

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION* FLYBEST

FLIGHT ACADEMY



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Michelle Louis Alesandra

00000040098

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*

FLYBEST FLIGHT ACADEMY



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Michelle Louis Alesandra

00000040098

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Michelle Louis Alesandra

Nomor Induk Mahasiswa : 00000040098

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN BRAND REJUVENATION FLYBEST FLIGHT ACADEMY

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, 04 Januari 2023



(Michelle Louis Alesandra)

U M M I N
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 *BRAND REJUVENATION* FLYBEST FLIGHT ACADEMY

Oleh

Nama : Michelle Louis Alesandra
NIM : 00000040098
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 05 Januari 2023
Pukul 14:30 s.d 15.15 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



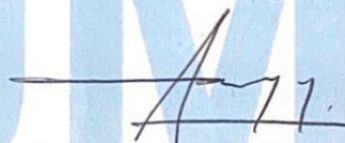
Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/E068502

Penguji



Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.
0326128001/E038953

Pembimbing



Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/L00011

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 : Michelle Louis Alesandra
NIM : 00000040098
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 *BRAND REJUVENATION* FLYBEST FLIGHT ACADEMY

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, 19 Januari 2023

Yang menyatakan,



(Michelle Louis Alesandra)

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

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan atas berkat-Nya yang melimpah sehingga penulis berhasil menyelesaikan laporan tugas akhir beserta dengan karya desain yang dibuat. Tugas akhir berikut dirancang karena adanya fenomena pada Flybest Flight Academy yang melakukan perluasan perusahaan. Identitas merek Flybest tidak lagi relevan dengan keadaan yang ada saat ini, dan terdapat *repositioning* pada perusahaan. Maka dari itu, perancangan *brand rejuvenation* merupakan hal yang tepat untuk dilakukan. Perancangan *brand rejuvenation* Flybest Flight Academy juga dilakukan demi meningkatkan *awareness* masyarakat tentang Flybest.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., 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. Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Karin Ingkan Item selaku pemilik Flybest Flight Academy yang telah memberi izin kepada penulis untuk melakukan perancangan brand rejuvenation.
7. Karin Ingkan Item selaku pemilik Flybest Flight Academy, Aryo Bimo, dan Arvin Asgard selaku murid Flybest yang telah bersedia untuk menjadi narasumber dalam perancangan tugas akhir.

Semoga karya ilmiah ini dapat berguna dan menjadi inspirasi bagi tiap pembaca yang sedang mencari referensi perancangan ulang identitas visual akademi penerbangan dalam lingkup desain komunikasi visual.

Tangerang, 06 Januari 2023



(Michelle Louis Alesandra)



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*

FLYBEST FLIGHT ACADEMY

(Michelle Louis Alesandra)

ABSTRAK

Flybest Flight Academy merupakan sekolah pilot yang berlokasi di Tangerang dan Batam sejak tahun 2013. Pada tahun 2022, sekolah pilot Flybest melakukan perluasan perusahaan ke ranah *general aviation*. Dengan adanya fenomena tersebut, identitas merek yang digunakan Flybest tidak lagi relevan dengan keadaan Flybest saat ini. *General aviation* sendiri merupakan penerbangan niaga diluar jadwal yang biasa digunakan sebagai sarana kesehatan, pariwisata, dan keperluan penerbangan lainnya. Terlebih lagi, penggunaan identitas merek Flybest saat ini menimbulkan ketidakkonsistenan karena adanya fenomena ekspansi layanan tersebut. Maka dari itu, saat ini Flybest Flight Academy memerlukan identitas merek baru agar bisnisnya dikenal dan lebih dipahami oleh masyarakat. Tugas Akhir ini didukung oleh metode perancangan oleh Alina Wheeler (2018) dalam buku berjudul *Designing Brand Identity*. Hasil perancangan didukung oleh data kuantitatif dan kualitatif berupa kuesioner, observasi, wawancara, studi eksisting dan studi referensi. Hasil akhir yang dibuat meliputi logo, supergrafis, warna, dan tipografi baru serta pengaplikasian pada media seperti *graphic standard manual, stationery, marketing collateral, dan merchandise*.

Kata kunci: *Brand rejuvenation* , Flybest Flight Academy, Aviasi

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

BRAND REJUVENATION DESIGN

FOR FLYBEST FLIGHT ACADEMY

(Michelle Louis Alesandra)

ABSTRACT (English)

Flybest Flight Academy is a pilot school located in Tangerang and Batam since 2013. Flybest pilot school is expanding the company into general aviation. With this event, the visual identity used by Flybest is no longer relevant to the current state of Flybest. General aviation itself is a commercial flight outside the schedule that is usually used as a means of health, tourism, and other aviation purposes. Moreover, the current use of Flybest's visual identity creates inconsistencies due to the expansion of the company. Therefore, currently Flybest Flight Academy requires a brand rejuvenation for their visual identity so that its business is known and better understood by the public. This Final Project is supported by the design method by Alina Wheeler (2018) in a book entitled Designing Brand Identity. The results of the design are supported by quantitative and qualitative data in the form of questionnaires, observations, interviews, existing studies and reference studies. The final results include logos, supergraphics, colors, and new typography as well as applications to media such as graphic standard manuals, stationery, marketing collateral, and merchandise.

Keywords: Brand rejuvenation, Flybest Flight Academy, Aviation

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	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.3.1 Batasan geografis.....	3
1.3.2 Batasan Demografis.....	4
1.3.3 Batasan Psikografis :	4
1.4 Tujuan Tugas Akhir.....	5
1.5 Manfaat Tugas Akhir.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Teori Desain	6
2.1.1 Prinsip Desain	6
2.1.1.1 Format.....	6
2.1.1.2 Keseimbangan (balance)	7
2.1.1.3 Hierarki Visual	8
2.1.1.5 Kesatuan (<i>unity</i>).....	10
2.1.2 Elemen Desain.....	13
2.1.2.1 Garis	13
2.1.2.2 Bentuk.....	14
2.1.2.3 Warna	16

2.1.2.4	Tekstur	17
2.1.2.5	<i>Figure or Ground</i>	17
2.1.3	Tipografi	18
2.1.3.1	Anatomi Huruf.....	18
2.1.3.2	Aspek dalam Tipografi.....	19
2.1.4	Komposisi	21
2.1.4.1	Proses Komposisi	22
2.1.5	Proporsi sistem grid	23
2.1.5.1	<i>Mathematical Ratios and Proportional Systems</i>	23
2.1.5.2	<i>Grid</i>	26
2.2	<i>Brand</i>	29
2.2.1	Branding.....	30
2.2.2	Brand Identity	31
2.2.2.1	Elemen <i>Brand Identity</i>	31
2.2.3	Brand Architecture	33
2.2.4	Brand Strategy	34
2.2.4.1	<i>Brand Positioning</i>	35
2.2.4.2	<i>Brand Resonance</i>	35
2.2.4.3	<i>Brand Value Chain</i>	36
2.2.5	Brand Equity.....	36
2.2.5.1	<i>Brand Awareness</i>	37
2.2.5.2	<i>Brand Image</i>	37
2.2.5.3	<i>Brand Mantra</i>	38
2.2.6	Brand Rejuvenation	39
2.2.7	Brand Guidelines.....	41
2.3	Penerbangan di Indonesia	42
2.3.1	Sekolah Pilot.....	42
2.3.2	Training Center	43
2.3.3	General Aviation.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		44
3.1	Metodologi Penelitian.....	44
3.1.1	Flybest Flight Academy.....	44

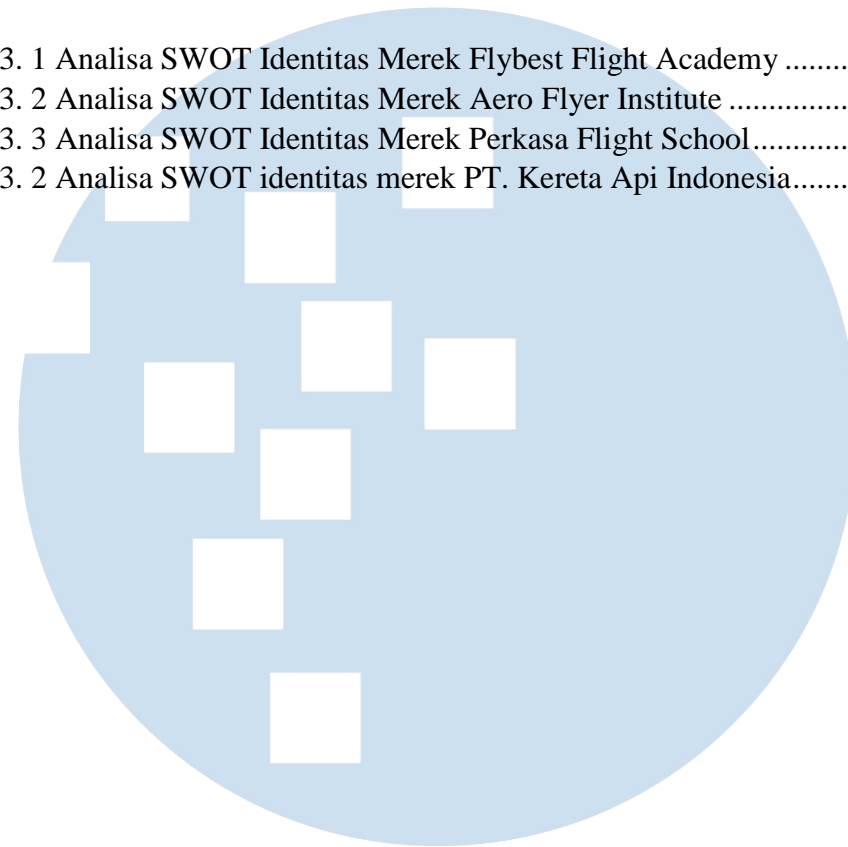
3.1.1.1 Wawancara	44
3.1.1.2 Kesimpulan Wawancara.....	50
3.1.2 Observasi	50
3.1.2.1 Observasi Daring.....	50
3.1.2.2 Observasi Lapangan.....	52
3.1.2.3 Kesimpulan Observasi	54
3.1.3 Kuesioner.....	55
3.1.3.1 Hasil Kuesioner.....	56
3.1.3.2 Kesimpulan Kuesioner.....	61
3.1.4 Studi Eksisting	62
3.1.4.1 Studi Eksisting Identitas Merek Flybest	62
3.1.4.2 Studi Eksisting Kompetitor	66
3.1.4.3 Kesimpulan Studi Eksisting.....	70
3.1.5 Studi Referensi.....	70
3.1.5.1 PT. Kereta Api Indonesia	71
3.1.5.3 Kesimpulan Studi Referensi	73
3.2 Metodologi Perancangan	73
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	76
4.1 Strategi Perancangan	76
4.1.1 Conducting Research.....	76
4.1.2 Clarifying Strategy.....	77
4.1.2.1 Mindmap	77
4.1.2.2 Brand Positioning.....	79
4.1.2.3 Brand Mantra	79
4.1.2.4 Brand Value	81
4.1.2.5 Brand Personality	81
4.1.2.6 Big Idea.....	82
4.1.2.7 Brand Brief.....	83
4.1.3 Designing Identity	84
4.1.3.1 Moodboard.....	84
4.1.3.2 Perancangan logo.....	85
4.1.3.3 Warna Identitas.....	91

4.1.3.4	Pemilihan Tipografi.....	93
4.1.3.5	Perancangan Supergrafis.....	94
4.1.3.6	Perancangan Fotografi.....	97
4.1.4	Creating Touchpoints	100
4.1.4.1	Perancangan Stationery	100
4.1.4.2	Perancangan Marketing Collateral	110
4.1.4.3	Perancangan Merchandise	122
4.1.5	Managing Assets	125
4.2	Analisis Perancangan	128
4.2.1	Analisis Logo.....	128
4.2.2	Analisis Elemen Grafis.....	131
4.2.3	Analisis Warna.....	131
4.2.4	Analisis tipografi.....	132
4.2.5	Analisis Fotografi.....	133
4.2.6	Analisis Graphic Standard manual	134
4.2.7	Analisis Stationery	138
4.2.8	Analisis Marketing Collateral	145
4.2.9	Analisis Merchandise	149
4.3	<i>Budgeting</i>	150
BAB V	PENUTUP.....	152
5.1	Simpulan.....	152
5.2	Saran.....	153
DAFTAR	PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xvi

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 TABEL

Tabel 3. 1 Analisa SWOT Identitas Merek Flybest Flight Academy	65
Tabel 3. 2 Analisa SWOT Identitas Merek Aero Flyer Institute	67
Tabel 3. 3 Analisa SWOT Identitas Merek Perkasa Flight School.....	69
Tabel 3. 2 Analisa SWOT identitas merek PT. Kereta Api Indonesia.....	72



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Format	7
Gambar 2. 2 <i>Symmetrical Arrangement</i> pada logo Audi	7
Gambar 2. 3 <i>Asymmetrical Arrangement</i> pada logo Pepsi.....	8
Gambar 2. 4 <i>Radial Balance</i> pada logo British Patrol	8
Gambar 2. 5 <i>Emphasis</i> pada logo lama YouTube.....	9
Gambar 2. 6 <i>Similarity</i> pada logo NBC	11
Gambar 2. 7 <i>Proximity</i> pada logo Unilever	11
Gambar 2. 8 <i>Continuity</i> pada logo Mastercard	11
Gambar 2. 9 <i>Closure</i> pada logo WWF Sumber : zilliondesigns.com (2019)	12
Gambar 2. 10 <i>Common Fate</i> pada logo Spartan	12
Gambar 2. 11 <i>Continuing Line</i>	13
Gambar 2. 12 Garis <i>solid</i>	13
Gambar 2. 13 Garis <i>Implied</i>	14
Gambar 2. 15 Variasi bentuk pada logo.....	15
Gambar 2. 16 <i>Additive and subtractive color system</i>	17
Gambar 2. 17 Contoh Figure and Ground.....	18
Gambar 2. 18 Anatomi Huruf	18
Gambar 2. 19 Klasifikasi <i>typeface</i>	20
Gambar 2. 20 <i>Type and image fusion</i> pada poster Nike	22
Gambar 2. 21 <i>Type runs across image</i> pada iklan poster	23
Gambar 2. 22 <i>Type outside image</i> pada majalah Kinfolk	23
Gambar 2. 23 Fibonacci Squares pada logo Apple	24
Gambar 2. 24 Golden Ratio pada Logo Twitter.....	25
Gambar 2. 25 <i>Rule of Thirds</i> logo system.....	25
Gambar 2. 26 <i>Modular grids : graph paper and modular grid</i>	26
Gambar 2. 27 <i>Modular Grid and Chunking</i>	26
Gambar 2. 28 <i>Single Column Grid</i>	27
Gambar 2. 29 <i>Multicolumn Grid</i>	28
Gambar 2. 30 Anatomi Grid	29
Gambar 2. 31 <i>Modular Grid</i>	29
Gambar 2. 32 Brandmark	31
Gambar 2. 33 <i>Wordmark</i>	32
Gambar 2. 34 <i>Letterform mark</i>	32
Gambar 2. 35 <i>Pictorial marks</i>	32
Gambar 2. 36 <i>Abstract marks</i>	33
Gambar 2. 37 <i>Emblem mark</i>	33
Gambar 2. 38 <i>Brand Architecture</i>	34
Gambar 3. 1 Logo Flight Academy, Training center, dan Aviation	46
Gambar 3. 2 Wawancara kepada Ibu Karin, <i>founder</i> FlyBest	47

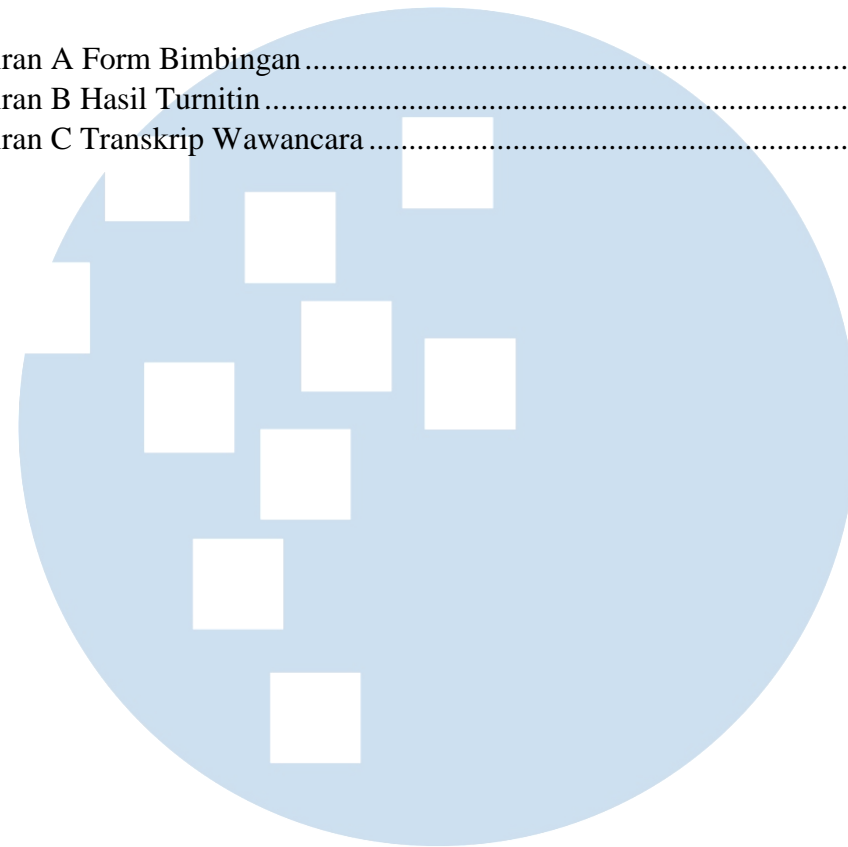
Gambar 3. 3 Wawancara kepada Aryo Bimo.....	48
Gambar 3. 4 Wawancara kepada Arvin Asgard.....	50
Gambar 3. 5 Website FlyBest Flight Academy	51
Gambar 3. 6 Formulir Pendaftaran dalam Website.....	52
Gambar 3. 7 <i>Unique Selling Point</i> FlyBest Flight Academy	52
Gambar 3. 8 Flybest <i>training center</i> dan <i>head office</i>	53
Gambar 3. 9 Ruang Simulator Pesawat A320.....	53
Gambar 3. 10 Data Kuesioner : Usia Responden.....	56
Gambar 3. 11 Data Kuesioner : Domisili Responden	56
Gambar 3. 12 Data Kuesioner 3	57
Gambar 3. 13 Awareness Responden terhadap Logo FlyBest.....	57
Gambar 3. 14 Persepsi Masyarakat terhadap Perusahaan	58
Gambar 3. 15 Kepercayaan Responden lewat Logo FlyBest.....	58
Gambar 3. 16 Pendapat Responden Mengenai Representasi Logo.....	59
Gambar 3. 17 Pendapat Responden Mengenai <i>Re-design</i> Logo FlyBest	59
Gambar 3. 18 Sumber Informasi Audiens terhadap FlyBest	60
Gambar 3. 19 Alasan Responden Memilih FlyBest.....	60
Gambar 3. 20 Pengetahuan Responden Mengenai Ekspansi FlyBest.....	61
Gambar 3. 21 Tingkat Kepercayaan Responden yang Mengenal FlyBest.....	61
Gambar 3. 22 Logo FlyBest <i>Flight Academy, Training Center, dan Aviation.</i>	63
Gambar 3. 23 Tampilan Visual FlyBest pada Website dan Instagram	64
Gambar 3. 24 Aplikasi Identitas Visual FlyBest pada Media Cetak.....	64
Gambar 3. 25 Identitas Visual Aero Flyer Institute	66
Gambar 3. 26 Website dan Instagram Aero Flyer Institute	67
Gambar 3. 27 Identitas Merek Perkasa Flight School.....	68
Gambar 3. 28 Website dan Instagram Perkasa Flight School.....	69
Gambar 3. 25 Identitas Merek PT. Kereta Api Indonesia.....	71
Gambar 3. 26 Website dan Instagram PT. Kereta Api Indonesia	72
Gambar 3. 29 Skema <i>Branding Process</i> Sumber : Wheeler (2018)	74
Gambar 4. 1 Mindmap Flybest.....	78
Gambar 4. 2 Moodboard Flybest	85
Gambar 4. 3 Proses iterasi brand mantra	85
Gambar 4. 4 Sketsa logo Flybest	87
Gambar 4. 5 Eksplorasi bentuk sayap burung macaw	88
Gambar 4. 6 Proses eksplorasi logo digital.....	88
Gambar 4. 7 Anatomi, grid, dan digitalisasi logo Flybest	89
Gambar 4. 8 Pemilihan Warna dalam logo Flybest	89
Gambar 4. 9 Flybest Brand Umbrella	90
Gambar 4. 10 Pemilihan Typeface pada logo anak perusahaan.....	90
Gambar 4. 11 Logo Flybest dan deskripsi sub brand.....	91
Gambar 4. 12 Palet Warna Flybest	92

Gambar 4. 13 Aplikasi warna alternative pada logo utama	93
Gambar 4. 14 Font Garamond bold dan Quicksand.....	94
Gambar 4. 15 Eksplorasi supergrafis	94
Gambar 4. 16 Proses stilasi Supergrafis.....	95
Gambar 4. 17 Supergrafis Flybest.....	95
Gambar 4. 18 Pola supergrafis	96
Gambar 4. 19 Supergrafis final	96
Gambar 4. 20 Aturan Supergrafis	97
Gambar 4. 21 Penggunaan Supergrafis yang disarankan.....	97
Gambar 4. 22 Contoh Fotografi Flybest	98
Gambar 4. 23 <i>Adjustments</i> Foto Flybest	99
Gambar 4. 24 Hasil <i>Adjustments</i> Foto.....	100
Gambar 4. 25 Layout Kartu Nama	101
Gambar 4. 26 Mockup Kartu Nama	101
Gambar 4. 27 Layout kop surat.....	102
Gambar 4. 28 Mockup Kop Surat	102
Gambar 4. 29 Layout Amplop C4.....	103
Gambar 4. 30 Layout amplop DL	104
Gambar 4. 31 Mockup Kop, Amplop, dan Kartu nama.....	104
Gambar 4. 32 Layout ID Card.....	105
Gambar 4. 33 Mockup ID Card	106
Gambar 4. 34 Layout Lanyard	107
Gambar 4. 35 Mockup Lanyard	107
Gambar 4. 36 Stamp Flybest.....	108
Gambar 4. 37 Seragam Student.....	108
Gambar 4. 38 Seragam Instructor	109
Gambar 4. 39 Detail seragam instruktur	109
Gambar 4. 40 Seragam staff dan mekanik	110
Gambar 4. 41 Detail seragam staff dan mekanik	110
Gambar 4. 42 Grid pada media horizontal	111
Gambar 4. 43 Contoh pengaplikasian Media Horizontal.....	111
Gambar 4. 44 grid pada media vertical	112
Gambar 4. 45 Contoh pengaplikasian media vertical	112
Gambar 4. 46 Grid pada instagram post.....	113
Gambar 4. 47 Peletakan logo dalam grid instagram post	114
Gambar 4. 48 Instagram Post.....	114
Gambar 4. 49 Sitemap Website Flybest.....	115
Gambar 4. 50 sistem grid pada website	115
Gambar 4. 51 Wireframe pada home page.....	116
Gambar 4. 52 Wireframe Halaman	117
Gambar 4. 53 Main Page Website Flybest.....	118
Gambar 4. 54 Halaman <i>redirect</i> pada <i>main page</i>	119
Gambar 4. 55 Halaman 1 Website	119

Gambar 4. 56 Halaman 2 Website	120
Gambar 4. 57 Halaman 3 Website	120
Gambar 4. 58 Halaman 4 Website	121
Gambar 4. 59 Halaman 5 Website	122
Gambar 4. 60 Totebag Flybest	123
Gambar 4. 61 Agenda Flybest.....	123
Gambar 4. 62 Mug Flybest	124
Gambar 4. 63 Topi Flybest	124
Gambar 4. 64 Sistem multicolumn grid pada GSM.....	125
Gambar 4. 65 Penerapan multicolumn grid pada GSM	126
Gambar 4. 66 Logo utama Flybest	128
Gambar 4. 67 Perbandingan logo.....	129
Gambar 4. 68 Logo anak perusahaan Flybest	129
Gambar 4. 69 Penerapan logo diatas backround berwarna	130
Gambar 4. 70 Penggunaan logo yang dilarang	131
Gambar 4. 71 Aplikasi supergrafis pada media	131
Gambar 4. 72 Analisis Warna	132
Gambar 4. 73 Analisis tipografi	133
Gambar 4. 74 Analisa fotografi.....	134
Gambar 4. 75 Hasil penerapan guides pada graphic standard manual.....	135
Gambar 4. 76 Cover Pembatas bab	136
Gambar 4. 77 Sistem pada halaman berjumlah ganjil.....	137
Gambar 4. 78 Analisa Halaman yang memuat banyak konten	137
Gambar 4. 79 Analisa Kop Surat	138
Gambar 4. 80 Amplop DL	139
Gambar 4. 81 Amplop C4	139
Gambar 4. 82 Mockup Amplop	140
Gambar 4. 83 Analisis kartu nama	141
Gambar 4. 84 Mockup kartu nama.....	141
Gambar 4. 85 Analisa ID Card.....	142
Gambar 4. 86 Analisa Lanyard	143
Gambar 4. 87 Mockup ID card dan lanyard.....	143
Gambar 4. 88 Stempel Flybest	144
Gambar 4. 89 E-mail Signature.....	144
Gambar 4. 90 Hasil keseluruhan seragam.....	145
Gambar 4. 91 Post Instagram	146
Gambar 4. 92 Media Vertikal (brosur).....	147
Gambar 4. 93 Analisa media Horizontal Flybest.....	148
Gambar 4. 94 Hasil Website Homepage	149
Gambar 4. 95 Merchandise Flybest	150

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	xvi
Lampiran B Hasil Turnitin.....	xviii
Lampiran C Transkrip Wawancara.....	xix



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA