

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

SABABAY WINERY



LAPORAN TUGAS AKHIR

Felicia Rose Hendrawan

00000055986

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

SABABAY WINERY



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

Felicia Rose Hendrawan

00000055986

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 : Felicia Rose Hendrawan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055986
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL SABABAY WINERY

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, 18 Juni 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Felicia Rose Hendrawan)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL SABABAY WINERY

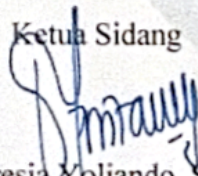
Oleh

Nama Lengkap : Felicia Rose Hendrawan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055986
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 18 Juni 2025
Pukul 16.00 s.d. 16.45 WIB dan dinyatakan
LULUS

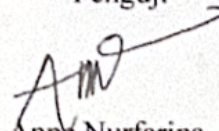
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



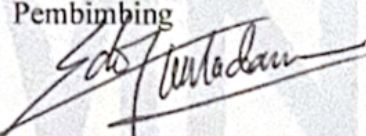
Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

Penguji



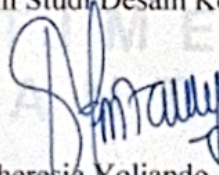
Dr. Anne Nurfarina, M.Sn.
0416066807/ 069425

Pembimbing



Edo Tirtadarma, M.Ds.
0324128506/ 071279

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 : Felicia Rose Hendrawan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055986
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2*
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL SABABAY WINERY**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* :

- ☒ 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, 18 Juni 2025



(Felicia Rose Hendrawan)

* 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 syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan bimbingan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul "Perancangan Ulang Identitas Visual Sababay Winery" dengan baik. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Multimedia Nusantara. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala yang dihadapi. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih atas bimbingan dan dukungan yang telah diberikan oleh:

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. Edo Tirtadarma, M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Sababay Winery, selaku perusahaan yang telah memberikan kesempatan untuk dijadikan objek dalam topik Tugas Akhir.
6. Vania Dorothea, selaku Marketing Manajer Sababay, atas arahan dan dukungannya dalam proses penelitian ini.
7. Dimas Tjondro, selaku *Graphic Designer*, atas wawasan dan masukan berharga terkait desain.
8. Hendra Widjaja, selaku *Wine Enthusiast*, atas perspektif dan pengetahuannya yang mendukung pengembangan konsep.
9. Ivander Anders Widajaja, Silvia Theresia, Rio Novaldo, Eric Hansel Natanael, dan Andara Cita Priyanka, selaku peserta *Focus Group Discussion* (FGD), atas partisipasi dan saran yang membantu memperkaya hasil penelitian.
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner, sehingga penelitian ini dapat memperoleh data yang lebih komprehensif.

11. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Saya menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga hasil dari Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan identitas visual Sababay Winery maupun bagi para pembaca yang tertarik pada bidang desain komunikasi visual

Tangerang, 18 Juni 2025



(Felicia Rose Hendrawan)



PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

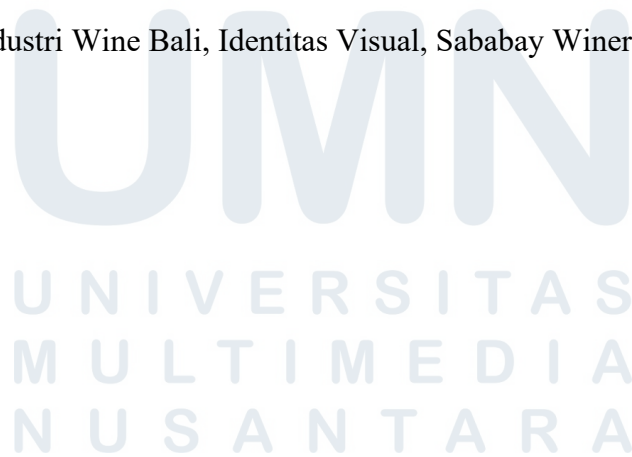
SABABAY WINERY

(Felicia Rose Hendrawan)

ABSTRAK

Industri *wine* di Bali mengalami pertumbuhan yang pesat, salah satunya ditandai dengan hadirnya Sababay Winery sebagai produsen *wine* lokal premium. Meskipun memiliki keunggulan kompetitif melalui kerja sama dengan petani lokal di Singaraja dan wisata gastronomi, identitas visual Sababay Winery belum mampu merepresentasikan nilai tambahnya secara efektif, sehingga kurang menonjol dibandingkan kompetitor. Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang identitas visual Sababay Winery agar dapat meningkatkan daya tarik merek di pasar domestik dan internasional. Metode perancangan yang digunakan adalah metode Desain Thinking yang mencakup tahap empati, definisi, ideasi, prototipe, dan pengujian untuk menghasilkan solusi desain yang relevan. Hasil perancangan meliputi pembaruan logo, palet warna, tipografi, dan elemen visual pendukung lainnya yang disusun dalam pedoman *Graphic Standard Manual* (GSM). Simpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa identitas visual baru Sababay Winery mampu memperkuat karakter merek sebagai produsen *wine* lokal berkualitas tinggi dan meningkatkan daya saing di industri *wine* Bali.

Kata kunci: Industri Wine Bali, Identitas Visual, Sababay Winery



REDESIGN OF SABABAY WINERY'S

VISUAL IDENTITY

(Felicia Rose Hendrawan)

ABSTRACT (English)

The wine industry in Bali has experienced rapid growth, marked by the presence of Sababay Winery as a premium local wine producer. Despite having competitive advantages through partnerships with local farmers in Singaraja and offering gastronomic tourism, Sababay Winery's visual identity has not effectively represented its added value, making it less prominent compared to its competitors. This study aims to redesign the visual identity of Sababay Winery to enhance brand appeal in domestic and international markets. The design method used is Design Thinking, which includes the stages of empathy, definition, ideation, prototyping, and testing to produce relevant design solutions. The design results include updates to the logo, color palette, typography, and other supporting visual elements, compiled in the Graphic Standard Manual (GSM). The conclusion of this study shows that the new visual identity of Sababay Winery successfully strengthens the brand's character as a high-quality local wine producer and improves its competitiveness in Bali's wine industry.

Keywords: *Bali Wine Industry, Visual Identity, Sababay Winery*



DAFTAR ISI

HALAMAN AWAL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 <i>Brand</i>	5
2.1.1 <i>Branding</i>	5
2.1.2 <i>Rebranding</i>	6
2.1.3 <i>Brand Tone of Voice</i>	8
2.1.4 <i>Brand Positioning</i>	9
2.1.5 <i>Brand Mantra</i>	9
2.1.6 <i>Brand Awareness</i>	10
2.1.7 <i>Brand Architecture</i>	10
2.1.8 <i>Brand Personality</i>	12
2.1.9 <i>Brand Identity</i>	13
2.2 Prinsip Desain	23
2.2.1 Komposisi Desain	25
2.2.2 Tipografi	28
2.2.3 <i>Grid</i>	32
2.2.4 Jenis <i>Grid</i>	33
2.2.5 Warna	35

2.2.6 <i>Segmenting, Targeting & Positioning</i>	44
2.3 Prinsip Logo.....	45
2.4 <i>Wine</i>	45
2.5 Penelitian yang Relevan.....	46
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	51
3.1 Subjek Perancangan	51
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	53
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	55
3.3.1 Wawancara	55
3.3.2 <i>Focus Group Discussion</i>	60
3.3.3 Kuesioner	62
3.3.4 Studi Referensi	70
3.3.5 Studi Eksisting.....	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	72
4.1 Hasil Perancangan	72
4.1.1 <i>Conducting Research</i>	72
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i>	97
4.1.3 <i>Designing Identity</i>	110
4.1.4 <i>Creating Touchpoints</i>	126
4.1.5 <i>Managing Assets</i>	147
4.1.6 Bimbingan Spesialis	151
4.1.7 Pesiapan <i>Market Validation</i>	151
4.1.8 Kesimpulan Perancangan	151
4.2 Pembahasan Perancangan.....	152
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	152
4.2.2 Analisis Logo	157
4.2.3 Analisis Warna	160
4.2.4 Analisis Supergrafis	160
4.2.5 Analisis Media Kolateral	161
4.2.6 Analisis <i>Brand Guidelines</i>	178
4.2.7 Anggaran	180
BAB V PENUTUP	183
5.1 Simpulan	183
5.2 Saran.....	183
DAFTAR PUSTAKA	185

LAMPIRAN.....	clxxxi
----------------------	---------------



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Contoh <i>Brand Architecture</i>	11
Tabel 2.2 <i>A Cross-Section of Taglines</i>	17
Tabel 2.3 Penelitian Relevan.....	46
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Kuesioner <i>Section 1</i>	63
Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Kuesioner <i>Section 2</i>	64
Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Kuesioner <i>Section 3</i>	66
Tabel 4.1 Analisis SWOT Studi Referensi	90
Tabel 4.2 Analisis SWOT Sababay Winery.....	91
Tabel 4.3 Analisis SWOT Hatten Wines	95
Tabel 4.4 <i>Brand Brief</i>	98
Tabel 4.5 <i>Brand Pillar</i>	106
Tabel 4.6 <i>Insight</i>	108
Tabel 4.7 <i>Big Idea Statement</i>	111
Tabel 4.7 <i>Content Planning Instagram Feeds</i>	138
Tabel 4.8 Struktur <i>Brand Guidelines</i>	147
Tabel 4.9 <i>Section 1 Market Validation</i>	152
Tabel 4.10 <i>Section 2 Market Validation</i>	155
Tabel 4.11 <i>Section 3 Market Validation</i>	156
Tabel 4.12 Anggaran.....	180



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh <i>Rebranding</i>	7
Gambar 2.2 <i>The Four Dimension of Tone of Voice</i>	8
Gambar 2.3 <i>Brand Positioning</i>	9
Gambar 2.4 Contoh <i>Brand Mantra</i>	10
Gambar 2.5 <i>Brand Personality</i> David Aaker (1997)	12
Gambar 2.6 <i>Brandmark, signature, logotype</i>	14
Gambar 2.7 Contoh Logo <i>Wordmark</i>	14
Gambar 2.8 Contoh Logo <i>Letterform</i>	15
Gambar 2.9 Contoh Logo <i>Pictorial Marks</i>	15
Gambar 2.10 Contoh Logo <i>Abstract/ Symbolic Marks</i>	16
Gambar 2.11 Contoh Logo <i>Emblems</i>	17
Gambar 2.12 Contoh <i>Stationary</i>	19
Gambar 2.13 Contoh <i>Signage</i>	19
Gambar 2.14 Contoh <i>Product Design</i>	20
Gambar 2.15 Contoh <i>Packaging</i>	20
Gambar 2.16 Contoh <i>Advertising</i>	21
Gambar 2.17 Contoh <i>Placemaking</i>	21
Gambar 2.18 Contoh <i>Vehicles</i>	22
Gambar 2.19 Contoh <i>Uniforms</i>	22
Gambar 2.20 Contoh <i>Ephemera</i>	23
Gambar 2.21 <i>Symmetry, Approximate Symmetry, Asymmetry Balance</i>	24
Gambar 2.22 Poster Little Woman <i>Visual Hierarchy</i>	24
Gambar 2.23 Contoh <i>Unity</i>	25
Gambar 2.24 <i>Type-driven composition</i>	26
Gambar 2.25 <i>Image-driven composition</i>	27
Gambar 2.26 <i>Verbal-visual synergic composition</i>	27
Gambar 2.27 <i>Font Garamond</i>	28
Gambar 2.28 <i>Font Times New Roman</i>	29
Gambar 2.29 <i>Font Bodoni</i>	29
Gambar 2.30 <i>Font Rockwell</i>	30
Gambar 2.31 <i>Font Serif</i>	30
Gambar 2.32 <i>Font Fraktur</i>	30
Gambar 2.33 <i>Font Brush Script</i>	31
Gambar 2.34 <i>Legibility dan Readability</i>	31
Gambar 2.35 <i>Grid Anatomy</i>	32
Gambar 2.36 <i>Single-Column Grid</i>	34
Gambar 2.37 <i>Two-Column Grid</i>	34
Gambar 2.38 <i>Multicolumn Grid</i>	35
Gambar 2.39 <i>The Psychology of Colors</i>	36
Gambar 2.40 Contoh Logo Merah	36
Gambar 2.41 Contoh Logo Oranye	37
Gambar 2.42 Contoh Logo Kuning	37
Gambar 2.43 Contoh Logo Hijau	38
Gambar 2.44 Contoh Logo Biru	38
Gambar 2.45 Contoh Logo Ungu	39

Gambar 2.46 Contoh Logo Hitam.....	40
Gambar 2.47 Contoh Logo Putih	40
Gambar 2.48 Warna RGB dan CMYK	41
Gambar 2.49 <i>Analogus Colors</i>	42
Gambar 2.50 <i>Complementary Colors</i>	42
Gambar 2.51 <i>Split Complementary Colors</i>	43
Gambar 2.52 <i>Triadic Colors</i>	43
Gambar 2.53 <i>Warm dan Cool Colors</i>	44
Gambar 4.1 Wawancara Pertama <i>Marketing Manager</i> Sababay Winery	73
Gambar 4.2 Wawancara Kedua <i>Marketing Manager</i> Sababay Winery	75
Gambar 4.3 Wawancara <i>Head of Visual</i> Sun Visual	77
Gambar 4.4 Wawancara <i>Wine Enthusiast</i>	79
Gambar 4.5 <i>Focus Group Discussion</i>	81
Gambar 4.6 Data Konsumen <i>Wine</i>	83
Gambar 4.7 Data Pentingnya Identitas Visual	84
Gambar 4.8 Data Pengaruh Identitas Visual	84
Gambar 4.9 Data <i>Brand Awareness</i> pada Logo Sababay Winery	85
Gambar 4.10 Data Citra <i>Brand</i> Lokal Bali	85
Gambar 4.11 Data Elemen Bali pada Logo	86
Gambar 4.12 Data Ketertarikan untuk Membeli Produk	86
Gambar 4.13 Data Pemilihan Warna Logo	87
Gambar 4.14 Data Pemilihan Tipografi Logo.....	87
Gambar 4.15 Data Perbaharui Logo.....	88
Gambar 4.16 <i>Rebranding</i> Logo Hatten Wine	94
Gambar 4.17 <i>Rebranding</i> Label Hatten Wine.....	95
Gambar 4.18 <i>Consumer Persona</i> Silvia.....	97
Gambar 4.19 <i>Consumer Persona</i> Ivander.....	98
Gambar 4.20 <i>Brand Pillars</i>	105
Gambar 4.21 <i>Mind Map</i>	110
Gambar 4.22 <i>Moodboard</i> Logo.....	114
Gambar 4.23 <i>Moodboard</i> Warna	115
Gambar 4.24 <i>Moodboard</i> Tipografi.....	115
Gambar 4.25 <i>Moodboard</i> Layout.....	116
Gambar 4.26 Alternatif Sketsa Logo Sababay	117
Gambar 4.27 Digitalisasi Logo Terpilih	118
Gambar 4.28 Hasil Perancangan Logo Sababay Winery	118
Gambar 4.29 Finalisasi <i>Wordmark</i>	119
Gambar 4.30 Hasil Perancangan <i>Wordmark</i>	119
Gambar 4.31 Hasil Perancangan <i>Pictorial Mark</i>	120
Gambar 4.32 Hasil Perancangan Logo Sababay Mark	121
Gambar 4.33 Color Pallette Sababay Winery	122
Gambar 4.34 Supergrafis Sababay Winery	123
Gambar 4.35 Pattern Supergrafis	123
Gambar 4.36 Tipografi Sababay Winery	124
Gambar 4.37 Fotografi Photoshop <i>Editing</i>	125
Gambar 4.38 Hasil Sebelum dan Sesudah Filter Foto	126
Gambar 4.39 Perancangan <i>Name Card</i> Depan	127
Gambar 4.40 Perancangan <i>Name Card</i> Tampak Belakang Sababay.....	128

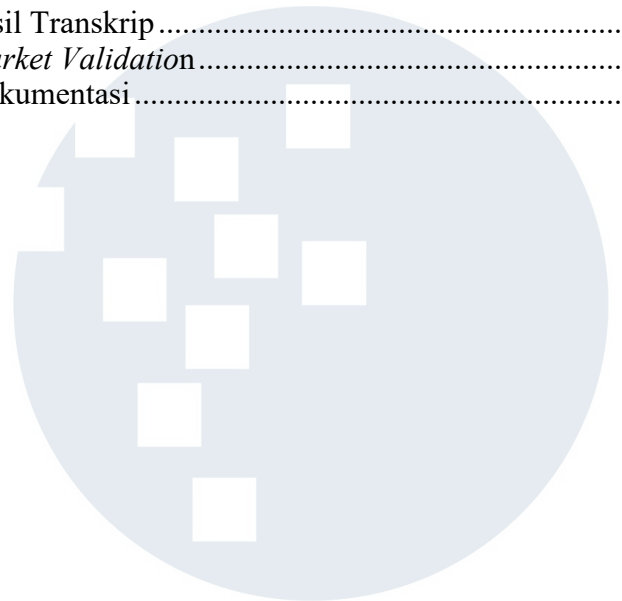
Gambar 4.41 Perancangan <i>Letterhead</i> Sababay.....	128
Gambar 4.42 Perancangan <i>Envelope</i> Bagian Depan Sababay	129
Gambar 4.43 Perancangan <i>Envelope</i> Bagian Belakang Sababay.....	129
Gambar 4.44 Perancangan <i>Envelope</i> Bagian Belakang Sababay.....	130
Gambar 4.45 Perancangan <i>Tasting Card</i> Bagian Belakang Sababay	130
Gambar 4.46 Perancangan <i>Tasting Card</i> Bagian Belakang Sababay	131
Gambar 4.47 Perancangan <i>Invoice</i> Sababay	132
Gambar 4.48 Perancangan Label <i>Wine</i> Bagian Depan Sababay.....	133
Gambar 4.49 Perancangan Label <i>Wine</i> Bagian Belakang Sababay	134
Gambar 4.50 Perancangan <i>ID Card</i> Sababay	135
Gambar 4.51 Perancangan <i>Lanyard</i> Sababay	135
Gambar 4.52 Perancangan <i>Apron</i> Sababay	136
Gambar 4.53 Perancangan Transportasi Sababay.....	137
Gambar 4.54 Perancangan <i>Instagram Profile</i> Sababay	137
Gambar 4.55 Perancangan <i>Instagram Feeds</i> Sababay	139
Gambar 4.56 Finalisasi <i>Instagram Feeds</i> Sababay	139
Gambar 4.57 Perancangan <i>Instagram Story</i> Sababay	140
Gambar 4.58 Perancangan <i>Instagram Advertisement</i> Sababay.....	140
Gambar 4.59 Perancangan <i>Website</i> Sababay	141
Gambar 4.60 Perancangan <i>Signage</i> Sababay	143
Gambar 4.61 Perancangan <i>Place Making</i> Sababay.....	144
Gambar 4.62 Perancangan <i>Packaging</i> Sababay.....	144
Gambar 4.63 Perancangan <i>Cork</i> Sababay.....	145
Gambar 4.64 Perancangan <i>Wine Glass</i> Sababay.....	146
Gambar 4.65 Perancangan <i>Coaster</i> Sababay	146
Gambar 4.66 <i>Flatplan Brand Identity Guidelines</i>	148
Gambar 4.67 <i>Katern Book Brand Identity Guidelines</i>	148
Gambar 4.68 Perancangan <i>Cover Brand Guidelines</i> Sababay	149
Gambar 4.69 Perancangan Bab 1 <i>Brand Guidelines</i> Sababay	149
Gambar 4.70 Perancangan Bab 2 <i>Brand Guidelines</i> Sababay	150
Gambar 4.71 Perancangan Bab 3 <i>Brand Guidelines</i> Sababay	150
Gambar 4.72 Analisa <i>Wordmark</i> Sababay	158
Gambar 4.73 Analisa <i>Pictorialmark</i> Sababay.....	159
Gambar 4.74 Proporsi <i>Primary</i> dan <i>Secondary</i> logo	159
Gambar 4.75 Analisa <i>Color Pallete</i> Sababay	160
Gambar 4.76 Analisis Supergrafis Sababay.....	161
Gambar 4.77 Analisis Supergrafis Sababay.....	162
Gambar 4.78 <i>Mockup Envelope</i> dan <i>Letter</i> Sababay	163
Gambar 4.79 <i>Mockup Stamp</i> Sababay	164
Gambar 4.80 <i>Mockup Invoice</i> Sababay.....	164
Gambar 4.81 <i>Mockup Wine Tasting Card</i> Sababay.....	165
Gambar 4.82 <i>Mockup Wine Label</i> Sababay	166
Gambar 4.83 <i>Mockup ID Card</i> dan <i>Lanyard</i> Sababay.....	167
Gambar 4.84 <i>Mockup Apron</i> Sababay	168
Gambar 4.85 <i>Mockup Transportasi</i> Sababay	169
Gambar 4.86 <i>Mockup Instagram Profile</i> dan <i>Instagram Feed</i> Sababay.....	170
Gambar 4.87 <i>Mockup Instagram Story</i> Sababay.....	171
Gambar 4.88 <i>Mockup Instagram Advertisement</i> Sababay	171

Gambar 4.89 <i>Mockup Website Sababay</i>	173
Gambar 4.90 <i>Mockup Signage Sababay</i>	174
Gambar 4.91 <i>Mockup Place Making Sababay</i>	175
Gambar 4.92 <i>Mockup Packaging Sababay</i>	176
Gambar 4.93 <i>Mockup Coaster Sababay</i>	177
Gambar 4.94 <i>Mockup Corkscrew Sababay</i>	177
Gambar 4.95 <i>Mockup Wine Glass Sababay</i>	178
Gambar 4.96 <i>Mockup Cover Brand Guidelines Sababay</i>	179
Gambar 4.97 <i>Mockup Brand Guidelines Sababay</i>	180



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Hasil Persentase Turnitin.....	clxxxi
Lampiran B. Bimbingan & Spesialis	clxxxiii
Lampiran C. <i>Non-Disclosure Agreement</i>	clxxxv
Lampiran D. Hasil Pra-Kuesioner.....	cxciv
Lampiran E. Hasil Kuesioner.....	cxcvii
Lampiran F. Hasil Transkrip.....	ccviii
Lampiran G. <i>Market Validation</i>	ccxliii
Lampiran H. Dokumentasi.....	ccl



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA