

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL  
UNTUK BOROBUDUR ECOCULTURAL**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Thirza Abigail  
00000047959**

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

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL  
UNTUK BOROBUDUR ECOCULTURAL**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

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

**Thirza Abigail  
00000047959**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Thirza Abigail  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000047959  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

### **PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UNTUK BOROBUDUR ECOCULTURAL**

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



(Thirza Abigail)

# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL  
UNTUK BOROBUDUR ECOCULTURAL**

Oleh

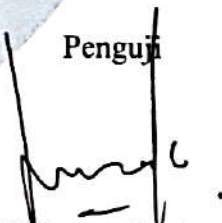
Nama : Thirza Abigail  
NIM : 00000047959  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 3 Januari 2024  
Pukul 10.30 s.d 11.15 dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.


Ketua Sidang

  
Dr. Anne Nurfarina, M.Sn.  
0416066807/E069425

Penguji

  
Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds.  
0305117401/L00146

Pembimbing

  
Chara Susanti, M.Ds.  
0313048703/L00266

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

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 : Thirza Abigail  
NIM : 00000047959  
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 IDENTITAS VISUAL UNTUK BOROBUDUR ECOCULTURAL**

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,



(Thirza Abigail)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Borobudur Ecocultural”.

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara. Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan rasa 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. Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Hum., selaku koordinator Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual 2023/2024.
5. Dr. Anne Nurfarina, M.Sn., selaku dewan ketua sidang.
6. Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds., selaku dewan dosen penguji.
7. Chara Susanti, S.Ds., M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
8. Clemens Felix Setiyawan, S.Sn., M.Hum, sebagai Pembimbing Spesialis yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
9. Herman Etno, sebagai narasumber yang telah membantu dan mengizinkan penulis membantu Borobudur Ecocultural dalam bidang desain.

10. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Teman-teman saya yang telah memberikan bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat tetap waras dan menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi.

Tangerang, 22 Desember 2023



(Thirza Abigail)

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL UNTUK BOROBUDUR ECOCULTURAL

(Thirza Abigail)

## ABSTRAK

Indonesia, sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, kaya akan sejarah, budaya, dan alam yang beragam. Kekayaan alamnya menjadi daya tarik utama sebagai destinasi wisata. Dengan perkembangan pariwisata di Pulau Jawa, kawasan Borobudur menonjol sebagai destinasi menarik. Borobudur memiliki potensi menjadi kawasan ekowisata, mengutamakan pembelajaran lingkungan. Salah satu destinasi wisata di daerah Borobudur adalah Borobudur Ecocultural yang terbentuk dalam PT. Culture Adventure Nature. Borobudur Ecocultural adalah pengembangan *community based tourism* dengan mengangkat potensi unggulan yang dimiliki oleh desa wisata di Borobudur dengan menggunakan konsep *special interest tourism* yang mengutamakan *sustainability*. Kegiatan yang ditawarkan oleh mereka berupa *hiking* dan *camping* pada area desa wisata di daerah Borobudur. Desa Giritengah, Giripurno, dan Ngadjarjo menjadi fokus utama pengembangan ini. Meskipun potensinya besar, Borobudur Ecocultural belum memiliki identitas yang memadai. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang keberadaannya membuatnya kalah populer dibanding destinasi lain di Indonesia. Untuk mengatasi hal ini, perancangan identitas visual menjadi langkah kunci. Identitas ini harus mencerminkan nilai-nilai budaya, keberlanjutan, dan pengalaman unik wisatawan. Dengan identitas yang kuat, Borobudur Ecocultural dapat meningkatkan brand awareness, daya tarik destinasi, dan mendukung pertumbuhan sektor pariwisata budaya di Indonesia, khususnya di era perkembangan zaman ini.

**Kata kunci:** *Branding*, Identitas Visual, Wisata, Borobudur Ecocultural

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 DESIGN FOR BOROBUDUR ECOCULTURAL

(Thirza Abigail)

## ***ABSTRACT (English)***

*Indonesia is the world's largest archipelagic country located in Southeast Asia, boasting a rich and complex background of history, culture, and abundant natural beauty. The diverse natural wealth in Indonesia is often utilized as a tourist destination. With Indonesia's ongoing development, tourist destinations, especially in Java, are also thriving. The Borobudur region stands out as one of the tourist areas in Java that captures the attention of travellers. Borobudur area is a suitable candidate for ecotourism utilization. As defined in the Indonesian Dictionary, ecotourism emphasizes environmental learning. One of the tourist destinations in the Borobudur area is Borobudur Ecocultural which was formed by PT. Culture Adventure Nature. Borobudur Ecocultural is the development of community-based tourism by highlighting the superior potential of the tourist village in Borobudur using the concept of special interest tourism which prioritizes sustainability. The activities offered by them include hiking and camping in the tourist village area in the Borobudur area. Borobudur Ecocultural is a development of community-based tourism that highlights the outstanding potential of the tourist villages in Borobudur, using the concept of special interest tourism that prioritizes sustainability. Borobudur Ecocultural is a community-managed special interest development, supported by Balkondes Borobudur, focusing on three main villages: Giritengah, Giripurno, and Ngadiarjo. Despite its significant potential, Borobudur Ecocultural lacks a distinctive identity. The limited awareness among the public about its existence results in it being overshadowed by other tourist destinations in Indonesia. To address this issue, the design of a visual identity becomes a crucial step. This visual identity should reflect cultural values, sustainability, and the unique experiences of tourists. With a strong identity, Borobudur Ecocultural can enhance brand awareness, the appeal of the destination, and support the growth of the cultural tourism sector in Indonesia, particularly in keeping up with contemporary developments.*

**Keywords:** *Branding, Visual Identity, Tourism, Borobudur Ecocultural*

## DAFTAR ISI

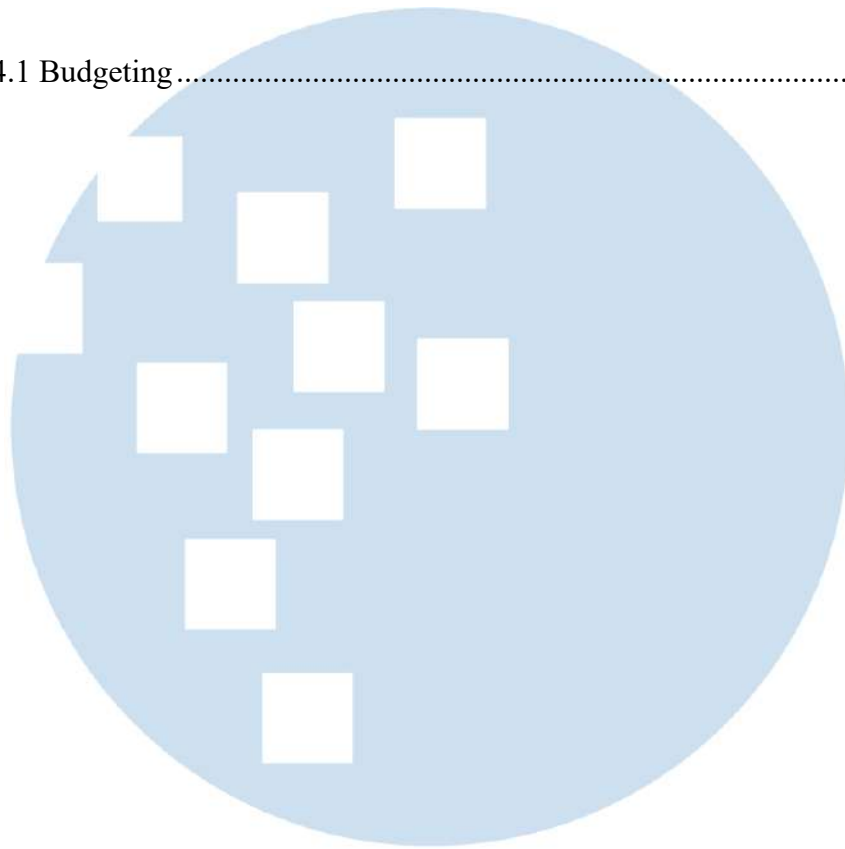
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>2</b>
<b>1.3 Batasan Masalah</b> .....	<b>2</b>
<b>1.3.1 Demografis</b> .....	<b>2</b>
<b>1.3.2 Geografis</b> .....	<b>3</b>
<b>1.3.3 Psikografis</b> .....	<b>3</b>
<b>1.4 Tujuan Tugas Akhir</b> .....	<b>3</b>
<b>1.5 Manfaat Tugas Akhir</b> .....	<b>4</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1 Desain Grafis</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1.1 Elemen Desain</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1.1.1 Garis</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1.1.2 Bentuk</b> .....	<b>7</b>
<b>2.1.1.3 Warna</b> .....	<b>8</b>
<b>2.1.1.4 Tekstur</b> .....	<b>11</b>
<b>2.1.2 Prinsip Desain</b> .....	<b>12</b>
<b>2.1.2.1 Format</b> .....	<b>12</b>
<b>2.1.2.2 Keseimbangan</b> .....	<b>12</b>
<b>2.1.2.3 Hierarki Visual</b> .....	<b>14</b>
<b>2.1.2.4 Kesatuan</b> .....	<b>15</b>
<b>2.1.3 Tipografi</b> .....	<b>16</b>

2.1.3.1	Anatomi Huruf.....	17
2.1.3.2	Klasifikasi Huruf .....	19
2.1.3.3	Alignment .....	23
2.1.3.4	Spasi .....	23
2.1.4	Layout.....	24
2.1.5	Grid.....	25
2.1.5.1	Anatomi Grid .....	25
2.1.5.2	Jenis Grid .....	26
2.1.6	Fotografi .....	28
2.2	Identitas Visual .....	30
2.2.1	Branding.....	31
2.2.1.1	<i>Brand Identity</i> .....	32
2.2.1.2	<i>Brandmarks</i> .....	33
2.2.1.3	<i>Tagline</i> .....	37
2.2.1.4	<i>Collateral</i> .....	37
2.2.2	<i>Graphic Standard Manual</i> .....	38
2.2.3	<i>Destination Branding</i> .....	39
2.2.3.1	Tujuan.....	39
2.2.3.2	Strategi.....	39
2.2.3.3	Identitas Verbal .....	40
2.2.4	<i>Brand Positioning</i> .....	42
2.2.5	<i>Brand Equity</i> .....	43
2.2.6	<i>Brand Mantra</i> .....	44
2.2.7	<i>Brand Personality</i> .....	45
2.2.8	<i>Environmental Graphic Design</i> .....	46
2.2.8.1	<i>Signage dan Wayfinding</i> .....	47
2.2.8.2	Jenis <i>Signage dan Wayfinding</i> .....	48
2.3	Pariwisata.....	49
2.3.1	Jenis Pariwisata .....	49
2.3.2	Unsur Pariwisata .....	51
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> .....	<b>53</b>
3.1	Metodologi Penelitian.....	53
3.1.1	Metode Kualitatif.....	53
3.1.1.1	Interview .....	54

3.1.2	Metode Kuantitatif .....	57
3.1.3	Observasi .....	61
3.1.4	Studi Literatur .....	66
3.1.4.1	Lokasi Wisata Borobudur Ecocultural.....	66
3.1.4.2	Data Pengunjung .....	67
3.1.4.3	Potensi Wisata Borobudur Ecocultural.....	68
3.1.5	Studi Eksisting .....	70
3.2	Metodologi Perancangan .....	72
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....</b>		<b>75</b>
4.1	Strategi Perancangan .....	75
4.1.1	<i>Conducting Research</i> .....	75
4.1.2	<i>Clarifying Strategy</i> .....	76
4.1.3	<i>Designing Identity</i> .....	79
4.1.3	Creating Touchpoints.....	88
4.1.4	Managing Assets .....	121
4.2	Analisis Perancangan .....	124
4.2.1	Analisis <i>Beta Test</i> .....	124
4.2.2	Analisis Logo .....	127
4.2.3	Analisis Warna.....	129
4.2.4	Analisis Tipografi.....	130
4.2.5	Analisis Supergrafis.....	131
4.2.6	Analisis Key Visual.....	131
4.2.7	Analisis Graphic Standard Manual .....	132
4.2.8	Analisis <i>Stationary</i> .....	133
4.2.9	Analisis Media Collateral.....	137
4.2.10	Analisis Signage & Wayfinding.....	140
4.2.11	Analisis <i>Merchandise</i> .....	141
4.3	<i>Budgeting</i> .....	143
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>145</b>
5.1	Simpulan.....	145
5.2	Saran .....	146
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>xiii</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>xv</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 Budgeting ..... 143



**UMMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Garis pada Desain.....	6
Gambar 2.2 Bentuk pada Logo .....	7
Gambar 2.3 HSV Color.....	8
Gambar 2.4 Color Wheel .....	9
Gambar 2.5 Color Scheme .....	10
Gambar 2.6 Texture .....	11
Gambar 2.7 Keseimbangan Simetris pada Logo.....	13
Gambar 2.8 Keseimbangan Asimetris pada Logo.....	13
Gambar 2.9 Keseimbangan Radial pada Logo.....	14
Gambar 2.10 Hierarki Visual pada Logo .....	14
Gambar 2.11 Kesatuan pada Logo .....	15
Gambar 2.12 Anatomi Huruf .....	17
Gambar 2.13 Old Style Typeface.....	19
Gambar 2.14 Transitional Typeface.....	20
Gambar 2.15 Modern Typeface .....	20
Gambar 2.16 Slab Serifs Typeface.....	21
Gambar 2.17 San Serifs Typeface.....	21
Gambar 2.18 Blackletter Typeface .....	22
Gambar 2.19 Calligraphic Typeface .....	22
Gambar 2.20 Display Typeface.....	23
Gambar 2.21 Single Coloumn Grid .....	26
Gambar 2.22 Multi Coloumn Grid.....	27
Gambar 2.23 Modular Grid.....	27
Gambar 2.24 Rule of Thirds.....	29
Gambar 2.25 Rule of Space .....	29
Gambar 2.26 Rule of Odds.....	30
Gambar 2.27 Teori Gestalt.....	30
Gambar 2.28 Wordmark.....	34
Gambar 2.29 Lettermark .....	34
Gambar 2.30 Pictorial Mark.....	35
Gambar 2.31 Abstract/Symbolic Marks.....	35
Gambar 2.32 Emblems.....	36
Gambar 2.33 Dynamic Marks .....	36
Gambar 2.34 Characters.....	37
Gambar 2.35 Tagline.....	37
Gambar 2.36 Collateral .....	38
Gambar 2.37 Grapich Standard Manual.....	38
Gambar 2.38 Brand Repositioning.....	40
Gambar 2.39 Brand Reinventing.....	40
Gambar 2.40 Brand Positioning .....	43
Gambar 2.41 Brand Positioning.....	44
Gambar 2.42 Brand Mantra.....	44
Gambar 2.43 Benefit Pyramid.....	46
Gambar 2.44 Evironmental Graphic Design.....	47

Gambar 3.1 Interview kepada Retno Santika Dewi.....	56
Gambar 3.2 Interview kepada Herman Etno.....	57
Gambar 3.3 Data Seberapa Sering Mengunjungi Wisata Lokal .....	59
Gambar 3.4 Data Pencarian Informasi oleh Responden .....	59
Gambar 3.5 Data Ketertarikan Responden.....	60
Gambar 3.6 Data Referensi Responden .....	60
Gambar 3.7 Signage Basecamp Borobudur Ecocultural.....	62
Gambar 3.8 Basecamp Borobudur Ecocultural.....	62
Gambar 3.9 Wisatawan Borobudur Ecocultural .....	63
Gambar 3.10 Kegiatan Wisatawan Borobudur Ecocultural.....	63
Gambar 3.11 Jalur Pendakian Borobudur Ecocultural.....	64
Gambar 3.12 Perjalanan Menuju Puncak Pos Mati .....	64
Gambar 3.13 Signage Pos Mati.....	65
Gambar 3.14 Pemandangan Pendakian Borobudur Ecocultural .....	65
Gambar 3.15 Peta Wisata Borobudur.....	66
Gambar 3.16 Data Pengunjung Candi Borobudur .....	67
Gambar 3.17 Logo GWK Cultural Park .....	71
Gambar 3.18 Aplikasi Identitas Sosial Media dan Website GWK Cultural Park. 72	
Gambar 4.1 Mind Mapping Borobudur Ecocultural.....	76
Gambar 4.2 Moodboard Borobudur Ecocultural .....	80
Gambar 4.3 Referensi Logo .....	81
Gambar 4.4 Sketsa Logo .....	81
Gambar 4.5 Digitalisasi dan Alternatif Logo.....	82
Gambar 4.6 Logo yang Terpilih.....	82
Gambar 4.7 Logomark .....	83
Gambar 4.8 Konfigurasi Logo .....	83
Gambar 4.9 Referensi Warna .....	84
Gambar 4.10 Color Pallette Borobudur Ecocultural .....	84
Gambar 4.11 Color Philosophy.....	85
Gambar 4.12 Konfigurasi Warna pada Logo .....	85
Gambar 4.13 Tipografi.....	86
Gambar 4.14 Referensi Supergrafis .....	87
Gambar 4.15 Supergrafis .....	87
Gambar 4.16 Filosofi Supergrafis .....	88
Gambar 4.17 Referensi Kartu Nama.....	89
Gambar 4.18 Sketsa Kartu Nama.....	90
Gambar 4.19 Kartu Nama .....	91
Gambar 4.20 Referensi Kop Surat .....	92
Gambar 4.21 Sketsa Kop Surat .....	93
Gambar 4.22 Kop Surat.....	93
Gambar 4.23 Referensi Amplop .....	94
Gambar 4.24 Sketsa Amplop .....	95
Gambar 4.25 Amplop.....	95
Gambar 4.26 Referensi ID Card.....	96

Gambar 4.27 Sketsa ID Card .....	96
Gambar 4.28 ID Card .....	97
Gambar 4.29 Referensi Stamp .....	98
Gambar 4.30 Stamp Logo Borobudur Ecocultural .....	98
Gambar 4.31 Referensi Uniform.....	99
Gambar 4.32 Uniform Borobudur Ecocultural .....	99
Gambar 4.33 Referensi Poster.....	100
Gambar 4.34 Sketsa Poster .....	101
Gambar 4.35 Hasil Karya Poster.....	102
Gambar 4.36 Referensi Banner .....	103
Gambar 4.37 Sketsa Banner .....	103
Gambar 4.38 Hasil Karya Banner .....	104
Gambar 4.39 Referensi X Banner .....	105
Gambar 4.40 Sketsa X Banner .....	105
Gambar 4.41 Hasil Karya X Banner .....	106
Gambar 4.42 Referensi Website .....	107
Gambar 4.43 Sketsa Website .....	108
Gambar 4.44 Hasil Karya Website.....	109
Gambar 4.45 Referensi Instagram Post.....	109
Gambar 4.46 Instagram Post.....	110
Gambar 4.47 Referensi Instagram Story .....	111
Gambar 4.48 Instagram Story .....	112
Gambar 4.49 Referensi Icons .....	112
Gambar 4.50 Sketsa Icons.....	113
Gambar 4.51 Perancangan Icon Signage dan Wayfinding.....	113
Gambar 4.52 Referensi Identification Sign.....	113
Gambar 4.53 Sketsa Identification Sign.....	114
Gambar 4.54 Digitalisasi Identification Sign.....	115
Gambar 4.55 Referensi Directional Sign .....	116
Gambar 4.56 Sketsa Directional Sign .....	116
Gambar 4.57 Digitalisasi Directional Sign .....	117
Gambar 4.58 Referensi Regulatory Sign .....	118
Gambar 4.59 Sketsa Regulatory Sign .....	118
Gambar 4.60 Digitalisasi Regulatory Sign.....	119
Gambar 4.61 Merchandise Botol Minum.....	120
Gambar 4.62 Merchandise Topi.....	120
Gambar 4.63 Merchandise Pin.....	121
Gambar 4.64 Referensi Graphic Standard Manual .....	122
Gambar 4.65 Grid GSM.....	122
Gambar 4.66 Kateren GSM.....	123
Gambar 4.67 GSM Borobudur Ecocultural .....	124
Gambar 4.68 Usia Responden Beta Test.....	125
Gambar 4.69 Beta Test Logo dan Supergrafis .....	125
Gambar 4.70 Beta Test Collateral Media.....	126
Gambar 4.71 Hasil Beta Test .....	126
Gambar 4.72 Analisis Logomark Logo.....	127



Gambar 4.73 Analisis Logo Safe Area dan Logo Component.....	128
Gambar 4.74 Analisis Warna .....	129
Gambar 4.75 Analisis Tipografi.....	130
Gambar 4.76 Analisis Supergrafis .....	131
Gambar 4.77 Mockup Key Visual .....	131
Gambar 4.78 Analisis Graphic Standard Manual .....	132
Gambar 4.79 Mockup Kartu Nama.....	133
Gambar 4.80 Mockup Amplop .....	134
Gambar 4.81 Mockup Kop Surat .....	134
Gambar 4.82 Mockup ID Card & Lanyard .....	135
Gambar 4.83 Mockup Uniform.....	136
Gambar 4.84 Mockup Stamp .....	136
Gambar 4.85 Mockup Poster.....	137
Gambar 4.86 Mockup Banner .....	138
Gambar 4.87 Mockup X Banner .....	138
Gambar 4.88 Mockup Website .....	139
Gambar 4.89 Mockup Instagram Post.....	140
Gambar 4.90 Mockup Instagram Story.....	140
Gambar 4.91 Mockup Signage & Wayfinding .....	141
Gambar 4.92 Mockup Botol Minum.....	142
Gambar 4.93 Mockup Topi.....	142
Gambar 4.94 Mockup Pin .....	143

UMMN  
 UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	xv
Lampiran B Turnitin .....	xvi
Lampiran C Transkrip Wawancara .....	xvii

