

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL TOKO
KOPI NGEPUZZ EXPERIENCE**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Owen Swouwastika

00000016273

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022**

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL TOKO
KOPI NGEPUZZ EXPERIENCE**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Owen Souwastika

00000016273

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Owen Souwastika
Nomor Induk Mahasiswa : 00000016273
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL TOKO KOPI NGEPUZZ EXPERIENCE

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Oktober 2022



(Owen Souwastika)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL TOKO KOPI NGEPUZZ EXPERIENCE

Oleh
Nama : Owen Souwastika
NIM : 00000016273
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 10 Oktober 2022
Pukul 14.15 s.d 15.15 dan dinyatakan
LULUS

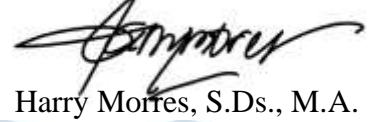
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Fonita Theresia Yoliando, S.DS., M.A.
311099302/E043487

Penguji



Harry Morres, S.Ds., M.A.
0306078902/L00790

Pembimbing



Ardiles Akyuwen M.Sn.
323067804/E067811

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.DS., M.A.
311099302/E043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Owen Souwastika
NIM : 00000016273
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL TOKO KOPI NGEPUZZ EXPERIENCE

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 24 Oktober 2022

Yang menyatakan,


(Owen Souwastika)

KATA PENGANTAR

Pujian kepada Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan atas rahmatnya sebelum, selama dan pada akhir perancangan tugas akhir penulis yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Toko Kopi Ngepuzz Experience” sebagai salah satu syarat kelulusan sebagai sarjana desain.

Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhamad Cahya Mulya Daulay S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ardiles Akyuwen M.Sn., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Adhreza Brahma selaku dosen spesialis yang telah memberi arahan terkait karya perancangan Tugas Akhir ini
6. Ancas Mukhlas selaku pemilik Toko Kopi Ngepuzz Experience yang menjadi narasumber penulis dalam proses wawancara
7. Keluarga, kerabat & teman saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Harapan penulis Semoga terselesaikannya tugas akhir ini semua yang telah berpartisipasi dalam membantu saya dalam perancangan tugas akhir ini tetap sukses. Semoga Tuhan memberkati kita semua.

Tangerang, 6 Oktober 2022

(Owen Souwastika)

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL TOKO KOPI NGEPUZZ EXPERIENCE

Owen Souwastika

ABSTRAK

Toko Kopi Ngepuzz Experience merupakan salah satu UMKM coffeeshop yang menjual seluruh biji kopi lokal Indonesia. Toko Kopi Ngepuzz Experience ini didirikan pada tahun 2015 oleh Ancas Mukhlas di Jl. Veteran No. 8, Serang Kota, Serang. Dan memiliki beberapa cabang di Kota Serang. Toko kopi yang satu ini memiliki ciri khas bangunan Belanda tua dan menggunakan konsep toko bertemakan industrial rustic, sehingga membedakan dari toko kopi yang lainnya yang lebih memilih menggunakan tema minimalis dan modern. Selain memiliki tema toko industrial rustic Toko Kopi Ngepuzz Experience juga memiliki keunikan tersendiri diantara toko-toko kopi di Kota Serang, yaitu dapat melihat secara langsung bagaimana proses penyangraian biji kopi. Toko Kopi Ngepuzz Experience salah satu dari tiga toko kopi yang menyangrai kopinya sendiri secara inhouse. Namun seiring berjalannya waktu, Ngepuzz mengalami penurunan pendapatan di pertengahan 2019 dikarenakan kurangnya konsistensi dalam *brand* baik dari segi pemasaran maupun identitas visual perusahaan yang masih memunculkan dilemma bagi Ngepuzz. Oleh karena itu dibutuhkan perancangan ulang identitas visual untuk Ngepuzz untuk memberikan tampilan dan juga identitas baru yang lebih relevan. Dalam proses perancangan ulang ini, penulis menggunakan metode penelitian *hybrid* dengan melakukan penyebaran kuesioner sebagai pemenuhan data kuantitatif dan juga pelaksanaan wawancara, studi eksisting, serta FGD untuk memenuhi perolehan data kuantitatif.

Kata kunci: Ngepuzz, toko kopi *specialty*, kopi lokal, identitas visual.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

REDESIGN THE VISUAL IDEDNTITY OF THE NGEPUZZ EXPERIENCE COFFEESHOP

Souwastika Owen

ABSTRACT (English)

The Ngepuzz Experience Coffee Shop is one of the MSME coffeeshops that sells all local Indonesian coffee beans. The Ngepuzz Experience Coffee Shop was founded in 2015 by Ancas Mukhlas on Jl. Veteran No. 8, Serang City, Serang. And has several branches in Serang City. This coffee shop has the characteristics of an old Dutch building and uses a rustic industrial-themed shop concept, thus distinguishing it from other coffee shops who prefer to use a minimalist and modern theme. In addition to having a rustic industrial shop theme, the Ngepuzz Experience Coffee Shop also has its own uniqueness among coffee shops in Serang City, namely being able to see firsthand how the process of roasting coffee beans. The Ngepuzz Experience Coffee Shop is one of three coffee shops that roast their own coffee in-house. However, over time, Ngepuzz experienced a decline in revenue in mid-2019 due to the lack of consistency in the brand , both in terms of marketing and the company's visual identity, which still creates a dilemma for Ngepuzz. Therefore, it is necessary to redesign the visual identity for Ngepuzz to provide a new, more relevant appearance and identity. In this redesign process, the author uses a hybrid by distributing questionnaires to fulfill quantitative data and also conducting interviews, existing studies, and FGDs to fulfill quantitative data acquisition.

Keywords: Ngepuzz, specialty coffee, local coffee, visual identity

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

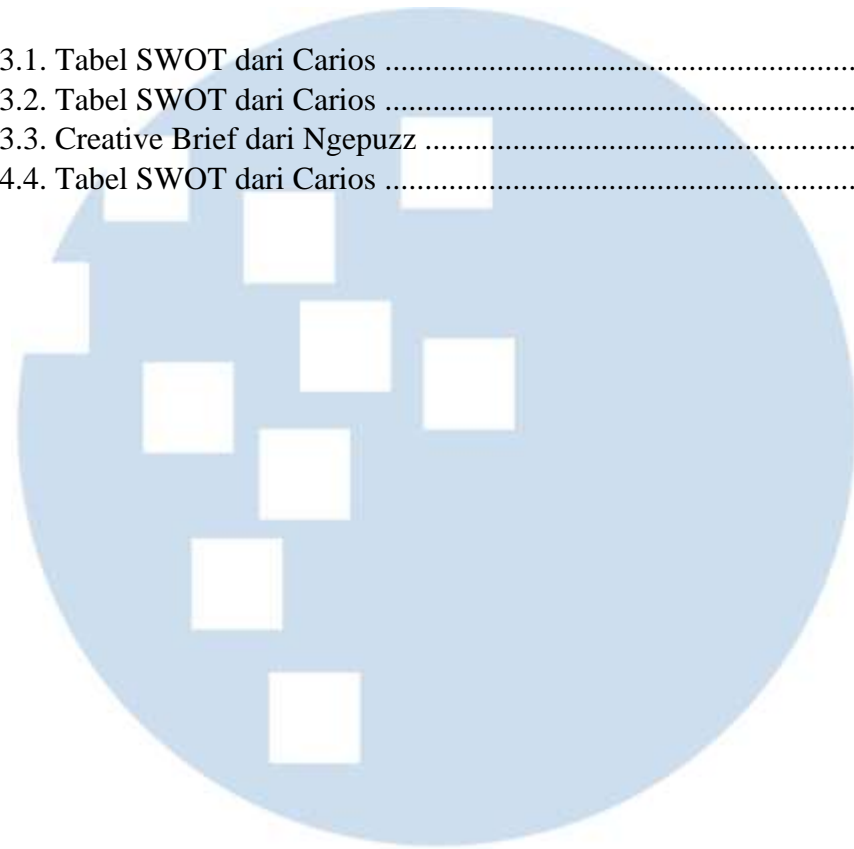
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK vi	
ABSTRACT (English)	vii
DAFTAR ISI viii	
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	4
1.5. Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Desain	5
2.1.1. Elemen Desain	5
2.1.2. Prinsip Desain	9
2.1.3. Tipografi	13
2.1.3.1. Type Classification	14
2.1.3.2. Type Family	16
2.1.4. Grid	17
2.1.4.1. Single-Column Grid	17
2.1.4.2. Multi-Column Grid	18
2.1.4.3. Modular Grid	18
2.2. Psikologi Warna	19
2.3. Fotografi	25
2.3.1. Komposisi Foto	25

2.3.2.	Jenis Fotografi.....	28
2.4.	Brand	37
2.3.3.	<i>Brand Identity</i>	37
2.4.2.	<i>Branding</i>	37
2.4.2.1.	<i>Types of Branding</i>	38
2.4.3.	<i>Brand Architecture</i>	38
2.4.4.	<i>Brandmarks</i>	38
2.4.5.	<i>Look and Feel</i>	42
2.4.6.	Brand Strategy	42
2.4.7.	Brand positioning.....	42
2.4.7.1.	Target Market	43
2.5.	Identitas Visual	43
2.5.1.	Tujuan Identitas Visual.....	44
2.5.2.	Logo.....	44
2.6.	Graphic Standard Manual.....	45
2.7.	Kafe	45
2.7.1.	Definisi Kafe	45
2.7.2.	Sejarah Kafe	46
2.8.	Kopi.....	46
2.8.1.	Sejarah Kopi.....	46
2.8.2.	Jenis-Jenis Kopi	47
2.8.3.	Varietas kopi	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		56
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data	56
3.1.1.	Kuesioner	56
3.1.2.	Hasil Kuesioner	57
3.1.3.	Wawancara.....	65
3.1.4.	Focus Group Discussion	68
3.1.5.	Studi Eksisting	71
3.2	Metodologi Perancangan.....	74
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		76

4.1	Perancangan	76
4.1.1.	Perancangan Logo	81
4.1.2.	Perancangan Elemen Grafis	89
4.1.3.	Warna	90
4.1.4.	Tipografi	92
4.1.5.	Fotografi	94
4.1.6.	Perancangan Graphic Standard Manual	98
4.1.7.	Perancangan Media Sekunder	101
4.1.7.1.	Stationeries	101
4.1.7.2.	Uniform	114
4.1.7.3.	Packaging	117
4.1.7.4.	Contents	119
4.1.7.5.	Advertising	122
4.1.7.6.	Merchandise	123
4.2.	Analisis perancangan	126
4.2.1.	Analisis Logo	126
4.2.2.	Analisis Elemen Grafis	131
4.2.3.	Analisis Warna	132
4.2.4.	Analisis Tipografi	134
4.2.5.	Analisis Graphic Standard Manual	136
4.2.6.	Analisis Media Sekunder	139
4.3.	Budgeting	140
BAB V	PENUTUP	142
5.1	Kesimpulan	142
5.2	Saran	142
DAFTAR PUSTAKA		xiii
LAMPIRAN		xv

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel SWOT dari Carios	72
Tabel 3.2. Tabel SWOT dari Carios	74
Tabel 3.3. Creative Brief dari Ngepuzz	79
Tabel 4.4. Tabel SWOT dari Carios	140



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Garis & Dot Di Dalam Desain Grafis.....	6
Gambar 2.2. <i>Basic shapes and forms</i>	6
Gambar 2.3. Contoh figure and ground	7
Gambar 2.4. Hue	7
Gambar 2.5. Value	7
Gambar 2. 6. Saturation	8
Gambar 2. 7. <i>Additive & Subtractive Color</i>	8
Gambar 2. 8. Tactite texture dan Visual texture	9
Gambar 2. 1. Berbagai macam Aspect Ratio	10
Gambar 2. 10. Symetric Balance.....	11
Gambar 2. 11. Asymetric balance	11
Gambar 2. 12. <i>radial balance</i>	12
Gambar 2. 13. Laws of Perceptual Organization	13
Gambar 2. 14. Anatomi Huruf	14
Gambar 2. 15. Typeface Classification	16
2. 16. Contoh <i>Type Family</i>	17
Gambar 2. 17. Contoh Single-Column Grid	18
Gambar2. 18. <i>Multicolumn Grid</i>	18
Gambar 2. 19. Modular Grid.....	19
Gambar 2. 20. Contoh Logo Berwarna Merah.....	20
Gambar 2. 21. Contoh Logo Berwarna Kuning	20
Gambar 2. 22. Contoh Logo Berwarna Hijau	21
Gambar 2. 23. Contoh Logo Berwarna Biru	21
Gambar 2. 24. Contoh logo berwarna oranye	22
Gambar 2. 1. Contoh Logo Berwarna Coklat	22
Gambar2. 26. Contoh Logo Berwarna Ungu	23
Gambar2. 27. Contoh Logo berwarna Hitam.....	23
Gambar2. 28. Contoh Logo dengan Warna Putih.....	24
Gambar2. 29. Contoh Logo dengan Warna Abu	24
Gambar 2. 30. Contoh Fotografi dengan Komposisi POI.....	25
Gambar 2. 1. Contoh komposisi Background	26
Gambar 2. 32. Komposisi Foto Pattern Photography	27
Gambar 2. 33. Komposisi Foto Framing.....	28
Gambar 2. 34. Komposisi Foto Horizontal dan vertikal	28
Gambar 2. 35. Contoh Foto Manusia	29
Gambar 2. 36. Contoh Foto <i>Nature</i>	29
Gambar 2. 37. Contoh Foto Arsitektur.....	30
Gambar 2. 38. Contoh Foto Still Life	30
Gambar 2. 39. Contoh Foto Jurnalistik	31
Gambar 4. 40. Fotografi Aerial	31
Gambar 2. 41. Contoh Foto di Bawah Air	32

Gambar 2. 42. Contoh Fotografi Seni Rupa.....	32
Gambar 2. 43. Contoh Foto Makro	33
Gambar 2. 44. Contoh Foto Mikro.....	33
Gambar 2. 45. Contoh Foto Eye Level	34
Gambar 2. 46. Contoh Foto High Angle	35
Gambar 2. 47. Contoh Foto Overhead Angle	35
Gambar 2. 48. Contoh Gambar Low Angle	36
Gambar 2. 49. Contoh Gambar <i>Bottom Angle</i>	37
Gambar 2. 50. <i>Contoh Wordmarks</i>	39
Gambar 2. 51. Contoh Letterforms	39
Gambar2. 52. Contoh Emblems	40
Gambar2. 53. Contoh Pictorial Marks	40
Gambar 2. 54. Contoh Abstract Marks	41
Gambar2. 55. Contoh <i>Dynamic Marks</i>	41
Gambar 2. 56. Contoh <i>Brandmarks Characters</i>	42
Gambar 2. 57. Biji kopi Arabica	47
Gambar 2. 58. Biji kopi Robusta.....	47
Gambar 2. 59. <i>Green Beans</i> Kopi Liberika	48
Gambar 2. 60. Kopi Ekselsa.....	48
Gambar 2. 61. Varietas Tanaman Kopi Typica.....	49
Gambar 2. 62. Varietas Tanaman kopi <i>Bourbon</i>	50
Gambar 2. 63. Panen Tanaman kopi Varietas <i>Mundo Novo</i>	50
Gambar 2. 64. Buah dari varietas tanaman kopi caturra	51
Gambar 2. 65. Varietas Mundo Novo dan Catuai	51
Gambar 2. 66. perbandingan varietas Margotype	52
Gambar 2. 67. Buah kopi dari varietas Geisha/Gesha	53
Gambar 2. 68. Tumbuhan Kopi Varietas Pacamara.....	54
3.1 Gambar Rumus Slovin	57
Gambar 3.2. Hasil Kuesioner Ketertarikan Terhadap Kopi Lokal Indonesia	58
Gambar 3 3 Hasil Kuesioner Mengetahui Bahwa Kopi Lokal Indonesia Telah di Jual Di Kota Serang	59
Gambar 3. 4. Hasil Kuesioner Ketertarikan Terhadap Kafe-kafe Di Kota Serang 60	
Gambar 3.5. Hasil Kuesioner Apakah Responden Mengetahui <i>Brand</i> Toko Kopi Ngepuzz Experience.....	61
Gambar 3.6. Hasil Kuesioner Apakah Sebuah kafe perlu memiliki identitas visual	61
Gambar 3.7 Hasil Kuesioner Apakah Responden Sudah Cukup Familiar Dengan Logo Toko Kopi Ngepuzz Experience ini	62
Gambar 3.8. Hasil Kuesioner Pendapat Responden Terhadap Logo Toko Kopi Ngepuzz Experience.....	63
Gambar 3. 9. Hasil Kuesioner Pendapat Untuk Merancang Ulang Identitas Toko Kopi Ngepuzz Experience.....	64
Gambar 3.10. Dokumentasi Bersama Owner Toko Kopi Ngepuzz Experience ...	65

Gambar 3. 11. Logo Eksisting Toko Kopi Ngepuzz Experience.....	67
3. 12. Dokumentasi <i>FGD</i> Bersama Manager, Barista, dan customer tetap Toko Kopi Ngepuzz Experience.....	69
Gambar 3.13. Logo Carios	72
Gambar 3.14. Logo Kiri Coffee	73
Gambar 4.1. Mindmap brand Toko Kopi Ngepuzz Experience.....	77
Gambar 4.2. Mindmap berdasarkan keyword	78
Gambar 4.3. <i>Moodboard Logo</i>	81
Gambar 4. 4. Logo Existing Ngepuzz	82
Gambar 4.5. Beberapa Sketsa Alternatif Ngepuz	83
Gambar 4.6. Sketsa Komprehensif.....	83
Gambar 4.7. Digitalisasi Sketsa Komprehensif Menjadi Logogram	84
Gambar 4.8. Ikon Tumbuhan Kopi Bourbon	84
Gambar4.9. Ikon Biji kopi yang telah di sangrai	85
Gambar 4.10. <i>Step-by-Step</i> Digitalisasi Final Logogram dari Ngepuz.....	85
Gambar 4.11. Iterasi Logo Emblem Ngepuz	86
Gambar 4.12. Beberapa Variasi Untuk Format Logo	86
Gambar 4.13. Alternatif Logotype	87
Gambar 4.14. Variasi Bentuk Huruf N pada <i>Logotype</i> Ngepuz	87
Gambar 4.15. Alternatif <i>type</i> Untuk Tagline	88
Gambar4.16. Proporsi logo signature Ngepuz	88
Gambar 4.17. Deskonstruksi Logo Signature.....	89
Gambar 4.18. Iterasi Icon Sebagai Supergrafis.....	89
Gambar4.19. penggunaan Icon Logo Signature Sebagai Elemen Grafis Pada Media Pendukung	90
Gambar 4.20.Rencana skema warna pada perancangan	90
Gambar 4.21. Warna Primer dan Sekunder Perancangan Yang Digunakan Beserta Kode dan Nama Warna	91
Gambar 4. 22. Proporsi Warna dalam Perancangan	92
Gambar 4.23. Typeface Slivky.....	93
Gambar 4.24. Typeface Futura Bold Condensed	93
Gambar 4.25. Typeface PP Formula Regular	94
Gambar 4.26 Typeface Neue Montreal.....	94
Gambar4.27. Suasana Indoor Ngepuz.....	96
Gambar4.28. Contoh Pengambilah Foto Produksi.....	96
Gambar 4.29 Contoh Pengaplikasian Fotografi Produk Pada Pengaplikasian Visual	97
Gambar 4.30. penerapan komposisi rule of thirds di Dalam Foto Produk	97
Gambar 4.31. Contoh Halaman Spread konten Communication Guidelines Starbucks	98
Gambar 4.32. Contoh Halaman Spread Konten Brand Story di Dalam Guidelines Starbucks	98
Gambar 4. 33 Katern/Kuras pada perancangan GSM Ngepuz	99

Gambar 4.34. Pengaplikasian Modular Grid pada Graphic Standard Manual...	100
Gambar 4.35. Penerapan Modular Grid pada Halaman Spread	100
Gambar 4.36. Penerapan Modular Grid Pada Letterhead	102
Gambar 4.37. Mockup 2D Letterhead / Kop Surat	102
Gambar4.38. Grid Untuk Envelope	103
Gambar 4.39. Pengaplikasian elemen grafis pada Envelope C4.....	103
Gambar4.40. Desain final 2D Envelope C4.....	104
Gambar 4.41. Grid Untuk Envelope DL	104
Gambar4.42. Pengaplikasian Elemen Desain Pada Amplop DL	105
Gambar4.43. Mockup Envelope DL	106
Gambar4.44. Grid Untuk Business Card.....	106
Gambar4. 45 Pengaplikasian Modular Grid Pada Business card.....	107
Gambar4.46. mockup 2d Business Card	107
Gambar4.47. Modular Grid Pada Nota	108
Gambar4.48. Mockup nota 2D.....	109
Gambar 4.49. Modular Grid pada sruk	109
Gambar4. 50. grid dan juga elemen grafis yang ada di dalam struk.....	110
Gambar4.51. Tampilan akhir dari stuk Ngepuz	110
Gambar 4.52. Mockup Stempel	111
Gambar4.53 elemen grafis yang terdapat pada pullpen	111
Gambar4. 54 Mockup Pulpen 2D.....	112
Gambar 4. 55. <i>Modular grid</i> pada buku menu.....	112
Gambar 4. 56. Implementasi modular grid pada buku menu Ngepuz	113
Gambar 4. 57. Salah satu halaman spread pada menu Ngepuz.....	113
Gambar 4. 58 Mockup 2D Buku Menu Ngepuz	114
Gambar 4. 59. Mockup T-shirt Untuk Karyawan Ngepuz.....	114
Gambar4. 60. Mockup Lanyard	115
Gambar 4. 61. Mockup Apron	116
Gambar4. 62. Grid Untuk ID Card.....	116
Gambar4. 63. pengaplikasian desain ID card didalam grid	117
Gambar4.64. desain final 2D ID Card	117
Gambar4.65 mockup plastic cup & paper cup	118
Gambar4.66. <i>Mockup Coffee Bag</i>	119
Gambar4. 67 Mockup Paper Bag	119
Gambar4. 68 Grid Untuk Instagram post.....	120
Gambar4. 69. Pengaplikasian Desain Instagram Post 0.70.....	121
0.71.....	121
Gambar4. 72. Pengaplikasian Desain <i>Instagram Post</i>	121
Gambar4. 73. Grid Untuk Instagram Ads	122
Gambar4. 74. Pengaplikasian Foto Pada Artboard.	123
Gambar4. 75. Desain 2D final Salah Satu Instagram Post Ads	123
Gambar4. 76. Mockup dan Desain Tote Bag	124
Gambar4. 77. mockup dan desain t-shirt	125

Gambar4. 78 mockup tumbler.....	126
Gambar4. 79 Signature Logo Ngepuzz 0.81	126
Gambar4. 81. Logo Ngepuz Sebelum dan Sesudah0.83.....	127
Gambar4. 83. Pembesaran Komponen Logo Sebagai Acuan Clear Space 0.85 .	128
Gambar4. 85. Variasi Warna Dari Logo Ngepuzz	129
Gambar4. 86. Ukuran Minimal Logo.....	130
Gambar4. 87. Contoh Penggunaan Logo Yang Keliru	131
Gambar4. 88. Pengambilan Elemen Grafis dari Logo Ngepuzz.....	132
Gambar4. 89. pembagian warna primer dan sekunder.....	133
Gambar4. 90. Pengaplikasian Logo Ngepuzz pada Background Putih	133
Gambar4. 91. Pengaplikasian Warna Primer dan Sekunder dalam graphic standard manual.....	134
Gambar4. 92. pengaplikasian warna primer dan sekunder dalam media.....	134
Gambar4. 93. Anatomi tipografi Slivky.....	135
Gambar 4. 94 Anatomi Tipografi Futura Bold Condensed.....	135
Gambar 4. 95. Anatomi Tipografi PP Formula.....	136
Gambar 4. 96. Anatomi Tipografi Neue Montreal.....	136
Gambar4. 97. Beberapa Isi konten Bab1 hingga 3.....	137
Gambar4. 98. Anatomi Graphic Standard Manual.....	138
Gambar4. 99 Tampilan Keseluruhan Media Sekunder	140

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Bukti dan Transkrip Wawancara Bersama Founder Toko Kopi Ngepuzz Experience	xv
Lampiran B Bukti Transkrip FGD Bersama Manager dan Juga Kustomer Ngepuzz Experience	xvii
Lampiran C Dokumentasi Kuesioner Online	xx
Lampiran D Hasil Turnitin	xxvii
Lampiran E Lembar Form Bimbingan	xxviii

