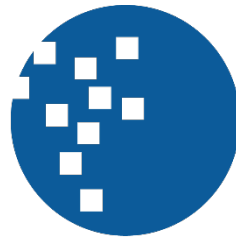


PERANCANGAN BRAND REVITALIZATION

HOTEL TJIMAH



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Swari Azanni

00000040420

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

PERANCANGAN BRAND REVITALIZATION

HOTEL TJIMAHI



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Swari Azanni

00000040420

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Swari Azanni

Nomor Induk Mahasiswa : 00000040420

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN BRAND REVITALIZATION HOTEL TJIMAH

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, 6 Januari 2023

UMN



(Swari Azanni)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN BRAND REVITALIZATION

HOTEL TJIMAHI

Oleh

Nama : Swari Azanni
NIM : 00000040420
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain


Telah diujikan pada hari Jumat, 6 Januari 2023

Pukul 13.00 s.d 13.45 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



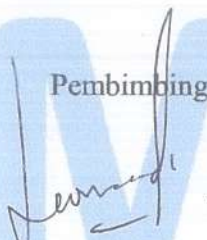
Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/E043487

Penguji



Edo Tirtadarma, M.Ds.
0324128506/ E071279

Pembimbing



Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds
0305117401/L00146

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 : Swari Azanni
NIM : 00000040420
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 REVITALIZATION

HOTEL TJIMAH

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, 6 Januari 2023

Yang menyatakan,



(Swari Azanni)

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 Syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini yang berjudul “Perancangan Brand Revitalization Hotel Tjimahi”.

Alasan mengapa penulis memilih topik perancangan *brand revitalization* Hotel Tjimahi adalah karena melihat hotel tersebut memiliki potensi yang besar untuk berkembang dan dijaga eksistensinya hingga masa-masa yang mendatang. Maka dari itu, penulis mengambil topik mengenai apa yang bisa penulis lakukan bagi kemajuan Hotel Tjimahi yaitu mengenai perancangan *brand revitalization* Hotel Tjimahi. Topik perancangan yang akan dibahas oleh penulis diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi masyarakat yang sedang mempelajari perancangan *brand revitalization* sebuah hotel atau bisnis akomodasi.

Dalam perancangan laporan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan akademik ataupun dukungan moral. Maka dari itu, 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.D.s., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara sekaligus sebagai ketua sidang akhir yang memberikan kritik dan saran dalam penyusunan laporan dan karya.
4. Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds., selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dengan maksimal kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya.
5. Edo Tirtadarma, M.Ds., selaku penguji sidang akhir yang memberikan kritik dan saran dalam penyusunan laporan dan karya.

6. Theresia Gerungan Soetamanggala dan seluruh pihak Hotel Tjimahi selaku narasumber dari Hotel Tjimahi yang telah mengizinkan penulis mengangkat Hotel Tjimahi sebagai topik penelitian tugas akhir ini.
7. Seluruh teman penulis, Janet, Jeanet, Michelle, Donny, Febriyan, Yves, Ave, Rafiendra yang saling mendukung dan saling berjuang dalam pengerjaan tugas akhir ini.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Serta Della Saraswati sebagai kakak penulis yang membantu memberikan saran dan motivasi dalam proses pengerjaan karya dan menyempatkan untuk membantu *display* saat sidang akhir.
9. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu dan terlibat dalam penyusunan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat berguna dan menjadi inspirasi bagi pembaca yang sedang mencari referensi perancangan *brand revitalization* perusahaan hotel dalam lingkup desain komunikasi visual.

Tangerang, 6 Januari 2023


(Swari Azanni)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN BRAND REVITALIZATION

HOTEL TJIMAH

(Swari Azanni)

ABSTRAK

Hotel Tjimahi merupakan salah satu hotel tertua di Kota Cimahi yang bertahan sejak tahun 1927. Hotel Tjimahi merupakan hotel rekreasi dengan klasifikasi melati 3 yang memiliki ciri khas bangunan era kolonial Belanda yang pada sisi depan bangunannya masih dipertahankan keautentikannya hingga saat ini. Tidak hanya sekedar hotel yang bertahan selama 95 tahun, tetapi Hotel Tjimahi juga memiliki nilai sejarah tersendiri. Hotel tersebut mengalami penurunan pelanggan yang diakibatkan dari tergerusnya oleh perkembangan zaman yang menyebabkan sekaratnya *brand* tersebut. Berdasarkan Kotler & Keller (2008) dalam bukunya yang berjudul *marketing management*, ketika *brand* yang mengalami perubahan selera dan preferensi konsumen, memiliki tantangan kompetensi dengan kompetitor, gagal berkembang dengan teknologi atau arus globalisasi, berada di lingkungan pasar yang terus berubah merupakan tanda *brand* yang layak untuk melakukan upaya *brand revitalization*. Perancangan *brand revitalization* ini dilakukan agar Hotel Tjimahi dapat menjadi relevan kembali di tengah masyarakat dan dapat mengkomunikasikan *brand value* yang dimiliki melalui identitas visual baru.

Kata kunci: Revitalisasi merek, Hotel, Hotel Tjimahi.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DESIGNING BRAND REVITALIZATION FOR

HOTEL TJIMAH

(Swari Azanni)

ABSTRACT (English)

Hotel Tjimahi is one of the oldest hotels in Cimahi City which has survived since 1927. Hotel Tjimahi is a leisure hotel with a melati 3 classification which has the characteristics of a Dutch colonial era building whose authenticity is still maintained on the front side of the building today. Not only a hotel that has survived for 95 years, but Hotel Tjimahi also has its own historical value. The hotel experienced a decline in customers as a result of being eroded by the times which led to the demise of the brand. Based on Kotler & Keller (2008) in his book entitled marketing management, when a brand experiences changes in consumer tastes and preferences, has competency challenges with competitors, fails to develop with technology or globalization, being in a constantly changing market environment is a sign of a viable brand. to carry out brand revitalization efforts. The design of this brand revitalization was carried out so that Hotel Tjimahi can become relevant again in society and can communicate its brand value through a new visual identity.

Keywords: Brand revitalization, Hotel, Hotel Tjimahi.

UMN

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.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
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 Teori Perancangan Desain.....	5
2.1.1 Elemen Desain	5
2.1.2 Prinsip Desain	13
2.1.3 Tipografi	18
2.1.4 Grid	20
2.1.5 Fotografi	22
2.2 Brand	24
2.2.1 Branding.....	24
2.2.2 Brand Strategy	25
2.2.3 Brand Positioning	26
2.2.4 Brand Value	27
2.2.5 Unique Selling Point dan Emotional Selling Point	27
2.2.6 Brand Promise	27

2.2.7	Segmenting, Targeting and Positioning (STP)	28
2.2.8	Brand Mantra	28
2.2.9	Brand Awareness	28
2.2.10	Brand Revitalization	29
2.2.11	Brand Image	30
2.2.12	Brand Identity	30
2.2.13	Studi Kasus Teatro Nacional Sucre	40
2.3	Hotel	41
2.3.1	Hotel Melati	42
2.3.2	Kebutuhan Pelanggan Hotel	42
2.3.3	Hotel Branding	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		44
3.1	Metodologi Penelitian	44
3.1.1	Wawancara	44
3.1.2	Observasi	55
3.1.3	Analisis SWOT Hotel Tjimahi	68
3.1.4	Studi Eksisting	69
3.1.5	Analisis Kompetitor	73
3.1.6	Analisis Brand Positioning Map	80
3.1.7	Studi Referensi	81
3.1.8	Timeline Perjalanan Hotel Tjimahi	82
3.1.9	Segmentation, Targeting, Differentiation and Positioning	86
3.2	Metodologi Perancangan	88
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		90
4.1	Strategi Perancangan	90
4.1.1	Conducting Research	90
4.1.2	Clarifying Strategy	94
4.1.3	Designing Identity	97
4.1.4	Creating Touchpoints	112
4.1.5	Managing Assets	134

4.2 Analisis Perancangan	136
4.2.1 Analisis Logo	136
4.2.2 Analisis Elemen Grafis	140
4.2.3 Analisis Warna	142
4.2.4 Analisis Tipografi	142
4.2.5 Analisis Stationery	142
4.2.6 Analisis Collaterals	142
4.2.7 Analisis Signage	142
4.2.8 Analisis Uniform	142
4.2.9 Analisis Website	142
4.2.10 Analisis Advertising	142
4.2.11 Analisis Ephemera	160
4.2.12 Analisis Graphic Standard Manual	142
4.2.13 Kesimpulan Analisis Branding pada Media	142
4.3 Budgeting	166
BAB V PENUTUP	166
5.1 Kesimpulan	168
5.2 Saran	169
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xvi

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT Identitas Visual Hotel Tjimahi	72
Tabel 3.2 Analisis SWOT La Nostalgie Boutique Hotel	76
Tabel 3.3 Analisis SWOT Hotel Sanira	78
Tabel 3.4 Tabel Perbandingan dengan Kompetitor.....	79
Tabel 3.5 Tabel STP.....	86
Tabel 4.1 Tabel <i>Target Behaviour</i>	91
Tabel 4.2 Tabel <i>Budgeting</i>	166



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Beberapa jenis bentuk	6
Gambar 2.2 <i>Additive and subtractive color system</i>	8
Gambar 2.3 Warna-warna merah	8
Gambar 2.4 Warna-warna kuning.....	9
Gambar 2.5 Warna-warna oranye	9
Gambar 2.6 Warna-warna biru.....	9
Gambar 2.7 Warna-warna hijau	10
Gambar 2.8 Warna hitam	10
Gambar 2.9 Warna putih	10
Gambar 2.10 Warna-warna coklat.....	11
Gambar 2.11 Warna-warna merah jambu	11
Gambar 2.12 Warna-warna ungu	11
Gambar 2.13 Format	14
Gambar 2.14 <i>Symmetrical Arrangement</i>	14
Gambar 2.15 <i>Asymmetrical Arrangement</i>	15
Gambar 2.16 <i>Radial Balance</i>	15
Gambar 2.17 Jenis-jenis <i>Emphasis</i>	17
Gambar 2.18 Contoh <i>Typefaces</i>	18
Gambar 2.19 <i>Single Column Grid</i>	21
Gambar 2.20 <i>Multicolumn Grid</i>	21
Gambar 2.21 <i>Modular Grid</i>	22
Gambar 2.22 <i>Rule of third</i>	22
Gambar 2.23 <i>Rule of space</i>	23
Gambar 2.24 <i>Rule of odds</i>	23
Gambar 2.25 Teori <i>Gestalt</i>	24
Gambar 2.26 <i>Brand Revitalization in business life cycle</i>	29
Gambar 2.27 <i>Wordmark</i>	31
Gambar 2.28 <i>Letterform</i>	31
Gambar 2.29 <i>Pictorial Mark</i>	32
Gambar 2.30 <i>Abstract Mark</i>	32
Gambar 2.31 <i>Emblem</i>	33
Gambar 2.32 <i>Dynamic Mark</i>	33
Gambar 2.33 <i>Tagline</i>	35
Gambar 2.34 <i>Collateral</i>	36
Gambar 2.35 <i>Stationery</i>	36
Gambar 2.36 <i>Signage</i>	37
Gambar 2.37 <i>Uniform</i>	37
Gambar 2.38 <i>Website</i>	38

Gambar 2.39 <i>Advertising</i>	38
Gambar 2.40 <i>Ephemera</i>	39
Gambar 2.41 Logo Sebelum dan Sesudah Teatro Nacional Sucre	40
Gambar 2.42 Contoh Hotel Melati.....	42
Gambar 3.1 Wawancara Dengan Theresia Gerungan Soetamanggala.....	48
Gambar 3.2 Penulis Dengan Ibu Anita	50
Gambar 3.3 Wawancara Dengan Dwi Budhi.....	52
Gambar 3.4 Wawancara Dengan Primastuti	54
Gambar 3.5 Hotel Tjimahi Pada Situs Traveloka	56
Gambar 3.6 Media Sosial Instagram Hotel Tjimahi	56
Gambar 3.7 Papan Nama dan Mural Hotel Tjimahi Terkini.....	57
Gambar 3.8 Sisi Luar Hotel Tjimahi.....	57
Gambar 3.9 Identitas Visual yang Diterapkan ke Media	58
Gambar 3.10 <i>Lobby</i> Hotel Tjimahi	59
Gambar 3.11 Restoran Hotel Tjimahi	60
Gambar 3.12 Sertifikat dan Penghargaan Hotel Tjimahi	60
Gambar 3.13 Kamar Westerling	61
Gambar 3.14 Kolam Renang dan Taman Hotel Tjimahi	62
Gambar 3.15 Aula Serbaguna Hotel Tjimahi.....	62
Gambar 3.16 Tanda Nomor Kamar Hotel Tjimahi	63
Gambar 3.17 Kamar <i>Standard</i> Hotel Tjimahi.....	63
Gambar 3.18 Kamar <i>Standard Deluxe</i> Hotel Tjimahi	64
Gambar 3.19 Kamar <i>Bungalow</i> Hotel Tjimahi	64
Gambar 3.20 Foto Sisi Depan Hotel Tjimahi Masa Lalu.....	65
Gambar 3.21 Foto Sisi Depan Hotel Tjimahi Saat Ini	65
Gambar 3.22 Foto Sisi Tengah Hotel Tjimahi Masa Lalu.....	66
Gambar 3.23 Foto Sisi Tengah Hotel Tjimahi Saat Ini.....	66
Gambar 3.24 Logo Hotel Tjimahi.....	70
Gambar 3.25 Identitas Visual yang Diterapkan ke Media	71
Gambar 3.26 Media Sosial Instagram Hotel Tjimahi	72
Gambar 3.27 La Nostalgie Boutique Hotel.....	74
Gambar 3.28 Website La Nostalgie Boutique Hotel.....	74
Gambar 3.29 Instagram La Nostalgie Boutique Hotel.....	75
Gambar 3.30 La Nostalgie Boutique Google Review.....	75
Gambar 3.31 Hotel Sanira.....	77
Gambar 3.32 Hotel Sanira Google Review.....	77
Gambar 3.33 <i>Positioning Map</i> Hotel Tjimahi.....	80
Gambar 3.34 Logo Hotel Majapahit Surabaya	81
Gambar 3.35 Infografis <i>Timeline</i> Perjalanan Hotel Tjimahi.....	82
Gambar 4.1 Percancangan <i>Mindmapping</i>	94

Gambar 4.2 Percancangan <i>Brand Brief</i>	95
Gambar 4.3 Asistensi <i>Big Idea</i>	96
Gambar 4.4 Palet Warna Hotel Tjimahi.....	99
Gambar 4.5 Logo Lama Hotel Tjimahi.....	100
Gambar 4.6 Sketsa Awal Logo	100
Gambar 4.7 Alternatif Logo Tahap Pertama.....	101
Gambar 4.8 Alternatif Logo Tahap Kedua	101
Gambar 4.9 Proses Perancangan Logo.....	102
Gambar 4.10 Emblem final Hotel Tjimahi	102
Gambar 4.11 Logo Primer dan Sekunder.....	103
Gambar 4.12 Konfigurasi Logo	104
Gambar 4.13 Sketsa Awal Supergrafis	105
Gambar 4.14 Perancangan Supergrafis.....	105
Gambar 4.15 Finalisasi Supergrafis	106
Gambar 4.16 Cara Penggunaan Supergrafis	107
Gambar 4.17 Referensi dan Proses Perancangan Ilustrasi.....	108
Gambar 4.18 Ilustrasi Final.....	108
Gambar 4.19 Cara Penggunaan Ilustrasi.....	109
Gambar 4.20 Pemilihan <i>Typeface</i>	111
Gambar 4.21 Hasil <i>Adjusment</i> Foto	112
Gambar 4.22 <i>Grid</i> untuk Kop Surat.....	113
Gambar 4.23 <i>Grid</i> pada Kop Surat	114
Gambar 4.24 Desain Final Kop Surat	114
Gambar 4.25 <i>Grid</i> untuk Amplop C4	115
Gambar 4.26 <i>Grid</i> pada Amplop C4.....	115
Gambar 4.27 Desain Final Amplop C4.....	116
Gambar 4.28 <i>Grid</i> untuk Amplop DL.....	116
Gambar 4.29 <i>Grid</i> pada Amplop DL	117
Gambar 4.30 Desain Final Amplop DL.....	117
Gambar 4.31 <i>Grid</i> untuk Kartu Bisnis.....	118
Gambar 4.32 <i>Grid</i> pada Kartu Bisnis.....	118
Gambar 4.33 Desain Final Kartu Bisnis	119
Gambar 4.34 Desain pada Stempel.....	119
Gambar 4.35 Desain pada Pulpen.....	120
Gambar 4.36 <i>Grid</i> untuk <i>Room Rate</i>	121
Gambar 4.37 <i>Grid</i> pada <i>Room Rate</i>	121
Gambar 4.38 Desain Final <i>Room Rate</i>	122
Gambar 4.39 <i>Grid</i> untuk <i>Guest Card</i>	122
Gambar 4.40 <i>Grid</i> pada <i>Guest Card</i>	123
Gambar 4.41 Desain Final <i>Guest Card</i>	123

Gambar 4.42 Desain pada <i>Room Keychain Number</i>	124
Gambar 4.43 <i>Grid</i> untuk Menu Restoran.....	124
Gambar 4.44 <i>Grid</i> pada Menu Restoran.....	125
Gambar 4.45 Desain Final Menu Restoran.....	126
Gambar 4.46 <i>Grid</i> untuk <i>Room Number Sign</i>	126
Gambar 4.47 <i>Grid</i> pada <i>Room Number Sign</i>	127
Gambar 4.48 Desain Final <i>Room Number Sign</i>	127
Gambar 4.49 Desain pada Seragam.....	128
Gambar 4.50 <i>Grid</i> untuk Website.....	129
Gambar 4.51 <i>Grid</i> pada Website.....	129
Gambar 4.52 Perancangan <i>Prototype</i> Website.....	130
Gambar 4.53 Desain Final Website.....	130
Gambar 4.54 <i>Grid</i> untuk <i>Feeds</i> Instagram.....	131
Gambar 4.55 <i>Grid</i> pada salah satu <i>Feeds</i> Instagram.....	131
Gambar 4.56 <i>Preview</i> Instagram <i>Post</i>	132
Gambar 4.57 <i>Grid</i> untuk <i>Postcard</i>	133
Gambar 4.58 <i>Grid</i> pada <i>Postcard</i>	133
Gambar 4.59 Desain Final <i>Postcard</i>	134
Gambar 4.60 <i>Grid</i> untuk <i>Graphic Standard Manual</i>	135
Gambar 4.61 <i>Grid</i> pada <i>Graphic Standard Manual</i>	135
Gambar 4.62 Beberapa Halaman Final <i>Graphic Standard Manual</i>	136
Gambar 4.63 <i>Signature</i> Logo Hotel Tjimahi.....	137
Gambar 4.64 Perbandingan Skala Logo Hotel Tjimahi.....	138
Gambar 4.65 <i>Clear Space</i> Logo Hotel Tjimahi.....	139
Gambar 4.66 Variasi Warna Logo Hotel Tjimahi.....	139
Gambar 4.67 Contoh Penggunaan Logo Yang Keliru.....	140
Gambar 4.68 Contoh Penerapan Supergrafis pada Media.....	141
Gambar 4.69 Contoh Penerapan Ilustrasi pada Media.....	141
Gambar 4.70 Pembagian Warna Primer dan Sekunder.....	142
Gambar 4.71 <i>Typeface</i>	143
Gambar 4.72 Desain Kop Surat.....	145
Gambar 4.73 <i>Mockup</i> Kop Surat.....	145
Gambar 4.74 Desain Amplop DL.....	146
Gambar 4.75 Desain Amplop C4.....	146
Gambar 4.76 <i>Mockup</i> Amplop.....	147
Gambar 4.77 Desain Kartu Bisnis.....	147
Gambar 4.78 <i>Mockup</i> Kartu Bisnis.....	148
Gambar 4.79 <i>Mockup</i> Stempel.....	149
Gambar 4.80 <i>Mockup</i> Pulpen.....	149
Gambar 4.81 Desain <i>Room Rate</i>	150

Gambar 4.82 <i>Mockup Room Rate</i>	151
Gambar 4.83 <i>Desain Guest Card</i>	151
Gambar 4.84 <i>Mockup Guest Card</i>	152
Gambar 4.85 <i>Mockup Room Keychain Number</i>	152
Gambar 4.86 <i>Desain Menu Restoran</i>	153
Gambar 4.87 <i>Mockup Menu Restoran</i>	154
Gambar 4.88 <i>Mockup Room Number Sign</i>	155
Gambar 4.89 <i>Mockup Seragam</i>	156
Gambar 4.90 <i>Tampilan Website</i>	157
Gambar 4.91 <i>Mockup Website</i>	158
Gambar 4.92 <i>Kode QR Prototype Website</i>	158
Gambar 4.93 <i>Feeds Instagram</i>	159
Gambar 4.94 <i>Mockup Instagram</i>	160
Gambar 4.95 <i>Desain Postcard</i>	161
Gambar 4.96 <i>Mockup Postcard</i>	162
Gambar 4.97 <i>Hasil Penerapan Modular Grid</i>	162
Gambar 4.98 <i>Katern Graphic Standard Manual</i>	163
Gambar 4.99 <i>Mockup Graphic Standard Manual</i>	164
Gambar 4.100 <i>Tampilan Keseluruhan Media</i>	165



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan Tugas Akhir.....	xvi
Lampiran B Hasil Pengecekan Turnitin.....	xviii
Lampiran C Transkrip Wawancara Pemilik Hotel Tjimahi.....	xxiii
Lampiran D Transkrip Wawancara <i>Loyal Customer</i> 1.....	xxxiii
Lampiran E Transkrip Wawancara <i>Loyal Customer</i> 2.....	xxxviii
Lampiran F Transkrip Wawancara ke-2 dengan Pemilik Hotel Tjimahi.....	xlii
Lampiran G Tanda Daftar Usaha Pariwisata Hotel Tjimahi 2018.....	xlvii
Lampiran H Data Kunjungan Tamu Hotel Tjimahi 2019-2021.....	xlviii
Lampiran I Data Potensi Hotel dan Penginapan di Kota Cimahi Tahun 2019.....	li
Lampiran J Struktur Organisasi Hotel Tjimahi.....	lii

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA