

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Logo dan Supergraphic Threadapeutic.....	7
Gambar II. 2 Media Promosi Threadapeutic.....	7
Gambar II. 3 Logo dan Supergraphic Ecoprint Girly Lestari .....	8
Gambar II. 4 Media Pendukung Ecoprint Girly Lestari.....	8
Gambar II. 5 Logo Lettermark atau Monogram.....	11
Gambar II. 6 Logo Pictorial Mark atau Symbol .....	12
Gambar II. 7 Logo Wordmark atau logotypes .....	12
Gambar II. 8 Logo Lambang atau Emblem .....	12
Gambar II. 9 Logo Maskot.....	13
Gambar II. 10 Logo Abstrak .....	13
Gambar II. 11 Logo Kombinasi .....	13
Gambar II. 12 Color Wheel.....	15
Gambar II. 13 Kerangka Berpikir .....	20
Gambar III. 1 Tahapan Perancangan.....	21
Gambar III. 2 Sistematika Perancangan.....	23
Gambar III. 3 Rentang Usia Responden .....	27
Gambar III. 4 Status Responden Saat Ini .....	27
Gambar III. 5 Perkembangan Tren Fesyen bagi Responden.....	27
Gambar III. 6 Preferensi Gaya Berpakaian Responden .....	28
Gambar III. 7 Tren Fesyen yang Menarik menurut Responden.....	28
Gambar III. 8 Preferensi Gaya Pakaian Responden dalam Keseharian .....	28
Gambar III. 9 Pendapat Responden terhadap Momen Penggunaan Batik.....	29
Gambar III. 10 Pandangan Responden terhadap Busana Batik .....	29
Gambar III. 11 Preferensi Responden Memilih Warna dan Motif Pakaian.....	30
Gambar III. 12 Pengalaman Responden Mengkombinasikan Busana Batik dan Modern .....	30
Gambar III. 13 Pendapat Responden terhadap Ide Busana Kolaborasi Batik dan Kasual.....	31
Gambar III. 14 Ketertarikan Responden terhadap Konsep Fashion Brand.....	31

Gambar III. 15 Pengaruh Branding terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian bagi Responden .....	31
Gambar III. 16 Pertimbangan Responden dalam Pembelian Produk Fesyen .....	32
Gambar III. 17 Pengaruh Penerapan Visual Identity Terhadap Brand bago Responden .....	32
Gambar III. 18 Peran Visual Branding terhadap Kesan & Persepsi terhadap Suatu Brand bagi Responden .....	33
Gambar III. 19 Visual Branding yang Menarik menurut Responden .....	33
Gambar III. 20 Sumber Informasi terkait Fashion Brand Baru bagi Responden..	34
Gambar III. 21 Preferensi Cara Pembelian Produk oleh Responden .....	34
Gambar III. 22 Pengaruh Popularitas Brand terhadap Keputusan Pembelian bagi Responden .....	35
Gambar III. 23 Ketertarikan Responden pada Suatu Merek Berdasarkan Visual Branding .....	35
Gambar IV. 1 Logo Hebe the Label .....	42
Gambar IV. 2 Produk Hebe the Label .....	43
Gambar IV. 3 Logo Kanona .....	43
Gambar IV. 4 Produk Kanona .....	43
Gambar IV. 5 Cross SWOT Analysis .....	46
Gambar IV. 6 Moodboard .....	51
Gambar IV. 7 Mind Mapping Studi Ikon .....	53
Gambar IV. 8 Sketsa Logo .....	54
Gambar IV. 9 Alternatif Logo (1) .....	55
Gambar IV. 10 Alternatif Logo (2) .....	55
Gambar IV. 11 Alternatif Logo (3) .....	55
Gambar IV. 12 Alternatif Logo (4) .....	55
Gambar IV. 13 Final Logo .....	56
Gambar IV. 14 Filosofi Logo .....	56
Gambar IV. 15 Final Logo Evelegance .....	57
Gambar IV. 16 Tata Letak Pengaplikasian Logo .....	58
Gambar IV. 17 Headline, Sub-Headline, dan Bodycopy Light Box Banner .....	59

Gambar IV. 18	Headline, Sub-Headline, dan Bodycopy Indoor Billboard .....	59
Gambar IV. 19	Headline, Sub-Headline, dan Bodycopy Landing Page Website.	60
Gambar IV. 20	Jenis Huruf Utama pada Logo .....	60
Gambar IV. 21	Jenis Huruf Pendukung pada Brand.....	61
Gambar IV. 22	Hasil Desain Tugas Akhir .....	62
Gambar IV. 23	Buku GSM .....	62
Gambar IV. 24	Filosofi Logo.....	63
Gambar IV. 25	Logo Configuration.....	63
Gambar IV. 26	Positive, Negative, and Greyscale Logo .....	63
Gambar IV. 27	Warna Utama pada Logo .....	64
Gambar IV. 28	Warna Utama pada Latar Belakang Logo.....	64
Gambar IV. 29	Logo Tone Color .....	65
Gambar IV. 30	Main Logo Grid System.....	65
Gambar IV. 31	Logo Configuration Grid System.....	65
Gambar IV. 32	Logo Clear Space .....	66
Gambar IV. 33	Logo Scale.....	66
Gambar IV. 34	Acceptable Logo .....	67
Gambar IV. 35	Unacceptable Logo .....	67
Gambar IV. 36	Logo Placement .....	68
Gambar IV. 37	Primary Typeface Logo .....	68
Gambar IV. 38	Secondary Brand Typeface .....	69
Gambar IV. 39	Super Graphic .....	69
Gambar IV. 40	Supergraphic Placement.....	70
Gambar IV. 41	Brand Photography Guideline (1).....	70
Gambar IV. 42	Brand Photography Guideline (2).....	70
Gambar IV. 43	Business Card.....	71
Gambar IV. 44	Envelope.....	71
Gambar IV. 45	Letterhead.....	72
Gambar IV. 46	ID-Card & Lanyard.....	73
Gambar IV. 47	Stempel dan Pulpen.....	73
Gambar IV. 48	Label Hang Tag.....	74
Gambar IV. 49	Clothes Label .....	74

Gambar IV. 50 Thank You Card.....	75
Gambar IV. 51 Invoice and Voucher .....	75
Gambar IV. 52 Packaging Box and Paper Bag .....	76
Gambar IV. 53 Desktop Website and Mobile Apps .....	76
Gambar IV. 54 Instagram Feeds and Story Post.....	77
Gambar IV. 55 Light Box Banner.....	77
Gambar IV. 56 In-Store Poster.....	78
Gambar IV. 57 Indoor Billboard.....	78

