

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

HIKING BOCAH



LAPORAN TUGAS AKHIR

Angelica Domminique

00000059255

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

HIKING BOCAH



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Angelica Domminique

00000059255

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 : Angelica Domminique
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059255
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL HIKING BOCAH

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, 16 Januari 2025



(Angelica Domminique)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL HIKING BOCAH

Oleh

Nama Lengkap : Angelica Domminique
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059255
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

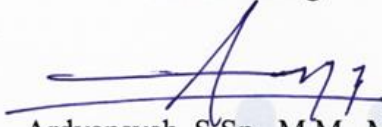
Telah diujikan pada hari Senin, 6 Januari 2025

Pukul 09.00 s.d. 09.45 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


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

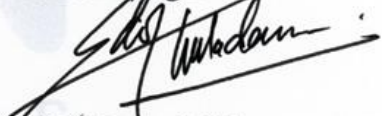
Penguji


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/042750

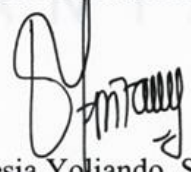
Pembimbing 1


Martinus Eko Prasetyo, S.Sn., M.Ds.
0311118807/100049

Pembimbing 2


Edo Tirtadarma, M.Ds.
032428506/071279

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 : Angelica Domminique
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059255
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN ULANG IDENTITAS
VISUAL HIKING BOCAH

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, 16 Januari 2025



(Angelica Domminique)

* 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 rahmat dan berkat-Nya dalam membimbing penulis selama melaksanakan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Ulang Identitas Visual Hiking Bocah” sehingga dapat diselesaikan tepat waktu dan hasil yang memuaskan. Adapun Tugas akhir ini disusun sebagai bentuk implementasi ilmu-ilmu Desain Komunikasi Visual yang telah penulis dapatkan selama masa perkuliahan sebagai mahasiswa Fakultas Seni dan Desain di Universitas Multimedia Nusantara, serta sebagai salah satu syarat kelulusan dalam mendapatkan gelar Sarjana Desain (S.Ds.).

Perancangan pada Tugas Akhir ini bertujuan untuk merancang ulang Identitas Visual Hiking Bocah. Penulis mengangkat topik ini karena identitas visual yang dimiliki Hiking Bocah belum sepenuhnya mencerminkan visi misi, dan citra yang sesuai. Maka dari itu, penulis berharap potensi Hiking Bocah sebagai program rekreasi keluarga yang menarik di Kabupaten Bogor dapat dikembangkan secara optimal melalui identitas visual yang kuat dan baik secara teori desain. Dalam perancangan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak baik eksternal maupun internal. Oleh karena itu, penulis dengan tulus ingin menyampaikan rasa syukur dan 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. Martinus Eko Prasetyo, S.Sn., M.Ds., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.

5. Edo Tirtadarma, M.Ds., selaku Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman penulis, Cecilia, Ifeona, Stephany Esternd Lee, dan Venny, yang senantiasa memberikan dukungan mental dan menjadi sumber kekuatan bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Diah Ayu Pujiastuti, S.Psi., M.Si., Psikolog, selaku Pendiri Hiking Bocah yang telah memberikan izin dan berbagi informasi sehingga penulis dapat menjadikan Hiking Bocah sebagai objek perancangan Tugas Akhir.

Melalui perancangan Tugas Akhir ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat positif bagi perkembangan dan kemajuan Hiking Bocah dalam membangun citra yang sesuai, serta meningkatkan *awareness* target audiens melalui identitas visualnya.

Tangerang, 16 Januari 2025



(Angelica Domminique)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

HIKING BOCAH

(Angelica Domminique)

ABSTRAK

Rekreasi merupakan aktivitas santai yang dilakukan untuk memperoleh ketenangan sekaligus menyegarkan kondisi mental dan fisik. Meskipun rekreasi memiliki peran penting dalam mengatasi kelelahan, minat masyarakat Indonesia untuk melakukan rekreasi masih tergolong rendah. Dalam hal ini, terdapat salah satu program yang dikenal dengan nama Hiking Bocah dan terletak wilayah Katulampa, Kota Bogor. Program ini menawarkan berbagai aktivitas luar ruangan ringan untuk keluarga, seperti *hiking*, *rafting*, dan menangkap ikan. Akan tetapi, hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner menunjukkan bahwa identitas visual Hiking Bocah tidak sepenuhnya mencerminkan citra program. Hal ini menyebabkan kesalahpahaman oleh target sasaran dalam memahami visi, misi, serta nilai-nilai yang ingin disampaikan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dilakukan perancangan ulang identitas visual sebagai solusi agar citra, visi, dan misi program dapat tersampaikan dengan lebih tepat. Proses perancangan identitas visual ini menggunakan metode Alina Wheeler yang meliputi lima tahapan desain, yaitu *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints*, dan *managing assets*.

Kata kunci: Identitas Visual, Perancangan Ulang, Rekreasi Keluarga

REDESIGNING THE VISUAL IDENTITY OF HIKING BOCAH

(Angelica Domminique)

ABSTRACT (English)

Recreation is a leisurely activity undertaken to achieve tranquility while refreshing mental and physical well-being. Despite its significant role in alleviating fatigue, the interest of Indonesian society in engaging in recreational activities remains relatively low. One notable program addressing this issue is Hiking Bocah, located in the Katulampa area of Bogor City. This program offers a variety of light outdoor activities for families, such as hiking, rafting, and fish-catching. However, research conducted through observation, interviews, and questionnaires revealed that the visual identity of Hiking Bocah does not fully represent the program's image. This has led to misunderstandings among the target audience regarding the vision, mission, and values the program seeks to convey. To address these issues, a redesign of the visual identity was carried out as a solution to better align the program's image, vision, and mission. The visual identity redesign process was based on Alina Wheeler's method, which consists of five design stages: conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, and managing assets.

Keywords: Visual Identity, Rebranding, Family Recreation



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL.....	vii
HIKING BOCAH.....	vii
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
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	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 <i>Branding</i>	5
2.1.1 <i>Brand</i>	5
2.2 <i>Visual Identity</i>	14
2.2.1 <i>Brand Signature</i>	14
2.2.2 <i>Prinsip Gestalt</i>	20
2.2.3 <i>Tipografi</i>	21
2.2.4 <i>Warna</i>	27
2.2.5 <i>Grid & Layout</i>	35
2.2.6 <i>Collaterals</i>	46
2.2.7 <i>Brand Identity Guidelines</i>	50

2.3 Rekreasi Keluarga.....	51
2.3.1 Jenis-Jenis Rekreasi.....	51
2.3.2 Manfaat Rekreasi.....	54
2.4 Penelitian yang Relevan.....	54
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	57
3.1 Subjek Perancangan	57
3.1.1 Demografis.....	57
3.1.2 Geografis.....	57
3.1.3 Psikografis.....	58
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	58
3.2.1 <i>Conducting Research</i>	58
3.2.2 <i>Clarifying Strategy</i>	59
3.2.3 <i>Designing Identity</i>	59
3.2.4 <i>Creating Touchpoints</i>	59
3.2.5 <i>Managing Assets</i>	60
3.2.6 <i>Testing</i>	60
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	60
3.3.1 Observasi.....	60
3.3.2 Wawancara	62
3.3.3 Kuesioner	67
3.3.4 Studi Eksisting.....	73
3.3.5 Studi Referensi	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	75
4.1 Hasil Perancangan	75
4.1.1 <i>Conducting Research</i>	75
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i>	120
4.1.3 <i>Designing Identity</i>	132
4.1.4 <i>Creating Touchpoints</i>	146
4.1.5 <i>Managing Assets</i>	166
4.1.6 Kesimpulan Perancangan.....	172
4.2 Pembahasan Perancangan	173

4.2.1 Analisa Hasil <i>Beta Test</i>	173
4.2.2 Analisa Logo	178
4.2.3 Analisa Warna	181
4.2.4 Analisa Supergrafis	182
4.2.5 Analisa Media Kolateral	184
4.2.6 Analisa <i>Brand Guidelines</i>	204
4.3 Anggaran	206
BAB V PENUTUP	209
5.1 Simpulan	209
5.2 Saran	210
DAFTAR PUSTAKA	xx
LAMPIRAN	xxvi



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	54
Tabel 3.1 Variabel 1 Informasi Responden	68
Tabel 3.2 Variabel 2 Pengalaman Rekreasi Responden.....	69
Tabel 3.3 Variabel 3 Persepsi Identitas Visual Hiking Bocah	71
Tabel 3.4 Kuesioner Semantik Diferensial	72
Tabel 3.5 Pertanyaan Deskriptif Kuesioner Semantik Diferensial	73
Tabel 4.1 Data Demografis Responden	99
Tabel 4.2 Pengalaman Rekreasi Responden	100
Tabel 4.3 Responden Tidak Melakukan Rekreasi.....	100
Tabel 4.4 Preferensi Rekreasi Responden.....	101
Tabel 4.5 Persepsi Responden Terhadap Logo Hiking Bocah.....	102
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Bagian 1 Semantik Diferensial.....	103
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Bagian 2 Semantik Diferensial.....	105
Tabel 4.8 Analisa SWOT Studi Eksisting.....	117
Tabel 4.9 <i>Brand Brief</i>	122
Tabel 4.10 <i>Brand Mantra</i>	130
Tabel 4.11 <i>Section 1 Beta Test</i>	174
Tabel 4.12 <i>Section 2 Beta Test</i>	177
Tabel 4.13 Anggaran.....	207



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh <i>Sincerity Brand Personality</i>	9
Gambar 2.2 Contoh <i>Excitement Brand Personality</i>	9
Gambar 2.3 Contoh <i>Competence Brand Personality</i>	9
Gambar 2.4 Contoh <i>Sophistication Brand Personality</i>	10
Gambar 2.5 Contoh <i>Rudgedness Brand Personality</i>	10
Gambar 2.6 Contoh <i>Brand Mantra</i>	11
Gambar 2.7 Contoh <i>Monolithic Brand Architecture</i>	13
Gambar 2.8 Contoh <i>Endorsed Brand Architecture</i>	13
Gambar 2.9 Contoh <i>Pluralistic Brand Architecture</i>	14
Gambar 2.10 Contoh <i>Brand Signature</i>	15
Gambar 2.11 Contoh <i>Logotype</i>	15
Gambar 2.12 Contoh <i>Wordmarks</i>	16
Gambar 2.13 Contoh <i>Letterforms</i>	16
Gambar 2.14 Contoh <i>Pictorial Marks</i>	16
Gambar 2.15 Contoh <i>Abstract Marks</i>	17
Gambar 2.16 Contoh <i>Emblems</i>	17
Gambar 2.17 Contoh <i>Dynamic Marks</i>	17
Gambar 2.18 Contoh <i>Imperative Tagline</i>	18
Gambar 2.19 Contoh <i>Descriptive Tagline</i>	18
Gambar 2.20 Contoh <i>Superlative Tagline</i>	19
Gambar 2.21 Contoh <i>Provocative Tagline</i>	19
Gambar 2.22 Contoh <i>Specific Tagline</i>	19
Gambar 2.23 Prinsip <i>Gestalt</i>	20
Gambar 2.24 <i>Type Measurement</i>	21
Gambar 2.25 <i>Anatomy of Typography</i>	22
Gambar 2.26 Contoh <i>Old Style</i>	23
Gambar 2.27 Contoh <i>Transitional</i>	23
Gambar 2.28 Contoh <i>Modern</i>	24
Gambar 2.29 Contoh <i>Slab Serif</i>	24
Gambar 2.30 Contoh <i>Sans Serif</i>	24
Gambar 2.31 Contoh <i>Blackletter</i>	25
Gambar 2.32 Contoh <i>Script</i>	25
Gambar 2.33 Contoh <i>Display</i>	25
Gambar 2.34 Contoh <i>Legibility</i>	26
Gambar 2.35 Contoh <i>Readability</i>	26
Gambar 2.36 Contoh <i>RGB</i>	27
Gambar 2.37 Contoh <i>CMYK</i>	28
Gambar 2.38 Contoh <i>Hue</i>	28
Gambar 2.39 Contoh <i>Value</i>	29
Gambar 2.40 Contoh <i>Saturation</i>	29

Gambar 2.41 Contoh <i>Complementary</i>	30
Gambar 2.42 Contoh <i>Split Complementary</i>	30
Gambar 2.43 Contoh <i>Double Complementary</i>	30
Gambar 2.44 Contoh <i>Analogus</i>	31
Gambar 2.45 Contoh <i>Triadic</i>	31
Gambar 2.46 Contoh <i>Monochromatic</i>	32
Gambar 2.47 Contoh Warna Merah	32
Gambar 2.48 Contoh Warna Kuning	33
Gambar 2.49 Contoh Warna Biru	33
Gambar 2.50 Contoh Warna Hijau.....	33
Gambar 2.51 Contoh Warna Ungu.....	34
Gambar 2.52 Contoh Warna Oranye.....	34
Gambar 2.53 Contoh Warna Hitam	34
Gambar 2.54 Contoh Warna Putih.....	35
Gambar 2.55 Contoh <i>Sequence</i>	36
Gambar 2.56 Contoh <i>Emphasis</i>	36
Gambar 2.57 Contoh <i>Balance</i>	37
Gambar 2.58 Contoh <i>Unity</i>	37
Gambar 2.59 Contoh <i>Grid Anatomy</i>	38
Gambar 2.60 Contoh <i>Margins</i>	38
Gambar 2.61 Contoh <i>Columns</i>	39
Gambar 2.62 Contoh <i>Modules</i>	39
Gambar 2.63 Contoh <i>Spatial Zones</i>	39
Gambar 2.64 Contoh <i>Flowlines</i>	40
Gambar 2.65 Contoh <i>Markers</i>	40
Gambar 2.66 Contoh <i>Gutters & Alleys</i>	40
Gambar 2.67 Contoh <i>Fields</i>	41
Gambar 2.68 Contoh <i>Manuscripts</i>	41
Gambar 2.69 Contoh <i>Symmetrical Grid</i>	42
Gambar 2.70 Contoh <i>Single Column</i>	42
Gambar 2.71 Contoh <i>Double & Multiple Column</i>	43
Gambar 2.72 Contoh <i>Modular Grid</i>	43
Gambar 2.73 Contoh <i>Asymmetrical Grid</i>	43
Gambar 2.74 Contoh <i>Hierarchical Grid</i>	44
Gambar 2.75 Contoh <i>Fibonacci Spiral</i>	45
Gambar 2.76 Contoh <i>Golden Ratio</i> pada Logo Pepsi	45
Gambar 2.77 Contoh <i>Rule of Thirds</i>	46
Gambar 2.78 Contoh <i>Stationery</i>	46
Gambar 2.79 Contoh <i>Signage</i>	47
Gambar 2.80 Contoh <i>Product Design</i>	47
Gambar 2.81 Contoh <i>Packaging</i>	48
Gambar 2.82 Contoh <i>Advertising</i>	48

Gambar 2.83 Contoh <i>Placemaking</i>	49
Gambar 2.84 Contoh <i>Vehicles</i>	49
Gambar 2.85 Contoh <i>Uniforms</i>	49
Gambar 2.86 Contoh <i>Ephemera</i>	50
Gambar 2.87 Contoh <i>Brand Identity Guidelines</i>	50
Gambar 4.1 Dokumentasi Pengamatan Peran Serta.....	76
Gambar 4.2 <i>Homebase</i> Hiking Bocah.....	77
Gambar 4.3 Suasana <i>Homebase</i> Hiking Bocah.....	78
Gambar 4.4 Suasana <i>Briefing</i> Hiking Bocah	78
Gambar 4.5 Perjalanan Awal Hiking Bocah	79
Gambar 4.6 Pemandangan Kegiatan <i>Hiking</i>	79
Gambar 4.7 Perjalanan Melintasi Jalur <i>Hiking</i>	79
Gambar 4.8 Titik Istirahat Setelah <i>Hiking</i>	80
Gambar 4.9 Perjalanan Menuju Lokasi <i>Rafting</i> & Menangkap Ikan.....	80
Gambar 4.10 Area Menangkap Ikan	81
Gambar 4.11 Kegiatan Menangkap Ikan oleh Partisipan.....	81
Gambar 4.12 Peserta Orang Tua Mengawasi Anak	82
Gambar 4.13 Kegiatan <i>Rafting</i> oleh Partisipan.....	82
Gambar 4.14 Suasana Warung Hiking Bocah.....	83
Gambar 4.15 <i>Before & After</i> Logo Hiking Bocah	84
Gambar 4.16 Seragam kru Hiking Bocah	84
Gambar 4.17 Logo Warung Hiking Bocah	85
Gambar 4.18 Ukuran Logo Hiking Bocah	85
Gambar 4.19 Tata Letak Logo Hiking Bocah.....	86
Gambar 4.20 Variasi Logo Hiking Bocah.....	86
Gambar 4.21 Dokumentasi Wawancara Pendiri Hiking Bocah.....	91
Gambar 4.22 Dokumentasi Wawancara Pekerja Kreatif	93
Gambar 4.23 Dokumentasi Wawancara Peserta 2 Hiking Bocah.....	96
Gambar 4.24 Dokumentasi Wawancara Peserta 3 Hiking Bocah.....	98
Gambar 4.25 Noah'S Park	110
Gambar 4.26 Logo Noah'S Park.....	111
Gambar 4.27 Instagram Noah'S Park	111
Gambar 4.28 Taman Budaya Sentul	112
Gambar 4.29 Logo Taman Budaya Sentul	113
Gambar 4.30 <i>Map</i> Taman Budaya Sentul.....	114
Gambar 4.31 Instagram Taman Budaya Sentul	114
Gambar 4.32 Tepian Pinus.....	115
Gambar 4.33 Logo Tepian Pinus	116
Gambar 4.34 Instagram Tepian Pinus.....	117
Gambar 4.35 Logo The Great Taman Safari Bogor.....	119
Gambar 4.36 Buku Pedoman 78 Tahun Kemerdekaan Indonesia	120
Gambar 4.37 <i>Consumer Persona</i> 1	121

Gambar 4.38 <i>Consumer Persona 2</i>	121
Gambar 4.39 <i>Brand Positioning Matrix</i>	126
Gambar 4.40 <i>Mind Map</i>	129
Gambar 4.41 <i>Alternatif Big Idea</i>	131
Gambar 4.42 <i>Moodboard Logo</i>	133
Gambar 4.43 <i>Moodboard Warna</i>	133
Gambar 4.44 <i>Moodboard Typography</i>	134
Gambar 4.45 <i>Moodboard Layout</i>	134
Gambar 4.46 <i>Sketsa Logo</i>	135
Gambar 4.47 <i>Digitalisasi Sketsa Logo</i>	135
Gambar 4.48 <i>Digitalisasi Pictorial Terpilih</i>	136
Gambar 4.49 <i>Proses Perancangan Pictorial</i>	136
Gambar 4.50 <i>Typeface Oduda</i>	137
Gambar 4.51 <i>Proses Perancangan Logotype 1</i>	138
Gambar 4.52 <i>Proses Perancangan Logotype 2</i>	138
Gambar 4.53 <i>Hasil Perancangan Logotype & Logogram</i>	139
Gambar 4.54 <i>Hasil Perancangan Lettermark Logo</i>	139
Gambar 4.55 <i>Finalisasi Perancangan Logogram</i>	140
Gambar 4.56 <i>Hasil Perancangan Logo Hiking Bocah</i>	140
Gambar 4.57 <i>Color Palette Hiking Bocah</i>	141
Gambar 4.58 <i>Supergrafis Primer Hiking Bocah</i>	142
Gambar 4.59 <i>Supergrafis Sekunder Hiking Bocah</i>	143
Gambar 4.60 <i>Typeface Hiking Bocah</i>	144
Gambar 4.61 <i>Fotografi Hiking Bocah Before Editing</i>	145
Gambar 4.62 <i>Hasil Editing Fotografi Hiking Bocah</i>	146
Gambar 4.63 <i>Perancangan Business Card Belakang</i>	147
Gambar 4.64 <i>Proses Perancangan Business Depan</i>	147
Gambar 4.65 <i>Perancangan Envelope Depan</i>	148
Gambar 4.66 <i>Perancangan Envelope Belakang</i>	148
Gambar 4.67 <i>Hasil Perancangan Envelope</i>	148
Gambar 4.68 <i>Perancangan Letterhead</i>	149
Gambar 4.69 <i>Perancangan Stamp</i>	150
Gambar 4.70 <i>Perancangan ID Card Belakang</i>	151
Gambar 4.71 <i>Perancangan ID Card Depan</i>	151
Gambar 4.72 <i>Perancangan Lanyard</i>	152
Gambar 4.73 <i>Perancangan Polo Shirt</i>	152
Gambar 4.74 <i>Perancangan Bucket Hat</i>	153
Gambar 4.75 <i>Perancangan Kaos Kaki</i>	154
Gambar 4.76 <i>Perancangan Desain Bus</i>	154
Gambar 4.77 <i>Perancangan Wristband</i>	155
Gambar 4.78 <i>Variasi Wristband</i>	156
Gambar 4.79 <i>Perancangan Instagram Post</i>	156

Gambar 4.80 Finalisasi <i>Instagram Post</i>	157
Gambar 4.81 Perancangan <i>Instagram Story</i>	158
Gambar 4.82 Finalisasi <i>Instagram Story</i>	158
Gambar 4.83 <i>Icon Hiking Bocah</i>	159
Gambar 4.84 Perancangan <i>Freestanding Directional Sign</i>	159
Gambar 4.85 Perancangan <i>Directional Sign</i>	160
Gambar 4.86 Perancangan <i>Identification Sign</i>	161
Gambar 4.87 Perancangan <i>Totebag</i>	162
Gambar 4.88 Perancangan <i>Sticker Mobil</i>	162
Gambar 4.89 Perancangan <i>Bandana</i>	163
Gambar 4.90 Perancangan <i>Button Pin</i>	164
Gambar 4.91 Perancangan <i>Kids T-shirt</i>	164
Gambar 4.92 Perancangan <i>Topi Baseball</i>	165
Gambar 4.93 Perancangan <i>Enamel Pin</i>	165
Gambar 4.94 Perancangan <i>Backpack</i>	166
Gambar 4.95 Perancangan <i>Cover Brand Guidelines</i>	167
Gambar 4.96 Perancangan <i>Template Brand Guidelines</i>	168
Gambar 4.97 Perancangan Bab 1 <i>Brand Guidelines</i>	168
Gambar 4.98 Perancangan Bab 2 <i>Brand Guidelines</i>	169
Gambar 4.99 Perancangan Bab 3 <i>Brand Guidelines</i>	169
Gambar 4.100 Perancangan Sub Bab <i>Stationery</i>	170
Gambar 4.101 Perancangan Sub Bab <i>Uniform</i>	170
Gambar 4.102 Perancangan Sub Bab <i>Vehicle</i>	171
Gambar 4.103 Perancangan Sub Bab <i>Advertising</i>	171
Gambar 4.104 Perancangan Sub Bab <i>Signage</i>	171
Gambar 4.105 Perancangan Sub Bab <i>Ephemera</i>	172
Gambar 4.106 Analisa <i>Pictorial Mark Hiking Bocah</i>	179
Gambar 4.107 Analisa <i>Wordmark Hiking Bocah</i>	180
Gambar 4.108 Proporsi <i>Primary Logo</i>	180
Gambar 4.109 Analisa <i>Color Palette Hiking Bocah</i>	181
Gambar 4.110 Analisa Supergrafis Primer 1	182
Gambar 4.111 Analisa Supergrafis Primer 2	182
Gambar 4.112 Analisa Supergrafis Sekunder	183
Gambar 4.112 Analisa Penerapan Supergrafis Sekunder	183
Gambar 4.113 <i>Mockup Business Card</i>	185
Gambar 4.114 <i>Mockup Envelope</i>	186
Gambar 4.115 <i>Mockup Letterhead</i>	187
Gambar 4.116 <i>Mockup Stamp</i>	188
Gambar 4.117 <i>Mockup ID Card</i>	189
Gambar 4.118 <i>Mockup Lanyard</i>	191
Gambar 4.119 <i>Mockup Polo Shirt</i>	191
Gambar 4.120 <i>Mockup Bucket Hat</i>	192

Gambar 4.121 <i>Mockup Kaos Kaki</i>	193
Gambar 4.122 <i>Mockup Mobil Bus</i>	194
Gambar 4.123 <i>Mockup Wristband</i>	194
Gambar 4.124 <i>Mockup Instagram Post</i>	195
Gambar 4.125 <i>Mockup Instagram Story</i>	197
Gambar 4.126 <i>Mockup Freestanding Directional Sign</i>	198
Gambar 4.127 <i>Mockup Directional Sign</i>	199
Gambar 4.128 <i>Mockup Identification Sign</i>	199
Gambar 4.129 <i>Mockup Totebag</i>	200
Gambar 4.130 <i>Mockup Sticker Mobil</i>	201
Gambar 4.131 <i>Mockup Bandana</i>	201
Gambar 4.132 <i>Mockup Button Pin</i>	202
Gambar 4.133 <i>Mockup Kids T-shirt</i>	202
Gambar 4.134 <i>Mockup Topi Baseball</i>	203
Gambar 4.135 <i>Mockup Enamel Pin</i>	203
Gambar 4.136 <i>Mockup Backpack</i>	204
Gambar 4.137 <i>Mockup Cover Brand Guidelines</i>	205
Gambar 4.138 <i>Mockup Bagian Isi 1 Brand Guidelines</i>	206
Gambar 4.139 <i>Mockup Bagian Isi 2 Brand Guidelines</i>	206



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Turnitin.....	xxvi
Lampiran B Form Bimbingan & Spesialis (Dosen Pembimbing 1)	xxxiii
Lampiran C Form Bimbingan & Spesialis (Dosen Pembimbing 2)	xxxv
Lampiran D <i>Non-Disclosure Agreement</i> Pendiri Hiking Bocah.....	xxxvii
Lampiran E <i>Non-Disclosure Agreement</i> Ahli Desain.....	xxxviii
Lampiran F <i>Non-Disclosure Agreement</i> Partisipan Hiking Bocah	xxxix
Lampiran G <i>Non-Disclosure Agreement</i> Partisipan Hiking Bocah	xl
Lampiran H Hasil Kuesioner	xli
Lampiran I Hasil Kuesioner Semantik Diferensial	xlvi
Lampiran J Dokumentasi Observasi Peran Serta	liii
Lampiran K Transkrip Wawancara dengan Pendiri Hiking Bocah	liv
Lampiran L Transkrip Wawancara dengan Ahli Desain.....	lxvii
Lampiran M Wawancara Deskriptif Dengan Partisipan 1 Hiking Bocah.....	lxxiii
Lampiran N Transkrip Wawancara Dengan Partisipan 2 Hiking Bocah	lxxiv
Lampiran O Transkrip Wawancara Dengan Partisipan 3 Hiking Bocah	lxxviii
Lampiran P Dokumentasi Bimbingan Tugas Akhir secara <i>Online</i>	lxxxi
Lampiran Q Dokumentasi Bimbingan Spesialis	lxxxii
Lampiran R Hasil Kuesioner <i>Beta Test</i>	lxxxiii

