

PERANCANGAN REVITALISASI *BRAND*

TOKO MADJOE



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Beltsazar Auriel Wijaya
00000072562**

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

PERANCANGAN REVITALISASI *BRAND*

TOKO MADJOE



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

**Beltsazar Auriel Wijaya
00000072562**

**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 : Beltsazar Auriel Wijaya
Nomor Induk Mahasiswa : 00000072562
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN REVITALISASI *BRAND* TOKO MADJOE

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



(Beltsazar Auriel Wijaya)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Beltsazar Auriel Wijaya

NIM : 00000072562

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul Laporan : Perancangan Revitalisasi *Brand* Toko Madjoe

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,



(Beltsazar Auriel Wijaya)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN REVITALISASI BRAND TOKO MADJOE

Oleh

Nama Lengkap : Beltsazar Auriel Wijaya
Nomor Induk Mahasiswa : 00000072562
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

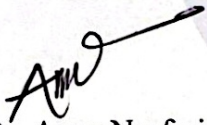
Telah diujikan pada hari Kamis, 8 Januari 2026

Pukul 15.15 s.d. 16.00 WIB dan dinyatakan

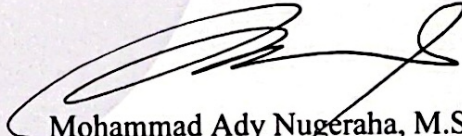
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

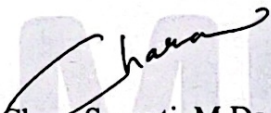
Ketua Sidang


Dr. Anne Nurfarina, M.Sn.
0416066807/ 069425

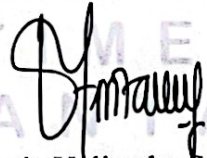
Penguji


Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.
0313039003/ 083672

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 : Beltsazar Auriel Wijaya
Nomor Induk Mahasiswa : 00000072562
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN REVITALISASI
BRAND TOKO MADJOE

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



(Beltsazar Auriel Wijaya)

* 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 kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat Nya, Saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul Perancangan Revitalisasi *Brand* Toko Madjoe tepat pada waktunya. Tugas ini bertujuan untuk merancang identitas visual dari Toko Madjoe karena sudah tidak relevan lagi di era sekarang. Dalam proses penyusunan tugas ini, penulis telah melakukan serangkaian tahap mulai dari penelitian, analisa data sekunder dari beberapa jurnal serta target pasar yang sesuai dengan Toko Madjoe. Saya menyadari bahwa penyusunan tugas ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini Saya 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, S.Sn., M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga dan teman-teman saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Saya menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Desain Komunikasi Visual. Akhir kata, semoga laporan ini dapat bermanfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi pembaca.

Tangerang, 8 Januari 2026



(Beltsazar Auriel Wijaya)

PERANCANGAN REVITALISASI *BRAND*

TOKO KUE MADJOE

Beltsazar Auriel Wijaya

ABSTRAK

Kue kering merupakan salah satu produk kuliner yang memiliki nilai budaya, tradisi, serta daya tarik emosional bagi masyarakat Indonesia. Toko Madjoe sebagai toko kue tradisional tertua di Kota Malang telah berdiri sejak tahun 1930 dan mempertahankan resep keluarga secara turun-temurun. Dengan citra rasa autentik dan suasana klasik, toko ini tidak hanya menjual produk, tetapi juga pengalaman dan kenangan bagi pelanggannya. Namun, dalam dua tahun terakhir, Toko Madjoe mengalami penurunan pelanggan dan penjualan akibat stagnasi *brand* yang tidak lagi relevan dengan perkembangan zaman serta persaingan pasar yang semakin ketat. Kondisi ini menunjukkan pentingnya strategi *brand* revitalisasi agar Toko Madjoe tetap mampu bersaing, mempertahankan identitasnya sebagai toko kue legendaris, serta menjangkau generasi muda. Penelitian ini menggunakan metode perancangan Alina Wheeler (2013) yang meliputi lima tahap, yaitu *conducting research*, *clarify strategy*, *designing identity*, *creating touchpoint*, dan *managing assets*. Hasil perancangan diharapkan dapat menghasilkan identitas visual baru yang sesuai dengan visi misi Toko Madjoe, memperkuat *brand value*, serta meningkatkan relevansi toko di tengah persaingan di pasar kuliner.

Kata kunci: *Brand* Revitalisasi, Toko Kue Madjoe, Identitas Visual, Kue Kering, Legendaris



DESIGNING THE BRAND REVITALIZATION OF TOKO MADJOE

Beltsazar Auriel Wijaya

ABSTRACT (English)

Pastries are one of the culinary products that have cultural value, tradition, and emotional appeal for the Indonesian people. Madjoe Pastry Shop, as the oldest traditional pastry shop in Malang City, has been around since 1930 and has preserved its family recipes for generations. With its authentic taste and classic atmosphere, this shop not only sells products but also experiences and memories for its customers. However, in the last two years, Toko Madjoe has experienced a decline in customers and sales due to brand stagnation that is no longer relevant to the times and increasingly fierce market competition. This condition shows the importance of a brand revitalization strategy so that Toko Madjoe can remain competitive, maintain its identity as a legendary cake shop, and reach the younger generation. This study uses Alina Wheeler's (2013) design method, which consists of five stages: conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, and managing assets. The design results are expected to produce a new visual identity that is in line with Toko Madjoe vision and mission, strengthen brand value, and increase the shop's relevance amid the dynamics of the culinary market.

Keywords: *Brand Revitalization, Toko Madjoe, Visual Identity, Pastries, Legendary*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
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	5
2.1 Teori Perancangan Desain	5
2.1.1 Elemen Desain	5
2.1.2 Prinsip Desain	13
2.1.3 Tipografi.....	23
2.1.4 <i>Grid</i>	28
2.1.5 Struktur <i>Grid</i>	30
2.2 Fotografi	33
2.3 Ilustrasi.....	33
2.4 <i>Brand</i>	34
2.4.1 <i>Branding</i>	40
2.4.2 <i>Brand Strategy</i>	41
2.4.3 <i>Brand Positioning</i>	41
2.4.4 <i>Brand Value</i>	42
2.4.5 <i>Brand Emotional</i>	42

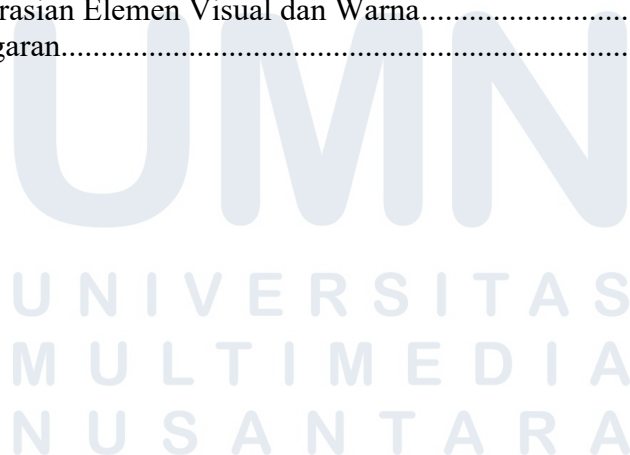
2.4.6 Segmenting, Targeting dan Positioning (STP).....	42
2.4.7 <i>Brand Mantra</i>	43
2.4.8 <i>Brand Awareness</i>	43
2.4.9 <i>Brand Revitalization</i>	44
2.4.10 <i>Brand Image</i>	45
2.4.11 <i>Brand Identity</i>	46
2.4.12 <i>Collateral</i>	49
2.4.13 <i>Supergrafis</i>	50
2.4.14 <i>Graphic Standart Manual</i>	51
2.5 Toko Kue	52
2.6 Penelitian yang Relevan	52
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	57
3.1 Subjek Perancangan	57
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	59
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	62
3.3.1 Observasi	62
3.3.2 Wawancara.....	63
3.3.3 <i>Focus Group Discussion</i>	67
3.3.4 Studi Eksisting	68
3.3.5 Studi Referensi	68
3.3.6 <i>Market Validation</i>	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	70
1. Hasil Perancangan.....	70
4.1.1 <i>Conducting Research</i>	71
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i>	124
4.1.3 <i>Designing Identity</i>	131
4.1.4 <i>Creating Touchpoint</i>	147
4.1.5 <i>Managing Assets</i>	170
4.2 Pembahasan Perancangan	173
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	173
4.2.2 Analisis Logo	184
4.2.3 Analisis Warna Logo	185
4.2.4 Analisis Tipografi Logo	186
4.2.5 Analisis Warna Media	187

4.2.6 Analisis Tipografi Media.....	188
4.2.7 Analisis <i>Supergrafis</i>	190
4.2.8 Analisis <i>Stationary</i>	191
4.2.9 Analisis <i>Packaging</i>	198
4.2.10 Analisis <i>Advertising</i>	204
4.2.11 Analisa <i>Uniform</i>	218
4.2.12 Analisis <i>Mechandise</i>	218
4.2.14 Kesimpulan Analisa Perancangan	220
4.2.15 Anggaran	221
BAB V PENUTUP	224
5.1 Simpulan	224
5.2 Saran	225
DAFTAR PUSTAKA	xviii
LAMPIRAN	xxii



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Analisa Perbandingan Relevansi Logo Eksisting.....	84
Tabel 4.2 Tabel analisa SWOT Toko Madjoe	86
Tabel 4.3 Tabel analisa SWOT Toko Palm Snack & Cookies	91
Tabel 4.4 Tabel analisa SWOT Toko Roti Tugu	95
Tabel 4.5 Tabel analisa SWOT Mega Aussie Cake & Bakery	100
Tabel 4.6 Tabel <i>brand</i> brief Toko madjoe	113
Tabel 4.7 Keterbacaan Tulisan	158
Tabel 4.8 Mengingat Tampilan Logo	159
Tabel 4.9 Bentuk Gaya Logo	159
Tabel 4.10 Warna Logo	160
Tabel 4.11 Keseimbangan Logo	160
Tabel 4.12 Keharmonisan Logo	161
Tabel 4.13 Palet Warna	162
Tabel 4.14 Elemen Stationary	162
Tabel 4.15 <i>Layout Stationary</i>	162
Tabel 4.16 <i>Font Stationary</i>	163
Tabel 4.17 Palet Warna <i>Packaging</i>	163
Tabel 4.18 Font <i>Packaging</i>	164
Tabel 4.19 Elemen <i>Packaging</i>	164
Tabel 4.20 Ilustrasi <i>Packaging</i>	165
Tabel 4.21 Font Ads	165
Tabel 4.22 Kekonsistenan	166
Tabel 4.23 Komposisi Elemen	166
Tabel 4.24 Ketertarikan Ads	166
Tabel 4.25 Keserasian Elemen Visual dan Warna	167
Tabel 4.26 Anggaran	203



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Diagram <i>Additive and Subtractive Color System</i>	8
Gambar 2.2	Warna Putih	9
Gambar 2.3	Warna Hijau	9
Gambar 2.4	Warna Kuning.....	10
Gambar 2.5	Warna Biru.....	11
Gambar 2.6	Warna Coklat	11
Gambar 2.7	Warna Oranye	12
Gambar 2.8	Warna Merah	13
Gambar 2.9	Format Berbagai Media	13
Gambar 2.10	Logo Target.....	14
Gambar 2.11	Logo Nike	14
Gambar 2.12	Logo British Porteleum.....	15
Gambar 2.13	<i>Philharmonie De Paris Poster</i>	16
Gambar 2.14	New BMW M3 Poster	17
Gambar 2.15	Mogwai Poster	18
Gambar 2.16	Contoh Logo <i>Similarity</i>	18
Gambar 2.17	Contoh Logo <i>Proximity</i>	19
Gambar 2.18	Contoh Logo <i>Continuity</i>	19
Gambar 2.19	Contoh Logo <i>Closure</i>	19
Gambar 2.20	Contoh Logo <i>Common Fate</i>	20
Gambar 2.21	Contoh Logo <i>Continuing Line</i>	21
Gambar 2.22	Contoh <i>Typefaces</i>	22
Gambar 2.23	Contoh Serif.....	23
Gambar 2.24	Contoh Sans Serif	23
Gambar 2.25	Contoh Huruf Script.....	24
Gambar 2.25	Contoh Huruf Dekoratif.....	26
Gambar 2.26	Contoh <i>Single Column Grid</i>	26
Gambar 2.27	Contoh <i>Double Column Grid</i>	27
Gambar 2.28	Contoh <i>Multicolumn Grid</i>	27
Gambar 2.29	Contoh <i>Modular Grid</i>	28
Gambar 2.30	Contoh <i>Hierarchical Grid</i>	33
Gambar 2.31	<i>Brand Revitalization in Business Life Cycle</i>	35
Gambar 2.32	Contoh Logo <i>Wordmarks</i>	35
Gambar 2.33	Contoh Logo <i>Letterforms</i>	36
Gambar 2.34	Contoh Logo <i>Pictorial Marks</i>	36
Gambar 2.35	Contoh Logo <i>Abstract Marks</i>	37
Gambar 2.36	Contoh Logo Emblem.....	37
Gambar 2.37	Contoh Logo <i>Dynamic Marks</i>	38
Gambar 2.38	Contoh Media Collateral.....	39
Gambar 2.39	Contoh <i>Supergrafis</i>	39
Gambar 2.40	Contoh <i>Graphic Standart Manual</i>	54
Gambar 2.41	Dokumentasi Toko Madjoe.....	58
Gambar 3.1	Dokumentasi Wawancara Pemilik Toko Madjoe	64
Gambar 4.1	Wawancara dengan Pemilik Toko Madjoe	68

Gambar 4.2	Dokumentasi Wawancara Pembeli Toko Madjoe.....	70
Gambar 4.4	Dokumentasi Wawancara Calon Pembeli 1 Toko Madjoe.....	72
Gambar 4.5	Dokumentasi Wawancara Calon Pembeli 2 Toko Madjoe.....	74
Gambar 4.6	Dokumentasi Wawancara Calon Pembeli 3 Toko Madjoe.....	76
Gambar 4.7	Observasi Toko Madjoe.....	78
Gambar 4.8	Suasana Dan Produk Toko Madjoe.....	78
Gambar 4.9	Suasana Toko Madjoe.....	79
Gambar 4.10	Identitas Toko Madjoe	80
Gambar 4.11	Dokumentasi <i>Focus Group Discussion</i>	80
Gambar 4.12	Logo Toko Madjoe	81
Gambar 4.13	Kemasan Toko Madjoe	85
Gambar 4.14	Akun Instagram Toko Madjoe	86
Gambar 4.15	Toko Kue Palm Snack & Cookies	87
Gambar 4.16	Logo Toko Palm Snack & Cookies	88
Gambar 4.17	Media Sosial Toko Palm Snack & Cookies.....	89
Gambar 4.18	<i>Packaging</i> dan Etalase Toko Palm	90
Gambar 4.19	Suasana Toko Roti Tugu.....	92
Gambar 4.20	Logo Toko Roti Tugu	93
Gambar 4.21	Media Sosial Roti Tugu	93
Gambar 4.22	<i>Packaging</i> Roti Tugu	94
Gambar 4.23	Toko Mega Aussie	96
Gambar 4.24	Toko Kue Mega Aussie	97
Gambar 4.25	Sosial Media instagram Toko Mega Aussie	98
Gambar 4.26	<i>Packaging</i> Toko Mega Aussie	99
Gambar 4.27	Positioning Map Matrix	101
Gambar 4.28	<i>Brand Identity Prism</i>	103
Gambar 4.29	Logo Toko Oen Semarang	104
Gambar 4.30	<i>Packaging</i> Toko Oen Semarang	105
Gambar 4.31	<i>Packaging</i> Sodachips	107
Gambar 4.32	Hasil Proses Mindmapping	111
Gambar 4.33	<i>Moodboard</i> Fotografi.....	119
Gambar 4.34	<i>Moodboard</i> Logo	120
Gambar 4.35	<i>Moodboard</i> Visual	121
Gambar 4.36	Alternatif Sketsa.....	122
Gambar 4.37	Proses Digitalisasi Alternatif Logo	123
Gambar 4.38	Hasil Digitalisasi Logo	123
Gambar 4.39	Hasil Logo Final	124
Gambar 4.40	Pemilihan Warna Logo	124
Gambar 4.41	Pemilihan Warna Media	126
Gambar 4.42	Pemilihan Tipografi Logo.....	127
Gambar 4.43	Pemilihan Tipografi Media	127
Gambar 4.44	Perancangan <i>Supergrafis</i>	128
Gambar 4.45	Perancangan Aset Media.....	129
Gambar 4.46	Foto Produk.....	130
Gambar 4.47	Foto Kebersamaan keluarga.....	131
Gambar 4.48	Pengaturan Warna Sosial Media.....	131

Gambar 4.49 Proses Perancangan Amplop Tematik	133
Gambar 4.50 Hasil Perancangan Amplop Tematik	133
Gambar 4.51 Proses Perancangan Amplop	134
Gambar 4.52 Hasil Perancangan Amplop.....	134
Gambar 4.53 Proses Perancangan Business Card.....	135
Gambar 4.54 Hasil Perancangan Business Card.....	136
Gambar 4.55 Hasil Perancangan Stempel.....	136
Gambar 4.56 Proses Perancangan <i>Postcard</i> Tematik	137
Gambar 4.57 Hasil Perancangan <i>Postcard</i> Tematik	138
Gambar 4.58 Proses Perancangan <i>Postcard</i>	138
Gambar 4.59 Hasil Perancangan <i>Postcard</i>	139
Gambar 4.60 Proses Perancangan Nota	140
Gambar 4.61 Hasil Perancangan Nota	140
Gambar 4.62 Proses Perancangan Label.....	141
Gambar 4.63 Hasil Perancangan Label.....	142
Gambar 4.64 Proses Perancangan Label Tematik	143
Gambar 4.65 Hasil Perancangan Label Tema	143
Gambar 4.66 Proses Perancangan Kemasan ziplock Depan.....	144
Gambar 4.67 Hasil Perancangan Kemasan Ziplock Depan	145
Gambar 4.68 Proses Perancangan Kemasan ziplock Belakang	146
Gambar 4.69 Hasil Perancangan Kemasan Ziplock Belakang	146
Gambar 4.70 Proses Perancangan Paper Bag	147
Gambar 4.71 Hasil Perancangan Paper Bag	148
Gambar 4.72 Perancangan Dieline Hampers	149
Gambar 4.73 Proses Perancangan Ig Feed	150
Gambar 4.74 Hasil Perancangan Ig Feeds	150
Gambar 4.75 Proses Perancangan Story Ig.....	151
Gambar 4.76 Hasil Perancangan Story Ig.....	151
Gambar 4.77 Celemek	152
Gambar 4.78 Proses Perancangan Tote Bag.....	153
Gambar 4.79 Perancangan Mug.....	154
Gambar 4.80 Kerangka GSM	155
Gambar 4.81 <i>Grid</i> GSM	155
Gambar 4.82 Revisi Bimbingan Spesialis	167
Gambar 4.83 Logo Toko Madjoe	168
Gambar 4.84 Warna Logo Toko Madjoe.....	169
Gambar 4.85 <i>Typography</i> Logo.....	170
Gambar 4.86 Warna Media.....	171
Gambar 4.87 Font Media.....	173
Gambar 4.88 Analisis <i>Supergrafis</i>	174
Gambar 4.89 Amplop	175
Gambar 4.90 Amplop Tematik	176
Gambar 4.91 Business Card	177
Gambar 4.92 Stempel	178
Gambar 4.93 <i>Postcard</i>	179
Gambar 4.94 <i>Postcard</i> Tematik.....	180

Gambar 4.95 Nota.....	..181
Gambar 4.96 Label	..182
Gambar 4.97 Label Tematik	..183
Gambar 4.98 Ziplock Depan.....	..185
Gambar 4.99 Ziplock Belakang	..186
Gambar 4.100 Paper Bag	..186
Gambar 4.101 Hampers	..187
Gambar 4.102 Instagram Post.....	..188
Gambar 4.103 Ig Post	..189
Gambar 4.104 Ig Post Dua.....	..190
Gambar 4.105 Ig Post Tiga	..191
Gambar 4.106 Ig Post Empat.....	..192
Gambar 4.107 Ig Post Lima.....	..193
Gambar 4.108 IG Post Enam	..193
Gambar 4.109 Ig post Tujuh.....	..194
Gambar 4.110 Ig Post Delapan	..195
Gambar 4.111 Ig Post Sembilan	..196
Gambar 4.112 Instagram Story	..197
Gambar 4.113 Instagram Story Satu.....	..198
Gambar 4.114 Instagram Story Dua	..199
Gambar 4.115 Instagram Story Tiga.....	..200
Gambar 4.116 Mockup Celemek.....	..201
Gambar 4.117 <i>Tote Bag</i>	..202
Gambar 4.118 Mug.....	..203



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil presentase Turnitin.....	xxii
Lampiran Form Bimbingan & Specialist.....	xxiv
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxvi
Lampiran Transkrip Wawancara	xxxvi
Lampiran Dokumentasi.....	lvii
Lampiran <i>Market Validation</i>	lviii



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA