

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

AXIAL GARAGE



LAPORAN TUGAS AKHIR

Zaki Azhar Shahin

00000071467

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

AXIAL GARAGE



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana S. Ds

Zaki Azhar Shahin

00000071467

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 : Zaki Azhar Shahin
Nomor Induk Mahasiswa : 00000071467
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL AXIAL GARAGE

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, 8 Januari 2026


*materai Rp. 3.000,00.

(Zaki Azhar Shahin)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Zaki Azhar Shahin
NIM : 00000071467
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : Perancangan Ulang Identitas Visual Axial Garage

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Project/Tugas Akhir sebagai berikut:

- ☐ 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, 8 Januari 2026

Yang Menyatakan,



(Zaki Azhar Shahin)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL AXIAL GARAGE

Oleh

Nama Lengkap : Zaki Azhar Shahin
Nomor Induk Mahasiswa : 00000071467
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

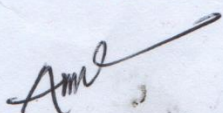
Telah diujikan pada hari Kamis, 8 Januari 2026

Pukul 16.45 s.d. 17.30 WIB dan dinyatakan

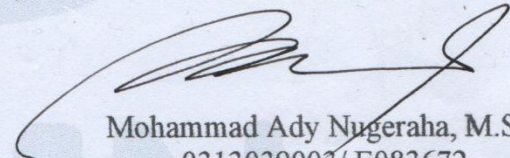
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

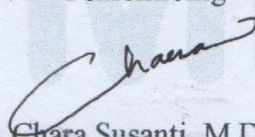
Ketua Sidang


Dr. Anne Nurfarina, M.Sn.
0416066807/ E069425

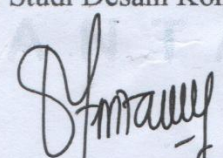
Penguji


Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.
0313039003/ E083672

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 : Zaki Azhar Shahin
Nomor Induk Mahasiswa : 00000071467
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN ULANG IDENTITAS
VISUAL AXIAL GARAGE

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ 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, 8 Januari 2026

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Zaki Azhar Shahin)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya pengerjaan penulisan laporan tugas akhir ini dengan judul: Perancangan Ulang Identitas Visual Axial Garage. Laporan ini ditulis dengan tujuan memenuhi Tugas Akhir sebagai syarat kelulusan S1 jurusan Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara. Tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

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. Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds., selaku Dosen Pengampu Mata Kuliah Seminar yang telah mengajar dan memberi bimbingan agar bisa mendapat arahan yang benar dalam proses pembuatan Tugas Akhir.
5. Chara Susanti, M.Ds. selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam proses menyelesaikan Tugas Akhir.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan. Sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.
7. Ayah saya yang menyemangati saya agar bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan penuh semangat.
8. Ibu Saya yang selalu ada pada momen apa pun dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini sehingga penulis dapat memiliki rumah untuk berteduh.
9. Galih Pratama, selaku pemilik dari Axial Garage yang sudah memberikan izin, sehingga Axial Garage bisa diangkat sebagai topik Tugas Akhir saya.
10. Hebrew Fransa yang selalu mentor saya yang selalu memberi dukungan pada setiap *opportunity* yang ada.

11. Alif Maulana selaku mentor yang selalu memberi dukungan pada setiap *opportunity* yang ada.
12. Keluarga MVDMONO, karena telah memberikan dukungan berupa *support* sehingga penulis dapat mengerjakan Tugas Akhir dengan semangat.
13. Tegar Pijar Matahari, karena telah memberikan dukungan terhadap proses penyelesaian laporan Tugas Akhir ini sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan semangat.

Semoga karya ilmiah ini bisa menjadi manfaat atau kontribusi positif bagi pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan dibidang desain komunikasi visual.

Tangerang, 8 Januari 2026



(Zaki Azhar Shahin)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL AXIAL

GARAGE

(Zaki Azhar Shahin)

ABSTRAK

Axial Garage merupakan sebuah bengkel motor klasik yang berlokasi di Jl. Tanah Seratus No.7, RT.004/RW.06, Sudimara Jaya, Kecamatan. Ciledug, Kota Tangerang, Banten 15151. Axial Garage tidak hanya menyediakan layanan restorasi, perawatan, modifikasi, dan perbaikan motor klasik namun Axial Garage juga dikenal sebagai bengkel spesialis motor *vintage flat track*. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk merancang ulang identitas visual yang memiliki permasalahan pada *readability* dan citra *vintage* yang belum bisa tersampaikan. Metode yang akan digunakan penulis yakni metode Alina Wheeler yang terdiri dari tahapan *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoint*, dan *managing assets*. Dari tahapan tersebut dapat ditemukan bahwa teks pada logo saat ini memiliki *readability* yang kurang baik dan terjadi kesalahpahaman dalam membaca kata pada logo Axial Garage serta citra klasik yang ingin dibangun belum tersampaikan serta citra klasik belum bisa direpresentasikan. Oleh karena itu, penulis melakukan upaya perancangan ulang identitas visual Axial Garage dengan tujuan agar bisa memperbaiki permasalahan yang ada sebelumnya dengan membuat *Graphic Standard Manual* yang bertujuan untuk memperbaiki citra serta permasalahan yang ada pada identitas sebelumnya. Kesimpulan dari perancangan ini yakni identitas visual merupakan hal yang sangat penting dalam membangun sebuah bisnis karena sangat berperan besar dalam kemajuan sebuah *brand* atau perusahaan.

Kata kunci: Bengkel, Identitas Visual, Perancangan Ulang

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

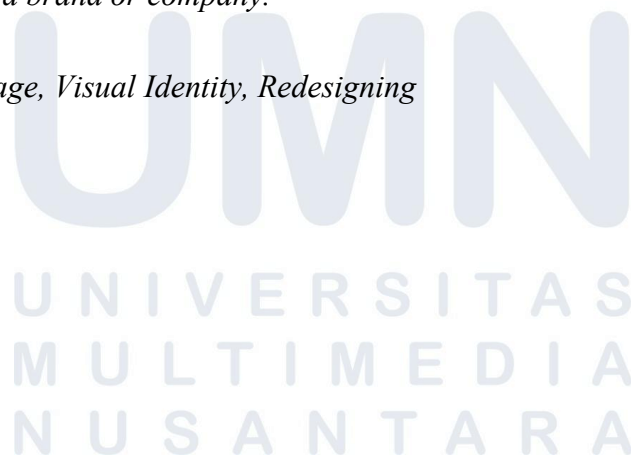
REDESIGN AXIAL GARAGE VISUAL IDENTITY

(Zaki Azhar Shahin)

ABSTRACT (English)

Axial Garage is a classic motorcycle workshop located at Jl. Tanah Seratus No.7, RT.004/RW.06, Sudimara Jaya, Ciledug District, Tangerang City, Banten 15151. Axial Garage not only provides restoration, maintenance, modification, and repair services for classic motorcycles, but is also known as a specialist workshop for vintage flat-track motorcycles. The purpose of this study is to redesign the visual identity, which currently faces issues related to readability and the inability to properly convey a vintage impression. The method used by the author is Alina Wheeler's method, which consists of the stages of conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, and managing assets. From these stages, it was found that the current logo text suffers from poor readability and causes misunderstandings when reading the words in the Axial Garage logo. Additionally, the intended classic image has not been successfully delivered or represented. Therefore, the author carried out a redesign of Axial Garage's visual identity with the aim of resolving these existing issues by creating a Graphic Standard Manual to enhance the brand image and address previous identity problems. The conclusion of this design process is that visual identity plays a crucial role in building a business, as it significantly contributes to the development and progress of a brand or company.

Keywords: *Garage, Visual Identity, Redesigning*



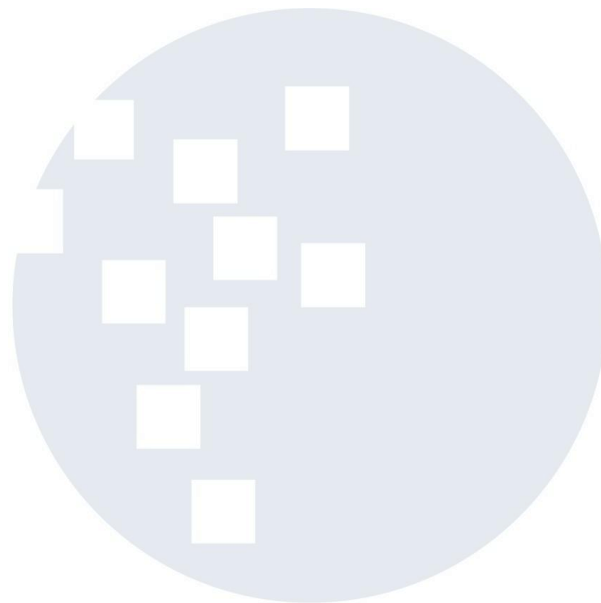
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	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	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Desain Grafis	5
2.1.1 Elemen Desain	5
2.1.1.1 Prinsip Desain	6
2.1.1.2 <i>Layout</i>.....	14
2.1.1.3 <i>Grid</i>.....	16
2.1.1.4 Garis.....	19
2.1.1.5 Bentuk.....	19
2.1.1.6 Warna	21
2.1.1.7 Tekstur.....	25
2.2 Brand	26
2.2.1 Branding	26

2.2.2 <i>Brand Identity</i>	26
2.2.3 <i>Fungsi Brand Identity</i>	27
2.2.4 <i>Redesign</i>	27
2.2.5 <i>Brand Strategy</i>	28
2.2.6 <i>Brand Positioning</i>	28
2.2.7 <i>Brand Mantra</i>	29
2.2.8 <i>Unique Selling Proposition</i>	29
2.2.9 <i>Brand Guidelines</i>	29
2.3 <i>Identitas Visual</i>	31
2.3.1 <i>Logo</i>	31
2.3.2 <i>Tipografi</i>	34
2.3.3 <i>Vidiografi</i>	39
2.3.4 <i>Fotografi</i>	43
2.3.4.1 <i>Fotografi Otomotif</i>	47
2.3.5 <i>Media Kolateral</i>	47
2.4 <i>Studi Relevansi</i>	53
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	58
3.1 <i>Subjek Perancangan</i>	58
3.2 <i>Metode dan Prosedur Perancangan</i>	59
3.2.1 <i>Conducting Research</i>	60
3.2.2 <i>Clarifying Strategy</i>	60
3.2.3 <i>Designing Identity</i>	60
3.2.4 <i>Creating Touchpoint</i>	61
3.2.5 <i>Managing Assets</i>	61
3.3 <i>Teknik dan Prosedur Perancangan</i>	61
3.3.1 <i>Metode Kualitatif</i>	62
3.3.1.1 <i>Wawancara</i>	62
3.3.1.2 <i>Observasi</i>	65
3.3.1.3 <i>Studi Eksisting</i>	66
3.3.1.4 <i>Studi Referensi</i>	66
3.3.2 <i>Metode Kuantitatif</i>	66
3.3.2.1 <i>Kuesioner</i>	67

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	71
4.1 Hasil Perancangan	71
4.1.1 <i>Conducting Research</i>	71
4.1.1.1 Hasil Wawancara.....	71
4.1.1.2 Hasil Observasi	83
4.1.1.3 Studi Eksisting	87
4.1.1.4 Studi Referensi.....	98
4.1.1.5 Hasil Kuesioner.....	100
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i>	112
4.1.2.1 <i>Mindmapping</i>.....	113
4.1.2.2 <i>Keywords</i>	114
4.1.2.3 <i>Big Idea</i>	114
4.1.2.4 <i>Moodboard</i>	114
4.1.2.5 <i>Brand Brief</i>.....	118
4.1.2.6 <i>Brand Positioning</i>.....	119
4.1.2.7 <i>Brand Mantra</i>	120
4.1.2.8 <i>Brand Value</i>	122
4.1.3 <i>Designing Identity</i>	123
4.1.3.1 Perancangan Logo	123
4.1.3.2 Pemilihan Warna.....	129
4.1.3.3 Pemilihan Tipografi.....	130
4.1.3.4 Perancangan Supergrafis.....	132
4.1.3.5 Fotografi/Videografi.....	138
4.1.4 <i>Touchpoints</i>	141
4.1.5 <i>Managing Assets</i>	179
4.1.6 Kesimpulan Hasil Perancangan.....	181
4.2 Pembahasan Perancangan	182
4.2.1 <i>Market Validation</i>	182
4.2.2 Pembahasan Media Primer.....	187
4.2.3 Pembahasan Media Sekunder.....	194
4.2.4 Anggaran.....	210
BAB V PENUTUP.....	213

5.1 Simpulan	213
5.2 Saran	214
DAFTAR PUSTAKA	xxi
LAMPIRAN.....	xxv



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Studi Relevansi	54
Tabel 3. 1 Tabel Kuesioner	67
Tabel 4.1 SWOT 1	89
Tabel 4.2 SWOT 2	93
Tabel 4.3 SWOT 3	97
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner 1	101
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner 2	102
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner 3	102
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner 4	103
Tabel 4.8 Hasil Kuesioner 5	104
Tabel 4.9 Hasil Kuesioner 6	104
Tabel 4.10 Hasil Kuesioner 7	105
Tabel 4.11 Hasil Kuesioner 8	106
Tabel 4.12 Hasil Kuesioner 9	107
Tabel 4.13 Hasil Kuesioner 10	107
Tabel 4.14 Hasil Kuesioner 11	108
Tabel 4.15 Hasil Kuesioner 12	109
Tabel 4.16 Hasil Kuesioner 13	109
Tabel 4.17 Hasil Kuesioner 14	110
Tabel 4.18 Hasil Kuesioner 15	111
Tabel 4.19 <i>Brand Brief</i>	118
Tabel 4.20 <i>Brand Positioning</i>	120
Tabel 4.21 <i>Brand Mantra</i>	121
Tabel 4.22 <i>Brand Value</i>	122
Tabel 4.23 Anggaran Media Primer	210
Tabel 4.24 Anggaran Media Sekunder	211

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Format</i>	6
Gambar 2.2 <i>Balance</i>	7
Gambar 2.3 <i>Visual Hierarchy</i>	8
Gambar 2.4 <i>Emphasize</i>	9
Gambar 2.5 <i>Ritme</i>	10
Gambar 2.6 <i>Similariy</i>	11
Gambar 2.7 <i>Continuity</i>	11
Gambar 2.8 <i>Figure and Ground</i>	12
Gambar 2.9 <i>Proximity</i>	13
Gambar 2.10 <i>Closure</i>	13
Gambar 2.11 <i>Margin</i>	15
Gambar 2.12 <i>Coloums</i>	15
Gambar 2.13 <i>Modules</i>	16
Gambar 2.14 <i>Symetrical Grid</i>	17
Gambar 2.15 <i>Modular Grid</i>	18
Gambar 2.16 <i>Asymetrical Grid</i>	18
Gambar 2.17 <i>Garis</i>	19
Gambar 2.18 <i>Bentuk</i>	20
Gambar 2.19 <i>Bentuk 3D</i>	20
Gambar 2.20 <i>Warna RGB dan CMYK</i>	22
Gambar 2.21 <i>Warna Monochromatic</i>	22
Gambar 2.22 <i>Warna Analogus</i>	23
Gambar 2.23 <i>Warna Warm</i>	24
Gambar 2.24 <i>Warna Cold</i>	24
Gambar 2.25 <i>Tekstur</i>	25
Gambar 2.26 <i>Redesign</i>	28
Gambar 2.27 <i>Brand Guidelines</i>	30
Gambar 2.28 <i>Wordmark</i>	32
Gambar 2.29 <i>Lettermark</i>	33
Gambar 2.30 <i>Symbol Mark</i>	33
Gambar 2.31 <i>Combination Mark</i>	34
Gambar 2.32 <i>Old Typograh</i>	34
Gambar 2.33 <i>Modern Font</i>	35
Gambar 2.34 <i>Script Font</i>	36
Gambar 2.35 <i>Decorative Font</i>	36
Gambar 2.36 <i>Legibility</i>	37
Gambar 2.37 <i>Readability</i>	38
Gambar 2.38 <i>Visibility</i>	39
Gambar 2.39 <i>Clarity</i>	39
Gambar 2.40 <i>Artificial Lighting</i>	41

Gambar 2.41 <i>Full Shot</i>	41
Gambar 2.42 <i>Close Up</i>	42
Gambar 2.43 <i>Artificial Lighting</i>	44
Gambar 2.44 <i>Natural Lighting</i>	45
Gambar 2.45 <i>Rule of Thirds</i>	45
Gambar 2.46 <i>Editing and Retouch</i>	46
Gambar 2.47 Fotografi Otomotif	47
Gambar 2.48 <i>Stationary</i>	48
Gambar 2.49 <i>Signsystem</i>	48
Gambar 2.50 <i>Packaging</i>	49
Gambar 2.51 <i>Advertising</i>	50
Gambar 2.52 <i>Uniform</i>	50
Gambar 2.53 <i>Placemaking</i>	51
Gambar 2.54 <i>Ephemera</i>	52
Gambar 2.55 <i>Transportation</i>	52
Gambar 4.1 Wawancara <i>Owner</i>	72
Gambar 4.2 Wawancara Pelanggan 1	74
Gambar 4.3 Wawancara Pelanggan 2	76
Gambar 4.4 Wawancara Target <i>Audience</i> 1	78
Gambar 4.5 Target <i>Audience</i> 2	81
Gambar 4.6 Hasil Observasi 1	83
Gambar 4.7 Hasil Observasi 2	84
Gambar 4.8 Hasil Observasi 3	85
Gambar 4.9 Hasil Observasi 4	85
Gambar 4.10 Hasil Observasi 5	86
Gambar 4.11 Studi Eksisting 1	88
Gambar 4.12 Studi Eksisting 2	88
Gambar 4.13 Studi Eksisting 3	89
Gambar 4.14 Studi Eksisting 4	90
Gambar 4.15 Studi Eksisting 5	91
Gambar 4.16 Studi Eksisting 6	92
Gambar 4.17 Studi Eksisting 7	92
Gambar 4.18 Studi Eksisting 8	94
Gambar 4.19 Studi Eksisting 9	95
Gambar 4.20 Studi Eksisting 10	96
Gambar 4.21 Studi Referensi 1	98
Gambar 4.22 Studi Referensi 2	99
Gambar 4.23 Studi Referensi 3	100
Gambar 4.24 <i>Mindmap</i>	113
Gambar 4.25 <i>Moodboard</i>	115
Gambar 4.26 <i>Primary Color</i>	115
Gambar 4.27 <i>Secondary Color</i>	116
Gambar 4.28 Penggunaan <i>Font</i>	117

Gambar 4.29 Perancangan Logo	123
Gambar 4.30 Sketsa	124
Gambar 4.31 Sketsa Digital	125
Gambar 4.32 Digitalisasi.....	126
Gambar 4.33 Revisi Logo	127
Gambar 4.34 Logo <i>Grid</i>	128
Gambar 4.35 <i>Minimum Logo Size</i>	128
Gambar 4.36 Jarak Aman Logo	129
Gambar 4.37 Pemilihan Warna.....	129
Gambar 4.38 <i>Book Antiqua Font</i>	131
Gambar 4.39 <i>Poppins Font</i>	131
Gambar 4.40 <i>Moodboard</i> Supergrafis.....	132
Gambar 4.41 Sketsa Supergrafis	133
Gambar 4.42 Perancangan Supergrafis	133
Gambar 4.43 <i>Render</i> Supergrafis	134
Gambar 4.44 <i>Overlay</i> Supergrafis.....	135
Gambar 4.45 <i>Overlay</i> Supergrafis 2.....	136
Gambar 4.46 <i>Grid</i> Supergrafis 1	137
Gambar 4.47 <i>Grid</i> Supergrafis 2.....	137
Gambar 4.48 Fotografi dan Vidiografi 1.....	138
Gambar 4.49 Fotografi <i>Closeup</i>	139
Gambar 4.50 Fotografi Makna	140
Gambar 4.51 <i>Davinci Resolve Settings</i>	141
Gambar 4.52 <i>Creating Touchpoint</i>	142
Gambar 4.53 Referensi Seragam Kerja.....	143
Gambar 4.54 Sketsa Alternatif Seragam Kerja.....	143
Gambar 4.55 <i>Grid</i> Seragam Kerja	144
Gambar 4.56 Seragam Kerja 1	144
Gambar 4.57 Seragam Kerja 2.....	145
Gambar 4.58 <i>Moodboard Invoice</i>	146
Gambar 4.59 Sketsa Alternatif <i>Invoice</i>	146
Gambar 4.60 3D <i>Invoice</i>	147
Gambar 4.61 <i>Grid Invoice</i>	147
Gambar 4.62 <i>Moodboard</i> Amplop.....	148
Gambar 4.63 Sketsa Alternatif Amplop.....	149
Gambar 4.64 Penerapan <i>Grid</i> Amplop.....	149
Gambar 4.65 Amplop 1	150
Gambar 4.66 <i>Mood Board Id Card</i>	151
Gambar 4.67 Sketsa <i>Id Card</i>	151
Gambar 4.68 <i>Id Card</i> 1	152
Gambar 4.69 <i>Id Card</i> 2	152
Gambar 4.70 <i>Id Card</i> 3	153
Gambar 4.71 <i>Moodboard Kasir/Booth</i>	154

Gambar 4.72 Sketsa Alternatif Kasir/ <i>Booth</i>	154
Gambar 4.73 <i>Grid Booth</i>	155
Gambar 4.74 <i>Booth 1</i>	155
Gambar 4.75 <i>Moodboard Signage</i>	156
Gambar 4.76 Sketsa Alternatif <i>Signage</i>	157
Gambar 4.77 <i>Grid Signage</i>	157
Gambar 4.78 <i>Signage</i>	158
Gambar 4.79 <i>Moodboard Instagram Feeds</i>	159
Gambar 4.80 Sketsa alternatif <i>Instagram Feeds</i>	159
Gambar 4.81 <i>Grid Instagram Feeds 1</i>	160
Gambar 4.82 <i>Grid Instagram Feeds 2</i>	160
Gambar 4.83 <i>Grid Instagram Feeds 3</i>	161
Gambar 4.84 <i>Moodboard Towing</i>	162
Gambar 4.85 Sketsa Alternatif <i>Towing</i>	162
Gambar 4.86 Mobil <i>Towing</i>	163
Gambar 4.87 <i>Moodboard Vidio</i>	164
Gambar 4.88 Sketsa Alternatif <i>Vidio</i>	164
Gambar 4.89 Hasil Produksi <i>Vidiografi</i>	165
Gambar 4.90 <i>Moodboard Sweater</i>	166
Gambar 4.91 Sketsa Alternatif <i>Sweater</i>	166
Gambar 4.92 <i>Sweater</i>	167
Gambar 4.93 <i>Moodboard Tas</i>	168
Gambar 4.94 Sketsa Alternatif <i>Tas</i>	168
Gambar 4.95 <i>Tas</i>	169
Gambar 4.96 <i>Moodboard Keychain</i>	170
Gambar 4.97 Sketsa Alternatif <i>Keychain</i>	170
Gambar 4.98 <i>Keychain</i>	171
Gambar 4.99 <i>Moodboard Botol Minum</i>	172
Gambar 4.100 Sketsa Alternatif <i>Botol Minum</i>	172
Gambar 4.101 <i>Botol Minum</i>	173
Gambar 4.102 <i>Moodboard Toolbox</i>	174
Gambar 4.103 Sketsa Alternatif <i>Toolbox</i>	174
Gambar 4.104 <i>Toolbox 1</i>	175
Gambar 4.105 <i>Toolbox 2</i>	175
Gambar 4.106 <i>Gimmics</i>	176
Gambar 4.107 <i>Moodboard Kunci</i>	177
Gambar 4.108 Sketsa Alternatif <i>Kunci</i>	178
Gambar 4.109 <i>Kunci</i>	178
Gambar 4.110 <i>Graphic Standard Manual 1</i>	179
Gambar 4.111 <i>Graphic Standard Manual 2</i>	180
Gambar 4.112 <i>Graphic Standard Manual 3</i>	181
Gambar 4.113 <i>Market Validation 1</i>	184
Gambar 4.114 <i>Market Validation 2</i>	185

Gambar 4.115 <i>Market Validation</i> 3	186
Gambar 4.116 Analisa Media Primer 1.....	187
Gambar 4.117 Analisa Media Primer 2.....	189
Gambar 4.118 Analisa Media Primer 3.....	190
Gambar 4.119 Analisa Media Primer 4.....	190
Gambar 4.120 Analisa Media Primer 5.....	191
Gambar 4.121 Analisa Media Primer 6.....	192
Gambar 4.122 Analisa Media Primer 7.....	193
Gambar 4.123 Analisa Media Primer 8.....	194
Gambar 4.124 Analisa Media Sekunder 1	195
Gambar 4.125 Analisa Media Sekunder 2	196
Gambar 4.126 Analisa Media Sekunder 3	197
Gambar 4.127 Analisa Media Sekunder 4	197
Gambar 4.128 Analisa Media Sekunder 5	198
Gambar 4.129 Analisa Media Sekunder 6	199
Gambar 4.130 Analisa Media Sekunder 7	200
Gambar 4.131 Analisa Media Sekunder 8	201
Gambar 4.132 Analisa Media Sekunder 9	202
Gambar 4.133 Analisa Media Sekunder 10	203
Gambar 4.134 Analisa Penerapan <i>Rule of Third</i>	203
Gambar 4.135 Analisa Media Sekunder 11	204
Gambar 4.136 Analisa Media Sekunder 12	205
Gambar 4.137 Analisa Media Sekunder 13	206
Gambar 4.138 Analisa Media Sekunder 14	206
Gambar 4.139 Analisa Media Sekunder 15	207
Gambar 4.140 Analisa Media Sekunder 16	208
Gambar 4.141 Analisa Media Sekunder 17	209

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin.....	xxv
Lampiran 2 Form Bimbingan & Spesialis	xxx
Lampiran 3 <i>Non-Disclosure Statement</i>	xxxii
Lampiran 4 <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxxii
Lampiran 5 Hasil Kuesioner	xxxix
Lampiran 6 Transkrip Wawancara.....	xliv
Lampiran 7 Transkrip <i>Market Validation</i>	lxi

