

SEMANGAT KEBINEKAAN DALAM VISUAL *LETTERING*

Naomi Prajogo D.¹, Andrian Dektisa H.², Bernadette Maer³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,
Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia
Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya, 60236
Email: naomipd16@gmail.com

Abstrak

Semangat kebinekaan merupakan suatu hal yang penting untuk dimiliki oleh seluruh masyarakat Indonesia. Kebinekaan merupakan jati diri Indonesia yang dapat mempersatu dan memperkuat bangsa Indonesia. Masyarakat Surabaya merupakan salah satu bukti nyata akan indahnya hidup menggaungkan kebinekaan. Sayangnya, masih banyak kota di Indonesia yang justru menjadikan kebinekaan alat untuk memecahbelah suatu kelompok. *Lettering* semangat kebinekaan masyarakat Surabaya dirancang agar semangat tersebut dapat menjadi contoh dan inspirasi bagi kota-kota Indonesia. *Target audience* perancangan adalah anak muda Indonesia yang aktif mengikuti *trend* dan menggunakan media sosial, khususnya Instagram. Dengan begitu, semangat kebinekaan masyarakat Surabaya dapat tersebar luas. Media utama merupakan kaos dan *tote bag*.

Kata kunci: Bineka, Surabaya, Visual *Lettering*, Kaos, *Tote Bag*

Abstract

Title: *The Spirit of Diversity in the Visual Lettering*

It is important that all Indonesian people have the spirit of diversity. Diversity is the core identity of Indonesia, which unites and strengthens the country. Surabaya people is the living proof that embracing diversity is beautiful. Sadly, there are many cities in Indonesia that use diversity as a tool to break the people's unity. Surabaya's spirit of diversity lettering is made to spread this spirit and inspire other cities in Indonesia. The target audience of this lettering is Indonesian youths who follow trends and active in social media, especially Instagram. Therefore, Surabaya's spirit of diversity can be known throughout the country. The main medias are t-shirt and tote bag.

Keywords: *Diversity, Surabaya, Lettering Visual, T-shirt, Tote Bag*

Pendahuluan

Masyarakat Surabaya adalah masyarakat yang terbuka dan egaliter. Salah satu faktor kuat yang menyebabkan hal tersebut adalah kemajemukan masyarakat Surabaya. Keguyuban masyarakat antar satu golongan dengan yang lain dapat dirasakan di Surabaya (Debray, 2004). Sudah terbukti bahwa terorisme, perbedaan pilihan politik, perbedaan latar belakang, dan banyak hal lainnya tidak dapat memecahkan semangat kebinekaan masyarakat Surabaya. Semangat kebinekaan masyarakat Surabaya dalam bentuk toleransi, kerukunan, dan solidaritas sudah diakui oleh banyak pihak, baik dalam kota Surabaya sendiri, luar kota, dan luar negeri.

Semangat kebinekaan sangat penting dijunjung karena dalam hidup di Indonesia, persatuan dalam kemajemukan adalah salah satu inti dari dasar negara Indonesia, Pancasila. Sila ketiga Pancasila adalah "Persatuan Indonesia." Begitu juga dengan semboyan Republik Indonesia, yaitu "Bhinneka Tunggal Ika," yang berarti "berbeda-beda tapi tetap satu jua." Persatuan di tengah perbedaan sudah menjadi jati diri Indonesia yang perlu dijunjung tinggi dan dipertahankan. Kesatuan berarti menghargai perbedaan, dan dapat memperkuat suatu komunitas atau kelompok. Hal ini terbukti dari apa yang telah dilakukan oleh masyarakat Surabaya dan dampak positif yang tercipta.

Kebanyakan kota-kota di Indonesia masih terdapat kasus intoleransi. Selama tahun 2017, tercatat ada 155 pelanggaran kebebasan beragama dan

berkeyakinan dari 29 provinsi di Indonesia (Aziz, 2018). Masih banyak kota di Indonesia yang dekat dengan pemberitaan dan kasus intoleransi. Kebinekaan justru dijadikan alat untuk memecah belah kesatuan Indonesia.

Maka dari itu, semangat kebinekaan masyarakat Surabaya patut diapresiasi agar dapat menjadi contoh dan inspirasi bagi kota-kota lainnya. Visual yang digunakan adalah *lettering* karena dengan kata-kata yang kuat dan gaya penulisan yang tepat, audiens dapat dengan cepat merasakan pesan yang disampaikan. Pemilihan media *merchandise* populer seperti kaos dan *tote bag* didasari dengan fakta bahwa kedua hal tersebut digemari anak muda karena sederhana dan praktis digunakan (Vitaarum, 2018). Isi pesan berupa kata-kata penting yang menjadi penyemangat dan pemersatu warga Surabaya dalam kebinekaan. *Target audience* adalah anak muda Indonesia agar seperti anak muda Surabaya yang suka menyuarakan pendapat dan berekspresi melalui media sosial. Dengan begitu, pesan semangat kebinekaan dapat tersebar dan menjadi pengaruh positif bagi banyak masyarakat Indonesia. Diharapkan perancangan ini tidak hanya menjadi bentuk apresiasi, namun juga dapat mengingatkan masyarakat Surabaya dan Indonesia bahwa semangat kebinekaan merupakan hal yang penting dalam hidup berbangsa dan bernegara.

Rumusan Masalah

Bagaimana memvisualisasikan semangat kebinekaan melalui visual *lettering*?

Tujuan Perancangan

Memvisualisasikan semangat kebinekaan melalui visual *lettering*

Batas Lingkup Perancangan

- Objek yang diteliti merupakan kegiatan dan usaha yang dilakukan oleh masyarakat dan pemerintah kota Surabaya dalam menjunjung semangat kebinekaan
- Objek yang dirancang adalah *lettering* yang diaplikasikan pada media kaos dan *tote bag*.
- Lokasi penelitian di Surabaya, Jawa Timur.
- *Target audience* merupakan anak muda Indonesia yang aktif mengikuti trend dan menggunakan Instagram

Metode Perancangan

Data Primer

- Data primer merupakan data-data yang didapatkan secara langsung dari sumber utama. Sumber data dapat berupa perorangan,

kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan semangat kebinekaan Surabaya.

Data Sekunder

- Data sekunder merupakan data-data yang didapatkan dari sumber yang sudah diolah oleh peneliti atau penulis lain. Sumber data dapat berupa artikel *online*, buku, dan foto.

Metode Analisis Data

Analisa data dilakukan dengan metode 5W+1H, dengan beberapa pertanyaan yang disusun sebagai berikut:

What

- Apa dampak positif dan pentingnya semangat kebinekaan?
- Apa usaha yang sudah dilakukan dalam menjunjung tinggi semangat kebinekaan?

Where

- Di mana saja semangat kebinekaan biasa dipraktikkan?

Who

- Siapa saja yang ikut ambil bagian dalam menjunjung tinggi semangat kebinekaan?
- Siapa saja yang dapat terpengaruh akan tingginya semangat kebinekaan?

When

- Kapan aksi solidaritas dilakukan?

Why

- Mengapa semangat kebinekaan perlu diapresiasi dan ada dalam hidup bernegara?

How

- Bagaimana masyarakat Surabaya mengekspresikan semangat kebinekaan dalam hidup berbangsa selama ini?

Landasan Teori

Tinjauan Kebinekaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ("Bineka," 2016), kata "bineka" didefinisikan sebagai "beragam; beraneka ragam." Dengan begitu, kebinekaan berarti keberagaman. Kata bineka berasal dari bahasa Sansekerta "bhinneka" dengan definisi yang sama. Kebinekaan sangat identik dengan Indonesia, dan merupakan jati diri bangsa Indonesia. Adanya suatu keragaman menunjukkan kekayaan budaya Indonesia (Dhewayani et al & Sofjan, 2017).

Semangat Kebinekaan

Salah satu definisi kata "semangat" dalam KBBI (Semangat, n.d.) adalah "nafsu (kemauan, gairah) untuk bekerja, berjuang." Maka dari itu kata

“semangat kebinekaan” berarti kemauan untuk memperjuangkan keberagaman.

Dengan “Bhinneka Tunggal Ika” sebagai semboyan negara Indonesia, diharapkan dapat memacu semangat persatuan masyarakat Indonesia di tengah segala keberagaman yang ada (Irmasari, 2017). Kebinekaan yang ada dapat memperkuat dan memperkaya suatu bangsa.

Tinjauan Lettering

Lettering merupakan suatu seni menggambar huruf atau kata-kata. Hal utama yang ditekankan dalam pembuatan *lettering* merupakan *style* yang bebas dan ketidaksempurnaan yang terlihat dalam karya *lettering*. Teknik *lettering* sudah dipakai selama puluhan tahun terakhir. Dengan begitu, otomatis banyak seniman-seniman *lettering* bermunculan dan menjadikan *lettering* sebagai pekerjaan. *Lettering* pada umumnya sebagai alat komunikasi dan dekorasi, dapat ditemukan di interior rumah makan, jendela-jendela toko, kemasan produk, iklan, dan media-media populer lainnya. (Instituto Monsa de Ediciones, 2016) Karya *lettering* dapat dibuat dengan beragam cara dan tidak terbatas, seperti umumnya sebuah kesenian yang dapat diciptakan melalui beragam cara dan media.

Karena dalam pembuatan *lettering*, huruf digambar satu per satu untuk menjadi sebuah kata atau karya, maka setiap hurufnya pasti tidak sama dengan yang lainnya. Ketidaksempurnaan tersebut merupakan ciri khas dan daya tarik karya *lettering*. Dalam *lettering*, ketidaksempurnaan dirayakan. (Winegeart, n.d.)

Konsep Perancangan

Perancangan *lettering* pada media kaos dan *tote bag* dibuat dengan harapan dapat menjadi media untuk mendorong dan menyuarakan kebanggaan akan semangat kebinekaan yang dimiliki anak muda Surabaya, sebagai kota dengan semangat kebinekaan. Dengan begitu, anak muda Surabaya dapat menjadi pengaruh positif bagi anak-anak muda di kota lain. Diharapkan anak-anak muda di kota lain pada akhirnya mempunyai semangat kebinekaan yang semakin kuat.

Konsep Perancangan

Tujuan Media

Tujuan dari penggunaan media dalam perancangan adalah sebagai alat untuk anak muda menggaungkan semangat kebinekaan. Dengan begitu, diharapkan anak muda Indonesia dapat menjadi pembawa pesan indah toleransi dalam lingkungannya.

Strategi Media

Kaos dan *tote bag* dipilih sebagai media utama karena ke dua hal tersebut saat ini banyak dipakai dan menarik untuk *target audience*. Selain itu, kemudahan dan efektivitas media juga dipertimbangkan dalam pemilihan tersebut. Satu media dengan media lainnya harus diselaraskan agar menjadi satu kesatuan dan menyampaikan pesan yang konsisten dan saling mendukung.

Target Audience

- Geografis:
Bertempat tinggal di Indonesia, khususnya di daerah perkotaan dengan tingkat kemajemukan yang tinggi dan kemajuan teknologi sudah diterima oleh masyarakat.

- Psikografis:
Senang mengikuti trend, mempedulikan citra diri, berjiwa nasionalisme, dan peduli isu sosial

- Demografis:
SES: A-C, pria dan wanita, dan berusia 20-35 tahun

- Behavioral:
Aktif menggunakan sosial media, suka membagikan cerita/pendapat melalui media sosial, menikmati konten baru dengan visual yang *modern*.

Pemilihan Media

Kaos, *tote bag*, dan Instagram

Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dari kampanye ini adalah untuk menunjukkan semangat, kebanggaan, dan keberanian masyarakat Surabaya dalam menggaungkan kebinekaan.

Strategi Kreatif

Untuk menyampaikan semangat, kebanggaan, dan keberanian masyarakat Surabaya dalam menggaungkan kebinekaan, *lettering* dirancang untuk memaparkan pesan-pesan tersebut. Pemaparan tersebut disampaikan baik melalui visual maupun kata-kata yang digunakan.

Isi Pesan (*What to Say*)

Isi pesan diambil dari semua data yang sudah terkumpul mengenai kebinekaan Surabaya, kebinekaan Surabaya, dan hasil wawancara. “Toleransi merupakan sesuatu perlu untuk dijaga, diperjuangkan, serta digaungkan” merupakan pesan yang hendak disampaikan kepada *target audience* dalam perancangan ini.

Bentuk Pesan (*How to Say*)

Bentuk pesan adalah pesan verbal sekaligus pesan visual. Pesan verbal tersebut akan dirancang menjadi sebuah visual yang kuat dan menarik. Gaya penyampaian merupakan gaya anak muda Surabaya, yang tegas dan berani, sehingga memacu semangat anak muda.

Program Kreatif

Tema Pesan (*Big Idea*)

Pesan-pesan mengenai semangat kebinekaan dikemas dalam visual lettering melalui media kaos dan *tote bag*. Keseluruhan perancangan diberi nama “Bineka, *Yo Ngene Iki!*” yang berarti, “Beragam, Ya Seperti Ini!” untuk menunjukkan kebanggaan anak muda Surabaya dalam hidup berbineka.

Strategi Penyajian Pesan

Pesan disajikan dengan visual yang tegas, berani, dan sederhana sehingga mudah dipahami dan menarik bagi anak muda. Kata-kata yang akan disampaikan dalam perancangan merupakan kata-kata yang tidak formal dan dekat dengan *target audience*.

Pengarahan Pesan Visual

Visual utama dalam kampanye semangat kebinekaan ini merupakan *lettering*, serta didukung dengan ilustrasi sederhana sebagai pelengkap dan penguat pesan. Gaya visual yang dipilih merupakan visual yang dinamis namun sederhana, tidak banyak detail. Warna-warna yang dipilih merupakan warna-warna kuat yang jika dipadukan mempunyai kontras yang tinggi antar satu warna dengan warna lainnya.

Penulisan Naskah

1. Kaos dan *tote bag*

Kata-kata yang dituliskan dalam media:

- *Urip iku kudu bineka!*
- *Gudhuk Indonesia lek gak bineka!*
- *Bineka, yo bangga rek!*
- *Bineka sampek matek*
- *Lek aku bineka, kon kate lapo?*
- *Bineka'o rek!*
- *Suroboyoku wani bineka!*

“*Urip iku kudu bineka!*” memiliki arti, “hidup itu harus beragam!” Kata-kata ini didapat dari kesimpulan hasil wawancara kepada anak muda Surabaya yang menyatakan bahwa dalam kehidupan, keberagaman itu pasti ada dan tidak bisa tidak. Maka dari itu, hidup itu harus menghargai kebinekaan, karena impian/ tujuan hidup yang tidak menghargai kebinekaan adalah impian/tujuan yang tidak masuk akal.

“*Gudhuk Indonesia lek gak bineka!*” merupakan sebuah kecaman kepada warga Indonesia yang belum hidup menghargai keberagaman. Kalimat tersebut berarti “Bukan Indonesia kalau tidak beragam!” yang mempunyai makna bahwa kalau ingin hidup tidak menghargai keberagaman, tidak usah tinggal di Indonesia. Makna lainnya, keberagaman merupakan jati diri Indonesia yang tidak bisa dihilangkan.

Dalam bahasa Indonesia, “*Bineka, yo bangga rek!*” berarti “Bineka, ya banggalah!” Kata “*bangga*” sering digunakan oleh bagian Humas Pemerintahan Kota Surabaya khususnya dalam media sosial dan juga acara-acara yang diadakan. Dalam *website* resmi (humas.surabaya.go.id) dan akun Instagram (@surabaya) milik Humas Pemkot Surabaya, nama yang dipakai sebagai *display name* adalah “Bangga Surabaya.” Pada tahun 2018, Kreavi, sebuah *platform* untuk para desainer Indonesia, juga pernah membuat “Kreavi Challenge” (program sejenis lomba) yang bertemakan “Surabaya Bangga.” Di tantangan tersebut, desainer diajak untuk membuat infografis data kota Surabaya, dalam rangka merayakan HUT Surabaya ke-723.

Ke empat, “*Bineka sampek matek!*” berarti “Beragam sampai mati!” Warga Surabaya terkenal sebagai orang-orang yang tidak takut mati, khususnya saat memperjuangkan sesuatu untuk Surabaya dan Indonesia. Hal ini sudah dikenal sejak momen keberanian *arek-arek Suroboyo* melawan sekutu Inggris pada tanggal 10 November 1945. “Beragam sampai mati!” mempunyai makna bahwa sampai mati keberagaman akan tetap dijaga, dan lebih baik mati memperjuangkan keberagaman daripada hidup tanpa menghargai keberagaman.

“Kalau aku beragam, kamu mau berbuat apa?” merupakan arti dari “*Lek aku bineka, kon kate lapo?*” Kalimat ini menunjukkan kesan berani untuk menghargai keberagaman tidak peduli apa yang akan dilakukan oleh orang lain. Inspirasi kalimat ini berasal dari kata-kata yang sering dilontarkan oleh para Bonek (pendukung Persebaya), “*Lek aku bonek, koen kate lapo?*” yang juga menunjukkan keberanian mereka akan menjadi bonek, terlepas dari citra negatif dan pandangan orang-orang pada umumnya.

Warga Surabaya suka mengganti akhiran “-lah” dengan “-o,” contohnya, “*makano,*” yang berarti “makanlah.” Kalimat “*Bineka'o rek!*” berarti “Beragamlah *rek!*” “*Rek*” sendiri merupakan panggilan orang-orang Surabaya kepada sesamanya, khususnya yang seumuran atau lebih muda dari mereka. “*Bineka'o rek!*” adalah ajakan dan upaya menularkan semangat kebinekaan.

“*Suroboyoku wani bineka!*” berarti “Surabayaku berani beragam.” Seperti yang telah disebutkan

sebelumnya, warga Surabaya terkenal akan keberaniannya. Kata “wani” sangat sering digunakan oleh warga Surabaya. Keberagaman merupakan sesuatu yang dijunjung warga Surabaya dengan berani.

2. Akun Instagram

Nama akun Instagram yang digunakan adalah @binekayongeneiki. Sebagai media publikasi utama, akun Instagram akan berisi beragam informasi. Informasi yang akan disampaikan adalah informasi mengenai kaos dan *tote bag*, serta semangat kebinekaan Surabaya. Pada bagian informasi mengenai semangat kebinekaan Surabaya akan dimasukkan ke dalam kolom yang dinamakan “*Kon eroh, ta?*” Selain itu juga akan ada bagian “*Bineka iku*” yang berisi mengenai cerita-cerita dan pendapat personal mengenai semangat kebinekaan dari *target audience*. *Hashtag* dipakai dalam Instagram adalah #BinekaYoNgeneIki dan #SuroboyokuWaniBineka. *Template story* yang dipakai untuk *target audience* menyalurkan semangat kebinekaan. Di dalamnya akan dituliskan, “*Iki caraku bineka*” dan lanjutannya akan dilanjutkan oleh *target audience*. Selain itu, ada *wallpaper* dengan karya *lettering* yang dibagikan melalui *story* Instagram.

Eksekusi Final Desain

Logo “Bineka, Yo Ngene Iki!”



Gambar 1. Logo

Kaos



Gambar 2. Kaos “Gudhuk” hitam



Gambar 3. Kaos “Urip” hitam



Gambar 4. Kaos “Bineka’o” hijau



Gambar 5. Kaos "Wani" hijau



Gambar 8. Kaos "Urip" putih



Gambar 6. Kaos "Matek" merah



Gambar 9. Kaos "Bangga'o" putih



Gambar 7. Kaos "Lapo" merah



Gambar 10. Foto kaos I



Gambar 11. Foto kaos II



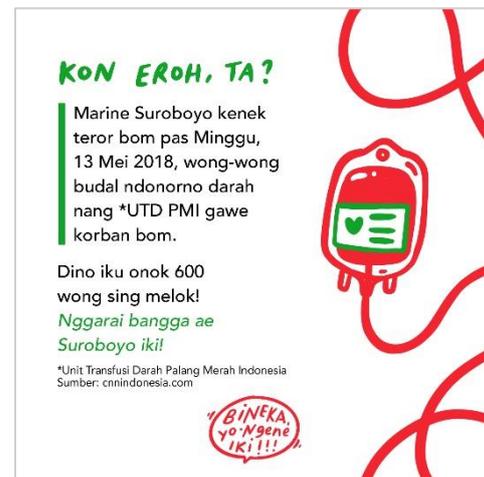
Gambar 12. Foto tote bag I



Gambar 13. Foto tote bag II



Gambar 14. Feed lettering



Gambar 15. Feed "kon eroh, ta?"



Gambar 16. Story Instagram I



Gambar 17. Story Instagram II

Penutup

Kesimpulan

Semangat kebinekaan masyarakat Surabaya sudah diakui dan terbukti nyata. Di tengah segala keberagaman yang ada, masyarakat Surabaya dapat menjaga kerukunan dan kerhamonisan dalam hidup bersama. Sayangnya, masih banyak kota-kota di Indonesia yang tidak mempunyai semangat kebinekaan seperti Surabaya. Dapat dikatakan bahwa Indonesia darurat toleransi. Kebinekaan yang seharusnya mempersatu dan memperkuat, justru digunakan untuk memecah belah kesatuan bangsa Indonesia.

Kebinekaan merupakan suatu hal yang tidak bisa lepas dalam hidup berbangsa. Masyarakat Indonesia mempunyai sangat banyak perbedaan latar belakang identitas. Seharusnya, keberagaman ini dimanfaatkan untuk memperkaya dan memperkuat bangsa Indonesia. Kebinekaan adalah jati diri Indonesia. Semboyan negara Indonesia adalah “Bhinneka Tunggal Ika,” yang memiliki arti, “berbeda-beda tetapi tetap satu jua.”

Maka dari itu, perancangan *lettering* semangat kebinekaan Surabaya dirancang agar semangat tersebut dapat menjadi contoh dan inspirasi bagi kota-kota lain di Indonesia. *Target audience* dari perancangan ini merupakan anak muda Indonesia, yang mengikuti *trend* dan aktif dalam media sosial. Dengan begitu, pesan semangat kebinekaan ini dapat

tersebar luas dan dilihat oleh banyak masyarakat Indonesia.

Perancangan *lettering* ini diberi nama, “Bineka, *Yo Ngene Iki!*” yang memiliki arti, “bineka, ya seperti ini!” Media-media yang dipilih dalam perancangan adalah kaos, *tote bag*, dan Instagram. Kaos dan *tote bag* sebagai media utama dirancang dengan visual *lettering*. *Lettering* tersebut berisi kalimat-kalimat mengenai semangat kebinekaan Surabaya dengan bahasa Suroboyoan.

Saran

Bagi pihak yang ingin melakukan perancangan dengan tema yang sama, terdapat beberapa saran agar perancangan mempunyai data yang kuat dan bentuk perancangan yang berbeda. Yang pertama, dalam bagian wawancara, perlu adanya keragaman identitas antara satu narasumber aktivis keberagaman dengan narasumber lainnya. Setidaknya, ada tiga agama berbeda yang dianut oleh para narasumber. Dengan begitu, data mengenai kebinekaan akan berasal dari banyak sudut pandang dan memperkaya data.

Kedua, *target audience* perancangan dapat berbeda, contohnya seperti anak-anak maupun orang dewasa (35 tahun ke atas). Semangat kebinekaan merupakan suatu hal yang perlu ditanamkan sejak dini kepada masyarakat Indonesia dan juga harus dipelihara selama masa hidup. Maka dari itu, *target audience* perancangan dengan tema semangat kebinekaan dapat ditujukan kepada berbagai kalangan.

Saran yang terakhir, perancangan kampanye dapat dirancang agar *target audience* lebih terlibat langsung. Contohnya seperti acara *fun run*, seminar, *workshop*, dan yang lainnya. Dengan begitu, *target audience* juga dapat saling berinteraksi. Kegiatan-kegiatan tersebut tentunya lebih baik dan efektif jika bekerjasama dengan komunitas, organisasi, atau perusahaan yang sudah biasa mengadakan kegiatan serupa. Selain itu, waktu pengadaan kampanye juga akan lebih baik apabila disesuaikan dengan momen-momen seperti Hari Pancasila, Hari Sumpah Pemuda (apabila *target audience* merupakan anak muda), Hari Toleransi Internasional, dan Hari Hak Asasi Manusia, agar momentum semangat kebinekaan lebih terasa.

Daftar Pustaka

Aziz, Munawir. (2018, November 30). Gempa Intoleransi Mengancam Indonesia. *Kompas*. Pesan disampaikan dalam <https://edukasi.kompas.com/read/2018/11/30/19280211/gempa-intoleransi-mengancam-indonesia>

Debray, Olivier. (2004). *Surabaya di luar bingkai*. CCCL Surabaya

Dhewayani, Jeanny dkk. & Sofjan, Dicky (Ed.). (2017). *Agama, Kebijakan Publik, & Transformasi Sosial di Asia Tenggara 2013-2016. Buku 1: Mengelola Keberagaman Agama* (1st ed.). Yogyakarta, Indonesia: Pustaka Sempu & Indonesian Consortium for Religious Studies.

Instituto Monsa de Ediciones. (2016). *Lettering: tips for creation*. Barcelona: Instituto Monsa de Ediciones

Irmasari, Dewi. (2018, June 3). Melihat 'Kitab' Sutasoma, Asal Muasal 'Bhinneka Tunggal Ika.' *Detik News*. Pesan disampaikan dalam <https://news.detik.com/berita/d-3519151/melihat-kitab-sutasoma-asal-muasal-bhinneka-tunggal-ika>

Semangat. (n.d.). In KBBI Daring. Pesan disampaikan dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/semangat>

Vitaarum, Wahyu. (2018, September 7). 5 Rekomendasi Tote Bag di Bawah Rp 200 ribu, Cocok bagi yang Gemar Tampil Simple Saat Traveling. *Tribun Travel*. Pesan disampaikan dalam <http://travel.tribunnews.com/2018/09/07/5-rekomendasi-tote-bag-di-bawah-rp-200-ribu-cocok-bagi-yang-gemar-tampil-simple-saat-traveling>

Winegeart, Caroline K. (n.d.). Hand-lettering, Calligraphy, Typography: What's the Difference? *Hand-lettering for Beginners*. Pesan disampaikan dalam <https://www.handletteringforbeginners.com/blog/lettering-calligraphy-typography>