

# PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN SIGN SYSTEM OBJEK WISATA LADAYA TENGGARONG

**Livia Halim<sup>1</sup>, Andrian Dektisa H.<sup>2</sup>, Bernadette Dian Arini M.<sup>3</sup>**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,  
Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia  
Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya, 60236  
Email: Liviahalim9@gmail.com

## Abstrak

Ladaya atau Ladang Budaya merupakan objek wisata kontemporer yang menarik dan berpotensi menjadi destinasi pilihan wisatawan ketika berkunjung ke kota Tenggarong. Potensi tersebut belum dikenal luas karena tidak didukung dengan pengelolaan identitas visual yang mampu membentuk *awareness* dan citra positif di mata para wisatawan. Di sisi lain penerapan *sign system* juga kurang diperhatikan oleh pihak Ladaya, sehingga menyulitkan wisatawan dalam berwisata.

Perancangan ini menjadi solusi bagi permasalahan tersebut. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan kajian pustaka. Analisis data menggunakan 5W + 1H. Konsep perancangan menonjolkan identitas Ladaya sebagai tempat wisata yang memperkenalkan alam dan budaya Kutai khas Kalimantan Timur.

**Kata kunci:** Identitas visual, *sign system*, objek wisata ladaya, kota tenggarong

## Abstract

*Ladaya or Ladang Budaya is an interesting contemporary tourist attraction which has potential to become tourist destination to visit in Tenggarong. The potential of Ladaya is not widely known because not supported with visual identity that able to create awareness and positive image toward tourists. On the other hand there is no clear sign system inside Ladaya which makes it difficult for tourists to find their way inside Ladaya.*

*This design becomes the solution for the problems. The research method is qualitative method by collecting and analyzing data through observation, interviews and a literature review. Data analysis using 5W + 1H. The design concept emphasize the identity of Ladaya as a tourist attraction that introduces nature and Kutai culture of East Kalimantan.*

**Keywords:** Visual identity, *sign system*, Ladaya tourist Attraction, Tenggarong city

## Pendahuluan

Ritme kehidupan masyarakat perkotaan yang berjalan cepat serta perkembangan lingkungan kota yang keras membuat masyarakat perkotaan mudah tertekan mengalami kejenuhan. Hal itu menyebabkan munculnya kebutuhan masyarakat untuk mencari pelepasan kepenatan, salah satunya adalah kebutuhan untuk berwisata. Hal tersebut juga di dukung dengan adanya *trend* konsumsi masyarakat yang mengutamakan pengalaman. Menurut presiden Joko Widodo, “pola konsumsi masyarakat sekarang sudah bergeser, dari belanja barang ke belanja pengalaman, wisata dan hiburan”. (Widiartanto, 2017, par. 3)

Di kota Tenggarong Kabupaten Kutai Kertanegara, Kalimantan Timur terdapat sebuah objek wisata kontemporer bernama Ladaya atau Ladang Budaya

yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk berekreasi. Menurut Irwan (2009), budaya kontemporer adalah budaya yang terpengaruh oleh dampak perkembangan teknologi yang pesat. Kontemporer itu artinya kekinian, modern atau lebih tepatnya adalah sesuatu yang sama dengan kondisi waktu yang sama atau saat ini. Ladaya mulai dibuka pada tanggal 6 Juni 2015 dan memiliki luas area sekitar 120.000 m<sup>2</sup>.

Ladaya menawarkan gabungan keeksotisan karya manusia yang berpadu dengan keindahan pemandangan alam. Tata letak bangunan-bangunannya yang artistik serta dikelilingi hutan membuat tempat wisata tersebut terasa begitu asri, dan sejuk. Biaya masuk ke Ladaya juga tidak terlalu mahal, dengan modal Rp10.000 - Rp20.000 pengunjung sudah dapat menikmati berbagai wisata yang ada di Ladaya. Pengunjung yang datang pun

barvariasi, ada yang berasal dari Samarinda, Bontang, Balikpapan, Sangata, bahkan turis mancanegara.

Objek wisata yang dikelola Yayasan Lanjong itu, memiliki beberapa wahana menarik. Diantaranya adalah *Mini Zoo* yang di dalamnya terdapat berbagai hewan-hewan yang langka dan dilindungi. Selain *Mini Zoo*, di Ladaya juga terdapat rumah-rumah kayu dan rumah adat yang dijadikan tempat penginapan. Tempat ini dinamakan odah rehat (dalam bahasa Kutai yang berarti tempat istirahat). Rumah-rumah kayu tersebut dibangun di atas kolam buatan dan terlihat sangat tradisional. Biasanya odah rehat yang tersusun berjejer tersebut dijadikan *background* untuk berfoto oleh para pengunjung karena arsitekturnya yang unik. Wisata lain yang tidak kalah seru ialah arena *outbound* yang terdiri atas *flying fox*, *paint ball*, jembatan tali, panjat dinding, dan lain sebagainya. Di waktu-waktu tertentu, terdapat pula pertunjukan-pertunjukan kesenian yang diadakan di Ladaya. Salah satunya adalah acara Lanjong *Art Festival* yang mengadakan event ekshibisi, lomba, festival dan *workshop* seni budaya berskala internasional.

Konsep wisata dengan menggabungkan unsur budaya, hiburan dan alam membuat tempat wisata ini memiliki potensi yang tinggi sebagai destinasi wisata di kota Tenggarong, mengingat tidak adanya mal dan minimnya tempat hiburan di Tenggarong. Harganya yang terjangkau juga membuat tempat wisata ini sangat cocok untuk dijadikan pilihan berekreasi bersama keluarga untuk *refreshing*.

Namun sayangnya potensi tersebut belum dikenal luas karena tidak didukung dengan pengelolaan identitas visual yang baik. Berdasarkan observasi lapangan secara langsung, identitas visual yang dimiliki Ladaya belum konsisten. Hal tersebut terlihat dari penerapan desain pada logo, kartu nama, papan pintu masuk, dan peta yang berbeda, tidak terintegrasi dan tidak memiliki satu kesatuan yang utuh yang sesuai dengan citra Ladaya. Hal tersebut menyebabkan identitas visual brand menjadi susah diingat dan dikenali.

Padahal *brand awareness* dan pengakuan akan sebuah *brand* dapat lebih mudah dicapai dengan adanya identitas visual yang gampang diingat dan langsung dikenali (Wheeler, 2013). Kotler dan Waldemar (2010) juga mengatakan bahwa rendahnya *brand awareness* dapat disebabkan oleh beberapa faktor penting yang salah satunya adalah karena kurang tepatnya penggunaan *brand identity* sehingga belum dapat menarik perhatian konsumen (dalam Tanuatmadja, 2014, p.2). Menurut Wheeler (2006), *visual brand identity* sangatlah penting keberadaannya, terutama sebagai sarana untuk mengkomunikasikan visi dan misi sebuah *brand*, sekaligus menjadi salah satu komposisi penting dalam mengenalkan *brand* agar selalu menjadi pilihan utama konsumen. *Visual*

*brand identity* juga harus mampu merepresentasikan emosi yang terkandung di dalam sebuah *brand* yang kemudian diwujudkan dalam bentuk logo, warna, elemen grafis, dan *font* yang saling terintegrasi dan selalu digunakan secara konsisten. Melalui teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerapan identitas visual yang buruk dapat berdampak negatif dan mempengaruhi citra atau *image* Ladaya sebagai objek wisata. Hal tersebut juga akan berimbas pada tingkat loyalitas pengunjung objek wisata Ladaya.

Selain masalah identitas visual, kendala lain yang dihadapi Ladaya adalah masalah *sign system* sebagai media informasi. Menurut Sumbo Tinarbuko (2012), pembuatan *sign system* yang baik adalah harus memenuhi 4 (empat) kriteria: mudah dilihat, mudah dibaca, mudah dimengerti dan dapat dipercaya. Dalam penempatan dan pembuatannya, *sign system* harus mudah diakses oleh orang, memiliki tingkat keterbacaan yang baik, dapat dipahami dengan benar dan informasinya tidak menyesatkan (p.13).

Namun hingga kini Ladaya belum memenuhi standar tersebut. Hal itu dapat terlihat dari penempatan denah peta yang tidak tepat dan berjumlah sedikit, tingkat keterbacaan *signage* atau papan penunjuk arah yang rendah, sulit dimengerti, tidak strategis serta tidak ada informasi tentang spesifikasi hewan di area *mini zoo*. Berdasarkan masalah tersebut, pengunjung sering kali tersesat, kurang teredukasi dan tidak bisa menikmati potensi yang dimiliki wisata Ladaya secara maksimal. Berikut adalah kutipan dari beberapa ulasan yang menyinggung mengenai kurangnya *sign system* sebagai media informasi yang ada di Ladaya.

*“Masih dalam tahap pengembangan tanpa informasi tentang waktu sampai kapan? Lokasi agak susah ditemukan, parkir luas, akses masuk murah, fasilitas publiknya baik, punya tema unik terutama untuk miniatur rumah ladangnya, minim penunjuk arah dan denah. Sementara tiga bintang, semoga cepat berbenah.”* (Jara Kada, Google Maps, 2017).

*“Cukup tropik banget, panas. Entrance area kurang pohon. Tidak ada arah panah darimana mesti memulai kunjungan...”*. (Slamet Sunaryo, Google Maps, 2017)

Berdasarkan permasalahan di atas maka perlu dilakukan pembentukan identitas Ladaya serta *sign system* yang tepat guna. Identitas visual dan *sign system* yang mengedepankan unsur komunikatif, modern dan terintegrasi sesuai dengan citra Ladaya diharapkan dapat memvisualisasikan potensi Ladaya sebagai objek wisata yang berkualitas. Dengan adanya perancangan identitas visual dan *sign system*, Ladaya dapat mengakomodasi kebutuhan pengunjung akan informasi dan membangun kepercayaan pengunjung dalam hal kenyamanan berwisata. Hal tersebut juga dapat mendorong jumlah wisatawan yang datang dan berpotensi menjadikan Ladaya

sebagai destinasi wisata pilihan wisatawan. Perancangan identitas visual dan *sign system* ini memiliki tujuan:

- a. Menciptakan identitas visual baru yang menarik, konsisten dan sesuai dengan citra yang ingin dibangun Ladaya.
- b. Merancang *sign system* yang efektif dan tepat guna agar dapat mengakomodir kebutuhan informasi pengunjung Ladaya.

## Metode Pencarian Data

Data dikumpulkan secara langsung dari objek penelitian dengan metode observasi melalui berbagai media, baik cetak maupun non cetak seperti internet dan dengan metode wawancara juga digunakan pada metode ini

### Data Primer

- a. *Interview* dan wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara berkomunikasi dan berinteraksi langsung dengan objek penelitian. Wawancara dilakukan secara terstruktur dan sistematis, sehingga dapat menggali data dengan optimal. Objek wawancara adalah pemilik atau pengelola wisata Ladaya, pengunjung objek wisata, serta narasumber yang dianggap dapat memberi informasi atau masukan yang dapat bermanfaat untuk perancangan ini.

- b. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Pengamatan dilakukan dengan mengamati secara langsung objek-objek wisata yang ditawarkan dan disediakan Ladaya. Selain itu observasi juga bisa dilakukan dengan mengamati kompetitor sejenis di daerah lain.

### Data Sekunder

- a. Kepustakaan

Metode pengumpulan data akan dilakukan secara sistematis dan sumber-sumber datanya berasal dari berbagai macam media cetak seperti buku, koran, majalah, maupun jurnal.

- b. Internet

Metode ini dilakukan dengan mencari data-data referensi dari internet mengenai perkembangan wisata, media promosi, teori dan standarisasi *sign system*, data contoh objek wisata dengan *signage* yang efektif serta teori tentang identitas visual. Selain itu data tersebut juga bisa mencakup artikel atau komentar-komentar seseorang tentang wisata Ladaya secara subjektif.

- c. Dokumentasi Data

Metode dokumentasi data yang dilakukan adalah mengumpulkan dokumen dengan memotret, mencatat, mengamati yang kemudian dijadikan acuan dalam mendesain.

## Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode analisis 5W+1H, yaitu: *Who, What, Where, When, Why dan How*. Problematika yang dibahas meliputi:

1. *What?*

- Apa itu Ladaya Tenggara?
- Apa saja fasilitas yang ditawarkan Ladaya?
- Apakah identitas visual Ladaya sudah sesuai dengan citra Ladaya?

2. *Who?*

- Siapa yang bertanggung jawab dalam mengelola identitas visual dan sign system Ladaya, sehingga belum konsisten dan sesuai dengan citra Ladaya?
- Siapa pengunjung objek wisata Ladaya?

3. *Where?*

- Dimana letak objek wisata Ladaya Tenggara?
- Dimana saja lokasi peletakan sign system yang ada di Ladaya?

4. *When?*

- Sejak kapan Ladaya Tenggara dibuka sebagai objek wisata?

5. *Why?*

- Mengapa Ladaya Tenggara membutuhkan perancangan identitas visual dan sign system yang baru?
- Mengapa penempatan sign system masih belum efektif dan membingungkan para pengunjung?

6. *How?*

- Bagaimana sejarah berdirinya Ladaya ?
- Bagaimana kondisi identitas visual dan sign system yang ada di Ladaya sekarang?
- Bagaimana tanggapan masyarakat tentang identitas visual dan sign system yang dimiliki Ladaya sekarang ?

## Konsep Perancangan

Perancangan ini memuat identitas visual yang konsisten dan sesuai dengan citra Ladaya dengan tujuan untuk menunjukkan identitas Ladaya Tenggara sehingga mudah dikenali oleh masyarakat luas sebagai salah satu tempat wisata yang menyenangkan dan terpercaya. Perancangan diharapkan mampu meningkatkan *brand awareness* yang dapat meningkatkan pemasukan objek wisata Ladaya. Perancangan dilakukan dengan pemilihan media komunikasi yang tepat dan penggunaan gaya desain yang modern, menarik dan mengandung ciri khas Ladaya sendiri. Secara garis besar media yang akan digunakan meliputi: logo, kartu nama, seragam, brosur, daftar harga, *ID card* dan tiket masuk.

Selain itu ada pula perancangan *sign system* pada Ladaya yang berfungsi untuk memberikan informasi dan mengarahkan pengunjung ketika berwisata di Ladaya. Pemilihan media meliputi peta lokasi, penunjuk arah dan signage. Perancangan *sign system* dibuat dengan desain yang mudah terbaca, mudah dipahami dan menarik.

## Konsep Kreatif

### Identitas yang Ditonjolkan

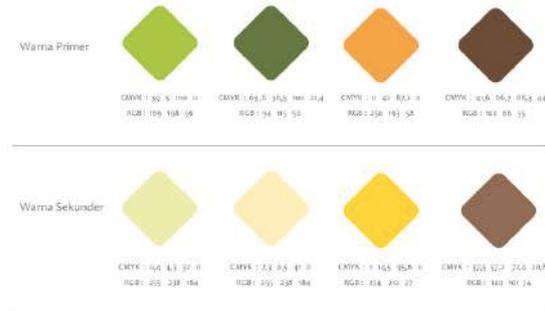
Ladaya sebagai objek wisata yang berpotensi di Tenggara ingin di anggap sebagai sebuah tempat wisata atau rekreasi yang kaya akan pengetahuan budaya Kutai dan alam seperti namanya “Ladang Budaya”. Ketika para wisatawan datang berlibur ke Ladaya, wisatawan dapat bersenang-senang sambil menambah pengetahuan mereka tentang budaya Kutai dan mendekatkan diri mereka dengan alam.

### Citra Visual yang Ingin Ditampilkan

Sesuai dengan identitas yang dibangun dan ingin ditonjolkan, citra yang ingin ditampilkan secara visual adalah bahwa Ladaya merupakan tempat wisata menyenangkan yang memperkenalkan budaya Kutai dan keindahan alam kepada para wisatawannya. Oleh karena itu identitas visual dan *sign system* di desain agar memiliki kesan menyenangkan, dan tidak terlepas dari unsur alam dan budaya Kutai. Kesan menyenangkan digunakan karena identik dengan karakter sebuah objek wisata yang merupakan tempat untuk bersenang-senang dan *refreshing*. Kemudian digunakan visual unsur alam dan budaya karena hal tersebut merupakan identitas utama yang ingin di tonjolkan dari Ladaya

### Warna

Warna dasar yang dipilih adalah warna hijau, jingga, dan coklat. Warna tersebut dipilih karena filosofinya menurut Rustan (2017) sesuai identitas yang ingin di tonjolkan Ladaya. Menurut Rustan (2017), warna hijau memberikan kesan asri, tenang dan unsur alam yang kental sesuai dengan keindahan alam yang ingin ditonjolkan Ladaya. Sedangkan warna jingga merupakan gabungan antara merah dan kuning. Warna jingga melambangkan kebahagiaan, kegembiraan, kehangatan dan semangat para pengunjung ketika berwisata di Ladaya. Dan warna coklat dekat dengan kesan tradisi dan budaya, cocok untuk mengkomunikasikan sisi seni dan budaya yang dimiliki Ladaya.



Gambar 1. Color palette yang Digunakan

### Tipografi

Jenis huruf yang digunakan untuk logo atau *letter marks* adalah *typeface* sans serif yaitu: Zuidoer Postduif. Alasan menggunakan huruf tersebut adalah karena memiliki karakteristik bentuk yang menyerupai lekungan pada motif dayak yang menonjolkan sisi budaya, selain itu kesan yang dimiliki huruf tersebut juga ramah dan santai, sesuai dengan citra visual yang ingin dibangun.

Sedangkan untuk *body text* atau *typeface* sekunder digunakan huruf sans serif yaitu Candara. *Typeface* Candara dipilih karena memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi, sesuai digunakan untuk teks yang panjang dan penulisan pada *sign system*. Selain itu juga ada pula *typeface* alternatif yaitu Beauty Rains yang menyerupai tulisan tangan dan memiliki kesan bebas, cocok digunakan untuk menonjolkan kesan alam pada citra Ladaya.



Gambar 2. Typeface yang Digunakan

## Proses Desain

### Bentuk Visual

Pembuatan logo dimulai dari penciptaan konsep dan indentifikasi visual yang kemudian dijadikan acuan dalam pembuatan logo. Gambar visual yang digunakan sebagai *logogram* antara lain adalah *Odah Rehat* khas Ladaya. *Odah Rehat* di pilih karena merupakan fasilitas yang paling khas dan terkenal di Ladaya. Kemudian untuk menonjolkan sisi budaya dan alam, maka digunakan visual motif dan tarian khas Dayak serta gambar daun atau pepohonan.



Gambar 3. Referensi Visual

### Desain Final Logo



Gambar 4. Desain Final Logo

Desain logo final ini menggabungkan beberapa bentuk visual diantaranya: 3 buah segitiga berwarna hijau yang mempresentasikan bentuk *odah rehat* khas Ladaya. Di lain sisi bentuk tersebut juga mempresentasikan bentuk daun yang untuk mewakili unsur alam yang dimiliki Ladaya. Bentuk visual yang berikutnya sosok wanita yang sedang menari tarian Dayak dan bentuk motif pakis khas suku Dayak. Kedua bentuk tersebut digunakan untuk mewakili kekayaan kebudayaan khas Kutai yang dimiliki Ladaya. Untuk memberikan kesan yang menyenangkan, ditambahkan bentuk visual percikan di kedua sisi yang mempresentasikan kemeriahan dan kebahagiaan ketika para pengunjung berkunjung ke

Ladaya. Pada *logotype*, *typeface* "Ladaya" diberikan efek melengkung agar terlihat lebih santai dan memperkuat kesan "menyenangkan".

### Elemen Desain



Gambar 5. Elemen Desain Ladaya

### Pengaplikasian Desain dalam Identitas Visual



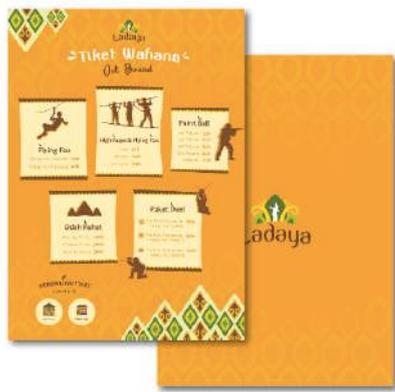
Gambar 6. Kartu Nama



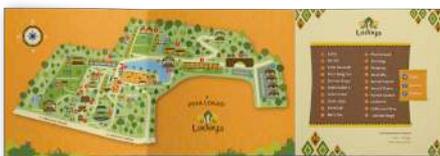
Gambar 7. Tiket Gelang



Gambar 8. Name Tag



Gambar 9. Daftar Harga Tiket Wahana



Gambar 10. Daftar Harga Tiket Wahana



Gambar 11. Seragam Pegawai



Gambar 12. Merchandise Pin



Gambar 13. Merchandise Gantungan Kunci



Gambar 14. Merchandise Kipas



Gambar 15. Pengaplikasian Identitas Visual Lodaya

**Pengaplikasian Desain dalam *Sign System***



**Gambar 16. Desain Peta Lokasi Lodaya**



**Gambar 19. Mock Up Peta Lokasi Lodaya**



**Gambar 17. Sign Board Peta Lokasi Lodaya**



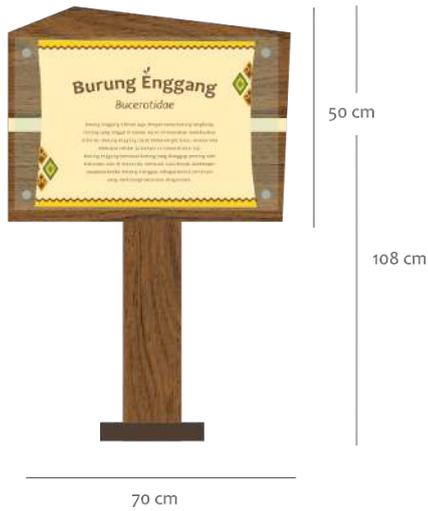
**Gambar 20. Desain Way Finding Lodaya**



**Gambar 18. Mekanisme Material Sign Board**



**Gambar 21. Mock Up Way Finding Lodaya**



Gambar 22. Desain Information Sign board Mini Zoo dan Patung Kesenian Ladaya



Gambar 23. Mock Up Desain Information Sign board Mini Zoo dan Patung Kesenian Ladaya



Gambar 24. Desain Identification Sign Board



Gambar 25. Mock Up Identification Sign Board



Gambar 26. Desain Information Sign Board

Information Sign Board bersifat replaceable. Pengumuman atau informasi yang ingin disampaikan dapat diaplikasikan dalam bentuk media cetak poster berukuran A3 dan kemudian dipasang pada acrylic frame yang telah tersedia.



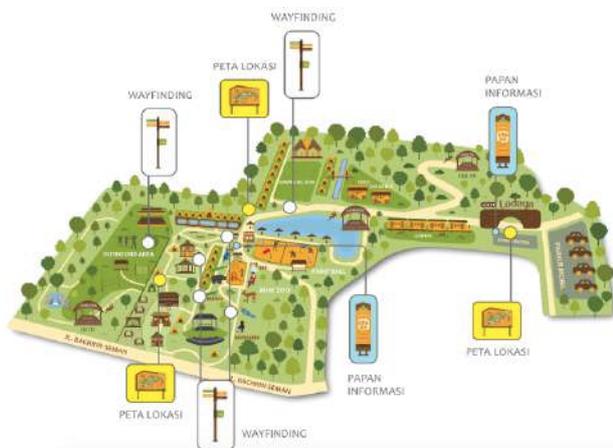
Gambar 27. Mock Up Information Sign Board



Gambar 28. Desain Commercial Sign Ladaya



Gambar 29. Mock Up Commercial Sign Ladaya



Gambar 30. Lokasi Penempatan Sign System



Gambar 31. Graphic Standard Manual

## Kesimpulan

Keberadaan identitas visual bagi Ladaya sangat penting sebab menjadi sarana dalam memvisualisasikan potensi yang dimiliki sebagai objek wisata sekaligus mengkomunikasikan visi dan misi. Perancangan identitas visual dalam sebuah objek wisata juga mendukung terciptanya daya tarik sebuah objek wisata di mata wisatawan. Selain memiliki pengelolaan identitas visual yang baik, kebutuhan informasi bagi para wisatawan juga perlu diperhatikan agar perjalanan wisata menjadi maksimal.

Ladaya yang memiliki konsep wisata menggabungkan unsur budaya, hiburan dan alam membuat tempat tersebut memiliki potensi yang tinggi sebagai destinasi wisata di kota Tenggarong. Keberadaan objek wisata tersebut dapat membantu sektor perekonomian kota Tenggarong sendiri. Sangat disayangkan bagi Ladaya hingga kini belum memiliki identitas visual dan *sign system* yang dapat mengkomunikasikan potensi yang dimilikinya.

Perancangan ini dibuat sebagai jawaban untuk mengatasi masalah tersebut. Perancangan identitas visual dan *sign system* ini meliputi pembuatan logo baru, kartu nama, *ID card*, *price list*, brosur panduan, seragam, peta lokasi, *way finding*, *commercial sign*

dan *information & identificational sign board* yang menerapkan kekonsistenan dan kesesuaian dengan citra Ladaya. Diharapkan melalui perancangan ini, Ladaya dapat mengakomodasi kebutuhan pengunjung akan informasi dan membangun kepercayaan pengunjung dalam berwisata.

## Saran

Perancangan identitas visual dan *sign system* merupakan langkah awal untuk membangun *brand awareness* dan menjadikan Ladaya sebagai destinasi wisata pilihan ketika berkunjung ke Tenggarong. Untuk mendukung identitas visual dan *sign system* itu, Ladaya juga perlu melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan media yang efektif dan komunikatif. Kegiatan promosi tersebut diharapkan membuka peluang bagi Ladaya untuk masuk ke pasar yang lebih luas lagi.

## Daftar Pustaka

- Abdullah, R., & Roger Hubner. (2006). *Pictograms, Icon & Sign: A Guide to Information Graphics*. Singapore: Tames and Hudson.
- Bayahsud, Ahmad (2015, 28 Desember). Ladaya, Lokasi Liburan Keluarga Paling Menyenangkan. *Tribunkaltim.co*. Retrieved November 05, 2017 from <<http://kaltim.tribunnews.com/2015/12/28/Ladaya-lokasi-liburan-keluargapaling-menyenangkan>>
- Clifton, R. (2009). *Brands and Branding, The Economist*. London: Profile Books Ltd.
- Follis, John and Dave Hammer. (1979). *Architectural Signing and Graphics*. London: Whitney Library of Design.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Online*. (n.d.). Objek Wisata. Retrieved February 1, 2018, from <<http://kbbi.kata.web.id/objek-wisata/>>
- Kabupaten Kutai Kertanegara*. (2017). Retrieved November 11, 2017 from [http://www.kutaiartanegara.com/wisata/index.php?menu=Biro\\_Perjalanan](http://www.kutaiartanegara.com/wisata/index.php?menu=Biro_Perjalanan)
- Kusrianto, A. (2004). *Tipografi Komputer untuk Desainer Grafis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Maryani, E. (1991). *Pengantar Geografi Pariwisata*, Bandung: Jurusan Pendidikan Geografi FPIPS IKIP.
- Morioka, Adams & Terry Stones. (2008). *Color Design Workbook: A Real-World Guide to Using Color in Graphic Design*. USA: Rockport Publishers.
- Pollet, Dorothy & Peter C. Haskell. (1979). *Sign System for Libraries: Solving the Wayfinding Problem*. New York & London: R.R Bowker Company
- Pratama, Dhony. (2016). Ladaya – Ladang Budaya Tenggarong. Retrieved November 05, 2017 from <<http://dhonypratama.com/Ladaya-ladang-budaya-tenggarong>>
- Rustan, Suriyanto. (2017). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sawa, B. B. (2014, June 3). Teori Tipografi Jenis Huruf Part 1. *dumetschool.com*. Retrieved March 11, 2018, from <<https://www.dumetschool.com/blog/Teori-Tipografi-Jenis-Huruf-Part-1>>
- Tanuatomaja, Yunita. (2014). *Perancangan Branding "Marilyn's Cake" Surabaya*. Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra Surabaya, Indonesia. Vol 1, No 4, Agustus, 2014. Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Tinarbuko, Sumbo. (2012). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Wheeler, Alina. (2006). *Designing Brand Identity : A Complete Guide to Creating, Building, and Maintaining Strong Brands*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Wheeler, Alina. (2013). *Designing Brand Identity : An essential guide for the whole branding team*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Widiartato, H. Y. (2017, November 29). Jokowi: Masyarakat Sekarang Belanja Pengalaman, Bukan Barang. *Kompas.com*. Retrieved February 9, 2018, from <<http://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/29/141613626/jokowimasyarakat-sekarang-belanja-pengalaman-bukan-barang>>