PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING* KAPUAS WATERFRONT

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 Yolanda, 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)

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

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 terselesainya 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 Kharismanda, 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)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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 wisatawasan 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 mengganggapnya 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*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH iv
KATA PENGANTAR v
ABSTRAK vii
ABSTRACT (English) viii
DAFTAR ISI ix
HALAMAN JUDUL 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 4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 5
2.1 *Brand* 5
2.1.1 *Branding* 5
2.1.2 *Brand Identity* 6
2.1.3 *Brand Equity* 9
2.1.4 *Brand Awareness* 9
2.1.5 *Brand Strategy* 10
2.1.6 *Brand Experience* 10
2.1.7 *Brand Positioning* 11
2.1.8 *Brand Image* 11
2.1.9 *Brand Essence* 11
2.1.10 *Graphic Standard Manual* 12
2.2 *Destination Branding* 12
2.2.1 *Place Branding* 13

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

3.3.5 Studi Referensi 63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN 65
4.1 Hasil Perancangan 65
4.1.1 *Conducting Research* 65
4.1.2 *Clarifying Strategy* 115
4.1.3 *Designing Identity* 128
4.1.4 *Creating Touchpoints* 142
4.1.5 *Managing Assets* 161
4.2 Pembahasan Perancangan 166
4.2.1 Analisis *Market Validation/Beta Test* 166
4.2.2 Analisis Logo 169
4.2.3 Analisis Warna 171
4.2.4 Analisis Tipografi 172
4.2.5 Analisis Supergrafis 173
4.2.6 Analisis *Brand Guidelines* 174
4.2.7 Analisis *Stationery* 175
4.2.8 Analisis *Uniform* 176
4.2.9* Analisis *Signage 176
4.2.10 Analisis *Marketing Collateral* 180
4.2.11 Analisis *Merchandise* 183
4.2.19 Anggaran 186
BAB V PENUTUP 187
5.1 Kesimpulan 187
DAFTAR PUSTAKA 190
LAMPIRAN 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 *Rounded Fonts* 24
Gambar 2.19 *Single Column Grid* 25
Gambar 2.20 *Two Column Grid* 25
Gambar 2.21 *Multi Column Grid* 26
Gambar 2.22 *Modular Grid* 27
Gambar 2.23 *Hierarchical Grid* 28
Gambar 2.24 *Touchpoint Mapping* by Marty Neumeier 30
Gambar 2.25 *Social* media 31
Gambar 2.26 Brosur 33
Gambar 2.27 Spanduk toko kelontong SRC 33
Gambar 2.28 *Signage* Titik Nol Nusantara di Merauke 35
Gambar 2.29 *Directional Signage* Mall of Medini 35
Gambar 2.30 *Orientation Signage* Surabaya Zoo 36
Gambar 2.31 Piktogram 37
Gambar 2.32 Tanda Panah pada *Signage* 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 *Signage* 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 *Signage* 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 *Cafe* 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 berkungjung 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 *brand identity* 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 *Website* 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 *Guidelines* 113
Gambar 4.51 Logo dan media kolateral Sampoerna Retail Community 114
Gambar 4.52 *Signage* dan *wayfinding* Mall of Medini 114
Gambar 4.53 *Mind Mapping* 116
Gambar 4.54 Alternatif *Big Idea* 120
Gambar 4.55 Alternatif *Tagline* 121
Gambar 4.56 *Brief* Kapuas Waterfront 125
Gambar 4.57 Beberapa *moodboard* Kapuas Waterfront 128
Gambar 4.58 *Stylescapes* 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 *Grid Circular* 132
Gambar 4.64 Hasil akhir digitalisasi logo.....132
Gambar 4.65 *Moodboard* warna 133
Gambar 4.66 Palet warna Kapuas Waterfront.....134
Gambar 4.67 Variasi Logo dengan Warna Primer.....135
Gambar 4.68 *Typeface* Bodo Amat dan PP Pangram *Rounded* 136
Gambar 4.69 Inspirasi dan filosofi *supergraphic* 137
Gambar 4.70 Satuan *supergraphic*.....137
Gambar 4.71 Pattern *Supergraphic*.....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 *Pictogram* Kapuas Waterfront 142
Gambar 4.79 Proses Perancangan ID *Card*.....143
Gambar 4.80 Perancangan Desain *Lanyard*.....144
Gambar 4.81 Perancangan *Uniform* Kapuas Waterfront 145
Gambar 4.82 Proses Perancangan *Main Gate* Kapuas Waterfront 146
Gambar 4.83 Proses Perancangan Spanduk Kafe Terapung.....147
Gambar 4.84 Perancangan *Signage Directional* 148
Gambar 4.85 Perancangan *Signage Orientation*.....149
Gambar 4.86 Perancangan *F-Banner*.....151
Gambar 4.87 Proses Perancangan *Wristband* Kapuas Waterfront.....152
Gambar 4.88 Proses Perancangan Brosur *Tri-Fold* 154
Gambar 4.89 Proses Perancangan Instagram *Feeds* 155
Gambar 4.90 Proses Perancangan Instagram *Story*.....156
Gambar 4.91 Proses Perancangan *Website* 157
Gambar 4.92 Perancangan *T-Shirt* 158
Gambar 4.93 Perancangan Topi.....159
Gambar 4.94 Perancangan *Keychain* 160
Gambar 4.95 Perancangan Tampilan Depan Layang-Layang 161
Gambar 4.96 Perancangan *Katern Brand Guidelines* 162
Gambar 4.97 *Grid* pada *Brand Guidelines* 162
Gambar 4.98 *Layout Grid Brand Guidelines*.....163
Gambar 4.99 Perancangan *Front Cover Brand Guidelines* 164
Gambar 4.100 Perancangan Daftar Isi *Brand Guidelines*.....164
Gambar 4.101 Perancangan *Divider* atau Sub Bab *Brand Guidelines*.....165
Gambar 4.102 *Focus group disscussion* 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 *Typeface* Kapuas Waterfront.....172
Gambar 4.107 *Pattern Supergraphic*.....173
Gambar 4.108 *Mockup Brand Guidelines* Kapuas Waterfront.....174
Gambar 4.109 *Mockup Lanyard*.....175
Gambar 4.110 *Uniform* Kapuas Waterfont.....176
Gambar 4.111 *Mockup Main Gate*.....177
Gambar 4.112 *Mockup* Spanduk *Cafe* Terapung.....177
Gambar 4.113 *Mockup* Petunjuk Arah.....178
Gambar 4.114 *Mockup Signage Orientation*.....179
Gambar 4.115 *F-Bannner* Kapuas Waterfront.....179
Gambar 4.116 *Mockup Wristband*.....180
Gambar 4.117 *Mockup* Brosur.....181
Gambar 4.118 *Mockup* Instagram *Feeds* dan Instagram *Story*.....182
Gambar 4.119 *Website* Kapuas Waterfront.....182
Gambar 4.120 *Mockup T-Shirt*.....183
Gambar 4.121 *Mockup* Topi.....184
Gambar 4.122 *Mockup Keychains*.....184
Gambar 4.123 *Mockup* Layang-Layang.....185

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

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

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA