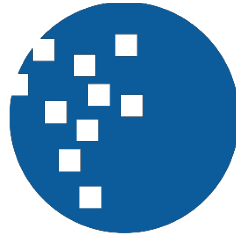


REBRANDING KEBUN BINATANG SURABAYA



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Crysthalia Thomas

0000043173

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

REBRANDING KEBUN BINATANG SURABAYA



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Crysthalia Thomas

0000043173

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Crysthalia Thomas

Nomor Induk Mahasiswa : 00000043173

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

REBRANDING KEBUN BINATANG SURABAYA

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, 20 Mei 2024



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Crysthalia Thomas'.

(Crysthalia Thomas)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

REBRANDING KEBUN BINATANG SURABAYA

Oleh

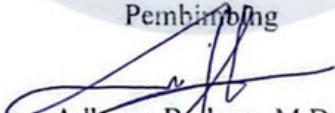
Nama : Crysthalia Thomas
NIM : 00000043173
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada

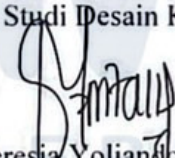
Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/042750

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresia Yoliand, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
REBRANDING KEBUN BINATANG SURABAYA

Oleh
Nama : Crysthalia Thomas
NIM : 00000043173
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

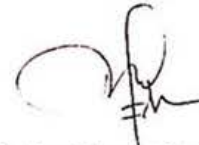
Telah diujikan pada Rabu, 29 Mei 2024
Pukul 09:00 s.d 09.45 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



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

Penguji



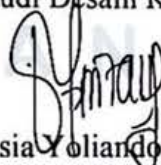
Christina Flora, S.Ds., M.M.
0305049703/074901

Pembimbing



Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/042750

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Crysthalia Thomas
NIM : 00000043173
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/S1/S2
Judul Karya Ilmiah :

REBRANDING KEBUN BINATANG SURABAYA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance***.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Crysthalia Thomas)

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur dipanjatkan oleh penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan judul “*Rebranding Kebun Binatang Surabaya*” sebagai salah satu syarat kelulusan dari jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.

Selama menyusun dan melakukan penelitian tugas akhir, penulis menerima banyak bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. 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. Adhreza Brahma, M.Ds, sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Manajemen Kebun Binatang Surabaya terutama bidang Humas, sebagai narasumber utama yang telah bersedia untuk diwawancarai.
6. Rekan, teman, dan kekasih yang telah mendukung dan menyemangati penulis selama proses perancangan dan penelitian.
7. Keluarga, yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Harapannya, karya ini dapat bermanfaat bagi penulis di masa depan serta membantu Kebun Binatang Surabaya untuk semakin dikenal.

Tangerang, 12 Juni 2024



(Crysthalia Thomas)

REBRANDING KEBUN BINATANG SURABAYA

(Crysthalia Thomas)

ABSTRAK

Kebun Binatang bukan sekadar tempat memelihara satwa, tetapi juga memiliki peran penting sebagai wahana rekreasi, pusat konservasi, pendidikan, dan riset yang dilindungi oleh peraturan pemerintah. Selain berfungsi sebagai tempat rekreasi yang mendidik, kebun binatang juga berkontribusi dalam upaya pelestarian spesies yang terancam punah dan menjadi laboratorium hidup untuk penelitian ilmiah. Meskipun Kebun Binatang Surabaya pernah menjadi yang terbesar di Asia Tenggara, penggunaan identitas dan taktik komunikasi yang tidak efektif menyebabkan kesulitan dalam merespons perubahan audiens dan zaman. Untuk mengatasi tantangan ini, rebranding diusulkan untuk memperbaiki citra dan identitas kebun binatang, serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya keberadaannya dalam melestarikan keanekaragaman hayati. Proses rebranding yang dilakukan bersumber dari metode perancangan identitas visual milik Alina Wheeler, yang dimulai dari *conducting research* dengan tujuan untuk mendapatkan informasi dan data, *clarifying strategy* dengan tujuan untuk menentukan strategi perancangan, *designing identity*, *creating touchpoints*, dan *managing assets* yang merupakan rangkaian proses dalam perancangan *brand identity* maupun *visual identity* dari Kebun Binatang Surabaya. Melalui rebranding ini, diharapkan kebun binatang dapat mempertahankan eksistensi baru dan menjalankan perannya secara efektif.

Kata kunci: Kebun Binatang Surabaya, identitas, *rebranding*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

REBRANDING OF SURABAYA ZOO

(Crysthalia Thomas)

ABSTRACT (English)

A zoo is not merely a place to keep animals, but also plays an important role as a recreational venue, a conservation center, an educational institution, and a research facility, all protected by government regulations. Besides serving as an educational recreational place, the zoo also contributes to the conservation efforts of endangered species and functions as a living laboratory for scientific research. Although Surabaya Zoo was once the largest in Southeast Asia, ineffective use of identity and communication tactics has caused difficulties in responding to changing audiences and times. To address this challenge, rebranding is proposed to improve the zoo's image and identity, as well as to raise public awareness about its importance in preserving biodiversity. The rebranding process is based on Alina Wheeler's visual identity design method, starting from conducting research to gather information and data, clarifying strategy to determine design strategies, designing identity, creating touchpoints, and managing assets, which are the steps in the brand identity and visual identity design process for Surabaya Zoo. Through this rebranding, it is hoped that the zoo can sustain a renewed existence and perform its role more effectively.

Keywords: Kebun Binatang Surabaya, *identity, rebranding*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Desain Komunikasi Visual	5
2.1.1 <i>Tipografi</i>	5
2.1.2 <i>Warna</i>	25
2.1.3 <i>Page layout & Grid system</i>	35
2.1.4 <i>Photography</i>	42
2.1.5 <i>Illustration</i>	51
2.2.1 <i>Branding</i>	55
2.2.2 <i>Brand strategy</i>	55
2.2.3 <i>Brand positioning</i>	56
2.2.4 <i>Brand Equity</i>	56
2.2.5 <i>Brand Architecture</i>	56
2.2.6 <i>Rebranding</i>	57
2.2.7 <i>Brand Identity</i>	58
2.2.8 <i>Visual System</i>	69
2.2.9 <i>Kebun Binatang</i>	71

BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	73
3.1 Metodologi Pengumpulan Data	73
3.1.1 Metode kualitatif	73
3.1.2 Metode kuantitatif	128
3.2 Metodologi Perancangan	137
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....	139
4.1 Strategi Perancangan.....	139
4.1.1 <i>Conducting Research</i>.....	139
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i>	139
4.1.3 <i>Designing Identity</i>.....	144
4.1.4 <i>Creating Touchpoints</i>.....	171
4.1.5 <i>Managing Assets</i>	199
4.2 Analisis Perancangan.....	203
4.2.1 Analisis <i>Visual Identity System</i>	203
4.2.2 Analisis <i>Brand Guidelines</i>.....	210
4.2.3 Analisis <i>Corporate Items</i>.....	211
4.2.4 Analisis <i>Brand Collaterals</i>	217
4.2.5 Analisis <i>Wayfinding</i>.....	222
4.2.6 Analisis <i>Promotional Media</i>.....	229
4.2.7 Analisis <i>Merchandise</i>.....	234
4.3 Analisis <i>Beta Test</i>.....	235
4.3.1 Identitas Visual	235
4.3.2 Aplikasi Media	236
4.3.3 <i>Brand Guidelines</i>.....	236
4.3.4 Kesimpulan.....	236
4.4 <i>Budgeting</i>.....	237
BAB V PENUTUP.....	240
5.1 Simpulan	240
5.2 Saran	241
DAFTAR PUSTAKA.....	242
LAMPIRAN.....	xx

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 SWOT Kebun Binatang Surabaya	102
Tabel 3.2 SWOT Taman Margasatwa Ragunan	108
Tabel 3.3 SWOT Bandung Zoo	112
Tabel 3.4 SWOT Batu Secret Zoo	118
Tabel 3.5 Kesimpulan Studi Eksisting	118
Tabel 3.6 Hasil kuesioner 1	129
Tabel 3.7 Hasil kuesioner 2	129
Tabel 3.8 Hasil kuesioner 3	131
Tabel 3.9 Hasil kuesioner 4	133
Tabel 4.1 <i>Tone of Voice</i>	145
Tabel 4.2 <i>Budgeting</i>	237



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tipografi.....	6
Gambar 2.2 Anatomi Tipografi.....	7
Gambar 2.3 Jenis <i>Typeface</i> Serif.....	10
Gambar 2.4 Jenis <i>Typeface</i> sans serif.....	12
Gambar 2.5 Jenis Serif.....	14
Gambar 2.6 Jenis <i>Weight</i>	14
Gambar 2.7 Jenis <i>Width</i>	15
Gambar 2.8 Jenis <i>Posture</i>	15
Gambar 2.9 Jenis <i>Contrast</i>	15
Gambar 2.10 Jenis <i>X-height</i>	16
Gambar 2.11 Jenis <i>Ascender/Descender</i>	16
Gambar 2.12 Jenis <i>Stress</i>	16
Gambar 2.13 <i>American Point System</i>	17
Gambar 2.14 <i>Legibility dan Readability</i> Buku ‘Studio Cookbook Vol. 3’.....	18
Gambar 2.15 <i>Character Width</i>	19
Gambar 2.16 <i>Character Contrast</i>	19
Gambar 2.17 <i>Character case</i>	20
Gambar 2.18 <i>Character value</i>	20
Gambar 2.19 <i>Character Spacing</i>	22
Gambar 2.20 <i>Spacing In Character</i>	24
Gambar 2.21 <i>Colour Wheel Theory</i>	26
Gambar 2.22 <i>Brightness, Saturation, dan Hue</i> dalam warna.....	28
Gambar 2.23 <i>Colour’s gamut</i>	31
Gambar 2.24 Contoh Penggunaan <i>Pantone/Spot colours</i>	32
Gambar 2.25 Contoh <i>Colour in Screen (RGB)</i>	33
Gambar 2.26 Contoh <i>Colour in Print (CMYK)</i>	34
Gambar 2.27 Contoh Penggunaan <i>Grid</i>	35
Gambar 2.28 Contoh penggunaan Van de Graaf <i>Canon</i>	38
Gambar 2.29 Contoh penggunaan Raul Rosarivo Gutenberg.....	38
Gambar 2.30 Contoh Penggunaan <i>Golden Ratio</i>	39
Gambar 2.31 Contoh Penggunaan <i>Manuscript Grid</i>	40
Gambar 2.32 Contoh Penggunaan <i>Column Grid</i>	40
Gambar 2.33 Contoh Penggunaan <i>Modular Grid</i>	41
Gambar 2.34 Contoh Penggunaan <i>Baseline Grid</i>	41
Gambar 2.35 Contoh Penggunaan <i>Hierarchical Grid</i>	42
Gambar 2.36 Contoh Penggunaan <i>Rule of Thirds</i>	43
Gambar 2.37 Contoh Penggunaan <i>Use Line to Draw Viewers in</i>	44
Gambar 2.38 Contoh Penggunaan <i>Exploit Natural Frames</i>	44
Gambar 2.39 Contoh Penggunaan <i>Fill the Frame</i>	45
Gambar 2.40 Contoh Penggunaan <i>Simplify the Background</i>	46
Gambar 2.41 Contoh Penggunaan <i>Look for Pattern and Texture</i>	46
Gambar 2.42 Contoh Penggunaan <i>Symmetry</i>	47
Gambar 2.43 Contoh Penggunaan <i>Enjoy Colour</i>	48

Gambar 2.44 Contoh Penggunaan <i>Follow Focus</i>	49
Gambar 2.45 Contoh Penggunaan <i>Focusing Techniques</i>	49
Gambar 2.46 Contoh penggunaan <i>manual focus</i>	50
Gambar 2.47 Fotografi Hewan Beruang Kutub	51
Gambar 2.48 Contoh Ilustrasi dalam <i>Information and Documentation</i>	52
Gambar 2.49 Contoh Ilustrasi Dalam <i>Commentary</i>	53
Gambar 2.50 Contoh Ilustrasi dalam <i>Storytelling</i>	53
Gambar 2.51 Contoh Ilustrasi Dalam <i>Persuasion</i>	54
Gambar 2.52 Contoh Ilustrasi dalam <i>Identity</i>	54
Gambar 2. 53 Jenis-Jenis Logo	58
Gambar 2.54 Logo <i>Brand Miumiu</i>	60
Gambar 2.55 <i>Storefront Brand Tiffany & Co</i>	60
Gambar 2.56 Fotografi Produk <i>Brand Milk Makeup</i>	61
Gambar 2.57 <i>Style</i> Pada <i>Brand Burger King</i>	61
Gambar 2.58 Slogan Dalam <i>Brand-Brand</i>	63
Gambar 2.59 Contoh <i>Collateral</i>	66
Gambar 2.60 Contoh <i>Signage</i>	66
Gambar 2.61 Contoh <i>Packaging</i> Produk	67
Gambar 2.62 Contoh <i>Placemaking</i>	67
Gambar 2.63 Contoh <i>Vehicles</i>	68
Gambar 2.64 Contoh <i>Uniform</i>	68
Gambar 2.65 Contoh <i>Ephemera</i>	69
Gambar 2.66 Contoh <i>Visual System</i>	69
Gambar 3.1 Dokumentasi Penulis dengan Narasumber Humas	75
Gambar 3.2 Pergantian Logo Kebun Binatang Surabaya	76
Gambar 3.3 Logo Kota Surabaya.....	77
Gambar 3.4 Dokumentasi penulis dengan Yepi.....	80
Gambar 3.5 Gambaran Pertanyaan	82
Gambar 3.6 Dokumentasi Wawancara Daring.....	84
Gambar 3.7 Logo-logo Eksisting Kebun Binatang Surabaya	85
Gambar 3.8 Dokumentasi penulis dengan Evan Wijaya.....	86
Gambar 3.9 Area Pintu Masuk.....	89
Gambar 3.10 Loket.....	90
Gambar 3.11 <i>Signage</i> zona afrika	90
Gambar 3.12 Area sekitar kandang.....	91
Gambar 3.13 <i>Signage</i> area	92
Gambar 3.14 <i>Signage</i> petunjuk arah	93
Gambar 3.15 <i>Placemaking</i>	94
Gambar 3.16 Spot <i>Photobooth</i>	95
Gambar 3.17 Area Komodo	96
Gambar 3.18 <i>Signage</i> arah	96
Gambar 3.19 Menuju Pintu Keluar	97
Gambar 3.20 Papan Infografis.....	98
Gambar 3.21 <i>Linktree</i> Sosial Media.....	99
Gambar 3.22 Konten Instagram dan Tiktok	100

Gambar 3.23 Tampilan <i>Website</i> Kebun Binatang Surabaya.....	100
Gambar 3.24 Pintu Masuk Taman Margasatwa Ragunan.....	104
Gambar 3.25 Area Pembelian Tiket dan Masuk	104
Gambar 3.26 Berbagai <i>Signage</i> Arah.....	105
Gambar 3.27 Papan Informasi.....	105
Gambar 3.28 Logo Taman Margasatwa Ragunan.....	106
Gambar 3.29 Konten media sosial	106
Gambar 3.30 Tiktok dan Instagram Taman Margasatwa Ragunan.....	107
Gambar 3.31 Website Taman Margasatwa Ragunan	108
Gambar 3.32 Pintu masuk Bandung Zoo	110
Gambar 3.33 Placemaking, tiket, papan infografis	111
Gambar 3.34 Instagram dan tiktok Bandung Zoo	111
Gambar 3.35 Area pintu masuk Batu Secret Zoo	114
Gambar 3.36 Tiket masuk	114
Gambar 3.37 Papan peta dan infografis Batu Secret Zoo	115
Gambar 3.38 Papan infografis Batu Secret Zoo.....	115
Gambar 3.39 <i>Sign</i> pada toilet Batu Secret Zoo	116
Gambar 3.40 Merchandise Batu Secret Zoo	116
Gambar 3.41 Instagram Batu Secret Zoo	117
Gambar 3. 42 <i>Website</i> Batu Secret Zoo	117
Gambar 3.43 San Diego Zoo <i>Branding</i> oleh Pentagram.....	120
Gambar 3.44 Media <i>Collateral</i> San Diego Zoo	121
Gambar 3.45 Media <i>Collateral</i> San Diego Zoo	122
Gambar 3.46 Plus Jakarta oleh 6616.....	122
Gambar 3.47 Variasi warna dan penggunaan Plus Jakarta	123
Gambar 3.48 <i>Supergraphic</i> Plus Jakarta.....	124
Gambar 3.49 Nanjing Red Mountain Zoological Forest Park	125
Gambar 3.50 Nanjing Red Mountain Zoological Forest Park	125
Gambar 3.51 Soerabaiasche Planaten en Dierentuin	126
Gambar 3.52 Keberadaan <i>Soerabaiasche Planaten en Dierentuin</i>	127
Gambar 4.1 Mindmap Kebun Binatang Surabaya	140
Gambar 4.2 <i>Keywords</i>	141
Gambar 4.3 <i>Big Ideas 1</i>	141
Gambar 4.4 <i>Big Ideas 2</i>	141
Gambar 4.5 Ide <i>Big Ideas</i>	142
Gambar 4.6 Pilihan <i>Stylescapes</i>	143
Gambar 4.7 <i>Stylescape</i> Terpilih.....	143
Gambar 4.8 Sketsa Logo	146
Gambar 4.9 Logo Kota Surabaya.....	147
Gambar 4.10 Eksplorasi Alternatif Tipografi 1	148
Gambar 4.11 Eksplorasi Alternatif Tipografi 2	148
Gambar 4.12 Opsi Akhir Tipografi	149
Gambar 4.13 <i>Initial Digital Sketch</i>	150
Gambar 4.14 <i>Second Digital Sketch</i>	150
Gambar 4.15 Bentuk Asli Objek.....	151

Gambar 4.16 Gabungan Digitalisasi <i>Logo</i>	152
Gambar 4.17 Objek stilasi	153
Gambar 4.18 Alternatif Digitalisasi Bentuk Final	153
Gambar 4.19 Stilasi Bentuk Gelombang Objek	153
Gambar 4.20 Alternatif Digitalisasi Final 2	154
Gambar 4.21 Variasi Lockup Logo	154
Gambar 4.22 <i>Test Print</i> Specimen Logo	155
Gambar 4.23 Modifikasi Pada Huruf A	156
Gambar 4.24 <i>Grid</i> pada Logo	156
Gambar 4.25 Penggunaan Warna Hijau dalam Kota Surabaya	157
Gambar 4.26 Warna Primer	158
Gambar 4.27 <i>Palette</i> Warna	159
Gambar 4.28 Tipografi	160
Gambar 4.29 Rasional Elemen Grafis	161
Gambar 4.30 Sketsa Elemen Grafis	162
Gambar 4.31 Sketsa Elemen Grafis	162
Gambar 4.32 Proses Stilasi Elemen Grafis	163
Gambar 4.33 <i>Grid</i> pada Elemen Grafis	163
Gambar 4.34 Penggunaan Elemen Grafis	164
Gambar 4.35 Proses Stilasi Ilustrasi 1	166
Gambar 4.36 Proses Stilasi Ilustrasi 2	167
Gambar 4.37 <i>Step by Step</i> Ilustrasi	168
Gambar 4.38 <i>Icons</i>	168
Gambar 4.39 <i>Icons</i> Jenis Fauna	169
Gambar 4.40 <i>Imagery</i>	171
Gambar 4.41 <i>Compositional Plan & Grid</i>	172
Gambar 4.42 <i>Grid</i> pada <i>Business Card</i>	172
Gambar 4.43 Desain <i>Business Card</i>	172
Gambar 4.44 <i>Compositional Plan & Grid</i>	173
Gambar 4.45 <i>Grid</i> pada <i>Letterhead</i>	174
Gambar 4.46 Desain <i>Letterhead</i>	174
Gambar 4.47 <i>Compositional Plan & Grid</i>	175
Gambar 4.48 <i>Grid</i> pada <i>C4 Envelope</i>	175
Gambar 4.49 Desain <i>C4 Envelope</i>	176
Gambar 4.50 <i>Compositional Plan & Grid</i>	176
Gambar 4.51 <i>Grid</i> pada <i>Identity Card</i>	177
Gambar 4.52 Desain <i>Identity Card</i>	177
Gambar 4.53 Desain <i>Stamp</i>	178
Gambar 4.54 Desain <i>Uniform</i>	178
Gambar 4.55 <i>Grid</i>	179
Gambar 4.56 <i>Grid</i> pada <i>Entry Ticket</i>	179
Gambar 4.57 Desain <i>Entry Ticket</i>	180
Gambar 4.58 <i>Grid</i> pada <i>Activity Ticket</i>	180
Gambar 4.59 <i>Grid</i> pada <i>Activity Ticket</i>	181
Gambar 4.60 Desain <i>Activity Ticket</i>	181

Gambar 4.61 Sketsa <i>Activity Booklet</i>	182
Gambar 4.62 <i>Grid</i> pada <i>Activity Booklet</i>	183
Gambar 4.63 Desain <i>Icon</i>	184
Gambar 4.64 Desain <i>Area Map</i>	185
Gambar 4.65 Desain <i>Freestanding Directional Sign</i>	186
Gambar 4.66 <i>Grid</i> pada <i>Animal Description Sign</i>	187
Gambar 4.67 Desain <i>Animal Description Sign</i>	187
Gambar 4.68 Desain <i>Prohibition Sign</i>	188
Gambar 4.69 Desain <i>Wall Mounted Sign</i>	188
Gambar 4.70 <i>Shapes</i>	189
Gambar 4.71 Bagian Satu <i>Interactive Infographic</i>	189
Gambar 4.72 Isi <i>Shape</i> pada <i>Infographic</i> Bagian Dua.....	190
Gambar 4.73 Bagian Dua <i>Interactive Infographic</i>	190
Gambar 4.74 Tahapan Desain Poster 3	191
Gambar 4.75 Tahapan Desain Poster 2	192
Gambar 4.76 Sketsa <i>Trifold Brochure</i>	192
Gambar 4.77 <i>Combined Grid</i>	193
Gambar 4.78 <i>Compositional Plan & Grid Brochure</i>	193
Gambar 4.79 Desain <i>Brochure</i>	194
Gambar 4.80 <i>Modular Grid</i>	194
Gambar 4.81 <i>Grid Social Media Post</i>	195
Gambar 4.82 Desain <i>Instagram Post</i>	195
Gambar 4.83 Desain Kaos Anak	196
Gambar 4.84 Desain Kaos Dewasa	196
Gambar 4.85 Desain <i>Baseball Cap</i>	197
Gambar 4.86 Desain <i>Enamel Pin</i>	197
Gambar 4.87 Desain <i>Postcard</i>	197
Gambar 4.88 Desain <i>Memopad</i>	198
Gambar 4.89 Desain <i>Enamel Mug</i>	198
Gambar 4.90 Desain <i>Button Pin</i>	199
Gambar 4.91 <i>Modular Grid</i>	200
Gambar 4.92 <i>Setting Typeface Brand Guidelines</i>	200
Gambar 4.93 Daftar Isi & Pembagian <i>Section</i>	201
Gambar 4.94 <i>Cover Brand Guidelines</i>	201
Gambar 4.95 Contoh <i>Spread</i> Bagian 1	202
Gambar 4.96 Contoh <i>Spread</i> Bagian 2	202
Gambar 4.97 Contoh <i>Spread</i> Bagian 3	203
Gambar 4.98 Komposisi Logo	204
Gambar 4.99 Logo Mandai dan San Diego Zoo	205
Gambar 4.100 <i>Lockup</i> Logo.....	206
Gambar 4.101 Warna Logo.....	206
Gambar 4.102 Hierarki Logo	207
Gambar 4.103 <i>Lockup</i> Logo dan Elemen Grafis.....	207
Gambar 4.104 Penggunaan Elemen Grafis	208
Gambar 4.105 Penggunaan Elemen Grafis	208

Gambar 4.106 Tipografi.....	209
Gambar 4.107 <i>Page Brand Guidelines</i>	210
Gambar 4.108 <i>Grid Brand Guidelines</i>	211
Gambar 4.109 <i>General Overview Brand Guidelines</i>	211
Gambar 4.110 <i>General Overview Corporate Items</i>	212
Gambar 4.111 Hierarki Kartu Nama.....	212
Gambar 4.112 <i>Mockup</i> Kartu Nama	213
Gambar 4.113 Hierarki <i>Letterhead</i>	214
Gambar 4.114 <i>Mockup Letterhead</i>	214
Gambar 4.115 <i>2D Design C4 Envelope</i>	215
Gambar 4.116 <i>Mockup C4 Envelope</i>	215
Gambar 4.117 Hierarki <i>ID Card</i>	216
Gambar 4.118 <i>Mockup ID Card</i>	216
Gambar 4.119 <i>Uniform</i>	217
Gambar 4.120 <i>Stamp</i>	217
Gambar 4.121 Hierarki <i>Tiket</i>	217
Gambar 4.122 <i>Mockup Tiket</i>	218
Gambar 4.123 Hierarki <i>Tiket</i>	218
Gambar 4.124 <i>Mockup Tiket</i>	219
Gambar 4.125 <i>Perencanaan Isi</i>	219
Gambar 4.126 <i>2D Design Activity Book</i>	220
Gambar 4.127 <i>2D Design Map</i>	221
Gambar 4.128 <i>Activity Book</i>	221
Gambar 4.129 <i>Icon Rational</i>	222
Gambar 4.130 <i>Icon</i>	223
Gambar 4.131 <i>2D Design Area Map</i>	223
Gambar 4.132 <i>Insitu Area Map</i>	224
Gambar 4.133 <i>Ukuran Signage</i>	225
Gambar 4.134 <i>Mockup Signage</i>	225
Gambar 4.135 Hierarki <i>Animal Description</i>	226
Gambar 4.136 <i>Mockup Signage</i>	226
Gambar 4.137 <i>Mockup Signage</i>	227
Gambar 4.138 <i>Mockup Signage</i>	227
Gambar 4.139 <i>General Overview EGD</i>	228
Gambar 4.140 <i>2D Design Interactive Infographic</i>	228
Gambar 4.141 <i>3D Design Interactive Infographic</i>	229
Gambar 4.142 Hierarki <i>Poster A</i>	229
Gambar 4.143 <i>Mockup Poster A</i>	230
Gambar 4.144 Hierarki <i>Poster B</i>	230
Gambar 4.145 <i>Mockup Poster B</i>	231
Gambar 4.146 <i>Tampak Depan Trifold Brochure</i>	231
Gambar 4.147 Hierarki <i>Trifold Brochure</i>	232
Gambar 4.148 <i>Trifold Brochure</i>	232
Gambar 4.149 <i>Desain Social Media 1</i>	233
Gambar 4.150 <i>Desain Social Media 2</i>	233

Gambar 4.151 <i>Mockup Social Media</i>	234
Gambar 4.152 <i>Merchandise</i>	234
Gambar 4.153 <i>Interview Beta Test Online</i>	235



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	xx
Lampiran B Hasil Transkrip Wawancara.....	xxiii
Lampiran C Hasil Kuesioner.....	xlv
Lampiran D Hasil Turnitin.....	lvi



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA