

**PERANCANGAN *REBRANDING* TOKO GRAND CENTRAL
BANGUNAN DI PEKANBARU**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Ifeona Joery
00000055029**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERANCANGAN *REBRANDING* TOKO GRAND CENTRAL
BANGUNAN DI PEKANBARU**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Ifeona Joery

00000055029

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ifeona Joery
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055029
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM*~~ saya yang berjudul:

**PERANCANGAN *REBRANDING* TOKO GRAND CENTRAL BANGUNAN
DI PEKANBARU**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 19 Januari 2025



Ifeona Joery

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN *REBRANDING* TOKO GRAND CENTRAL
BANGUNAN DI PEKANBARU**

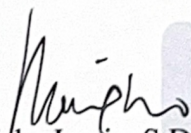
Oleh

Nama Lengkap : Ifeona Joery
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055029
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

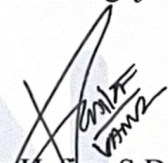
Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2025
Pukul 11.15 s.d. 12.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

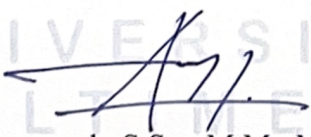
Ketua Sidang


Mariska Legia, S.Ds., M.B.A.
0330118701/083675

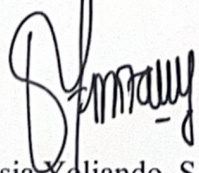
Penguji


Vania Henra, S.Ds., M.M.
0317099801/100021

Pembimbing


Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/L00011

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ifeona Joery
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055029
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN *REBRANDING* TOKO
GRAND CENTRAL BANGUNAN
DI PEKANBARU

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- ☐ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☒ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☒ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 19 Januari 2025



Ifeona Joery

* Pilih salah satu

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “Perancangan *Rebranding* Toko Grand Central Bangunan di Pekanbaru”. Penulis memilih Toko Grand Central Bangunan sebagai topik judul tugas akhir karena penulis merasa adanya potensi dan peluang dari Toko Grand Central Bangunan untuk berkembang. Selain itu, penulis juga ingin meningkatkan *brand awareness* dari Toko Grand Central bangunan agar memiliki sebuah *positioning brand* yang kuat di masyarakat umum. Oleh karena itu, penulis melakukan rebranding untuk Toko Grand Central Bangunan di Pekanbaru. Selama penyusunan dan perancangan tugas akhir ini, penulis ikut memahami dan mengetahui keadaan dari Toko Grand Central Bangunan. Melalui perancangan ini, penulis berharap dapat membantu Toko Grand Central Bangunan semakin berkembang dan maju untuk kedepannya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang senantiasa membantu dan mendukung penulis atas segala kelancaran dalam penyusunan tugas akhir ini, yaitu :

1. Dr. Andrey Andoko, 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. Ardyansyah S.Sn., M.M., M.Ds. selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Antonius, sebagai direktur dari Toko Grand Central Bangunan yang telah bersedia menjadi narasumber pada tugas akhir ini.
6. Ferdinan, sebagai manager store dari Toko Grand Central Bangunan yang telah bersedia menjadi narasumber pada tugas akhir ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

8. Naomi, Adel, Rumi, Peony, Dhana, Leuan, Farel, dan Richard sebagai teman seperbimbingan dan seperjuangan yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis
9. Serafine, Aniston, Shirley, Venny, Cecilia, dan Angel yang selalu memberikan dukungan mental kepada penulis selama penulisan tugas akhir ini

Semoga karya tugas akhir ini dapat membantu Toko Grand Central Bangunan dalam memperkuat *positioning brandnya*, mencapai target market yang diinginkan, serta mencapai segala tujuan dan visi misi yang ingin dicapai.

Tangerang, 19 Januari 2025



Ifeona Joery



PERANCANGAN *REBRANDING* TOKO GRAND CENTRAL BANGUNAN DI PEKANBARU

(Ifeona Joery)

ABSTRAK

Perkembangan bisnis pada sektor ritel di Indonesia sedang berkembang pesat setiap tahunnya. Identitas visual berupa logo merupakan hal yang penting untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi pada sebuah perusahaan untuk menciptakan keunikan dan citra merek yang kuat. Hal ini berperan penting bagi Toko Grand Central Bangunan yang berlokasi di Pekanbaru, Riau. Kurangnya pengaruh identitas visual terhadap keberadaan Grand Central Bangunan berdampak pada efektivitas strategi pemasaran dan juga *positioning* pada brand. Rebranding Toko Grand Central Bangunan menggunakan metode Alina Wheeler dalam bukunya yang berjudul “*Designing Brand Identity: a Comprehensive Guide to the World of Brands and Branding*”. Berdasarkan teori tersebut, dikemukakan bahwa identitas visual yang kuat dapat membedakan sebuah merek dari yang lain serta menyampaikan visi dan misi perusahaan, serta menimbulkan emosi yang melekat pada konsumen. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kualitatif yaitu dengan observasi, wawancara, dan kuesioner. Solusi yang diajukan pada laporan ini adalah perancangan ulang identitas visual untuk Toko Grand Central Bangunan dengan menciptakan logo yang dapat memperkuat citra merek dan mencerminkan *positioning* baru pada perusahaan. Perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan citra merek positif, serta meningkatkan kesejahteraan Toko Grand Central Bangunan.

Kata kunci: *brand*, identitas *brand*, *rebranding*, *logo design*

REBRANDING OF GRAND CENTRAL BANGUNAN STORE IN PEKANBARU

(Ifeona Joery)

ABSTRACT (English)

The retail sector in Indonesia is experiencing rapid growth every year. Visual identity, in the form of a logo, is important for enhancing a company's economic well-being by creating uniqueness and a strong brand image. This is particularly important for Grand Central Bangunan, that is located in Pekanbaru, Riau. The lack of impact from the visual identity on the presence of Grand Central Bangunan affects the effectiveness of its marketing strategies and brand positioning. The rebranding for Grand Central Bangunan uses Alina Wheeler's method from her book titled "Designing Brand Identity: A Comprehensive Guide to the World of Brands and Branding" (2024). According to this theory, a strong visual identity can differentiate a brand from others, convey the company's vision and mission, and evoke emotions in consumers. The data collection methods used are qualitative, including observation, interviews, and questionnaires. The proposed solution in this report is to redesign the visual identity for Grand Central Bangunan by creating a logo that can strengthen the brand image and reflect a new positioning for the company. This redesign is expected to enhance competitiveness and create a positive brand image, ultimately improving the well-being of Grand Central Bangunan.

Keywords: brand, brand identity, rebranding, logo design



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
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
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Branding	5
2.1.1 Tujuan Branding	5
2.1.2 Rebranding	5
2.1.3 Brand	6
2.2 Visual Identity	11
2.2.1 Logo	11
2.2.2 Tagline	14
2.2.3 Tipografi	15
2.2.4 Warna	25
2.2.5 Layout dan Grid	34
2.3 Kolateral	40
2.3.1 Stationery	40

2.3.2	<i>Product Design</i>	40
2.3.3	<i>Packaging</i>	41
2.3.4	<i>Advertising</i>	42
2.3.5	<i>Branded Environment</i>	42
2.3.6	<i>Signage and Wayfinding</i>	43
2.3.7	<i>Vehicles</i>	43
2.3.8	<i>Uniform</i>	44
2.3.9	<i>Ephemera</i>	44
2.4	Graphic Standard Manual (GSM)	45
2.4.1	Konten <i>Graphic Standard Manual (GSM)</i>	45
2.4.2	Prinsip Desain	46
2.4.3	Elemen Desain	49
2.5	Ritel	51
2.5.1	Ritel Modern	52
2.5.2	Ritel Tradisional	52
2.5.3	Supermarket Bahan Bangunan	52
2.6	Penelitian yang Relevan	53
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN		55
3.1	Subjek Perancangan	55
3.1.1	Demografis	55
3.1.2	Geografis	56
3.1.3	Psikografis	56
3.2	Metode dan Prosedur Perancangan	57
3.2.1	<i>Conducting Research</i>	57
3.2.2	<i>Clarifying Strategy</i>	58
3.2.3	<i>Designing Identity</i>	58
3.2.4	<i>Creating Touchpoints</i>	59
3.2.5	<i>Managing Assets</i>	59
3.3	Teknik dan Prosedur Perancangan	60
3.3.1	Observasi	60
3.3.2	Wawancara	62

3.3.3 Kuesioner	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	68
4.1 Hasil Perancangan	68
4.1.1 <i>Conducting Research</i>	68
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i>	96
4.1.3 <i>Designing Identity</i>	105
4.1.4 <i>Creating Touchpoints</i>	117
4.1.5 <i>Managing Assets</i>	136
4.1.6 Kesimpulan Perancangan	139
4.2 Pembahasan Perancangan	140
4.2.1 Analisis <i>Market Validation/ Beta Test</i>	140
4.2.2 Analisis Identitas Visual	148
4.2.3 Analisis <i>Stationery</i>	151
4.2.4 Analisis <i>Staff Equipment</i>	158
4.2.5 Analisis <i>Advertising</i>	160
4.2.6 Analisis <i>Outlet</i>	165
4.2.7 Analisis <i>Merchandise</i>	167
4.2.8 Anggaran	169
BAB V PENUTUP	172
5.1 Kesimpulan	172
5.2 Saran	173
DAFTAR PUSTAKA	i
LAMPIRAN	iii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	53
Tabel 4.1 Tabel Analisis SWOT Kompetitor (Mitra 10).....	72
Tabel 4.2 Tabel Analisis SWOT Kompetitor (Ace Hardware)	72
Tabel 4.3 Tabel Analisis SWOT Kompetitor (Global Bangunan).....	73
Tabel 4.4 Tabel Matriks Positioning	99
Tabel 4.5 <i>Brand Mantra</i>	100
Tabel 4.6 <i>Big Idea</i>	101
Tabel 4.7 <i>Brand Brief</i>	103
Tabel 4.8 Anggaran.....	169



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh <i>Rebranding</i>	6
Gambar 2.2 <i>Brand Personality</i>	9
Gambar 2.3 <i>Brand Positioning</i>	10
Gambar 2.4 <i>Brand Identity</i>	10
Gambar 2.5 <i>Wordmark</i>	12
Gambar 2.6 <i>Letterforms Mark</i>	12
Gambar 2.7 <i>Pictorial Mark</i>	13
Gambar 2.8 <i>Abstract Mark</i>	13
Gambar 2.9 <i>Emblem</i>	14
Gambar 2.10 <i>Oldstyle Typeface</i>	17
Gambar 2.11 <i>Transitional Typeface</i>	17
Gambar 2.12 <i>Modern Typeface</i>	18
Gambar 2.13 <i>Sans Serif Typeface</i>	18
Gambar 2.14 <i>Slab Serif Typeface</i>	18
Gambar 2.15 <i>Graphic Typeface</i>	19
Gambar 2.16 <i>Stem</i>	19
Gambar 2.17 <i>Hairline</i>	20
Gambar 2.18 <i>Arm</i>	20
Gambar 2.19 <i>Crossbar</i>	20
Gambar 2.20 <i>Shoulder</i>	21
Gambar 2.21 <i>Bowl</i>	21
Gambar 2.22 <i>Counter</i>	21
Gambar 2.23 <i>Tittle</i>	22
Gambar 2.24 <i>Apex</i>	22
Gambar 2.25 <i>Spur</i>	22
Gambar 2.26 <i>Beak</i>	23
Gambar 2.27 <i>Ascender</i>	23
Gambar 2.28 <i>Descender</i>	24
Gambar 2.29 <i>Terminal</i>	24
Gambar 2.30 <i>Tail</i>	24
Gambar 2.31 <i>Hue</i>	26
Gambar 2.32 <i>Value</i>	26
Gambar 2.33 <i>Intensity/Chroma</i>	27
Gambar 2.34 <i>RGB Mode</i>	28
Gambar 2.35 <i>CMYK Mode</i>	28
Gambar 2.36 <i>HSB Mode</i>	29
Gambar 2.37 <i>Monochromatic</i>	30
Gambar 2.38 <i>Analogous</i>	30
Gambar 2.39 <i>Complementary</i>	31
Gambar 2.40 <i>Split Complementary</i>	31
Gambar 2.41 <i>Triadic</i>	32

Gambar 2.42 <i>Tetradic</i>	32
Gambar 2.43 <i>Cool</i>	33
Gambar 2.44 <i>Warm</i>	33
Gambar 2.45 <i>Anatomi Grid</i>	34
Gambar 2.46 <i>Single-Column Grid</i>	36
Gambar 2.47 <i>Two-Column Grid</i>	37
Gambar 2.48 <i>Multi Column Grid</i>	37
Gambar 2.49 <i>Modular Grid</i>	38
Gambar 2.50 <i>Hierarchichal Grid</i>	38
Gambar 2.51 <i>Stationery</i>	40
Gambar 2.52 <i>Product Design</i>	41
Gambar 2.53 <i>Packaging</i>	41
Gambar 2.54 <i>Advertising</i>	42
Gambar 2.55 <i>Branded Environment</i>	42
Gambar 2.56 <i>Signage and Wayfinding</i>	43
Gambar 2.57 <i>Vehincles</i>	43
Gambar 2.58 <i>Uniform</i>	44
Gambar 2.59 <i>Ephemera</i>	44
Gambar 2.60 <i>Unity</i>	46
Gambar 2.61 <i>Emphasis and Focal Point</i>	47
Gambar 2.62 <i>Scale and Proportion</i>	47
Gambar 2.63 <i>Scale and Proportion</i>	48
Gambar 2.64 <i>Rhythm</i>	48
Gambar 2.65 <i>Line</i>	49
Gambar 2.66 <i>Shape</i>	49
Gambar 2.67 <i>Shape</i>	50
Gambar 2.68 <i>Illusion of Space</i>	51
Gambar 3.1 Metode Perancangan Alina Wheeler & Rob Meyerson	57
Gambar 4.1 Suasana Area Luar Toko Grand Central Bangunan	69
Gambar 4.2 Suasana Area Luar Toko Grand Central Bangunan	69
Gambar 4.3 Suasana Area Dalam Toko Grand Central Bangunan	70
Gambar 4.4 Suasana Gedung Lantai 2 Toko Grand Central Bangunan	70
Gambar 4.5 Suasana Toko Grand Central Bangunan	71
Gambar 4.6 The Home Depot	75
Gambar 4.7 Lowe's Home Improvement	76
Gambar 4.8 Menards	77
Gambar 4.9 Wawancara dengan A	81
Gambar 4.10 Wawancara dengan Ferdinand	83
Gambar 4.11 Hasil Kuesioner Pengenalan Logo	86
Gambar 4.12 Hasil Kuesioner Citra Usaha	87
Gambar 4.13 Hasil Kuesioner Kesan Logo 2	87
Gambar 4.14 Hasil Kuesioner Kesan Logo 3	88
Gambar 4.15 Hasil Kuesioner Analisa Postingan Instagram	89

Gambar 4.16 Hasil Kuesioner Analisa Postingan Instagram 2.....	89
Gambar 4.17 Hasil Kuesioner <i>Brand Awareness</i> Grand Central Bangunan	90
Gambar 4.18 Hasil Kuesioner Kunjungan Grand Central Bangunan	90
Gambar 4.19 Hasil Kuesioner Alasan Kunjungan.....	91
Gambar 4.20 Hasil Kuesioner Produk yang Paling Banyak dibeli.....	92
Gambar 4.21 Hasil Kuesioner Faktor Utama Kunjungan.....	92
Gambar 4.22 Hasil Kuesioner Analisa Kompetitor	93
Gambar 4.23 Hasil Kuesioner Alasan Memilih Berbelanja di Kompetitor	93
Gambar 4.24 Hasil Kuesioner <i>Brand Awareness</i> Grand Central Bangunan	94
Gambar 4.25 <i>Mindmapping</i>	97
Gambar 4.26 <i>Showroom</i> interior Grand Central Bangunan.....	98
Gambar 4.27 <i>Moodboard</i>	105
Gambar 4.28 <i>Color Palette</i>	106
Gambar 4.29 <i>Typeface</i>	107
Gambar 4.30 Referensi Perancangan Logo	108
Gambar 4.31 Sketsa Logo.....	108
Gambar 4.32 Sketsa Logo 2.....	109
Gambar 4.33 Digitalisasi Logo	110
Gambar 4.34 Grid dan Layouting Logo.....	110
Gambar 4.35 <i>Coloring and Placement Logo</i>	111
Gambar 4.36 Finalisasi Logo Grand Central Bangunan.....	112
Gambar 4.37 Bentuk Supergrafis Grand Central Bangunan.....	114
Gambar 4.38 Bentuk Supergrafis Grand Central Bangunan.....	115
Gambar 4.39 Warna Supergrafis Grand Central Bangunan	115
Gambar 4.40 Contoh pengaplikasian supergrafis pada media.....	116
Gambar 4.41 Fotografi Grand Central Bangunan.....	117
Gambar 4.42 Referensi Perancangan <i>Business Card</i>	118
Gambar 4.43 Sketsa Perancangan <i>Business Card</i>	119
Gambar 4.44 Perancangan <i>Business Card</i> Grand Central Bangunan	119
Gambar 4.45 Perancangan <i>Business Card</i> Grand Central Bangunan	120
Gambar 4.46 Sketsa <i>Letterhead</i> Grand Central Bangunan.....	121
Gambar 4.47 Perancangan <i>Letterhead</i> Grand Central Bangunan.....	121
Gambar 4.48 Referensi <i>Invoice</i> Grand Central Bangunan	122
Gambar 4.49 Sketsa <i>Invoice</i> Grand Central Bangunan	123
Gambar 4.50 Perancangan <i>Letterhead</i> Grand Central Bangunan.....	123
Gambar 4.51 Referensi <i>Envelope</i> Grand Central Bangunan	124
Gambar 4.52 Sketsa <i>Envelope</i> Grand Central Bangunan	124
Gambar 4.53 Perancangan <i>Envelope</i> Grand Central Bangunan	125
Gambar 4.54 Referensi <i>Envelope</i> Grand Central Bangunan	126
Gambar 4.55 Sketsa <i>Folder</i> Grand Central Bangunan	126
Gambar 4.56 Perancangan <i>Folder</i> Grand Central Bangunan	127
Gambar 4.57 Perancangan <i>Email Signature</i> Grand Central Bangunan	127
Gambar 4.58 Perancangan <i>Corporate Stamp</i> Grand Central Bangunan	128

Gambar 4.59 Referensi dan Sketsa <i>ID Card</i> Grand Central Bangunan.....	129
Gambar 4.60 Perancangan <i>ID Card</i> Grand Central Bangunan.....	129
Gambar 4.61 Perancangan <i>Lanyard</i> Grand Central Bangunan.....	130
Gambar 4.62 Perancangan <i>Uniform</i> Grand Central Bangunan.....	130
Gambar 4.63 Perancangan Poster Grand Central Bangunan	131
Gambar 4.64 Perancangan X-Banner Grand Central Bangunan	132
Gambar 4.65 Perancangan <i>Instagram Post</i> Grand Central Bangunan.....	133
Gambar 4.66 Perancangan <i>Signage</i> Grand Central Bangunan	134
Gambar 4.67 Perancangan <i>Hanging Banner</i> Grand Central Bangunan	135
Gambar 4.68 Perancangan Table Standee Grand Central Bangunan	135
Gambar 4.69 Perancangan Merchandise Grand Central Bangunan	136
Gambar 4.70 Grid dan Layout GSM Grand Central Bangunan	137
Gambar 4.71 Isi Konten GSM Grand Central Bangunan	138
Gambar 4.72 Finalisasi buku GSM Grand Central Bangunan.....	139
Gambar 4.73 Pertanyaan <i>Beta-Test</i> 1 GSM Grand Central Bangunan.....	141
Gambar 4.74 Pertanyaan <i>Beta-Test</i> 2 GSM Grand Central Bangunan.....	142
Gambar 4.75 Pertanyaan <i>Beta-Test</i> 3 GSM Grand Central Bangunan.....	142
Gambar 4.76 Pertanyaan <i>Beta-Test</i> 4 GSM Grand Central Bangunan.....	143
Gambar 4.77 Pertanyaan <i>Beta-Test</i> 5 GSM Grand Central Bangunan.....	144
Gambar 4.78 Pertanyaan <i>Beta-Test</i> 6 GSM Grand Central Bangunan.....	144
Gambar 4.79 Pertanyaan <i>Beta-Test</i> 7 GSM Grand Central Bangunan.....	145
Gambar 4.80 Pertanyaan <i>Beta-Test</i> 8 Grand Central Bangunan	146
Gambar 4.81 Pertanyaan <i>Beta-Test</i> 9 Grand Central Bangunan	146
Gambar 4.82 Pertanyaan <i>Beta-Test</i> 10 Grand Central Bangunan	147
Gambar 4.83 Analisis Logo Grand Central Bangunan.....	148
Gambar 4.84 Analisis Supergrafis Grand Central Bangunan	150
Gambar 4.85 Analisis GSM Grand Central Bangunan.....	151
Gambar 4.86 Analisis <i>Business Card</i> Grand Central Bangunan	152
Gambar 4.87 Analisis <i>Letterhead</i> Grand Central Bangunan	153
Gambar 4.88 Analisis <i>Invoice</i> Grand Central Bangunan.....	154
Gambar 4.89 Analisis <i>Envelope</i> Grand Central Bangunan.....	155
Gambar 4.90 Analisis <i>Folder</i> Grand Central Bangunan.....	156
Gambar 4.91 Analisis <i>Email Signature</i> Central Bangunan	157
Gambar 4.92 Analisis <i>Corporate Stamp</i> Central Bangunan.....	157
Gambar 4.93 Analisis <i>ID Card</i> Grand Central Bangunan	158
Gambar 4.94 Analisis <i>Lanyard</i> Grand Central Bangunan	159
Gambar 4.95 Analisis <i>Uniform</i> Grand Central Bangunan	160
Gambar 4.96 Analisis <i>Poster</i> Grand Central Bangunan	162
Gambar 4.97 Analisis <i>Standing Banner</i> Grand Central Bangunan	163
Gambar 4.98 Analisis <i>Instagram Post</i> Grand Central Bangunan.....	164
Gambar 4.99 Analisis <i>Signage</i> Grand Central Bangunan.....	165
Gambar 4.100 Analisis <i>Hanging Banner</i> Grand Central Bangunan.....	166
Gambar 4.101 Analisis <i>Table Standee</i> Grand Central Bangunan.....	167

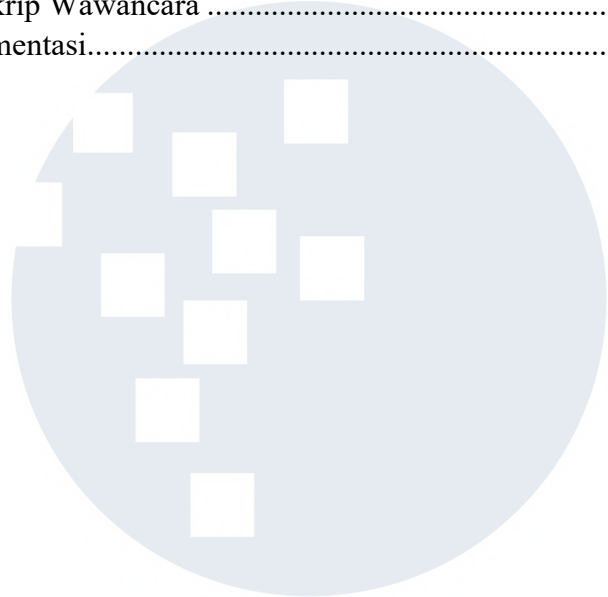
Gambar 4.102 Analisis <i>Mug</i> Grand Central Bangunan	168
Gambar 4.103 Analisis <i>Pin</i> Grand Central Bangunan.....	168
Gambar 4.104 Analisis <i>Pena</i> Grand Central Bangunan.....	169



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin	iii
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis (wajib).....	ix
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xii
Lampiran Consent Form	xiv
Lampiran Hasil Kuesioner	xv
Lampiran Transkrip Wawancara	xxi
Lampiran Dokumentasi.....	xxiii



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA