

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
MUSEUM KOTA LAMA SEMARANG**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Alecia Cindy
00000069228**

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

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
MUSEUM KOTA LAMA SEMARANG**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Alecia Cindy

00000069228

**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 : Alecia Cindy
Nomor Induk Mahasiswa : 00000069228
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MUSEUM KOTA LAMA SEMARANG

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, 13 Januari 2026



(Alecia Cindy)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Alecia Cindy
NIM : 00000069228
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : Perancangan Identitas Visual Museum Kota Lama
Semarang

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, 15 Desember 2025

Yang Menyatakan,



(Alecia Cindy)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MUSEUM KOTA LAMA
SEMARANG**

Oleh

Nama Lengkap : Alecia Cindy
Nomor Induk Mahasiswa : 00000069228
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

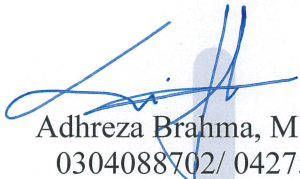
Telah diujikan pada hari Kamis, 8 Januari 2026

Pukul 15.15 s.d. 16.00 WIB dan dinyatakan

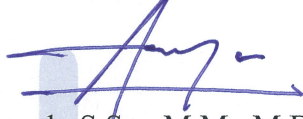
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

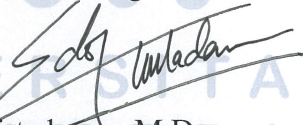
Ketua Sidang


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 042750

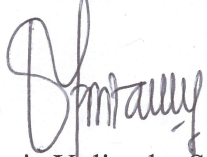
Penguji


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

Pembimbing


Edo Tirtadarma, M.Ds.
0824128506/ 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 : Alecia Cindy
Nomor Induk Mahasiswa : 00000069228
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
MUSEUM KOTA LAMA SEMARANG

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, 15 Desember 2025



(Alecia Cindy)

* 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 dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan laporan tugas akhir berjudul “Perancangan Identitas Visual Museum Kota Lama Semarang” dengan baik. Perancangan identitas visual Museum Kota Lama Semarang ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan serta sebagai penerapan ilmu desain komunikasi visual yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam permasalahan nyata di lapangan.

Tugas Akhir yang penulis lakukan ini mencakup proses riset, penyusunan strategi, perancangan logo, pengembangan sistem identitas visual, hingga pembuatan *brand guideline* dan berbagai media pendukung. Perancangan ini bertujuan untuk membantu museum memiliki identitas yang lebih kuat, konsisten, dan relevan bagi para pengunjung, khususnya generasi muda sebagai target utama dalam perancangan ini. Minat penulis terhadap desain identitas visual dapat memberikan pengalaman berharga untuk penulis dan perancangan di masa yang akan datang.

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. Edo Titradarma, M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Darfi Rizkavirwan, selaku Pembimbing spesialis yang telah memberikan masukan berharga terhadap desain yang penulis rancang, sehingga hasil Tugas Akhir menjadi semakin baik dan relevan dalam penerapannya.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Teman-teman dan sahabat penulis, Kayla Adriana, Jesslyn Nathalie, Jocelyn Nathalie, Jessica Marella, Verin Maria, serta grup “Kopdang” Livinia, Cecillia, Vivian, Rara, Kevina, Chanelle, Thessa, dan Andien yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan semangat kepada penulis.
8. Teman-teman satu kelompok bimbingan yang telah berjuang bersama penulis melalui berbagai proses dan tantangan selama pengerjaan Tugas Akhir hingga selesai.
9. Para narasumber wawancara yang telah meluangkan waktu untuk memberikan pendapat dan masukan berharga kepada penulis.
10. Responden kuesioner yang telah memberikan informasi dan pendapat terkait Museum Kota Lama Semarang.

Penulis berharap laporan proposal tugas akhir ini dapat bermanfaat serta menjadi referensi dalam pengembangan identitas visual. Akhir kata, penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran dari pembaca untuk pengembangan lebih lanjut.

Tangerang, 15 Desember 2025

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Alecia Cindy)

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MUSEUM KOTA

LAMA SEMARANG

(Alecia Cindy)

ABSTRAK

Museum Kota Lama merupakan salah satu destinasi wisata sejarah di Kota Semarang yang menyimpan berbagai koleksi dan artefak bersejarah. Museum ini memanfaatkan teknologi imersif yang membuat pengalaman berkunjung menjadi menarik. Namun, museum masih menghadapi permasalahan citra di mata masyarakat, banyak orang memiliki kesalahan persepsi terhadap Museum Kota Lama Semarang. Hal ini terjadi karena museum hanya memiliki papan nama tanpa identitas visual yang bisa merepresentasikan karakter dan nilai yang dimilikinya, diperparah dengan ketiadaan *collateral*, media sosial, dan elemen identitas lainnya. Untuk itu, penulis merancang identitas visual bagi Museum Kota Lama Semarang dengan tujuan membangun citra yang lebih jelas, kuat, dan konsisten. Identitas ini diharapkan dapat mengurangi kesalahan persepsi sekaligus meningkatkan daya tarik bagi target audiens. Metode yang digunakan adalah *mixed methods*, menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, serta mengacu pada teori Alina Wheeler mengenai tahapan *branding*, mulai dari *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints*, hingga *managing assets* sebagai landasan desain. Dengan adanya identitas visual yang konsisten, diharapkan masyarakat dapat membangun persepsi yang tepat terhadap citra Museum Kota Lama Semarang.

Kata kunci: Identitas Visual, Museum, Sejarah, Pengenalan

DESIGNING THE VISUAL IDENTITY OF MUSEUM KOTA

LAMA SEMARANG

(Alecia Cindy)

ABSTRACT (English)

Museum Kota Lama Semarang is one of the historical tourism destinations in Semarang that keeps various collections and historical artifacts. The museum also uses immersive technology that makes the visiting experience more interesting. However, the museum still faces problems with its image in society, as many people have a wrong perception about Museum Kota Lama Semarang. This happens because the museum only has a simple name board without a visual identity that can represent its character and values, made worse by the absence of collaterals, social media, and other supporting identity elements. Therefore, the writer designs a visual identity for Museum Kota Lama Semarang with the purpose of building a clearer, stronger, and more consistent image. This identity is expected to reduce the wrong perception and at the same time increase the attractiveness for the target audience. The method used is mixed methods, combining qualitative and quantitative approaches, and refers to Alina Wheeler's theory of branding stages, starting from conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, and managing assets as the design foundation. With a consistent visual identity, it is expected that the public will develop an appropriate perception of Museum Kota Lama Semarang.

Keywords: *Visual Identity, Museum, History, Recognition*



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.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 <i>Brand</i>	5
2.1.1 <i>Branding</i>.....	5
2.1.2 <i>Brand Strategy</i>.....	8
2.1.3 <i>Brand Positioning</i>	8
2.1.4 <i>Brand Pillar</i>	11
2.1.5 <i>Brand Architecture</i>.....	12
2.1.6 <i>Brand Identity</i>.....	13
2.1.7 <i>Visual Identity</i>	25
2.2 <i>Brand Guideline</i>	55
2.2.1 <i>Graphic Standard Manual (GSM)</i>	56
2.3 Museum.....	57
2.3.1 Museum Kota Lama Semarang	58

2.4 Penelitian yang Relevan.....	59
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	63
3.1 Subjek Perancangan	63
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	64
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	66
3.3.1 Observasi.....	66
3.3.2 Wawancara	68
3.3.3 Kuesioner	71
3.3.4 Studi Eksisting.....	76
3.3.5 Studi Referensi	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	77
4.1 Hasil Perancangan	77
4.1.1 <i>Conducting Research</i>	77
4.1.2 <i>Clarifying Strategy</i>	101
4.1.3 <i>Designing Identity</i>	119
4.1.4 <i>Creating Touchpoints</i>	139
4.1.5 <i>Managing Assets</i>	170
4.1.6 Bimbingan Spesialis	182
4.1.7 Kesimpulan Perancangan.....	183
4.2 Pembahasan Perancangan.....	184
4.2.1 <i>Persiapan Market Validation</i>	184
4.2.2 <i>Analisis Market Validation</i>	186
4.2.3 <i>Analisis Logo</i>	193
4.2.4 <i>Analisis Supergrafis</i>	197
4.2.5 <i>Analisis Media Collateral</i>	197
4.2.6 <i>Analisis Brand Guideline</i>	228
4.2.7 <i>Anggaran</i>	234
BAB V PENUTUP.....	239
5.1 Simpulan	239
5.2 Saran.....	240
DAFTAR PUSTAKA	242
LAMPIRAN.....	xix

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	59
Table 3.1 Kuesioner <i>section 1</i> mengenai data diri responden.....	71
Table 3.2 Kuesioner <i>section 2</i> terkait perspsi Museum Kota Lama Semarang...	72
Table 3.3 Kuesioner <i>section 3</i> terkait identitas visual.....	74
Tabel 4.1 Hasil kuesioner <i>section 1</i> data diri responden.....	89
Tabel 4.2 Hasil kuesioner <i>section 2</i> persepsi responden terkait Museum Kota Lama.....	91
Tabel 4.3 Hasil kuesioner <i>section 3</i> terkait identitas visual	93
Tabel 4.4 SWOT untuk Museum Nasional Indonesia dan Museum Kota Lama..	97
Tabel 4.5 <i>insight brand, insight</i> audiens dan <i>insight summary</i>	102
Tabel 4.6 Tabel STP (<i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>)	105
Tabel 4.7 <i>Brand Brief</i>	108
Tabel 4.8 <i>Brand Pillars</i>	117
Tabel 4.9 Alternatif <i>big idea</i>	122
Tabel 4.10 Anggaran Museum Kota Lama Semarang	234



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerjasama merek Oreo dan Supreme.....	6
Gambar 2.2 Sosial Media Starbucks	6
Gambar 2.3 Raditya Dika <i>Profile</i>	7
Gambar 2.4 Re-Uniqlo	7
Gambar 2.5 Wonderful Indonesia	8
Gambar 2.6 Nikon <i>Positioning Statement</i>	9
Gambar 2.7 <i>Foldable Phone Design</i> Samsung Galaxy Z Flip 6.....	10
Gambar 2.8 Bentuk Snack Segitiga Maitos dan Doritos.....	10
Gambar 2.9 <i>Brand Pillar</i>	11
Gambar 2.10 merek FedEx menerapkan <i>monolithic brand achitecture</i>	12
Gambar 2.11 merek Apple menerapkan <i>endorsed brand architecture</i>	13
Gambar 2.12 merek Unilever menerapkan <i>pluralistic brand architecture</i>	13
Gambar 2.13 <i>Signature</i>	14
Gambar 2.14 Logo <i>Wordmarks</i>	15
Gambar 2.15 Logo <i>Letterforms</i>	15
Gambar 2.16 Logo <i>Pictorial Marks</i>	16
Gambar 2.17 Logo <i>Abstract Marks</i>	16
Gambar 2.18 <i>Emblems</i>	17
Gambar 2.19 <i>Dynamic marks</i>	17
Gambar 2.20 <i>Tagline</i> Nike.....	18
Gambar 2.21 <i>Tagline</i> Target	18
Gambar 2.22 <i>Tagline</i> BMW.....	19
Gambar 2.23 <i>Tagline</i> Microsoft.....	19
Gambar 2.24 <i>Tagline</i> Skittles.....	20
Gambar 2.25 Disney berkepribadian <i>sincerity</i>	20
Gambar 2.26 Redbull berkepribadian <i>Excitement</i>	21
Gambar 2.27 Apple berkepribadian <i>competence</i>	21
Gambar 2.28 Chanel berkepribadian <i>sophistication</i>	22
Gambar 2.29 The North Face berkepribadian <i>ruggedness</i>	22
Gambar 2.30 Empat dimensi sebuah <i>tone of voice</i>	24
Gambar 2.31 <i>Brand Mantra</i>	25
Gambar 2.32 Keseimbangan simetris	26
Gambar 2.33 Keseimbangan asimetris.....	27
Gambar 2.34 Keseimbangan radial	27
Gambar 2.35 <i>Emphasis by isolation</i>	28
Gambar 2.36 <i>Emphasis by placement</i>	28
Gambar 2.37 <i>Emphasis by scale</i>	29
Gambar 2.38 <i>Emphasis through contrast</i>	29
Gambar 2.39 <i>emphasis through direction and pointers</i>	30
Gambar 2.40 <i>Emphasis through diagrammatic structures</i>	30
Gambar 2.41 Prinsip Gestalt	31
Gambar 2.42 <i>Hue</i>	32
Gambar 2.43 <i>Value</i>	33
Gambar 2.44 <i>Saturation</i>	33

Gambar 2.45 <i>Color Wheel</i>	34
Gambar 2.46 <i>Complementary</i>	34
Gambar 2.47 <i>Split Complementary</i>	35
Gambar 2.48 <i>Double Complementary</i>	35
Gambar 2.49 <i>Analogous</i>	36
Gambar 2.50 <i>Triadic</i>	36
Gambar 2.51 <i>Monochromatic</i>	37
Gambar 2.52 Logo KFC berwarna merah.....	37
Gambar 2.53 Logo Viu berwarna kuning	38
Gambar 2.54 Logo Samsung berwarna biru	38
Gambar 2.55 Logo Starbucks berwarna hijau.....	38
Gambar 2.56 Logo Cadbury berwarna ungu.....	39
Gambar 2. 57 Logo Nickelodeon berwarna oranye	39
Gambar 2.58 Logo Mini Cooper berwarna hitam.....	39
Gambar 2.59 Logo Unicef berwarna putih	40
Gambar 2.60 Logo Abercrombie & Fitch berjenis <i>old style</i>	40
Gambar 2.61 Contoh font transitional.....	41
Gambar 2.62 Logo Spotify berjenis modern.....	41
Gambar 2.63 Logo Honda berjenis <i>slab serif</i>	42
Gambar 2.64 Logo Google berjenis <i>sans serif</i>	42
Gambar 2.65 Logo Metallica berjenis <i>blackletter</i>	42
Gambar 2.66 Logo Coca Cola berjenis <i>script</i>	43
Gambar 2.67 Logo Lego berjenis <i>display</i>	43
Gambar 2.68 Anatomi grid	44
Gambar 2.69 <i>Single column grid</i>	45
Gambar 2.70 <i>Multicolumn grid</i>	45
Gambar 2.71 <i>Modular grid</i>	46
Gambar 2.72 Fibonacci Spiral.....	48
Gambar 2.73 Logo Apple <i>Golden Ratio</i>	48
Gambar 2.74 <i>Rule of Thirds</i>	49
Gambar 2.75 Ikon.....	49
Gambar 2.76 Tony The Tiger.....	50
Gambar 2.77 <i>Stationary</i>	51
Gambar 2.78 <i>Signage</i>	51
Gambar 2.79 Beats <i>headphone</i>	52
Gambar 2.80 <i>Packaging</i>	52
Gambar 2.81 <i>Advertising</i> BTS Meal.....	53
Gambar 2.82 <i>Placemaking</i>	53
Gambar 2.83 <i>Vehicles</i>	54
Gambar 2.84 <i>Uniform</i>	54
Gambar 2.85 <i>Ephemera</i>	55
Gambar 2.86 <i>Brand Guideline</i>	56
Gambar 2.87 <i>Graphic Standard Manual</i>	57
Gambar 2.88 Klasifikasi Museum.....	58
Gambar 4.1 Observasi gedung luar dan ruang pameran pertama	78
Gambar 4.2 Observasi ruang pameran dua dan tiga	78

Gambar 4.3 Peninggalan dan replika tram.....	79
Gambar 4.4 <i>Signage</i> dan <i>lanyard</i>	80
Gambar 4.5 Tiket Museum Kota Lama Semarang.....	81
Gambar 4.6 Perbandingan perilaku pengunjung.....	82
Gambar 4.7 Wawancara dengan Grecia.....	83
Gambar 4.8 Wawancara dengan Naya.....	85
Gambar 4.9 Wawancara dengan Hima.....	86
Gambar 4.10 Wawancara dengan Andrea Isa.....	88
Gambar 4.11 Logo Museum MACAN.....	100
Gambar 4.12 Logo <i>Shop at MACAN</i>	100
Gambar 4.13 <i>Target Persona</i>	107
Gambar 4.14 <i>Brand Pillars</i>	117
Gambar 4.15 <i>Brand Positioning Statement</i>	119
Gambar 4.16 <i>Mindmap</i> Museum Kota Lama Semarang.....	120
Gambar 4.17 <i>Mindmap Big Idea</i>	124
Gambar 4.18 <i>Moodboard Logo</i>	125
Gambar 4.19 <i>Mooboard Warna</i>	126
Gambar 4.20 <i>Moodboard Typography</i>	127
Gambar 4.21 <i>Moodboard Layout</i>	128
Gambar 4.22 Sketsa Logo.....	129
Gambar 4.23 Alternatif Logo.....	129
Gambar 4.24 Alternatif logo terpilih.....	130
Gambar 4.25 Logo terpilih.....	130
Gambar 4.26 Bentuk <i>logogram</i>	131
Gambar 4.27 Logo <i>configurations</i>	132
Gambar 4.28 Alternatif warna logo.....	133
Gambar 4.29 Warna logo dan penerapannya.....	134
Gambar 4.30 Tipografi.....	135
Gambar 4.31 <i>Icon</i> Museum Kota Lama Semarang.....	136
Gambar 4.32 Supergrafis Museum Kota Lama Semarang.....	137
Gambar 4.33 Dokumentasi Museum Kota Lama Semarang.....	138
Gambar 4.34 <i>Slider</i> ketentuan edit foto.....	139
Gambar 4.35 Perancangan Kartu Nama Museum Kota Lama Semarang.....	141
Gambar 4.36 Perancangan kop surat Museum Kota Lama Semarang.....	142
Gambar 4.37 Perancangan amplop Museum Kota Lama Semarang.....	143
Gambar 4.38 Perancangan tiket Museum Kota Lama Semarang.....	144
Gambar 4.39 Perancangan <i>memopad</i> Museum Kota Lama Semarang.....	145
Gambar 4.40 Perancangan <i>company stamp</i> Museum Kota Lama Semarang.....	146
Gambar 4.41 Perancangan pena Museum Kota Lama Semarang.....	147
Gambar 4.42 Perancangan <i>T-Shirt</i> Museum Kota Lama Semarang.....	148
Gambar 4.43 Perancangan topi Museum Kota Lama Semarang.....	149
Gambar 4.44 Perancangan <i>notebook</i>	150
Gambar 4.45 Perancangan <i>mug</i> Museum Kota Lama Semarang.....	151
Gambar 4.46 Perancangan enamel Museum Kota Lama Semarang.....	151
Gambar 4.47 Perancangan <i>keychain</i> Museum Kota Lama Semarang.....	152
Gambar 4.48 Perancangan <i>sticker</i> Museum Kota Lama Semarang.....	153

Gambar 4.49 Perancangan <i>totebag</i> Museum Kota Lama Semarang.....	154
Gambar 4.50 Perancangan <i>Paperbag</i> Museum Kota Lama Semarang.....	155
Gambar 4.51 Perancangan <i>polo shirt</i> Museum Kota Lama Semarang.....	156
Gambar 4.52 Perancangan <i>lanyard</i> Museum Kota Lama Semarang	157
Gambar 4.53 Perancangan <i>ID card</i> Museum Kota Lama Semarang	158
Gambar 4.54 Perancangan mobil van Museum Kota Lama Semarang	159
Gambar 4.55 Perancangan <i>directional sign</i> Museum Kota Lama Semarang	160
Gambar 4.56 Perancangan <i>identification sign</i> Museum Kota Lama Semarang..	161
Gambar 4.57 Perancangan <i>information sign</i> Museum Kota Lama Semarang	162
Gambar 4.58 Perancangan <i>3D wall ornament</i> Museum Kota Lama Semarang .	164
Gambar 4.59 Perancangan umbul umbul Museum Kota Lama Semarang	165
Gambar 4.60 Perancangan poster Museum Kota Lama Semarang.....	166
Gambar 4.61 Perancangan <i>bifold flyer</i> Museum Kota Lama Semarang	167
Gambar 4.62 Perancangan <i>website</i> Museum Kota Lama Semarang.....	168
Gambar 4.63 Perancangan <i>Instagram feeds</i> Museum Kota Lama Semarang	169
Gambar 4.64 Perancangan <i>Instagram story</i> Museum Kota Lama Semarang.....	169
Gambar 4.65 Perancangan <i>grid brand guideline</i>	171
Gambar 4.66 Perancangan <i>cover depan brand guidelines</i>	171
Gambar 4.67 Perancangan <i>cover belakang brand guidelines</i>	172
Gambar 4.68 Perancangan halaman awal <i>brand guidelines</i>	173
Gambar 4.69 Perancangan kata pengantar <i>brand guidelines</i>	173
Gambar 4.70 Perancangan daftar isi <i>brand guidelines</i>	174
Gambar 4.71 Perancangan <i>divider bab satu brand guidelines</i>	175
Gambar 4.72 Perancangan <i>divider bab dua brand guidelines</i>	175
Gambar 4.73 Perancangan <i>divider bab tiga brand guidelines</i>	176
Gambar 4.74 Perancangan halaman tentang merek <i>brand guidelines</i>	176
Gambar 4.75 Perancangan <i>section brand identity brand guidelines</i>	177
Gambar 4.76 Perancangan beberapa konten <i>brand identity</i>	177
Gambar 4.77 Perancangan <i>divider media collateral brand guidelines</i>	178
Gambar 4.78 Perancangan <i>stationery brand guidelines</i>	179
Gambar 4.79 Perancangan <i>ephemera brand guidelines</i>	179
Gambar 4.80 Perancangan <i>packaging brand guidelines</i>	180
Gambar 4.81 Perancangan <i>uniform brand guidelines</i>	180
Gambar 4.82 Perancangan <i>vehicles brand guidelines</i>	180
Gambar 4.83 Perancangan <i>signage brand guidelines</i>	181
Gambar 4.84 Perancangan <i>placemaking brand guidelines</i>	181
Gambar 4.85 Perancangan <i>advertising brand guidelines</i>	182
Gambar 4.86 Perubahan logo pasca bimbingan spesialis	183
Gambar 4.87 Dokumentasi <i>market validation</i> bersama Kayla Adriana	186
Gambar 4.88 Dokumentasi <i>market validation</i> bersama Nancy Puspita.....	189
Gambar 4.89 Dokumentasi <i>market validation</i> bersama Jessica Marella	191
Gambar 4.90 <i>Brand signature</i> logo Museum Kota Lama Semarang.....	193
Gambar 4.91 Logo <i>grid system</i> Museum Kota Lama Semarang	194
Gambar 4.92 <i>Logogram</i> Museum Kota Lama Semarang	195
Gambar 4.93 <i>Logotype</i> Museum Kota Lama Semarang	196
Gambar 4.94 Proporsi logo Museum Kota Lama Semarang	196

Gambar 4.95 Supergrafis Museum Kota Lama Semarang.....	197
Gambar 4.96 Kartu nama Museum Kota Lama Semarang	198
Gambar 4.97 <i>Letterhead</i> Museum Kota Lama Semarang.....	200
Gambar 4.98 Amplop Museum Kota Lama Semarang.....	201
Gambar 4.99 Tiket Museum Kota Lama Semarang.....	202
Gambar 4.100 <i>Memopad</i> Museum Kota Lama Semarang	204
Gambar 4.101 <i>Company stamp</i> Museum Kota Lama Semarang	205
Gambar 4.102 Pena Museum Kota Lama Semarang	206
Gambar 4.103 <i>T-shirt</i> Museum Kota Lama Semarang	207
Gambar 4.104 Topi Museum Kota Lama Semarang	208
Gambar 4.105 <i>Notebook</i> Museum Kota Lama Semarang.....	209
Gambar 4.106 <i>Mug</i> Museum Kota Lama Semarang.....	210
Gambar 4.107 <i>Enamel</i> Museum Kota Lama Semarang.....	211
Gambar 4.108 <i>Keychain</i> Museum Kota Lama Semarang.....	212
Gambar 4.109 <i>Sticker</i> Museum Kota Lama Semarang.....	213
Gambar 4.110 <i>Totebag</i> Museum Kota Lama Semarang.....	214
Gambar 4.111 <i>Paperbag</i> Museum Kota Lama Semarang	215
Gambar 4.112 <i>Polo shirt</i> Museum Kota Lama Semarang	216
Gambar 4.113 <i>Lanyard</i> Museum Kota Lama Semarang	217
Gambar 4.114 <i>ID card</i> Museum Kota Lama Semarang	218
Gambar 4.115 Mobil operasional Museum Kota Lama Semarang.....	219
Gambar 4.116 <i>Directional sign</i> Museum Kota Lama Semarang.....	220
Gambar 4.117 <i>Identification sign</i> Museum Kota Lama Semarang.....	221
Gambar 4.118 <i>Information sign</i> Museum Kota Lama Semarang	222
Gambar 4.119 <i>3D wall ornament</i> Museum Kota Lama Semarang.....	223
Gambar 4.120 Umbul umbul Museum Kota Lama Semarang.....	224
Gambar 4.121 Poster Museum Kota Lama Semarang	225
Gambar 4.122 <i>Bi fold flyer</i> Museum Kota Lama Semarang.....	225
Gambar 4.123 <i>Website</i> Museum Kota Lama Semarang	226
Gambar 4.124 <i>Instagram feed</i> Museum Kota Lama Semarang	227
Gambar 4.125 <i>Instagram Story</i> Museum Kota Lama Semarang.....	228
Gambar 4.126 <i>Cover brand guideline</i> Museum Kota Lama Semarang.....	229
Gambar 4.127 Isi konten <i>brand guideline</i> Museum Kota Lama Semarang.....	231
Gambar 4.128 Isi konten 2 <i>brand guideline</i> Museum Kota Lama Semarang.....	233

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase <i>Turnitin</i>	xix
Lampiran 2 Form Bimbingan & Spesialis	xxvii
Lampiran 3 Dokumentasi Bimbingan Spesialis	xxx
Lampiran 4 <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxxi
Lampiran 5 Hasil Kuesioner	xxxvi
Lampiran 6 Transkrip Wawancara.....	xliii
Lampiran 7 Dokumentasi Observasi.....	lvii

