

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL
VIVA COSMETICS**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Venny

00000059293

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

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL
VIVA COSMETICS**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Venny

00000059293

**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 : Venny
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059293
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL VIVA COSMETICS

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



(Venny)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL
VIVA COSMETICS

Oleh

Nama Lengkap : Venny
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059293
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

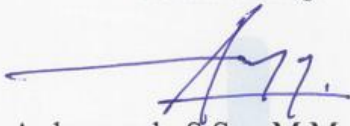
Telah diujikan pada hari Jumat, 3 Januari 2025

Pukul 13.00 s.d. 13.45 WIB dan dinyatakan

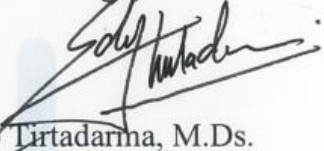
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

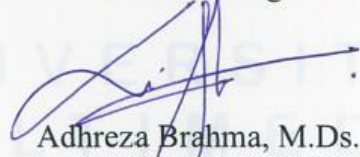
Ketua Sidang


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

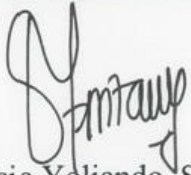
Penguji


Edo Tirtadarma, M.Ds.
0324128506/071279

Pembimbing


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/042750

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 : Venny
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059293
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN ULANG IDENTITAS
VISUAL VIVA COSMETICS

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

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Venny)

* 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 penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Atas rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir dengan judul Perancangan Ulang Identitas Visual Viva Cosmetics. Tugas akhir ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar S.Ds. pada program studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara.

Perancangan ini bertujuan untuk berupaya memperbarui citra merek Viva Cosmetics melalui perancangan ulang identitas visual. Sebagai *brand* kosmetik lokal yang telah merintis sejak lama, perancangan ini diharapkan dapat membantu Viva Cosmetics untuk lebih bisa beradaptasi dengan perubahan zaman yang semakin modern di tengah persaingan pasar kosmetik yang kompetitif.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu selama proses perancangan laporan Tugas Akhir ini.

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. Adhreza Brahma, M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Elisa Cindy, selaku *art director* yang telah bersedia diwawancara mengenai perancangan identitas visual untuk *brand* kecantikan.
6. Hanny Mustika, selaku *makeup artist* yang telah bersedia diwawancara seputar pengalaman dalam menggunakan produk Viva Cosmetics.
7. Sukma, dan Heni, selaku narasumber yang telah berbagi *insight* mengenai pengalaman dalam menggunakan produk Viva Cosmetics.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

9. Barto, Billy, Devin, Devina, Donny, Elle, Joyce, Naufal, dan Rasya, selaku teman seperbimbingan yang telah saling memberikan dukungan, semangat, dan berbagi ilmu sejak awal pengerjaan tugas akhir.
10. Teman-teman saya, Angelica, Cecilia, Ifeona, Stephany, Raynalda, dan Veronica, yang telah mendukung penulis selama proses pengerjaan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat sebagai bahan pembelajaran bagi pembaca untuk kedepannya. Selain itu, penulis juga berharap laporan ini dapat dijadikan referensi bagi pembaca yang sedang mengerjakan proyek dengan topik perancangan identitas visual.

Tangerang, 17 Desember 2024



(Venny)



PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

VIVA COSMETICS

(Venny)

ABSTRAK

Industri kosmetik di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dari tahun ke tahun, ditandai dengan jumlah perusahaan kosmetik yang terus meningkat. Di tengah perkembangan ini, Viva Cosmetics dikenal sebagai salah satu *brand* kosmetik lokal ternama di kalangan wanita Indonesia. Viva Cosmetics merupakan *brand* kosmetik lokal pertama dengan label “*Made in Indonesia*” yang menawarkan berbagai produk kecantikan untuk memenuhi kebutuhan kulit tropis wanita Indonesia. Akan tetapi, Viva Cosmetics belum pernah melakukan perubahan terhadap identitas visualnya sejak awal didirikan pada tahun 1962. Hal ini menyebabkan munculnya tantangan bagi Viva Cosmetics yang dianggap sebagai *brand* kosmetik yang hanya digunakan oleh generasi tua. Oleh karena itu, penulis melakukan perancangan ulang terhadap identitas visual Viva Cosmetics. Adapun metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini mencakup observasi, wawancara, dan kuesioner. Dalam perancangannya, digunakan teori perancangan identitas visual dalam buku “*Designing Brand Identity*” oleh Wheeler & Meyerson (2024). Hasil perancangan identitas visual yang dirancang diharapkan dapat membantu Viva Cosmetics untuk bisa lebih beradaptasi dengan perkembangan zaman yang semakin modern.

Kata kunci: Identitas Visual, Viva Cosmetics, Kosmetik, Perancangan Ulang

VISUAL IDENTITY REDESIGN

FOR VIVA COSMETICS

(Venny)

ABSTRACT (English)

The cosmetic industry in Indonesia has been growing significantly over the years, with more companies entering the market. Amidst this growth, Viva Cosmetics is known to be one of the well-known local cosmetic brands among Indonesian women. Viva Cosmetics is the first local cosmetic brand with the label “Made in Indonesia” which offers a variety of beauty products for tropical skin. However, Viva Cosmetic’s visual identity has not had any changes since it was first established in 1962. This leads to a problem where Viva Cosmetics is often perceived as a cosmetic brand only suitable for the older generations. Therefore, the author undertakes a visual identity redesign for Viva Cosmetics. The data collection method used in this research include observation, interviews, and questionnaires. This redesign process is guided by the theory of visual identity design outlined in Wheeler & Meyerson’s book “Designing Brand Identity” (2024). Through this visual identity redesign, the aim is to help Viva Cosmetics adapt and stay relevant in today’s modern trends.

Keywords: Visual Identity, Viva Cosmetics, Cosmetic, Redesign

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
DDAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Branding	4
2.1.1 Brand	4
2.2 Identitas Visual.....	9
2.2.1 Brandmark.....	10
2.2.2 Tipografi	15
2.2.3 Warna.....	23
2.2.4 Ilustrasi dalam Branding	30
2.2.5 Layout dan Grid	30
2.2.6 Fotografi.....	36
2.2.7 Collaterals.....	39
2.2.8 Graphic Standard Manual	39
2.3 Kosmetik	40

2.3.1 Kosmetik Perawatan Kulit (<i>Skincare</i>).....	40
2.3.2 Kosmetik Riasan (<i>Makeup</i>)	42
2.4 Penelitian yang Relevan.....	42
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	45
3.1 Subjek Perancangan	45
3.1.1 Demografis.....	45
3.1.2 Geografis	46
3.1.3 Psikografis.....	46
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	46
3.2.1 <i>Conducting Research</i>	47
3.2.2 <i>Clarifying Strategy</i>	47
3.2.3 <i>Designing Identity</i>	47
3.2.4 <i>Creating Touchpoints</i>	48
3.2.5 <i>Managing Assets</i>	48
3.2.6 <i>Testing</i>	48
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	48
3.3.1 Observasi.....	49
3.3.2 Wawancara	50
3.3.3 Kuesioner	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	56
4.1 Hasil Perancangan	56
4.1.1 <i>Conducting Research</i>	56
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i>	97
4.1.3 <i>Designing Identity</i>	105
4.1.4 <i>Creating Touchpoints</i>	119
4.1.5 <i>Managing Assets</i>	143
4.1.6 <i>Testing</i>	147
4.1.7 Kesimpulan Perancangan.....	147
4.2 Pembahasan Perancangan	148
4.2.1 Analisa <i>Beta Test</i>	148
4.2.2 Analisa Logo	153
4.2.3 Analisa Warna.....	155

4.2.4 Analisa Tipografi.....	156
4.2.5 Analisa Supergrafis.....	158
4.2.6 Analisa <i>Stationery</i>	160
4.2.7 Analisa <i>Uniform</i>	166
4.2.8 Analisa <i>Packaging</i>	168
4.2.9 Analisa <i>Advertising</i>	174
4.2.10 Analisa <i>Ephemera</i>	178
4.2.11 Analisa <i>Brand Guidelines</i>	181
4.2.12 Anggaran.....	184
BAB V PENUTUP	186
5.1 Simpulan	186
5.2 Saran	186
DAFTAR PUSTAKA	xix
LAMPIRAN	xxiii



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	43
Tabel 4.1 Informasi Responden	85
Tabel 4.2 Persepsi Responden terhadap Logo Viva Cosmetics.....	86
Tabel 4.3 Persepsi Responden terhadap Tampilan Kemasan Viva Cosmetics	87
Tabel 4.4 Persepsi Responden terhadap <i>Feeds</i> Instagram Viva Cosmetics.....	87
Tabel 4.5 Kesadaran dan Pengalaman Konsumen terhadap Viva Cosmetics.....	88
Tabel 4.6 <i>Brand Brief</i>	99
Tabel 4.7 <i>Brand Mantra</i>	103
Tabel 4.8 Persepsi Responden terhadap Hasil Identitas Visual Viva Cosmetics	148
Tabel 4.9 Persepsi Responden terhadap Implementasi Media Viva Cosmetics .	150
Tabel 4.10 Persepsi Responden terhadap <i>Graphic Standard Manual</i> Viva Cosmetics	152
Tabel 4.11 Anggaran.....	184



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 <i>Brand Ideals</i>	8
Gambar 2.3 <i>Wordmark</i>	10
Gambar 2.4 <i>Letterform</i>	10
Gambar 2.5 <i>Pictorial Mark</i>	11
Gambar 2.6 <i>Abstract Mark</i>	11
Gambar 2.7 <i>Emblem</i>	12
Gambar 2.8 <i>Dynamic Mark</i>	12
Gambar 2.9 <i>Fibonacci Spiral</i>	13
Gambar 2.10 <i>Golden Ratio</i>	13
Gambar 2.11 <i>Gridding</i>	14
Gambar 2.12 <i>Rule of Thirds</i>	14
Gambar 2.13 Anatomi Huruf <i>Arm, Stem, Terminal</i>	15
Gambar 2.14 Anatomi Huruf <i>Apex, Hairline, Fillet, Crossbar</i>	16
Gambar 2.15 Anatomi Huruf <i>Counter, Spur</i>	17
Gambar 2.16 Anatomi Huruf <i>Bowl, Ear, Link, Loop, Descender</i>	18
Gambar 2.17 Anatomi Huruf <i>Shoulder, Tail</i>	18
Gambar 2.18 Anatomi Huruf <i>Ascender, Leg</i>	19
Gambar 2.19 Anatomi Huruf <i>Spine</i>	19
Gambar 2.20 Anatomi Huruf <i>Eye</i>	19
Gambar 2.21 Anatomi Huruf <i>Tittle</i>	20
Gambar 2.22 Anatomi Huruf <i>Beak</i>	20
Gambar 2.23 <i>Typeface Old Style</i>	21
Gambar 2.24 <i>Typeface Transitional</i>	21
Gambar 2.25 <i>Typeface Modern</i>	21
Gambar 2.26 <i>Typeface Slab Serif</i>	22
Gambar 2.27 <i>Typeface Sans Serif</i>	22
Gambar 2.28 <i>Typeface Decorative</i>	22
Gambar 2.29 <i>Hue</i>	24
Gambar 2.30 <i>Value</i>	24
Gambar 2.31 <i>Saturation</i>	25
Gambar 2.32 <i>Additive Color</i>	26
Gambar 2.33 <i>Subtractive Color</i>	26
Gambar 2.34 <i>Complementary</i>	27
Gambar 2.35 <i>Split Complementary</i>	28
Gambar 2.36 <i>Double Complementary</i>	28
Gambar 2.37 <i>Analogous</i>	29
Gambar 2.38 <i>Triadic</i>	29
Gambar 2.39 <i>Monologous</i>	30
Gambar 2.40 <i>Komponen Grid</i>	31
Gambar 2.41 <i>Single-column Grid</i>	32

Gambar 2.42 <i>Two-column Grid</i>	33
Gambar 2.43 <i>Multi-column Grid</i>	33
Gambar 2.44 <i>Modular Grid</i>	34
Gambar 2.45 <i>Hierarchical Grid</i>	34
Gambar 2.45 <i>Depth of Field</i>	37
Gambar 2.46 <i>Selective Focus</i>	38
Gambar 3.1 Metode Perancangan	47
Gambar 4.1 Logo Viva Cosmetics.....	59
Gambar 4.2 Kemasan Produk Viva Cosmetics.....	60
Gambar 4.3 Kemasan Produk Viva Cosmetics.....	61
Gambar 4.4 Kemasan Produk Viva Cosmetics.....	62
Gambar 4.5 <i>Feeds</i> Instagram Viva Cosmetics.....	63
Gambar 4.6 Website Viva Cosmetics	65
Gambar 4.7 YouTube Viva Cosmetics	66
Gambar 4.8 <i>Goodie Bag</i> Viva Cosmetics	66
Gambar 4.9 Video YouTube <i>Beauty Vlogger</i>	67
Gambar 4.10 Video YouTube <i>Content Creator</i>	68
Gambar 4.11 Logo Wardah.....	69
Gambar 4.12 Kemasan Produk Wardah.....	70
Gambar 4.13 <i>Feeds</i> Instagram Wardah.....	71
Gambar 4.14 <i>Brand Ambassador</i> Wardah, Dewi Sandra	72
Gambar 4.15 Logo Azarine.....	73
Gambar 4.16 Logo <i>Wordmark</i> Azarine.....	73
Gambar 4.17 Kemasan Produk Azarine.....	74
Gambar 4.18 <i>Feeds</i> Instagram Azarine.....	75
Gambar 4.19 Logo Akun Instagram Azarine.....	76
Gambar 4.20 <i>Brand Ambassador</i> Azarine, Lee Min Ho.....	77
Gambar 4.21 Logo Mineral Botanica	78
Gambar 4.22 Kemasan Produk Mineral Botanica.....	79
Gambar 4.23 <i>Feeds</i> Instagram Mineral Botanica	80
Gambar 4.24 Kolaborasi Mineral Botanica X Andira Hadley.....	81
Gambar 4.25 <i>Brand Positioning Matrix</i>	82
Gambar 4.26 Logo The Body Shop	83
Gambar 4.27 Kemasan Produk The Body Shop	83
Gambar 4.28 Kemasan Produk <i>Gift Set</i> The Body Shop	84
Gambar 4.29 Wawancara dengan Pengguna 2 Viva Cosmetics	93
Gambar 4.30 Wawancara dengan Pengguna 3 Viva Cosmetics	94
Gambar 4.31 Wawancara dengan <i>Makeup Artist</i>	95
Gambar 4.32 Wawancara dengan <i>Art Director</i>	97
Gambar 4.33 <i>User Persona</i>	98
Gambar 4.34 <i>Mindmapping</i>	102
Gambar 4.35 Alternatif <i>Big Ideas</i>	104
Gambar 4.36 <i>Stylescapes</i>	105

Gambar 4.37 Sketsa Logo	107
Gambar 4.38 Digitalisasi Alternatif Logo.....	107
Gambar 4.39 Logo Terpilih	108
Gambar 4.40 Logo <i>Final</i>	108
Gambar 4.41 Filosofi Logo	109
Gambar 4.42 Warna	109
Gambar 4.43 Alternatif <i>Typeface</i>	111
Gambar 4.44 <i>Typeface</i>	111
Gambar 4.45 Stilasi Logo	112
Gambar 4.46 Supergrafis Primer.....	112
Gambar 4.47 Penggunaan Supergrafis Primer	113
Gambar 4.49 Supergrafis Sekunder	114
Gambar 4.49 Aturan Supergrafis Sekunder	115
Gambar 4.50 Perancangan <i>Iconography</i>	116
Gambar 4.51 <i>Iconography</i>	117
Gambar 4.52 <i>Imagery</i>	117
Gambar 4.53 Pengaturan <i>Imagery</i> 1.....	118
Gambar 4.54 Pengaturan <i>Imagery</i> 2.....	119
Gambar 4.55 Perancangan <i>Business Card</i>	120
Gambar 4.56 Desain <i>Business Card</i>	121
Gambar 4.57 Perancangan <i>Letterhead</i>	121
Gambar 4.58 Desain <i>Letterhead</i>	122
Gambar 4.59 Perancangan <i>Envelope</i>	122
Gambar 4.60 Desain <i>Envelope</i>	123
Gambar 4.61 Desain <i>Stamp</i>	123
Gambar 4.62 Perancangan <i>Email Signature</i>	124
Gambar 4.63 Desain <i>Email Signature</i>	125
Gambar 4.64 Perancangan <i>Polo Shirt</i>	125
Gambar 4.65 Perancangan <i>ID Card</i>	126
Gambar 4.66 Desain <i>ID Card</i>	127
Gambar 4.67 Perancangan <i>Lanyard</i>	127
Gambar 4.68 Perancangan <i>Packaging Milk Cleanser</i>	128
Gambar 4.69 Desain <i>Packaging Milk Cleanser</i>	129
Gambar 4.70 Desain <i>Packaging Milk Cleanser 2</i>	130
Gambar 4.71 Perancangan <i>Packaging Face Tonic</i>	130
Gambar 4.72 Desain <i>Packaging Face Tonic</i>	131
Gambar 4.73 Desain <i>Packaging Face Tonic 2</i>	132
Gambar 4.74 Perancangan <i>Primary Packaging Serum</i>	133
Gambar 4.75 Desain <i>Primary Packaging Serum</i>	133
Gambar 4.76 Desain <i>Primary Packaging Serum 2</i>	134
Gambar 4.77 Perancangan <i>Secondary Packaging Serum</i>	135
Gambar 4.78 Desain <i>Secondary Packaging Serum</i>	135
Gambar 4.79 Desain <i>Secondary Packaging Serum 2</i>	136

Gambar 4.80 Perancangan <i>Instagram Post</i>	137
Gambar 4.81 Desain <i>Instagram Post</i>	138
Gambar 4.82 Perancangan <i>Instagram Story Template</i>	138
Gambar 4.83 Desain <i>Instagram Story Template</i>	139
Gambar 4.84 Perancangan <i>Stickers</i>	140
Gambar 4.85 Desain <i>Compact Mirror & Stickers</i>	140
Gambar 4.86 Desain <i>Face Towel</i>	141
Gambar 4.87 Desain <i>Shopping Bag</i>	142
Gambar 4.88 Perancangan <i>Skincare Routine Planner</i>	142
Gambar 4.89 Desain <i>Travel Pouch</i>	143
Gambar 4.90 <i>Grid & Layout GSM</i>	144
Gambar 4.91 Halaman <i>Cover GSM</i>	144
Gambar 4.92 Halaman <i>Cover Bab GSM</i>	145
Gambar 4.93 Halaman <i>Brand Overview GSM</i>	145
Gambar 4.94 Halaman <i>Visual Identity GSM</i>	146
Gambar 4.95 Halaman <i>Applications GSM</i>	146
Gambar 4.96 Logo <i>Viva Cosmetics</i>	154
Gambar 4.97 Konfigurasi Logo <i>Viva Cosmetics</i>	155
Gambar 4.98 Warna	156
Gambar 4.99 Tipografi.....	157
Gambar 4.100 Penerapan Tipografi	158
Gambar 4.101 Stilasi Logo	159
Gambar 4.102 Supergrafis Primer dan Sekunder.....	159
Gambar 4.103 Penggunaan Supergrafis Pada Latar.....	160
Gambar 4.104 Desain <i>Business Card</i>	161
Gambar 4.105 <i>Mockup Business Card</i>	162
Gambar 4.106 Desain <i>Letterhead</i>	162
Gambar 4.107 <i>Mockup Letterhead</i>	163
Gambar 4.108 Desain <i>Envelope</i>	164
Gambar 4.109 <i>Mockup Envelope</i>	164
Gambar 4.110 <i>Mockup Stamp</i>	165
Gambar 4.111 <i>Mockup Email Signature</i>	166
Gambar 4.112 <i>Mockup Uniform</i>	166
Gambar 4.113 <i>ID Card</i>	167
Gambar 4.114 <i>Mockup ID Card & Lanyard</i>	168
Gambar 4.115 <i>Packaging Milk Cleanser</i>	169
Gambar 4.116 <i>Mockup Packaging Milk Cleanser</i>	170
Gambar 4.117 <i>Packaging Face Tonic</i>	170
Gambar 4.118 <i>Mockup Packaging Face Tonic</i>	171
Gambar 4.119 <i>Primary Packaging Serum</i>	172
Gambar 4.120 <i>Mockup Primary Packaging Serum</i>	173
Gambar 4.121 <i>Secondary Packaging Serum</i>	173
Gambar 4.122 <i>Mockup Secondary Packaging Serum</i>	174

Gambar 4.123 Variasi <i>Instagram Post</i>	174
Gambar 4.124 <i>Mockup Instagram Post</i>	175
Gambar 4.125 <i>Instagram Story Template</i> Keperluan <i>Repost</i>	176
Gambar 4.126 <i>Instagram Story Template</i> Keperluan Dokumentasi	177
Gambar 4.127 <i>Mockup Instagram Story Template</i>	177
Gambar 4.128 <i>Mockup Stickers Sheet</i>	178
Gambar 4.129 <i>Mockup Compact Mirror & Stickers</i>	179
Gambar 4.130 <i>Mockup Face Towel</i>	179
Gambar 4.131 <i>Mockup Shopping Bag</i>	180
Gambar 4.132 <i>Mockup Skincare Routine Planner</i>	181
Gambar 4.133 <i>Mockup Travel Pouch</i>	181
Gambar 4.134 <i>Cover GSM</i>	182
Gambar 4.135 <i>Halaman GSM</i>	182
Gambar 4.136 <i>Halaman Divider GSM</i>	183
Gambar 4.137 <i>Mockup GSM</i>	183



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin	xxiii
Lampiran B Form Bimbingan & Spesialis	xxviii
Lampiran C <i>Non-Disclosure Agreement</i> Pihak Viva Cosmetics	xxix
Lampiran D <i>Non-Disclosure Agreement</i> Pengguna 1 Viva Cosmetics	xxxi
Lampiran E <i>Non-Disclosure Agreement</i> Pengguna 2 Viva Cosmetics	xxxii
Lampiran F <i>Non-Disclosure Agreement Makeup Artist</i>	xxxiii
Lampiran G <i>Non-Disclosure Agreement Art Director</i>	xxxiv
Lampiran H <i>Consent Form</i>	xxxv
Lampiran I Hasil Kuesioner	xxxvi
Lampiran J Hasil Kuesioner <i>Beta Test</i>	xli
Lampiran K Transkrip Wawancara Deskriptif dengan Pihak Viva Cosmetics	xlvi
Lampiran L Transkrip Wawancara dengan Pengguna 1 Viva Cosmetics	li
Lampiran M Transkrip Wawancara dengan Pengguna 2 Viva Cosmetics	liv
Lampiran N Transkrip Wawancara dengan <i>Makeup Artist</i>	lvii
Lampiran O Transkrip Wawancara dengan <i>Art Director</i>	lxii
Lampiran P Dokumentasi Wawancara Deskriptif dengan Pihak Viva Cosmetics	lxix
Lampiran Q Dokumentasi Wawancara dengan Pengguna Viva Cosmetics	lxx
Lampiran R Dokumentasi Wawancara dengan <i>Makeup Artist</i>	lxxi
Lampiran S Dokumentasi Wawancara dengan <i>Art Director</i>	lxxii
Lampiran T Dokumentasi Bimbingan Spesialis	lxxiii
Lampiran U Dokumentasi Bimbingan <i>Online Week 9</i>	lxxiv
Lampiran V Dokumentasi Pemotretan Aset Fotografi	lxxv

