

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Kerangka Penelitian | 7 |
| Gambar 2.1 5 Font Serif | 19 |
| Gambar 2.2 5 Font Sans Serif | 19 |
| Gambar 2.3 5 Font Slab Serif | 19 |
| Gambar 2.4 5 Font Script | 19 |
| Gambar 2.5 5 Font Decorative | 20 |
| Gambar 2.6 Prinsip Tata Letak <i>Sequence</i> | 20 |
| Gambar 2.7 Prinsip Tata Letak <i>Emphasis</i> | 21 |
| Gambar 2.8 Prinsip Tata Letak <i>Balance</i> | 21 |
| Gambar 2.9 Prinsip Tata Letak <i>Unity</i> | 21 |
| Gambar 2.10 <i>Unstable Layout</i> | 22 |
| Gambar 2.11 <i>Modrian Layout</i> | 22 |
| Gambar 2.12 <i>Picture Window Layout</i> | 23 |
| Gambar 2.13 <i>Copy Heavy Layout</i> | 23 |
| Gambar 2.14 <i>Frame Layout</i> | 24 |
| Gambar 2.15 <i>Multipanel Layout</i> | 24 |
| Gambar 2.16 Kerangka Teori | 25 |
| Gambar 3.1 Logo Selaksa Makna | 26 |
| Gambar 3.2 Struktur Organisasi Selaksa Makna | 28 |
| Gambar 3.3 Produk “GULA PALU” dan Tampilan Kemasannya | 29 |
| Gambar 3.4 Produk “Mére lavant” dan Tampilan Kemasannya | 30 |
| Gambar 3.5 Produk “Funky Lazy” Proses honey dan Tampilan Kemasannya | 30 |
| Gambar 3.6 Produk “Funky Lazy” Proses natural dan Tampilan Kemasannya | 31 |
| Gambar 3.7 Produk “arenabermain” dan Tampilan Kemasannya | 31 |
| Gambar 3.8 Wawancara dengan Pemilik Usaha Kopi Selaksa Makna | 33 |
| Gambar 3.9 Wawancara dengan Narasumber Design Everywhere | 35 |
| Gambar 3.10 Tampilan <i>Feed</i> Instagram Selaksa Makna | 38 |
| Gambar 3.11 Penggunaan Fitur <i>Highlight</i> Instagram Selaksa Makna | 38 |
| Gambar 3.12 Diagram Jenis Kelamin Responden | 39 |
| Gambar 3.13 Diagram Usia Responden | 40 |

| | |
|--|----|
| Gambar 3.14 Diagram Domisili Responden | 40 |
| Gambar 3.15 Diagram Pekerjaan Responden | 41 |
| Gambar 3.16 Diagram Ketertarikan Responden terhadap Kopi | 41 |
| Gambar 3.17 Diagram Frekuensi Konsumsi Kopi | 42 |
| Gambar 3.18 Diagram Faktor yang Menarik pada Minuman Kopi bagi Responden | 42 |
| Gambar 3.19 Diagram Pemahaman Responden terhadap Kopi <i>Speciality</i> | 43 |
| Gambar 3.20 Diagram Ketertarikan Responden terhadap Kopi <i>Speciality</i> | 43 |
| Gambar 3.21 Diagram Kesadaran Responden terhadap Usaha Kopi Selaksa Makna | 44 |
| Gambar 3.22 Diagram Sumber Informasi Responden mengenai Usaha Kopi Selaksa Makna | 45 |
| Gambar 3.23 Diagram Media Promosi yang Responden Biasa Gunakan | 45 |
| Gambar 3.24 Logo Common Grounds Coffee Roasters | 46 |
| Gambar 3.25 Feed Instagram Common Grounds | 47 |
| Gambar 3.26 <i>Highlight</i> Instagram Common Grounds | 47 |
| Gambar 3.27 Logo Space Roastery | 47 |
| Gambar 3.28 <i>Feed</i> Instagram Space Roastery | 48 |
| Gambar 3.29 <i>Highlight</i> Instagram Space Roastery | 48 |
| Gambar 3.30 Tampilan <i>Home</i> Website Space Roastery | 49 |
| Gambar 3.31 Tampilan <i>Shop</i> Website Space Roastery | 49 |
| Gambar 4.1 <i>Mind Map</i> Selaksa Makna | 61 |
| Gambar 4.2 <i>Moodboard</i> Selaksa Makna | 62 |
| Gambar 4.3 Konsep Ilustrasi | 63 |
| Gambar 4.4 Konsep <i>Supergraphic</i> | 63 |
| Gambar 4.5 Biji Kopi Sangrai sebagai Referensi Warna Cokelat | 64 |
| Gambar 4.6 Buah Kopi Matang sebagai Referensi Warna Merah dan Jingga | 65 |
| Gambar 4.7 Konsep Warna | 65 |
| Gambar 4.8 <i>Headline</i> Helgoland | 65 |
| Gambar 4.9 <i>Bodytext</i> Big John PRO..... | 66 |
| Gambar 4.10 Konsep Tata Letak <i>Picture Window</i> | 66 |
| Gambar 4.11 Sketsa Ilustrasi | 71 |

| | |
|---|----|
| Gambar 4.12 Hasil Ilustrasi | 71 |
| Gambar 4.13 Proses <i>Layouting</i> pada Figma | 72 |
| Gambar 4.14 Penggunaan <i>mockup</i> pada Perangkat Lunak <i>Editing</i> | 72 |
| Gambar 4.15 Label Kemasan Selaksa Makna | 73 |
| Gambar 4.16 Kemasan <i>Pouch Bag</i> Selaksa Makna | 73 |
| Gambar 4.17 <i>Feed</i> Instagram Selaksa Makna | 74 |
| Gambar 4.18 <i>Feed</i> Instagram Selaksa Makna <i>New Release</i> “Toraja Hill” | 75 |
| Gambar 4.19 <i>Feed</i> Instagram Selaksa Makna <i>Home Brewing</i> “French Press” | 75 |
| Gambar 4.20 <i>Feed</i> Instagram Selaksa Makna <i>Home Brewing</i> “Roast Level” | 75 |
| Gambar 4.21 <i>Story</i> Lini Produk Selaksa Makna pada <i>Highlights</i> | 76 |
| Gambar 4.22 <i>Story</i> Lini <i>Merchandise</i> Selaksa Makna pada <i>Highlights</i> | 76 |
| Gambar 4.23 <i>E-poster</i> Selaksa Makna | 77 |
| Gambar 4.24 <i>E-poster</i> “3 Metode <i>Coffee Brewing</i> untuk diketahui” | 77 |
| Gambar 4.25 <i>Business Card</i> Selaksa Makna | 78 |
| Gambar 4.26 <i>Coffee Card</i> Selaksa Makna Depan dan Belakang | 78 |
| Gambar 4.27 <i>Merchandise Mug</i> Selaksa Makna | 79 |
| Gambar 4.28 Tampilan Desain Mug “Tasting Notes” | 79 |
| Gambar 4.29 Tampilan Desain Mug “Daily Drivers” | 80 |
| Gambar 4.30 <i>Merchandise Totebag</i> Selaksa Makna | 80 |