

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BALCON

INDONESIA



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

ADELINE RAHARDJA

00000036854

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BALCON



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

ADELINE RAHARDJA

0000036854

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Adeline Rahardja

Nomor Induk Mahasiswa : 00000036854

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BALCON INDONESIA

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, 12 Juni 2023



(Adeline Rahardja)

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 BALCON INDONESIA

Oleh

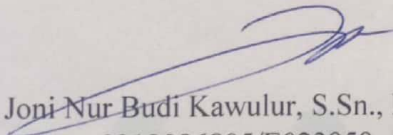
Nama : Adeline Rahardja
NIM : 00000036854
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

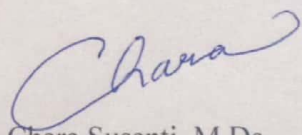
Telah diujikan pada hari Rabu, 28 Juni 2023
Pukul 13.45 s.d 14.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

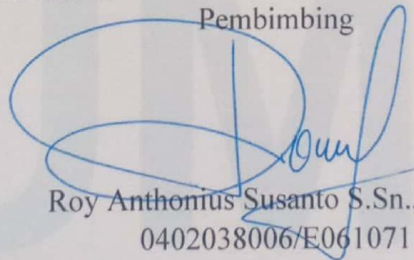
Ketua Sidang

Penguji

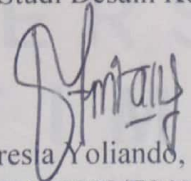

Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.
0312096805/E023959


Chara Susanti, M.Ds.
0313048703/L00266

Pembimbing


Roy Anthonius Susanto S.Sn., M.Ds.
0402038006/E061071

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresa 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 : Adeline Rahardja
NIM : 00000036854
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 BALCON INDONESIA

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, 12 Juni 2023

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA


(Adeline Rahardja)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat dan berkat Tuhan Yang Maha Esa sehingga penulis dapat menyelesaikan proses Tugas Akhir dan penyusunan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Balcon Indonesia”. Laporan Tugas Akhir ini dirancang untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds).

Topik yang diangkat dalam Tugas Akhir ini didasari oleh rasa prihatin penulis terhadap permasalahan identitas visual yang dihadapi Balcon Indonesia, dan ketertarikan penulis atas potensi besar yang dimiliki oleh Balcon Indonesia untuk semakin maju dan berkembang. Perancangan ini bertujuan agar Balcon Indonesia memiliki identitas visual dan citra yang dipandang lebih kredibel, meyakinkan dan profesional sebagai perusahaan F&B Group oleh para pengusaha melalui identitas visual yang dirancang. Melalui perancangan identitas visual ini, diharapkan dapat mencerminkan tujuan, konsep, nilai dan citra Balcon Indonesia dan memberikan persepsi atau pandangan yang sesuai, sehingga dapat lebih menarik dan meyakinkan pengusaha untuk melakukan kemitraan dengan Balcon Indonesia.

Pelaksanaan Tugas Akhir ini juga mengarahkan dan mengembangkan berbagai ilmu bagi penulis, seperti meningkatkan pengetahuan, mengasah kreativitas, menggali dan menerapkan ide mengatur waktu, ketelitian, dan lain sebagainya. Dengan itu, diharapkan dari Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat atas wawasan dan informasi untuk para pembaca.

Perancangan Tugas Akhir ini didukung oleh bantuan dari berbagai pihak. Maka dengan itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya 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. Roy Anthonius Susanto S.Sn., M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Selvie selaku pemilik Balcon Indonesia yang telah bersedia menjadi narasumber informasi mengenai Balcon Indonesia.
6. Ibu Evelyn Diamanta, Ibu Kezia Lukito, Bapak Benny, Bapak Darren Tanuwidjaja dan Ibu Evelyn Tanasha yang telah bersedia meluangkan waktunya menjadi responden dalam *focus group discussion* dan memberikan *insight* bagi penulis.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Kepada teman seperjuangan Tugas Akhir ini yang saling membantu dan menyemangati sampai akhir.

Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat sebagaimana mestinya sesuai tujuan awal penulis dan dapat memenuhi salah satu persyaratan kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Desain.

Tangerang, 12 Juni 2023

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

(Adeline Rahardja)

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BALCON

INDONESIA

(Adeline Rahardja)

ABSTRAK

Balcon Indonesia merupakan perusahaan *Food and Beverage Group* yang didirikan sejak tahun 2010 dengan tujuan untuk mendirikan restoran makanan khas Nusantara Indonesia. Sebelumnya, Balcon Indonesia merupakan sebuah restoran bernama Bebek Asap Balcon yang menyajikan makanan Bebek, Ayam dan Lele. Namun, Bebek Asap Balcon melakukan *repositioning* untuk menjadi F&B Group Balcon Indonesia, dan telah berhasil mendirikan restoran Padi Padi dan D'Balcon dengan melakukan kemitraan. Namun, identitas visual Balcon Indonesia belum diubah sejak *repositioning* yang berdampak terhadap perkembangan perusahaan tersebut. *Mixed methods* dilakukan untuk metode penelitian perancangan ini, dan didapatkan bahwa Balcon Indonesia memerlukan perancangan ulang identitas visual agar dapat memberikan persepsi dan citra positif sehingga para pengusaha menjadi tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut dan tertarik untuk melakukan kemitraan dengan Balcon Indonesia. Maka dengan itu, diharapkan dari perancangan ulang identitas tersebut Balcon Indonesia dapat membentuk persepsi dan kesan yang sesuai dan efektif terhadap perusahaan agar dapat meningkatkan keyakinan dan ketertarikan para pengusaha untuk melakukan kemitraan dengan Balcon Indonesia.

Kata kunci: Balcon Indonesia, F&B Group, Identitas Visual

U M W 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

VISUAL IDENTITY REDESIGN FOR BALCON INDONESIA

(Adeline Rahardja)

ABSTRACT (English)

Balcon Indonesia is a Food and Beverage Group Company which was founded in 2010, with the aim of establishing Indonesian archipelago food restaurants. Previously, Balcon Indonesia was a restaurant names Bebek Asap Balcon which served duck, chicken dan catfish food. However, Bebek Asap Balcon repositioned to become F&B Group Balcon Indonesia, and has succeeded in establishing Padi Padi and D'Balcon restaurants by doing partnerships. However, Balcon Indonesia's visual identity has not been changed since the repositioning which impacted the development of the company. Mixed methods were carried as a design research method, and it was found that Balcon Indonesia needed a visual identity redesign in order to provide a positive perception and image therefore entrepreneurs will be interested to know more of the company and not interested to partner with Balcon Indonesia. Thus, it is hoped that the visual identity redesign of Balcon Indonesia can form the accurate perception and impression of the company to increase the confidence and interest of entrepreneurs to form beneficial partnerships with Balcon Indonesia.

Keywords: *Balcon Indonesia, F&B Group, 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	vii
ABSTRACT (English)	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	5
1.5 Manfaat Tugas Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Desain Grafis.....	7
2.1.1 Prinsip-Prinsip Desain	7
2.1.2 Warna	19
2.1.3 Tipografi.....	25
2.1.4 Fotografi	29
2.1.5 <i>Layout</i>	37
2.1.6 <i>Grid</i>	38
2.2 <i>Brand</i>	40
2.2.1 <i>Branding</i>	41
2.2.2 <i>Reasons for Rebranding</i>	42
2.2.3 <i>Brand Awareness</i>	43
2.2.4 <i>Brand Image</i>	44
2.2.5 <i>Brand Personality</i>	45

2.2.6	<i>Brand Positioning</i>	46
2.2.7	<i>Brand Value</i>	47
2.2.8	<i>Brand Strategy</i>	47
2.2.9	<i>Brand Mantra</i>	47
2.2.10	<i>Brand Identity</i>	49
2.2.11	Identitas Visual	49
2.2.12	Logo	50
2.2.13	<i>Brandmarks</i>	50
2.2.14	<i>Graphic Standard Manual</i>	53
2.2.15	Penerapan Identitas	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		58
3.1	Metodologi Penelitian	58
3.1.1	Metode Kualitatif	58
3.1.2	Metode Kuantitatif	73
3.1.3	Studi Eksisting	80
3.1.4	Studi Referensi	91
3.2	Metodologi Perancangan	96
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		98
4.1	Strategi Perancangan	98
4.1.1	<i>Conducting Research</i>	98
4.1.2	<i>Clarifying Strategy</i>	98
4.1.3	<i>Designing Identity</i>	105
4.1.4	<i>Creating Touchpoints</i>	127
4.1.5	<i>Managing Assets</i>	151
4.2	Analisis Perancangan	155
4.2.1	Analisis Logo	155
4.2.2	Analisis Tipografi	161
4.2.3	Analisis Warna	162
4.2.4	Analisis Supergraphics	164
4.2.5	Analisis Imagery	165
4.2.6	Analisis Graphic Standard Manual	167
4.2.7	Analisis Stationeries	168

4.2.8 Analisis <i>Uniform</i>	172
4.2.9 Analisis <i>Marketing Collaterals</i>	174
4.2.10 Analisis <i>Souvenir</i>	182
4.3 <i>Budgeting</i>	184
BAB V PENUTUP	186
5.1 Simpulan	186
5.2 Saran	187
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xvi

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT Balcon Indonesia	81
Tabel 3.2 Analisis SWOT Sarirasa Group	85
Tabel 3.3 Analisis SWOT Eatwell Culinary Indonesia	89
Tabel 4.1 <i>Brand Mantra</i>	100
Tabel 4.2 Alternatif <i>Big Idea</i>	103
Tabel 4.3 Budgeting	184



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh <i>Format</i>	8
Gambar 2.2 Contoh <i>Hierarchy</i>	9
Gambar 2.3 Contoh Keseimbangan Simetris	10
Gambar 2.4 Contoh Keseimbangan Asimetris.....	11
Gambar 2.5 Contoh Keseimbangan Radial.....	12
Gambar 2.6 <i>Emphasis</i>	13
Gambar 2.7 Contoh <i>Rythm</i>	14
Gambar 2.8 Contoh <i>Unity</i>	15
Gambar 2.9 Contoh <i>Alignment</i>	16
Gambar 2.10 Contoh <i>Space</i>	17
Gambar 2.11 Contoh <i>Scale</i>	18
Gambar 2.12 <i>Laws of Perceptual Organization</i>	19
Gambar 2.13 <i>Color Wheel</i>	21
Gambar 2.14 Contoh <i>Achromatic Colors</i>	21
Gambar 2.15 <i>Color Temperature</i>	22
Gambar 2.16 <i>Color Scheme</i>	22
Gambar 2.17 <i>Typeface Humanist/Old Style</i>	26
Gambar 2.18 <i>Typeface Transitional</i>	27
Gambar 2.19 <i>Typeface Modern</i>	27
Gambar 2.20 <i>Typeface Egyptian/Slab Serif</i>	27
Gambar 2.21 <i>Typeface Geometric San Serif</i>	28
Gambar 2.22 <i>Typeface Blackletter</i>	28
Gambar 2.23 <i>Typeface Script</i>	29
Gambar 2.24 <i>Typeface Display</i>	29
Gambar 2.25 Contoh <i>Symmetry</i>	32
Gambar 2.26 Contoh <i>Radial</i>	32
Gambar 2.27 Contoh <i>Diagonal</i>	33
Gambar 2.28 Contoh <i>Overlapping</i>	33
Gambar 2.29 Contoh <i>The Golden Spiral</i>	34
Gambar 2.30 Contoh <i>Tall Crop</i>	34
Gambar 2.31 Contoh <i>Rule-of-Thirds</i>	35
Gambar 2.32 Contoh <i>Framing</i>	35
Gambar 2.33 Contoh <i>Geometric Patterns</i>	35
Gambar 2.34 Contoh <i>Massed Pattern</i>	36
Gambar 2.35 Contoh <i>Rythmic Element</i>	36
Gambar 2.36 Komponen <i>Grid</i>	38
Gambar 2.37 Contoh <i>Single-Column Grid</i>	39
Gambar 2.38 Contoh <i>Multicolumn Grid</i>	40
Gambar 2.39 Contoh <i>Modular Grid</i>	40
Gambar 2.40 Anatomi <i>Brandmark</i>	51

Gambar 2.41 Contoh <i>Wordmark</i>	51
Gambar 2.42 Contoh <i>Letterform Mark</i>	52
Gambar 2.43 Contoh <i>Pictorial Mark</i>	52
Gambar 2.44 Contoh <i>Abstract Mark</i>	52
Gambar 2.45 Contoh <i>Emblem</i>	53
Gambar 2.46 Contoh <i>Dynamic Mark</i>	53
Gambar 2.47 Contoh <i>Stationery</i>	54
Gambar 2.48 Contoh <i>Website</i>	55
Gambar 2.49 Contoh <i>Advertising</i>	55
Gambar 2.50 Contoh <i>Uniform</i>	56
Gambar 2.51 Contoh <i>Collaterals</i>	56
Gambar 2.52 Contoh <i>Ephemera</i>	57
Gambar 3.1 Wawancara dengan Selvie Susanthi.....	59
Gambar 3.2 Wawancara Ahli dengan Adam Mulyadi.....	63
Gambar 3.3 <i>Focus Group Discussion</i>	69
Gambar 3.4 Perhitungan Jumlah Sampel.....	74
Gambar 3.5 Hasil Kuesioner.....	74
Gambar 3.6 Hasil Kuesioner.....	75
Gambar 3.7 Hasil Kuesioner.....	76
Gambar 3.8 Hasil Kuesioner.....	77
Gambar 3.9 Hasil Kuesioner.....	77
Gambar 3.10 Hasil Kuesioner.....	78
Gambar 3.11 Hasil Kuesioner.....	78
Gambar 3.12 Hasil Kuesioner.....	79
Gambar 3.13 Hasil Kuesioner.....	79
Gambar 3.14 Logo Balcon Indonesia.....	83
Gambar 3.15 Instagram Balcon Indonesia.....	84
Gambar 3.16 <i>Website</i> Balcon Indonesia.....	85
Gambar 3.17 Logo Sarirasa Group.....	86
Gambar 3.18 <i>Supergraphic</i> Sarirasa Group.....	87
Gambar 3.19 <i>Website</i> Sarirasa Group.....	88
Gambar 3.20 Instagram Sarirasa Group.....	88
Gambar 3.21 Logo Eatwell Culinary Indonesia.....	90
Gambar 3.22 <i>Website</i> Eatwell Culinary Indonesia.....	91
Gambar 3.23 <i>Stationeries</i> Eatwell Culinary Indonesia.....	91
Gambar 3.24 Logo Al-assami Creation.....	92
Gambar 3.25 Logo <i>Wordmark</i> Al-assami Creation.....	93
Gambar 3.26 Warna Al-assami Creation.....	94
Gambar 3.27 <i>Stationery</i> Al-assami Creation.....	94
Gambar 3.28 <i>Paperbag</i> dan <i>Totebag</i> Al-assami Creation.....	95
Gambar 3.29 Kemasan Al-assami Creation.....	95
Gambar 3.30 Konten Instagram Al-assami Creation.....	96

Gambar 4.1 <i>Mindmapping</i> Balcon Indonesia.....	99
Gambar 4.2 <i>Brand Brief</i>	105
Gambar 4.3 <i>Stylescape</i>	106
Gambar 4.4 Inspirasi <i>Brandmark</i>	108
Gambar 4.5 Pengembangan Tiga Elemen <i>Brandmark</i>	109
Gambar 4.6 Alternatif Desain <i>Brandmark</i>	110
Gambar 4.7 Desain <i>Brandmark</i> Terpilih.....	110
Gambar 4.8 Elemen <i>Brandmark</i> Pertama	111
Gambar 4.9 Elemen <i>Brandmark</i> Kedua dan Ketiga.....	111
Gambar 4.10 Elemen <i>Brandmark</i> Keempat.....	112
Gambar 4.11 Digitalisasi Keempat Elemen <i>Brandmark</i>	113
Gambar 4.12 Hasil Akhir <i>Brandmark</i>	113
Gambar 4.13 Alternatif Desain <i>Logotype</i>	114
Gambar 4.14 Analisis Kedua Alternatif Desain <i>Logotype</i> Terpilih	114
Gambar 4.15 Penggabungan <i>Brandmark</i> dan Kedua <i>Logotype</i>	115
Gambar 4.16 Hasil Akhir Revisi <i>Logotype</i>	116
Gambar 4.17 Konfigurasi Logo Primer dan Sekunder.....	116
Gambar 4.18 Alternatif Warna.....	118
Gambar 4.19 Hasil Akhir Warna	118
Gambar 4.20 Hasil Akhir Warna Logo	119
Gambar 4.21 <i>Typeface</i> Dialogist.....	120
Gambar 4.22 <i>Typeface</i> Gotham.....	120
Gambar 4.23 <i>Breakdown</i> Empat Elemen Utama <i>Brandmark</i>	121
Gambar 4.24 Alternatif Desain Supergrafis.....	121
Gambar 4.25 Tiga Elemen Utama Supergrafis	122
Gambar 4.26 Hasil Akhir Supergrafis Balcon indonesia.....	123
Gambar 4.27 Konfigurasi Supergrafis Balcon Indonesia	124
Gambar 4.28 Aset Fotografi Balcon Indonesia.....	125
Gambar 4.29 Komposisi <i>Rule of Thirds</i> dan <i>Diagonal</i> Pada Fotografi.....	125
Gambar 4.30 Proses <i>Editing</i> Aset Fotografi	126
Gambar 4.31 Proses <i>Editing</i> Aset Fotografi	127
Gambar 4.32 Hasil Akhir Aset Fotografi Balcon Indonesia.....	127
Gambar 4.33 Proses Perancangan <i>Business Card</i>	128
Gambar 4.34 Hasil Akhir <i>Business Card</i>	129
Gambar 4.35 Proses Perancangan <i>Letterhead</i>	129
Gambar 4.36 Hasil Akhir <i>Letterhead</i>	130
Gambar 4.37 Proses Perancangan <i>Folder Map</i>	131
Gambar 4.38 Hasil Akhir <i>Folder Map</i>	132
Gambar 4.39 Proses Perancangan <i>Envelope</i> C4 dan DL	132
Gambar 4.40 Hasil Akhir <i>Envelope</i> C4 dan DL	133
Gambar 4.41 Hasil Akhir <i>Stamp</i>	134
Gambar 4.42 Proses Perancangan <i>ID Card</i>	135
Gambar 4.43 Hasil Akhir <i>ID Card</i>	136

Gambar 4.44 Hasil Akhir <i>Lanyard</i>	136
Gambar 4.45 Proses Perancangan <i>Flyer</i>	137
Gambar 4.46 Hasil Akhir <i>Flyer</i>	138
Gambar 4.47 Proses Perancangan <i>Roll-Up Banner</i>	139
Gambar 4.48 Hasil Akhir <i>Roll-Up Banner</i>	140
Gambar 4.49 Proses Perancangan <i>LinkedIn Banner</i>	140
Gambar 4.50 Hasil Akhir <i>LinkedIn Banner</i>	141
Gambar 4.51 Proses Perancangan <i>Instagram Feeds</i>	141
Gambar 4.52 Hasil Akhir <i>Instagram Feeds</i>	142
Gambar 4.53 Proses Perancangan <i>Instagram Story</i>	143
Gambar 4.54 Hasil Akhir <i>Instagram Story</i>	143
Gambar 4.55 Proses Perancangan <i>Website</i>	144
Gambar 4.56 Hasil Akhir <i>Website</i>	145
Gambar 4.57 Proses Perancangan <i>Company Profile</i>	146
Gambar 4.58 Hasil Akhir <i>Company Profile</i>	147
Gambar 4.59 <i>Mockup Exhibition Booth</i>	148
Gambar 4.60 Hasil Akhir <i>Exhibition Booth</i>	148
Gambar 4.61 Hasil Akhir <i>Tote Bag</i>	149
Gambar 4.62 Hasil Akhir <i>Mug</i>	150
Gambar 4.63 Hasil Akhir <i>Notebook</i>	151
Gambar 4.64 <i>Grid GSM</i>	152
Gambar 4.65 <i>Cover GSM</i>	152
Gambar 4.66 Jenis <i>Layout 1</i>	153
Gambar 4.67 Jenis <i>Layout 2</i>	153
Gambar 4.68 Jenis <i>Layout 3</i>	154
Gambar 4.69 Jenis <i>Layout 4</i>	154
Gambar 4.70 Hasil Akhir <i>GSM</i>	155
Gambar 4.71 Analisis Logo Balcon Indonesia	156
Gambar 4.72 Filosofi Logo Balcon Indonesia	156
Gambar 4.73 Konfigurasi Logo Balcon Indonesia	158
Gambar 4.74 Struktur Logo Balcon Indonesia	159
Gambar 4.75 <i>Clear Space</i> Logo Balcon Indonesia.....	159
Gambar 4.76 <i>Minimum Size</i> Logo Balcon Indonesia.....	160
Gambar 4.77 <i>Color Usage</i> Logo Balcon Indonesia	160
Gambar 4.78 <i>Incorrect Usage</i> Logo Balcon Indonesia	161
Gambar 4.79 Analisis Tipografi Balcon Indonesia.....	162
Gambar 4.80 Analisis Warna Balcon Indonesia	163
Gambar 4.81 Analisis <i>Supergraphics</i> Balcon Indonesia.....	164
Gambar 4.82 Konfigurasi warna <i>Supergraphics</i>	165
Gambar 4.83 Analisis <i>Imagery</i> Balcon Indonesia.....	166
Gambar 4.84 Analisis <i>GSM</i>	167
Gambar 4.85 Analisis <i>Business Card</i>	169
Gambar 4.86 Analisis <i>Letterhead</i>	170

Gambar 4.87 Analisis <i>Folder</i>	171
Gambar 4.88 Analisis <i>Envelope</i>	172
Gambar 4.89 Analisis <i>Stamp</i>	172
Gambar 4.90 Analisis <i>ID Card</i>	174
Gambar 4.91 Analisis <i>Lanyard</i>	174
Gambar 4.92 Analisis <i>Flyer</i>	175
Gambar 4.93 Analisis <i>Roll-Up Banner</i>	176
Gambar 4.94 Analisis <i>Instagram Feeds</i>	177
Gambar 4.95 Analisis <i>Instagram Story</i>	178
Gambar 4.96 Analisis <i>Linkedin Banner</i>	179
Gambar 4.97 Analisis <i>Website</i>	180
Gambar 4.98 Analisis <i>Company Profile</i>	181
Gambar 4.99 Analisis <i>Exhibition Booth</i>	182
Gambar 4.100 Analisis <i>Mug</i>	183
Gambar 4.101 Analisis <i>Tote Bag</i>	183
Gambar 4.102 Analisis <i>Notebook</i>	184



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	xvi
Lampiran B Hasil Turnitin.....	xviii
Lampiran C Transkrip Wawancara dengan Pemilik Balcon Indonesia.....	xxi
Lampiran D Transkrip Wawancara dengan <i>Creative Director</i> Adam Mulyadi.....	xxxii
Lampiran E Notulen <i>Focus Group Discussion</i>	xl
Lampiran F Hasil Kuesioner.....	l



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA