

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL
KOMUNITAS LINGKUNGAN BUMANTARA TEAM**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Jessica Marella

00000067878

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL
KOMUNITAS LINGKUNGAN BUMANTARA TEAM**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Jessica Marella

00000067878

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Jessica Marella
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067878
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 KOMUNITAS LINGKUNGAN BUMANTARA TEAM

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 Desember 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Jessica Marella

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Jessica Marella

NIM : 00000067878

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul Laporan : Perancangan Ulang Identitas Visual Komunitas Lingkungan
Bumantara Team

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan ~~Tugas/Project~~/Tugas Akhir*(coret salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☒ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Saya mengakui bahwa saya telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 16 Desember 2025

Yang Menyatakan,



Jessica Marella

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL
KOMUNITAS LINGKUNGAN BUMANTARA TEAM

Oleh

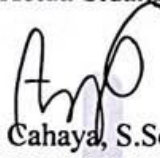
Nama Lengkap : Jessica Marella
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067878
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 6 Januari 2026
Pukul 09.45 s.d. 10.30 WIB dan dinyatakan

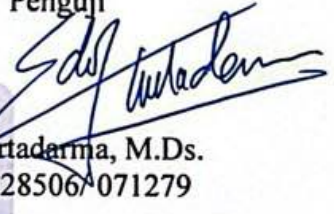
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Dr. Ratna Cahaya, S.Sos., M.Ds.
0324087506/ 023899

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 : Jessica Marella
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067878
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN ULANG IDENTITAS
VISUAL KOMUNITAS LINGKUNGAN
BUMANTARA TEAM

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 Desember 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Jessica Marella

* 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 kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas seluruh rahmat dan karunia-Nya yang telah menyertai penulis dalam menyusun tugas akhir berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Komunitas Lingkungan Bumantara Team” dengan baik. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain di Universitas Multimedia Nusantara.

Adanya ketidakseimbangan antara pemakaian dan pembuangan sampah telah menjadi keresahan yang memicu terbentuknya komunitas lingkungan Bumantara Team dengan visi untuk menjaga lingkungan. Tugas akhir ini menyoroti permasalahan rendahnya kepercayaan masyarakat yang dialami oleh Bumantara Team yang berdampak pada sulitnya menambah jumlah anggota atau *volunteer* sehingga dapat komunitas menjadi stagnan. Maka dibutuhkannya *brand image* yang kuat agar Bumantara bisa dilihat sebagai komunitas lingkungan yang terpercaya. Dengan fokus perancangan kepada perancangan ulang identitas visual, diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat, menghindari terjadinya mispersepsi, dan memperkuat eksistensinya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis sangat menghargai adanya kritik dan saran dari pihak lainnya. Di sini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam memberikan dukungan serta kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan 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. Ali Ridho Pane, sebagai salah satu *founder* komunitas lingkungan Bumantara Team yang sudah memberikan izin, dukungan, dan memberi informasi yang lebih dalam terkait Bumantara Team.
6. Fadhlán Minallah, sebagai narasumber yang telah membagikan pengalaman dan wawasan yang mendalam sebagai seorang *Visual Identity Designer* yang berasal dari Medan.
7. Adam Mulyadi, sebagai narasumber yang telah membagikan informasi mendalam terutama dalam pengalamannya terjun sebagai seorang ahli *Brand Strategist*.
8. Rachel, Selena, Jenna, Mendy, Shannon, Frickson, dan Felicia yang telah menyediakan waktu untuk terlibat dalam proses *Forum Group Discussion* atau proses *Market Validation*.
9. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan di bidang Desain Komunikasi Visual, serta memberikan inspirasi dan pemahaman yang lebih dalam terkait perancangan ulang identitas visual, khususnya bagi pihak yang berminat dalam mengembangkan karya serupa.

Tangerang, 16 Desember 2025



Jessica Marella

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL KOMUNITAS LINGKUNGAN BUMANTARA TEAM

(Jessica Marella)

ABSTRAK

Meningkatnya jumlah sampah dan rendahnya tingkat kesadaran masyarakat akan kebersihan lingkungan telah mendorong terbentuknya komunitas lingkungan Bumantara Team sejak Januari 2023. Komunitas ini sudah menjalankan aksinya di Kota Medan dan sekitarnya, serta mulai melebarkan sayap ke daerah lainnya, seperti yang sudah diungkapkan oleh Ali Ridho Pane selaku salah satu *founder* Bumantara Team pada pra-wawancara. Namun Bumantara menghadapi kendala dalam membangun kepercayaan dan menarik minat masyarakat untuk bergabung, yang berpotensi menyebabkan stagnasi dan mengancam eksistensinya. Permasalahan ini disebabkan oleh lemahnya dan inkonsistensi penerapan identitas visual yang memengaruhi *brand image* Bumantara. Hal ini diperkuat dengan hasil pra-kuesioner yang menunjukkan bahwa 9 dari 10 responden menilai identitas Bumantara Team kurang merepresentasikan citranya sebagai komunitas lingkungan, namun lebih menyerupai komunitas *band*. Berdasarkan kondisi tersebut maka dilakukan penelitian untuk merancang ulang identitas visual komunitas lingkungan untuk membangun *brand image* Bumantara Team sebagai komunitas lingkungan yang terpercaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan *The Branding Process* dalam buku *Designing Brand Identity* oleh Alina Wheeler & Rob Meyerson. Melalui metode observasi, wawancara, dan *Focus Group Discussion* (FGD), kuesioner, studi eksisting, dan studi referensi, perancangan ini diupayakan untuk menciptakan identitas visual yang lebih representatif, konsisten, dan menguatkan eksistensinya di tengah masyarakat.

Kata kunci: Identitas Visual, Komunitas Lingkungan, Bumantara Team

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

REDESIGNING THE VISUAL IDENTITY OF THE BUMANTARA TEAM ENVIRONMENTAL COMMUNITY

(Jessica Marella)

ABSTRACT (English)

*The increasing volume of waste and low level of public awareness regarding environmental cleanliness prompted the formation of the Bumantara Team environmental community in January 2023. The community has carried out activities in Medan and its surrounding areas, and has begun expanding to other regions. However, Bumantara faces challenges in building public trust and attracting new members, which may lead to stagnation and threaten its long-term existence. These challenges stem from the weak and inconsistent application of its visual identity, which negatively impacts its brand image. This is supported by pre-questionnaire results showing that 9 out of 10 respondents perceived Bumantara's identity as more representative of a music band than an environmental community. In response to this issue, this research aims to redesign the visual identity of the Bumantara Team in order to establish a stronger, more trustworthy brand image as an environmental community. The study adopts The Branding Process approach outlined in the book *Designing Brand Identity* by Alina Wheeler and Rob Meyerson, using methods such as observation, interviews, Focus Group Discussions (FGDs), questionnaires, existing studies, and reference studies, this design project seeks to create a more consistent and representative visual identity that strengthens Bumantara Team's presence and credibility within the community.*

Keywords: *Visual Identity, Environment Community, Bumantara Team*

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 PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 <i>Brand</i>	5
2.1.1 <i>Branding</i>	5
2.1.2 <i>Rebranding</i>	7
2.1.3 <i>Brand Strategy</i>	8
2.1.4 <i>Brand Mantra</i>	8
2.1.5 <i>Brand Value</i>	9
2.1.6 <i>Brand Equity</i>	11
2.1.7 <i>Brand Audit</i>	12
2.1.8 <i>Brand Positioning</i>	12
2.1.9 <i>Brand Statement</i>	14
2.1.10 <i>Brand Identity</i>	14
2.1.11 <i>Graphic Standard Manual</i>	26

2.1.12 <i>Collateral</i>	26
2.2 <i>Visual Communication Design</i>	28
2.2.1 <i>Color</i>	28
2.2.2 <i>Typography</i>	32
2.2.3 <i>Layout and Grid</i>	37
2.3 <i>Komunitas</i>	43
2.3.1 <i>Karakteristik Komunitas</i>	44
2.3.2 <i>Sense of Community</i>	46
2.3.3 <i>Strategi Komunikasi Komunitas</i>	46
2.4 <i>Lingkungan</i>	48
2.4.1 <i>Kebersihan Lingkungan</i>	48
2.4.2 <i>Sampah</i>	49
2.5 <i>Penelitian yang Relevan</i>	52
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	56
3.1 <i>Subjek Perancangan</i>	56
3.1.1 <i>Subjek Primer</i>	56
3.1.2 <i>Subjek Sekunder</i>	57
3.2 <i>Metode dan Prosedur Perancangan</i>	58
3.2.1 <i>Conducting Research</i>	59
3.2.2 <i>Clarifying Strategy</i>	60
3.2.3 <i>Designing Identity</i>	60
3.2.4 <i>Creating Touchpoints</i>	60
3.2.5 <i>Managing Assets</i>	60
3.2.6 <i>Market Validation</i>	61
3.3 <i>Teknik dan Prosedur Perancangan</i>	61
3.3.1 <i>Observasi</i>	61
3.3.2 <i>Wawancara</i>	63
3.3.3 <i>Kuesioner</i>	69
3.3.4 <i>Focus Group Discussion</i>	74
3.3.5 <i>Studi Eksisting</i>	76
3.3.6 <i>Studi Referensi</i>	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	78

4.1 Hasil Perancangan	78
4.1.1 <i>Conducting Research</i>	78
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i>	136
4.1.3 <i>Designing Identity</i>	156
4.1.4 <i>Creating Touchpoints</i>.....	186
4.1.5 <i>Managing Assets</i>	221
4.1.6 <i>Market Validation</i>	227
4.1.7 <i>Kesimpulan Perancangan</i>.....	230
4.2 Analisis Perancangan.....	232
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	232
4.2.2 Analisis <i>Logo</i>.....	241
4.2.3 Analisis <i>Supergrafis</i>	245
4.2.4 Analisis <i>Icon</i>.....	249
4.2.5 Analisis <i>Maskot</i>	250
4.2.6 Analisis <i>Collateral Media</i>	252
4.2.7 Analisis <i>Brand Identity Guidelines</i>	280
4.2.8 <i>Anggaran</i>.....	284
4.2.9 <i>Kesimpulan Analisis Perancangan</i>	288
BAB V PENUTUP.....	290
5.1 Kesimpulan	290
5.2 Saran.....	292
DAFTAR PUSTAKA	294
LAMPIRAN.....	xxii

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	52
Tabel 4.1 Data Profil Responden	97
Tabel 4.2 Pengalaman dan Motivasi Terhadap kegiatan <i>Volunteer</i>	98
Tabel 4.3 Kebiasaan Dalam Menggunakan Media Sosial	100
Tabel 4.4 Pengetahuan Seputar Bumantara Team	102
Tabel 4.5 Identitas dan Logo Bumantara Team.....	103
Tabel 4.6 Penilaian Audiens Terhadap Identitas Komunitas Lingkungan.....	105
Tabel 4.7 Media Sosial Bumantara Team.....	106
Tabel 4.8 <i>Brand Brief</i> Bumantara Team.....	140
Tabel 4.9 <i>Brand Mantra</i> Bumantara Team.....	147
Tabel 4.10 <i>Keywords Visual</i> 1	157
Tabel 4.11 <i>Keywords Visual</i> 2	158
Tabel 4.12 Anggaran Jasa Desain	284
Tabel 4.13 Anggaran Produksi Media	285



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh <i>Digital Branding</i> Indonesia Kaya.....	6
Gambar 2.2 Contoh <i>Cause Branding</i> Patagonia	7
Gambar 2.3 Contoh <i>Rebranding</i> UNICEF	7
Gambar 2.4 Contoh <i>Brand Mantra</i>	9
Gambar 2.5 <i>Brand Value Chain</i>	10
Gambar 2.6 <i>Brand Audit</i>	12
Gambar 2.7 Contoh <i>Wordmark</i> Greenpeace	15
Gambar 2.8 Contoh <i>Letterform Mark</i> Water Aid.....	16
Gambar 2.9 Contoh <i>Pictorial Mark</i> Smithsonian	16
Gambar 2.10 Contoh <i>Abstract Mark</i> World Resource Institute.....	17
Gambar 2.11 Contoh <i>Emblem</i> Rainforest Allies.....	17
Gambar 2.12 Contoh <i>Tagline</i>	18
Gambar 2.13 Contoh <i>Character</i> Gecko pada Geico	19
Gambar 2.14 Contoh <i>Icon</i>	20
Gambar 2.15 Contoh <i>Supergrafis</i>	21
Gambar 2.16 Contoh Implementasi <i>Supergrafis</i>	22
Gambar 2.17 <i>Image Size</i>	23
Gambar 2.18 <i>Image Composition</i>	23
Gambar 2.19 <i>Color Editing</i>	24
Gambar 2.20 <i>Light and Contrast</i>	24
Gambar 2.21 <i>Image Manipulation</i>	25
Gambar 2.22 <i>Image Contexts</i>	25
Gambar 2.23 Contoh <i>Graphic Standard Manual</i>	26
Gambar 2.24 Contoh <i>Brand Collateral</i>	27
Gambar 2.25 Contoh Implementasi Warna dalam SDGs	28
Gambar 2.26 <i>Color Wheel</i>	29
Gambar 2.27 <i>Monochromatic</i>	29
Gambar 2.28 <i>Analogous</i>	30
Gambar 2.29 <i>Complementary</i>	30
Gambar 2.30 <i>Split Complementary</i>	30
Gambar 2.31 <i>Triadic</i>	31
Gambar 2.32 <i>Tetradic</i>	31
Gambar 2.33 Contoh <i>Cool Colors</i> dalam <i>Brand</i>	32
Gambar 2.34 Contoh <i>Warm Colors</i> dalam <i>Brand</i>	32
Gambar 2.35 Contoh Penerapan Tipografi pada <i>Brand</i>	33
Gambar 2.36 Contoh <i>Leading</i> dan <i>Kerning</i>	33
Gambar 2.37 Contoh <i>Character Sets</i>	34
Gambar 2.38 Contoh <i>Weight</i>	34
Gambar 2.39 Contoh <i>Width</i>	34
Gambar 2.40 Contoh Perbedaan <i>Serif</i> dan <i>Sans Serif</i>	35

Gambar 2.41 Contoh <i>Hierarchy</i> dalam <i>Size</i>	35
Gambar 2.42 <i>Anatomy of Typography</i>	36
Gambar 2.43 Contoh <i>Type Classifications</i>	36
Gambar 2.44 Contoh Implementasi <i>Layout</i> dan <i>Grid Poster</i>	38
Gambar 2.45 Contoh Implementasi Prinsip <i>Layout</i> pada Buku.....	38
Gambar 2.46 <i>Grid Anatomy</i>	40
Gambar 2.47 <i>Single Column Grid</i>	41
Gambar 2.48 <i>Two Column Grid</i>	42
Gambar 2.49 <i>Multi Column Grid</i>	42
Gambar 2.50 <i>Modular Grids</i>	43
Gambar 2.51 <i>Hierarchical Grids</i>	43
Gambar 2.52 Contoh Komunitas UNICEF	44
Gambar 2.53 Contoh Sampah Organik	49
Gambar 2.54 Contoh Sampah Anorganik	50
Gambar 2.55 Contoh Sampah Residu	50
Gambar 2.56 Contoh Sampah B3.....	51
Gambar 4.1 Personil Bumantara Team	79
Gambar 4.2 Ruang Kumpul Kantor Bumantara Team.....	79
Gambar 4.3 Tampak Depan Kantor Bumantara Team.....	80
Gambar 4.4 <i>Merchandise Tumbler</i> Bumantara Team.....	80
Gambar 4.5 <i>Merchandise Kaos</i> Bumantara Team	81
Gambar 4.6 Kondisi Lingkungan Sekitar Medan	81
Gambar 4.7 Aksi Bersih-bersih di <i>Sport Center</i> Medan	82
Gambar 4.8 Mobil Bumantara Team	82
Gambar 4.9 Persiapan Bumantara Team.....	83
Gambar 4.10 Kondisi Lingkungan Medan <i>Sport Center</i>	83
Gambar 4.11 Aksi Membersihkan Bersama Bumantara Team.....	84
Gambar 4.12 Penulis Bersama Tim Bumantara	84
Gambar 4.13 Instagram Bumantara Team	85
Gambar 4.14 TikTok Bumantara Team	86
Gambar 4.15 Wawancara bersama Ali Ridho Pane	88
Gambar 4.16 Wawancara bersama Fadhlhan Minallah	91
Gambar 4.17 Wawancara bersama Adam Mulyadi	93
Gambar 4.18 <i>Forum Group Discussion</i> Bersama Audiens.....	109
Gambar 4.19 Proses Penilaian dan Diskusi dalam <i>Forum Group Discussion</i>	110
Gambar 4.20 Logo Bumantara Terdahulu	112
Gambar 4.21 Logo Bumantara Team Terkini	113
Gambar 4.22 Tampilan Konten Instagram Bumantara Team	113
Gambar 4.23 Tampilan <i>Bio</i> dan <i>Highlights</i> Instagram Bumantara Team.....	114
Gambar 4.24 Tampilan Konten TikTok Bumantara Team	115
Gambar 4.25 Tampilan YouTube Bumantara Team.....	115
Gambar 4.26 Logo Pandawara Group.....	116
Gambar 4.27 Tampilan Konten Instagram Pandawara Group	117

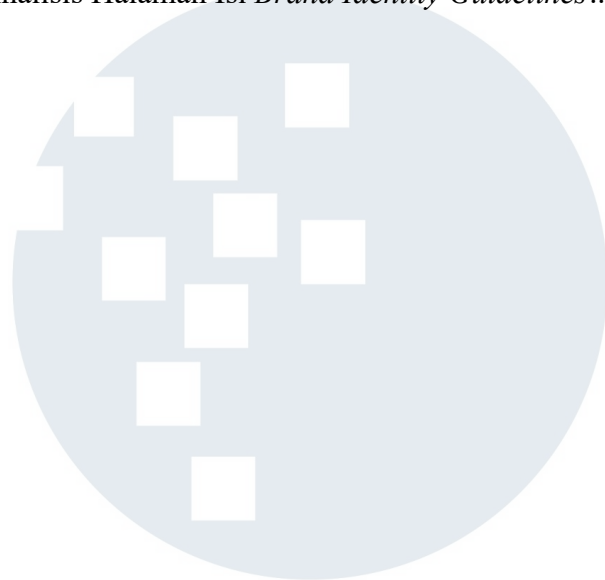
Gambar 4.28 Tampilan <i>Bio</i> dan <i>Highlights</i> Instagram Pandawara Group.....	117
Gambar 4.29 Tampilan Konten TikTok Pandawara Group	118
Gambar 4.30 Tampilan YouTube Pandawara Group.....	118
Gambar 4.31 Tampilan <i>Website</i> Pandawara Group	119
Gambar 4.32 Logo The Ocean Cleanup.....	120
Gambar 4.33 Tampilan Konten Instagram The Ocean Cleanup	120
Gambar 4.34 Tampilan <i>Bio</i> dan <i>Highlights</i> Instagram The Ocean Cleanup.....	121
Gambar 4.35 Tampilan Konten TikTok The Ocean Cleanup	121
Gambar 4.36 Tampilan YouTube The Ocean Cleanup.....	122
Gambar 4.37 Tampilan <i>Website</i> The Ocean Cleanup	122
Gambar 4.38 Logo Surfrider Foundation.....	124
Gambar 4.39 <i>Color Palette</i> Surfrider	125
Gambar 4.40 Tampilan Konten Instagram Surfrider	125
Gambar 4.41 Tampilan Konten TikTok Surfrider	126
Gambar 4.42 Tampilan Konten YouTube Surfrider	127
Gambar 4.43 Atribut Komunitas Surfrider	127
Gambar 4.44 <i>Brand Activation</i> Surfrider	128
Gambar 4.45 Tampilan <i>Website</i> Surfrider	129
Gambar 4.46 <i>Merchandise</i> Surfrider.....	129
Gambar 4.47 <i>Brand Guidelines</i> Surfrider	130
Gambar 4.48 Logo Zero Waste Estonia	131
Gambar 4.49 Supergrafis Zero Waste Estonia	132
Gambar 4.50 Tampilan Konten Instagram ZWEE.....	132
Gambar 4.51 Tampilan <i>Website</i> ZWEE.....	133
Gambar 4.52 Implementasi Media Cetak ZWEE	133
Gambar 4.53 <i>Brand Board</i> ZWEE.....	134
Gambar 4.54 <i>Mind Map</i> Data.....	137
Gambar 4.55 Target Persona Primer.....	138
Gambar 4.56 Target Persona Sekunder.....	139
Gambar 4.57 <i>Perceptual Mapping</i>	151
Gambar 4.58 <i>Mind Map</i> Visual 1.....	156
Gambar 4.59 <i>Mind Map</i> Visual 2.....	158
Gambar 4.60 Alternatif <i>Big Ideas</i>	159
Gambar 4.61 <i>Stylescape</i>	163
Gambar 4.62 Referensi Logo	164
Gambar 4.63 Referensi Supergrafis	164
Gambar 4.64 Referensi <i>Icon</i>	165
Gambar 4.65 Referensi Maskot.....	165
Gambar 4.66 Sketsa Alternatif Logo	166
Gambar 4.67 Eksplorasi Sketsa Logo Terpilih	167
Gambar 4.68 Eksplorasi Digitalisasi <i>Logogram</i>	167
Gambar 4.69 Finalisasi <i>Logogram</i> Terpilih	168
Gambar 4.70 Eksplorasi Digitalisasi <i>Logotype</i>	168

Gambar 4.71 Finalisasi <i>Logotype</i> Terpilih.....	168
Gambar 4.72 Revisi Logo	169
Gambar 4.73 Logo Final	170
Gambar 4.74 Filosofi <i>Logogram</i>	170
Gambar 4.75 Filosofi <i>Logotype</i>	171
Gambar 4.76 Konfigurasi Logo	172
Gambar 4.77 Warna Primer	173
Gambar 4.78 Warna Sekunder	174
Gambar 4.79 <i>Typography</i>	174
Gambar 4.80 <i>Headline Typography</i>	175
Gambar 4.81 <i>Sub Headline dan Body Text Typography</i>	175
Gambar 4.82 <i>Quotes Typography</i>	175
Gambar 4.83 Bentuk Dasar Supergrafis.....	176
Gambar 4.84 Elemen Supergrafis	176
Gambar 4.85 Pengaturan Sistem Supergrafis.....	178
Gambar 4.86 Contoh Susunan Final Supergrafis	178
Gambar 4.87 Proses Perancangan <i>Icon</i>	179
Gambar 4.88 Proses Pembuatan Sembilan <i>Icon</i>	179
Gambar 4.89 Hasil Final <i>Icon</i>	180
Gambar 4.90 Perubahan Hewan Maskot.....	180
Gambar 4.91 Proses Perancangan Maskot	181
Gambar 4.92 Perancangan Ekspresi Maskot.....	182
Gambar 4.93 Hasil <i>Final Editing</i> Foto.....	183
Gambar 4.94 <i>Color Mode</i> pada Foto.....	184
Gambar 4.95 Perancangan <i>Business Card</i> Tampak Depan.....	186
Gambar 4.96 Perancangan <i>Business Card</i> Tampak Belakang	187
Gambar 4.97 Perancangan <i>Letter Head</i>	188
Gambar 4.98 Perancangan <i>Envelope</i> Tampak Depan	189
Gambar 4.99 Perancangan <i>Envelope</i> Tampak Belakang	189
Gambar 4.100 Perancangan <i>Sticky Notes</i>	190
Gambar 4.101 Perancangan <i>Notepad</i> Tampak Depan	190
Gambar 4.102 Perancangan <i>Notepad</i> Tampak Belakang.....	191
Gambar 4.103 Perancangan <i>Stamp</i>	192
Gambar 4.104 Desain <i>Stamp</i>	192
Gambar 4.105 Perancangan <i>Tactical Vest</i>	193
Gambar 4.106 Perancangan <i>Polo Shirt</i>	195
Gambar 4.107 Perancangan <i>Wader</i>	196
Gambar 4.108 Perancangan <i>Buff Mask</i>	197
Gambar 4.109 Perancangan <i>Armband</i>	197
Gambar 4.110 Varian Warna <i>Armband</i>	198
Gambar 4.111 Perancangan <i>Cover Cleanup Guidebook</i>	198
Gambar 4.112 Perancangan Isi <i>Cleanup Guidebook</i>	199
Gambar 4.113 Perancangan <i>ID Card</i> Tampak Depan	200

Gambar 4.114 Perancangan <i>ID Card</i> Tampak Belakang.....	201
Gambar 4.115 Perancangan <i>Lanyard</i>	202
Gambar 4.116 Perancangan <i>Template Feeds Open Volunteer</i>	203
Gambar 4.117 Perancangan <i>Template Feeds</i> Informasi	204
Gambar 4.118 Perancangan <i>Template Feeds</i> Kolaborasi	204
Gambar 4.119 Perancangan <i>Template Feeds</i> Dokumentasi.....	204
Gambar 4.120 Hasil Final <i>Feeds</i> Instagram.....	205
Gambar 4.121 Proses Perancangan <i>Template Story</i> Instagram.....	206
Gambar 4.122 Hasil Final <i>Template Story</i> Instagram.....	206
Gambar 4.123 Perancangan <i>Template</i> TikTok.....	207
Gambar 4.124 Hasil Final <i>Template</i> TikTok	208
Gambar 4.125 Perancangan Dinding Tenda	209
Gambar 4.126 Perancangan Banner Panjang	209
Gambar 4.127 Perancangan <i>Banner</i> Meja	210
Gambar 4.128 Perancangan <i>Flag</i>	210
Gambar 4.129 Perancangan Stiker Mobil <i>Crew</i>	211
Gambar 4.130 Perancangan Stiker <i>Trash Pickup</i>	212
Gambar 4.131 Perancangan <i>T-Shirt</i>	213
Gambar 4.132 Perancangan <i>Baseball Cap</i>	214
Gambar 4.133 Perancangan <i>Waist Bag</i>	215
Gambar 4.134 Finalisasi Perancangan <i>Waist Bag</i>	215
Gambar 4.135 Perancangan <i>Tumbler</i>	216
Gambar 4.136 Finalisasi Perancangan <i>Tumbler</i>	216
Gambar 4.137 Perancangan <i>Foldable Umbrella</i>	217
Gambar 4.138 Perancangan <i>Cover Foldable Umbrella</i>	217
Gambar 4.139 Perancangan <i>Rubberband</i>	218
Gambar 4.140 Perancangan <i>Enamel Pin</i>	219
Gambar 4.141 Perancangan <i>Cover Depan Brand Identity Guidelines</i>	222
Gambar 4.142 Perancangan <i>Cover Belakang Brand Identity Guidelines</i>	222
Gambar 4.143 Perancangan Daftar Isi <i>Brand Identity Guidelines</i>	223
Gambar 4.144 Perancangan Halaman <i>Cover Bab Brand Identity Guidelines</i>	224
Gambar 4.145 Perancangan Bab 1 <i>Brand Identity Guidelines</i>	225
Gambar 4.146 Perancangan Bab 2 <i>Brand Identity Guidelines</i>	226
Gambar 4.147 Perancangan Bab 3 <i>Brand Identity Guidelines</i>	226
Gambar 4.148 Perancangan Bab 4 <i>Brand Identity Guidelines</i>	226
Gambar 4.149 <i>Market Validation</i> Frickson Sufian	233
Gambar 4.150 <i>Market Validation</i> Felicia Viana Lim	235
Gambar 4.151 <i>Market Validation</i> Rachel Patricia	236
Gambar 4.152 <i>Market Validation</i> Selena Baptista.....	238
Gambar 4.153 Revisi Desain Media Kolateral	240
Gambar 4.154 Revisi Implementasi Identitas Visual.....	240
Gambar 4.155 Logo Utama Bumantara Team	241
Gambar 4.156 Analisis Logo Bumantara Team.....	242

Gambar 4.157 <i>Opacity Test</i> Logo Bumantara Team	243
Gambar 4.158 <i>Blur Test</i> Logo Bumantara Team	244
Gambar 4.159 Proporsi Logo Bumantara Team	244
Gambar 4.160 Analisis Jenis Supergrafis 1	245
Gambar 4.161 Analisis Jenis Supergrafis 2	245
Gambar 4.162 Analisis Jenis Supergrafis 3	246
Gambar 4.163 Analisis Kombinasi Jenis Supergrafis.....	246
Gambar 4.164 Analisis Penerapan Supergrafis.....	247
Gambar 4.165 Analisis Supergrafis Sebagai <i>Background</i>	247
Gambar 4.166 Analisis Supergrafis Sebagai <i>Frame</i>	248
Gambar 4.167 Implementasi <i>Frame</i> Supergrafis	248
Gambar 4.168 Analisis <i>Icon</i>	249
Gambar 4.169 <i>Icon</i> Kebersihan Bumantara Team	250
Gambar 4.170 Analisis Maskot Bumantara Team	251
Gambar 4.171 Ekspresi Maskot Bumantara Team	252
Gambar 4.172 <i>Mockup Business Card</i>	253
Gambar 4.173 <i>Mockup Letter Head</i>	254
Gambar 4.174 <i>Mockup Envelope</i>	255
Gambar 4.175 <i>Mockup Sticky Notes</i>	256
Gambar 4.176 <i>Mockup Notepad</i>	257
Gambar 4.177 <i>Mockup Stamp</i>	258
Gambar 4.178 <i>Mockup Tactical Vest</i>	259
Gambar 4.179 <i>Mockup Polo Shirt</i>	259
Gambar 4.180 <i>Mockup Wader</i>	260
Gambar 4.181 <i>Mockup Buff Mask</i>	261
Gambar 4.182 <i>Mockup Armband</i>	262
Gambar 4.183 <i>Mockup Cover Cleanup Guidebook</i>	262
Gambar 4.184 <i>Mockup Isi Cleanup Guidebook</i>	263
Gambar 4.185 <i>Mockup ID Card</i>	264
Gambar 4.186 Tampak Depan Belakang <i>ID Card</i>	264
Gambar 4.187 <i>Mockup Lanyard</i>	265
Gambar 4.188 <i>Mockup Instagram Feeds</i>	266
Gambar 4.189 <i>Mockup Instagram Story</i>	268
Gambar 4.190 <i>Mockup TikTok</i>	269
Gambar 4.191 Analisis <i>Text Box</i>	270
Gambar 4.192 <i>Mockup Field Signage</i>	271
Gambar 4.193 <i>Mockup Crew Car</i>	272
Gambar 4.194 <i>Mockup Trash Pickup</i>	273
Gambar 4.195 <i>Mockup T-Shirt</i>	274
Gambar 4.196 <i>Mockup Baseball Cap</i>	275
Gambar 4.197 <i>Mockup Waist Bag</i>	276
Gambar 4.198 <i>Mockup Tumbler</i>	277
Gambar 4.199 <i>Mockup Cover Foldable Umbrella</i>	277

Gambar 4.200 <i>Mockup Foldable Umbrella</i>	278
Gambar 4.201 <i>Mockup Rubber Band</i>	279
Gambar 4.202 <i>Mockup Enamel Pin</i>	280
Gambar 4.203 <i>Analisis Cover Brand Identity Guidelines</i>	281
Gambar 4.204 <i>Analisis Daftar Isi Brand Identity Guidelines</i>	281
Gambar 4.205 <i>Analisis Halaman Cover Bab Brand Identity Guidelines</i>	282
Gambar 4.206 <i>Halaman Cover Pembatas Media Brand Identity Guidelines</i>	283
Gambar 4.207 <i>Analisis Halaman Isi Brand Identity Guidelines</i>	283



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin.....	xxii
Lampiran 2 <i>Form</i> Bimbingan Dosen Pembimbing.....	xxiv
Lampiran 3 Lembar NDA Ali Ridho Pane	xxx
Lampiran 4 Lembar NDA Fadhlan Minallah.....	xxxii
Lampiran 5 Lembar NDA Adam Mulyadi.....	xxxiii
Lampiran 6 Lembar NDA Rachel Patricia.....	xxxiv
Lampiran 7 Lembar NDA Selena Baptista	xxxv
Lampiran 8 Lembar NDA Shannon Elke Lavinia.....	xxxvi
Lampiran 9 Lembar NDA Jenna Sjaklif	xxxvii
Lampiran 10 Lembar NDA Frickson Sufian.....	xxxviii
Lampiran 11 Lembar NDA Mendy Leung.....	xxxix
Lampiran 12 Lembar NDA Felicia Viana Lim	xl
Lampiran 13 Hasil Pra-Kuesioner.....	xlii
Lampiran 14 Transkrip Pra-Wawancara Ali Ridho Pane	liv
Lampiran 15 Daftar Pertanyaan Pra-Wawancara Ali Ridho Pane	lv
Lampiran 16 Dokumentasi Pra-Wawancara Ali Ridho Pane.....	lvi
Lampiran 17 Hasil Kuesioner	lxxii
Lampiran 18 Transkrip Wawancara Ali Ridho Pane	lxxxvi
Lampiran 19 Transkrip Wawancara Fadhlan Minallah	xciv
Lampiran 20 Transkrip Wawancara Adam Mulyadi	cix
Lampiran 21 Transkrip <i>Forum Group Discussion</i>	cxxiii
Lampiran 22 Hasil Dokumentasi Observasi Langsung (<i>direct observation</i>)...	cxxiv
Lampiran 23 Hasil Observasi Tidak Langsung (<i>indirect observation</i>).....	cxxv
Lampiran 24 Dokumentasi Bimbingan Spesialis.....	cxxvi
Lampiran 25 Transkrip <i>Market Validation</i> Frickson Sufian.....	cxixi
Lampiran 26 Transkrip <i>Market Validation</i> Felicia Viana Lim	cxixvii
Lampiran 27 Transkrip <i>Market Validation</i> Rachel Patricia.....	cxliii
Lampiran 28 Transkrip <i>Market Validation</i> Selena Baptista	

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA