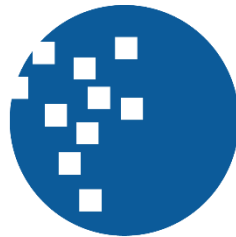


**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL KERUPUK**

**SAMBAL CAP BAWANG KHAS SIBOLGA**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Aldre Elroy Joshua Doli Simanjuntak**

**00000036837**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL KERUPUK**

**SAMBAL CAP BAWANG KHAS SIBOLGA**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

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

**Aldre Elroy Joshua Doli Simanjuntak**

**00000036837**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Aldre Elroy Joshua D. S.

Nomor Induk Mahasiswa : 00000036837

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

### **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL KERUPUK SAMBAL CAP BAWANG KHAS SIBOLGA**

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, 3 Desember 2022



(Aldre Elroy Joshua D. S.)

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

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL KERUPUK SAMBAL CAP BAWANG KHAS SIBOLGA

Oleh

Nama : Aldre Elroy Joshua D. S.  
NIM : 00000036837  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 6 Januari 2023  
Pukul 09.45 s.d 10.30 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Adhreza Brahma, M.Ds.  
0304088702/E042750

Penguji



Dedy Arpan, S.Des., M.Ds.  
0324018607/E076482

Pembimbing



Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.  
0312096805/E023959

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.  
0311099302/E043487

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Aldre Elroy Joshua D. S.  
NIM : 00000036837  
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 KERUPUK SAMBAL CAP BAWANG KHAS SIBOLGA**

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.

Bekasi, 20 Januari 2023

Yang menyatakan,



(Aldre Elroy Joshua D. S.)

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

## KATA PENGANTAR

Mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa hanya karena berkat dan rahmatNya penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan judul “PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL KERUPUK SAMBAL CAP BAWANG KHAS SIBOLGA”.

Dalam Tugas Akhir ini, identitas visual menjadi fokus utama yang membutuhkan konsistensi dalam penggunaannya dan menunjukkan diferensiasi yang kontras terhadap kompetitornya. Ketertarikan penulis terhadap topik bahasan dalam perancangan ini didasarkan pada kepedulian penulis terhadap merek Kerupuk Sambal Cap Bawang yang selama ini memiliki identitas visual yang mirip dengan kompetitornya dan kurang konsisten dalam menggunakan identitas visual yang dimiliki. Maka dari itu, diperlukan penetapan identitas visual yang dirancang ulang untuk Kerupuk Sambal Cap Bawang.

Berhubungan dengan hal itu, tentu laporan ini penting untuk dibaca oleh orang lain karena mampu memberi wawasan dan inspirasi tentang perancangan identitas visual. Selain itu, selaras dengan tujuan perancangan ini, diharapkan mampu meningkatkan *brand awareness* Kerupuk Sambal Cap Bawang di mata masyarakat. Sehingga mampu menjangkau masyarakat, terlebih diluar Sibolga untuk mengonsumsi produk yang ditawarkan.

Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad 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. Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.

5. Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc. dan Nadia Mahatmi, M.Ds., selaku dosen koordinator Tugas Akhir yang senantiasa mendukung dan meyakinkan penulis.
6. Serdang Margono, selaku pemilik Kerupuk Sambal Cap Bawang yang sudah bersedia untuk diwawancarai oleh penulis untuk memperdalam pengetahuan seputar Kerupuk Sambal Cap Bawang.
7. Asliani, selaku Administrator Kerupuk Sambal Cap Bawang yang telah bersedia untuk diwawancarai oleh penulis untuk mengetahui Kerupuk Sambal Cap Bawang secara menyeluruh.
8. Daud Sadikin, selaku *reseller* Kerupuk Sambal Cap Bawang yang sudah bersedia untuk diwawancarai seputar penjualan Kerupuk Sambal Cap Bawang.
9. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Semua teman-teman dan kerabat saya yang juga telah memberikan dukungan agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Melalui perancangan ini, penulis berharap agar tugas akhir ini mampu memberi wawasan dan inspirasi kepada setiap orang yang membacanya. Semoga laporan ini juga mampu bermanfaat untuk Kerupuk Sambal Cap Bawang dalam menjangkau pelanggannya.

Bekasi, 20 Januari 2023



(Aldre Elroy Joshua D. S.)

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL KERUPUK

## SAMBAL CAP BAWANG KHAS SIBOLGA

Aldre Elroy Joshua D. S.

### ABSTRAK

Kerupuk sambal yang terbuat dari singkong mulai diminati oleh masyarakat Indonesia sejak tahun 2010. Permintaan pasar terhadap singkong pun meningkat karena adanya merek-merek lokal yang mulai menawarkan produk di pasar swalayan. Kerupuk Sambal Cap Bawang merupakan salah satu merek kerupuk singkong di kota Sibolga dan sudah ada sejak tahun 1987, dipelopori oleh Ny Kang Kiong Kin. Keunikan dari kerupuk sambal ini, yakni disajikan dengan cara ditumbuk, beserta saus atau bumbu yang merekatkan antar serpihan kerupuk, dan diselipkan ikan teri didalamnya. Ikan menjadi perlambang nilai khas dari kota Sibolga, kota penghasil ikan. Keberadaan Kerupuk Sambal Cap Bawang sebagai pelopor sejak tahun 1987 menghasilkan karyawan-karyawan yang kemudian membuka usaha pada bidang yang sama, sehingga terdapat kompetitor-kompetitor dari merek ini. Tanpa disadari, keberadaan kompetitor-kompetitor memudahkan citra Kerupuk Sambal Cap Bawang karena memiliki identitas visual yang serupa, sehingga tidak ada diferensiasi yang menonjol dari Kerupuk Sambal Cap Bawang. Penggunaan identitas visual Kerupuk Sambal Cap Bawang pun belum konsisten. Wujud dari identitas visualnya juga belum menyesuaikan selera masyarakat. Melalui tugas akhir ini, penulis merancang identitas visual yang baru bagi Kerupuk Sambal Cap Bawang. Identitas visual ini mampu menggambarkan tekstur dan rasa produk yang akhirnya tidak hanya mengangkat dan memperluas merek, tetapi juga mengangkat kota Sibolga yang direpresentasikan oleh merek Kerupuk Sambal Cap Bawang.

**Kata kunci:** Kerupuk Sambal, Perancangan Ulang, Identitas Visual, Cap Bawang

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



# **REDESIGNING VISUAL IDENTITY OF KERUPUK SAMBAL**

## **CAP BAWANG FROM SIBOLGA**

Aldre Elroy Joshua D. S.

### **ABSTRACT (English)**

*Indonesian people have been interested in chili crackers made from cassava since 2010. Market demand for cassava has also increased due to local brands starting to offer their products in supermarkets. Kerupuk Sambal Cap Bawang is a brand of cassava crackers in the city of Sibolga and has been around since 1987, pioneered by Mrs. Kang Kiong Kin. The uniqueness of this chili cracker is that it is served by pounding it, along with a sauce or seasoning that glues the crackers together, and tucked in anchovies inside. Fish symbolizes the unique values of the city of Sibolga, a fish-producing city. The existence of Kerupuk Sambal Cap Bawang as a pioneer since 1987 resulted in employees who then opened businesses in the same field, so there were competitors from this brand. Unknowingly, the presence of competitors has faded the image of Kerupuk Sambal Cap Bawang because they have a similar visual identity, so there is no prominent differentiation from Kerupuk Sambal Cap Bawang. The use of the Kerupuk Sambal Cap Bawang visual identity is also not consistent. The form of its visual identity also has not adapted to people's tastes. Through this final project, the author designed a new visual identity for Kerupuk Sambal Cap Bawang. This visual identity is able to describe the texture and taste of the product which ultimately not only elevates and expands the brand, but also elevates the city of Sibolga which is represented by the Kerupuk Sambal Cap Bawang brand.*

**Keywords:** *Kerupuk Sambal, Rebranding, Visual Identity, Cap Bawang*

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

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	3
<b>1.3 Batasan Masalah</b> .....	3
<b>1.3.1. Demografis</b> .....	3
<b>1.3.2. Geografis</b> .....	4
<b>1.3.3. Psikografis</b> .....	4
<b>1.4 Tujuan Tugas Akhir</b> .....	4
<b>1.5 Manfaat Tugas Akhir</b> .....	4
<b>1.5.1. Manfaat bagi Penulis</b> .....	4
<b>1.5.2. Manfaat bagi Orang Lain</b> .....	5
<b>1.5.3. Manfaat bagi Universitas</b> .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>2.1 Desain Grafis</b> .....	6
<b>2.1.1. Elemen Desain</b> .....	6
<b>2.1.2. Prinsip Desain</b> .....	20
<b>2.2. Branding</b> .....	35
<b>2.2.1. Brand</b> .....	35
<b>2.2.2. Identitas Merek (<i>Brand Identity</i>)</b> .....	36
<b>2.2.3. Branding</b> .....	37

2.2.4. Strategi Merek ( <i>Brand Strategy</i> ).....	39
2.2.5. Simbol .....	40
2.2.6. Nama .....	41
2.2.7. <i>Taglines</i> .....	44
2.2.8. <i>Big Idea</i> .....	45
2.2.9. <i>Brand Ideal</i> .....	46
2.2.10. <i>Brandmarks</i> .....	49
2.2.11. Menciptakan Perbedaan .....	54
2.2.12. Sebelum dan Sesudah ( <i>Before and After</i> ) .....	54
2.3. Kerupuk Sambal Singkong.....	55
2.3.1. Singkong ( <i>Manihot esculenta</i> ).....	55
2.3.2. Kerupuk.....	56
2.3.3. Peran Kerupuk dalam Pola Makan Masyarakat .....	57
2.3.4. Bahan Dasar Kerupuk .....	58
2.3.5. Kerupuk Singkong.....	61
2.4. Identitas Visual .....	63
2.4.1. Sasaran Identitas Visual .....	63
2.4.2. Regulasi Identitas Visual.....	64
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN .....</b>	<b>68</b>
3.1 Metodologi Penelitian.....	68
3.1.1 Metode Kualitatif.....	68
3.2 Studi Eksisting .....	82
3.3 Studi Referensi.....	82
3.4 Metodologi Perancangan .....	82
1) <i>Conducting Research</i> .....	82
2) <i>Clarifying Strategy</i> .....	83
3) <i>Designing Identity</i> .....	83
4) <i>Creating Touchpoints</i> .....	84
5) <i>Managing Assets</i> .....	84
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN .....</b>	<b>86</b>
4.1 Strategi Perancangan .....	86
4.1.1. <i>Clarifying Strategy</i> .....	86

4.1.2	<i>Designing Identity</i> .....	98
4.1.3	<i>Creating Touchpoints</i> .....	119
4.1.4	<i>Managing Assets</i> .....	135
4.2	<b>Analisis Perancangan</b> .....	138
4.2.1	<b>Analisis Logo dan Sistem identitas</b> .....	138
4.2.2	<b>Analisis <i>Graphic Standard Manual</i></b> .....	143
4.2.3	<b>Analisis Supergrafis</b> .....	147
4.2.4	<b>Analisis <i>Stationery</i> (Alat Tulis)</b> .....	150
4.2.5	<b>Analisis <i>Uniform</i> (Seragam)</b> .....	155
4.2.6	<b>Analisis <i>Promotion</i> (Promosi)</b> .....	159
4.2.7	<b>Analisis <i>Digital Promotion</i> (Promosi Berbasis Digital)</b> .....	160
4.3	<i>Budgeting</i> .....	162
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	164
5.1	<b>Simpulan</b> .....	164
5.2	<b>Saran</b> .....	166
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	xviii
<b>LAMPIRAN</b>	.....	xix

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Syarat Mutu Kerupuk Menurut SII 0272-90.....	57
Tabel 2.2 Komposisi Kimia pada Ikan Segar.....	60
Tabel 4.1 <i>Brand Mantra</i> Kerupuk Sambal Cap Bawang.....	94
Tabel 4.2 Biaya Produksi Media Primer.....	163
Tabel 4.3 Biaya Produksi Media Sekunder.....	163



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Garis dengan Variasi yang Berbeda-beda .....	7
Gambar 2.2 Contoh Aplikasi dari Garis.....	8
Gambar 2.3 Bentuk Dasar Kamera .....	9
Gambar 2.4 Tiga Bentuk Dasar.....	9
Gambar 2.5 Contoh Figur dan Latar .....	11
Gambar 2.6 Contoh Figur dan Latar Tradisional .....	11
Gambar 2.7 Contoh Bentuk Huruf, Angka, Simbol, dan Tanda Baca .....	12
Gambar 2.8 Pantulan Warna dari Permukaan Apel .....	13
Gambar 2.9 Sistem Warna Subtraktif .....	14
Gambar 2.10 Sistem Warna <i>Subtractive</i> .....	15
Gambar 2.11 Sistem Pencocok Warna oleh Pantone® .....	16
Gambar 2.12 Kontras pada <i>Value</i> dan Kontras pada <i>Hue</i> .....	18
Gambar 2.13 Tekstur Taktil dan Tekstur Visual.....	19
Gambar 2.14 Ragam Format pada Media Cetak.....	21
Gambar 2.15 Ukuran dan Bentuk pada Elemen Visual .....	22
Gambar 2.16 Contoh Keseimbangan Simetris .....	24
Gambar 2.17 Contoh Keseimbangan Asimetris.....	25
Gambar 2.18 Contoh Keseimbangan Radial .....	26
Gambar 2.19 Contoh Penerapan Hierarki Visual.....	28
Gambar 2.20 Contoh Jenis-jenis <i>Emphasis</i> .....	29
Gambar 2.21 Hukum Penyusunan Perseptual.....	32
Gambar 2.22 Contoh Ragam Skala dalam Komposisi.....	34
Gambar 2.23 <i>Brand Touchpoints</i> .....	36
Gambar 2.24 Cakupan Identitas Merek .....	37
Gambar 2.25 Proses <i>Branding</i> .....	38
Gambar 2.26 Analogi <i>Branding</i> .....	39
Gambar 2.27 Contoh Simbol pada Logo .....	41
Gambar 2.28 Proses dalam Menemukan <i>Big Idea</i> .....	45
Gambar 2.29 Contoh-contoh <i>Wordmarks</i> .....	50
Gambar 2.30 Contoh-contoh <i>Letterforms</i> .....	51
Gambar 2.31 Contoh-contoh <i>Pictorial Marks</i> .....	52
Gambar 2.32 Contoh-contoh <i>Abstract Marks</i> .....	53
Gambar 2.33 Contoh-contoh <i>Emblems</i> .....	53
Gambar 3.1 Wawancara dengan Bu Asliani (Lia).....	70
Gambar 3.2 Foto bersama Bu Asliani .....	71
Gambar 3.3 Logo Kerupuk Sambal Cap Bawang.....	72
Gambar 3.4 Wawancara dengan Pak Serdang Margono (Bun Liong).....	73
Gambar 3.5 Inkonsistensi Penggunaan Logo Kerupuk Sambal Cap Bawang pada Barang-barang <i>Collateral</i> .....	74
Gambar 3.6 Foto profil akun media sosial Instagram Kerupuk Sambal Cap Bawang.....	75

Gambar 3.7 Bagan <i>Brand Personality</i> .....	77
Gambar 3.8 Wawancara dengan Pak Daud Sadikin.....	78
Gambar 4.1 <i>Mindmap Organizational</i> Kerupuk Sambal Cap Bawang.....	87
Gambar 4.2 <i>Mindmap Personality</i> Kerupuk Sambal Cap Bawang.....	87
Gambar 4.3 <i>Brand Mantra</i> dan Tanda-tanda .....	92
Gambar 4.4 <i>Brand Brief</i> Kerupuk Sambal Cap Bawang .....	97
Gambar 4.5 <i>Moodboard</i> Perancangan.....	98
Gambar 4.6 Bentuk Dasar Alternatif <i>Emblem Logo</i> .....	99
Gambar 4.7 Sketsa Logo .....	100
Gambar 4.8 Alternatif Digitalisasi Logo.....	101
Gambar 4.9 <i>Golden Ratio</i> pada Pictorial Bawang .....	102
Gambar 4.10 Pilihan <i>Font</i> untuk <i>Logotype</i> "Cap Bawang" .....	103
Gambar 4.11 Hasil Akhir Logo.....	103
Gambar 4.12 <i>Moodboard</i> Warna (Paprika dan Rempah) .....	105
Gambar 4.13 Palet Warna .....	106
Gambar 4.14 Alternatif Komposisi Warna pada Logo .....	106
Gambar 4.15 Kesesuaian Antar Palet Warna pada Logo.....	107
Gambar 4.16 <i>Font</i> Friz Quadrata .....	108
Gambar 4.17 <i>Font</i> Touvlo.....	109
Gambar 4.18 <i>Font</i> Pirata One .....	110
Gambar 4.19 Bentuk Kerupuk Singkong Utuh.....	110
Gambar 4.20 Sketsa dan Dekonstruksi Bentuk Kerupuk Singkong .....	111
Gambar 4.21 Hasil Akhir Supergrafis Singkong .....	112
Gambar 4.22 Bentuk Cabai Keriting.....	112
Gambar 4.23 Sketsa dan Dekonstruksi Bentuk Cabai .....	113
Gambar 4.24 Hasil Akhir Supergrafis Cabai .....	114
Gambar 4.25 Bentuk Ikan Asin.....	114
Gambar 4.26 Sketsa dan Dekonstruksi Bentuk Ikan Asin .....	115
Gambar 4.27 Hasil Akhir Supergrafis Ikan Asin.....	116
Gambar 4.28 Ornamen Supergrafis.....	117
Gambar 4.29 Motif Kain Ulos .....	117
Gambar 4.30 <i>Pictorial</i> Bawang.....	118
Gambar 4.31 Perancangan Kop Surat.....	120
Gambar 4.32 Perancangan Amplop .....	121
Gambar 4.33 Perancangan Kartu Nama.....	123
Gambar 4.34 Perancangan <i>ID Card</i> .....	124
Gambar 4.35 Perancangan <i>Lanyard</i> .....	125
Gambar 4. 36 Perancangan Stempel Logo.....	125
Gambar 4.37 Perancangan <i>Tote Bag</i> .....	126
Gambar 4.38 Perancangan Kaus Berkerah.....	128
Gambar 4.39 Perancangan Celemek .....	129
Gambar 4.40 Perancangan Topi Berlidah Lengkung.....	130
Gambar 4.41 Perancangan Brosur.....	131

Gambar 4.42 Perancangan <i>X-Banner</i> .....	132
Gambar 4.43 Perancangan Unggahan Instagram <i>Feeds</i> .....	134
Gambar 4.44 Perancangan Unggahan Instagram <i>Story</i> .....	134
Gambar 4.45 <i>Grid</i> pada <i>Graphic Standard Manual</i> Kerupuk Sambal Cap Bawang .....	136
Gambar 4.46 <i>Layout</i> pada <i>Graphic Standard Manual</i> Kerupuk Sambal Cap Bawang.....	137
Gambar 4.47 Logo Primer Kerupuk Sambal Cap Bawang .....	138
Gambar 4.48 Kontras Antara Logo dengan Latar .....	142
Gambar 4.49 Skala Penggunaan Palet Warna.....	142
Gambar 4.50 Aplikasi Penggunaan Tipografi.....	143
Gambar 4.51 Hasil Aplikasi <i>Multicolumn Grid</i> pada <i>Graphic Standard Manual</i> .....	144
Gambar 4.52 Analisis Halaman Isi <i>Graphic Standard Manual</i> .....	145
Gambar 4.53 Analisis Halaman Pergantian Bab <i>Graphic Standard Manual</i> .....	146
Gambar 4.54 Analisis Sampul <i>Graphic Standard Manual</i> .....	147
Gambar 4.55 Bentuk Supergrafis dan Ornamen Supergrafis Cap Bawang .....	148
Gambar 4.56 Contoh Penyusunan Ornamen Supergrafis .....	149
Gambar 4.57 Hasil Perancangan Kop Surat Cap Bawang .....	150
Gambar 4.58 Hasil Perancangan Amplop Surat Cap Bawang.....	151
Gambar 4.59 Hasil Perancangan Kartu Nama Cap Bawang.....	152
Gambar 4.60 Hasil Perancangan <i>ID Card</i> .....	153
Gambar 4.61 Hasil Perancangan <i>Lanyard</i> .....	154
Gambar 4.62 Hasil Perancangan Stempel Resmi Cap Bawang.....	155
Gambar 4. 63 Hasil Perancangan <i>Tote Bag</i> .....	156
Gambar 4.64 Hasil Perancangan Kaus Berkerah Cap Bawang.....	157
Gambar 4.65 Hasil Perancangan Celemek Cap Bawang .....	157
Gambar 4.66 Hasil Perancangan Topi Berlidah Lengkung Cap Bawang.....	158
Gambar 4.67 Hasil Perancangan Brosur Cap Bawang.....	159
Gambar 4.68 Hasil Perancangan <i>X-Banner</i> Cap Bawang.....	160
Gambar 4.69 Hasil Perancangan Instagram <i>Feeds</i> Cap Bawang.....	161
Gambar 4.70 Hasil Perancangan Instagram <i>Story</i> Cap Bawang.....	162

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



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: Form Bimbingan.....	xix
Lampiran B: Transkrip Wawancara dengan Bu Asliani - Administrator Kerupuk Sambal Cap Bawang .....	xxiii
Lampiran C: Transkrip Wawancara dengan Pak Serdang Margono - Pemilik Kerupuk Sambal Cap Bawang .....	xxxiv
Lampiran D: Transkrip Wawancara dengan Pak Daud Sadikin - Reseller Kerupuk Sambal Cap Bawang .....	xlii
Lampiran E: Kuesioner Survei Identitas Visual Kerupuk Sambal Cap Bawang khas Sibolga .....	xlv
Lampiran F: Display Karya Penulis .....	liv
Lampiran G: Hasil Turnitin.....	lv

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA