

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL MUSEUM

JENDERAL BESAR DR. A.H. NASUTION



LAPORAN TUGAS AKHIR

Vincent Alexander Bagaskara

00000068777

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL MUSEUM

JENDERAL BESAR DR. A.H. NASUTION



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Vincent Alexander Bagaskara

0000068777

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 : Vincent Alexander Bagaskara
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068777
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL MUSEUM JENDERAL
BESAR DR. A.H. NASUTION**

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



(Vincent Alexander Bagaskara)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Vincent Alexander Bagaskara
NIM : 00000068777
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL MUSEUM JENDERAL BESAR DR. ABDUL HARIS NASUTION

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 menyantumkannya dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 12 Desember 2025
Yang Menyatakan,



(Vincent Alexander Bagaskara)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL MUSEUM JENDERAL BESAR DR. A.H. NASUTION

Oleh

Nama Lengkap : Vincent Alexander Bagaskara

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068777

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

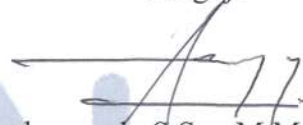
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 042750

Penguji



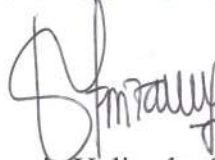
Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/ L00011

Pembimbing



Edo Tirtadarma, M.Ds.
0324128506/ 071279

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 : Vincent Alexander Bagaskara
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068777
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2*
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN ULANG IDENTITAS
VISUAL MUSEUM JENDERAL BESAR
DR. A.H. NASUTION

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, 16 Desember 2025



(Vincent Alexander Bagaskara)

** 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

Segala puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya sehingga Laporan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Identitas Visual Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution” dapat terselesaikan. Adapun laporan ini disusun sebagai pemenuhan kewajiban dalam memenuhi syarat kelulusan.

Perancangan ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution dalam merancang ulang identitasnya agar lebih relevan dengan masa kini tanpa menghilangkan nilai sejarah yang dimiliki. Identitas baru dirancang untuk menjembatani nilai historis dan konteks modern, sehingga Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution tidak lagi dianggap sebagai tempat yang kuno dan menyeramkan. Adapun penulis menyadari bahwa penyusunan Laporan Tugas Akhir ini dapat terlaksana dengan baik berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih 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. Edo Tirtadarma, 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. Muhammad Ali Suprpto, selaku pengelola museum yang telah memberikan bantuan, informasi, kontribusi, waktu, dan dukungan sehingga perancangan ulang ini dapat terealisasi dalam bentuk *brand guidelines*.

Penulis berharap dapat merancang identitas visual yang bermanfaat bagi Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution, khususnya untuk membangun citra yang lebih representatif dan relevan. Sedangkan, bagi pembaca, perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber pembelajaran mengenai proses pengembangan identitas visual pada lembaga bersejarah seperti museum. Akhir kata, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada para pembaca yang telah meluangkan waktu untuk membaca Laporan Tugas Akhir ini.

Tangerang, 12 Desember 2025



(Vincent Alexander Bagaskara)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL MUSEUM

JENDERAL BESAR DR. A.H. NASUTION

(Vincent Alexander Bagaskara)

ABSTRAK

Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution merupakan salah satu museum bersejarah di Jakarta yang menyimpan bukti perjalanan perjuangan bangsa Indonesia. Namun, hingga kini museum masih dipersepsikan sebagai tempat penyimpanan benda kuno yang kurang menarik bagi masyarakat modern, khususnya Generasi Z. Kondisi tersebut diperkuat dengan identitas visual Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution yang dinilai belum mampu merepresentasikan citra museum secara relevan, edukatif, dan menarik. Elemen identitas visual, khususnya logo, tipografi, warna, dan komposisi, dianggap memiliki tampilan yang kuno dan tidak sesuai dengan standar visual modern, sehingga tidak mampu mencerminkan karakter museum. Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang identitas visual Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution agar memiliki meaning dan coherence serta relevan bagi Generasi Z usia 18–25 tahun. Metode perancangan yang digunakan mengacu pada teori Alina Wheeler dalam buku *Designing Brand Identity*, yang meliputi tahapan conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, dan managing assets. Perancangan dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Hasil perancangan berupa sistem identitas visual baru yang diaplikasikan pada berbagai media, seperti signage dan media kolateral, serta dirangkum dalam brand guidelines sebagai pedoman penggunaan identitas secara konsisten. Simpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa perancangan ulang identitas visual diperlukan untuk memperkuat citra Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution dan meningkatkan relevansinya bagi generasi muda.

Kata kunci: Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution, Identitas Visual, Branding

VISUAL IDENTITY REDESIGN FOR THE MUSEUM OF GENERAL DR. A.H. NASUTION

(Vincent Alexander Bagaskara)

ABSTRACT (English)

*The Great General Dr. A.H. Nasution Museum is one of the historical museums in Jakarta that preserves evidence of the journey of the Indonesian nation's struggle. However, until now the museum is still perceived as a place to store ancient objects that are less attractive to modern society, especially Generation Z. This condition is reinforced by the visual identity of the Great General Dr. A.H. Nasution Museum which is considered unable to represent the museum's image in a relevant, educational, and attractive manner. Visual identity elements, especially the logo, typography, color, and composition, are considered to have an old-fashioned appearance and do not comply with modern visual standards, so they are unable to reflect the museum's character. This study aims to redesign the visual identity of the Great General Dr. A.H. Nasution Museum to have meaning and coherence and be relevant to Generation Z aged 18–25 years. The design method used refers to Alina Wheeler's theory in the book *Designing Brand Identity*, which includes the stages of conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, and managing assets. The design was carried out through observation, interviews, and questionnaires. The design results in the form of a new visual identity system that is applied to various media, such as signage and collateral media, and summarized in brand guidelines as a guideline for consistent use of the identity. The conclusion of this study shows that a redesign of the visual identity is needed to strengthen the image of the Museum of General A.H. Nasution and increase its relevance for the younger generation.*

Keywords: Museum of General Dr. A.H. Nasution, Brand Identity, Branding

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
ABSTRACT (English)	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xix
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	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Brand	5
2.1.1 Branding	5
2.1.2 Rebranding	6
2.1.3 Brand Value	8
2.1.4 Brand Personality	8
2.1.5 Brand Positioning	9
2.1.6 Tone of Voice	9
2.1.7 Brand Ideals	10
2.1.8 Brand Identity	12
2.2 Perancangan Desain	20
2.2.1 Prinsip Desain	20

2.2.2 <i>Laws of Perceptual Organization</i>	28
2.2.3 Warna.....	31
2.2.4 Tipografi	38
2.2.5 <i>Grid</i>	43
2.3 <i>Brand Guidelines</i>	47
2.4 Museum Jenderal Besar Dr. A.H. Nasution	48
2.5 Penelitian yang Relevan.....	49
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	52
3.1 Subjek Perancangan	52
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	54
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	55
3.3.1 Observasi.....	56
3.3.2 Wawancara	58
3.3.3 Kuesioner	60
3.3.4 Studi Eksisting.....	64
3.3.5 Studi Referensi	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	66
4.1 Hasil Perancangan	66
4.1.1 <i>Conducting Research</i>	66
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i>	93
4.1.3 <i>Designing Identity</i>	113
4.1.4 <i>Creating Touchpoints</i>	131
4.1.5 <i>Managing Assets</i>	161
4.1.6 Kesimpulan Perancangan.....	166
4.2 Pembahasan Perancangan	167
4.2.1 Analisa Bimbingan Spesialis	167
4.2.2 Analisa <i>Market Validation</i>	170
4.2.3 Analisa Logo	172
4.2.4 Analisa Warna.....	173
4.2.5 Analisa Tipografi.....	174
4.2.6 Analisa Pattern	174
4.2.7 Analisa Supergrafis.....	175

4.2.8 Analisa <i>Collateral Media</i>	176
4.2.9 Analisa <i>Brand Guidelines</i>	200
4.2.10 Anggaran	202
BAB V PENUTUP	204
5.1 Simpulan	204
5.2 Saran	205
DAFTAR PUSTAKA	207
LAMPIRAN	xx



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	49
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Kuesioner	61
Tabel 4.1 Data Demografis Responden	78
Tabel 4.2 Tingkat Kesadaran Responden Terhadap Identitas Visual Museum	79
Tabel 4.3 Alasan Responden Belum Menyadari Logo Museum	79
Tabel 4.4 Persepsi Responden Mengenai Elemen Visual pada Logo.....	80
Tabel 4.5 Representasi Citra Logo Museum.....	81
Tabel 4.6 Peran Logo dalam Mempengaruhi Minat Berkunjung Masyarakat.....	82
Tabel 4.7 Tingkat Keyakinan dalam Mengidentifikasi Ruang Museum	82
Tabel 4.8 Persepsi Responden Terhadap Peran Signage di Museum.....	82
Tabel 4.9 Peran Signage dalam Meningkatkan Keterlibatan di Museum.....	83
Tabel 4.10 Persepsi Responden Terhadap Pentingnya Topik Perancangan	83
Tabel 4.11 Preferensi Responden Terhadap Gaya Visual Perancangan	84
Tabel 4.12 Preferensi Responden Terhadap Palet Warna Perancangan	84
Tabel 4.13 Analisis SWOT Studi Eksisting.....	89
Tabel 4.14 Tabel Findings & Insights.....	93
Tabel 4.15 Analisis Segmentasi	96
Tabel 4.16 Brand Brief.....	101
Tabel 4.17 Brand Mantra	111
Tabel 4.18 Anggaran Museum Abdul Haris nasution.....	202



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Penerapan Brand Signature	12
Gambar 2.2 Contoh Wordmarks Brandmarks.....	13
Gambar 2.3 Contoh Letterforms Brandmarks.....	13
Gambar 2.4 Contoh Pictorial Marks Brandmarks.....	14
Gambar 2.5 Contoh Abstract Marks Brandmarks	14
Gambar 2.6 Contoh Emblems Brandmarks	15
Gambar 2.7 Contoh Dynamic Brandmarks.....	16
Gambar 2.8 Penerapan Founder's Brand Name.....	16
Gambar 2.9 Penerapan Explanatory Brand Name	17
Gambar 2.10 Penerapan Expressive or Invented Brand Name	17
Gambar 2.11 Penerapan Symbolic Brand Name	18
Gambar 2.12 Penerapan Acronym Brand Name.....	18
Gambar 2.13 Contoh Format pada Desain.....	20
Gambar 2.14 Contoh Balance pada Desain.....	21
Gambar 2.15 Symmetry Balance	22
Gambar 2.16 Asymmetry Balance	22
Gambar 2.17 Asymmetry Balance Sumber:.....	23
Gambar 2.18 Contoh Visual Hierarchy pada	23
Gambar 2.19 Contoh Isolation Emphasis	24
Gambar 2.20 Contoh Placement Emphasis.....	25
Gambar 2.21 Contoh Scale Emphasis.....	25
Gambar 2.22 Contoh Contrast Emphasis	26
Gambar 2.23 Contoh Direction and Pointers Emphasis.....	27
Gambar 2.24 Contoh Rhythm pada Desain.....	27
Gambar 2.25 Contoh Unity pada Desain	28
Gambar 2.26 Contoh Prinsip Similarity.....	28
Gambar 2.27 Contoh Prinsip Proximity.....	29
Gambar 2.28 Contoh Prinsip Continuity.....	29
Gambar 2.29 Contoh Prinsip Closure	30
Gambar 2.30 Contoh Prinsip Common Fate.....	30
Gambar 2.31 Contoh Prinsip Continuing Line	31
Gambar 2.32 Warna Dingin dan Warna Hangat	32
Gambar 2.33 Shade and Tint.....	32
Gambar 2.34 Color Saturation	33
Gambar 2.35 RGB dan CMYK.....	34
Gambar 2.36 Contoh Penerapan Warna Merah dalam Desain	34
Gambar 2.37 Contoh Penerapan Warna Oranye pada Desain	35
Gambar 2.38 Contoh Penerapan Warna Kuning dalam Desain	36
Gambar 2.39 Contoh Penerapan Warna Hijau dalam Desain	36
Gambar 2.40 Contoh Penerapan Warna Biru dalam Desain.....	36

Gambar 2.41 Contoh Penerapan Warna Ungu dalam Desain	37
Gambar 2.42 Contoh Penerapan Warna Hitam dalam Desain	37
Gambar 2.43 Contoh Penerapan Warna Putih dalam Desain	38
Gambar 2.44 Contoh Penerapan Warna Putih dalam Desain	39
Gambar 2.45 Contoh Penerapan Oldstyle Typeface	40
Gambar 2.46 Contoh Penerapan Transitional Typeface	40
Gambar 2.47 Contoh Penerapan Modern Typeface	41
Gambar 2.48 Contoh Penerapan Slab Serif Typeface.....	41
Gambar 2.49 Contoh Penerapan Sans Serif Typeface	42
Gambar 2.50 Contoh Penerapan Blackletter Typeface	42
Gambar 2.51 Contoh Penerapan Script Typeface	43
Gambar 2.52 Contoh Penerapan Display Typeface	43
Gambar 2.53 Grid Anatomy	44
Gambar 2.54 Single Column Grid	45
Gambar 2.55 Multicolumn Grid.....	46
Gambar 2.56 Modular Grid.....	47
Gambar 2.57 Contoh Brand Guidelines	47
Gambar 3.1 AEIOU Methods	57
Gambar 4.1 Pengelola Museum Memberikan.....	67
Gambar 4.2 Tampilan Ruang Kerja Museum	69
Gambar 4.3 Tampilan Cafe Museum	70
Gambar 4.4 Tampilan Qr Code pada Ruang Kamar Museum	71
Gambar 4.5 Wawancara Pengelola Museum Muhammad Ali Suprpto	73
Gambar 4.6 Wawancara Pengunjung Zahra Andi Naila.....	76
Gambar 4.7 Wawancara Pengunjung Muhammad Iqbal Attariq.....	77
Gambar 4.8 Analisis Logo Museum Sepuluh Nopember	86
Gambar 4.9 Analisis Signage Museum Sepuluh Nopember.....	87
Gambar 4.10 Analisis Logo Museum Ahmad Yani.....	88
Gambar 4.11 Analisis Signage Museum Ahmad Yani	88
Gambar 4.12 Analisis Kombinasi Warna pada Poster Museum Macan	91
Gambar 4.13 Analisis Logo Kebun Raya Bogor	91
Gambar 4.14 Analisis Signage Dunia Fantasi.....	92
Gambar 4.15 User Persona 1.....	99
Gambar 4.16 User Persona 2.....	100
Gambar 4.17 Brand Positioning Matrix	108
Gambar 4.18 Mindmap Konseptual Perancangan.....	114
Gambar 4.19 Alternatif Big Idea.....	115
Gambar 4.20 Moodboard Logo.....	117
Gambar 4.21 Moodboard Warna.....	118
Gambar 4.22 Moodboard Tipografi	119
Gambar 4.23 Moodboard Layout.....	120
Gambar 4.24 Sketsa Logo	121
Gambar 4.25 Digitalisasi Logo Terpilih	121

Gambar 4.26 Typeface Nunito Sans	122
Gambar 4.27 Typeface Myriad Variable Concept	122
Gambar 4.28 Hasil Perancangan Logotype dan Logogram	123
Gambar 4.29 Tampilan Logo dengan Logotype dan Komposisi Baru	124
Gambar 4.30 Color Palette Logo Sebelum Bimbingan Spesialis	125
Gambar 4.31 Color Palette Logo Setelah Bimbingan Spesialis.....	126
Gambar 4.32 Primary Colours	126
Gambar 4.33 Shade and Tint Colours	127
Gambar 4.34 Typeface Nunito Sans	128
Gambar 4. 35 Typeface Avant Garde BK BT.....	128
Gambar 4.36 Pattern Museum Abdul Haris Nasution	129
Gambar 4.37 Supergrafis Museum Abdul Haris Nasution	129
Gambar 4.38 Contoh Fotografi dengan Penyesuaian Filter	130
Gambar 4.39 Contoh Fotografi Tanpa Penyesuaian Filter	131
Gambar 4.40 Tampak Depan Business Card	132
Gambar 4.41 Tampak Belakang Business Card.....	133
Gambar 4.42 Variasi Business Card	133
Gambar 4.43 Perancangan Letterhead	134
Gambar 4.44 Perancangan Email Signature.....	135
Gambar 4.45 Perancangan Stamp	136
Gambar 4.46 Tampak Depan Envelope	137
Gambar 4.47 Tampak Belakang Envelope.....	137
Gambar 4.48 Perancangan Desain Qr-Code	138
Gambar 4.49 Perancangan Orientation Sign.....	140
Gambar 4.50 Perancangan Identification Sign.....	141
Gambar 4.51 Perancangan Information Sign.....	142
Gambar 4.52 Perancangan Paper Bag.....	143
Gambar 4.53 Perancangan Instagram Post.....	144
Gambar 4.54 Perancangan Instagram Story	145
Gambar 4.55 Desain Depan Vehicle	146
Gambar 4.56 Desain Samping Vehicle	147
Gambar 4.57 Desain Belakang Vehicle	147
Gambar 4.58 Tampak Depan ID Card	148
Gambar 4.59 Tampak Belakang ID Card.....	149
Gambar 4.60 Perancangan Lanyard	149
Gambar 4.61 Perancangan Polo Shirt Harian	150
Gambar 4.62 Perancangan Polo Shirt Event	151
Gambar 4.63 Perancangan Pin	152
Gambar 4.64 Perancangan Totebag	153
Gambar 4.65 Perancangan Postcard.....	154
Gambar 4.66 Perancangan Lanyard Ephemera.....	154
Gambar 4.67 Perancangan T-Shirt.....	155
Gambar 4.68 Perancangan Ballpoint.....	156

Gambar 4.69 Perancangan Agenda	157
Gambar 4.70 Perancangan Bookmark.....	158
Gambar 4.71 Perancangan Mug.....	159
Gambar 4.72 Perancangan Tumbler.....	159
Gambar 4.73 Perancangan E-money.....	160
Gambar 4.74 Perancangan Cover Brand Guidelines.....	161
Gambar 4.75 Perancangan Bab 1 Brand Guidelines.....	162
Gambar 4.76 Perancangan Bab 2 Brand Guidelines.....	162
Gambar 4.77 Perancangan Bab 3 Brand Application	163
Gambar 4.78 Perancangan Sub Bab Stationery	163
Gambar 4.79 Perancangan Sub Bab Signage.....	164
Gambar 4.80 Perancangan Sub Bab Packaging	164
Gambar 4.81 Perancangan Sub Bab Advertising.....	165
Gambar 4.82 Perancangan Sub Bab Vehicle	165
Gambar 4.83 Perancangan Sub Bab Uniform.....	166
Gambar 4.84 Perancangan Sub Bab Ephemera.....	166
Gambar 4.85 Bukti Screenshot Bimbingan Spesialis 1	168
Gambar 4.86 Perubahan Logo Setelah Bimbingan Spesialis 1.....	168
Gambar 4.87 Bukti Foto Bimbingan Spesialis 2.....	169
Gambar 4.88 Perubahan Logo Setelah Bimbingan Spesialis 2.....	169
Gambar 4.89 Dokumentasi Market Validation Farhan Muhammad Naufal.....	170
Gambar 4.90 Dokumentasi Market Validation dengan I Putu Ari Sastra.....	170
Gambar 4.91 Dokumentasi Market Validation dengan Adrian Jonathan	171
Gambar 4.92 Analisa Logo Museum Abdul Haris Nasution	172
Gambar 4.93 Analisa Color Palette Museum Abdul Haris Nasution	173
Gambar 4.94 Analisa Tipografi Museum Abdul Haris Nasution	174
Gambar 4.95 Analisa Pattern	175
Gambar 4.96 Analisa Supegrafis.....	176
Gambar 4.97 Mockup Business Card.....	177
Gambar 4.98 Mockup Letterhead	178
Gambar 4.99 Email Signature	179
Gambar 4.100 Mockup Stamp	179
Gambar 4.101 Envelope.....	180
Gambar 4.102 Mockup Qr-Code.....	181
Gambar 4.103 Mockup Orientation Sign.....	182
Gambar 4.104 Identification Sign.....	183
Gambar 4.105 Information Sign	183
Gambar 4.106 Mockup Paper Bag	185
Gambar 4.107 Mockup Instagram Post.....	186
Gambar 4.108 Instagram Story	187
Gambar 4.109 Mockup Operational Vehicle	188
Gambar 4.110 ID card.....	189
Gambar 4.111 Mockup Lanyard Uniform	190

Gambar 4.112 Polo Shirt Operasional	191
Gambar 4.113 Polo Shirt Event	191
Gambar 4.114 Mockup Totebag	192
Gambar 4.115 Mockup Pin	193
Gambar 4.116 Mockup Postcard.....	194
Gambar 4.117 Mockup Lanyard	194
Gambar 4.118 Mockup T-shirt.....	195
Gambar 4.119 Mockup Ballpoint.....	196
Gambar 4.120 Mockup Agenda	197
Gambar 4.121 Mockup Bookmark.....	197
Gambar 4.122 Mockup Mug	198
Gambar 4.123 Mockup Tumbler.....	199
Gambar 4.124 Perancangan E-money.....	200
Gambar 4.125 Mockup Brand Guidelines	201



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xx
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	xxiii
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxv
Lampiran <i>Consent Form</i>	xxviii
Lampiran Kuesioner.....	xxix
Lampiran Transkrip Wawancara.....	xxxiv
Lampiran Dokumentasi.....	xlix

