

**PERANCANGAN *REBRANDING* KLINIK CANTIQ DRD**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Angelia Marvella**

**00000042766**

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

**2024**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# PERANCANGAN *REBRANDING* KLINIK CANTIQU DRD



## LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

**Angelia Marvella**

**00000042766**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Angelia Marvella

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042766

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

### **PERANCANGAN *REBRANDING* KLINIK CANTIQ DRD**

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, 15 Desember 2023



Angelia Marvella

UMM  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN *REBRANDING* KLINIK CANTIQ DRD**

Oleh

Nama : Angelia Marvella  
NIM : 00000042766  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

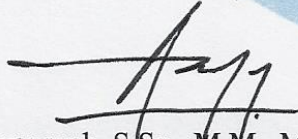
Telah diujikan pada hari Jumat , 5 Januari 2024

Pukul 09.45 s.d 10.30 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

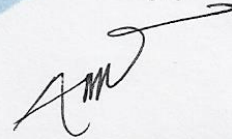
Ketua Sidang



Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.

0318127603/L00011

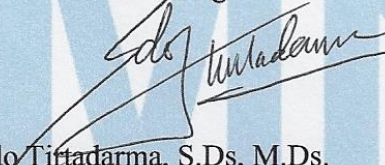
Penguji



Dr. Anne Nurfarina, M.Sn.

0416066807/E069425

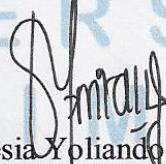
Pembimbing



Edo Tirtadarma, S.Ds, M.Ds.

0324128506/E071279

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 : Angelia Marvella  
NIM : 00000042766  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain  
Jenis Karya : \*Tesis/Skripsi/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 *REBRANDING* KLINIK CANTIQ DRD**

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, 22 Desember 2023

Yang menyatakan,



Angelia Marvella

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 kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul: “Perancangan *Rebranding* Klinik Cantiq DRD” sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Desain (S.Ds). Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari orang-orang terdekat, sangatlah tidak mudah untuk penulis dapat menyelesaikan perancangan ini. Oleh karena itu, penulis ingin 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. Edo Tirtadarma, S.Ds, M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Harry Mores, S.Ds., M.M., selaku Dosen Spesialis yang telah memberikan masukan dan arahan dalam perancangan ini.
6. Jesslyn Subrata, selaku *Graphic Designer* di OU Creative yang telah memberikan *insight* untuk penulis merancang tugas akhir ini.
7. dr. Ratna Defi, M. Biomed (AAM) selaku pemilik Klinik Cantiq DRD yang telah bersedia untuk mengizinkan penulis untuk melakukan wawancara dan perancangan tugas akhir.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Virjo yang selalu terus mendukung, dan menemani saya, serta Wynne yang membantu saya untuk menjadi model dalam perancangan ini.
10. Aurel, Jessica, Adel, Michelle, Euniece, Jesslyn, Winda, dan Ryu yang telah mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.

11. Serta teman-teman seperbimbingan yang telah berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi pembaca untuk merancang ulang identitas visual sebuah *brand*.

Tangerang, 22 Desember 2023



Angelia Marvella



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# PERANCANGAN *REBRANDING* KLINIK CANTIQ DRD

(Angelia Marvella)

## ABSTRAK

Klinik Cantiq DRD merupakan klinik yang menyediakan layanan perawatan kecantikan seperti *facial*, *chemical peeling*, *jnfus whitening*, *tanam benang* hingga *botox* dan *filler*. Akan tetapi, klinik tersebut memiliki permasalahan pada *brand image* dan *brand identity*. Hal ini berdampak pada pandangan masyarakat terhadap kualitas Klinik Cantiq DRD. Selain itu, penulis juga menemukan beberapa permasalahan yang ada di klinik tersebut seperti memiliki *trademark conflict* yang membuat adanya dua logo yang diaplikasikan pada *collateral media* mereka. Hal tersebut disebabkan oleh adanya pemasalahan dalam pengajuan izin BPOM. Perancangan ini dilakukan dengan melakukan metode *mixed-method*, dan proses perancangan desain mengikuti pendekatan Wheeler (2018) dalam bukunya yang berjudul *Designing Brand Identity*. Maka dari itu, penulis ingin melakukan *rebranding* terkait klinik Cantiq DRD guna memperbaiki *brand image* dan *brand identity* dari Klinik Cantiq DRD.

**Kata Kunci :** Perancangan, *Rebranding*, Klinik Kecantikan, Klinik Cantiq DRD

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# REBRANDING OF KLINIK CANTIQ DRD

(Angelia Marvella)

## **ABSTRACT (English)**

*Cantiq DRD Clinic is a beauty clinic that offers facials, chemical peels, whitening injections, thread implants, and botox and fillers. However, the clinic is having issues with brand image and identity. This has an impact on the public's perception of the Cantiq DRD Clinic's quality. Aside from that, the author discovered several issues at the clinic, such as a trademark conflict that resulted in two logos being used on their collateral media. This was due to issues with applying for a BPOM permit. This design was created utilizing a mixed-method approach, and the design process was guided by Wheeler's (2018) methodology in his book *Designing Brand Identity*. Therefore, the author wants to rebranding the DRD clinic in order to improve the brand image and brand identity of the Cantiq DRD Clinic.*

**Keywords:** *Rebranding, Beauty Clinic, Cantiq DRD Clinic*

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT (English) .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
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
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Desain Komunikasi Visual.....	6
2.1.1 Elemen Desain.....	6
2.1.2 Prinsip Desain .....	10
2.1.3 Tipografi.....	16
2.1.4 Grid.....	21
2.1.5 Psikologi Warna.....	24
2.1.6 Fotografi .....	26
2.2 Brand.....	28
2.2.1 Branding .....	29
2.2.2 Rebranding.....	30
2.2.3 Brand Touchpoints .....	31
2.2.4 Brand Strategy .....	34
2.2.5 Brand Positioning.....	34
2.2.6 Brand Architecture .....	34
2.2.7 Brand Equity.....	35

2.2.8 <i>Brand Identity</i> .....	36
2.2.9 <i>Graphic Standard Manual</i> .....	41
2.2.10 <i>Unique Selling Point</i> .....	42
2.3 <b>Klinik</b> .....	42
2.3.1 <b>Klinik Kecantikan</b> .....	43
2.3.2 <b>Jenis <i>Treatment</i> Wajah</b> .....	43
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> .....	<b>48</b>
3.1 <b>Metodologi Penelitian</b> .....	48
3.1.1 <b>Metode Kualitatif</b> .....	48
3.1.2 <b>Metode Kuantitatif</b> .....	66
3.1.3 <b>Studi Eksisting</b> .....	71
3.1.4 <b>Studi Referensi</b> .....	76
3.2 <b>Metodologi Perancangan</b> .....	78
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN</b> .....	<b>80</b>
4.1 <b>Strategi Perancangan</b> .....	80
4.1.1 <i>Conducting Research</i> .....	80
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i> .....	85
4.1.3 <i>Designing Identity</i> .....	94
4.1.4 <i>Creating Touchpoints</i> .....	107
4.1.5 <i>Managing Assets</i> .....	137
4.2 <b>Analisa Perancangan</b> .....	140
4.2.1 <b>Analisis Warna</b> .....	141
4.2.2 <b>Analisis Logo</b> .....	141
4.2.3 <b>Analisis Tipografi</b> .....	143
4.2.4 <b>Analisis Supergrafis</b> .....	144
4.2.5 <b>Analisis Fotografi</b> .....	145
4.2.6 <b>Analisis <i>Stationery</i></b> .....	146
4.2.7 <b>Analisis <i>Signage</i></b> .....	152
4.1.8 <b>Analisis <i>Packaging</i></b> .....	153
4.2.9 <b>Analisis <i>Advertising</i></b> .....	155
4.2.10 <b>Analisis <i>Placemaking</i></b> .....	159
4.2.11 <b>Analisis <i>Vehicles</i></b> .....	160

4.2.12 Analisis <i>Uniforms</i> .....	161
4.2.13 Analisis <i>Ephemera</i> .....	162
4.2.14 Analisa Buku Pedoman Identitas Visual Navanya Aesthetic Clinic .....	164
4.2.15 Analisis Beta Test .....	165
4.3 <i>Budgeting</i> .....	169
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>171</b>
5.1 <b>Simpulan</b> .....	171
5.2 <b>Saran</b> .....	171
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>xxi</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>xxiii</b>

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisa SWOT Amarie .....	75
Tabel 4.1 Tabel Perbandingan Kompetitor .....	82
Tabel 4.2 Tabel Insight Brand & Audience .....	84
Tabel 4.3 Tabel <i>Brand Brief</i> .....	85
Tabel 4.4 Tabel <i>Brand Bried 2</i> .....	87
Tabel 4.5 Tabel Jawaban Responden Beta Testing.....	165
Tabel 4.6 Tabel Jawaban Responden Beta Testing Mengenai Media Korporat .	166
Tabel 4.7 Tabel Budgeting .....	168

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Penerapan Garis dalam Logo .....	6
Gambar 2.2 Penerapan Bentuk dalam Logo .....	7
Gambar 2.3 <i>Hue</i> .....	8
Gambar 2.4 <i>Value</i> .....	9
Gambar 2.5 <i>Saturation</i> .....	9
Gambar 2.6 Penerapan Tekstur dalam Desain .....	10
Gambar 2.7 Penerapan <i>Balance</i> dalam Desain .....	11
Gambar 2.8 Penerapan <i>Emphasis</i> dalam Desain.....	13
Gambar 2.9 Penerapan <i>Rhythm</i> dalam Desain .....	14
Gambar 2.10 Penerapan <i>Unity</i> dalam Desain .....	15
Gambar 2.11 Penerapan <i>Continuity</i> dalam Desain .....	16
Gambar 2.12 Old Style Typeface.....	17
Gambar 2.13 Transitional Typeface.....	17
Gambar 2.14 <i>Modern Typeface</i> .....	18
Gambar 2.15 Slab Serif Typeface .....	18
Gambar 2.16 Sans Serif Typeface.....	19
Gambar 2.17 <i>Gothic Typeface</i> .....	19
Gambar 2.18 <i>Script Typeface</i> .....	20
Gambar 2.19 Display Typeface.....	20
Gambar 2.20 <i>Manuscript Grid</i> .....	22
Gambar 2.21 <i>Column Grid</i> .....	23
Gambar 2.22 <i>Modular Grid</i> .....	23
Gambar 2.23 <i>Hierarchic Grid</i> .....	24
Gambar 2.24 Foto dengan <i>Rule of Thirds</i> .....	26
Gambar 2.25 Foto dengan <i>Centering</i> .....	27
Gambar 2.26 Foto dengan <i>Symmetry</i> .....	27
Gambar 2.27 Foto dengan <i>Repetition</i> .....	28
Gambar 2.28 <i>Wordmarks</i> .....	39
Gambar 2.29 <i>Letterforms</i> .....	39
Gambar 2.30 <i>Pictorial Marks</i> .....	40
Gambar 2.31 <i>Abstract Marks</i> .....	40

Gambar 2.32 <i>Emblems</i> .....	41
Gambar 2.33 Laser Wajah.....	44
Gambar 2.34 <i>Microneedling</i> .....	44
Gambar 2.35 Chemical Peeling.....	45
Gambar 2.36 <i>Mesotherapy</i> .....	45
Gambar 2.37 <i>Botox</i> .....	46
Gambar 2.38 <i>Filler</i> .....	46
Gambar 2.39 Mikrodermabrasi .....	47
Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara Bersama dr. Ratna, M. Biomed (AAM)	50
Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara Kedua Bersama dr. Ratna, M. Biomed (AAM) .....	50
Gambar 3.3 Dokumentasi Wawancara Bersama Jesslyn Subrata.....	52
Gambar 3.4 Dokumentasi <i>Focus Group Discussion</i> .....	54
Gambar 3.5 Logo Klinik Cantiq DRD .....	57
Gambar 3.6 Kumpulan Logo Klinik Kecantikan .....	57
Gambar 3.7 <i>Facade</i> Klinik Cantiq DRD .....	59
Gambar 3.8 <i>Signage</i> Klinik Cantiq DRD.....	60
Gambar 3.9 Resepsionis Klinik Cantiq DRD .....	61
Gambar 3.10 Papan Nama Dokter Klinik Cantiq DRD .....	62
Gambar 3.11 <i>Merchandise</i> Klinik Cantiq DRD.....	62
Gambar 3.12 Label Kemasan Produk Klinik Cantiq DRD.....	63
Gambar 3.13 Jenis Tas Belanja Klinik Cantiq DRD.....	63
Gambar 3.14 Buku Medis & Nota Klinik Cantiq DRD.....	64
Gambar 3.15 Seragam Klinik Cantiq DRD.....	64
Gambar 3.16 Rumus Slovin .....	66
Gambar 3.17 Tabel Usia dan Jenis Kelamin.....	67
Gambar 3.18 Grafik Pernah atau Tidak Melakukan <i>Treatment</i> .....	67
Gambar 3.19 Alasan Melakukan <i>Treatment</i> .....	68
Gambar 3.20 Faktor Memilih Klinik Kecantikan .....	68
Gambar 3.21 Kesan Saat Mendengar Nama Klinik Cantiq DRD.....	69
Gambar 3.22 Penggambaran Logo Pertama.....	69
Gambar 3.23 Penggambaran Logo Kedua .....	70

Gambar 3.24 Ketertarikan Responden untuk Mengunjungi Klinik Cantiq DRD .	70
Gambar 3.25 Logo Amarie Aesthetical Center.....	72
Gambar 3.26 Ruang <i>Treatment</i> Reguler Amarie Aesthetical Center.....	73
Gambar 3.27 Ruang <i>Treatment</i> VIP Amarie Aesthetical Center.....	73
Gambar 3.28 Ruang Tunggu VIP Amarie Aesthetical Center.....	74
Gambar 3.29 <i>Stationery</i> Amarie Aesthetical Center.....	74
Gambar 3.30 Seragam Amarie Aesthetical Center .....	75
Gambar 3.31 Logo Miracle Aesthetic Clinic .....	77
Gambar 3.32 Produk ERHA .....	78
Gambar 4.1 <i>Target Persona</i> .....	81
Gambar 4.2 Brand Positioning Matrix .....	92
Gambar 4.3 <i>Mindmap</i> .....	93
Gambar 4.4 Alternatif <i>Big Idea</i> .....	94
Gambar 4.5 <i>Tone of Voice</i> Navanya .....	94
Gambar 4.6 <i>Moodboard</i> Warna Navanya .....	96
Gambar 4.7 <i>Moodboard</i> Gaya Visual Logo.....	96
Gambar 4.8 Sketsa Alternatif Logo Navanya .....	97
Gambar 4.9 Digitalisasi Logo Navanya.....	98
Gambar 4.10 Sketsa Alternatif Revisi Logo Navanya.....	99
Gambar 4.11 Digitalisasi Alternatif Logo Navanya Setelah Revisi .....	99
Gambar 4.12 Logo Final Navanya .....	100
Gambar 4.13 Anatomi Logo Navanya .....	101
Gambar 4.14 Signika <i>Typeface</i> .....	102
Gambar 4.15 Metropolis <i>Typeface</i> .....	103
Gambar 4.16 Supergrafis Navanya .....	103
Gambar 4.17 Contoh Penggunaan Supergrafis Navanya.....	104
Gambar 4.18 <i>Moodboard</i> Fotografi.....	105
Gambar 4.19 Foto Sebelum dan Sesudah Proses Editing .....	106
Gambar 4.20 Foto <i>Treatment</i> Sebelum (Kiri) dan Sesudah (Kanan) Proses Editing .....	106
Gambar 4.21 Proses Perancangan Kartu Nama .....	107
Gambar 4.22 Desain Final Kartu Nama Navanya.....	108



Gambar 4.23 Proses Perancangan Amplop Navanya.....	109
Gambar 4.24 Desain Final Amplop Navanya .....	109
Gambar 4.25 Proses Perancangan Kop Surat.....	110
Gambar 4.26 Desain Final Kop Surat .....	111
Gambar 4.27 Proses Perancangan Nota .....	111
Gambar 4.28 Desain Final Nota Navanya.....	112
Gambar 4.29 Proses Perancangan Nota Resep Navanya .....	113
Gambar 4.30 Desain Final Nota Resep Navanya.....	114
Gambar 4.31 Proses Perancangan Map Rekam Medis Navanya .....	114
Gambar 4.32 Desain Final Map Rekam Medis Navanya Bagian Belakang (Kiri) & Depan (Kanan) .....	115
Gambar 4.33 Proses Perancangan <i>ID card</i> Navanya .....	116
Gambar 4.34 Proses Digitalisasi <i>Lanyard</i> Navanya .....	116
Gambar 4.35 Desain Final <i>ID Card &amp; Lanyard</i> Navanya .....	117
Gambar 4.36 Proses Perancangan <i>Lettersign</i> Navanya.....	118
Gambar 4.37 Komposisi Peletakkan <i>Lettersign</i> Navanya .....	118
Gambar 4.38 Proses Perancangan <i>Doorsign</i> Navanya.....	119
Gambar 4.39 Desain Final <i>Doorsign</i> Navanya .....	120
Gambar 4.40 Proses Perancangan Label Produk Navanya .....	121
Gambar 4.41 Desain Final Label Produk Navanya.....	121
Gambar 4.42 Proses Perancangan Paperbag Navanya.....	121
Gambar 4.43 Desain Final <i>Paperbag</i> Navanya.....	122
Gambar 4.44 Proses Perancangan Instagram <i>Feeds</i> Navanya .....	122
Gambar 4.45 Desain Final Instagram <i>Feeds</i> Navanya.....	123
Gambar 4.46 Proses Perancangan Instagram <i>Story</i> Navanya .....	123
Gambar 4.47 Desain Final Instagram <i>Story</i> Navanya.....	124
Gambar 4.48 Proses Perancangan <i>Flyer</i> Navanya .....	124
Gambar 4.49 Desain Final <i>Flyer</i> Navanya.....	126
Gambar 4.50 Proses Digitalisasi <i>Trifold Brochure</i> Navanya.....	126
Gambar 4.51 Desain Final <i>Trifold Brochure</i> Navanya .....	127
Gambar 4.52 Proses Perancangan <i>Rollup Banner</i> Navanya .....	127
Gambar 4.53 Desain Final <i>Rollup Banner</i> Navanya.....	128

Gambar 4.54 Proses Perancangan <i>Wallpaper</i> Navanya.....	129
Gambar 4.55 Desain Final <i>Wallpaper</i> Navanya .....	129
Gambar 4.56 Proses Perancangan Stiker Mobil Navanya .....	130
Gambar 4.57 Desain Final Stiker Mobil Navanya .....	130
Gambar 4.58 Proses Perancangan Jas Dokter .....	131
Gambar 4.59 Desain Final Jas Dokter Navanya .....	131
Gambar 4.60 Proses Perancangan Seragam Navanya.....	132
Gambar 4.61 Desain Final Seragam.....	132
Gambar 4.62 Proses Perancangan Handuk .....	133
Gambar 4.63 Desain Final Handuk .....	133
Gambar 4.64 Proses Digitalisasi Bandana .....	134
Gambar 4.65 Desain Final Bandana.....	134
Gambar 4.66 Proses Perancangan Cermin Lipat.....	135
Gambar 4.67 Desain Final Cermin Lipat .....	135
Gambar 4.68 Proses Perancangan Pouch Makeup.....	136
Gambar 4.69 Desain Final Pouch Makeup .....	136
Gambar 4.70 Proses Perancangan <i>Totebag</i> .....	137
Gambar 4.71 Kateren <i>Graphic Standard Manual</i> Navanya.....	138
Gambar 4.72 Proses Perancangan GSM Navanya .....	139
Gambar 4.73 <i>Cover</i> GSM Navanya .....	139
Gambar 4.74 <i>Divider</i> GSM Navanya.....	140
Gambar 4.75 Contoh Desain GSM Navanya .....	140
Gambar 4.76 <i>Color Palette</i> Navanya.....	141
Gambar 4.77 Logo Navanya .....	142
Gambar 4.78 Konfigurasi Logo Navanya.....	143
Gambar 4.79 <i>Typeface</i> Navanya .....	144
Gambar 4.80 Supergrafis Navanya.....	144
Gambar 4.81 Aset Foto Navanya .....	145
Gambar 4.82 Analisis Kartu Nama Navanya.....	147
Gambar 4.83 Analisis Amplop.....	148
Gambar 4.84 Analisis Kop Surat .....	148
Gambar 4.85 Analisis Nota Navanya.....	149

Gambar 4.86 Analisis Buku Resep .....	150
Gambar 4.87 Analisis Map Rekam Medis Navanya.....	150
Gambar 4.88 Analisis <i>ID Card &amp; Lanyard</i> .....	151
Gambar 4.89 Analisis <i>Lettersign</i> .....	152
Gambar 4.90 Analisis <i>Door Sign</i> .....	153
Gambar 4.91 Analisis Label produk .....	154
Gambar 4.92 Analisis <i>Paperbag</i> Navanya.....	155
Gambar 4.93 Analisis Instagram <i>Feeds &amp; Story</i> Navanya .....	156
Gambar 4.94 Analisis <i>Trifold Brochure</i> Navanya .....	157
Gambar 4.95 Analisis <i>Flyer</i> Navanya.....	158
Gambar 4.96 Analisis <i>Rollup Banner</i> Navanya .....	159
Gambar 4.97 Analisis <i>Wallpaper</i> untuk Klinik Navanya .....	160
Gambar 4.98 Analisis Stiker Mobil Navanya .....	160
Gambar 4.99 Analisis Seragam Navanya.....	161
Gambar 4.100 Analisis Handuk & Bandana Navanya.....	162
Gambar 4.101 Analisis Cermin Lipat Navanya .....	162
Gambar 4.102 Analisis <i>Totebag</i> Navanya .....	163
Gambar 4.103 Analisis <i>Pouch Makeup</i> Navanya .....	164
Gambar 4.104 Analisis GSM Navanya.....	165

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form BAP Bimbingan .....	xxiii
Lampiran B Transkrip Wawancara .....	xxv
Lampiran C Transkrip <i>Focus Group Discussion</i> .....	xxxiii
Lampiran D Hasil Kuesioner .....	xxxviii
Lampiran E Hasil Turnitin .....	lxii



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA