ini, diharapkan masyarakat umum dan pemula dapat memahami teknik dasar fotografi produk secara

lebih sederhana dan terstruktur, serta dapat menjadikan buku ini sebagai referensi praktis dalam menghasilkan foto produk yang lebih baik untuk kebutuhan promosi dan iklan di media digital.

KAJIAN TEORI

Adapun beberapa sumber yang dijadikan referensi dalam membuat karya ini, antara lain:

1. *Buku Desain Layout*



Gambar 1. Desain Layout

(Sumber: Anggarini, A., 2021)

Buku *Desain Layout* karya Anggi Anggarini membahas keterampilan dasar dalam merancang tata letak sebagai bagian integral dari desain komunikasi visual. Buku ini menjelaskan bahwa tata letak tidak hanya berfungsi sebagai pengatur elemen visual, tetapi juga sebagai sarana penyampaian pesan melalui pengaturan elemen yang efektif, mencakup teks, gambar, grid, ruang visual, dan struktur halaman yang harmonis.

Dalam perancangan buku panduan ini, referensi tersebut digunakan sebagai acuan utama dalam menyusun struktur halaman dan hierarki informasi. Prinsip tata letak yang dijelaskan membantu penulis dalam mengorganisasi posisi foto, teks, dan instruksi visual agar tersusun secara sistematis dan mudah dipahami.

2. *The Fundamentals of Typography (2nd Edition)*



Gambar 2. The Fundamentals of Typography 2nd Edition

(Sumber: Ambrose, G., & Harris, P., 2011)

Buku *The Fundamentals of Typography* karya Gavin Ambrose dan Paul Harris membahas prinsip-prinsip dasar tipografi yang berperan penting dalam komunikasi visual, meliputi anatomi huruf, hierarki teks, keterbacaan, jarak antarhuruf dan antarbaris, serta hubungan tipografi dengan tata letak halaman.

Dalam perancangan buku panduan teknik pengambilan gambar produk untuk iklan, tipografi digunakan sebagai acuan dalam merancang sistem penyajian teks yang mampu menyampaikan informasi teknis secara jelas dan mudah dibaca. Penerapan prinsip tipografi membantu penulis dalam menentukan jenis huruf, ukuran teks, serta hierarki informasi yang terstruktur, sehingga instruksi teknis dalam buku panduan dapat dipahami dengan lebih mudah oleh pembaca, khususnya pemula.

3. *Buku Ajar Fotografi Dasar*



Gambar 3. Buku Ajar Fotografi Dasar

(Sumber: Supriyanta, 2015)

Buku *Ajar Fotografi Dasar* karya Supriyanta membahas konsep fundamental fotografi yang meliputi pengenalan kamera, lensa, pengaturan eksposur (aperture, shutter speed, dan ISO), komposisi visual, serta teknik pencahayaan dasar. Penyajian materi dalam buku ini disusun secara sistematis dan terstruktur sehingga memudahkan pembaca memahami tahapan dasar fotografi sebelum memasuki teknik yang lebih kompleks.

Buku ini digunakan sebagai referensi utama dalam penyusunan materi dasar pada buku panduan teknik pengambilan gambar iklan. Konsep-konsep fotografi dasar yang dijelaskan menjadi landasan bagi pembaca sebelum memasuki pembahasan teknik pemotretan iklan secara lebih spesifik.

4. *Fotografi Periklanan: Produk dan Jasa*



Gambar 4. Fotografi Periklanan: Produk dan Jasa

(Sumber: Setiadi, T., 2023)

Buku Fotografi Periklanan: Produk dan Jasa karya T. Setiadi membahas teknik fotografi yang secara khusus diterapkan dalam konteks periklanan, baik untuk produk maupun jasa. Buku ini menekankan pentingnya strategi visual, konsep kreatif, serta pendekatan teknis dalam menghasilkan foto yang mampu menyampaikan nilai dan pesan produk secara efektif.

Dalam perancangan buku panduan ini, referensi tersebut digunakan untuk merumuskan standar visual fotografi iklan yang relevan dengan kebutuhan industri kreatif. Prinsip dan contoh pemotretan iklan yang dibahas membantu penulis menyusun materi teknik pengambilan gambar yang aplikatif dan sesuai kebutuhan konten iklan digital.

METODE PENELITIAN

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan tenaga ahli dan penyebaran kuesioner kepada responden. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dari berbagai sumber yang relevan dengan topik penelitian.

a. Data Primer

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung teknik pengambilan gambar produk serta media pembelajaran fotografi yang telah ada sebelumnya. Observasi juga dilakukan terhadap konten fotografi produk pada media sosial dan marketplace untuk memahami standar visual yang sering digunakan dalam promosi digital.

Melalui observasi tersebut, penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan yang sering muncul pada fotografer pemula, antara lain:

- a. Pencahayaan yang kurang tepat.
- b. Komposisi yang tidak seimbang.
- c. Penggunaan angle yang kurang efektif.
- d. Kurangnya pemahaman terhadap teknik dasar fotografi produk.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari studi literatur berupa buku, jurnal ilmiah, artikel, serta referensi digital yang relevan dengan perancangan buku panduan dasar teknik pengambilan gambar untuk iklan bagi pemula. Data tersebut digunakan untuk memperkuat landasan teori mengenai teknik dasar fotografi, fotografi periklanan, komposisi, pencahayaan, sudut pengambilan gambar, serta prinsip-prinsip penyusunan buku panduan yang efektif. Melalui pemanfaatan data sekunder, penulis

memperoleh dasar konseptual, referensi visual, serta informasi pendukung yang menjadi acuan dalam proses perancangan buku panduan. Dengan demikian, buku yang dirancang tidak hanya memiliki tampilan yang menarik secara visual, tetapi juga memuat materi yang sistematis, informatif, mudah dipahami oleh pemula, serta didasarkan pada teori dan referensi yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

2. Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk mengolah informasi yang telah dikumpulkan menjadi dasar perancangan yang terarah. Dalam tahap ini, penulis melakukan analisis 5W+1H sebagai berikut:

Tabel 3.1 Analisis 5W+1H

5W+1H	PERTANYAAN	JAWABAN
What	Apa yang akan dirancang?	Yang akan dirancang adalah sebuah buku panduan dasar teknik pengambilan gambar untuk iklan bagi pemula.
Who	Siapa target audiensnya?	Target audiensnya adalah fotografer pemula dan masyarakat umum yang memiliki ketertarikan dalam mempelajari teknik dasar pengambilan gambar untuk keperluan iklan dan promosi produk.
Why	Kenapa karya ini dibuat ?	Buku panduan ini dibuat karena masih banyak masyarakat dan fotografer pemula yang belum memahami teknik dasar pengambilan gambar untuk iklan secara benar.
When	Kapan buku ini akan dipublikasikan?	Buku panduan ini akan dipublikasikan setelah seluruh tahapan penelitian, pengumpulan data selesai.
Where	Dimana lokasi penelitian?	di Jl. Budi Pembangunan II, Pulo Brayan, Kota Medan, Sumatera Utara.
How	Bagaimana perancangannya dibuat ?	Perancangan buku dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi masalah, pengumpulan data primer dan data sekunder, analisis kebutuhan

		menggunakan metode 5W+1H, penyusunan konsep buku, pembuatan materi berdasarkan teori fotografi, penyusunan layout dan ilustrasi, proses desain, hingga evaluasi hasil perancangan. Buku disajikan dalam bentuk media cetak dan digital (PDF) agar mudah diakses serta digunakan sebagai panduan belajar secara mandiri oleh pemula.
--	--	---

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menguraikan penerapan konsep penciptaan yang telah dirancang pada tahap sebelumnya ke dalam karya yang dihasilkan. Karya diuraikan secara deskriptif namun tetap spesifik, baik dari segi konsep artistik maupun pertimbangan estetika yang mendasari setiap elemen visual. Uraian pada bagian ini mencakup media utama, media pendukung, media merchandise, buku panduan karya, dan poster proses perancangan, yang seluruhnya merupakan wujud nyata dari konsep perancangan buku panduan dasar teknik pengambilan gambar untuk iklan bagi pemula.

1. Media Utama



Gambar 36. Cover Buku Panduan

(Sumber: Dokumentasi pribadi penulis, 2026)

Media utama yang dihasilkan dari perancangan ini adalah buku panduan dasar teknik pengambilan gambar untuk iklan bagi pemula, dengan format landscape berukuran 18,2 x 25,7 cm. Pemilihan format ini mengacu pada karakter layout Interior Design Illustrated karya Ching dan Binggeli (2012), yang menekankan keseimbangan antara elemen visual dan teks dalam satu bidang halaman sehingga foto, diagram, dan penjelasan dapat ditempatkan berdampingan tanpa mengurangi ukuran masing-masing elemen. Buku ini terdiri dari 41 halaman berwarna yang membuatnya tampak lebih menarik. Terdapat beberapa rangkaian

dalam buku ini, dan penulis akan membahas secara khusus isi dari komik ini.

2. Media Pendukung

Media pendukung dalam karya ini berfungsi sebagai sarana pelengkap yang mendukung media utama, sehingga penyampaian informasi mengenai dasar-dasar teknik pengambilan gambar untuk iklan dapat dilakukan secara lebih efektif. Media pendukung juga berfungsi sebagai media promosi, sehingga pesan edukatif yang disampaikan menjadi lebih menarik, komunikatif, dan mudah dipahami, khususnya bagi pemula yang ingin mempelajari teknik pengambilan gambar untuk iklan. Adapun media pendukung yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

1. X-Banner

Penulis membuat X-banner, sebagai media pendukung untuk memperkenalkan buku kepada masyarakat. Media ini memuat informasi singkat mengenai isi buku, tujuan perancangan, serta visual yang merepresentasikan teknik dasar pengambilan gambar untuk iklan. X-Banner berfungsi untuk menarik perhatian calon pembaca, memberikan gambaran umum mengenai materi yang dibahas.



Gambar 65. X-Banner

(Sumber: Dokumentasi pribadi penulis, 2026)

2. Notebook

Notebook dirancang sebagai media pendukung dalam bentuk merchandise yang berfungsi sebagai sarana pencatatan sekaligus media promosi dalam Perancangan Buku Panduan Dasar Teknik Pengambilan Gambar untuk Iklan bagi Pemula. Desainnya dibuat selaras dengan identitas visual buku panduan.

B. Dokumentasi/Media Implementasi

Pada tahapan ini penulis melakukan implementasi desain buku panduan dasar teknik pengambilan gambar untuk iklan kepada masyarakat umum. Implementasi dilaksanakan di sekitar Jl. Budi Pembangunan, Kelurahan Pulo Brayan Kota, Kecamatan Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara. Lokasi tersebut dipilih karena merupakan kawasan yang memiliki aktivitas masyarakat yang cukup tinggi serta didukung oleh keberadaan berbagai fasilitas umum dan instansi pemerintahan, seperti Kantor Kecamatan Medan Barat, Kantor Lurah Pulo Brayan Kota, kantor kepolisian, fasilitas kesehatan, dan lingkungan pendidikan. Kondisi tersebut memungkinkan penulis menjangkau responden dari berbagai latar belakang sehingga proses implementasi desain dapat dilakukan secara efektif. Selama pelaksanaan kegiatan, penulis juga melakukan dokumentasi sebagai bukti implementasi desain. Adapun dokumentasi pada saat di lokasi, sebagai berikut:



Gambar 13. Dokumentasi

(Sumber: Dokumentasi pribadi penulis, 2026)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil merancang sebuah Buku Panduan Dasar Teknik Pengambilan Gambar untuk Iklan bagi Pemula sebagai media pembelajaran yang ditujukan untuk membantu masyarakat umum, khususnya pemula, dalam memahami dasar-dasar fotografi untuk kebutuhan periklanan. Buku panduan ini disusun dengan memadukan materi dasar fotografi, ilustrasi pendukung, contoh penerapan, serta tata letak yang sistematis sehingga mudah dipahami oleh pembaca.

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner menggunakan skala Likert, diperoleh persentase sebesar 91,53% yang berada pada kategori "Sangat Setuju". Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian yang sangat

© 2026 Segala bentuk plagiarisme dan penyalahgunaan hak kekayaan intelektual yang diterbitkan sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

positif terhadap buku panduan yang telah dirancang. Dengan demikian, buku panduan ini dinilai layak digunakan sebagai media pembelajaran yang efektif dalam memperkenalkan teknik dasar pengambilan gambar untuk iklan kepada masyarakat umum.

Perolehan nilai sebesar 91,53% menjadi indikator bahwa buku panduan yang dikembangkan mampu memenuhi kebutuhan pembaca pemula dalam mempelajari fotografi secara bertahap. Hal ini terlihat dari tingginya penilaian responden terhadap aspek tampilan visual, tata letak, penggunaan warna, ilustrasi, bahasa, penyajian materi, serta contoh penerapan yang disajikan dalam buku. Seluruh aspek tersebut dinilai mampu meningkatkan kenyamanan membaca sekaligus mempermudah proses memahami materi.

Selain itu, hasil implementasi menunjukkan bahwa buku panduan ini tidak hanya menambah pengetahuan responden mengenai dasar-dasar fotografi, tetapi juga meningkatkan minat serta kepercayaan diri untuk mempraktikkan teknik pengambilan gambar yang telah dipelajari. Dengan adanya contoh visual, tips praktis, serta penyusunan materi yang sistematis, tujuan penelitian untuk menghasilkan media pembelajaran fotografi dasar yang mudah dipahami, menarik, dan bermanfaat bagi pemula telah berhasil dicapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambrose, G., & Harris, P. (2011). *The Fundamentals of Typography* (2nd ed.). London: AVA Publishing/Bloomsbury Publishing Plc.
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout*. Depok: PNJ Press.
- Anisah, H. U., Ningsih, S. R., Faradhiga, A., Sari, S. P., Magh'firoh, R. H., Kania, G., & Poetra, Y. A. (2025). *Desain Komunikasi Visual: Teori & Praktik*. Padang: CV. Literaksi Press.
- Ar Reza, M. W., & Anggalih, N. N. (2024). Perancangan fotografi sebagai media promosi digital brandlokal Cutoff. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 21(2), 259–267. Universitas Negeri Surabaya. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/51478>
- Batubara, M. Y., & Irwansyah. (2025). Perancangan majalah dokumenter street photography anak jalanan di Medan. *JUDIS: Jurnal Multidisiplin dan Sains*, 2(1), 114–128.
- Binggeli, C. (2011). *Interior Graphic Standards: Student Edition*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Ching, F. D. K., & Binggeli, C. (2012). *Interior Design Illustrated* (3rd ed.). Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Desipriani, Suprianingsih, & Fahzurrahman, M. (2022). Pelatihan beauty shot photography dengan kamera handphone pada murid tatarias pengantin di LKP Lilly Medan Marelan. *Journal of Community Dedication*, 2(3), 141–150.



KOLASE

Jurnal Seni Dan Desain

Vol. 2 No. 1 Oktober, 2026, pp. 87-97

<https://jurnal.compartdigital.com/index.php/kolase>

- Federasi Photography Sport Indonesia (FPSI). (2015). Katalog SFI 36. Jakarta: FPSI.
- Hanindharputri, A. (2021). Pengaruh visualisasi konten terhadap daya tarik media promosi digital. *Jurnal Komunikasi Visual Nusantara*, 5(2), 35–42.
- Harsanto, W. P. (2024). Fotografi dalam desain komunikasi visual. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 15(2), 140–148.
- Hulu, M. Y., & Ramadhani, I. (2026). Perancangan majalah otomotif Saudara Jaya Servis sebagai media edukasi dengan visual fotografi. *KOLASE: Jurnal Seni dan Desain*, 1(2), 271–280.
- Kelby, S. (2012). *Light It. Shoot It. Retouch It.* Berkeley, CA: New Riders.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Lestari, M., & Prabowo, A. (2022). Analisis komposisi visual dalam fotografi iklan digital. *Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 10(2), 101–115.
- Pranawijaya, R., & Priani, D. (2025). Perancangan majalah “Seratamata” fotografi human interest di tempat pembuangan akhir (TPA) Terjun Medan Marelan. *KOLASE: Jurnal Seni dan Desain*, 1(1), 108–124.
- Rusli, N. (2020). *Panduan Bergambar Ular Jawa*. Bogor: Indonesia Herpetofauna Foundation.
- Sachari, A. (2007). *Estetika Terapan*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Saidi, A. W. (2020). Eksplorasi fotografi arsitektur sebagai karya seni. *Jurnal Teknik Gradien*, 12(1), 93–107.
- Setiadi, T. (2023). *Fotografi Periklanan: Produk dan Jasa*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik/Universitas STEKOM.
- Setiawan, R., & Mahardika, D. (2023). Peran fotografi produk dalam meningkatkan brand awareness UMKM di media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Kreatif*, 8(1), 55–68.
- Sulistyo, R. (2021). *Dasar-dasar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Supriyanta. (2015). *Buku Ajar Fotografi Dasar*. Jakarta: IKJ Press — Institut Kesenian Jakarta.
- Tanjung, M. R. (2016). Fotografi ponsel (smartphone) sebagai sarana media dalam perkembangan masyarakat modern. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia dan Industri Kreatif*, 1(2).
- Tjahjowulan, I. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Penerbit Universitas Trisakti.
- Yunianto, I. (2021). *Teknik Fotografi: Belajar dari Basic hingga Professional*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.