

WARNARUPA

Journal Of Visual Communication Design

WARNARUPA

Vol. 3

No. 1

Page 1 - 92

Oktober 2022



p-ISSN 2745-5807
e-ISSN 2747-0288

Published by
PARINKRAF
Universitas Muhammadiyah Tangerang



WARNARUPA

(Journal of Visual Communication Design)

Daftar Isi (Table Of Content)

Perancangan Buku Ensiklopedia Satwa Bergambar Di Taman Nasional Ujung Kulon 1 - 17

Heri Wijayanto dan Muhammad Ridho Alhadi

Perancangan Poster Melalui Fashion Photography Sebagai Media Promosi Produk Hijab “Megami” 18 - 36

Rifki Risandhy dan Ridwan Eko Febriyanto

Perancangan Fotografi Konseptual Tentang Filosofi Stoikisme Sebagai Media Kampanye Pencegahan Kecemasan Berlebihan Pada Remaja di Kawasan Kota Tangerang 37 - 57

Dewi Intan Kurnia dan Roy Luthfi Dhayugantara

Perancangan Packaging Kue Jojorong Produk Kuliner Khas Pandeglang 58 - 72

Moh. Ali Wisudawan Prakasa dan Muhammad Sonhaji

Merancang Buku Ilustrasi Tentang Fenomena Creative Block Bidang Kreatif Di Kawasan Tangerang 73 - 92

Rifki Risandhy dan Muhammad Fariq Baihaqi



WARNARUPA
Journal of Visual Communication Design
Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif
<https://jurnal.umt.ac.id/index.php/WARNARUPA>

**MERANCANG BUKU ILUSTRASI TENTANG FENOMENA CREATIVE BLOCK BIDANG KREATIF
DI KAWASAN TANGERANG**

Heri Wijayanto¹, Muhamad Alvin²

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif
Universitas Muhammadiyah Tangerang

Heriwijayanto91@gmail.com¹, Muhamadalvin185@gmail.com²

Abstract

This design aims to create an illustrated book that aims to describe, explain, and solutions for how to overcome the creative block phenomenon in the creative field. Creative block or in Indonesian, namely creative block, is a condition where an individual has difficulty creating new ideas or finding innovation and inspiration in his creative work. This book will use the designer's unique visual style which is the hallmark of this book. The design of this book uses a qualitative method to obtain more in-depth and comprehensive research results regarding the context, meaning, perspective, type, impact, tips and tricks or solutions to the creative block phenomenon. And according to the results of the research, there are many people who are affected by the creative block phenomenon and it is quite disturbing in the development of innovation and productivity at work. It is hoped that this illustrated book will provide an overview of the creative block phenomenon in the creative field.

Keywords: *Creative block, Creative Ways, Illustration, Voxel, Udaapin*

Abstrak

Perancangan ini bertujuan untuk membuat sebuah buku ilustrasi yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan solusi bagaimana untuk mengatasi fenomena *creative block* di bidang kreatif. *Creative block* atau dalam bahasa Indonesia yaitu blok kreatif, adalah suatu kondisi dimana seorang individu mengalami kesulitan dalam menciptakan ide-ide baru atau menemukan inovasi dan inspirasi dalam pekerjaan kreatifnya. Buku ini akan menggunakan gaya visual yang khas dari perancang yang menjadi ciri khas tersendiri dari buku ini. Perancangan buku ini menggunakan Metode kualitatif untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih mendalam dan menyeluruh tentang konteks, makna, perspektif, jenis, dampak, tips dan trik atau solusi atas fenomena *creative block*. Dan menurut hasil dari penelitian ada banyak orang yang terdampak oleh fenomena *creative block* dan cukup mengganggu dalam pengembangan inovasi dan produktivitas dalam bekerja. Diharapkan bahwa buku ilustrasi ini akan memberikan gambaran tentang fenomena blok kreatif di bidang kreatif.

Kata Kunci: *Creative block, Creative Ways, Ilustrasi, Voxel, Udaapin*

1. PENDAHULUAN

Creative Block atau dalam bahasa Indonesia disebut *Creative Block* merupakan fenomena yang sering dijumpai oleh para pelaku kreatif. Dalam buku "The Artist's Way" karya Julia Cameron, kebuntuan kreatif digambarkan ketika seseorang merasa terhalang untuk mengekspresikan kreativitasnya. *Creative Block* atau didalam bahasa indonesianya Blok Kreatif, Adalah suatu situasi dimana pekerja kreatif mengalami kesulitan dalam proses berpikir (Gonithellis O, 2017). Blok kreatif adalah momen dimana pekerja kreatif kesulitan dalam mengeluarkan ide kreatif atau menjalankan inovasinya dalam perencanaan kegiatan kreatif. Fenomena ini merupakan masalah yang sering dihadapi pekerja kreatif. Blok kreatif jika tidak ditangani akan menyebabkan masalah berkepanjangan dan akan menyebabkan stres dan depresi. Pemahaman tentang blok kreatif di kawasan Indonesia masih terbatas dan perlu penelitian lebih lanjut.

Seorang pekerja kreatif sering kali berhadapan dengan tekanan dan tantangan berbeda di setiap proses kreatif mereka, dan dapat mempengaruhi produktivitas dan kreativitas. Faktor seperti tekanan sosial, masalah emosional, dapat menjadi penyebab munculnya blok kreatif. Walaupun blok kreatif merupakan fenomena global atau siapaun atau dari negara manapun dapat berhadapan dengan fenomena ini. Namun penelitian yang membahas fenomena ini masih terbatas. Sangat penting bagi perancang dalam mencari data lebih dalam walaupun dengan data terbatas atas fenomena *creative block*, dan juga mencari cara tepat dalam menghadapinya

Menurut Dewey, Steinberg, dan Coulson (1998) menyatakan bahwa kreatif blok sama sekali belum didefinisikan oleh peneliti kreativitas, karena memiliki perbandingan yang mirip dengan literatur seperti *writer block*, dan sering kali terdiri dari banyak campuran masalah kreatif seperti penulis, pelukis, arsitek, dan musisi. Tetapi Dewey, Steinberg, dan Coulson menyatakan bahwa banyak seniman dalam studi mereka mengalami masa blok kreatif, dimana mereka tidak dapat bekerja. Flaherty (2004) menunjukkan bahwa diantara para kreatif profesional telah melahirkan banyak catatan hidup, mulai dari surat dan jurnal, hingga buku self-help tentang blok kreatif.

Sebuah survei baru-baru ini menunjukkan bahwa 31% profesional kreatif mengalami hambatan kreatif karena tenggat waktu ketat dan 30% karena keengganan klien untuk mengambil risiko kreatif. Lainnya mengatakan bahwa hal ini disebabkan oleh kurangnya keragaman proyek (Shubham K, 2021).

Menyelidiki penyebab blok kreatif yang dilaporkan sendiri pada 271 pelaku pekerja industri kreatif (berusia 22-87 tahun). Diberikan kuesioner untuk memperoleh informasi

mencakup usia, latar belakang pendidikan, mode aktivitas kreatif, dan apakah mereka pernah mengalami blok kreatif dalam berkreasi. Jika ya, dapatkah anda menggambarannya dan memberikan kemungkinan penyebabnya. Dan mendapatkan analisis bahwa terdapat 7 kategori blok kreatif, yaitu: tidak mendapatkan proyek, pekerjaan, emosi, pembaharuan, disiplin diri, tanpa sebab, dan fisik.(Crosson, Carrie W.)

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain

Desain adalah suatu aktivitas intelektual kreatif, dengan maksud untuk menentukan sebuah obyek atau sistem yang dapat diproduksi secara teratur, dengan menggunakan prinsip-prinsip dasar teruji dan dipahami (Donald A. Norman 2013). Menurut Henricus Kusbianto desain adalah kompromi antara seni dan bisnis yang berperan dalam memenuhi kebutuhan banyak orang-orang dalam pemecahan problem visual.

2.1.1 Sketsa

Sketsa Berasal dari bahasa latin dari kata “Shedios Extempore” dengan arti tanpa persiapan. Sketsa adalah gambar ekspresif yang mengutamakan spontanitas dari sebuah garis untuk menciptakannya (Adisti, 2021:47).

2.1.2 Teori Warna

Teori warna memiliki peran atau makna, warna tidak hanya tentang keindahan atau estetika, warna dapat mewakili mood suasana (Meilani M, 2013).

2.1.3 Komposisi

Komposisi merupakan sebuah susunan dari beberapa prinsip desain yang membuat sebuah visual menjadi menarik. Susunan komposisi desain dapat meliputi kesatuan, proporsi, keseimbangan, irama, dan dimensi (Permata Ayu Ardianti, 2013).

2.1.4 Komposisi

Menurut Hananti dan brian alvin (2020), tipografi adalah seni mengatur dan mengolah huruf dalam medium tertentu untuk tujuan komunikasi secara artistik dan fungsional.

2.1.5 Gaya Visual

David Airey (2019) dalam buku “Designing Identity: Definitive Guide to Visual Branding” menyatakan bahwa gaya visual adalah identitas visual konsisten dalam penggunaan elemen seperti warna, tipografi, tata letak, dan elemen desain lainnya.

2.2 Komunikasi

Menurut Zaenal Mukarom (2020) Komunikasi merupakan cara manusia bertukar informasi atau pesan melalui pertukaran simbol yang mana adalah kita sebut kata atau kalimat. Komunikasi adalah proses interaksi antara pengirim dan penerima pesan dari 2 belah pihak atau lebih. Komunikasi dalam hal ini dapat berupa informasi, ide, atau sebuah perasaan ingin disampaikan kepada penerima. Tujuannya adalah agar penerima mendapatkan pesan secara jelas dan efektif.

2.3 Creative Block

Creative Block adalah dimana seseorang merasa terhenti dalam ekspresi kreativitas mereka. Ini bisa berarti kesulitan menghasilkan ide baru, kehilangan motivasi, atau merasa terjebak dalam pola pikir penghambat kreativitas (Julia Cameron)

Blok Kreatif adalah sebuah masalah mental dimana anda tidak dapat mengatasi masalah kreatif dan menghindari masalah anda. Biasanya hal ini disebabkan karena kehidupan pribadi, komunikasi, dan juga kebiasaan kerja tidak sesuai dengan anda (Mark McGuinness, 2011).

Menurut Lillian Hemingway Gallay di buku “Understanding and Treating *Creative Block* in Professional Artists” blok kreatif adalah ketidakmampuan untuk memulai atau melanjutkan pekerjaan karena alasan selain kurangnya keterampilan atau komitmen dasar.

Creative Block atau didalam bahasa indonesianya Blok Kreatif, Adalah suatu situasi dimana pekerja kreatif mengalami kesulitan dalam proses berpikir (Gonithellis O, 2017).

Blok kreatif adalah momen dimana pekerja kreatif kesulitan dalam mengeluarkan ide kreatif atau menjalankan inovasinya dalam perencanaan kegiatan kreatif. Blok Kreatif disebabkan karena kebiasaan kerja yang tidak wajar, terlalu banyak ide, ketakutan dari dalam diri, kesulitan dalam melihat solusi dalam permasalahan, permasalahan sumber daya, kurangnya dukungan, dan masalah komunikasi. Blok kreatif akan menjadi masalah

serius bagi seorang pekerja kreatif dan dapat mengganggu pekerjaan jika tidak di atasi (Nugroho, N. A., Artawan, C. A., & Wahyudi, A. T. (2019).

Blok kreatif memiliki dampak yang besar dalam penurunan produktivitas dan inovasi dalam perencanaan pekerjaan kreatif. Blok kreatif sendiri dapat datang dari bentuk apa saja, seperti kurangnya ide, stuck, lelah, ataupun personal problem. Penting bagi materi iklan untuk mengembangkan strategi yang efektif untuk mengatasi hambatan kreatif.

2.4 Ilustrasi

Menurut Indiria Maharsi (2016), ilustrasi merupakan gambar berupa sebuah konsep cerita, atau gambar teks tercetak untuk tujuan tertentu. Ilustrasi merupakan salah satu bentuk desain visual yang digunakan untuk menyampaikan ide, cerita kepada pembaca. Ilustrasi sendiri biasanya sering dimasukkan ke dalam berbagai jenis media seperti buku, poster, dan media digital.

2.5 Buku Ilustrasi

Buku bergambar adalah buku dengan gambar atau ilustrasi sebagai elemen utamanya. Buku bergambar adalah visualisasi visual dari hasil gambar, lukisan, foto atau karya seni lainnya yang menekankan hubungan antara subjek dan teks (Tiffany Chandra, 2014).

3. METODOLOGI

Perancangan ini akan menggunakan metode kualitatif, adalah pengumpulan data dengan tujuan untuk mendapatkan data lebih mendalam mengenai konteks, perspektif, dan pengalaman individu untuk mendapatkan informasi mengenai fenomena sosial dan perilaku manusia melalui analisis data melalui studi literatur, wawancara, dan kuesioner.

Perancang memilih metode kualitatif karena ingin melakukan perancangan lebih mendalam dan menyeluruh atas fenomena *Creative Block*. Dalam hal ini, metode kualitatif sangat memungkinkan perancang untuk memahami dan mendalami pengalaman individu terkait dengan blok kreatif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Hasil dari pengumpulan data dari perancangan ini didapatkan dari studi pustaka, wawancara, dan kuesioner yang disebarkan keseluruh pekerja kreatif di kawasan tangerang.

Berdasarkan dari hasil responden dari kuesioner yang telah dibagikan, dapat disimpulkan bahwa setidaknya sebanyak 80% dari responden mengalami masa blok kreatif, tetapi masih ada 37% yang belum mengetahui istilah dari blok kreatif.

Pengumpulan data diawali dengan pencarian dari studi literatur, Proses pencarian sumber literatur dilakukan melalui berbagai database online, perpustakaan, dan situs web terpercaya. Dan mendapatkan setidaknya buku dan jurnal yang membahas terkait blok kreatif seperti:

- 1) *The Artis's Way.*
- 2) *Understanding And Treating Creative Block In Professional Artist.*
- 3) *20 Creative Blocks - and How to Break Through Them*
- 4) *Creative Blocks from A to Z: Beliefs.*
- 5) *Creative Block: Get Unstuck, Discover New Ideas. Advice & Projects from 50 Successful Artists.*
- 6) *Perancangan Aplikasi Untuk Creative Block.*

Lalu perancang melakukan pengumpulan data melalui wawancara dengan psikolog agar mendapatkan data perspektif dari seorang ahli, untuk mendapatkan data seperti penyebab, jenis, dampak, dan cara mengatasi blok kreatif. Setidaknya saya dapat menyimpulkan bahwa:

- 1) *Creative block* itu kondisi ketika kita kehilangan ide-ide atau kreatifitas dalam mengerjakan sesuatu.
- 2) *Creative block* dapat dialami oleh siapa saja yang pekerjaannya terlibat dengan proses kreatif, baik itu individu, atau kelompok di berbagai bidang seperti desainer grafis, seniman, penulis, fotografer, dan sebagainya.
- 3) Situasi yang paling memungkinkan seorang pekerja kreatif mengalami *creative block* yaitu: Kelelahan/stress, Tekanan kerja, Ketidakpastian atau ketakutan, Kurangnya inspirasi, persaingan dunia kerja, dan frustrasi.
- 4) Lingkungan kerja yang menuntut desainer untuk bisa segalanya dapat menjadi faktor besar terjadinya CB, faktor keluarga yang lebih ingin anaknya memiliki pekerjaan yang lebih layak, atau juga kurangnya dukungan sosial di wilayah yang mungkin sangat sedikit pekerja kreatifnya.
- 5) Kondisi psikologis sangat mempengaruhi kreatifitas krn jika seseorang sedang banyak tekanan atau sedang stres maka ide2 tidak dapat muncul ada beberapa strategi dan pendekatan yang efektif yaitu: Istirahat, mencari referensi, percaya pada proses, dan mencari suasana baru.
- 6) beberapa tips dan teknik yang dapat membantu seseorang mengatasi CB seperti: Membuat note untuk menulis ide”, istirahat sejenak, mengubah pola pikir negatif, mempraktikkan self care, mencari suasana baru.

- 7) Penting untuk memahami bahwa kehilangan ide kreatif adalah hal normal di industri kreatif. Dengan motivasi yang dan mindset yang kuat , individu dapat melihat *creative block* sebagai lompatan untuk dapat tumbuh dan berkembang.

Setelah perancang melakukan pencarian data dari studi literatur dan wawancara ke psikolog untuk mendapatkan data lebih mendalam, data-data itu diubah menjadi sebuah kuesioner dan nantinya akan disebarakan kepada orang-orang yang bekerja di industri di wilayah tangerang. Berisi tentang macam-macam *creative block*, apakah mereka mengenal istilah *Creative Block*, dan juga pengalaman mereka dalam mengatasinya.

Berdasarkan hasil data kuesioner, setidaknya saya mendapatkan 40 responden dengan hasil data data dapat disimpulkan bahwa ada setidaknya sebanyak **80%** dari responden mengalami masa blok kreatif, tetapi masih ada **37%** yang belum mengetahui istilah dari blok kreatif.

4.2 Tahapan Produksi

1. Pra Produksi

Pra Produksi adalah tahap awal dalam proses perancangan buku *creative ways*, mencakup pengumpulan data dari studi pustaka, wawancara, kuesioner, dan diakhiri dengan pengolahan data yang telah didapatkan.

a. Pengumpulan data dari studi pustaka

Pada tahap ini perancang mengumpulkan data-data melalui buku-buku yang berkaitan dengan *creative block*. Hal ini berguna untuk mehami konsep dari fenomena *creative block* itu sendiri.

b. Wawancara

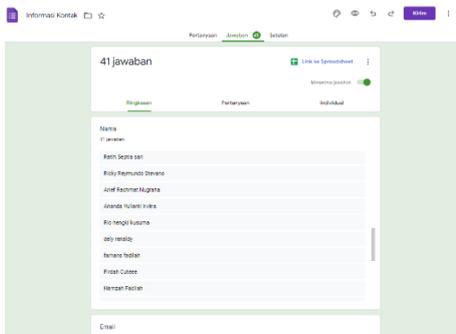
Perancang memahami tentang konsep dari *creative block*, perancang melakukan pengumpulan data melalui wawancara dengan seorang psikiater yang berfokus pada konteks karir dan psikologi. dalam tahap ini berguna untuk mendapatkan paham mendalam, analisis profesional, dan strategi dalam mengatasi fenomena *creative block*.



Gambar 4.2 Wawancara
(Sumber: Data Pribadi)

c. Kuesioner

Pada tahap ini setelah melakukan tahap wawancara, data-data yang didapatkan diubah menjadi sebuah kuesioner. Hal ini dilakukan untuk mengukur relevansi dari fenomena *creative block* terhadap pekerja kreatif dan juga sebagai analisis dari aspek apa saja yang membuat orang-orang paling mungkin terkena *creative block*.



Gambar 4.2 Kuesioner
(Sumber: Data Pribadi)

d. Pengolahan data

Pengolahan data bertujuan untuk mengorganisir data-data yang didapatkan melalui studi pustaka, wawancara, dan kuesioner.

Pada tahap ini hasil data dibagi menjadi 3, yaitu:

1. Jenis-Jenis *Creative Block* dan Pemahamannya
2. Dampak Dari *Creative Block*
3. Cara Mengatasi *Creative Block*

2. Produksi

Produksi adalah proses perancangan dari bahan mentah. Tahap ini perancang sudah memiliki poin-poin dan pemahaman dari *creative block* yang nantinya akan diubah menjadi sebuah ilustrasi.

Pada tahap ini dimulai dari Brainstorming, pembuatan ilustrasi, Perancangan buku, pembuatan media pendukung.

a. *Brainstorming*

Brainstorming disini digunakan sebagai metode untuk mendapatkan ide-ide kreatif yang nantinya akan dijadikan sebuah ilustrasi.

b. Pembuatan ilustrasi

Pembuatan ilustrasi ini dilakukan setelah mendapatkan konsep dan ide-ide yang didapatkan dari *brainstorming*. Dengan gaya visual dan warna terencana melalui moodboard yang telah dibuat.



Gambar 4.2 Pembuatan Ilustrasi

(Sumber: Data Pribadi)

c. Perancangan buku

Proses ini memiliki tujuan agar pesan yang ingin disampaikan di ilustrasi dapat tersampaikan dalam sebuah buku ilustrasi, dalam konteks ini dapat berupa seperti settingan *layout* buku, komposisi dari ilustrasi, dan penempatan font dari narasi.



Gambar 4.2 Perancangan Buku

(Sumber: Data Pribadi)

d. Pembuatan media pendukung

Media utama telah dibuat dan selesai, dilanjutkan dengan pembuatan media pendukung yang nantinya akan mendukung dalam promosi buku *creative ways*.



Gambar 4.2 Pembuatan Media Pendukung

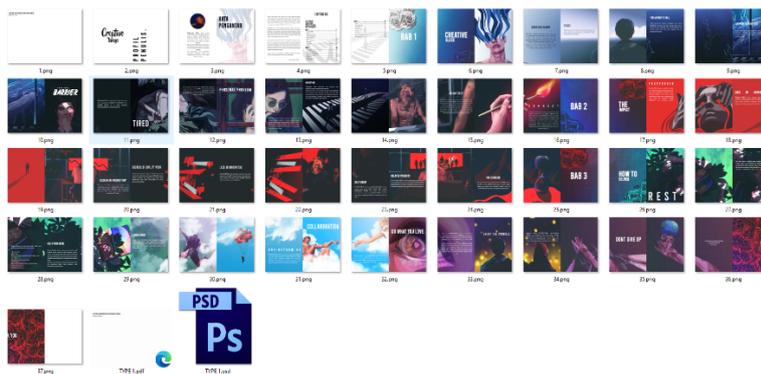
(Sumber: Data Pribadi)

1. Paska Produksi

Paska produksi adalah tahap karya siap diproduksi.

a. Penyusunan halaman buku

Penyusunan halaman buku harus sesuai dengan settingan percetakan agar setiap ilustrasi yang dibuat depan dan belakangnya dapat sinkron.



Gambar 4.2 Penyusunan Halaman Buku

(Sumber: Data Pribadi)

b. Pencetakan media utama

Setelah semua tahap sudah selesai dan buku siap produksi, dilanjutkan mencetak media utamanya yaitu menjadi sebuah buku.



Gambar 4.2 Pencetakan Media Utama

(Sumber: Data Pribadi)

c. Pencetakan media pendukung

Pencetakan media pendukung dilakukan pada hari pencetakan media utama untuk mempersingkat proses karena perancang hanya memiliki sedikit waktu untuk menciptakan tugas akhir dan juga hari-hari tersisa dapat dijadikan sebagai backup jika saja media dicetak gagal atau butuh revisi.



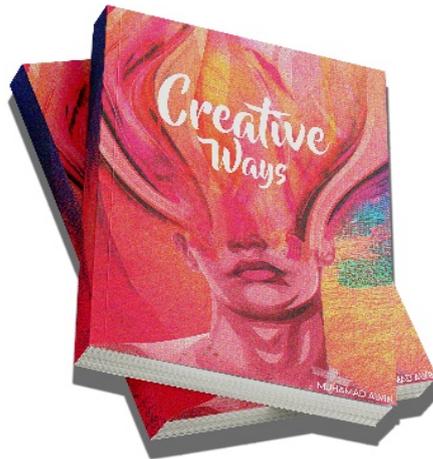
Gambar 4.2 Pencetakan Media Pendukung

(Sumber: Data Pribadi)

4.3 Konsep Desain

4.3.1 Media Utama

Buku ini menggunakan art paper 150 gram untuk isinya, dan soft cover berlaminasi doff. Hasil karya buku ilustrasi ini akan berupa penggabungan dari ilustrasi, dan konten narasi yang menjelaskan, menggali, dan memberikan solusi pada fenomena blok kreatif. Buku ini dirancang dengan memperhatikan warna, komposisi dan gaya visual yang dapat terhubung satu sama lain untuk dapat menggambarkan setiap fenomena dari setiap konten dari buku.



Gambar 4.3.1 Creative Ways Book
(Sumber: Data Pribadi)

4.3.2 Cover Buku

Cover buku *Creative Ways* mengusung visual abstrak. Merepresentasikan seseorang yang memiliki permasalahan dalam pengolahan kreativitas. Warna didominasi oleh warna hangat seperti merah, oranye, dan kuning ini bertujuan untuk menggambarkan perasaan meluap-luap saat menghadapi *Creative Block*, serta mengilustrasikan rasa terjebak dalam kebebasan berekspresi.



Gambar 4.3.2 Cover Creative Ways
(Sumber: Data Pribadi)

4.3.3 Media Pendukung

1. Art Display



Gambar 4.3.3 Art Display

(Sumber: Data Pribadi)

1. X-Banner



Gambar 4.3.3 X-Banner

(Sumber: Data Pribadi)

2. Poster



Gambar 4.3.3. Poster

(Sumber: Data Pribadi)

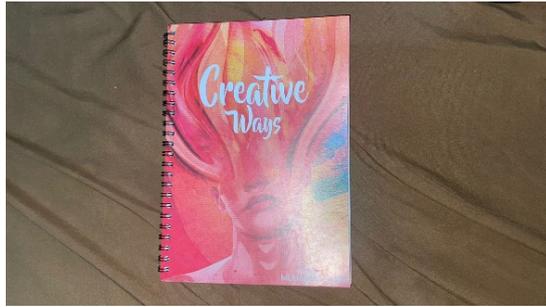
3. Kalender



Gambar 4.3.3 Kalender

(Sumber: Data Pribadi)

4. Notebook



Gambar 4.3.3 Notebook
(Sumber: Data Pribadi)

5. Totebag



Gambar 4.3.3 Totebag
(Sumber: Data Pribadi)

6. Baju



Gambar 4.3.3 Baju
(Sumber: Data Pribadi)

7. Mug



Gambar 4.3.3 Mug

(Sumber: Data Pribadi)

8. Pin Bros dan Gantungan kunci



Gambar 4.3.3 Gantungan Kunci Dan Pin Bros

(Sumber: Data Pribadi)

5. KESIMPULAN

Creative block merupakan fenomena yang seringkali dihadapi oleh individu yang bekerja di berbagai industri kreatif. Perancangan buku ilustrasi ini diharapkan dapat memberikan wawasan dalam fenomena *creative block* di bidang kreatif.

Berawal dari pengalaman perancang yang seorang pekerja freelance desain grafis selama 4 tahun lalu dilanjutkan riset dengan berbagai sumber pustaka, wawancara dengan ahli, dan pandangan langsung dari pekerja kreatif untuk mendapatkan pandangan yang komprehensif tentang topik ini terlihat bahwa Buku ilustrasi dapat menjadi media yang cocok untuk dijadikan media utama untuk ditujukan kepada konsumen.

Ilustrasi dalam buku ini menggunakan gaya visual vixel dengan goresan dan warna ciri khas dari perancang yang menjadi keunikan tersendiri dalam media buku. dalam perancangan ini tidak hanya media utama yaitu buku, ada beberapa media pendukung yang telah dirancang untuk kebutuhan media promosi yaitu X-Banner, Poster, Baju, Kalender, Mug, *Notebook*, Totebag, Gantungan Kunci, Pin Bros.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Airey, D. (2019). *Identity designed: The definitive guide to visual branding*. Rockport Publishers. <https://www.mendeley.com/catalogue/21f08271-6b23-3e56-afad-7140376b6a5a/>
- Cameron, J., & Bryan, M. (1993). *The Artist's Way*. Sounds True Recordings.
- Gallay, L. H. (2013). *Understanding and treating creative block in professional artists*. Alliant International University. <https://www.proquest.com/openview/5ea89bd126977a5c0f0a02d7cb152e07>
- Krysa, D. (2014). *Creative Block: Get Unstuck, Discover New Ideas. Advice & Projects from 50 Successful Artists*. Chronicle Books. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=98wWAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=Krysa,+D.>
- Maharsi, I. (2016). *Ilustrasi*. Dwi-Quantum. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=AH58DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Maharsi,+I.>
- McGuinness, M. (2011). Creative Blocks and how to break through them. *LateralAction. Com*. <https://lateralaction.com/articles/free-ebook-creative-blocks/>
- Norman Donald, A. (2013). *The design of everyday things*. MIT Press.

Jurnal

- Ayu, A. P. (2013). “Nirmana-Komposisi Tak Berbentuk” Sebagai Dasar Kesenirupaan Fakultas Seni Rupa Institut Kesenian Jakarta. *Jurnal Ilmiah WIDYA*,1(2).
<https://www.academia.edu/56944384>
- Chandra, T. (2014). *Perancangan buku ilustrasi pencegahan pikun sejak dini* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).
<https://www.neliti.com/publications/86265/perancangan-buku-ilustrasi-pencegahan-pikun-sejak-dini>
- Gonithellis, O. (2017). *Creative Blocks*. Retrieved 6 February 2019, from
<https://www.goodtherapy.org/learn-about-therapy/issues/creative-blocks>
- Hananto, B. A. (2020, March). Tinjauan tipografi dalam konteks industri 4.0. In *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi)* (Vol. 3, pp. 132-139). <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/278>
- Meilani, M. (2013). Teori Warna: Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana. *Humaniora*, 4(1), 326-338.
<https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3443>
- Mirzaqon, T, A dan Budi Purwoko. (2017). Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori dan Praktik Konseling Expressive Writing. *Jurnal BK Unesa*, 8 (1).
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/22037/20201>
- Nugroho, N. A., Artawan, C. A., & Wahyudi, A. T. (2019). Perancangan Aplikasi Untuk *Creative Block*. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14), 12.
<https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/8655>
- Putra, Antonius, N., Lakoro, Rahmatsyam. 2012. Perancangan Buku Ilustrasi Musik Keroncong. *Jurnal Teknik POMITS*, Vol. 1, No. 1.
<https://ojs2.polimedia.ac.id/index.php/JIP/article/view/112>
- Rahardja, U., Harahap, E. P., & Pratiwi, S. (2018). Pemanfaatan Mailchimp Sebagai Trend Penyebaran Informasi Pembayaran Bagi Mahasiswa Di Perguruan Tinggi. *Technomedia Journal*, 2(2 Februari), 41-54.
<https://ijc.ilearning.co/index.php/TMJ/article/view/323>
- Rahardjo, M. (2011). Metode pengumpulan data penelitian kualitatif. <http://repository.uin-malang.ac.id/1123/>
- Ratnapuri, A. (2021). GAMBARAN PEMAHAMAN MAHASISWA S1 PENDIDIKAN BIOLOGI FKIP UKI TENTANG MORFOLOGI TUMBUHAN DAN ENTOMOLOGI MELALUI BIOSKETCHING. *Jurnal Pro-Life*, 8(1), 45–56.

<http://ejournal.uki.ac.id/index.php/prolife/article/view/2782>

Sitepu, V. (2004). Panduan mengenal desain grafis. *PT. Elex Media*.

https://www.academia.edu/2546958/Panduan_Mengenal_Desain_Grafis