

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION* TOKO ROTI

SUMBER HIDANGAN



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Angelina Jocelyn

00000053692

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION* TOKO ROTI

SUMBER HIDANGAN



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

**Angelina Jocelyn
0000053692**

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

TANGERANG

**UNIVERSITAS
2024
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Angelina Jocelyn
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053692
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION* TOKO ROTI SUMBER HIDANGAN

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, 5 Januari 2024



(Angelina Jocelyn)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*
TOKO ROTI SUMBER HIDANGAN


Oleh

Nama : Angelina Jocelyn
NIM : 00000053692
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 5 Januari 2024
Pukul 10.30 s.d 11.15 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



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

Penguji



Dedy Arpan, S.Des., M.Ds.
0324018607/E076482

Pembimbing



Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.
0326128001/E038953

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 : Angelina Jocelyn
NIM : 00000053692
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 *BRAND REJUVENATION* TOKO ROTI SUMBER HIDANGAN

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, 5 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Angelina Jocelyn)

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 kepada Tuhan Yang Maha Esa karena hanya atas rahmat dan juga kemurahan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir yang berjudul “Perancangan *Brand Rejuvenation* Toko Roti Sumber Hidangan” dengan baik dan tepat waktu.

Alasan penulisan laporan tugas akhir ini mengambil topik Toko Roti Sumber Hidangan adalah dikarenakan penulis menemukan terdapat *value* lebih dari toko roti ini yang patut untuk dipertahankan dan diwariskan kepada generasi yang lebih baru sehingga diperlukan *brand rejuvenation* yang mencakup peremajaan yang mengacu pada elemen identitas visual dari toko roti ini. Besar harapan penulis untuk perancangan ini memberikan manfaat bagi pembaca dan juga menjadi kesempatan penulis untuk berkontribusi dalam menjadi mahasiswi jurusan Desain Komunikasi Visual.

Dengan banyaknya dukungan yang didapat penulis dalam menulis laporan tugas akhir ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih 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. Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds , sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Johan Alvin Khosuma, pendiri dari Jasa Cipta Kreasi (JCK) Enterprise yang telah bersedia memberikan wawasan dan berbagi perspektif melalui wawancara.
6. Jajar, Jono dan Yani selaku para pekerja sebagai narasumber yang telah memberikan informasi terkait sejarah dari Sumber Hidangan.

7. Irma dan Dina, sebagai narasumber yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam *focus group discussion*.
8. Para seratus satu responden yang telah bersedia mengisi kuesioner untuk melengkapi dan mendukung data penelitian tugas akhir saya.
9. Gilberto Selystio Kosasih, Vanilla Gunawan, Destio Akbar, Rio Natan Herlambang, Muhammad Bryan King Kusuma, Seyi Permata Sari Lau, Karen Audriel, Crysthalia Thomas, Weiyana Bella, Jesslyn Soehartanto, Jeff Sutrisno, Raja Yobellium Lieve, Bella Soraya, Airin Livia Tjendratama, Jennifer Gracia, Giovanna Natasha, Ekawati Pranowo dan Tarissa Wynne Ting selaku orang-orang terdekat yang telah memberikan masukan, arahan dan dukungan mental dalam proses perancangan tugas akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
10. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga hasil dari tugas akhir ini dapat menjadi manfaat bagi para pembaca sekalian dalam memberikan wawasan terkait Sumber Hidangan dan juga hal-hal terkait *branding* dan *brand rejuvenation* secara spesifik. Penulis juga berharap bahwa perancangan tugas akhir ini dapat menjadi inspirasi bagi Sumber Hidangan sehingga dapat dikenal oleh lebih banyak lagi pelanggan terutama generasi muda.

Tangerang, 2 Oktober 2023



(Angelina Jocelyn)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*

TOKO ROTI SUMBER HIDANGAN

(Angelina Jocelyn)

ABSTRAK

Sumber Hidangan adalah sebuah toko roti yang menjual bermacam-macam hidangan khas Belanda sejak tahun 1929 di Bandung. Hidangan dari toko roti ini memiliki resep, bahan dan cara pembuatan yang dipertahankan orisinalitasnya sehingga menghasilkan cita rasa yang khas dan masih dinikmati oleh pelanggan-pelanggan. Kebanyakan dari pelanggan Sumber Hidangan berasal dari generasi tradisional dan *baby boomer* dan pengetahuan generasi baru akan toko ini masih rendah. Hal ini disandingi dengan tidak adanya inovasi dalam keseluruhan aspek dari toko ini termasuk identitasnya yang tidak mencerminkan citra dari toko ini. Tidak adanya adaptasi dengan masa kini membuat Sumber Hidangan juga masih banyak belum dikenal oleh generasi yang baru. Sehingga untuk memperkenalkan kepada generasi baru, diperlukan *brand rejuvenation* dengan metode Keller “*Improving Brand Identity*” dengan *big idea* Sumber Hidangan sebagai “*Taste of Dutch Heritage in Bandung*” yang panduannya disusun dalam *brand guideline book* untuk menjadi panduan Sumber Hidangan dalam implementasi visual yang sesuai, relevan dan juga diharapkan dapat menggapai pelanggan baru.

Kata kunci: Sumber Hidangan, Identitas, Belanda, *Brand Rejuvenation*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BRAND REJUVENATION DESIGN FOR

SUMBER HIDANGAN BAKERY

(Angelina Jocelyn)

ABSTRACT (English)

Sumber Hidangan is a bakery that sells various Dutch dishes since 1929 in Bandung. The dishes from this shop is made with original recipes, ingredients and preparation methods that have been maintained over years, resulting in a distinctive taste that is still adored by their customers. Most of Sumber Hidangan's customers come from the traditionalist and baby boomer generations meanwhile, the newer generation's awareness of this bakery is still considered low. This is accompanied by a lack of innovation in the whole aspects of this shop, including its identity, which does not reflect the image of this shop. The lack of adaptation to the present means that Sumber Hidangan is still largely unknown to the new generation. So, to introduce it to the new generation, brand rejuvenation is done with using Keller's "Improving Brand Identity" method with the big idea Sumber Hidangan as "Taste of Dutch Heritage in Bandung" resulting a brand guideline to stand as a guidance tool on implementing Sumber Hidangan's visual identity that is relevant and also expected to reach new customers.

Keywords: *Sumber Hidangan, Identity, Dutch, Brand Rejuvenation*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT (English)	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
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 <i>Brand</i>	7
2.2 <i>Brand Rejuvenation</i>	13
2.3 <i>Brand Identity</i>	14
2.3.1 <i>Brandmarks</i>	15
2.3.1.1 <i>Wordmark</i>	15
2.3.1.2 <i>Letterforms</i>	15
2.3.1.3 <i>Pictorial Marks</i>	16
2.3.1.4 <i>Abstract or Symbolic Marks</i>	16
2.3.1.5 <i>Emblems</i>	17
2.3.2 <i>Name</i>	17
2.3.3 <i>Tagline</i>	17
2.3.4 <i>Collateral</i>	18
2.3.5 <i>Brand Guideline</i>	18
2.3.6 <i>Improving Brand Identity</i>	19
2.3.6.1 <i>Identifying the Target Market</i>	19

2.3.6.2	Repositioning the Brand	20
2.3.6.3	Changing Brand Elements	20
2.4	Media Promosi	20
2.4.1	<i>Above the Line (BTL)</i>	20
2.4.2	<i>Below the Line (BTL)</i>	21
2.5	Gen Z	21
2.5.1	Perspektif Gen Z Terhadap Dunia	21
2.5.2	Perilaku Gen Z dengan Media	22
2.5.3	Perilaku Gen Z dengan Makanan	22
2.5.4	Perilaku Gen Z dalam Berbelanja	23
2.5.5	Gen Z dan Travel	23
2.6	Tipografi	24
2.7	Warna	27
2.8	Fotografi	35
2.8.1	Komposisi dalam Fotografi	35
2.8.1.1	<i>Rule of Third</i>	35
2.8.1.2	<i>Rule of Space</i>	36
2.8.1.3	<i>Rule of Odds</i>	36
2.8.1.4	<i>Gestalt Theory</i>	37
2.8.2	<i>Commercial Photography</i>	37
2.8.3	<i>Architectural Photography</i>	37
2.8.4	<i>Food Photography</i>	38
2.9	Ilustrasi	38
2.9.1	<i>Documentation, Reference and Instruction</i>	39
2.9.2	<i>Storytelling</i>	39
2.9.3	<i>Commentary</i>	39
2.9.4	<i>Persuasion</i>	39
2.9.5	<i>Identity</i>	40
2.10	Grid System	40
2.10.1	<i>Margin</i>	41
2.10.2	<i>Flowlines</i>	41
2.10.3	<i>Spatial Zone</i>	41
2.10.4	<i>Grid System</i>	42
2.10.5	<i>Columns</i>	42

2.10.6	<i>Modules</i>	43
2.11	<i>Layout</i>	45
2.11.1	<i>Columns and Gutters</i>	45
2.11.2	<i>Images</i>	46
2.11.3	<i>Alignment</i>	46
2.11.4	<i>Hyphenation and Justification</i>	46
2.11.5	<i>Hierarchy</i>	47
2.11.6	<i>Arrangement</i>	48
2.11.7	<i>Entry Points</i>	48
2.11.8	<i>Pace</i>	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		49
3.1	Metodologi Penelitian	49
3.1.1	Metode Kualitatif	49
3.1.2	Metode Kuantitatif	63
3.1.2.1	Kuesioner	63
3.1.3	Toko Roti Sumber Hidangan	66
3.1.3.1	Sejarah	66
3.1.3.2	Marketing Audit	67
3.2	Metodologi Perancangan	70
3.2.1	Repositioning the Brand	70
3.2.2	Changing Brand Elements	71
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		72
4.1	Strategi Perancangan	72
4.1.1	Identifying the Target Market	72
4.1.2	Repositioning the brand	75
4.1.3	Changing Brand Elements	77
4.1.3.1	Brainstorming	77
4.1.3.2	Perancangan Media	84
4.1.3.3	Perancangan Implementasi Media	96
4.2	Analisis Perancangan	120
4.2.1	Analisis Brand Guidelines	120
4.2.2	Analisis Logo	122
4.2.3	Analisis Warna	126
4.2.4	Analisis Tipografi	128

4.2.5 Analisis Elemen Grafis	129
4.2.6 Analisis <i>Brand Mascot</i>	130
4.2.7 Analisis Fotografi.....	132
4.2.8 Analisis <i>Visual Applications</i>	133
4.2.8.1 Analisis <i>Corporate Items</i>	133
4.2.8.2 Analisis <i>Non-Promotional Store Medias</i>	139
4.2.8.3 Analisis Kemasan.....	147
4.2.8.4 Analisis Media Promosional	156
4.3 Analisis Beta Test.....	161
4.3.1 Identitas Visual	161
4.3.2 <i>Brand Mascot</i>	162
4.3.3 Aplikasi Media	162
4.3.4 Kesimpulan.....	163
4.4 <i>Budgeting</i>	164
BAB V PENUTUP	167
5.1 Simpulan	167
5.2 Saran	168
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xvi

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

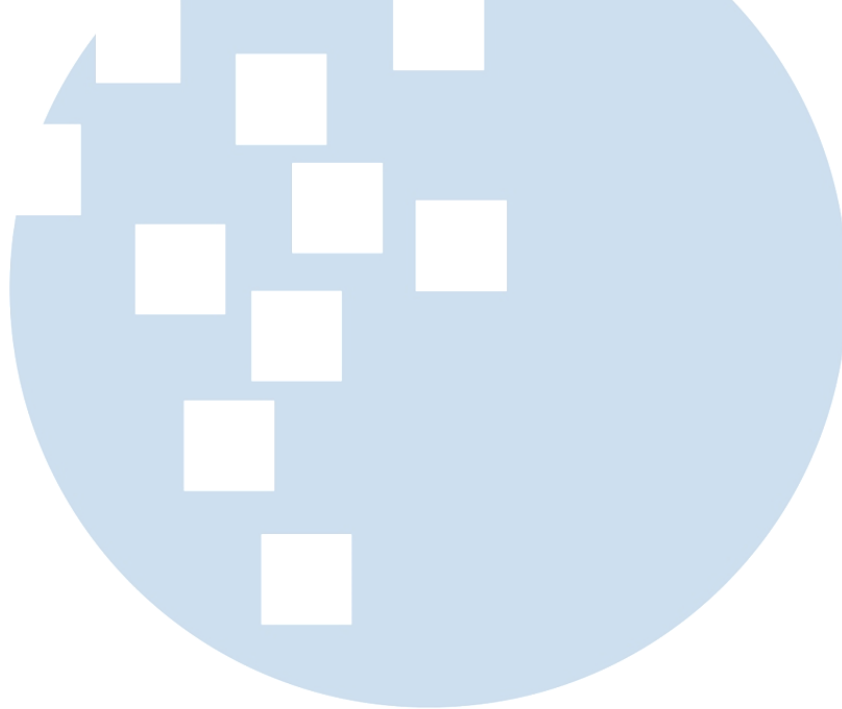
Gambar 2. 1 The Brand Loyalty Pyramid	9
Gambar 2. 2 Google Logo.....	15
Gambar 2. 3 Unilever Logo	15
Gambar 2. 4 Apple Logo.....	16
Gambar 2. 5 Chase Logo.....	16
Gambar 2. 6 Uniqlo Logo	17
Gambar 2. 7 Aroma Coffee Collateral Media	18
Gambar 2. 8 <i>Wabi Restaurant Brand Book</i>	18
<i>Gambar 2. 9 Billboard Pasta Gigi Merek Colgate</i>	20
Gambar 2. 10 Font Garamond.....	24
Gambar 2. 11 Font Georgia.....	24
Gambar 2. 12 Font Bodoni.....	25
<i>Gambar 2. 13 Bookman Typeface</i>	25
<i>Gambar 2. 14 Franklin Gothic Typeface</i>	25
Gambar 2. 15 Font Blackletter	26
Gambar 2. 16 Font Brush Script	26
Gambar 2. 17 Contoh Font Display	27
Gambar 2. 18 Value Contrast dan Hue Contrast.....	27
<i>Gambar 2. 19 Tint, Hue, Saturation, Value, Tone</i>	28
<i>Gambar 2. 20 Warna RGB dan CMYK</i>	28
Gambar 2. 21 The Psychology of Color	29
<i>Gambar 2. 22 Color Psychology in Branding</i>	31
Gambar 2. 23 Merek dengan Brandmark Berwarna Merah.....	31
Gambar 2. 24 Merek dengan Brandmark Berwarna Jingga.....	32
Gambar 2. 25 Merek dengan Brandmark Berwarna Kuning	32
Gambar 2. 26 Merek dengan Brandmark Berwarna Hijau	32
Gambar 2. 27 Merek dengan Brandmark Berwarna Biru	33
Gambar 2. 28 Merek dengan Brandmark Berwarna Ungu	33
Gambar 2. 29 Merek dengan Brandmark Berwarna Coklat.....	33
Gambar 2. 30 Merek dengan Brandmark Berwarna Abu-abu	34
Gambar 2. 31 Merek dengan Brandmark Berwarna Hitam	34
Gambar 2. 32 Merek dengan Brandmark Berwarna Putih.....	35
Gambar 2. 33 Rule of Thirds <i>dalam Fotografi</i>	36
Gambar 2. 34 Rule of Space <i>dalam Fotografi</i>	36
Gambar 2. 35 Contoh Foto dengan Menggunakan Rule of Odds	37
Gambar 2. 36 Penggunaan Gestalt Theory dalam Fotografi.....	37
Gambar 2. 37 Architectural Photography of Frederik's Church, Copenhagen	38
Gambar 2. 38 Contoh Food Photography	38
Gambar 2. 39 <i>Buku Cerita Ilustrasi Mice Skating</i>	39
Gambar 2. 40 <i>COVID-19 Poster Series</i>	39
<i>Gambar 2. 41 Moka Coffee Shop Papercup Branding</i>	40
Gambar 2. 42 <i>Elemen Grid</i>	40
Gambar 2. 43 Margin	41
Gambar 2. 44 Flowlines	41
Gambar 2. 45 Spatial Zone	41

Gambar 2. 46 Markers	42
Gambar 2. 47 Columns	42
Gambar 2. 48 <i>Modules</i>	43
Gambar 2. 49 Contoh Penggunaan Grid Manuscript	43
Gambar 2. 50 Contoh Implementasi Column Grid	44
Gambar 2. 51 Contoh Implementasi Modular Grid	44
Gambar 2. 52 Contoh Implementasi Hierarchical Grid pada Koran.....	45
Gambar 2. 53 Posisi Gutter dan Collum	46
Gambar 2. 54 Tiga Tipe Alignment	46
Gambar 2. 55 <i>Hyphenation</i>	47
Gambar 2. 56 Justification	47
Gambar 2. 57 Visual Hierarchy	47
Gambar 2. 58 Entry Points	48
Gambar 3. 1 Dokumentasi Zoom Meeting Bersama Johan Alvin Khosuma	54
Gambar 3. 2 Dokumentasi FGD dengan Irma dan Dina, Pelanggan Sumber Hidangan	55
Gambar 3. 3 Logo Boncafe	58
Gambar 3. 4 Website Boncafe	60
Gambar 3. 5 Instagram Boncafe.....	60
Gambar 3. 6 Feed Instagram Boncafe.....	61
Gambar 3. 7 Web Page Boncafellas.....	61
Gambar 3. 8 Toko Oen Semarang.....	62
Gambar 3. 9 Logo Toko Oen	63
Gambar 3. 10 Feed Instagram Toko Oen	63
Gambar 3. 11 Hasil Responden dengan Mayoritas Usia 17-24 Tahun	64
Gambar 3. 12 Data Brand Awareness Sumber Hidangan	64
Gambar 3. 13 Data Minat Responden Terhadap Toko Roti Sumber Hidangan ...	65
Gambar 3. 14 Data Preferensi Responden Terhadap Kafe, Bakery, atau Restoran	65
Gambar 3. 15 Suasana di Dalam Sumber Hidangan	67
Gambar 3. 16 Signage Neon Box Sumber Hidangan.....	67
Gambar 3. 17 Etalase Roti Sumber Hidangan	68
Gambar 3. 18 Menu Pada Display Sumber Hidangan	68
Gambar 3. 19 Standing Menu Sumber Hidangan	69
Gambar 3. 20 Kemasan Roti Sumber Hidangan	69
Gambar 4. 1 Brand positioning toko roti legendaris di Bandung	75
Gambar 4. 2 Mindmap Sumber Hidangan	78
Gambar 4. 3 Alternatif Big Idea.....	79
Gambar 4. 4 Tone of Voice.....	80
Gambar 4. 5 Brand Mantra	81
Gambar 4. 6 Moodboard Warna.....	82
Gambar 4. 7 Moodboard Ilustrasi	82
Gambar 4. 8 Moodboard Tipografi.....	83
Gambar 4. 9 Moodboard Ornament/Supergraphic.....	84

Gambar 4. 10 Logo Sumber Hidangan pada Kemasan Kertas Roti.....	84
Gambar 4. 11 Logo Sumber Hidangan pada Kemasan Kotak Kue.....	85
Gambar 4. 12 Sketsa Alternatif Logo Tahap Pertama	85
Gambar 4. 13 Sketsa Logo dengan Ilustrasi.....	86
Gambar 4. 14 Alternatif Sketsa Logo 2	86
Gambar 4. 15 Alur Pengembangan Logo Final	87
Gambar 4. 16 Logo Sekunder	88
Gambar 4. 17 Color Palette Final.....	88
Gambar 4. 18 Proses dari Gambar Menjadi Elemen Grafis.....	89
Gambar 4. 19 Elemen Grafis Final	90
Gambar 4. 20 Elemen Grafis Teks Final.....	91
Gambar 4. 21 Alternatif Typeface Utama.....	92
Gambar 4. 22 Typeface Final.....	92
Gambar 4. 23 Alternatif Maskot Sumber Hidangan	93
Gambar 4. 24 Sketsa Character Sheet Maskot	94
Gambar 4. 25 Diagram Pemotretan.....	95
Gambar 4. 26 Contoh Hasil Fotografi.....	96
Gambar 4. 27 Proses Editing dari Foto Menjadi Aset Visual.....	96
Gambar 4. 28 Grid System Kop Surat dan Hasil Final.....	97
Gambar 4. 29 Tampak Dalam dan Luar Amplop.....	98
Gambar 4. 30 Sticker Seal Amplop	98
Gambar 4. 31 Grid Kartu Nama	100
Gambar 4. 32 Stempel Sumber Hidangan.....	100
Gambar 4. 33 Desain Signage.....	101
Gambar 4. 34 Stiker Jendela Sumber Hidangan	102
Gambar 4. 35 Papan Toko atau Wooden Stand	103
Gambar 4. 36 Menu Sumber Hidangan	104
Gambar 4. 37 Gridding Menu Sumber Hidangan	105
Gambar 4. 38 Contoh Proporsi Roti dan Piring	105
Gambar 4. 39 Desain Piring	106
Gambar 4. 40 Desain Gelas (kiri) dan Varian Warna Dalam Gelas(kanan)	107
Gambar 4. 41 Desain Breadsleeve	108
Gambar 4. 42 Pola dari Kemasan Paperbag.....	108
Gambar 4. 43 Desain Greeting Card	109
Gambar 4. 44 Desain Box Sleeve untuk Tart.....	110
Gambar 4. 45 Desain Cup Sleeve	111
Gambar 4. 46 Desain Label Kemasan Kue Kering	112
Gambar 4. 47 Desain Stiker untuk Cup Es Krim.....	113
Gambar 4. 48 Desain Baguette & Bread Wrap	114
Gambar 4. 49 Desain Kaos Seragam Staff.....	115
Gambar 4. 50 Desain Banner dan Profile Picture E-Commerce.....	115
Gambar 4. 51 Gambar Sticker Sheet.....	116
Gambar 4. 52 Desain Stiker	117
Gambar 4. 53 Desain Totebag.....	117
Gambar 4. 54 Desain Gantungan Kunci	118
Gambar 4. 55 Grid Multicolumn untuk Brand Guideline	119

Gambar 4. 56 Bab Brand Identity	119
Gambar 4. 57 Penggunaan Berbagai Font dalam Spread.....	121
Gambar 4. 58 Contoh Perbedaan Gaya Layout Brand Guideline	122
Gambar 4. 59 Mockup Brand Guideline	122
Gambar 4. 60 Bagian Logotype dari Logo Sumber Hidangan.....	123
Gambar 4. 61 Bagian Logogram dari Logo Sumber Hidangan	123
Gambar 4. 62 Grid Pada Logo Final	124
Gambar 4. 63 Clear Space Logo Final	125
Gambar 4. 64 Ukuran Minimum Logo Cetak	125
Gambar 4. 65 Ukuran Minimum Logo Digital	126
Gambar 4. 66 Logo System & Treatment	126
Gambar 4. 67 Color Palette Sumber Hidangan	127
Gambar 4. 68 Typeface All The Way to The Sun.....	128
Gambar 4. 69 Typeface Geometr706 BlkCn BT Black	128
Gambar 4. 70 Typeface Josefin Sans Medium.....	129
Gambar 4. 71 Elemen Grafis Final	129
Gambar 4. 72 Elemen Grafis Teks	130
Gambar 4. 73 Tampak Depan Belakang Samping Oom	131
Gambar 4. 74 Contoh Implementasi Maskot Sebagai Stiker Kaca	131
Gambar 4. 75 Contoh Foto dan Ilustrasi Pergantian Warna ke Sepia.....	132
Gambar 4. 76 Mockup Letterhead	133
Gambar 4. 77 Pola Amplop.....	135
Gambar 4. 78 Mockup Amplop	135
Gambar 4. 79 Mockup Envelope Seal.....	136
Gambar 4. 80 Mockup Kartu Nama	137
Gambar 4. 81 Mockup Stempel	138
Gambar 4. 82 Mockup Signage.....	139
Gambar 4. 83 Implementasi Signage Neon Box	140
Gambar 4. 84 Implementasi Mockup pada Storefront	141
Gambar 4. 85 Mockup Wooden Sign.....	142
Gambar 4. 86 Halaman Menu	143
Gambar 4. 87 Mockup Menu	144
Gambar 4. 88 Ruang Spasi untuk Penjepit Papan pada Menu	145
Gambar 4. 89 Mockup Piring	146
Gambar 4. 90 Mockup Gelas Mug	147
Gambar 4. 91 Mockup Breadsleeves	148
Gambar 4. 92 Mockup Paperbag.....	149
Gambar 4. 93 Mockup Kartu Ucapan	150
Gambar 4. 94 Mockup Box Sleeve	151
Gambar 4. 95 Mockup Sticker Seal Kemasan	152
Gambar 4. 96 Mockup Cup Sleeves.....	153
Gambar 4. 97 Mockup Kemasan Kaleng untuk Kue Kering	154
Gambar 4. 98 Mockup Sticker Kemasan Es Krim	154
Gambar 4. 99 Mockup Baguette & Bread Wrap.....	155
Gambar 4. 100 Mockup Kaos Seragam	156
Gambar 4. 101 Desain Profile Picture E-Commerce	156

Gambar 4. 102 Mockup Profile Picture E-Commerce	157
Gambar 4. 103 Mockup Banner E-commerce.....	158
Gambar 4. 104 Mockup Sticker Sheet	158
Gambar 4. 105 Mockup Totebag	159
Gambar 4. 106 Mockup Gantungan Kunci	160

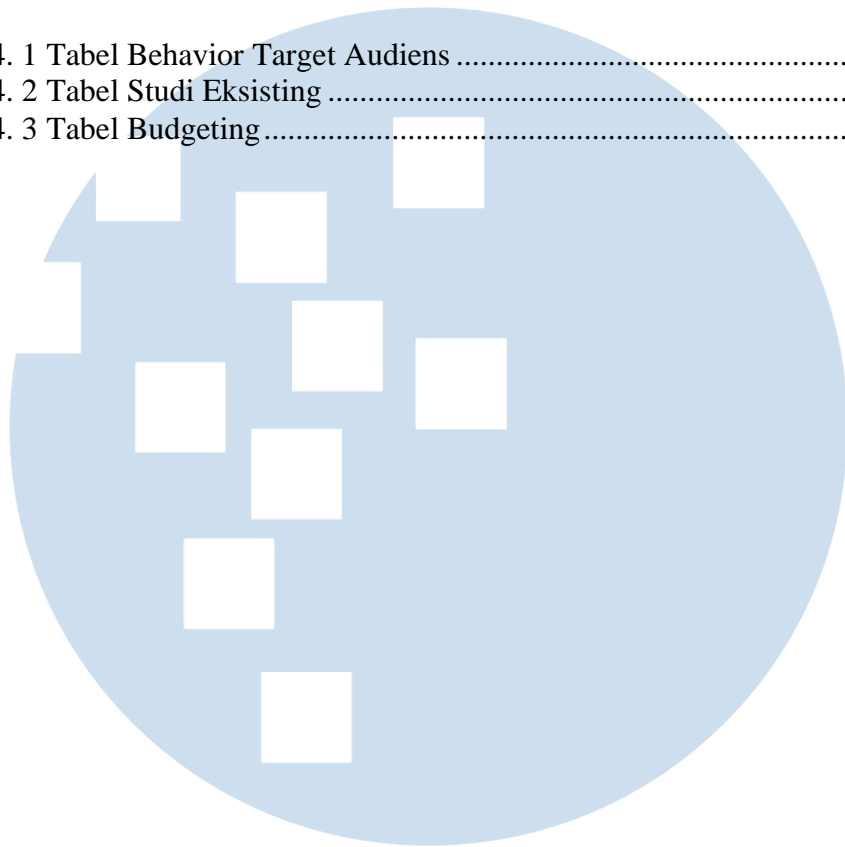


UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Tabel Behavior Target Audiens	73
Tabel 4. 2 Tabel Studi Eksisting	76
Tabel 4. 3 Tabel Budgeting.....	164



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form BAP Bimbingan	xvi
Lampiran B Transkrip Wawancara bersama Pekerja Sumber Hidangan.....	xviii
Lampiran C Transkrip Focus Group Discussion Bersama Pelanggan Sumber Hidangan	xxvi
Lampiran D Transkrip Wawancara dengan Pelanggan Sumber Hidangan.....	xxxi
Lampiran E Transkrip Wawancara Bersama Johan Alvin Khosuma	xxxvi
Lampiran F Hasil Kuesioner Google Form.....	xlvi
Lampiran G Hasil Kuesioner Beta Test	li
Lampiran H Hasil Turnitin.....	lxiii



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA