

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

PT JAYA WARINDO ABADI



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Jeanet Radmita

00000040955

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

PT JAYA WARINDO ABADI



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Jeanet Radmita

00000040955

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jeanet Radmita
Nomor Induk Mahasiswa : 00000040955
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PT JAYA WARINDO ABADI

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 Januari 2023



Jeanet Radmita

U M M 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 ULANG IDENTITAS VISUAL
PT JAYA WARINDO ABADI

Oleh

Nama : Jeanet Radmita
NIM : 00000040955
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

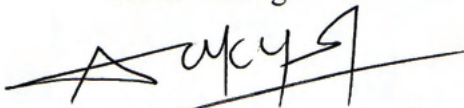
Telah diujikan pada hari Rabu, 4 Januari 2023

Pukul 15.15 s.d 16.00 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut:

Ketua Sidang



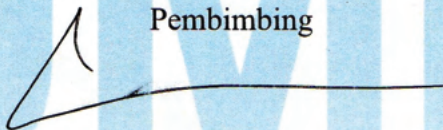
Ardites Akyuwen, M.Sn.
0323067804/E067811

Penguji



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

Pembimbing



Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.
0314068103/E025246

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 : Jeanet Radmita
NIM : 00000040955
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 PT JAYA WARINDO ABADI

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, 18 Januari 2023

Yang menyatakan,



Jeanet Radmita

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Tuhan YME yang telah memberikan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual PT. Jaya Warindo Abadi” dengan tepat waktu. Tujuan dari penulisan laporan tugas akhir ini antara lain adalah untuk memperoleh gelar sarjana desain (sDS).

Topik yang diangkat untuk perancangan tugas akhir ini didasari oleh keinginan penulis sendiri. Penulis melihat adanya potensi bagi PT. Jaya Warindo Abadi untuk menjadi *leading* distributor khusus bahan baku cat dan tinta di Indonesia. Karena perusahaan memiliki kualitas produk yang baik serta *customer service* yang memuaskan. Namun sangat disayangkan bahwa identitas visual belum mencerminkan nilai-nilai tersebut. sehingga penulis memutuskan untuk melakukan perancangan ulang pada identitas visual PT. Jaya Warindo Abadi, agar perusahaan dapat mencerminkan citra dan *brand values* yang ada dalam logo.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membagi sebagian pengetahuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan tepat waktu, yakni

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Bapak Wira Setiawan selaku pemilik PT. Jaya Warindo Abadi yang telah bersedia menjadi narasumber informasi mengenai PT. Jaya Warindo Abadi.

7. Para mitra dari PT. Jaya Warindo Abadi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber dan memberi *insight* pada penulis.
8. Janet Priscilla, Michelle Louis, dan Swari Azanni yang telah menjadi teman seperjuangan dari awal perkuliahan.
9. Teman-teman dari kelompok bimbingan yang memberikan informasi selama perancangan tugas akhir ini berlangsung.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan proposal tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis ingin meminta maaf apabila terdapat kesalahan dalam menggunakan kata dan bahasa. Jika ada kesalahan mohon di kritik dan dibenarkan sehingga penulis dapat menjadi lebih baik untuk kedepannya.

Tangerang, 5 Januari 2023



Jeanet Radmita

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

PT JAYA WARINDO ABADI

(Jeanet Radmita)

ABSTRAK

Untuk membangun relasi yang baik dengan mitra sebuah perusahaan harus memiliki *branding* yang baik. Komponen dari *branding* sendiri ada banyak, salah satunya adalah identitas visual. Identitas visual mencakup nilai, visi, misi, dan juga citra yang dapat mencerminkan perusahaan. PT. Jaya Warindo Abadi merupakan sebuah perusahaan distributor bahan baku untuk cat dan tinta yang sudah berdiri sejak tahun 1989. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan, penulis mendapati bahwa identitas visual perusahaan dari PT. Jaya Warindo Abadi belum mencerminkan *brand values* dan citra perusahaan. Dengan adanya permasalahan tersebut maka penulis memutuskan untuk melakukan perancangan ulang pada identitas perusahaan PT. Jaya Warindo Abadi.

Kata kunci: Perusahaan, identitas visual, logo

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

VISUAL IDENTITY REDESIGN FOR

PT. JAYA WARINDO ABADI

(Jeanet Radmita)

ABSTRACT (English)

A company must have a good branding in order to build a good relationship with partners. Branding itself has many components, some of the main components is visual identity. In branding visual identity includes values, vision, mission, and also an image that can reflect a company. PT. Jaya Warindo Abadi is a distributor company of raw materials for paint and ink that has been established since 1989. Based on the results of interviews and observations made, the authors found that the visual identity of PT. Jaya Warindo Abadi has not reflected the brand values and corporate image. With these problems, the authors decided to do redesign for PT. Jaya Warindo Abadi visual identity.

Keywords: *Company, visual identity, logo*

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	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.3.1 Batasan Demografis	4
1.4 Tujuan Tugas Akhir	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Desain	6
2.1.1 Prinsip Desain	6
2.1.1.1 Format	7
2.1.1.2 Balance	7
2.1.1.3 Hierarki Visual	7
2.1.1.4 Emphasis	8
2.1.1.5 Ritme	9
2.1.1.6 Kesatuan	9
2.1.1.7 Law Of Perceptual Organization	10
2.1.2.1 Anatomi Grid	11
2.1.2.2 Jenis-jenis Grid	12
2.1.3 Warna untuk Perancangan	13
2.1.3.1 Teknik Pemilihan Warna	15
2.1.3.2 Psikologi Warna	16

2.1.3.3	Warna dalam desain.....	17
2.1.4	Tipografi.....	19
2.1.4.1	Elemen Tipografi.....	19
2.1.4.2	Klasifikasi Huruf.....	20
2.1.4.3	<i>Spacing</i>	22
2.2	<i>Brand</i>	22
2.2.1	<i>Branding</i>	23
2.2.2	<i>Business to Business Branding</i>	23
2.2.3	<i>Brand Identity</i>	24
2.2.4	<i>Brand Stakeholder</i>	27
2.2.5	<i>Brand Mantra</i>	27
2.2.7	<i>Brand Strategy</i>	27
2.2.8	<i>Brand Collateral</i> untuk Perusahaan.....	29
2.2.9	<i>Brand Guidelines</i>	30
2.3	Fotografi.....	30
2.3.1	Komposisi Fotografi.....	31
2.3.2	Jenis Fotografi.....	31
2.4	Studi Kasus Perancangan Ulang Identitas.....	32
2.4.1	Studi Kasus GlaxoSmithKline.....	33
2.4.2	Studi Kasus Pringles.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN.....		36
3.1	Metodologi Penelitian.....	36
3.1.1	Metode Kualitatif.....	37
3.1.1.1	Wawancara.....	37
3.1.1.3	Observasi.....	48
3.1.1.4	Studi Eksisting.....	50
3.1.1.5	Studi Refrensi.....	57
3.2	Profil PT. Jaya Warindo Abadi.....	59
3.3	Metodologi Perancangan.....	60
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....		62
4.1	Strategi Perancangan.....	62
4.1.1	<i>Conducting Research</i>	62
4.1.2	<i>Clarifying Strategy</i>	64
4.1.3	<i>Designing Identity</i>	73

4.1.4	<i>Creating Touchpoints</i>	87
4.1.5	<i>Managing Assets</i>	108
4.2	Analisis Perancangan	109
4.2.1	<i>Analisis Logo</i>	109
4.2.2	<i>Analisis Elemen grafis</i>	113
4.2.3	<i>Analisis Warna</i>	114
4.2.4	<i>Analisis tipografi</i>	115
4.2.5	<i>Analisis fotografi</i>	116
4.2.6	<i>Analisis Graphic standard manual</i>	117
4.2.7	<i>Analisis signage</i>	118
4.2.8	<i>Analisis stationary</i>	121
4.2.9	<i>Analisis Uniform</i>	125
4.2.10	<i>Analisis Packaging</i>	127
4.2.11	<i>Analisis Vehicle</i>	128
4.2.12	<i>Analisis Marketing collaterals</i>	129
4.2.13	<i>Analisis Souvenir</i>	131
4.3	<i>Budgeting</i>	131
BAB V	PENUTUP	134
5.1	Simpulan	134
5.2	Saran	135
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xv



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Perbandingan kompetitor.....	55
Tabel 4. 1 <i>Brand mantra</i>	67
Tabel 4. 2 <i>Big idea</i>	72
Tabel 4. 3 <i>Budgeting</i> Media Primer.....	132
Tabel 4. 4 <i>Budgeting</i> Media Sekunder	132



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Emphasis</i>	8
Gambar 2. 2 Penerapan pada <i>brand identity</i>	9
Gambar 2. 3 <i>Laws of perceptual organization</i>	10
Gambar 2. 4 Anatomi <i>grid</i>	11
Gambar 2. 5 <i>Single column grid</i>	12
Gambar 2. 6 <i>Multicolumn grid</i>	13
Gambar 2. 7 <i>Modular grid</i>	13
Gambar 2. 8 <i>Color wheel</i>	14
Gambar 2. 9 Skema warna.....	14
Gambar 2. 10 <i>Dominant, subordinates, accent system</i>	16
Gambar 2. 11 <i>Warm and cool colors</i>	17
Gambar 2. 12 <i>Light and dark colors</i>	18
Gambar 2. 13 <i>Bright and pale colors</i>	18
Gambar 2. 14 <i>Hot and cold colors</i>	18
Gambar 2. 15 <i>Neutral colors</i>	19
Gambar 2. 16 Perbedaan dalam tipografi.....	19
Gambar 2. 17 <i>Type measurement</i>	20
Gambar 2. 18 <i>Type anatomy</i>	20
Gambar 2. 19 <i>Klasifikasi huruf</i>	21
Gambar 2. 20 <i>Brandmarks</i>	25
Gambar 2. 21 <i>Wordmark</i>	25
Gambar 2. 22 <i>Letterform</i>	25
Gambar 2. 23 <i>Pictorial marks</i>	26
Gambar 2. 24 <i>Abstract mark</i>	26
Gambar 2. 25 <i>Emblem</i>	26
Gambar 2. 26 <i>Characters</i>	27
Gambar 2. 27 <i>Brand guidelines</i>	30
Gambar 2. 28 Jenis Komposisi pada Fotografi.....	31
Gambar 2. 29 Jenis Fotografi Perusahaan.....	32
Gambar 2. 30 Logo <i>Before and After Brand</i> Glaxo Smith Klane.....	33
Gambar 2. 31 Makna Lengkungan pada Logo GSK.....	34
Gambar 2. 32 Logo <i>brand</i> Pringles.....	34
Gambar 2. 33 Variasi <i>mascot</i> Mr. P.....	35
Gambar 3. 1 Dokumentasi wawancara dengan Wira Setiawan.....	38
Gambar 3. 2 Dokumentasi wawancara dengan Eddy.....	40
Gambar 3. 3 Dokumentasi Wawancara dengan <i>Branding Consultant</i>	44
Gambar 3. 4 Dokumentasi Wawancara dengan <i>Identity Designer</i>	45
Gambar 3. 5 Bukti observasi di PT. Jaya Warindo Abadi.....	48
Gambar 3. 6 Ruang penyimpanan produk.....	48
Gambar 3. 7 Kondisi perusahaan.....	49
Gambar 3. 8 Instrumen milik PT. Jaya Warindo Abadi.....	49
Gambar 3. 9 Lab PT. Jaya Warindo Abadi.....	50
Gambar 3. 10 Penghargaan dan sertifikat PT. Jaya Warindo Abadi.....	50
Gambar 3. 11 Ketidak konsistenan pada logo.....	52

Gambar 3. 12 Penerapan pada <i>stationary</i> dan seragam	52
Gambar 3. 13 Penerapan logo pada <i>merchandise</i>	52
Gambar 3. 14 <i>Website</i> dan Facebook	53
Gambar 3. 15 Logo PT. BASF	54
Gambar 3. 16 Logo PT. Colorindo Chemtra.....	54
Gambar 3. 17 Bukti studi refrensi	58
Gambar 3. 18 Logo Evonik.....	58
Gambar 3. 19 Logo Tosoh Asia	59
Gambar 4. 1 <i>Mindmap Brand Mantra</i>	68
Gambar 4. 2 <i>Moodboard Hasil Mindmapping</i>	73
Gambar 4. 3 Visualisasi <i>Brand Mantra</i>	74
Gambar 4. 4 Sketsa <i>Brandmark</i> Pertama.....	75
Gambar 4. 5 Sketsa <i>Brandmark</i> Kedua	75
Gambar 4. 6 Sketsa <i>Brandmark</i> Ketiga	76
Gambar 4. 7 Sketsa <i>Brandmark</i> Keempat.....	76
Gambar 4. 8 Sketsa <i>Brandmark</i> Kelima	77
Gambar 4. 9 Hasil <i>Brandmark</i> dengan <i>Grid</i>	77
Gambar 4. 10 Filosofi <i>Brandmark</i> PT. Jaya Warindo Abadi.....	78
Gambar 4. 11 Alternatif <i>Logotype</i> PT. Jaya Warindo Abadi.....	79
Gambar 4. 12 Alternatif <i>Logotype</i> dan <i>Tagline</i>	79
Gambar 4. 13 <i>Typeface</i> Adca	79
Gambar 4. 14 <i>Logotype</i> dan <i>Tagline</i> PT. Jaya Warindo Abadi	80
Gambar 4. 15 <i>Signature</i> Logo Primer dan Sekunder.....	80
Gambar 4. 16 Proses Pemilihan Warna Logo PT. Jaya Warindo Abadi	81
Gambar 4. 17 Hasil Final Logo PT. Jaya Warindo Abadi	82
Gambar 4. 18 <i>Typeface</i> PT. Jaya Warindo Abadi	82
Gambar 4. 19 Alternatif Supergrafis	83
Gambar 4. 20 Filosofi Supergrafis	83
Gambar 4. 21 Aturan Warna Supergrafis	84
Gambar 4. 22 Aturan Pengaplikasian Supergrafis	84
Gambar 4. 23 Aset Fotografi PT. Jaya Warindo Abadi.....	85
Gambar 4. 24 <i>Rule of Third</i> pada Fotografi.....	85
Gambar 4. 25 EXIF Data Fotografi.....	86
Gambar 4. 26 Hasil <i>Adjustment</i> Fotografi	86
Gambar 4. 27 Hasil <i>Imagery</i>	87
Gambar 4. 28 Proses Perancangan <i>Outdoor Signage</i>	88
Gambar 4. 29 <i>Mockup Outdoor Signage</i>	88
Gambar 4. 30 Perancangan <i>Indoor Signage</i>	89
Gambar 4. 31 Tampak samping <i>indoor signage</i>	89
Gambar 4. 32 <i>Mockup Indoor Signage</i>	90
Gambar 4. 33 Proses Perancangan <i>Identification Room</i>	90
Gambar 4. 34 Perancangan <i>Mockup Room Identification</i>	90
Gambar 4. 35 <i>Mockup Room Identification</i>	91
Gambar 4. 36 Proses Perancangan Kartu Nama	92
Gambar 4. 37 <i>Mockup</i> Kartu Nama.....	92
Gambar 4. 38 <i>Mockup</i> Cap Perusahaan	93

Gambar 4. 39 Proses Perancangan Kop Surat.....	93
Gambar 4. 40 <i>Mockup</i> Kop Surat.....	94
Gambar 4. 41 Proses Perancangan Amplop C4	94
Gambar 4. 42 <i>Mockup</i> Amplop C4.....	95
Gambar 4. 43 Proses Perancangan Amplop Bisnis	95
Gambar 4. 44 <i>Mockup</i> Amplop Bisnis	96
Gambar 4. 45 Proses Perancangan Amplop DL.....	96
Gambar 4. 46 <i>Mockup</i> Amplop DL.....	97
Gambar 4. 47 Proses Perancangan Label Produk.....	97
Gambar 4. 48 <i>Mockup</i> Label Produk.....	97
Gambar 4. 49 Proses Perancangan <i>Invoice</i>	98
Gambar 4. 50 <i>Mockup Invoice</i>	98
Gambar 4. 51 Proses Perancangan <i>ID Card</i>	99
Gambar 4. 52 <i>Mockup ID Card</i>	99
Gambar 4. 53 <i>Mockup</i> Jas Lab	100
Gambar 4. 54 <i>Mockup</i> Kemeja Kerja	100
Gambar 4. 55 <i>Die Cut Shipping Box</i>	101
Gambar 4. 56 <i>Mockup Shipping Box</i>	101
Gambar 4. 57 Proses Perancangan <i>Shipping Invoice</i>	102
Gambar 4. 58 <i>Mockup Shipping Invoice</i>	102
Gambar 4. 59 <i>Mockup Vehicle</i>	103
Gambar 4. 60 Proses Perancangan <i>Company Profile</i>	103
Gambar 4. 61 <i>Katern Company Profile</i>	104
Gambar 4. 62 <i>Mockup Company Profile</i>	104
Gambar 4. 63 Proses Perancangan <i>Instagram Feeds</i>	105
Gambar 4. 64 Proses Perancangan <i>Single Feeds</i>	105
Gambar 4. 65 Proses Perancangan <i>Facebook Banner</i>	105
Gambar 4. 66 <i>Mockup Facebook Banner</i>	106
Gambar 4. 67 <i>Mockup Pulpen</i>	106
Gambar 4. 68 <i>Mug Mockup</i>	107
Gambar 4. 69 <i>USB Card Mockup</i>	107
Gambar 4. 70 <i>Totebag Mockup</i>	108
Gambar 4. 71 Proses Perancangan <i>GSM</i>	108
Gambar 4. 72 Proses Perancangan <i>Layout GSM</i>	109
Gambar 4. 73 Hasil <i>Layout GSM</i>	109
Gambar 4. 74 Hasil Logo PT. Jaya Warindo Abadi.....	110
Gambar 4. 75 Efek <i>Emboss</i> pada Logo.....	111
Gambar 4. 76 <i>Minimum Clear Space</i> Logo	112
Gambar 4. 77 Hasil <i>Responsive</i> Logo.....	112
Gambar 4. 78 Alternatif Warna pada Logo.....	113
Gambar 4. 79 Larangan pada Identitas.....	113
Gambar 4. 80 Analisis Supergrafis.....	114
Gambar 4. 81 Analisis Warna	114
Gambar 4. 82 Analisis Tipografi.....	115
Gambar 4. 83 Analisis Fotografi	116
Gambar 4. 84 Analisis <i>Layout GSM</i>	117

Gambar 4. 85 Analisis sub-bab <i>GSM</i>	118
Gambar 4. 86 Analisis Konten <i>GSM</i>	118
Gambar 4. 87 Analisis <i>Outdoor Signage</i>	119
Gambar 4. 88 Analisis <i>Indoor Signage</i>	120
Gambar 4. 89 Analisis <i>Room Signage</i>	120
Gambar 4. 90 Analisis Kartu Nama.....	121
Gambar 4. 91 Analisis Cap Perusahaan.....	122
Gambar 4. 92 Analisis Kop Surat.....	122
Gambar 4. 93 Analisis Amplop C4	123
Gambar 4. 94 Analisis Amplop Bisnis	123
Gambar 4. 95 Analisis Amplop DL.....	124
Gambar 4. 96 Analisis Label Produk.....	124
Gambar 4. 97 Analisis <i>Invoice</i>	125
Gambar 4. 98 Analisis <i>ID Card</i>	126
Gambar 4. 99 Analisis Jas Lab.....	126
Gambar 4. 100 Analisis Kemeja Kerja	127
Gambar 4. 101 Analisis <i>Shipping Box</i>	128
Gambar 4. 102 Analisis <i>Shipping Invoice</i>	128
Gambar 4. 103 Analisis <i>Vehicle</i>	129
Gambar 4. 104 Analisis <i>Company Profile</i>	130
Gambar 4. 105 Analisis Instagram <i>Feeds</i>	130
Gambar 4. 106 Analisis Facebook <i>Banner</i>	131
Gambar 4. 107 Analisis <i>Souvenir</i>	131



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Bukti Bimbingan.....	xv
Lampiran B Hasil Turnitin.....	xvii
Lampiran C Transkrip Wawancara dengan pemilik PT. Jaya Warindo Abadi..	xviii
Lampiran D Transkrip Wawancara dengan mitra pertama.....	xxv
Lampiran E Transkrip Wawancara dengan mitra kedua	xxviii
Lampiran F Transkrip Wawancara dengan mitra ketiga	xxxi
Lampiran G Transkrip Wawancara dengan mitra keempat.	xxxiv
Lampiran H Transkrip Wawancara dengan <i>branding consultant</i>	xxxvii
Lampiran I Transkrip Wawancara dengan <i>brand identity designer</i>	xliv
Lampiran J Tabel <i>Brand Brief</i>	xlviii



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA