

PERANCANGAN ENVIRONMENTAL GRAPHIC DESIGN DI KAWASAN KAMPUNG WISATA KREATIF CIGADUNG

IKHSANUDIN ALFATAKH¹, ADITYA JANUARSA²

1. Institut Teknologi Nasional Bandung
 2. Institut Teknologi Nasional Bandung
- Email: ikhsanudin.alfatakh@itenas.ac.id

ABSTRAK

Pariwisata kreatif merupakan salah satu strategi utama dalam pengembangan destinasi wisata berkelanjutan dengan menonjolkan kreativitas, budaya, dan aktivitas lokal sebagai daya tarik utama. Kampung ini memiliki 69 potensi wisata yang meliputi sektor fashion, kerajinan, kuliner, akomodasi penginapan, dan seni budaya, namun hanya 6 destinasi yang telah siap dan disepakati untuk dikembangkan, yaitu Rumah Batik Komar, RCK, Saung Kasep, Studio Rosid, Batik Cigadung, dan Batik Hasan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang Environmental Graphic Design (EGD) di kawasan KWK Cigadung sebagai solusi atas kurangnya sistem informasi yang jelas, seperti panduan arah lokasi dan informasi penting lainnya. Metode pengumpulan data menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur dan observasi. Perancangan EGD ini diharapkan dapat menyediakan sistem informasi yang terintegrasi, mudah dipahami, dan fungsional, sehingga memudahkan wisatawan dalam bernavigasi dan menjelajahi destinasi wisata lainnya di kawasan tersebut secara lebih efisien.

Kata kunci: *Environmental Graphic Design, KWK Cigadung, Pariwisata*

ABSTRACT

Creative tourism is one of the main strategies for developing sustainable tourist destinations by emphasizing creativity, culture, and local activities as its main attractions. This village boasts 69 tourism potentials, including fashion, crafts, culinary, lodging accommodations, and cultural arts sectors. However, only six destinations have been fully prepared and agreed upon for development: Rumah Batik Komar, RCK, Saung Kasep, Studio Rosyid, Batik Cigadung, and Batik Hasan. his research aims to design Environmental Graphic Design (EGD) in the KWK Cigadung area as a solution to the lack of clear information systems, such as location directions and other essential details. The data collection method employs a qualitative approach through literature studies and observations. This EGD design is expected to provide an integrated, easy-to-understand, and functional information system, enabling tourists to navigate and explore other destinations within the area more efficiently.

Keywords: *Environmental Graphic Design, KWK Cigadung, Tourism*

1. PENDAHULUAN

Kampung wisata kreatif dikenal sebagai salah satu bentuk pengembangan pariwisata yang berfokus pada partisipasi aktif masyarakat. Dalam konsep ini, sebagian besar kegiatan pembangunan dan pengelolaan destinasi wisata dilakukan oleh warga setempat, yang secara langsung terlibat dalam berbagai aspek pengembangan wisata tersebut (Pratiwi, 2021). Pariwisata merupakan sektor yang memiliki potensi besar sebagai salah satu sumber pendapatan daerah yang penting. Melalui upaya peningkatan pendapatan asli daerah, diharapkan program pengembangan dan pemanfaatan optimal sumber daya serta potensi wisata di wilayah tersebut dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi (David & Rosanto, 2023).

Environmental Graphic Design (EGD) merupakan representasi grafis di suatu lingkungan, yang meliputi papan informasi, sistem signage, serta ornamen yang diaplikasikan pada objek dua dimensi maupun tiga dimensi di sebuah bangunan (Masnuna 2021). Grafik lingkungan dirancang untuk menyampaikan informasi secara jelas dan efektif dengan pendekatan multidisiplin yang memadukan elemen desain, rekayasa, psikologi, ilmu komunikasi, serta aspek budaya (Masnuna 2021).

Signage adalah suatu mekanisme yang mengatur penyampaian informasi atau pesan tertentu melalui penggunaan simbol atau tanda sebagai media komunikasi. Sistem ini memiliki hubungan yang erat dengan elemen visual dan seringkali terintegrasi dengan unsur arsitektur sebagai wadah dari tanda tersebut. Sebagai bagian dari konsep wayfinding, signage berfungsi untuk membantu orang dalam menavigasi suatu area dengan mengikuti jalur yang telah ditentukan melalui panduan tanda-tanda tersebut (Nugraha and Wulandari 2023).

1.1 Identifikasi Masalah

1.1.1 Masalah Umum

Banyak wisatawan, baik lokal maupun mancanegara, belum mengetahui keberadaan Kampung Wisata Kreatif (KWK) Cigadung sebagai destinasi wisata unggulan. Meskipun kampung ini telah mendapatkan penghargaan dalam ajang Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2023.

1.1.2 Masalah Khusus

Lingkungan wisata belum dilengkapi elemen desain grafis, seperti papan penunjuk arah, signage, yang dapat memudahkan wisatawan berkeliling ke wisata yang ada di KWK Cigadung sekaligus memperkuat estetika visual kawasan. Hal ini membuat pengalaman wisatawan terasa kurang menarik dan informatif.

1.2 Tujuan Perancangan

Pembuatan *Environmental Graphic Design* (EGD) di Kampung Wisata Kreatif (KWK) Cigadung bertujuan untuk menghadirkan desain yang fungsional dengan menyediakan sistem informasi yang jelas, mudah dipahami, dan terintegrasi. EGD ini tidak hanya memudahkan wisatawan dalam bernavigasi di wisata KWK Cigadung, tetapi juga membantu mereka menjelajahi destinasi wisata lain yang ada di sekitarnya secara lebih efisien.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan yang mendalam untuk memperoleh pemahaman komprehensif terkait kebutuhan dan potensi kawasan Kampung Wisata Kreatif (KWK) Cigadung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur untuk menganalisis teori-teori dan referensi terkait *Environmental Graphic Design* (EGD),

kemudian informasi terkait KWK Cigadung, serta observasi langsung di beberapa titik wisata yang ada di kawasan KWK Cigadung. Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi lingkungan fisik, pola navigasi, kebutuhan informasi wisatawan, serta elemen-elemen lokal yang dapat diintegrasikan ke dalam desain EGD.

2.1 Observasi

Observasi dilakukan secara langsung dengan mengunjungi Wisata KWK Cigadung, untuk mengamati petunjuk, aktivitas, dan fasilitas yang tersedia di lokasi tersebut.

2.2 Studi Literatur

Studi literatur adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menelaah buku, artikel, atau jurnal yang relevan dengan topik Pariwisata, Environmental Graphic Design, dan KWK Cigadung.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Studi Literatur

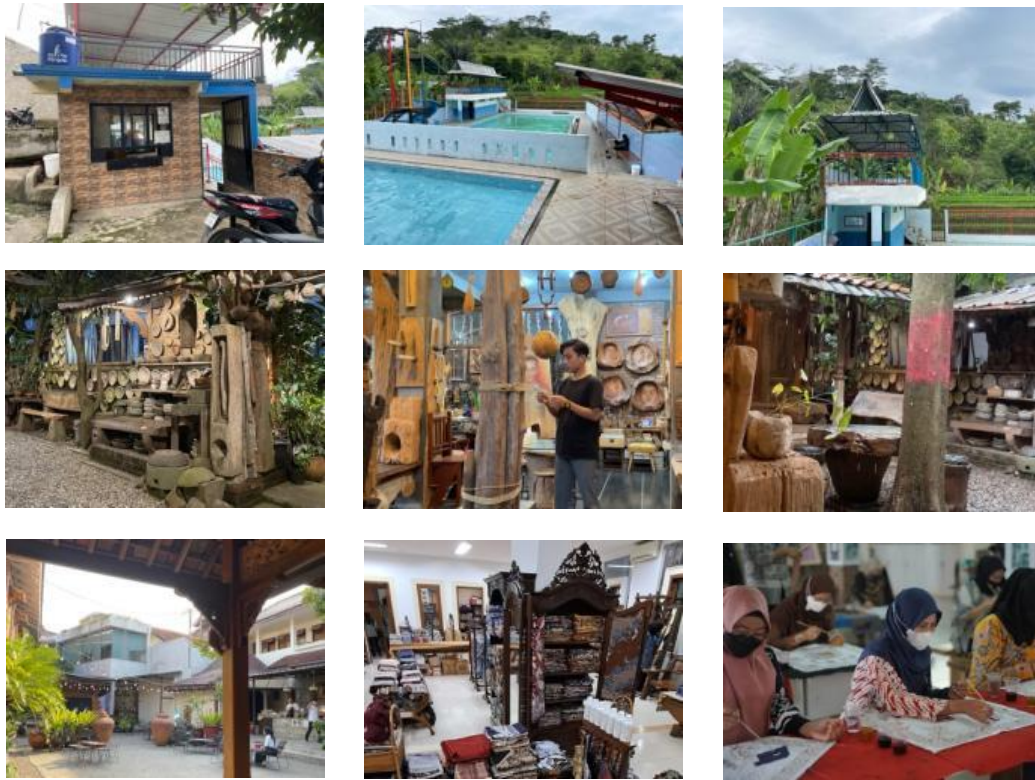
Kampung Wisata Kreatif Cigadung merupakan desa wisata yang berfokus pada wisata kreatif dan seni budaya dengan konsep *Community Based Tourism*/Pariwisata Berbasis Masyarakat, Kelurahan Cigadung berkembang dan menggali potensi daerahnya secara mandiri, yang dilakukan oleh masyarakat, tokoh masyarakat, dan kelompok penggerak pariwisata/komunitas yang bekerja sama dengan kewilayahan yaitu Kelurahan dan Kecamatan sampai lahirnya Kampung Wisata Kreatif Cigadung.

Kampung Wisata Kreatif Cigadung diresmikan pada 24 November 2020 bertempat di Kantor Kecamatan Cibeunying Kaler yang langsung dilakukan oleh Wali Kota Bandung, Oded M. Danial. Kampung Wisata Kreatif Cigadung memiliki sekitar 69 potensi wisata dan destinasi yang terdiri dari sektor fashion, kerajinan, kuliner, akomodasi penginapan, dan seni budaya. Namun, dari total potensi tersebut, baru 6 destinasi wisata yang telah siap dan disepakati untuk dikembangkan, yaitu Rumah Batik Komar, RCK, Saung Kasep, Studio Rosid, Batik Cigadung, dan Batik Hasan.

Sandiaga Uno meluncurkan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) yang bertema "Pariwisata Berkelas Dunia Untuk Indonesia Bangkit (*World Class Tourism*)". Penghargaan ini ditargetkan untuk diikuti oleh 4.000 desa wisata. Dengan menerapkan konsep *Community Based Tourism*, Kampung Wisata Kreatif Cigadung berhasil mendapatkan penghargaan 300 besar ADWI.

Penelitian sebelumnya dengan topik KWK Cigadung belum menjangkau pembahasan terkait *wayfinding* atau desain grafis secara keseluruhan. Sebagian besar penelitian lebih berfokus pada aspek pariwisata dan produk wisata yang ditawarkan.

3.2 Observasi



**Gambar 1. Observasi Batik Komar, Studio Rosid, Rancakalong
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)**

Tujuan observasi lapangan di Kawasan KWK Cigadung guna untuk memahami lebih kondisi keadaan sekitar dan tata letak secara keseluruhan.

Signage yang terpasang di beberapa area wisata KWK Cigadung terkesan sederhana dan sudah mulai usang. Penempatannya belum optimal, dengan informasi maupun regulasi yang minim, serta tampilan visual yang bervariasi akibat ketiadaan pedoman identitas visual yang konsisten.

3.3 SWOT

3.3.1 Strengths

- Memiliki 5 wisata seni budaya dan 1 wisata rekreasi,
- Lokasi yang berada di pusat kota, dan
- Tempat strategis seperti akses jalan yang memadai, suhu udara yang dingin, karena Cigadung termasuk daerah dataran tinggi.

3.3.2 Weaknesses

- Secara umum belum begitu dikenal karena banyaknya kompetitor yang sama menarik seperti KWK Braga,
- Kurangnya informasi mengenai KWK Cigadung, yang dapat menyebabkan wisatawan sulit untuk mencari tahu tentang wisata,

- Masih kurangnya sistem informasi atau petunjuk arah dari wisata satu dengan yang lain, dan
- *Signage* yang kurang optimal.

3.3.3 Opportunities

- Menjadi wisata edukasi,
- Mendapatkan penghargaan 300 besar ADWI (Anugerah Desa Wisata Indonesia) dari total 4.000 nominasi desa wisata di seluruh Indonesia.

3.3.4 Threats

- Banyaknya KWK di Bandung yang sudah dikenal lebih lama,
- Meskipun memiliki potensi besar, kurangnya promosi yang intens dan tepat sasaran dapat membuat Kampung Wisata Kreatif Cigadung tidak dikenal luas oleh wisatawan, dan
- Perubahan dalam preferensi dan minat wisatawan, seperti keinginan untuk berwisata ke tempat yang lebih modern atau teknologi tinggi, bisa mengancam daya tarik KWK Cigadung.

3.4 SWOT Matrix

Tabel 1. *SWOT Matrix*

SWOT	<i>Strenghts</i>	<i>Weaknesses</i>
<i>Opportunities</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan lokasi strategis di pusat kota dengan akses jalan yang baik untuk mendukung promosi wisata. • Mengembangkan wisata seni budaya sebagai daya tarik edukasi berbasis komunitas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang <i>Environmental Graphic Design</i> (EGD) untuk mengatasi minimnya informasi dan signage. • Menonjolkan penghargaan ADWI 300 besar melalui media informasi seperti EGD untuk meningkatkan daya tarik.
<i>Weaknesses</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan suhu udara yang dingin dan pemandangan kawasan yang asri untuk bersaing dengan destinasi lain. • Mengintegrasikan wisata seni budaya untuk mempertahankan daya tarik di tengah perubahan tren wisatawan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan EGD untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik kawasan dalam menghadapi kompetitor yang lebih dikenal. • Mengatasi kurangnya promosi dengan EGD yang efektif untuk menarik perhatian wisatawan.

3.5 Problem Statement

Minimnya sistem informasi yang komprehensif di KWK Cigadung menyebabkan wisatawan kesulitan menemukan destinasi lain di kawasan tersebut.

3.6 Problem Solution

Penggunaan sistem *Environmental Graphic Design* bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai KWK Cigadung melalui berbagai media tanda, seperti *maps directory*, papan petunjuk arah (*directional signage*), dan papan identitas (*identification signage*).

3.7 Target Audiens

3.7.1 Demografis

- Usia: 25-45 tahun (generasi milenial dan Gen Z yang umumnya lebih tertarik dengan pengalaman unik dan autentik),
- Pekerjaan: Pekerja kantoran, profesional, wirausahawan, dan mahasiswa (memiliki waktu luang dan minat untuk berwisata),
- Pendapatan: Menengah dan Menengah ke atas (mampu membiayai perjalanan wisata).

3.7.2 Geografis

- Wilayah Asal: Kota Bandung, Kabupaten Bandung,
- Preferensi Destinasi: Menyukai destinasi wisata yang unik, autentik.

3.7.3 Psikografis

- Minat terhadap budaya lokal, seni, dan kerajinan tangan,
- Ingin merasakan pengalaman tinggal seperti warga lokal,
- Suka berbagi pengalaman di media social,
- Mencari pengalaman baru dan unik belajar tentang budaya dan sejarah.

3.7.4 Teknografis

- Pengguna Media Sosial.

3.8 Personifikasi Target

Alfin adalah seorang mahasiswa berusia 25 tahun yang merantau ke Kota Bandung untuk melanjutkan studi di salah satu universitas ternama. Sebagai seorang mahasiswa yang tinggal jauh dari kampung halamannya, Alfin sering meluangkan waktu untuk menjelajahi berbagai tempat wisata yang unik dan autentik di sekitar Bandung dan sekitarnya. Ia sangat tertarik dengan budaya lokal, seni, dan kerajinan tangan, serta menikmati pengalaman yang dapat membawanya lebih dekat dengan kehidupan masyarakat setempat. Sebagai Gen Z, Alfin aktif di media sosial dan senang berbagi pengalaman perjalanannya dengan teman-teman serta pengikutnya. Ia selalu mencari destinasi wisata yang menawarkan pengalaman berbeda, seperti mengunjungi tempat yang kaya akan sejarah dan budaya lokal, atau mencoba aktivitas yang melibatkan seni tradisional. Dengan pendapatan dari beasiswa dan pekerjaan sampingan, Alfin mampu membiayai perjalanannya dan sering mencari destinasi yang dapat memberikan pengalaman baru serta memperluas pengetahuan tentang kebudayaan Indonesia.

3.9 Insight Target

Needs (Kebutuhan):

Wisawatan membutuhkan sistem informasi yang jelas, terintegrasi, dan mudah dipahami untuk mempermudah navigasi di destinasi wisata.

Fears (Ketakutan):

Wisatawan khawatir akan kesulitan menemukan arah atau informasi di destinasi wisata yang kurang terorganisasi.

Wants (Keinginan):

Menyediakan papan informasi untuk memudahkan wisatawan dalam berwisata di KWK Cigadung

Dreams (Mimpi):

Mendapatkan rasa nyaman, dan kemudahan melalui sistem informasi serta petunjuk arah yang jelas, yang akan mempermudah pengunjung dalam menjelajahi tempat wisata dan menemukan destinasi lainnya di sekitar kawasan KWK Cigadung.

3.10 Message Planning

3.10.1 What to Say

“Mudah Menjelajahi KWK Cigadung”

“Mudah Menjelajahi KWK Cigadung” berarti memberikan pengalaman wisata yang nyaman dan terarah bagi pengunjung melalui sistem informasi yang jelas dan terintegrasi. Dengan dukungan *Environmental Graphic Design* (EGD), wisatawan dapat dengan mudah menemukan lokasi destinasi, berpindah antar tempat dengan petunjuk arah yang informatif, serta mengakses berbagai fasilitas tanpa kebingungan. Hal ini menciptakan pengalaman menjelajah yang praktis, aman, dan menyenangkan di kawasan Kampung Wisata Kreatif Cigadung.

3.10.2 How to Say

Merancang *Environmental graphic design* dengan pendekatan Wayshowing, Wayfinding dan Signage sebagai upaya untuk meningkatkan rasa nyaman dan mudah wisatawan saat berwisata di KWK Cigadung dengan memberikan informasi dan petunjuk arah yang jelas.

3.10.3 Creative Approach

Perancangan *Environmental Graphic Design* di kawasan KWK Cigadung mengadaptasi unsur-unsur khas dari wisata yang ada, menciptakan keselarasan visual sekaligus membangun identitas unik yang merepresentasikan karakter destinasi tersebut.

3.11 Strategi Komunikasi Lasswell Model

Who: Pokdarwis KWK Cigadung

Say What: “Mudah Menjelajahi KWK Cigadung”

In Which Channel: Menyampaikan informasi melalui sistem *Environmental graphic design* di area KWK Cigadung

To Whom: Ditujukan kepada wisatawan yang Minat terhadap budaya lokal, seni, dan kerajinan tangan

With What Effect: Wisatawan yang berkunjung ke KWK Cigadung tidak perlu lagi merasa kebingungan, karena dengan adanya sistem informasi dan petunjuk arah yang jelas. Sehingga dapat membantu dan memudahkan aktivitas para wisatawan di KWK Cigadung dengan begitu wisatawan akan merasakan pengalaman yang nyaman dan mudah.

3.12 Strategi Media

Media utama berupa *Environmental Graphic Design* sebagai pusat informasi seperti peta lokasi, identifikasi, dan penunjuk arah untuk ke lokasi yang akan dituju.

3.13 Perancangan Visual

3.13.1 Tone and Manner

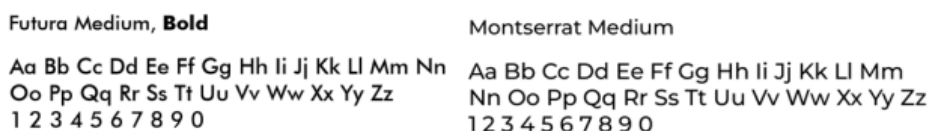
Tradisional: Memadukan warna khas dan ornamen beberapa wisata stempat.

Kontemporer: Pendekatan ini memberikan sentuhan masa kini dengan aplikasi bentuk yang simpel dan geometris. Penggunaan beberapa *font* Sans Serif, "Futura dan Montserrat", merupakan perwujudan gaya desain kontemporer yang menonjolkan unsur inovatif yang relevan dari perkembangan zaman.

3.13.2 Color Palette dan Typography



Gambar 2. Color Palette
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)



Gambar 3. Typography
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

3.13.3 Logo



Gambar 4. Logo
(Sumber: Instagram KWK Cigadung, 2025)

Logo sendiri guna untuk memperkuat identitas ataupun mewakili KWK Cigadung, serta berfungsi sebagai aset visual yang dapat digunakan dalam berbagai format dan media.

3.13.4 Pictogram



Gambar 5. Pictogram Batik Komar
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)



Gambar 6. Pictogram Studio Rosid
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)



Gambar 7. Pictogram RCK
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Pictogram adalah sebuah simbol-simbol yang sering digunakan dalam signage untuk memudahkan pengertian dan navigasi.

3.13.5 Material Signage

ACP (*Aluminum Composite Panel*)

Material ACP konstruksi yang terbuat dari kombinasi antara panel aluminium dengan bahan komposit Tahan Cuaca dan Suhu Ekstrem, Tahan Karat dan Korosi, Tahan Goresan dan Benturan Ringan, ACP memiliki ketahanan terhadap beberapa bahan kimia ringan.

Stiker Oracal

Bahan stiker oracal tahan terhadap berbagai cuaca termasuk hujan, ataupun panas dan durabilitas cukup bertahan lama.

Ketebalan

Kerangka menggunakan besi *hollow* 3x1 cm dipadukan dengan *concrete based*.

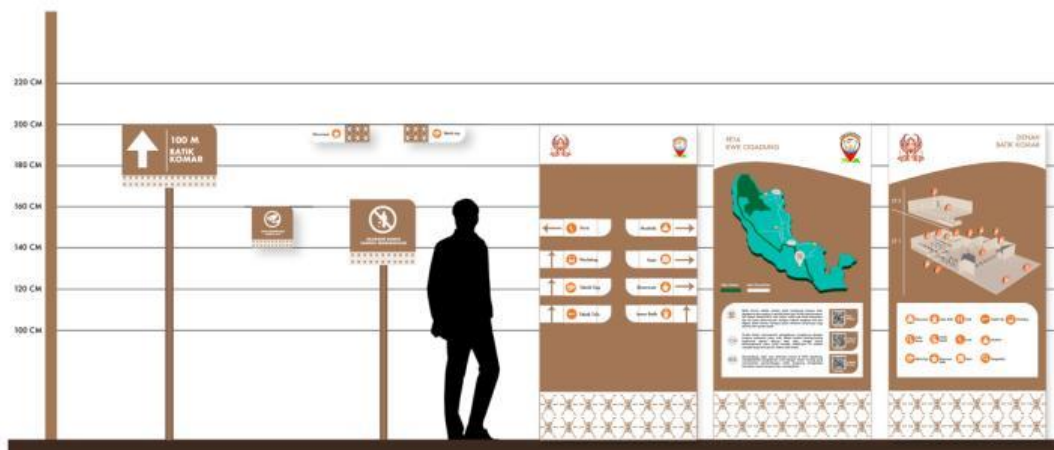
3.13.6 Directory Signage



Gambar 8. Directory Signage (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Directory signage adalah jenis papan petunjuk atau informasi yang berfungsi untuk membantu pengguna menemukan lokasi atau tujuan tertentu di suatu area.

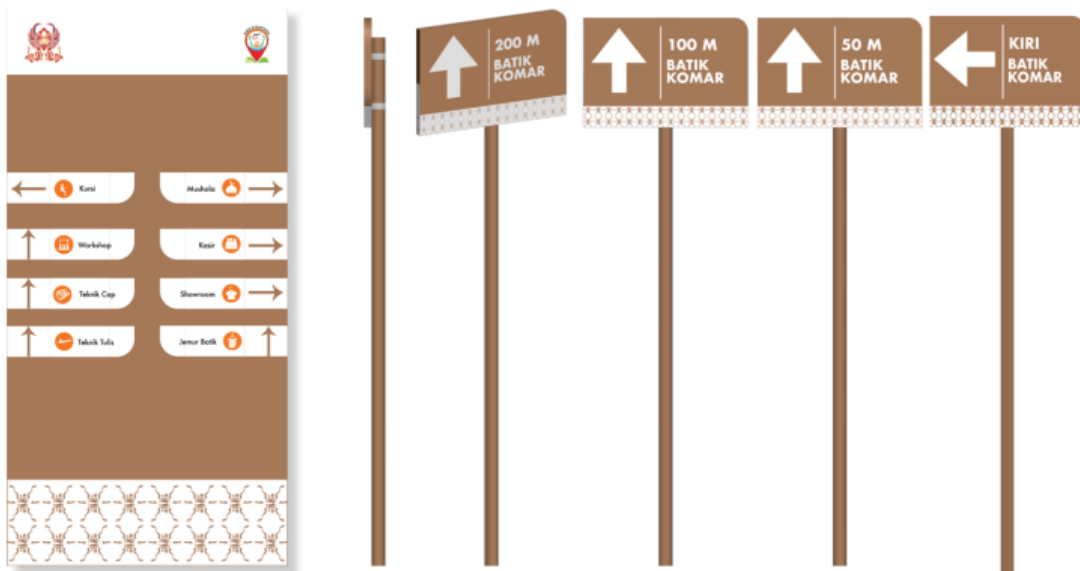
3.13.7 Signage Topology



Gambar 9. Signage Topology
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Signage topology mengacu pada strategi penempatan dan pengaturan ketinggian antara wisatawan dan signage di suatu area, dengan tujuan utama meningkatkan kemudahan dan efisiensi navigasi bagi para wisatawan.

3.13.8 Directional Signage



Gambar 10. Directional Signage
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Directional signage biasanya digunakan untuk petunjuk arah atau membimbing orang-orang menuju lokasi atau arah tertentu. Tujuannya adalah untuk memudahkan wisatawan dalam menemukan destinasi dengan lebih efisien dan tanpa kesulitan.

3.13.9 Identification Signage



Gambar 11. Identification Signage
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Identification signage bertujuan untuk mengidentifikasi suatu tempat, lokasi, ataupun dapat digunakan sebagai penanda fasilitas umum yang berada di wisata yang sedang dituju untuk membantu wisatawan dalam mengidentifikasi sebuah tempat.

3.13.10 Regulation Signage



Gambar 11. Regulation Signage
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

Regulation signage sebuah informasi yang bertujuan untuk memastikan kejelasan dan peraturan yang ada dalam wilayah wisata.

3.13.11 Test



Gambar 12. Testing Kepada Target Audiens
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pada tahap ini, tes di uji cobakan kepada target audiens secara langsung dengan menggunakan *Graphic Standard Manual* EGD KWK Cigadung serta *prototype* signage untuk mengetahui kekurangan apa yang dapat di perbaiki serta saran dan kritik dari target audiens.

4. KESIMPULAN

KWK Cigadung merupakan salah satu kawasan destinasi unggulan kota Bandung. Memiliki puluhan destinasi wisata dari berbagai sektor yang potensial, namun KWK Cigadung sendiri masih jarang terjamah oleh wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Pentingnya meningkatkan kesadaran wisatawan dapat diupayakan salah satunya melalui perancangan *Environmental Graphic Design* di area kawasan wisata. Hal ini diharapkan dapat mengoptimalkan sumber daya wisata dan memberikan kontribusi terhadap masyarakat sekitar.

Kurangnya elemen desain fisik di lingkungan kawasan menjadi salah satu hal yang dapat diatasi melalui media EGD dalam mengembangkan peluang yang ada. *Environmental Graphic Design* dapat direpresentasikan melalui beberapa elemen: *directory*, *directional*, dan *identification*. Perancangan elemen tersebut memadukan gaya desain kontemporer yang mengangkat nilai budaya dan relevan dengan perkembangan zaman masa kini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Tuhan Yang Maha Esa beserta semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan jurnal ini. Terutama kepada Bapak Aditya Januarsa, S.Ds., M.Ds. yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan moral dan material sepanjang penelitian ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada rekan-rekan yang telah memberikan masukan konstruktif, serta keluarga yang selalu memberikan dukungan penuh. Tanpa bantuan dan kerjasama semua pihak, jurnal ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik.

4. DAFTAR PUSTAKA

- Candra, A. F. M. 2022. "Penerapan Metode Design Thinking Dalam Rancang Prototipe Aplikasi Berbasis Web Sistem Peminjaman Dokumen Arsip Di Dinas Komunikasi Dan Informatika" *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*
- David, J., and S. Rosanto. 2023. "Analisa Penerapan Community Based Tourism Pada Desa Wisata: Kampung Wisata Kreatif Cigadung, Jawa Barat." *Jurnal Syntax Fusion*.
- Hardjanti, A. A., and W. Sulistiadi. 2022. "Pemanfaatan Media Promosi Dalam Strategi Pemasaran Rumah Sakit Pelabuhan Jakarta Pada Era Pandemi Covid19 Tahun 2020." *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Masnuna, N. 2021. "Environmental Graphic Design of Sam Poo Kong Temple: How Effective and Impact on Visitors." *International Journal of Arts and Social Science*.
- Nugraha, T. A., and S. Wulandari. 2023. "Perancangan Sign System Kawasan Outbound Edukasi Satwa, Agro & Perikanan Di Alas Outbound Prambon." *Kegiatan Positif: Jurnal Hasil Karya*
- Pratiwi, N. N. 2021. "Analisis Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Kampung Wisata Kreatif Desa Sekida Kecamatan Jagoi Babang." *Jurnal Planologi*.
- Putri, T. N., R. N. D. Poetri, N. M. C. Simanjuntak, and ... 2021. "Strategi Promosi Pada Media Digital/Online." *National Conference*
- Supriatna, T., D. Juhandi, and ... 2022. "Promosi Media Sosial Dan Literasi Digital Terhadap Kinerja Pemasaran Yang Di Moderasi Akses Fasilitas Digital." *MASTER: Jurnal*