

183/S/PM-KCBR/PK.03/08/6/AGUSTUS/2024

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL TIRTA GUNA MANDIRI
SEBAGAI PERUSAHAAN AIR MINUM DALAM KEMASAN**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan Program Studi Pendidikan Multimedia



Oleh:

Rizky Amalia

NIM 2003626

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN MULTIMEDIA
KAMPUS UPI DI CIBIRU
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2024**

LEMBAR HAK CIPTA

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL TIRTA GUNA MANDIRI SEBAGAI PERUSAHAAN AIR MINUM DALAM KEMASAN

Oleh
Rizky Amalia

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Multimedia

©Rizky Amalia
Universitas Pendidikan Indonesia Kampus UPI Cibiru
Agustus 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lain tanpa izin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

RIZKY AMALIA

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL TIRTA GUNA MANDIRI SEBAGAI
PERUSAHAAN AIR MINUM DALAM KEMASAN**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing 1:



Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds.

NIP. 920171219860906201

Pembimbing 2:



Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T.

NIP. 920171219870811201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Multimedia,
Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Daerah Cibiru



Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T.

NIP. 920171219870811201

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Perancangan Ulang Identitas Visual Tirta Guna Mandiri Sebagai Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam Masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2024
Yang membuat pernyataan

Rizky Amalia
NIM. 2003626

UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi yang berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Tirta Guna Mandiri Sebagai Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan” ini dengan lancar dan tepat pada waktunya. Skripsi ini dapat terselesaikan semata-mata bukan hanya usaha penulis sendiri melainkan adanya bimbingan, bantuan dan saran dari beberapa pihak. Oleh karenanya peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. Deni Darmawan, S.Pd., M.Si., M.Kom., MCE selaku direktur Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Cibiru;
2. Ibu Dr Yeni Yuniarti, M.Pd selaku wakil direktur bidang akademik dan kemahasiswaan Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Cibiru;
3. Bapak Dr Jenuri, S.Ag., M.Pd selaku wakil direktur bidang sumber daya, keuangan dan umum Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Cibiru;
4. Bapak Apt Malik Idris., S.farm dan seluruh jajaran di Tirta Guna Mandiri yang telah bersedia atas dilakukannya penelitian dan bantuan yang telah diberikan;
5. Ibu Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T selaku ketua program studi Pendidikan Multimedia Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Cibiru.
6. Ibu Dian Rinjani, S.Pd., M.Ds selaku pembimbing pertama sekaligus dosen pembimbing akademik, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dengan saran dan masukan yang membangun selama penyusunan dan perancangan skripsi ini dari awal hingga akhir;
7. Ibu Ayung Candra Padmasari, S.Pd., M.T selaku pembimbing kedua yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dengan saran dan masukan selama penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir;
8. Ibu dan Bapak Dosen Pendidikan Multimedia yang telah membantu peneliti selama proses perkuliahan dari semester satu hingga semester delapan.
9. Bapak Undang Saepudin, selaku ayah yang senantiasa selalu memberikan dukungan dan motivasi yang membangun dalam perjalanan perkuliahan hingga penyusunan skripsi peneliti sampai saat ini;

10. Ibu Rika, selaku ibu yang selalu memberikan semangat dan doa yang tiada henti untuk peneliti hingga bisa bertahan sampai titik ini;
11. Teman dekat penulis yang telah kebersamai selama jalannya perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, Rahmah Siti Nurfallah, Ananda Raihana, Inggridyaningrum, Tinna Khoirunnisa, Alia Nuroeni, Neng Siti Nurhalisah, Mega Indah, Maulana dan Syifa Salsabila, juga teman-teman yang lain atas perhatian dan semangat yang diberikan kepada peneliti;
12. Ibu Intan Permatasari, S.St., M.Ds, Ibu Dr Cucu Sutianah, S.Pd., M.Pd, dan Bapak Agus Juhana, S.Pd., M.T selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu serta memberikan saran dan masukan untuk penelitian ini.
13. Seluruh rekan dan kerabat yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu yang ada dalam proses perjalanan perkuliahan hingga penyusunan skripsi peneliti. Peneliti berharap skripsi ini memberikan manfaat bagi yang membutuhkan dan tidak lupa juga sebagai manusia peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu peneliti menerima adanya kritik dan saran untuk mengembangkan skripsi ini di kemudian hari.

Bandung, Agustus 2024
Peneliti

Rizky Amalia
NIM. 2003626

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL TIRTA GUNA MANDIRI SEBAGAI PERUSAHAAN AIR MINUM DALAM KEMASAN

Rizky Amalia

NIM. 2003626

ABSTRAK

Ketatnya persaingan dalam sebuah bisnis khususnya dalam Industri Air Minum Dalam Kemasan membuat perusahaan harus memiliki strategi untuk bisa mengimbangi industri yang sedang dijalaninya, *branding* terutama identitas visual merupakan salah satu alat yang paling efektif bagi sebuah perusahaan. Untuk bisa bersaing, berkolaborasi, dan meraup banyak peluang bisnis, perusahaan setidaknya harus memiliki identitas yang jelas untuk meningkatkan kepercayaan dalam perjalanan bisnisnya. Tirta Guna Mandiri sebagai perusahaan yang bergerak di industri AMDK belum memiliki identitas visual yang jelas untuk memperkuat citra yang ingin dibangun. Tujuan penelitian ini yaitu merancang ulang identitas visual perusahaan kemudian menerapkannya pada media promosi, perancangan identitas visual ini sangat penting dilakukan untuk memperkuat identitas visual perusahaan yang sesuai dengan karakteristik dan citra yang ingin dibangun oleh perusahaan sebagai pembeda dengan perusahaan yang lain. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif dengan pendekatan *Practice Led Research*, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan studi literatur dengan metode analisis data 5W1H yang menghasilkan hasil data uraian secara deskriptif dari sebuah masalah atau fenomena. Hasil dari penelitian ini yaitu rancangan identitas visual berupa logo, warna, tipografi dan *supergraphics* yang diaplikasikan pada media cetak seperti *stationery* (*letterhead*, amplop, *id card*, *lanyard*, *notebook* dan *business card*) yang digunakan untuk kebutuhan internal perusahaan dan *merchandise* (*polo shirt*, *tumbler*, mug, *sticker*, *key chain*, *t-shirt*, *goodie bag*) kemudian *video motion graphics* singkat yang disusun dalam *Brand Guideline Book*. Hasil perancangan ini pun sudah di distribusikan kepada perusahaan Tirta Guna mandiri dan mendapatkan respon positif kemudian juga mendapatkan apresiasi baik secara umum pada media instagram.

Kata Kunci : Identitas Visual, Perusahaan, AMDK

**REDESIGN OF TIRTA GUNA MANDIRI'S VISUAL IDENTITY AS A
PACKAGED DRINKING WATER COMPANY**

Rizky Amalia

NIM. 2003626

ABSTRACT

The tight competition in a business, especially in the Bottled Drinking Water Industry, requires companies to have a strategy to be able to keep up with the industry they are in, branding, especially visual identity, is one of the most effective tools for a company. To be able to compete, collaborate, and reap many business opportunities, a company must at least have a clear identity to increase trust in its business journey. Tirta Guna Mandiri as a company engaged in the AMDK industry does not yet have a clear visual identity to strengthen the image it wants to build. The purpose of this study is to redesign the company's visual identity and then apply it to promotional media, designing this visual identity is very important to strengthen the company's visual identity in accordance with the characteristics and image that the company wants to build as a differentiator from other companies. The method used in this study is descriptive qualitative with the Practice Led Research approach, data is collected through observation, interviews and literature studies with the 5W1H data analysis method which produces descriptive data results from a problem or phenomenon. The results of this study are visual identity designs in the form of logos, colors, typography and supergraphics applied to printed media such as stationery (letterheads, envelopes, ID cards, lanyards, notebooks and business cards) used for internal company needs and merchandise (polo shirts, tumblers, mugs, stickers, key chains, t-shirts, goodie bags) then short motion graphics videos compiled in the Brand Guideline Book. The results of this design have also been distributed to the Tirta Guna Mandiri company and received a positive response and also received general appreciation on Instagram media.

Keyword: *Visual Identity, Company, AMDK*

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.5.1 Manfaat Teoritis	4
1.5.2 Manfaat Praktis	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Desain Komunikasi Visual.....	7
2.1.1 Elemen Desain Komunikasi Visual.....	8
2.1.2 Prinsip Desain Komunikasi Visual	9
2.1.3 Unsur Desain Komunikasi Visual.....	13
2.2 Teori Gestalt	16
2.3 Teori <i>Golden Rasio</i>	18
2.4 Perancangan Ulang.....	19
2.5 Identitas Visual.....	21
2.6 Logo.....	22
2.6.1 Klasifikasi Logo	23
2.6.2 Kriteria Logo Baik	25

2.7	Warna	26
2.7.1	Atribut Warna.....	28
2.8	Tipografi.....	29
2.8.1	Klasifikasi Tipografi	29
2.9	<i>Supergraphic</i>	32
2.10	<i>Layout</i>	32
2.11	<i>Graphic Standard Manual</i>	33
2.11.1	Elemen <i>Graphic Standard Manual</i>	34
2.12	<i>Motion Graphics</i>	37
2.12.1	Prinsip <i>Motion Graphics</i>	39
2.13	Profil Perusahaan.....	41
2.13.1	Data Perusahaan	42
2.13.2	Data Pengusaha	42
2.13.3	Struktur Organisasi.....	43
2.13.4	Visi dan Misi	44
2.13.5	Dokumentasi Perusahaan	44
2.13.6	Nilai – Nilai Perusahaan.....	45
2.14	Industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)	46
2.14.1	Jenis Industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK).....	47
2.15	Media Promosi.....	48
2.16	Penelitian Terdahulu.....	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		52
3.1	Desain Penelitian	52
3.2	Prosedur Perancangan	53
3.2.1	Tahap Persiapan	54
3.2.2	Tahap Mengimajinasi.....	54
3.2.3	Tahap Pengembangan Imajinasi.....	55
3.2.4	Tahap Pengerjaan	55
3.2.5	Tahap Distribusi dan Apresiasi	59
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	59
3.3.1	Subjek Penelitian.....	59
3.3.2	Objek Penelitian	60

3.4	Prosedur Penelitian.....	60
3.4.1	Lokasi Penelitian.....	60
3.4.2	Waktu Penelitian.....	60
3.5	Sumber Data.....	60
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.6.1	Wawancara.....	61
3.6.2	Observasi.....	61
3.6.3	Studi Literatur.....	61
3.7	Teknik Analisis Data.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1	Tahap Persiapan.....	63
4.1.1	Hasil Observasi dan Wawancara.....	63
4.1.2	Hasil Analisis 5W1H.....	67
4.2	Tahap Mengimajinasi.....	68
4.2.1	Konsep <i>Mindmapping</i>	68
4.2.2	Konsep <i>Morphological Matrix</i>	69
4.2.3	<i>Moodboard</i> Warna.....	70
4.3	Tahap Pengembangan Imajinasi.....	70
4.3.1	<i>Alternative Logo</i>	70
4.3.2	Sketsa Logo.....	71
4.3.3	Digitalisasi Logo.....	71
4.3.4	Studi Kelayakan.....	73
4.3.5	Sketsa Logo Terpilih.....	74
4.3.6	Proses Digitalisasi Logo Terpilih.....	75
4.4	Tahap Pengerjaan.....	78
4.4.1	Logogram.....	78
4.4.2	<i>Logotype</i>	83
4.4.3	Logo / <i>Brandmark & Wordmark</i>	83
4.4.4	Warna.....	88
4.4.5	Tipografi.....	91
4.4.6	<i>Supergraphics</i>	91
4.4.7	<i>Media Application</i>	93

4.4.8	Proses Pembuatan <i>Motion Graphic</i>	124
4.4.9	Proses Penambahan Audio	134
4.5	Distribusi dan Apresiasi	136
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		138
5.1	Simpulan.....	138
5.2	Implikasi.....	139
5.3	Rekomendasi	139
DAFTAR PUSTAKA		141
LAMPIRAN.....		145

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kesatuan (<i>Unity</i>)	10
Gambar 2. 2 Keseimbangan (<i>Balance</i>)	10
Gambar 2. 3 Proporsi (<i>Proportion</i>).....	11
Gambar 2. 4 Irama (<i>Rhythm</i>).....	11
Gambar 2. 5 Kejelasan (<i>Clarity</i>)	12
Gambar 2. 6 Kesederhanaan (<i>Simplicity</i>).....	12
Gambar 2. 7 Penekanan (<i>Emphasis</i>)	13
Gambar 2. 8 Titik	13
Gambar 2. 9 Garis	14
Gambar 2. 10 Bidang	14
Gambar 2. 11 Ruang	15
Gambar 2. 12 Warna	15
Gambar 2. 13 Tekstur.....	16
Gambar 2. 14 <i>Golden Rasio</i>	18
Gambar 2. 15 Logo <i>Mark</i>	23
Gambar 2. 16 Logo <i>Trademark</i>	23
Gambar 2. 17 Logo <i>Signature</i>	24
Gambar 2. 18 Logo <i>Wordmark</i>	24
Gambar 2. 19 Logo <i>Symbol</i>	24
Gambar 2. 20 Logo <i>Monogram</i>	25
Gambar 2. 21 Warna	27
Gambar 2. 22 Atribut Warna: <i>Hue</i>	28
Gambar 2. 23 Atribut Warna: <i>Value</i>	28
Gambar 2. 24 Atribut Warna: <i>Saturation/Intensity</i>	29
Gambar 2. 25 <i>Font: Serif Old Style</i>	30
Gambar 2. 26 <i>Font: Serif Transitional</i>	30
Gambar 2. 27 <i>Font: Serif Modern</i>	30
Gambar 2. 28 <i>Font: Sans Serif</i>	31
Gambar 2. 29 <i>Font: Script</i>	31
Gambar 2. 30 <i>Font: Decorative/ Digital</i>	32
Gambar 2. 31 Ilustrasi <i>Layout</i> Visi dan Misi Perusahaan	34

Gambar 2. 32 Ilustrasi Makna Logo	34
Gambar 2. 33 Ilustrasi Ukuran dan tata letak.....	35
Gambar 2. 34 Ilustrasi <i>Color Palette</i>	35
Gambar 2. 35 Ilustrasi <i>Layout Typography</i> dan Jenis <i>Font</i>	36
Gambar 2. 36 Ilustrasi Logo <i>Black and White</i>	36
Gambar 2. 37 Ilustrasi <i>Incorrect Logo Usage</i>	37
Gambar 2. 38 Ilustrasi <i>Mockup</i>	37
Gambar 2. 39 Struktur Organisasi.....	43
Gambar 2. 40 Kantor Tirta Guna Mandiri	44
Gambar 2. 41 Pegawai Tirta Guna Mandiri	45
Gambar 2. 42 Buku Tahunan 2022 Tirta Guna Mandiri	45
Gambar 2. 43 Prosedur Perancangan	54
Gambar 3. 2 Buku Sketsa.....	56
Gambar 3. 3 Pulpen.....	56
Gambar 3. 4 Laptop.....	57
Gambar 3. 5 <i>Smartphone</i>	57
Gambar 3. 6 <i>Adobe Illustrator</i>	58
Gambar 3. 7 <i>Adobe Photoshop</i>	58
Gambar 3. 8 <i>Adobe After Effect</i>	58
Gambar 3. 9 <i>Adobe Premiere Pro</i>	59
Gambar 4. 1 Kerjasama Perusahaan.....	63
Gambar 4. 2 Jaringan Distribusi dan Wilayah Operasional.....	64
Gambar 4. 3 Logo Perusahaan	65
Gambar 4. 4 Logo <i>Brand tgm99</i>	65
Gambar 4. 5 Logo TGM99.....	65
Gambar 4. 6 <i>MindMapping</i>	69
Gambar 4. 7 <i>Morphology Matrix</i>	70
Gambar 4. 8 <i>Alternative logo</i>	70
Gambar 4. 9 Sketsa Logogram.....	71
Gambar 4. 10 Variasi Logo	71
Gambar 4. 11 Logogram	73
Gambar 4. 12 Logo Terpilih.....	74

Gambar 4. 13 Sketsa Logo Terpilih	74
Gambar 4. 14 Sketsa <i>Logotype</i>	75
Gambar 4. 15 Logo <i>Golden Rasio</i>	79
Gambar 4. 16 Implementasi Kesatuan (<i>Unity</i>).....	80
Gambar 4. 17 Implementasi Keseimbangan (<i>Balance</i>).....	80
Gambar 4. 18 Implementasi Irama (<i>Rhythm</i>).....	81
Gambar 4. 19 Implementasi Kesederhanaan (<i>Simplicity</i>).....	81
Gambar 4. 20 Variasi Logogram.....	82
Gambar 4. 21 Variasi Warna Logogram	82
Gambar 4. 22 <i>Logotype</i>	83
Gambar 4. 23 Variasi <i>Brandmark</i>	83
Gambar 4. 24 Struktur Logo <i>Horizontal</i>	84
Gambar 4. 25 Struktur Logo <i>Vertical</i>	84
Gambar 4. 26 Struktur <i>Logotype</i>	85
Gambar 4. 27 Variasi <i>Brandmark Vertical</i>	85
Gambar 4. 28 Variasi <i>Brandmark Horizontal</i>	85
Gambar 4. 29 <i>Whitespace</i>	86
Gambar 4. 30 <i>Brandmark Minimum Size (Print)</i>	86
Gambar 4. 31 <i>Brandmark Minimum (Screen)</i>	87
Gambar 4. 32 <i>Correct Logo Usage 1</i>	87
Gambar 4. 33 <i>Correct Logo Usage 2</i>	87
Gambar 4. 34 <i>Incorrect Logo Usage</i>	88
Gambar 4. 35 <i>Color Palette</i>	89
Gambar 4. 36 Tipografi.....	91
Gambar 4. 37 <i>Supergraphics Satu</i>	92
Gambar 4. 38 <i>Supergraphics Dua</i>	92
Gambar 4. 39 <i>Supergraphics Ketiga</i>	93
Gambar 4. 40 <i>Stationery</i>	93
Gambar 4. 41 <i>Stationery : Letterhead</i>	94
Gambar 4. 42 <i>Stationery : Id Card</i>	95
Gambar 4. 43 <i>Stationery : Bussiness Card</i>	97
Gambar 4. 44 <i>Stationery : Amplop</i>	99

Gambar 4. 45 <i>Stationery : Lanyard</i>	101
Gambar 4. 46 <i>Stationery : Notebook</i>	104
Gambar 4. 47 <i>Merchandise : Polo Shirt</i>	106
Gambar 4. 48 <i>Merchandise : Tumbler</i>	108
Gambar 4. 49 <i>Merchandise : Mug</i>	111
Gambar 4. 50 <i>Merchandise : Sticker</i>	113
Gambar 4. 51 <i>Merchandise : Key Chain</i>	116
Gambar 4. 52 <i>Merchandise : T-shirt</i>	118
Gambar 4. 53 <i>Merchandise : Goodie Bag</i>	122
Gambar 4. 54 <i>Distribusi dan Apresiasi Perusahaan</i>	136
Gambar 4. 55 <i>Distribusi dan Apresiasi Media Instagram</i>	137

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	49
Tabel 4. 1 Proses Digitalisasi Logogram.....	72
Tabel 4. 2 Proses Digitalisasi Logogram	75
Tabel 4. 3 Proses Pewarnaan Logogram.....	89
Tabel 4. 4 Proses <i>Mockup</i> Desain <i>Letterhead</i>	94
Tabel 4. 5 Proses <i>Mockup</i> Desain <i>Id Card</i>	96
Tabel 4. 6 Proses <i>Mockup</i> Desain <i>Bussiness Card</i>	98
Tabel 4. 7 Proses <i>Mockup</i> Desain Amplop	100
Tabel 4. 8 Proses <i>Mockup</i> Desain Lanyard.....	102
Tabel 4. 9 Proses <i>Mockup</i> Desain <i>Notebook</i>	104
Tabel 4. 10 Proses <i>Mockup</i> Desain <i>Polo Shirt</i>	106
Tabel 4. 11 Proses <i>Mockup</i> Desain <i>Tumbler</i>	109
Tabel 4. 12 Proses <i>Mockup</i> Desain <i>Mug</i>	111
Tabel 4. 13 Proses <i>Mockup</i> Desain <i>Sticker</i>	114
Tabel 4. 14 Proses <i>Mockup</i> Desain <i>Key Chain</i>	116
Tabel 4. 15 Proses <i>Mockup</i> Desain <i>T-Shirt</i>	118
Tabel 4. 16 Proses <i>Mockup</i> Desain <i>Goodie Bag</i>	122
Tabel 4. 17 Proses <i>Motion Graphics</i>	124
Tabel 4. 18 Proses Penambahan Audio.....	134

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing.....	145
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	148
Lampiran 3 Hasil Wawancara Perusahaan.....	149
Lampiran 4 Surat Pernyataan	151
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara Bersama Direktur Utama Perusahaan....	152
Lampiran 6 Hasil Akhir <i>Brand Guideline</i>	153
Lampiran 7 Hasil Akhir Video <i>Motion Graphics</i> Singkat.....	154
Lampiran 8 Buku Bimbingan Skripsi.....	153

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zainudin. (2021). *Tipografi*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Anarnkaporn, A (2007) Branding as A Competitive Advantage for SMEs. *RU International Journal*. Vol. 1(1) 25-36
- Andina, Y. (2020). Apa Itu Graphic Standard Manual? Yuk Baca Penjelasan Lengkapnya!. *Kreativv.com*.
- Bhargawa, I dkk. (2022). Perancangan Ulang Identitas Visual untuk Tetuek Sangmong di Denpasar. *AMARASI: Jurnal Desain Komunikasi Visual*. Vol. 3 (02), 192-204.
- Bob Cotton. (1990). *The New Guide to Graphic Design*. Oxford: Phaidon, h. 111.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2020). *Lindungi Kesehatan Masyarakat dengan Sinergi Pengawasan Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)*.
- Cenadi, Christine Suharto. (1999). Elemen-Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Nirmana*.
- Candy, L. (2006). *Practice Based Research: A Guide*. In CCS report (Vol. 1)
- De Riandra, C. (2021). Perancangan Identitas Visual Cathering and Bakery Cherry. *Jurnal Barik*. Vol.2 No. 2. 43-56.
- Elisabeth, N., Yulika, F., & Waspada, A. E. (2018). Desain Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat Tentang Pelecehan Seksual Pada Anak Di Kota Medan. *Andharupa, Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 189.
- Hadi, M Umar. (1993). Tinjauan Aspek Visual Gambar Fotografi dan Gambar Tangan. *Jurnal Pengetahuan dan Penciptaan Seni*, BP ISI Yogyakarta. III/04- Oktober 1993.
- Harnoko, I. (2016). Petungan Sebagai Sistem Ukuran Dalam Desain Komunikasi Visual Jawa. *Jurnal Desain*. Vol 4(01) 38-44
- Hasibuan, A. Z., Lubis, A. J., Asih, M. S. (2020). Pelatihan Desain Logo Bagi Remaja Masjid Al-Bayan. *Prioritas: Jurnal Pengabdian Kepada masyarakat*, 2 (2), pp. 27-30.
- Hendriyana, Husen. (2021). *Metodologi Penelitian Penciptaan Karya- Practice-Led Research and Practice-Based Research - Seni Rupa, Kriya, dan Desain*. Yogyakarta: Andi Offset

- Jefkins, F. (1995). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald. (1992). *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid I trans*. Jakarta: Airlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education,Inc
- Krippendorff, K. (2005). *The semantic turn: A new foundation for design*. CRC Press.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset
- Ladjudin, Al-Bahra Bin. (2005). *Analisis & Desain*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Landa, Robin. (2011). *Graphic Design Solutions, 4th Edition*. USA: Wadsworth Cengage Learning.
- Moleong, Lezy J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Maulida, Laila. (2024). Rebranding Agen Travel Jajan Tiket Melalui Perancangan Identitas Visual Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia (JESKOVSLA)*
- Mahendra, dkk. (2021). Perancangan Identitas Visual Rebranding Citra Perusahaan Cemara ceramics. *Jurnal Seni dan Reka Rancang*.
- Muzellec, Laurent and Mary Lambkin. (2006). Corporate rebranding: destroying, transferring or creating brand equity. *European Journal of Marketing*, Vol. 40 Iss 7/8 pp. 803 – 824.
- Muzellec, Laurent and Mary Lambkin and Maus Doogan. (2003) Corporate Rebranding: AnExploratory Review. *Irish Marketing Review*, Vol 16, No 2, pp 31-40.
- Nastain, Muhamad. (2017). Branding Dan Eksistensi Produce (Kajian Teoritik Concept Branding Dan Tantangan Eksistensi produk). *Channel. 5*, (1), 14-26
- Oktaviani, Femi. Dkk. (2018). Penguatan Produk UMKM “Calief” melalui Strategi Branding Komunikasi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 1 (2), 348-354.

- Padmasari, A. (2021). *Script Writing, Storyboard, Editing & Video Effect*. Bandung: CV Al Parsiteam.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisa Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rinjani D, Sari M, Padmasari A. (2021). *Ensiklopedia Tipografi Sebagai Media Untuk Meningkatkan Pemahaman Terhadap Tipografi*. *Jurnal Pendidikan Multimedia*. Vol 4(2) 101-108.
- Rustan, Suriyanto. (2009). *Layout*. Jakarta: Gramedia.
- Rustan, Suriyanto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Silver, Gerald, A. (1980). *Graphic Layout and Design*. USA : Delmar Publishing.
- Standar Industri Indonesia. (1990). *Air*. Departemen Perindustrian, Jakarta: SII
- Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, H. d. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: PT Mizan Republika.
- Swann, Alan. (1987). *How to understand and use design and layout*. Ohio: Quarto Publishing.
- Smith, Hazel, and Roger T. Dean. (2009). "Introduction: Practice-Led Research, Research-Led Practice - Towards the interactive cyclic Web" in *Practice-Led Research, Research-Led Practice in the Creative Arts*, edited by Hazel Smith and Roger T. Dean, 1-38. Edinburg: Edinburg University Press.
- Soemanagara, D. (2006). *Strategic Marketing Communication (konsep strategi dan terapan)*. Bandung: PT Alpabeta.
- Tanudjaja, B. (2005). *Aplikasi Prinsip Gestalt Pada Media Desain Komunikasi Visual*. *Nirmana*. Vol. 7(1)
- Tatang M. (2009). *Menyusun Rencana Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wheeler, A. (2012). *Designing Brand Identity (3rd Ed.)*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity*. Hoboken (I. John Wiley & Sons).

- Widyatama, Rendra. (2007). Pengantar Periklanan. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Wiguna, A dkk. (2024). Perancangan Ulang Logo “Kovalen Kitchen” sebagai Upaya Pembaharuan Identitas Visual. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis Rupa, Eksperimental dan Inovatif* Vol 6 (1), 25-39.
- Yulius, Y. (2018). Pengaplikasian Golden Ratio Pada Perancangan Logo Dalam Perspektif Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Seni Desain dan Budaya*. Vol 3(3)
- Zaelany D, Padmasari A, dkk. (2024) Perancangan Board Game The Journey od Knowledge Sebagai Media Bantu Pembelajaran Sejarah. *Journal od Innovation and Teacher Professionalism*. Vol. 2(1) 26-35
- Zikmund, W.G., & Babin, B.J. (2011). Menjelajah Riset Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat.