

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*

PRIMERA *DIGITAL PRINTING*



LAPORAN TUGAS AKHIR

Chelssy Djunfandi

00000063260

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*

PRIMERA *DIGITAL PRINTING*



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Chelssy Djunfandi

00000063260

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 : Chelssy Djunfandi
Nomor Induk Mahasiswa : 00000063260
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION* PRIMERA *DIGITAL PRINTING*

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, 4 Juni 2025



Chelssy Djunfandi

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*

PRIMERA *DIGITAL PRINTING*

Oleh

Nama Lengkap : Chelssy Djunfandi
Nomor Induk Mahasiswa : 00000063260
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

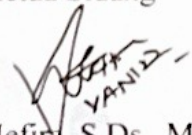
Telah diujikan pada hari Senin, 16 Juni 2025

Pukul 11.15 s.d. 12.00 WIB dan dinyatakan

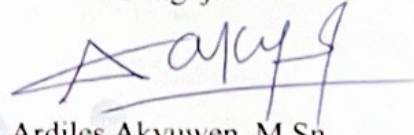
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Vania Hefira, S.Ds., M.M.
0317099801/ 100021

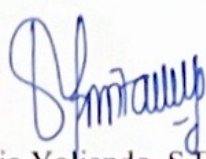
Penguji


Ardiles Akyuwen, M.Sn.
0323067804/ 067811

Pembimbing


Chara Susanti, M.Ds.
0313048703/ L00266

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 : Chelssy Djunfandi
Nomor Induk Mahasiswa : 00000063260
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2 (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN *BRAND*
REJUVENATION PRIMERA
*DIGITAL PRINTING***

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, 4 Juni 2025

Chelssy Djunfandi

* 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 penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir dengan judul "*Perancangan brand Rejuvenation Primera Digital Printing*". Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Program Studi Pendidikan Desain Komunikasi Visual Universitas *Multimedia Nusantara*.

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. Chara Susanti, M.Ds. selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, dan pengetahuannya dalam memberikan informasi yang sangat berharga bagi kelancaran proses penyusunan tugas akhir ini.

Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan inspirasi untuk penelitian selanjutnya. Terima kasih.

Tangerang, 4 Juni 2025

Chelssy Djunfandi

PERANCANGAN *BRAND REJUVENATION*

PRIMERA *DIGITAL PRINTING*

Chelssy Djunfandi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi *brand Rejuvenation* untuk Primera *Digital Printing* guna meningkatkan relevansi dan daya saing merek di pasar yang terus berkembang di Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur. Hal ini dikarenakan saat ini identitas visual di Primera *Digital Printing* mulai ketinggalan zaman dan tidak mencerminkan visi serta misi perusahaan yang mengedepankan inovasi dan profesionalisme. Selain itu inkonsistensi penggunaan elemen visual menyebabkan citra merek Primera *Digital Printing* lemah dan kurang menarik bagi generasi *Modern* saat ini. Berdasarkan hal tersebut diperlukan *brand Rejuvenation* untuk membuat identitas visual Primera *Digital Printing* dapat lebih mencerminkan nilai-nilai perusahaan dan dapat menarik minat konsumen generasi milenial dan Gen Z. Metode perancangan yang digunakan adalah *brand designing identity* oleh Alina Wheeler yang meliputi *conducting research*, *claryfying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints*, dan *managing assets*. Metode pengumpulan data menggunakan kuantitatif dan kualitatif. Hasil perancangan yang dilakukan yaitu berhasil melakukan pembuatan logo baru yang lebih modern dan relevan. Lalu terdapat GSM (*Guideline Standard Manual*) sebagai panduan konsisten penggunaan identitas merek dan media kolateral untuk mendukung citra merek yang lebih segar dan profesional. Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa implementasi strategi *brand rejuvenation* melalui pembaruan identitas visual dan media kolateral dapat membantu Primera *Digital Printing* memperkuat posisinya di pasar, meningkatkan daya tarik merek, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.

Kata kunci: *Brand Rejuvenation*, Logo, Citra Merek, Identitas *brand*

BRAND REJUVENATION DESIGN FOR PRIMERA DIGITAL PRINTING

Chelssy Djunfandi

ABSTRACT (English)

This research aims to Design a brand Rejuvenation strategy for Primera Digital Printing to increase the brand's relevance and competitiveness in the growing market in Kupang City, East Nusa Tenggara. This is because the current visual identity at Primera Digital Printing is outdated and does not reflect the company's vision and mission which prioritizes innovation and professionalism. In addition, the inconsistency in the use of visual elements causes Primera Digital Printing's brand image to be weak and less attractive to today's modern generation. Based on this, a brand rejuvenation is needed to make Primera Digital Printing's visual identity better reflect the company's values and attract millennial and Gen Z generation consumers. The design method used is designing brand identity by Alina Wheeler which includes conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, and managing assets. The data collection methods used in this study include both quantitative and qualitative approaches. The results of the design carried out were successful in creating a new logo that was more modern and relevant. Then there is a GSM (Guideline Standard Manual) as a consistent guide for the use of brand identity and collateral media to support a fresher and more professional brand image. The conclusion of this research is that the implementation of the brand rejuvenation strategy through the renewal of the visual identity and collateral media.

Keywords: Brand Rejuvenation, Logo, Brand Image, Brand Identity

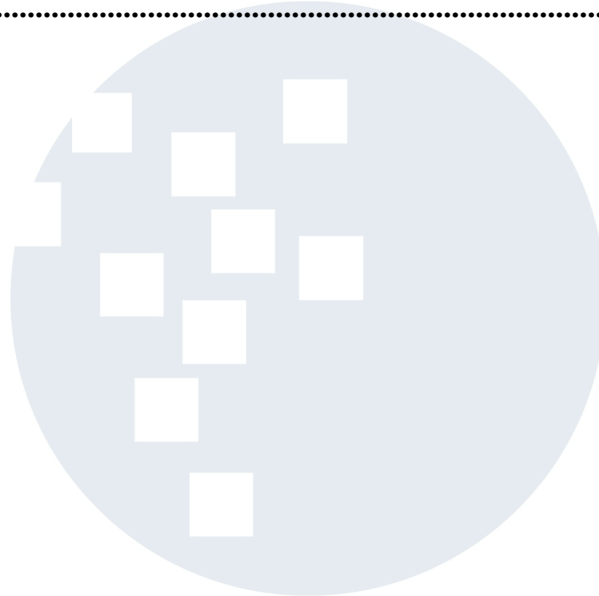
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT (English)</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir.....	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 <i>Brand Design</i>	4
2.1.1 <i>Branding</i>	4
2.1.2 <i>Brand Equity</i>	5
2.1.3 <i>Brand Strategy</i>	10
2.1.5 <i>Brand Culture</i>	12
2.1.6 <i>Brand Positioning</i>	13
2.1.7 <i>Brand Identity</i>	14
2.1.8 <i>Tagline</i>	30
2.1.9 <i>Brand Guideline</i>	31
2.1.10 <i>Brand Collateral</i>	33

2.2 Percetakan Digital	33
2.2.1 Pengertian Percetakan Digital.....	34
2.2.2 Kota Kupang	34
2.3 Penelitian yang Relevan	35
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	38
3.1 Subjek Perancangan.....	38
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan.....	39
3.2.1 <i>Conducting Research</i>	40
3.2.2 <i>Clarifying Strategy</i>	40
3.2.3 <i>Designing Identity</i>	41
3.2.4 <i>Creating Touchpoints</i>	41
3.2.5 <i>Managing Assets</i>	41
3.2.6 <i>Market Validation</i>	41
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	41
3.3.1 Observasi	42
3.3.2 Wawancara.....	42
3.3.3 Kuesioner.....	44
3.3.4 Studi Eksisting	48
3.3.5 Studi Referensi.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	49
4.1 Hasil Perancangan.....	49
4.1.1 <i>Conducting Research</i>	49
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i>	80
4.1.3 <i>Designing Identity</i>	84
4.1.4 <i>Creating Touchpoints</i>	102
4.1.5 <i>Managing Assets</i>	167
4.2 Pembahasan Perancangan	172
4.2.1 <i>Analisis Market Validation</i>	172
4.2.2 <i>Analisis Perancangan Logo</i>	186
4.2.3 <i>Analisis Touchpoints</i>	189
4.2.4 <i>Analisis Buku Panduan Identitas Grafis</i>	197

4.2.5 Anggaran	200
BAB V PENUTUP.....	203
5.1 Simpulan.....	203
5.2 Saran	204
DAFTAR PUSTAKA	xix
LAMPIRAN.....	xxiv



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	35
Tabel 4.1 SWOT Instaprint	60
Tabel 4.2 SWOT Snapy <i>Digital Printing</i>	62
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden	65
Tabel 4.4 Usia Responden	65
Tabel 4.5 Pengalaman Responden	66
Tabel 4.6 Jenis Layanan yang Digunakan Responden	67
Tabel 4.7 Identitas Logo Menggambarkan Perusahaan Percetakan	68
Tabel 4.8 Identitas Visual Menggambarkan Teknologi Modern	69
Tabel 4.9 Identitas Logo Mudah Diingat	70
Tabel 4.10 Identitas brand Terlihat Professional	71
Tabel 4.11 Media Informasi Primera <i>Digital Printing</i>	72
Tabel 4.12 Menggunakan Jasa Jika Identitas Visual Lebih Menarik	73
Tabel 4.13 Aspek Identitas Visual yang Perlu Diperbaiki	74
Tabel 4.14 Kebutuhan Memperbarui Identitas Visual	74
Tabel 4.15 Preferensi terhadap Identitas Visual yang <i>Modern & Up-to-date</i>	75
Tabel 4.16 Pengaruh Rekomendasi vs Identitas Visual	75
Tabel 4.17 Elemen Visual Paling Menarik	76
Tabel 4.18 Pengaruh Identitas Visual terhadap Keputusan	77
Tabel 4.19 Pentingnya Identitas Visual	77
Tabel 4.20 Apakah Anda familiar dengan Primera <i>Digital Printing</i> ?	78
Tabel 4.21 Seberapa Sering Anda Menggunakan Jasa <i>Digital Printing</i> ?	78
Tabel 4.22 Usia	79
Tabel 4.23 Jenis Kelamin	80
Tabel 4.24 Hasil kuesioner 1 - Desain Logo Mewakili Usaha Percetakan	173
Tabel 4.25 Hasil kuesioner 1 - Desain Logo Mewakili Usaha Percetakan	174
Tabel 4.26 Hasil kuesioner 3 - Desain Logo Terlihat <i>Friendly</i>	174
Tabel 4.27 Hasil kuesioner 4 - Desain Logo Mudah Diingat	175
Tabel 4.28 Hasil kuesioner 5 – Warna Logo Harmonis	175
Tabel 4.29 Hasil kuesioner 6 – Keterbacaan <i>Logotype</i>	176
Tabel 4.30 Hasil kuesioner 7 – Relevansi Toko Percetakan Digital	177
Tabel 4.31 Hasil kuesioner 8 – Media Sesuai dengan Target Audiens	177
Tabel 4.32 Pemilihan Warna Mencerminkan Identitas brand	178
Tabel 4.33 Hasil kuesioner 10 – Tata Letak Desain Menarik	179
Tabel 4.34 Hasil kuesioner 11 – Penggunaan <i>Whitespace</i> Efektif	179
Tabel 4.35 Hasil kuesioner 12 – Media Kolateral Profesional	180
Tabel 4.36 Hasil kuesioner 13 – Penerapan Elemen Pada Media Kolateral	180
Tabel 4.37 Hasil kuesioner 14 – Pemahaman GSM	181
Tabel 4.38 Hasil kuesioner 15 – GSM Menjelaskan Makna	182
Tabel 4.39 Hasil kuesioner 16 – GSM Konsisten	182
Tabel 4.40 Hasil kuesioner 17 – Panduan Warna GSM	183
Tabel 4.41 Hasil kuesioner 18 – Instruksi Penggunaan Logo pada GSM	183
Tabel 4.42 Hasil kuesioner 19 – Kelengkapan Konten GSM	184
Tabel 4.43 Hasil kuesioner 20 – Kelengkapan Panduan GSM	185

Tabel 4.44 Tabel Anggaran <i>Brand Rejuvenation</i>	200
---	-----



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Five Assets Model of Brand Equity</i>	6
Gambar 2.2 <i>The Brand Loyalty Pyramid</i>	8
Gambar 2.3 <i>The Awareness Pyramid</i>	9
Gambar 2.4 <i>Rebrand vs Refresh</i>	11
Gambar 2.5 <i>Turkish State Choir</i>	12
Gambar 2.6 <i>Brand Brief</i>	13
Gambar 2.7 <i>Wordmark Fedex</i>	14
Gambar 2.8 <i>Letterforms Unilever</i>	15
Gambar 2.9 <i>Pictorial Marks Apple</i>	15
Gambar 2.10 <i>Symbolic Marks Adidas</i>	16
Gambar 2.11 <i>Emblems Uniqlo</i>	16
Gambar 2.12 <i>Warna CMYK dan RGB</i>	17
Gambar 2.13 <i>Anatomi Tipografi</i>	19
Gambar 2.14 <i>Gouache on Paper</i>	20
Gambar 2.15 <i>Single-Column Grid</i>	21
Gambar 2.16 <i>Multicolumn Grid</i>	21
Gambar 2.17 <i>Modular Grid Layout</i>	22
Gambar 2.18 <i>Hierarchical Grid Layout</i>	22
Gambar 2.19 <i>Two-Column Grid</i>	23
Gambar 2.20 <i>Prinsip Proximity</i>	24
Gambar 2.21 <i>Prinsip Repetition</i>	25
Gambar 2.22 <i>Prinsip Emphasis</i>	26
Gambar 2.23 <i>Prinsip Contrast</i>	27
Gambar 2.24 <i>Prinsip Balance</i>	27
Gambar 2.25 <i>Prinsip Rhythm</i>	28
Gambar 2.26 <i>Sequence</i>	29
Gambar 2.27 <i>Prinsip Alignment</i>	29
Gambar 2.28 <i>Prinsip White Space</i>	30
Gambar 2.29 <i>Brand Guideline</i>	32
Gambar 2.30 <i>Brand Collateral</i>	33
Gambar 4.1 <i>Wawancara dengan Pemilik Primera Digital Printing</i>	50
Gambar 4.2 <i>Wawancara dengan Pelanggan Primera Digital Printing</i>	52
Gambar 4.3 <i>Toko Pusat Primera Digital Printing</i>	53
Gambar 4.4 <i>Toko Cabang Primera Digital Printing</i>	54
Gambar 4.5 <i>Dalam Toko Pusat Primera Digital Printing</i>	55
Gambar 4.6 <i>Dalam Toko Cabang Primera Digital Printing</i>	55
Gambar 4.7 <i>Instagram Primera Digital Printing</i>	56
Gambar 4.8 <i>Logo Tahun 2007</i>	57
Gambar 4.9 <i>Logo Tahun 2011 - Sekarang</i>	57
Gambar 4.10 <i>Toko Instaprint BSD</i>	58
Gambar 4.11 <i>Media Kolateral Instaprint</i>	59
Gambar 4.12 <i>Snappy Digital Printing Bekasi</i>	61
Gambar 4.13 <i>Castanea Print Shop</i>	63
Gambar 4.14 <i>Konsistensi Identitas Visual Gramedia Digital Printing</i>	64

Gambar 4.15 <i>Mind Map</i> Primera <i>Digital Printing</i>	81
Gambar 4.16 Alternatif <i>Big Idea</i>	83
Gambar 4.17 <i>Stylescape</i>	84
Gambar 4.18 <i>Moodboard</i>	85
Gambar 4.19 Referensi Bunga Flamboyan.....	86
Gambar 4.20 Sketsa Logo 1.....	86
Gambar 4.21 Sketsa Logo 2.....	87
Gambar 4.22 Sketsa Logo 3.....	88
Gambar 4.23 <i>Grid System</i> Logo.....	88
Gambar 4.24 Alternatif Logo.....	89
Gambar 4.25 <i>Grid System Logogram</i>	90
Gambar 4.26 Logo Primer Primera <i>Digital Printing</i>	91
Gambar 4.27 Referensi <i>Typography</i>	92
Gambar 4.28 Logo Sekunder Primera <i>Digital Printing</i>	92
Gambar 4.29 Logo Final Primera <i>Digital Printing</i>	93
Gambar 4.30 Konstruksi Logo.....	94
Gambar 4.31 Referensi Warna.....	95
Gambar 4.32 Palet Warna.....	95
Gambar 4.33 Tipografi Soleil.....	96
Gambar 4.34 Gambar Elemen Grafis.....	97
Gambar 4.35 Sketsa Supergrafis <i>Profesional</i>	98
Gambar 4.36 Sketsa Supergrafis <i>Discussion</i>	99
Gambar 4.37 Sketsa Supergrafis Inovasi.....	99
Gambar 4.38 Sketsa Grid Supergrafis.....	100
Gambar 4.39 Alternatif Supergrafis.....	100
Gambar 4.40 Supergrafis Final.....	101
Gambar 4.41 Corak Supergrafis.....	102
Gambar 4. 42 Referensi Kartu Nama.....	103
Gambar 4.43 Sketsa Kartu Nama.....	103
Gambar 4.44 <i>Grid Sytsem</i> Kartu Nama.....	104
Gambar 4.45 Alternatif Kartu Nama.....	104
Gambar 4.46 Digitalisasi Final Kartu Nama.....	105
Gambar 4.47 Referensi <i>ID Card</i>	106
Gambar 4.48 Sketsa <i>ID Card</i>	106
Gambar 4.49 <i>Grid System ID Card</i>	107
Gambar 4.50 Digitalisasi Final <i>ID Card</i>	107
Gambar 4.51 Referensi <i>Lanyard</i>	108
Gambar 4.52 Sketsa <i>Lanyard</i>	109
Gambar 4.53 <i>Grid & Digitalisasi Lanyard</i>	109
Gambar 4.54 Referensi Perancangan Buku.....	109
Gambar 4.55 Sketsa Buku.....	110
Gambar 4.56 <i>Grid & Digitalisasi Buku</i>	110
Gambar 4.57 Referensi CD.....	111
Gambar 4.58 Sketsa CD.....	112
Gambar 4.59 <i>Grid System & Digitalisasi Compact Disc</i>	113
Gambar 4.60 Referensi <i>Flashdisk</i>	113

Gambar 4.61 Sketsa <i>Flashdisk</i>	114
Gambar 4.62 Referensi <i>Mousepad</i>	115
Gambar 4.63 Sketsa <i>Mousepad</i>	115
Gambar 4.64 <i>Grid</i> & Digitalisasi <i>Mousepad</i>	116
Gambar 4.65 Referensi <i>Signage</i>	117
Gambar 4.66 Sketsa <i>Signage</i>	117
Gambar 4.67 Konstruksi <i>Grid Signage</i>	118
Gambar 4.68 Digitalisasi <i>Signage</i>	118
Gambar 4.69 Referensi <i>Website</i>	119
Gambar 4.70 Sketsa <i>Website</i>	119
Gambar 4.71 <i>Grid System Website</i>	120
Gambar 4.72 Alternatif <i>Desain Website</i>	121
Gambar 4.73 Digitalisasi <i>Homepage Website</i>	121
Gambar 4.74 Referensi <i>Instagram Feeds</i>	122
Gambar 4.75 Sketsa <i>Instagram Feeds</i>	123
Gambar 4.76 <i>Grid System Instagram Feeds</i>	123
Gambar 4.77 Alternatif <i>Instagram Feeds</i>	124
Gambar 4.78 Digitalisasi <i>Instagram Feeds</i>	125
Gambar 4.79 <i>Desain Highlight Instagram</i>	126
Gambar 4.80 Referensi <i>Seragam</i>	126
Gambar 4.81 Sketsa <i>Seragam</i>	127
Gambar 4.82 <i>Grid System Seragam</i>	127
Gambar 4.83 Alternatif <i>Seragam</i>	128
Gambar 4.84 Digitalisasi <i>Akhir Seragam</i>	128
Gambar 4.85 Referensi <i>Environments</i>	129
Gambar 4.86 Sketsa <i>Stiker Meja</i>	129
Gambar 4.87 <i>Grid System Stiker Meja</i>	130
Gambar 4.88 Alternatif <i>Stiker Meja</i>	130
Gambar 4.89 Digitalisasi <i>Final Stiker Meja</i>	131
Gambar 4.90 Referensi <i>Table Stand</i>	131
Gambar 4.91 Sketsa <i>Table Stand</i>	132
Gambar 4.92 <i>Grid System Table Stand</i>	132
Gambar 4.93 Referensi <i>Table Stand</i>	133
Gambar 4.94 Digitalisasi <i>Final Table Stand</i>	133
Gambar 4.95 Referensi <i>Packaging</i>	134
Gambar 4.96 Sketsa <i>Packaging</i>	135
Gambar 4.97 Alternatif <i>Packaging</i>	136
Gambar 4.98 <i>Grid System Packaging</i>	136
Gambar 4.99 Digitalisasi <i>Final Packaging</i>	137
Gambar 4.100 Referensi <i>POS</i>	138
Gambar 4.101 Sketsa <i>POS</i>	138
Gambar 4.102 <i>Grid System POS</i>	139
Gambar 4.103 Alternatif <i>POS</i>	139
Gambar 4.104 Digitalisasi <i>Final POS</i>	140
Gambar 4.105 <i>Label Pendukung POS</i>	141
Gambar 4.106 Referensi <i>Katalog Kertas</i>	141

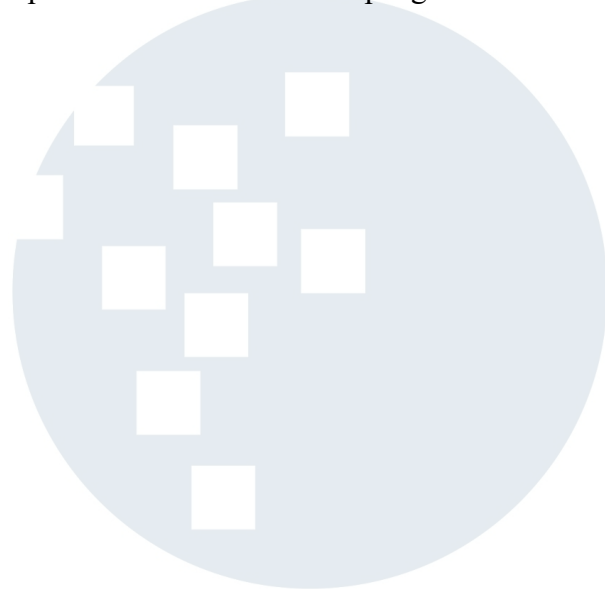
Gambar 4.107 Sketsa Katalog Kertas	142
Gambar 4.108 <i>Grid System</i> Katalog Kertas	142
Gambar 4.109 Alternatif Katalog Kertas	143
Gambar 4.110 Digitalisasi Final Katalog Kertas	143
Gambar 4.111 Sketsa Daftar Isi	144
Gambar 4.112 <i>Grid System</i> Daftar Isi	144
Gambar 4.113 Alternatif Daftar Isi	145
Gambar 4.114 Digitalisasi Final Daftar Isi	146
Gambar 4.115 Referensi <i>Sample Finishing</i>	147
Gambar 4.116 Sketsa <i>Sample Finishing</i>	147
Gambar 4.117 <i>Grid System Sample Finishing</i>	148
Gambar 4.118 Alternatif <i>Sample Finishing</i>	148
Gambar 4.119 Digitalisasi Final <i>Sample Finishing</i>	149
Gambar 4.120 Referensi <i>Hanging Mobile</i>	150
Gambar 4.121 Sketsa <i>Hanging Mobile</i>	150
Gambar 4.122 <i>Grid System Hanging Mobile</i>	151
Gambar 4.123 Alternatif <i>Hanging Mobile</i>	151
Gambar 4.124 Referensi Poster	152
Gambar 4.125 Sketsa Poster	153
Gambar 4.126 <i>Grid System</i> Poster	153
Gambar 4.127 Alternatif Poster	154
Gambar 4.128 Digitalisasi Final Poster	154
Gambar 4.129 Referensi <i>X-Banner</i>	155
Gambar 4.130 Sketsa <i>X-Banner</i>	155
Gambar 4.131 <i>Grid System X-Banner</i>	156
Gambar 4.132 Digitalisasi Final <i>X-Banner</i>	157
Gambar 4.133 Alternatif <i>X-Banner</i>	157
Gambar 4.134 Aset Ilustrasi <i>X-Banner</i>	158
Gambar 4.135 Aset Fotografi <i>X-Banner</i>	158
Gambar 4.136 Referensi <i>Totebag</i>	159
Gambar 4.137 Sketsa <i>Totebag</i>	160
Gambar 4.138 <i>Grid System Totebag</i>	160
Gambar 4.139 Alternatif <i>Totebag</i>	161
Gambar 4.140 Digitalisasi Final <i>Totebag</i>	161
Gambar 4.141 Referensi <i>Mug</i>	162
Gambar 4.142 Sketsa <i>Mug</i>	162
Gambar 4.143 <i>Grid System Mug</i>	163
Gambar 4.144 Alternatif <i>Mug</i>	163
Gambar 4.145 Digitalisasi Final <i>Mug</i>	164
Gambar 4.146 Referensi <i>Popsocket</i>	164
Gambar 4.147 Sketsa <i>Popsocket</i>	165
Gambar 4.148 <i>Grid System Popsocket</i>	165
Gambar 4.149 Digitalisasi Final <i>Popsocket</i>	166
Gambar 4.150 Referensi Gantungan Kunci	166
Gambar 4.151 Sketsa Gantungan Kunci	167
Gambar 4.152 Digitalisasi Final Gantungan Kunci	167

Gambar 4.153 Referensi GSM.....	168
Gambar 4.154 Sketsa GSM.....	169
Gambar 4.155 <i>Grid System</i> GSM.....	169
Gambar 4.156 Konten GSM	170
Gambar 4.157 Supergrafis Awal.....	170
Gambar 4.158 Supergrafis Final	171
Gambar 4.159 Logo Awal.....	171
Gambar 4.160 Logo Final	172
Gambar 4.161 Konstruksi Logo.....	188
Gambar 4.162 Logo Primer Primera <i>Digital Printing</i>	189
Gambar 4.163 <i>Clear Space</i> Logo.....	189
Gambar 4.164 Instagram <i>Feeds Design</i>	190
Gambar 4.165 <i>Mockup Desain Website</i>	191
Gambar 4.166 Stiker Meja	193
Gambar 4.167 Kartu Nama	194
Gambar 4.168 Buku <i>Sample Finishing</i>	195
Gambar 4.169 <i>Merchandise</i>	196
Gambar 4.170 Buku <i>Graphic Standard Manual</i>	197
Gambar 4.171 GSM halaman 7 - 8	197
Gambar 4.172 GSM halaman 2-3	198



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xxiv
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis.....	xxxii
Lampiran Hasil Kuisisioner Bab 4.....	xxxiv
Lampiran Hasil Kuisisioner Market Validation.....	xliv
Lampiran Transkrip Wawancara Pemilik Primera <i>Digital Printing</i>	liii
Lampiran Transkrip Wawancara Audiens Kupang.....	lxii



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA