

**PERANCANGAN *REBRANDING* RUMAH MAKAN**

**BAKMI ALUNG**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Patrick**

**00000042825**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

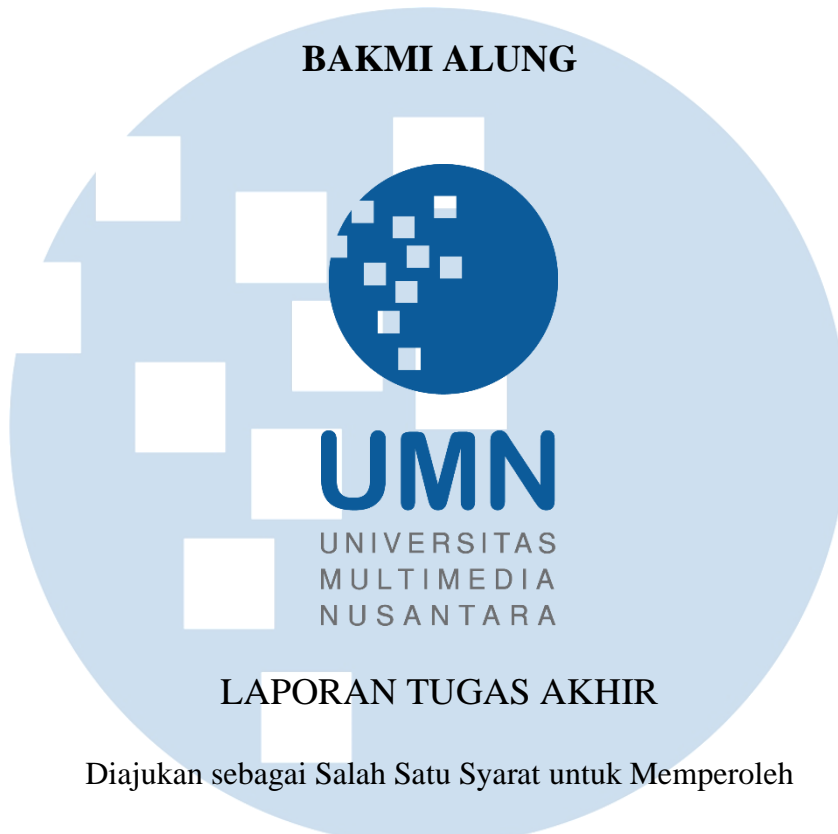
**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERANCANGAN *REBRANDING* RUMAH MAKAN**

**BAKMI ALUNG**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

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

**Patrick**

**00000042825**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Patrick

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042825

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

### PERANCANGAN *REBRANDING* RUMAH MAKAN BAKMI ALUNG

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, 22 Desember 2023

UMIN



(Patrick)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN *REBRANDING* RUMAH MAKAN**

**BAKMI ALUNG**

Oleh

Nama : Patrick  
NIM : 00000042825  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 8 Januari 2024

Pukul 09.45 s.d 10.30 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Ken Natasha Violeta, S.Sn., M.Ds.  
0309089201/L00691

Penguji

M. Ady Nugraha, M.Sn.  
0313039003/E083672

Pembimbing

Tolentino, S.Ds., M.M.  
0320078407/L00430

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 : Patrick  
NIM : 00000042825  
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 *REBRANDING* RUMAH MAKAN BAKMI ALUNG**

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,



(Patrick)

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 dipanjatkan oleh penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat penertaan-Nya serta anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Perancangan Ulang Identitas Visual Rumah Makan Bakmi Alung” sebagai salah satu syarat kelulusan dari *Design Komunikasi Visual* Universitas Multimedia Nusantara.

Selama proses penyusunan laporan MBKM ini, penulis menerima banyak sekali bantuan dari beberapa pihak, maka dari 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 *Design* Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi *Design Komunikasi Visual* Universitas Multimedia Nusantara.
4. Tolentinno S.Ds., M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Alung, Melisa, Sheldra, Josephine, Yoel Kristiandi sebagai narasumber yang telah bersedia untuk diwawancarai.
6. Keluarga saya yang telah memberi dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Diri saya sendiri, karena sudah mampu berjuang dari awal hingga akhir.

Semoga melalui karya ini penulis berharap bisa membantu Bakmi Alung sebagai rumah makan yang dikenal banyak orang.

Tangerang, 22 Desember 2023



(Patrick)

# PERANCANGAN *REBRANDING* RUMAH MAKAN

## BAKMI ALUNG

(Patrick)

### ABSTRAK

Bakmi Alung merupakan salah satu rumah makan yang berada di Jakarta Barat. Bakmi Alung selalu memberikan cita rasa yang original dan pelayanan yang terpadu bagi para pelanggannya. Sayangnya, saat ini Bakmi Alung belum memiliki identitas visual yang konsisten dan nama Alung sendiri sudah dimiliki HAKI oleh *brand* lain dengan kode kelas yang sama. Melalui pengumpulan data secara kualitatif dengan wawancara, observasi, studi eksisting, studi referensi, dan FGD menunjukkan adanya kekeliruan terhadap identitas yang dimiliki. Sedangkan secara kuantitatif dengan penyebaran kuesioner mengatakan bahwa identitas yang dimiliki pada saat ini belum memiliki ciri khas dan tidak konsisten. Maka dari itu penulis melakukan *rebranding* pada rumah makan Bakmi Alung sebagai salah satu solusi dari permasalahan yang berkembang pada saat ini dengan target usia 20 – 30 tahun. Dalam melakukan perancangan *rebranding* penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Alina Wheeler sebagai pedoman perancangan.

**Kata kunci:** *Rebranding*, bakmi, perancangan ulang

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## **REBRANDING OF BAKMI ALUNG RESTAURANT**

(Patrick)

### **ABSTRACT (English)**

*Bakmi Alung is a restaurant in West Jakarta. Bakmi Alung always provides original taste and integrated service for its customers. Unfortunately, currently Bakmi Alung does not have a consistent visual identity and the Alung name itself is already owned by another brand with the same class code. Through qualitative data collection using interviews, observations, existing studies, reference studies, and FGD, it shows that there is a mistake regarding their identity. Meanwhile, quantitatively, the distribution of questionnaires shows that the current identity does not have distinctive characteristics and is inconsistent. Therefore, the author rebranded the Bakmi Alung restaurant as a solution to the problems currently developing with a target age of 20 - 30 years. In designing the rebranding, the author used Alina Wheeler's theory as a design guide.*

**Keywords:** *Rebranding, noodle, redesigning*

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## DAFTAR ISI

|  |       |
|--|-------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....   | ii    |
| HALAMAN PENGESAHAN .....   | iii   |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK<br>KEPENTINGAN AKADEMIS ..... | iv    |
| KATA PENGANTAR .....   | v     |
| ABSTRAK .....  | vi    |
| <i>ABSTRACT (English)</i> .....  | vii   |
| DAFTAR ISI .....   | viii  |
| DAFTAR TABEL .....   | xii   |
| DAFTAR GAMBAR .....  | xiii  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....  | xviii |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....   | 1     |
| <b>1.1 Latar Belakang</b> .....  | 1     |
| <b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....   | 3     |
| <b>1.3 Batasan Masalah</b> .....   | 3     |
| <b>1.4 Tujuan Tugas Akhir</b> .....  | 4     |
| <b>1.5 Manfaat Tugas Akhir</b> .....   | 4     |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....   | 5     |
| <b>2.1 Design Komunikasi Visual</b> .....                                      | 5     |
| <b>2.1.1 Elemen Design</b> .....   | 5     |
| <b>2.1.2 Prinsip Design</b> .....  | 13    |
| <b>2.1.3 Tipografi</b> .....   | 17    |
| <b>2.1.4 Layout</b> .....  | 24    |
| <b>2.1.5 Grid</b> .....  | 26    |
| <b>2.2 Brand</b> .....   | 30    |
| <b>2.2.1 Branding</b> .....  | 31    |
| <b>2.2.2 Rebranding</b> .....  | 31    |
| <b>2.2.3 Brand positioning</b> .....   | 32    |
| <b>2.2.4 Brand Strategy</b> .....  | 32    |
| <b>2.2.5 Brand Equity</b> .....  | 32    |
| <b>2.2.6 Brand Mantra</b> .....  | 34    |

|  |  |    |
|--|--|----|
| 2.2.7  | <i>Brand Personality</i> .....           | 35 |
| 2.2.8  | <i>Brand Identity</i> .....              | 35 |
| 2.2.9  | <i>Brand Manual Guideline Book</i> ..... | 37 |
| 2.3  | <b>Fotografi</b> .....                   | 38 |
| 2.3.1  | <b>Fotografi Makanan</b> .....           | 39 |
| 2.4  | <b>Ilustrasi</b> .....                   | 40 |
| 2.4.1  | <b>Peran Ilustrasi</b> .....             | 40 |
| 2.4.2  | <i>Design Karakter</i> .....             | 41 |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> ..... |  | 45 |
| 3.1  | <b>Metodologi Penelitian</b> .....       | 45 |
| 3.1.1  | <b>Metode Kualitatif</b> .....           | 45 |
| 3.1.2  | <b>Metode Kuantitatif</b> .....          | 68 |
| 3.2  | <b>Metodologi Perancangan</b> .....      | 72 |
| <b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN</b> .....      |  | 74 |
| 4.1  | <b>Strategi Perancangan</b> .....        | 74 |
| 4.1.1  | <i>Conducting Research</i> .....         | 74 |
| 4.1.2  | <i>Clarifying Strategi</i> .....         | 75 |
| 1)   | <i>Homey</i> .....                       | 76 |
| 2)   | <i>Authentic</i> .....                   | 76 |
| 3)   | <i>Steady</i> .....                      | 76 |
| 4.1.2.1  | <i>Brand Positioning</i> .....           | 77 |
| 4.1.2.2  | <i>Positioning Matrix</i> .....          | 78 |
| 4.1.2.3  | <i>Brand Mantra</i> .....                | 78 |
| 4.1.2.4  | <i>Brand Value</i> .....                 | 79 |
| 4.1.2.5  | <i>Brand Personality</i> .....           | 80 |
| 4.1.2.6  | <i>Tagline</i> .....                     | 80 |
| 4.1.2.7  | <i>Big Idea</i> .....                    | 81 |
| 4.1.2.8  | <i>Tone of voice</i> .....               | 82 |
| 4.1.3  | <i>Designing Identity</i> .....          | 84 |
| 4.1.3.1  | <b>Perancangan Palet Warna</b> .....     | 85 |
| 4.1.3.2  | <b>Perancangan Tipografi</b> .....       | 87 |
| 4.1.3.3  | <b>Perancangan Supergrafis</b> .....     | 89 |

|  |     |
|--|-----|
| 4.1.3.4 Perancangan Fotografi.....     | 91  |
| 4.1.3.5 Perancangan Maskot.....        | 95  |
| 4.1.3.6 Perancangan Logo.....          | 97  |
| 4.1.4 <i>Creating Touchpoint</i> ..... | 104 |
| 4.1.4.1 Stationery.....                | 105 |
| 4.1.4.2 Seragam.....                   | 112 |
| 4.1.4.3 Kemasan.....                   | 115 |
| 4.1.4.4 Kendaraan.....                 | 118 |
| 4.1.4.5 <i>Signage</i> .....           | 119 |
| 4.1.4.6 Gimmick.....                   | 120 |
| 4.1.4.7 Merchandise.....               | 121 |
| 4.1.4.8 Media Cetak.....               | 123 |
| 4.1.4.9 Media Digital.....             | 129 |
| 4.1.4.10 Cutlery.....                  | 132 |
| 4.1.5 <i>Managing Asets</i> .....      | 133 |
| 4.2 Analisis Perancangan.....          | 139 |
| 4.2.1 Analisis <i>Beta Test</i> .....  | 140 |
| 4.2.2 Perubahan <i>Beta Test</i> ..... | 140 |
| 4.2.3 Analisis Logo.....               | 141 |
| 4.2.4 Analisis Warna.....              | 144 |
| 4.2.5 Analisis Tipografi.....          | 146 |
| 4.2.6 Analisis Supergrafis.....        | 147 |
| 4.2.7 Analisis Fotografi.....          | 148 |
| 4.2.8 Analisis Maskot.....             | 148 |
| 4.2.9 Analisis Stationery.....         | 149 |
| 4.2.10 Analisis Seragam.....           | 151 |
| 4.2.11 Analisis Kemasan.....           | 152 |
| 4.2.12 Analisis Kendaraan.....         | 153 |
| 4.2.13 Analisis <i>Signage</i> .....   | 154 |
| 4.2.14 Analisis Gimmick.....           | 155 |
| 4.2.15 Analisis Merchandise.....       | 156 |
| 4.2.16 Analisis Media Cetak.....       | 157 |

|   |      |
|---|------|
| 4.2.17 Analisis Media Digital .....           | 160  |
| 4.2.18 Analisis Cutlery .....                 | 161  |
| 4.2.19 Analisis Graphic Standard Manual ..... | 162  |
| 4.3 <i>Budgeting</i> .....                    | 164  |
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....                    | 166  |
| 5.1 <b>Simpulan</b> .....                     | 166  |
| 5.2 <b>Saran</b> .....                        | 166  |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                   | xvii |
| <b>LAMPIRAN</b> .....                         | xix  |



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 3. 1 Tabel Studi Eksisting .....            | 62  |
| Tabel 3. 2 Tabel SWOT Bakmi Kie.....              | 65  |
| Tabel 3. 3 Tabel SWOT Bakmi Capgo.....            | 66  |
| Tabel 3. 4 Tabel SWOTMie Ayam Bangka Top 88 ..... | 67  |
| Tabel 3. 5 Big Idea.....                          | 82  |
| Tabel 4. 1 Brand Mantra .....                     | 81  |
| Tabel 4. 2 Tagline .....                          | 81  |
| Tabel 4. 3 Konten GSM .....                       | 134 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2. 1 Garis .....                        | 5  |
| Gambar 2. 2 Bentuk Geometri .....              | 6  |
| Gambar 2. 3 Bentuk Natural .....               | 7  |
| Gambar 2. 4 Bentuk Abstrak.....                | 7  |
| Gambar 2. 5 Tekstur.....                       | 8  |
| Gambar 2. 6 Gelap Terang .....                 | 8  |
| Gambar 2. 7 Ukuran.....                        | 9  |
| Gambar 2. 8 Warna Primer .....                 | 11 |
| Gambar 2. 9 Warna Sekunder.....                | 11 |
| Gambar 2. 10 Warna Tersier.....                | 12 |
| Gambar 2. 11 Warna Netral .....                | 12 |
| Gambar 2. 12 Format .....                      | 13 |
| Gambar 2. 13 Keseimbangan.....                 | 14 |
| Gambar 2. 14 Hierarki.....                     | 14 |
| Gambar 2. 15 Ritme .....                       | 15 |
| Gambar 2. 16 Kesatuan.....                     | 16 |
| Gambar 2. 17 Hukum Organisasi Perseptual ..... | 16 |
| Gambar 2. 18 Anatomi Tipografi.....            | 18 |
| Gambar 2. 19 <i>Serif</i> .....                | 20 |
| Gambar 2. 20 <i>San serif</i> .....            | 21 |
| Gambar 2. 21 <i>Script</i> .....               | 22 |
| Gambar 2. 22 Dekoratif.....                    | 23 |
| Gambar 2. 23 Legibility .....                  | 24 |
| Gambar 2. 24 Readability .....                 | 24 |
| Gambar 2. 25 Sequence.....                     | 25 |
| Gambar 2. 26 Emphasis .....                    | 26 |
| Gambar 2. 27Balance .....                      | 26 |
| Gambar 2. 28 Unity.....                        | 27 |
| Gambar 2. 29 <i>Grid</i> .....                 | 28 |
| Gambar 2. 30 Manuscript <i>Grid</i> .....      | 29 |
| Gambar 2. 31 Column <i>Grid</i> .....          | 30 |
| Gambar 2. 32 <i>Modular Grid</i> .....         | 30 |
| Gambar 2. 33 Hierarchy <i>Grid</i> .....       | 31 |
| Gambar 2. 34 Wordmarks.....                    | 36 |
| Gambar 2. 35 Letterform.....                   | 37 |
| Gambar 2. 36 Pictorial Marks.....              | 37 |
| Gambar 2. 37 Abstract Marks.....               | 38 |
| Gambar 2. 38 Emblem .....                      | 38 |
| Gambar 2. 39 Lingkaran .....                   | 43 |
| Gambar 2. 40 Persegi .....                     | 43 |
| Gambar 2. 41 Segitiga.....                     | 44 |

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2. 42 Flow.....  | 45 |
| Gambar 2. 43 Twiat.....   | 45 |
| Gambar 2. 44 Rhythm.....  | 46 |
| Gambar 2. 45Mie Ayam.....   | 48 |
| Gambar 2. 46 Bakmi Jawa .....   | 48 |
| Gambar 2. 47 Bakmi Bangka.....  | 49 |
| Gambar 2. 48 Bakmi Ayam Pecamke.....                                  | 49 |
| Gambar 3. 1 Wawancara bersama Pemilik Bakmi Alung.....                | 52 |
| Gambar 3. 2 Wawancara bersama Kak Melisa .....                        | 54 |
| Gambar 3. 3 Wawancara bersama Kak Sheldra.....                        | 55 |
| Gambar 3. 4 Wawancara bersama Kak Josephine .....                     | 57 |
| Gambar 3. 5 Tampak Bakmi Alung .....                                  | 59 |
| Gambar 3. 6 Spanduk Bakmi Alung .....                                 | 60 |
| Gambar 3. 7 Identitas Pada Setiap Media .....                         | 61 |
| Gambar 3. 8 Bakmi GM.....   | 62 |
| Gambar 3. 9 Postingan Bakmi Alung .....                               | 62 |
| Gambar 3. 10 Banner Bakmi Alung.....                                  | 63 |
| Gambar 3. 11 Kemasan Banh Bao Granny Vinh .....                       | 64 |
| Gambar 3. 12 Maskot Banh Bao Granny Vinh.....                         | 64 |
| Gambar 3. 13 Elemen <i>Design</i> Banh Bao Granny Vinh .....          | 65 |
| Gambar 3. 14 Data Usia Responden .....                                | 71 |
| Gambar 3. 15 Data Ketertarikan Bakmi.....                             | 72 |
| Gambar 3. 16 Data Alasan Menyukai Bakmi .....                         | 72 |
| Gambar 3. 17 Data Pengetahuan responden Terhadap Bakmi Alung.....     | 73 |
| Gambar 3. 18 Data Kesadaran Responden Terhadap Bakmi Alung.....       | 73 |
| Gambar 3. 19 Pandangan Responden Terhadap identitas Bakmi Alung ..... | 74 |
| Gambar 4. 1 Mindmapping .....   | 77 |
| Gambar 4. 2 Position Matrix.....                                      | 80 |
| Gambar 4. 3 Tone of Voice.....  | 85 |
| Gambar 4. 4 Moodboard .....   | 86 |
| Gambar 4. 5 Referensi warna.....                                      | 87 |
| Gambar 4. 6 Warna primer & Warna Sekunder.....                        | 88 |
| Gambar 4. 7 Referensi Typeface.....                                   | 89 |
| Gambar 4. 8 Pemilihan Typeface San serif.....                         | 90 |
| Gambar 4. 9 Pengaturan San Serif .....                                | 90 |
| Gambar 4. 10 Pemilihan Typeface Serif.....                            | 90 |
| Gambar 4. 11 Alternatif Supergrafis.....                              | 91 |
| Gambar 4. 12 Bunga Mei Hwa .....                                      | 92 |
| Gambar 4. 13 Supergrafis .....  | 93 |
| Gambar 4. 14 Komposisi Rule of Thrird.....                            | 94 |
| Gambar 4. 15 Pengaturan Pencahayaan .....                             | 95 |
| Gambar 4. 16 Hasil Penyuntingan Foto .....                            | 95 |
| Gambar 4. 17 Media Digital dan Media Cetak .....                      | 96 |

|  |     |
|--|-----|
| Gambar 4. 18 Penentuan Gaya Visual .....                   | 97  |
| Gambar 4. 19 Sketsa Maskot .....                           | 98  |
| Gambar 4. 20 Finalisasi Maskot.....                        | 98  |
| Gambar 4. 21 Ekspresi Maskot .....                         | 99  |
| Gambar 4. 22 Sketsa Logo .....                             | 100 |
| Gambar 4. 23 Eksplorasi Logo.....                          | 100 |
| Gambar 4. 24 Desain Awal Logo.....                         | 101 |
| Gambar 4. 25 Pictorial Logo Bakmi Sanmar .....             | 102 |
| Gambar 4. 26 Sketsa Logotype .....                         | 102 |
| Gambar 4. 27 Logotype Bakmi Sanmar.....                    | 103 |
| Gambar 4. 28 Logotype San Serif.....                       | 103 |
| Gambar 4. 29 Bakmi Logotype.....                           | 104 |
| Gambar 4. 30 Logotype Sejak 2007.....                      | 104 |
| Gambar 4. 31 Perancangan Pictorial Mark Bakmi Sanmar ..... | 105 |
| Gambar 4. 32 Logo Vertical & Landscape .....               | 106 |
| Gambar 4. 33 Kop Surat.....                                | 107 |
| Gambar 4. 34 Final Kop Surat .....                         | 108 |
| Gambar 4. 35 Kartu Nama .....                              | 109 |
| Gambar 4. 36 Finalisasi Kartu Nama.....                    | 110 |
| Gambar 4. 37 Finalisasi Amplop .....                       | 111 |
| Gambar 4. 38 Amplop.....                                   | 111 |
| Gambar 4. 39 Map.....                                      | 112 |
| Gambar 4. 40 Finalisasi Map .....                          | 113 |
| Gambar 4. 41 Struk .....                                   | 114 |
| Gambar 4. 42 Kaus.....                                     | 115 |
| Gambar 4. 43 Finalisasi Kaus .....                         | 116 |
| Gambar 4. 44 Celemek.....                                  | 116 |
| Gambar 4. 45 Finalisasi Celemek .....                      | 117 |
| Gambar 4. 46 Pengukuran Kemasan.....                       | 118 |
| Gambar 4. 47 Pola Kemasan.....                             | 118 |
| Gambar 4. 48 Desain kemasan.....                           | 119 |
| Gambar 4. 49 Finalisasi Kemasan.....                       | 119 |
| Gambar 4. 50 Finalisasi Kendaraan .....                    | 120 |
| Gambar 4. 51 Kendaraan.....                                | 120 |
| Gambar 4. 52 Logo Sign .....                               | 121 |
| Gambar 4. 53 Finalisasi Logo Sign.....                     | 122 |
| Gambar 4. 54 Hand Sanitizer .....                          | 122 |
| Gambar 4. 55 Finalisasi Hand Sanitizer.....                | 123 |
| Gambar 4. 56 Desain Awal Totebag .....                     | 124 |
| Gambar 4. 57 Pola Desain Totebag.....                      | 124 |
| Gambar 4. 58 Finalisasi Totebag .....                      | 125 |
| Gambar 4. 59 Banner .....                                  | 125 |
| Gambar 4. 60 Finalisasi Banner .....                       | 126 |



|   |     |
|---|-----|
| Gambar 4. 61 Poster.....                          | 127 |
| Gambar 4. 62 Finalisasi Poster.....               | 127 |
| Gambar 4. 63 Menu.....                            | 128 |
| Gambar 4. 64 Finalisasi Menu .....                | 128 |
| Gambar 4. 65 Kartu Loyalitas.....                 | 129 |
| Gambar 4. 66 Finalisasi Kartu Loyalitas.....      | 129 |
| Gambar 4. 67 Nomor Meja .....                     | 130 |
| Gambar 4. 68 Finalisasi Nomor Meja.....           | 131 |
| Gambar 4. 69 Instagram Feed .....                 | 132 |
| Gambar 4. 70 Finalisasi Instagram Feed.....       | 133 |
| Gambar 4. 71 Template Story .....                 | 133 |
| Gambar 4. 72 Mangkok.....                         | 134 |
| Gambar 4. 73 Kotak Tissue.....                    | 135 |
| Gambar 4. 74 Flat Design GSM.....                 | 137 |
| Gambar 4. 75 Grid GSM.....                        | 137 |
| Gambar 4. 76 Cover GSM .....                      | 138 |
| Gambar 4. 77 Konten GSM .....                     | 138 |
| Gambar 4. 78 Pembatas Konten GSM .....            | 139 |
| Gambar 4. 79 Penempatan Layout GSM .....          | 139 |
| Gambar 4. 80 Pembatas Bab GSM .....               | 140 |
| Gambar 4. 81 Supergrafis GSM.....                 | 141 |
| Gambar 4. 82 Beta Maskot.....                     | 143 |
| Gambar 4. 83 Beta Fotografi.....                  | 143 |
| Gambar 4. 84 Filosofi Logo.....                   | 144 |
| Gambar 4. 85 Logotype.....                        | 145 |
| Gambar 4. 86 Format Logo.....                     | 145 |
| Gambar 4. 87 Aturan - Aturan Logo.....            | 146 |
| Gambar 4. 88 Warna Primer .....                   | 146 |
| Gambar 4. 89 Warna Sekunder .....                 | 147 |
| Gambar 4. 90 Pemilihan Tipografi.....             | 148 |
| Gambar 4. 91 Penerapan Supergrafi .....           | 149 |
| Gambar 4. 92 Fotografi Makanan Bakmi Sanmar ..... | 150 |
| Gambar 4. 93 Maskot Naga .....                    | 151 |
| Gambar 4. 94 Analisis Media Stationery .....      | 152 |
| Gambar 4. 95 Analisis Seragam Bakmi Sanmar.....   | 153 |
| Gambar 4. 96 Analisis Kemasan.....                | 154 |
| Gambar 4. 97 Analisi Kendaraan .....              | 155 |
| Gambar 4. 98 Analisis Signage.....                | 156 |
| Gambar 4. 99 Analisis Gimmick.....                | 157 |
| Gambar 4. 100 Analisis Totebag.....               | 158 |
| Gambar 4. 101 Analisis Banner .....               | 159 |
| Gambar 4. 102 Analisis Poster.....                | 159 |
| Gambar 4. 103 Analisis Menu .....                 | 160 |

|  |     |
|--|-----|
| Gambar 4. 104 Analisis Nomor Meja .....      | 161 |
| Gambar 4. 105 Analisis Kartu Loyalitas ..... | 161 |
| Gambar 4. 106 Analisis Feed .....            | 162 |
| Gambar 4. 107 Analisis Template Story .....  | 163 |
| Gambar 4. 108 Analisis Cutlery .....         | 163 |
| Gambar 4. 109 Analisis Divier GSM .....      | 164 |
| Gambar 4. 110 Analisis Sub Bab GSM .....     | 165 |
| Gambar 4. 111 Analisis Media GSM .....       | 165 |



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |       |
|--|-------|
| Lampiran A Form Bimbingan Tugas Akhir..... | xx    |
| Lampiran B Kuesioner.....                  | xii   |
| Lampiran C Turnitin.....                   | xvii  |
| Lampiran D Transkrip Wawancara.....        | xlx   |
| Lampiran E Observasi Bakmi Alung.....      | xlii  |
| Lampiran F Beta Test.....                  | xliii |



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA