

Perancangan Grafis Pada Tshirt Bertema Antikorupsi Untuk Remaja Dewasa

Jeffry Pranata Gosaly
Program Studi, Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Kristen Petra
Email: jejepranatag@gmail.com

Abstrak

Sebuah perancangan dengan media utama grafis pada *tshirt*. Perancangan ini diadaptasi dari bentuk-bentuk tindak pidana korupsi. Pada tema yang diangkat kemudian divisualkan menjadi tokoh tikus yang serakah, gaya *tshirt* juga disesuaikan dengan remaja dewasa, yang menjadi sasaran perancangan. Perancangan ini dibuat dengan tujuan mengajak remaja dewasa semakin peduli terhadap isu tindak pidana korupsi dan juga ikut menyuarakannya. Karena remaja dewasa merupakan konsumen terbesar dari keseluruhan pasar yang ada.

Kata kunci : Tshirt, Antikorupsi, Korupsi, Ilustrasi, Politik, Remaja, Anak Muda.

Abstract

Title: Graphic Tshirt Design about Anti-Corruption for Young Adult

Graphic Design Graphic Tshirt Design about Anti-Corruption for Young Adult A design with graphic tshirt as primary media. This design is adapted from many forms of corruption criminal act. This topic is visualized as a greedy rat character. The style of the tshirt is adjusted for young adults, who became the target of the design.

The purpose of this design is inviting young adults to be more concerned with the corruption issue and also participating in speaking it up. Because young adults are the biggest consumers of the entire market. Keyword : Tshirt, Anticorruption, Corruption, Illustration, Politic, Youth, Adult.

Keyword : Tshirt, Anticorruption, Corruption, Illustration, Politic, Youth, Adult.

Pendahuluan

Distro atau *distribution store* merupakan toko distribusi yang menjual berbagai produk. Jadi, peranannya adalah sebagai distributor. Sedangkan *clothing* adalah produsen yang memproduksi sendiri semua produk mereka dengan label sendiri pula. Sebuah *clothing* bisa memiliki toko sendiri atau hanya sekedar menitipkan produk mereka ke *distro*. Produk suatu *clothing* bermacam-macam terutama berhubungan dengan kehidupan anak muda pada umumnya seperti kaos, kemeja, jaket,

kebanyakan menjual produk *fashion*. Dalam perkembangannya, *distro* mencakup pengertian sebagai distributor dan *clothing* karena *distro* merupakan tempat menjual produk-produk *clothing*.

Perkembangan *distro* sangat erat kaitannya dengan kreativitas anak muda dalam mendesain produk untuk komunitas anak muda itu sendiri. *Distro* tidak bisa lepas dari kreativitas dan komunitas, sehingga mereka rajin membuat desain produk baru dan melakukan kegiatan promosi yang berhubungan dengan komunitasnya, seperti

mensponsori pertunjukkan, pentas musik, perlombaan, bazar dan lain-lain. (“Mengenal Distro dan Clothing”, 2017, par 3-6)

Distro sekarang ini merupakan bisnis yang sudah menjamur dikalangan masyarakat, baik dikelola oleh kalangan dewasa maupun anak muda. Banyak produk menarik yang mereka tawarkan dari topi, jaket, sepatu, dan pakaian lainnya. Barang yang paling sering kita jumpai pada sebuah distro adalah *Tshirt*. Banyak desain menarik pada *Tshirt* yang distro tawarkan. Baik desain yang mengedepankan estetika seperti *Tshirt* polos, typography, visual atau campuran keduanya. Selain itu desain *Tshirt* juga mengandung pesan-pesan seperti unsur sosial budaya, politik, kebangsaan, menghibur dan lain sebagainya.

Tshirt mengandung pesan yang sering ditemui adalah *Tshirt* berunsur sosial budaya, atau kebangsaan. *Tshirt* bertema politik juga marak di anak-anak muda, salah satu contoh *Tshirt* Brand *Tshirt* kebanyakan masih mengangkat hal positif biasanya kata-kata yang memotivasi, belum banyak brand *Tshirt* yang mengangkat isu politik. Sedangkan isu politik di Indonesia saat ini sangat mendominasi pemberitaan di media dan membuat masyarakat resah. Salah satu isu politik yang mendominasi telinga masyarakat saat ini adalah isu korupsi dikalangan pejabat dewan rakyat dan pemerintahan Republik Indonesia

Data dari penyidikan kasus korupsi dalam empat tahun terakhir pada 2014 ada 56 kasus korupsi. Kemudian naik pada 2015 menjadi 57 kasus, dan pada 2016 naik lagi menjadi 99 kasus. Tidak heran kondisi pemerintah yang korup menyebabkan Indonesia menempati peringkat ke-90 dari 176 negara dengan skor CPI 36. Survei tersebut dilakukan oleh Lembaga Transparency International (TI), yang merilis data dari 176 negara. (“Kasus Korupsi di Indonesia dalam 3 Tahun Terakhir”, 2017, p. 3)

bertema politik adalah *merchandise* dari Sahabat ICW (Indonesia *Corruption Watch*).

Brand *Tshirt* lain yang marak dimasyarakat diantaranya Dagadu Yogyakarta, Dagadu adalah sebuah merek dagang berupa suatu rancangan grafis yang dibuat pada cenderamata, terutama baju atau kaos. Produk-produk Dagadu mengangkat tema-tema yang berkaitan dengan budaya dan keunikan Yogyakarta dalam konsep lucu tapi cerdas. Selain Dagadu, Brand *Tshirt* Damn! I Love Indonesia adalah sebuah brand lokal yang mempromosikan Indonesia. DAMN! I LOVE INDONESIA berupaya menginspirasi generasi muda Indonesia agar semakin mencintai budaya dan sejarah Indonesia, serta terus menumbuhkan kembali rasa bangga, cinta, semangat dan patriotisme generasi muda terhadap Indonesia dengan cara yang revolutionary

Kasus korupsi sudah lama menjadi luka yang tidak terobati bagi bangsa ini. Berbagai lembaga masyarakat, pemerintahan, organisasi sosial maupun media massa baik online maupun offline sering menyuarakan anti korupsi. Namun demikian usaha ini belum menekan angka kasus korupsi di Indonesia. Hal ini mengakibatkan setiap individu dalam masyarakat sebagian besar menjadi apatis bahkan permisif.

“Sikap apatis dan permisif masyarakat terhadap korupsi bisa juga disebabkan respon masyarakat yang biasa-biasa saja terhadap kasus korupsi karena mereka tidak merasakan langsung dampaknya” (Abraham Samad, 2012). Dampak dari korupsi tidak dirasakan langsung bagi sebagian kalangan masyarakat, hal inilah yang membuat sebagian orang tidak begitu peduli dengan isu politik terlebih isu kasus korupsi.

Pada perancangan ini akan dibuat sebuah brand *Tshirt* yang berusaha menunjukkan pesan politik terlebih pada anti korupsi yang tidak terlalu penggiat politik. Sehingga anak muda tidak enggan lagi menggunakan *Tshirt* yang menyuarakan politik.

Perancangan grafis pada *Tshirt* bertema Antikorupsi ini bertujuan untuk mengajarkan remaja untuk ikut menyuarakan anti korupsi sehingga ketika dewasa nanti mereka akan memiliki etika dan perilaku yang baik dan memiliki kepercayaan pada publik yang tinggi.

Metode Perancangan

Dalam sebuah perancangan dibutuhkan sumber yang dapat dipercaya dan akurat. Data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung. Data ini merupakan hasil dari wawancara dengan pihak yang berhubungan dengan permasalahan ini seperti psikologi / aktifis antikorupsi / penggiat distro / desainer *Augmented Reality*.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang didapatkan secara tidak langsung dengan khalayak perancangan. Biasanya data sekunder berupa data tertulis seperti literatur atau sumber tulis lainnya. Data sekunder merupakan data tertulis yang mendukung data primer sehingga memiliki argument yang lebih kuat. Pada umumnya berypa buku atau melalui internet, seperti teori-teori yang mendukung data-data. Buku yang dimaksud seperti media cetak bisa berupa jurnal, majalah, koran, kamus, ensiklopedia, dll. Sedangkan internet yang dimaksud seperti halnua artikel-artikel yang ditulis di internet, e-book,

perancangan desain serupa oleh orang lain dan lain-lain.

Alat Pengumpulan Data

Merupakan media yang digunakan dalam pengumpulan dan menyimpan data yang didapat, adapun alat yang digunakan dalam perancangan ini sebagai berikut:

- a. Alat tulis berupa pulpen dan buku catatan untuk mencatat segala macam informasi yang didapat saat wawancara dengan narasumber yang bersangkutan.
- b. Kamera sebagai alat dokumentasi untuk menyimpan gambar atau data visual. Selain itu untuk pengumpulan foto atau video sebagai bukti dari hasil wawancara. Foto-foto tersebut digunakan sebagai refrensi visual dalam pembuatan perancangan kampanye sosial.

Metode Penelitian

Dalam perancangan ini proses analisis dilakukan dengan menggunakan metode perancangan kualitatif yaitu melalui proses wawancara dan pengamatan langsung di lapangan. Tetapi hal ini akan lebih ditekankan kepada proses wawancara langsung kepada koresponden agar data yang diperoleh lebih detail dan informative.

Dalam hal ini menggunakan metode 5W + 1H dengan perincian:

1. What : variasi desain grafis apa saja yang dapat diangkat sesuai tema antikorupsi?
2. Who : Siapa yang mennjadi target perancangan grafis *Tshirt* ini?
3. Why : Mengapa perancangan grafis mengajarkan antikorupsi perlu dirancang?
4. When : Kapan brand perancangan grafis *Tshirt* ini *launching*?
5. Where : Dimana brand perancangan grafis *Tshirt* ini *launching*?
6. How : Bagaimana metode, tahapan, konsep kreatif brand perancangan grafis *Tshirt* ini *launching*?

Perancangan ini berupa grafis pada *Tshirt* yang akan mengenalkan dan mengedukasi anak muda usia 19-25 tahun tentang pentingnya untuk menyuarakan antikorupsi.

Grafis pada *Tshirt* ini akan menggunakan Augmented Reality pada beberapa *Tshirt*, sehingga target anak muda diharapkan tertarik dengan fitur yang baru pada pakaian mereka.

Pada konten *Tshirt*, akan memasukan unsur antikorupsi sebagai salah satu *sounding* bentuk dukungan kepada lembaga antikorupsi di Indonesia. Desain juga akan menampilkan sindiran kepada para pemerintah yang memakan uang rakyat.

Estetika akan sangat diperhatikan dalam pembuatan grafis *Tshirt* ini, mulai dari typography yang menarik dan juga grafis visual berupa ilustrasi yang akan menjadi kekuatan daya tarik *Tshirt*.

Konsep Ide Brand

Dalam perancangan ini dibuat sebuah brand yang bernama 'BERKOAR', filosofi menjadi sebuah nyawa yang penting bagi sebuah brand. Muncul dari kegelisahan akan persoalan terhadap politik terlebih pada isu tindak pidana korupsi. 'BERKOAR' lahir dengan sebuah filosofi untuk berani mengungkapkan isi hati, berani menyuarakan apa yang dirasa hati nurani ini benar, tidak hanya diam saja dan berharap semua akan indah dengan sendirinya. Nama 'BERKOAR' tidak menggunakan istilah-istilah lain atau bahasa luar negeri karena dirasa nama yang menggunakan bahasa Indonesia akan lebih mudah dimengerti orang selain itu juga lebih dekat dengan target audience dan isu yang diangkat seputar permasalahan negara yang khusus pada korupsi negara. 'BERKOAR' juga kata ajakan atau kata perintah untuk setiap kita yang 'BERKOAR' juga akan mengajak orang lain untuk 'BERKOAR' dan begitu seterusnya, pemaknaan ini juga digunakan pada media *Tshirt* dimana menggunakan efek domino.

Berasal dari 1 pemakai dan bisa berlipat ganda sebanyak orang seiring berjalannya waktu.

Dari filosofi inilah, kemudian dikembangkan menjadi ide-ide dalam bentuk visual logo. Penulisan logo menggunakan seluruh huruf yang terdapat pada 'BERKOAR', tidak menggunakan inisial atau berupa logo gram. Pada logo menggunakan logo type dengan menggunakan *typeface* seperti *brush*. Warna yang digunakan ada dua yaitu merah dan putih, warna-warna tersebut lebih menunjukkan rasa nasionalisme. Dari filosofi-filosofi tersebut, lahirlah logo 'BERKOAR'. Berikut adalah proses dari pembuatan logo 'BERKOAR'.



Gambar 1. Thumbnail logo BERKOAR



Gambar 2. Tighttissue Logo 'BERKOAR'

BERKOAR BERKOAR

kode warna : #cd1a1a
C : 13 M : 100 Y : 100 K : 4

Gambar 3. Final Logo ‘BERKOAR’

Konsep Pembuatan Ilustrasi T-shirt

Setelah proses riset dan analisa data yang dilakukan, maka dipilihlah tujuh tema dari tujuh jenis tindak pidana korupsi. Dari tujuh tema inilah direpresentasikan bentuk-bentuk korupsi yang sering terjadi sesuai tema masing-masing kedalam bentuk ilustrasi *Tshirt*. Pada konsep perancangan sudah dijelaskan secara singkat tentang ilustrasi pada *Tshirt* yang akan dibuat. Pada bab ini akan lebih dijelaskan pada proses produksi tahap demi tahap. Dari tujuh tema tindak pidana korupsi yang diangkat, maka dibuat beberapa konsep ilustrasi dan dari situ dipilih gambar yang paling menarik. Setelah ilustrasi dipilih langkah berikutnya adalah membuat sketsa atau thumbnail untuk mengatur komposisi mana yang dirasa paling baik. Thumbnail yang dipilih kemudian dilakukan proses *inking*, yaitu proses penebalan gambar menggunakan tinta supaya terlihat lebih jelas secara manual. Penggambaran ilustrasi dibedakan menjadi beberapa *layer* yang berbeda supaya memudahkan saat pembuatan animasi pada fitur *augmented reality*. Dari gambar-gambar tersebut dilakukan proses editing pada photoshop supaya perbedaan warna terlihat lebih kontras/jelas. Dan juga dilakukan proses mengatur *layout* serta memberikan *copywrite* supaya pesan yang dimaksud lebih mudah dipahami.



Gambar 4. Sketsa alternatif ilustrasi bagian 1



Gambar 5. Sketsa alternatif ilustrasi bagian 2



Gambar 6. Sketsa alternatif ilustrasi bagian 3



Gambar 7. Inking ilustrasi bagian 1



Gambar 8. Inking ilustrasi bagian 2

Konsep Pembuatan Packaging

Kemasan pada produk sangatlah penting karena menentukan keputusan target audience dalam membeli. Selain menjaga produk supaya tidak mengalami kecacatan, kemasan juga meningkatkan nilai jual sebuah produk. Konsep pembuatan kemasan dalam perancangan ini mengikuti desain dari brand BERKOAR, dimana warna yang digunakan kurang lebih merah, putih, hitam, dan terdapat semacam efek brush yang memberikan kesan dinamis. Bahan yang digunakan adalah amplop coklat yang kemudian ditempel oleh stiker, pada bagian stiker setiap kemasan akan berbeda mengikuti desain produk tshirt. Selain itu juga terdapat informasi edukatif seputar tindak pidana tersebut.



Gambar 9. Tampilan stiker untuk packaging bagian 1



Gambar 10. Tampilan stiker untuk packaging bagian 2

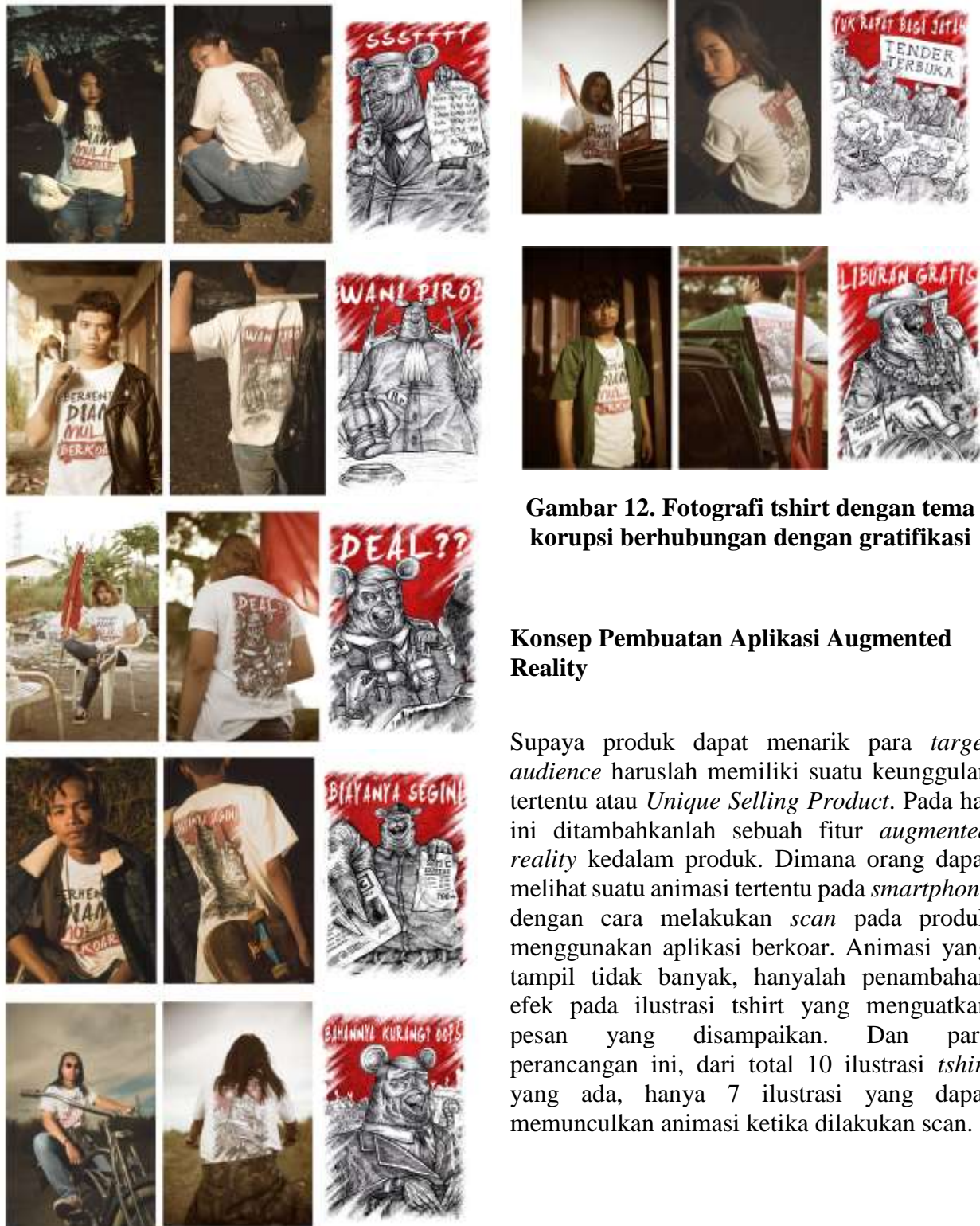


Gambar 11. Tampilan packaging stiker pada amplop

Konsep Pembuatan Fotografi dan Buku Katalog

Tentunya *tshirt* grafis sebagai produk *fashion* membutuhkan media pendukung supaya produk lebih terlihat jelas oleh *audience*. Fotografi digunakan untuk memperkenalkan produk kepada *audience*. Selain itu, fotografi gunakan juga untuk memperlihatkan komposisi antara *tshirt* dan ukuran tubuh ketika produk digunakan.

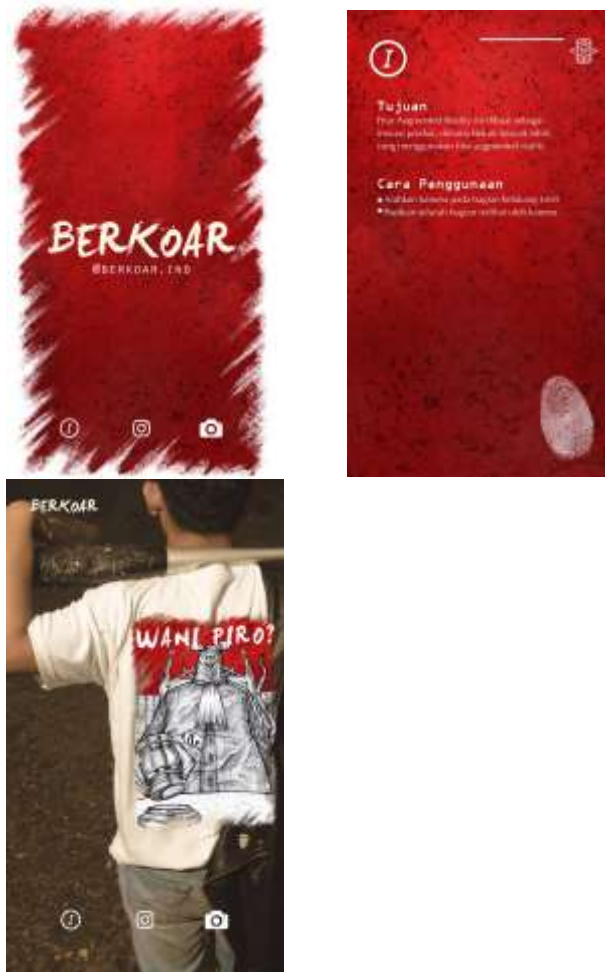
Dalam perancangan fotografi ini, menggunakan penggunaan warna-warna warm, yaitu kuning orang supaya foto lebih terasa dinamis. Selain itu, ekspresi dari para *talent* memperlihatkan kesan serius dan marah. Konsep fotografi yang dibuat menggunakan tujuh *talent* model dengan perpaduan empat pria dan tiga wanita. Pemilihan pria dan wanita juga menunjukkan bahwa produk dapat dipakai oleh gender apapun atau *unisex*. Fotografi ini diambil di dua setting tempat yang berbeda. *Setting* tempat yang pertama menunjukkan suasana gersang dan kering, lalu *setting* tempat berikutnya berada pada beberapa bangunan yang telah rusak sehingga suasana pemukiman yang kumuh lebih dapat, menggambar penderitaan masyarakat akibat dari korupsi.



Gambar 12. Fotografi tshirt dengan tema korupsi berhubungan dengan gratifikasi

Konsep Pembuatan Aplikasi Augmented Reality

Supaya produk dapat menarik para *target audience* haruslah memiliki suatu keunggulan tertentu atau *Unique Selling Product*. Pada hal ini ditambahkan lah sebuah fitur *augmented reality* kedalam produk. Dimana orang dapat melihat suatu animasi tertentu pada *smartphone* dengan cara melakukan *scan* pada produk menggunakan aplikasi berkoar. Animasi yang tampil tidak banyak, hanyalah penambahan efek pada ilustrasi tshirt yang menguatkan pesan yang disampaikan. Dan para perancangan ini, dari total 10 ilustrasi *tshirt* yang ada, hanya 7 ilustrasi yang dapat memunculkan animasi ketika dilakukan scan.



Gambar 11. Tampilan untuk aplikasi augmented reality

Konsep Pembuatan Sosial Media

Media sosial dibuat sebagai media pendukung kegiatan promosi, bisa dibilang katalog secara online yang dapat diakses oleh siapapun dimanapun dan kapanpun. Media sosial dapat mempermudah memperkenalkan brand karena tidak berbayar dan tidak memiliki batas, dapat juga berupa audio visual dll. Media sosial yang digunakan menyesuaikan target audience yang lebih sering pada media sosial Instagram, dimana Instagram menyebarkan informasi dengan lebih dekat dengan target audience.



Gambar 12. Akun Instagram BERKOAR

Kesimpulan

Dengan perancangan ini diharapkan empati masyarakat terutama generasi muda dapat mulai *tercolek* dan mulai peduli dengan masalah-masalah akibat tindak pidana korupsi yang ada disekitar kita dan menyuarakannya hingga orang lain ikut menyuarakannya kembali dan begitu seterusnya. Harapannya dari perancangan ini bisa menawarkan solusi mikro atas kurangnya awareness masyarakat terlebih generasi muda pada hal korupsi. Perancangan ini juga diharapkan dapat menjadi produk baru yang mewarnai industri fashion maupun gaya hidup anak muda masa kini dengan tema sosial.

Dengan mengerjakan secara utuh perancangan ini, penulis mengerti untuk selalu melakukan perhitungan yang detil dan matang untuk setiap perancangan. Entah itu dari segi perhitungan waktu, biaya, teknik pengerjaan yang dipilih, pemilihan *partner* yang sesuai dengan kemampuan mereka dalam pembuatan perancangan, cara berdialog dengan *partner* lain dalam pembuatan perancangan, hingga media-media yang digunakan sebagai alat bantu promosi. Pemilihan media yang dapat sangat membantu sebagai media utama namun juga dapat menjadi tidak berguna sama sekali ketika media yang dipilih tidak tepat.

Disamping tshirt grafis sebagai produk *fashion*, *brand* menjadi hal yang sangat penting dalam pembuatan perancangan. Dengan adanya *brand*, suatu produk akan lebih menonjol, memiliki ciri khas dari competitor lain dan kredibilitas produk menjadi lebih kuat. Setelah mempelajari tentang brand dan berbagai hal lain tentang desain pada saat dibangku perkuliahan, penulis merasa bahwa ilmu yang dulu diberikan sangat berguna dan dibutuhkan untuk menunjang proses pembuatan perancangan dan juga untuk profesi sebagai desainer.

Perancangan ini membuat penulis menyadari dan belajar banyak hal. Teknik cetak desain yang baru, teknik produksi, manajemen waktu yang baik, topik politik secara mendalam yang diangkat, dan lainnya. Banyak hal yang dibutuhkan untuk bisa menjadi desainer yang baik. Banyak juga yang harus dikorbankan, baik dari segi waktu, dan juga tenaga. Namun dalam perancangan ini penulis belajar desain tidak hanya tentang membuat sesuatu yang indah untuk dilihat, namun juga dapat berguna bagi banyak orang terlebih lagi dapat menyuarakan masalah dikalangan masyarakat, karena tidak sedikit anak muda yang acuh pada masalah disekitar mereka. Dan juga untuk menyelesaikan sebuah karya yang baik diperlukan kerja keras dan semangat yang besar

untuk membuat kualitas karya menjadi maksimal.

Saran

Pada perancangan ini, diperlukan perhitungan yang matang baik dari segi waktu, biaya, tenaga, dan lain-lain. Waktu yang banyak digunakan adalah pada saat pembuatan konsep ilustrasi diawal, sehingga penulis menyarankan kepada siapapun yang hendak membuat perancangan tshirt yang serupa untuk membuat timeline yang jelas sehingga jangka waktu proses pembuatan konsep dengan pembuatan karya dapat seimbang. Banyak hal juga yang meleset baik dari segi pra produksi, produksi, bahkan pasca produksi, dikarenakan hal-hal yang tidak terduga seperti cuaca, dan kepentingan pihak lain karena beberapa hal diserahkan kepada orang lain. Karena hal inilah perlu adanya proses kontrol yang baik dan dilakukan secara terus menerus, supaya semua tidak keluar dari jalur awalnya. Bagi sebagian *brand clothing* yang sudah mapan, dibentuknya sebuah divisi *quality control* menjadi hal yang sangat penting. Karena pada tahap tersebut banyak hal tak terduga yang terjadi.

Pada perancangan *tshirt* ini juga diperlukan biaya yang tidak sedikit, karena proses produksi yang banyak dan pembuatan media pendukung lainnya dimana memerlukan banyak pihak terkait dalam pembuatannya. Jadi untuk membuat sebuah brand yang baik diperlukan juga biaya yang besar dalam pembuatannya.

Dalam proses desain *tshirt*, diperlukan banyak pengetahuan akan topik yang diangkat, karena topik yang diangkat termasuk topik sensitif sehingga akan sangat beresiko bila pesan yang diangkat tidak sesuai atau ditangkap oleh *audience* dengan pesan yang berbeda. Supaya dalam pembuatan karya ilustrasi akan lebih mudah, perlu pengetahuan yang dalam, wawancara pada ahli dalam bidangnya, serta melakukan test pada pasar untuk minat *audience* dalam membeli.

DAFTAR PUSTAKA

- “Asa Generasi Muda untuk Inovasi Digital”. Jakarta : Indotelko. 2017
<<https://www.indotelko.com/kanal?c=bid&it=asa-generasi-muda-inovasi-digital>>
- Bhaskara, Ign. L. Adhi. *Sejarah Singkat Teknologi Augmented Reality*. Jakarta : tirtoid. 2016
<<https://tirtoid/sejarah-singkat-teknologi-augmented-reality-bogM>>
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2008
- “Fenomena Apatisme Masyarakat terhadap Politik di Indonesia”. *Sosial Politik Filsafat Universitas Gajah Mada*. 28, July, 2017.
<<https://sosialpolitik.filsafat.ugm.ac.id/fenomena-apatisme-masyarakat-terhadap-politik-di-indonesia/>>
- “ICW: Koruptor Rata-rata Divonis 26 Bulan Penjara”. *CNN Indonesia*. 4, Maret, 2017.
<<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20170304184616-12-197873/icw-koruptor-rata-rata-divonis-26-bulan-penjara>>
- “Ini Peringkat Korupsi di Indonesia dari 172 Negara di Dunia”. *Liputan6*. 6, Juli, 2017.
<<http://citizen6.liputan6.com/read/3012560/ini-peringkat-korupsi-di-indonesia-dari-172-negara-di-dunia>>
- “Kasus Korupsi di Indonesia dalam 3 Tahun Terakhir”. *Liputan6*. 9, Desember, 2017.
<<http://news.liputan6.com/read/3190046/kasus-korupsi-di-indonesia-dalam-3-tahun-terakhir>>
- “Mengenal Distro dan Clothing”. *CNN Indonesia*. 4, April, 2017.
<<https://student.cnnindonesia.com/edukasi/20170403111055-445-204501/mengenal-distro-dan-clothing/>>
- “Perkembangan Psikologi Remaja”. *BelajarPsikologi*.
<<http://belajarpsikologi.com/perkembangan-psikologis-remaja/>>
- “Potensi Indonesia Menjadi Negara Maju”. *Wartadinus*. 14, Mei, 2017.
<<http://wartadinus.com/2017/05/14/potensi-indonesia-menjadi-negara-maju/>>
- “Sepanjang 2016, Negara Rugi Rp. 3 Triliun Dari Kasus Korupsi”. *Tempo.co*. 4, Maret, 2017.
<<https://nasional.tempo.co/read/852637/sepanjang-2016-negara-rugi-rp-3-triliun-dari-kasus-korupsi>>
- Sri Rumini & Siti Sundari. *Perkembangan Anak & Remaja*. Jakarta : Rineka Cipta. 2004
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta, 2008
- Ramadhan, Bagus. *AR&Co Buktikan Bahwa Indonesia Unggul Dalam Teknologi Augmented Reality*. Jakarta : Good News from Indonesia. 2016
<<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2016/08/30/ar-co-buktikan-bahwa-indonesia-unggul-dalam-teknologi-augmented-reality>>