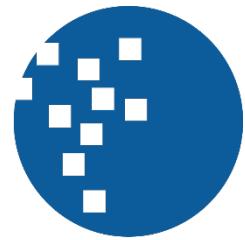


**PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING***  
**KAPUAS WATERFRONT**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Michelle Naritha**  
**00000057058**

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

**PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING***  
**KAPUAS WATERFRONT**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

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

**Michelle Naritha**

**00000057058**

**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 : Michelle Naritha

Nomor Induk Mahasiswa : 00000057058

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

### **PERANCANGAN DESTINATION BRANDING**

#### **KAPUAS WATERFRONT**

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, 17 Desember 2024



(Michelle Naritha)

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN **DESTINATION BRANDING** **KAPUAS WATERFRONT**

Oleh

Nama Lengkap : Michelle Naritha  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000057058  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

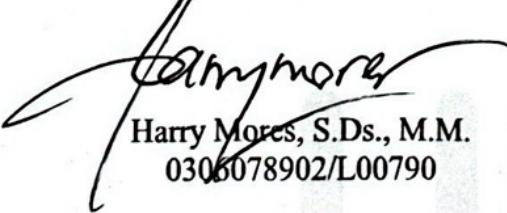
Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2025

Pukul 11.15 s.d. 12.00 WIB dan dinyatakan

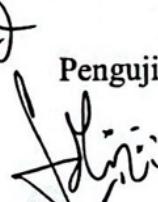
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

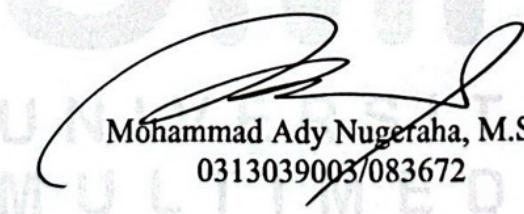
Ketua Sidang

  
Harry Mores, S.Ds., M.M.  
0306078902/L00790

Penguji

  
Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.  
0319098202/068502

Pembimbing

  
Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.  
0313039003/083672

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 : Michelle Naritha  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000057058  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN *DESTINATION*  
*BRANDING KAPUAS WATERFRONT*

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, 17 Desember 2024



(Michelle Naritha)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan-Nya selama berlangsungnya penulisan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan *Destination Branding* Kapuas Waterfront”, sehingga dapat berjalan dengan lancar hingga pada waktu yang diberikan. Tugas Akhir ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Desain Jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Desain di Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis menyadari bahwa, penyusunan Tugas akhir ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

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. Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesaiya tugas akhir ini.
5. Dra. Anita, M.A.P, selaku Narasumber pertama atas dukungan, wawasan, dan waktu yang telah diberikan untuk menyusun tugas akhir ini.
6. Maskati, selaku Narasumber kedua atas dukungan, wawasan, dan waktu yang telah diberikan untuk menyusun tugas akhir ini.
7. Angelica, selaku Narasumber ketiga atas dukungan, wawasan, dan waktu yang telah diberikan untuk menyusun tugas akhir ini.
8. Ridwan, selaku Narasumber keempat atas dukungan, wawasan, dan waktu yang telah diberikan untuk menyusun tugas akhir ini
9. Andreas Kevin Adam, selaku Narasumber ahli desain atas wawasan, masukan, dan waktu yang telah diberikan untuk menyusun tugas akhir ini

10. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Bella Angel Aurora, Jenny Lee, Eveline Metadewi, Averina Sheryl, Devany Kharisma, dan Sandozi Dollyn. T yang telah memberikan motivasi dan dukungan selama proses penulisan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga perancangan tugas akhir ini dapat membantu Kapuas Waterfront memiliki identitas yang mampu menunjukkan keunikan dan citra khas yang merepresentasikan destinasi wisata tersebut.

Tangerang, 17 Desember 2024



(Michelle Naritha)



# **PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING***

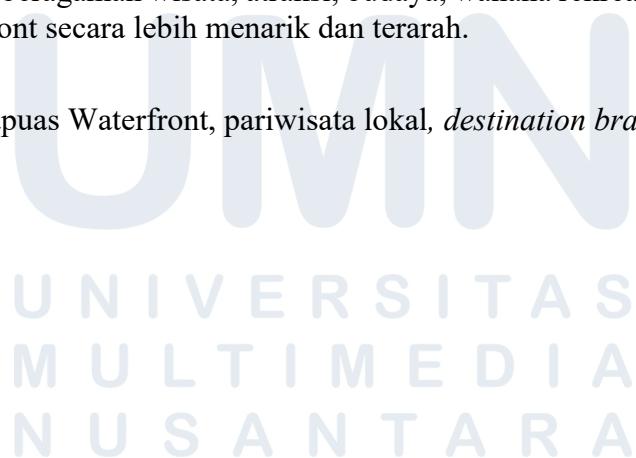
## **KAPUAS WATERFRONT**

(Michelle Naritha)

### **ABSTRAK**

Kapuas Waterfront merupakan salah satu destinasi wisata di kota Pontianak yang satu-satunya berlokasi di Alun Sungai Kapuas, destinasi ini memiliki potensi besar dalam mendukung pariwisata lokal, terutama mewujudkan visi misi Kota Pontianak yang ingin meningkat jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun, hasil wawancara dengan pihak Disporapar Kota Pontianak menunjukkan bahwa terdapat mispersepsi akan keberadaan Kapuas Waterfront di mata masyarakat lokal yang masih menganggapnya sebagai kawasan pemukiman, sehingga menghambat perkembangan Kapuas Waterfront sebagai wisata unggul di Kota Pontianak. Tujuan Penelitian ini adalah merancang *destination branding* yang mampu membentuk citra dan persepsi Kapuas Waterfront sebagai destinasi wisata unggul di Kota Pontianak. Metode perancangan yang digunakan adalah *The Design Process* oleh Alina Wheeler dan Rob Meyerson, yang meliputi tahapan *conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, managing assets*. Penulis menggunakan metodologi perancangan kualitatif yang meliputi teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, penyebaran kuesioner, studi eksisting, serta studi referensi. Hasil riset menunjukkan perlunya perancangan *destination branding* yang mampu membentuk citra serta memperlihatkan keunikan dan keberagaman wisata, atraksi, budaya, wahana rekreasi, dan kuliner di Kapuas Waterfront secara lebih menarik dan terarah.

**Kata kunci:** Kapuas Waterfront, pariwisata lokal, *destination branding*



**THE DESIGN OF DESTINATION BRANDING FOR  
KAPUAS WATERFRONT**

(Michelle Naritha)

***ABSTRACT (English)***

*Kapuas Waterfront is one of the tourism destinations in Pontianak City, uniquely located in the Alun Sungai Kapuas area. This destination holds significant potential to support local tourism, particularly in realizing Pontianak City's vision of increasing the number of domestic and international tourists. However, interviews with the Disporapar (Youth, Sports, and Tourism Office) of Pontianak City reveal a misperception among the local community, who still view the Kapuas Waterfront as a residential area. This misperception hinders the development of the Kapuas Waterfront as a prominent tourism destination in Pontianak City. The purpose of this study is to design destination branding that can shape the image and perception of the Kapuas Waterfront as a leading tourism destination in Pontianak City. The design methodology employed follows The Design Process by Alina Wheeler and Rob Meyerson, encompassing the stages of conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, and managing assets. A qualitative design approach was utilized, incorporating data collection techniques such as observation, interviews, questionnaire distribution, existing studies, and reference studies. The research findings underscore the need for destination branding that effectively establishes the Kapuas Waterfront's image while showcasing its unique and diverse tourism offerings, attractions, cultural experiences, recreational facilities, and culinary delights in a more appealing and structured manner.*

**Keywords:** Kapuas Waterfront, local tourism, destination branding

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	v
<b>ABSTRAK .....</b>	vii
<b>ABSTRACT (English) .....</b>	viii
<b>DAFTAR ISI .....</b>	ix
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	ix
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xii
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	1
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	1
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	3
<b>1.3 Batasan Masalah .....</b>	3
<b>1.4 Tujuan Tugas Akhir .....</b>	3
<b>1.5 Manfaat Tugas Akhir .....</b>	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	5
<b>2.1 Brand .....</b>	5
<b>2.1.1 Branding .....</b>	5
<b>2.1.2 Brand Identity .....</b>	6
<b>2.1.3 Brand Equity .....</b>	9
<b>2.1.4 Brand Awareness .....</b>	9
<b>2.1.5 Brand Strategy .....</b>	10
<b>2.1.6 Brand Experience .....</b>	10
<b>2.1.7 Brand Positioning .....</b>	11
<b>2.1.8 Brand Image .....</b>	11
<b>2.1.9 Brand Essence .....</b>	11
<b>2.1.10 Graphic Standard Manual .....</b>	12
<b>2.2 Destination Branding .....</b>	12
<b>2.2.1 Place Branding .....</b>	13

<b>2.3 Desain Grafis .....</b>	13
<b>2.3.1 Elemen Desain .....</b>	14
<b>2.3.2 Prinsip Desain.....</b>	19
<b>2.3.3 <i>Typography</i> .....</b>	23
<b>2.3.4 <i>Grid</i> .....</b>	24
<b>2.3.5 <i>Layout</i> .....</b>	28
<b>2.3.6 Fotografi.....</b>	28
<b>2.3.7 Ilustrasi.....</b>	29
<b>2.4 Touchpoints .....</b>	30
<b>2.4.1 Social Media .....</b>	31
<b>2.4.2 Website .....</b>	31
<b>2.4.3 Advertising .....</b>	32
<b>2.4.4 Signage dan Wayfinding.....</b>	34
<b>2.5 Tourism Behavior.....</b>	38
<b>2.4.1 Karakteristik Wisatawan .....</b>	38
<b>2.4.2 Pengeluaran Wisatawan .....</b>	39
<b>2.5 Penelitian yang Relevan.....</b>	39
<b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN .....</b>	43
<b>3.1 Subjek Perancangan .....</b>	43
<b>3.1.1 Demografis .....</b>	43
<b>3.1.2 Geografis .....</b>	44
<b>3.1.3 Psikografis.....</b>	44
<b>3.2 Metode dan Prosedur Perancangan .....</b>	45
<b>3.2.1 Conducting Research .....</b>	46
<b>3.2.2 Clarifying Strategy .....</b>	47
<b>3.2.3 Designing Identity .....</b>	47
<b>3.2.4 Creating Touchpoints.....</b>	47
<b>3.2.5 Managing Assets .....</b>	47
<b>3.2.6 Market Validation .....</b>	48
<b>3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan .....</b>	48
<b>3.3.1 Observasi.....</b>	48
<b>3.3.2 Wawancara .....</b>	49
<b>3.3.3 Kuesioner .....</b>	59
<b>3.3.4 Studi Eksisting.....</b>	63

<b>3.3.5 Studi Referensi .....</b>	63
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN .....</b>	65
<b>4.1 Hasil Perancangan .....</b>	65
<b>4.1.1 Conducting Research .....</b>	65
<b>4.1.2 Clarifying Strategy .....</b>	115
<b>4.1.3 Designing Identity .....</b>	128
<b>4.1.4 Creating Touchpoints.....</b>	142
<b>4.1.5 Managing Assets .....</b>	161
<b>4.2 Pembahasan Perancangan.....</b>	166
<b>4.2.1 Analisis Market Validation/Beta Test .....</b>	166
<b>4.2.2 Analisis Logo.....</b>	169
<b>4.2.3 Analisis Warna .....</b>	171
<b>4.2.4 Analisis Tipografi .....</b>	172
<b>4.2.5 Analisis Supergrafis .....</b>	173
<b>4.2.6 Analisis Brand Guidelines .....</b>	174
<b>4.2.7 Analisis Stationery .....</b>	175
<b>4.2.8 Analisis Uniform .....</b>	176
<b>4.2.9 Analisis Signage .....</b>	176
<b>4.2.10 Analisis Marketing Collateral .....</b>	180
<b>4.2.11 Analisis Merchandise.....</b>	183
<b>4.2.19 Anggaran .....</b>	186
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	187
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	187
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	190
<b>LAMPIRAN.....</b>	195

UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	39
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Kuesioner .....	59
Tabel 3.2 Tabel SWOT Enjoy Jakarta .....	110



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Google.....	6
Gambar 2.2 Logo Mcdonalds, Netflix, dan Unilever.....	7
Gambar 2.3 Logo Twitter, Apple, Shell.....	8
Gambar 2.4 Logo Adidas, Pepsi, Nike.....	8
Gambar 2.5 Logo Starbucks Motor Harley-Davidson, BMW .....	9
Gambar 2.6 Implementasi Garis pada Logo Disney Hotstar .....	14
Gambar 2.7 Bentuk Lingkaran pada Logo Target .....	15
Gambar 2.8 Roda Warna.....	16
Gambar 2.9 Logo Nikon .....	16
Gambar 2.10 Logo The Body Shop .....	17
Gambar 2.11 Logo Skype .....	18
Gambar 2.12 Tekstur Logo Apple .....	18
Gambar 2.13 Keseimbangan Logo Channel .....	19
Gambar 2.14 Hirarki Logo Walmart.....	20
Gambar 2.15 Emphasis pada Logo Puma .....	21
Gambar 2.16 Logo Spotify.....	21
Gambar 2.17 Logo Olympic .....	22
Gambar 2.18 <i>Rounded Fonts</i> .....	24
Gambar 2.19 <i>Single Column Grid</i> .....	25
Gambar 2.20 <i>Two Column Grid</i> .....	25
Gambar 2.21 <i>Multi Column Grid</i> .....	26
Gambar 2.22 <i>Modular Grid</i> .....	27
Gambar 2.23 <i>Hierarchical Grid</i> .....	28
Gambar 2.24 <i>Touchpoint Mapping</i> by Marty Neumeier.....	30
Gambar 2.25 <i>Social media</i> .....	31
Gambar 2.26 Brosur .....	33
Gambar 2.27 Spanduk toko kelontong SRC .....	33
Gambar 2.28 <i>Signage</i> Titik Nol Nusantara di Merauke.....	35
Gambar 2.29 <i>Directional Signage</i> Mall of Medini .....	35
Gambar 2.30 <i>Orientation Signage</i> Surabaya Zoo .....	36
Gambar 2.31 Piktogram .....	37
Gambar 2.32 Tanda Panah pada <i>Signage</i> .....	37
Gambar 4.1 Pedagang malam hari di Taman Alun Kapuas .....	66
Gambar 4.2 Kafe Terapung di Taman Alun Kapuas.....	66
Gambar 4.3 Kapal wisata dan pemandangan Taman Alun Kapuas .....	67
Gambar 4.4 Peta Taman Alun Kapuas .....	67
Gambar 4.5 <i>Signage</i> Taman Alun Kapuas.....	68
Gambar 4.6 Poster informasi dan pendidikan .....	68
Gambar 4.7 Replika Tugu Khatulistiwa, Monumen STQ Nasional XXV.....	69
Gambar 4.8 Situasi Taman Alun Kapuas di pagi hari.....	70
Gambar 4.9 Lokasi Pelabuhan Seng Hie.....	71
Gambar 4.10 Papan nama Dermaga Pedalaman Seng Hie .....	72
Gambar 4.11 Area rekreasi dan situasi di Waterfront.....	73
Gambar 4.12 Jalur jogging dan area tempat duduk.....	73

Gambar 4.13 Fasilitas Waterfront Pontianak .....	74
Gambar 4.14 Titik Daya Tarik Waterfront .....	74
Gambar 4.15 Gerbang Masuk Waterfront Kota Pontianak bagian Selatan .....	75
Gambar 4.16 Media informasi Waterfront Kota Pontianak .....	75
Gambar 4.17 Jembatan di atas jalur penyeberangan kapal feri Pontianak.....	76
Gambar 4.18 Taman bermain dan panjat tebing mini.....	76
Gambar 4.19 Penampakan jalur Waterfront Bardan Nadi Seng Hie .....	77
Gambar 4.20 <i>Signage</i> Delightful Pontianak dan Gerbang masuk Waterfront.....	78
Gambar 4.21 Wihara Bodhisatva Karaniya Metta .....	79
Gambar 4.22 Hotel Grand Kartika Pontianak .....	80
Gambar 4.23 Wawancara dengan Ketua Bidang Pariwisata dari Dinas .....	81
Gambar 4.24 Wawancara dengan Pengawas PUPR Bidang Pertamanan .....	83
Gambar 4.25 Wawancara dengan Staf Hotel Grand Kartika Pontianak .....	85
Gambar 4.26 Wawancara dengan Pemilik Kapal Wisata Restoran .....	87
Gambar 4.27 Wawancara dengan Pengurus Wihara Bodhisatva Karaniya .....	89
Gambar 4.28 Lonceng Wihara Bodhisatva Karaniya Metta .....	90
Gambar 4.29 Wawancara dengan Pemilik <i>Cafe</i> Terapung Pak Budiman .....	91
Gambar 4.30 Komunitas Senam Jasmine.....	93
Gambar 4.31 Komunitas Senam Cinta Sehat Alun-Alun Sungai Kapuas .....	95
Gambar 4.32 Wawancara ahli desain dengan Dreambox .....	96
Gambar 4.33 Persentase seberapa sering mengunjungi destinasi wisata .....	99
Gambar 4.34 Persentase jenis destinasi wisata yang paling sering dikunjungi ...	100
Gambar 4.35 Persentase pernah berkunjung ke Kapuas Waterfront.....	101
Gambar 4.36 Persentase frekuensi kunjungan ke Kapuas Waterfront.....	101
Gambar 4.37 Persentase titik daya tarik di Kapuas Waterfront.....	102
Gambar 4.38 Keunikan atau khas Kapuas Waterfront.....	102
Gambar 4.39 Persepsi Kapuas Waterfront .....	103
Gambar 4.40 Persentase tanggapan responden mengenai signage .....	104
Gambar 4.41 Preferensi gaya visual <i>brand identity</i> .....	105
Gambar 4.42 Data media informasi yang sering digunakan .....	105
Gambar 4.43 Data media sosial yang sering digunakan .....	106
Gambar 4.44 Daerah Khusus Ibukota Jakarta.....	107
Gambar 4.45 Logo Enjoy Jakarta.....	108
Gambar 4.46 <i>Website</i> Enjoy Jakarta .....	108
Gambar 4.47 Akun Sosial Media Enjoy Jakarta .....	109
Gambar 4.48 Festival di Jakarta bersama Enjoy Jakarta.....	110
Gambar 4.49 Logo Wonderful Indonesia.....	112
Gambar 4.50 Wonderful Indonesia Logo <i>Guidelines</i> .....	113
Gambar 4.51 Logo dan media kolateral Sampoerna Retail Community .....	114
Gambar 4.52 <i>Signage</i> dan <i>wayfinding</i> Mall of Medini .....	114
Gambar 4.53 <i>Mind Mapping</i> .....	116
Gambar 4.54 Alternatif <i>Big Idea</i> .....	120
Gambar 4.55 Alternatif <i>Tagline</i> .....	121
Gambar 4.56 <i>Brand Brief</i> Kapuas Waterfront .....	125
Gambar 4.57 Beberapa <i>moodboard</i> Kapuas Waterfront.....	128
Gambar 4.58 <i>Stylescapes</i> Kapuas Waterfront.....	128

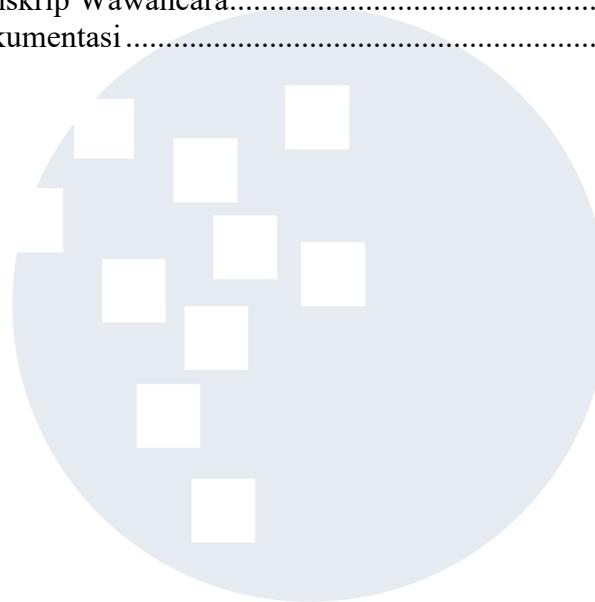
Gambar 4.59 Sketsa logo Kapuas Waterfront.....	129
Gambar 4.60 Filosofi logo .....	130
Gambar 4.61 Final sketsa logo yang terpilih .....	131
Gambar 4.62 Penggabungan elemen percikan air pada logo .....	131
Gambar 4.63 Logo Digital dengan <i>Grid Circular</i> .....	132
Gambar 4.64 Hasil akhir digitalisasi logo.....	132
Gambar 4.65 <i>Moodboard</i> warna .....	133
Gambar 4.66 Palet warna Kapuas Waterfront.....	134
Gambar 4.67 Variasi Logo dengan Warna Primer.....	135
Gambar 4.68 <i>Typeface</i> Bodo Amat dan PP Pangram <i>Rounded</i> .....	136
Gambar 4.69 Inspirasi dan filosofi <i>supergraphic</i> .....	137
Gambar 4.70 Satuan <i>supergraphic</i> .....	137
Gambar 4.71 Pattern <i>Supergraphic</i> .....	138
Gambar 4.72 Teknik Pengambilan Foto .....	139
Gambar 4.73 Ketentuan Modifikasi Notasi Gambar.....	139
Gambar 4.74 Contoh Foto Sebelum dan Sesudah Filter.....	140
Gambar 4.75 Referensi Gaya Ilustrasi .....	141
Gambar 4.76 Hasil Akhir Ilustrasi .....	141
Gambar 4.77 Proses Perancangan Pictogram.....	142
Gambar 4.78 <i>Pictogram</i> Kapuas Waterfront .....	142
Gambar 4.79 Proses Perancangan ID Card.....	143
Gambar 4.80 Perancangan Desain <i>Lanyard</i> .....	144
Gambar 4.81 Perancangan <i>Uniform</i> Kapuas Waterfront .....	145
Gambar 4.82 Proses Perancangan <i>Main Gate</i> Kapuas Waterfront .....	146
Gambar 4.83 Proses Perancangan Spanduk Kafe Terapung .....	147
Gambar 4.84 Perancangan <i>Signage Directional</i> .....	148
Gambar 4.85 Perancangan <i>Signage Orientation</i> .....	149
Gambar 4.86 Perancangan <i>F-Banner</i> .....	151
Gambar 4.87 Proses Perancangan <i>Wristband</i> Kapuas Waterfront.....	152
Gambar 4.88 Proses Perancangan Brosur <i>Tri-Fold</i> .....	154
Gambar 4.89 Proses Perancangan Instagram <i>Feeds</i> .....	155
Gambar 4.90 Proses Perancangan Instagram <i>Story</i> .....	156
Gambar 4.91 Proses Perancangan <i>Website</i> .....	157
Gambar 4.92 Perancangan <i>T-Shirt</i> .....	158
Gambar 4.93 Perancangan Topi .....	159
Gambar 4.94 Perancangan <i>Keychain</i> .....	160
Gambar 4.95 Perancangan Tampilan Depan Layang-Layang .....	161
Gambar 4.96 Perancangan <i>Katern Brand Guidelines</i> .....	162
Gambar 4.97 <i>Grid</i> pada <i>Brand Guidelines</i> .....	162
Gambar 4.98 <i>Layout Grid</i> <i>Brand Guidelines</i> .....	163
Gambar 4.99 Perancangan <i>Front Cover</i> <i>Brand Guidelines</i> .....	164
Gambar 4.100 Perancangan Daftar Isi <i>Brand Guidelines</i> .....	164
Gambar 4.101 Perancangan <i>Divider</i> atau Sub Bab <i>Brand Guidelines</i> .....	165
Gambar 4.102 <i>Focus group discussion</i> hasil desain.....	167
Gambar 4.103 Logo Utama Kapuas Waterfront .....	170
Gambar 4.104 Logo Berwarna .....	170

Gambar 4.105 Rasio Penggunaan Warna.....	172
Gambar 4.106 <i>Typeface</i> Kapuas Waterfront.....	172
Gambar 4.107 <i>Pattern Supergraphic</i> .....	173
Gambar 4.108 <i>Mockup Brand Guidelines</i> Kapuas Waterfront .....	174
Gambar 4.109 <i>Mockup Lanyard</i> .....	175
Gambar 4.110 <i>Uniform</i> Kapuas Waterfont .....	176
Gambar 4.111 <i>Mockup Main Gate</i> .....	177
Gambar 4.112 <i>Mockup Spanduk Cafe Terapung</i> .....	177
Gambar 4.113 <i>Mockup Petunjuk Arah</i> .....	178
Gambar 4.114 <i>Mockup Signage Orientation</i> .....	179
Gambar 4.115 <i>F-Banner</i> Kapuas Waterfront.....	179
Gambar 4.116 <i>Mockup Wristband</i> .....	180
Gambar 4.117 <i>Mockup Brosur</i> .....	181
Gambar 4.118 <i>Mockup Instagram Feeds</i> dan <i>Instagram Story</i> .....	182
Gambar 4.119 <i>Website</i> Kapuas Waterfront.....	182
Gambar 4.120 <i>Mockup T-Shirt</i> .....	183
Gambar 4.121 <i>Mockup Topi</i> .....	184
Gambar 4.122 <i>Mockup Keychains</i> .....	184
Gambar 4.123 <i>Mockup Layang-Layang</i> .....	185



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A Hasil Persentase <i>Turnitin</i> .....	195
Lampiran B Form Bimbingan & Spesialis.....	197
Lampiran C <i>Non-Disclosure Agreement</i> .....	201
Lampiran D <i>Consent Form</i> .....	206
Lampiran E Hasil Kuesioner.....	207
Lampiran F Transkrip Wawancara.....	208
Lampiran G Dokumentasi .....	240



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA