LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN *BRAND COLLATERAL* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA BRAND NIMES JEANS

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya Diploma III
Politeknik Negeri Media Kreatif

Disusun oleh:

Adifa Alif Pananrangi

NIM: 2290442006

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS

JURUSAN DESAIN

POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF

JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir	: Perancangan Brand Collateral Sebagai Media Promosi Pada Brand Nimes Jeans
Penulis	: Adifa Alif Pananrangi
NIM	: 2290442006
Program Studi	: Desain Grafis
Jurusan	: Desain

Tugas akhir ini telah dipertanggungjawabkan dihadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari kamis, tanggal 17 juli 2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji

Lani Siti Noor Aisyah, M.Ds
NIP. 198501122019032016

Anggota 1

Andriyana, S.Pd., M.Pd
NIP. 199312162020121007

Anggota 2

Muh. Syukri Faiz, M.Ds
NIP. 199608212024061001

Mengetahui, Ketua Jurusan Desain

Tri Fajar Yurmama Supiyanti, S.Kom., M.T
NIP. 198011122010122003

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama	: Adifa Alif Pananrangi
NIM	: 2290442006
Program Studi	: Desain Grafis
Jurusan	: Desain
Tahun Akademik	: 2024/2025

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 7 juli 2025

Pembimbing 1	Pembimbing II
Drs.Hari Purnomo, M.Sn	M. Ridwan, S.I.Kom, MM
NIP. 196611271994031001	NIP. 198603272019031013

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Desain Grafis

Yayah Nurasiah, M.Pd
NIP. 199308012020122013

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR
DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Adifa Alif Pananrangi
NIM	: 2290442006
Program Studi	: Desain Grafis
Jurusan	: Desain
Tahun Akademik	: 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Perancangan Brand Collateral Sebagai Media Promosi Pada Brand Nimes Jeans **adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataanini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 20 juni 2025

Yang menyatakan.

Adifa Alif Pananrangi
NIM: 2290442006

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yangbertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Adifa Alif Pananrangi
NIM	: 2290442006
Program Studi	: Desain Grafis
Jurusan	: Desain
Tahun Akademik	: 2024/2025

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non- exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Perancangan Brand Collateral Sebagai Media Promosi Pada Brand Nimes Jeans, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagaipemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 20 Juni 2025

Adifa Alif Pananrangi
NIM: 2290442006

ABSTRAK

Brand collateral design has an important role in build the image and competitiveness of local brands in the Indonesian fashion industry. Nimes Jeans, a local denim brand that focuses on custom and repair services for jeans, faces challenges in promoting the excellence of its products due to the limited availability of effective visual promotional media. The design of brand collateral, with a lookbook as the primary promotional media, aims to showcase product collections, style guides, and fashion inspiration that reflect the identity of Nimes Jeans. The Nimes Jeans lookbook is designed with a minimalist and modern concept, highlighting the beauty of local denim products with clean visuals, a monochromatic color palette, and bold sans-serif typography to reinforce the brand's masculine and contemporary character. The design process involved literature reviews, client interviews, target audience surveys, and the application of visual communication design principles. The resulting lookbook features consistent formatting and visuals, supported by other promotional materials such as brochures, posters, flyers, and Instagram content. Beyond its promotional function, the lookbook also serves as an educational tool to help consumers understand the product's advantages and brand values. This brand collateral design aims to reinforce Nimes Jeans' image as a local brand prioritizing quality and personalization, while enhancing brand awareness through effective visual communication.

Key word*: *brand collateral, lookbook, promotion, Nimes Jeans.

Perancangan *brand collateral* memiliki peran penting dalam membangun citra dan daya saing brand lokal di industri fesyen Indonesia. Nimes Jeans, brand denim lokal yang fokus pada layanan *custom* dan *repair jeans*, menghadapi tantangan dalam mempromosikan keunggulan produknya karena terbatasnya media promosi visual yang efektif. Perancangan *brand collateral*, dengan *lookbook* sebagai media promosi utama, bertujuan menampilkan koleksi produk, panduan gaya, dan inspirasi fesyen yang mencerminkan identitas Nimes Jeans. *Lookbook* Nimes Jeans dirancang dengan konsep desain minimalis dan modern, menonjolkan keindahan produk denim lokal dengan visual yang bersih, penggunaan palet warna monokromatik, dan tipografi sans-serif yang tegas untuk memperkuat karakter maskulin dan kontemporer merek. Proses perancangan melibatkan studi pustaka, wawancara dengan klien, survei target audiens, serta penerapan prinsip-prinsip desain komunikasi visual. *Lookbook* yang dihasilkan memiliki format dan visual yang konsisten, serta didukung oleh media promosi lain seperti brosur, poster, *flyer*, dan konten Instagram. Selain sebagai alat promosi, *lookbook* juga berfungsi sebagai media edukasi yang membantu konsumen memahami keunggulan produk dan nilai brand. Perancangan *brand collateral* ini diharapkan dapat memperkuat citra Nimes Jeans sebagai merek lokal yang mengutamakan kualitas, dan personalisasi, serta meningkatkan *brand awareness* melalui komunikasi visual yang efektif.

Kata Kunci: *brand collateral, lookbook*, promosi, Nimes Jeans.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan tugas akhir yang berjudul "Perancangan *Brand Collateral* sebagai Media Promosi pada Brand Nimes Jeans" dapat diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar pada Program Studi Desain Grafis, Jurusan Desain, Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.

Selama proses penyusunan laporan ini, penulis banyak memperoleh pengetahuan dan pengalaman baru, baik dalam bidang desain grafis maupun dalam memahami pentingnya strategi promosi visual bagi pengembangan brand lokal, khususnya di industri fesyen berbasis denim. Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan tugas akhir ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan motivasi, arahan, dan kesempatan untuk belajar serta berkembang. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, MM., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si selaku Wakil Direktur I Bidang Akademik.
3. Tri Fajar Yurmama Supiyanti., S.KOM., MT selaku Ketua Jurusan Desain.
4. Lani Siti Noor Aisyah, S.Ds., M.Ds selaku Sekretaris Jurusan Desain.
5. Yayah Nurasiah, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Desain Grafis.
6. Angga Priatna, S.DKV., M.Sn. selaku Sekretaris Program Studi Desain Grafis.
7. Drs. Hari Purnomo, M.Sn, selaku pembimbing karya Tugas Akhir.
8. M. Ridwan, S.I.Kom, MM, selaku pembimbing penulisan Tugas Akhir.
9. Kepada orang tua penulis yang selalu mendukung dan mendoakan.
10. Nimes Jeans sebagai klien, yang telah memberikan kepercayaan dan kesempatan berharga dalam perancangan ini.

11. Keluarga dan teman-teman yang memberikan motivasi, dan support dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Para Dosen dan Staf Jurusan Desain serta karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama kurang dari tiga tahun penulis menempuh pendidikan di sini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dari penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini agar lebih baik.

Jakarta, 08 Juli 2025

Adifa Alif Pananrangi
2290442006

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA v
ABSTRAK vi
PRAKATA vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR TABEL xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah 3
C. Batasan Masalah 3
D. Rumusan Masalah 4
E. Tujuan Penulisan 4
F. Manfaat Penulisan 4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 5
A. Teori Umum 5
B. Teori Khusus 12
BAB III METODE PELAKSANAAN 17
A. Data atau Objek Penulisan 17
B. Media Pendukung 18
C. Analisis Khalayak Sasaran 18
D. Teknik Pengumpulan Data 19
E. Ruang Lingkup 20
F. Langkah Kerja 21
BAB IV PEMBAHASAN 23
A. Jenis Rancangan 23

B. *Lookbook* 23
C. Media Pendukung 37
D. Pra Produksi 46
E. Produksi 52
F. Pasca Produksi 60
BAB V PENUTUP 62
A. Kesimpulan 62
B. Saran 63
DAFTAR PUSTAKA 64
LAMPIRAN 66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Profil klien 17
Gambar 4. 1 Cover Lookbook 1 24
Gambar 4. 2 Cover Lookbook 2 24
Gambar 4. 3 Tentang Brand 25
Gambar 4. 4 Artikel Arion 26
Gambar 4. 5 Artikel Indigo Denim 1 27
Gambar 4. 6 Artikel Indigo Denim 2 28
Gambar 4. 7 Artikel Black wash 1 28
Gambar 4. 8 Artikel Black Wash 2 29
Gambar 4. 9 Artikel Black Jeans 1 29
Gambar 4. 10 Artikel Black Jeans 2 30
Gambar 4. 11 Artikel Blue Jeans 1 30
Gambar 4. 12 Artikel Blue Wash Jeans 2 31
Gambar 4. 13 Artikel Sage Jeans 1 31
Gambar 4. 14 Artikel Sage Wash Jeans 2 32
Gambar 4. 15 Artikel Denim Jacket 1 32
Gambar 4. 16 Artikel Denim Jaket 2 33
Gambar 4. 17 Artikel Denim Jaket 3 33
Gambar 4. 18 Artikel Zip Shirt 1 34
Gambar 4. 19 Artikel Work Shirt 1 35
Gambar 4. 20 Artikel Work Shirt 3 36
Gambar 4. 21 Bagian Contact Us 37
Gambar 4. 22 X-banner 38
Gambar 4. 23 Flyer 39
Gambar 4. 24 Brosur 1 39
Gambar 4. 25 Brosur 2 40
Gambar 4. 26 Poster 41
Gambar 4. 27 stiker 42
Gambar 4. 28 Feeds Instagram 43
Gambar 4. 29 Slayer 44
Gambar 4. 30 T-shirt 45
Gambar 4. 31 Totebag 46
Gambar 4. 32 Mindmapping 47
Gambar 4. 33 MoodBoard 48
Gambar 4. 34 Font Utama 48
Gambar 4. 35 Font Sekunder 49
Gambar 4. 36 Sketsa Layout 50
Gambar 4. 37 Software Adobe Illustrator 51

Gambar 4. 38 Adobe Photoshop 51
Gambar 4. 39 Software Indesign 52
Gambar 4. 40 Photoshoot 53
Gambar 4. 41 sony A6400 53
Gambar 4. 42 Lensa Kamera 54
Gambar 4. 43 Lighting 54
Gambar 4. 44 Stock Photo 1 57
Gambar 4. 45 Stock Photo 2 57
Gambar 4. 46 Editing 58
Gambar 4. 47 Grading 59
Gambar 4. 48 Layouting 60
Gambar 4. 49 Publikasi Karya 61

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri fesyen di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya minat konsumen terhadap produk yang unik dan personal. Dalam era modern yang mengedepankan gaya hidup, konsumen tidak lagi hanya mencari pakaian sebagai kebutuhan dasar, tetapi juga sebagai pernyataan identitas dan ekspresi diri. Salah satu segmen fesyen yang mengalami perkembangan pesat adalah fesyen berbasis denim. Denim telah menjadi bagian penting dalam budaya fesyen global dan lokal, tidak hanya sebagai pakaian sehari-hari tetapi juga sebagai simbol gaya hidup yang tangguh dan klasik. Dalam konteks ini, muncul berbagai brand lokal yang menawarkan layanan custom dan *repair* jeans untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan produk eksklusif dengan sentuhan personal.

Nimes Jeans, yang berdiri sejak tahun 2016 dan berlokasi di Jl. Kemang Selatan No. 9, Jakarta selatan, merupakan salah satu brand lokal yang berfokus pada layanan custom jeans *selvedge* atau *non-selvedge* serta perbaikan denim (*denim repair*). Sejak awal berdirinya, Nimes Jeans mengusung semangat *craftsmanship* yang mengutamakan kualitas, ketahanan, dan detail dalam setiap produknya. Melalui pendekatan ini, Nimes Jeans memberikan solusi bagi pecinta denim yang menghargai keunikan serta nilai historis dan artistik dari bahan denim yang digunakan. Meskipun memiliki keunggulan dalam layanan yang spesifik, Nimes Jeans menghadapi beberapa permasalahan yang menghambat pertumbuhan dan pengembangan brand. permasalahan tersebut meliputi kurangnya informasi yang tersedia mengenai produk dan layanan mereka, serta pemanfaatan media cetak dan digital yang masih belum maksimal dalam menyampaikan informasi dan promosi kepada konsumen. Kondisi ini menyebabkan konsumen kesulitan memahami keunggulan dan karakteristik produk Nimes Jeans, sehingga potensi brand untuk memperluas pasar dan meningkatkan *brand awareness* menjadi terhambat.

Brand collateral adalah kumpulan materi visual yang dibuat untuk membantu memperkenalkan dan mempromosikan identitas sebuah merek, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Contohnya meliputi brosur, katalog, kartu nama, dan *lookbook.* Semua materi ini menjadi "wajah" pertama yang dilihat calon pelanggan, sehingga sangat penting untuk memberikan kesan yang baik dan profesional. Salah satu materi yang sangat efektif adalah *lookbook.*

Lookbook adalah kumpulan foto yang menampilkan koleksi produk secara menarik dan estetis, biasanya dalam bentuk album foto yang sederhana dan mudah dinikmati. *Lookbook* tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi untuk memperkenalkan produk kepada calon pembeli, tetapi juga membantu menyampaikan identitas, nilai, dan filosofi brand melalui visual yang konsisten dan menarik. Melalui *lookbook*, konsumen bisa melihat bagaimana produk digunakan atau dipadupadankan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga mereka lebih mudah membayangkan gaya atau karakter produk tersebut. Selain itu, *lookbook* juga dapat meningkatkan *brand awareness* dan membangun hubungan emosional antara brand dan konsumen, karena menghadirkan pengalaman visual yang inspiratif dan memperkuat citra merek.

Berdasarkan wawancara dengan pihak Nimes Jeans, ditemukan bahwa saat ini brand tersebut belum memiliki media visual yang efektif untuk memperkenalkan produk-produknya kepada konsumen. Hal ini menjadi tantangan besar dalam upaya meningkatkan *brand awareness* dan menarik perhatian pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah perancangan *brand collateral* berupa *lookbook* yang dapat menyajikan produk-produk Nimes Jeans secara menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik pasar yang ingin dijangkau. *Lookbook* ini akan berfungsi sebagai media promosi yang efektif, tidak hanya untuk memperkenalkan koleksi produk tetapi juga untuk memperkuat identitas merek dan menciptakan hubungan emosional yang lebih dekat antara Nimes Jeans dengan konsumennya.

Perancangan *lookbook* untuk Nimes Jeans bertujuan untuk menciptakan media promosi yang mampu menghadirkan portofolio produk dengan tampilan yang estetis, informatif, dan relevan dengan karakteristik target pasar. *Lookbook* ini akan dirancang

dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual yang mencakup penggunaan tipografi yang sesuai, tata letak yang harmonis, serta fotografi produk yang memperlihatkan kualitas dan detail jeans secara optimal. Pendekatan desain ini diharapkan dapat memperkuat kesan premium dan personalisasi yang diusung oleh Nimes Jeans.

Selain sebagai alat promosi, *lookbook* ini juga berfungsi sebagai media edukasi yang dapat meningkatkan pemahaman konsumen mengenai berbagai jenis denim yang ditawarkan oleh Nimes Jeans. Dengan adanya *lookbook* yang informatif, konsumen dapat membuat keputusan yang lebih tepat dalam memilih layanan atau produk yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Di sisi lain, brand dapat memanfaatkan *lookbook* ini untuk memperluas jangkauan komunikasi, mempererat hubungan dengan pelanggan, serta membangun loyalitas melalui penyampaian pengalaman yang menyeluruh.

Dengan latar belakang tersebut, perancangan *brand collateral* berupa *lookbook* diharapkan menjadi langkah strategis yang mampu meningkatkan efektivitas promosi dan memperkuat identitas Nimes Jeans dalam industri fesyen berbasis denim di Indonesia.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya informasi mengenai produk Nimes Jeans.
2. Keterbatasan media visual yang efektif
3. Kurang maksimalnya menggunakan media cetak dan media digital dalam menyampaikan informasi dan promosi.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam perancangan ini difokuskan pada pengembangan *brand collateral* berupa *lookbook* sebagai media utama untuk memperkenalkan produk dari Nimes Jeans dan media pendukung lainnya sebagai media promosi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah maka rumusan masalah tugas akhir ini adalah bagaimana merancang desain *Brand Collateral* berupa *lookbook* dan media pendukung sebagai media promosi?

E. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penulisan ini adalah merancang desain *brand collateral* berupa *lookbook* yang efektif sebagai media promosi, yang dapat memperkenalkan produk-produk Nimes Jeans secara menarik dan informatif kepada konsumen.

F. Manfaat Penulisan

1. Manfaat Umum

   Diharapkan hasil dari perancangan media promosi ini dapat memberikan pengetahuan serta mengubah pola pikir untuk memilih produk-produk dari Nimes Jeans dibandingkan brand competitor.

2. Manfaat Bagi Akademis

   Diharapkan bisa menjadi bahan referansi yang baik bagi mahasiswa berikutnya yang akan membuat laporan perancangan tugas akhir.

3. Manfaat Bagi Penulis

   Menambah ilmu pengetahuan tentang merancang desain *Brand Collateral* sebagai media informasi dan Promosi serta menjadi sarana untuk mempunyai pengalaman terhadap klien dibidang yang bersangkutan.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi buku

Enterprise, J. (2018). *Desain grafis komplet*. Elex Media Komputindo.

Helfand, J. (2019). *Essay on graphic design volume 1*. McGraw-Hill.

Kusrianto, A. (2013). *Pengantar tipografi*. Elex Media Komputindo.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Nur, R., & Suyuti, M. A. (2018). *Perancangan mesin-mesin industri*. Deepublish.

Regan, C. (2015). Role of denim and jeans in the fashion industry. In P. McNeil & V. Karaminas (Eds.), *Denim* (pp. 191–217). Berg Publishers.

Wartmann. (2004). Panduan lengkap menggunakan Blender. Elex Media Komputindo.

Referensi Jurnal

Hidayat, W., Maafuf, F., & Bahari, S. (2016). *Perancangan Media Video Desain Interior sebagai Salah Satu Penunjang Promosi dan Informasi di PT. Wans Desain Group*. Jurnal Cerita Vol. 2 No. 1.

Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Jurnal Desain Komunikasi visual Nirmana*, 23(2), 123-129

Khaer, A., Khoir, N., & Hidayati, Y. A. (2021). Senjakala Media Cetak: Tantangan Jurnalisme Cetak di Era Digital. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora*, *2*(3), 324-331.

Permata, A. R. (2018). Pengolahan limbah denim menggunakan eksplorasi teknik surface textile design pada produk fesyen. *e-Proceeding of Art & Design*, 2513.

Website

Natalia. (2022, 11 juli). Branding collateral: *Pengertian, jenis, dan manfaatnya bagi perusahaan.* Accurate.id : https://accurate.id/marketing-manajemen/branding-collateral/. Diakses pada tanggal 15 juni 2025

1001*font.* (2025). *Font Poppins.* https://www.1001*font*s.com/poppins-*font*.html. Diakses pada tanggal 25 juni 2025.

1001*font*. (2025). *Font Lora*. https://www.1001*font*s.com/lora-*font*.html. Diakses pada tanggal 25 juni 2025.

Adobe. (2025). *Adobe Illustrator*. https://www.adobe.com/id_id/products/illustrator/ai.html. Diakses pada tanggal 25 juni 2025.

Adobe. (2025). *Adobe Photoshop*. https://www.adobe.com/id_id/products/photoshop.html. Diakses pada tanggal 25 juni 2025.

Adobe. (2025). *Adobe Indesign*. https://www.adobe.com/id_id/products/indesign.html. Diakses pada tanggal 25 juli 2025.

Sony. (2025). *Sony A6400*. https://www.sony.co.id/id/interchangeable-lens-cameras/products/ilce-6400. Diakses pada tanggal 27 juni 2025.

Sony. (2025). *Lensa Sony 24mm f/1.8*. https://www.sony.co.id/id/electronics/lensa-kamera/sel24f18z. Diakses pada tanggal 27 juni 2025.

Godox. (2025).*Godox AD600*. https://www.godox.com/product-d/AD600Pro.html. Diakses pada tanggal 27 juni 2025.