

**TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN VIDEOGRAFI SEBAGAI MEDIA PROMOSI**  
**DIGITAL PENUNJANG KEMBALINYA EKSISTENSI SENTRA**  
**WISATA KULINER (SWK) DI SURABAYA**

Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Tugas Akhir (Strata-1)

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**



**Disusun oleh :**

Adhi Joshua Brahmantyo Putra  
(18052010015)

**Pembimbing 1 :**

Aphief Tri Artanto, S.T., M.Sn

**Pembimbing 2 :**

Widyasari, S.T., M.T

**FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**2022**

**TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN VIDEOGRAFI SEBAGAI MEDIA PROMOSI**  
**DIGITAL PENUNJANG KEMBALINYA EKSISTENSI SENTRA**  
**WISATA KULINER (SWK) DI SURABAYA**

Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Tugas Akhir (Strata-1)

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**



**Disusun oleh :**

Adhi Joshua Brahmantyo Putra  
(18052010015)

**Pembimbing 1 :**

Aphief Tri Artanto, S.T., M.Sn

**Pembimbing 2 :**

Widyasari, S.T., M.T

**FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PERANCANGAN VIDEOGRAFI SEBAGAI MEDIA PROMOSI**  
**DIGITAL PENUNJANG KEMBALINYA EKSISTENSI SENTRA**  
**WISATA KULINER (SWK) DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

**ADHI JOSHUA BRAHMANTYO PUTRA**

18052010015

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal : 25 Mei 2022

Pembimbing I



**Aphief Tri Artanto, S.T., M.Sn**  
NPT. 17119840609033

Penguji I



**Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom**  
NIP3K. 198109292021211002

Pembimbing II



**Widyasari, ST, MT**  
NPT. 182 198909 2007 5

Penguji II



**Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds**  
NIP. 199006112018032001

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

**Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain**



**Dr. L. Wanti Mindari, M.P**  
NIP. 19631208 199003 2001



**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PERANCANGAN VIDEOGRAFI SEBAGAI MEDIA PROMOSI**  
**DIGITAL PENUNJANG KEMBALINYA EKSISTENSI SENTRA**  
**WISATA KULINER (SWK) DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

**ADHI JOSHUA BRAHMANTYO PUTRA**

**18052010015**


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal: 25 Mei 2022

Pembimbing I

  
Aphief Tri Artanto, S.T., M.Sn  
NPT. 17119840609033


Pembimbing II

  
Widvasari, ST, MT  
NPT. 182 198909 2007 5

Tugas akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

**Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual**

  
Dyan Agustin, S.T., M.T  
NIP3K. 19770817 2021 212004

## ABSTRAK

Pandemi *Covid-19* yang melanda Indonesia membawa dampak buruk ke berbagai bidang, hal ini pula yang dirasakan oleh para pedagang kuliner di Sentra Wisata Kuliner milik Pemerintah Kota Surabaya yang dinaungi oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro. Berdasarkan observasi langsung oleh Bapak Armuji selaku Wakil Walikota Surabaya, pendapatan para pedagang tersebut turun drastis hingga 50% selama masa Pandemi, yang menyebabkan banyak dari mereka yang mengalami kesulitan ekonomi bahkan hingga gulung tikar. Terlebih lagi mereka juga harus tetap membayar biaya retribusi.

Pada perancangan ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data primer melalui kuesioner, *Focus Group Discussion (FGD)* serta wawancara dan data sekunder melalui buku, jurnal, dan media online. Dimana setelah itu, data tersebut di analisis menggunakan teori Miles dan Huberman yang terdiri dari 3 tahap yakni reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

Adanya budaya nongkrong yang digemari oleh kalangan anak muda tentu dapat dijadikan peluang yang sangat baik dengan menawarkan hal-hal yang di inginkan atau di butuhkan oleh anak muda dalam memilih sebuah tempat untuk nongkrong. Selain itu, saat ini pandemi telah mereda dan kehidupan masyarakat Indonesia sudah mulai kembali normal seperti sebelumnya dengan dibukanya beberapa tempat umum yang dulu sempat di tutup karena kebijakan *social distancing*, sehingga hal ini memungkinkan adanya kunjungan dari masyarakat terhadap tempat-tempat umum tak terkecuali objek wisata.

Hal itulah yang membuat penulis ingin mencoba untuk membantu mengembalikan tingkat kunjungan konsumen dengan membuat sebuah video promosi berupa rekomendasi Sentra Wisata Kuliner yang cocok dijadikan tempat nongkrong anak muda yang nantinya diharapkan dapat menjadi langkah awal mengembalikan eksistensi dari Sentra Wisata Kuliner yang ada di Surabaya setelah melalui masa pandemi yang cukup panjang.

**Kata Kunci** : Video Promosi, Sentra Wisata Kuliner, Kota Surabaya

## **ABSTRACT**

*The Covid-19 pandemic that hit Indonesia had a negative impact on various fields, this was also felt by culinary traders at the Culinary Tourism Center owned by the Surabaya City Government which was sheltered by the Cooperatives and Micro Business Office. Based on direct observations by Mr. Armuji as Deputy Mayor of Surabaya, the income of these traders even dropped drastically by up to 50% during the Pandemic, which caused many of them to experience economic difficulties and even go out of business. What's more, they also have to pay retribution fees.*

*In this design, the authors use primary data collection techniques through questionnaires, Focus Group Discussion (FGD) as well as interviews and secondary data through books, journals, and online media. After that, the data was analyzed using Miles and Huberman's theory which consisted of 3 stages, namely data reduction, data presentation, and conclusions.*

*The existence of a hangout culture that is favored by young people can certainly be a very good opportunity by offering things that young people want or need in choosing a place to hang out. In addition, now the pandemic has subsided and the lives of Indonesian people have started to return to normal as before with the opening of several public places that were previously closed due to social distancing policies, so that this allows for visits from the public to public places, including tourist attractions. .*

*That's what makes the author want to try to help restore the level of consumer visits by making a promotional video in the form of recommendations for a Culinary Tourism Center that is suitable as a hangout place for young people which later is expected to be the first step to restore the existence of the Culinary Tourism Center in Surabaya after going through a period of time. long pandemic.*

**Keywords :** *Promotional Video, Culinary Tourism Center, Surabaya City*

## PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam Naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Surabaya, 25 Mei 2022



Adhi Joshua Brahmantyo Putra

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan kasih-Nya sehingga laporan Tugas Akhir “Perancangan Videografi sebagai Media Promosi Digital Penunjang Kembalinya Eksistensi Sentra Wisata Kuliner (SWK) di Surabaya” ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Laporan Tugas Akhir ini dibuat berdasarkan hasil observasi serta riset lapangan di kota Surabaya, seluruh proses penyusunan laporan ini tidak lepas dari adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi rahmat dan karunia sehingga laporan Tugas Akhir ini dapat selesai tepat waktu dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Serta tak lupa penulis bersyukur atas berkat kesehatan, kelancaran, dan kemudahan dalam menyelesaikan seluruh proses penyusunan laporan Tugas Akhir ini.
2. Orang tua, kakak, dan adik saya yang senantiasa memberi dukungan baik melalui material, doa, maupun seluruh perhatian yang diberikan selama penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini..
3. Bpk. Aphief Tri Atanto, S.T., M.Sn selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar membimbing , menasehati dan memberikan arahan serta saran kepada penulis sehingga dapat lebih baik dan lancar dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Widyasari S.T., M.T selaku Dosen Pembimbing II yang juga dengan sabar membimbing , menasehati dan memberikan saran kepada penulis sehingga dapat lebih baik dan lancar dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh Dosen DKV UPN “Veteran” Jawa Timur dan staff pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan.
6. Bpk. Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom. dan Ibu Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds selaku penguji Tugas Akhir penulis yang telah memberikan saran dan masukan dalam perancangan Tugas Akhir.
7. Bpk. Andik, Bpk Junaedi, Bpk. Edi, Serta Ibu Asna selaku Narasumber sekaligus pedagang dan pengelola di Sentra Wisata Kuliner Convention Hall dan Sentra Wisata Kuliner Wiyung Surabaya yang membantu kelancaran dalam proses perancangan Tugas Akhir.
8. Mbak Sinta dan Pak Hendro Selaku Staff Dinas Lingkungan Hidup Surabaya yang telah membantu proses perizinan guna memenuhi kebutuhan observasi dan kegiatan



perancangan Tugas Akhir ini.

9. Seluruh keluarga DKV 18 selaku teman seperjuangan semasa kuliah yang berjuang bersama melewati problematika perkuliahan, terima kasih atas semua bantuan, kerjasama dan perhatiannya.
10. Fandi Achmad, Revanza Alif, Maries Morse, Riska Kurnia, Adelia Awanda, Ahmad Dahlan, Devasya Wahyu, Candetta Aura, selaku teman dan sahabat yang membantu dalam proses pembuatan video promosi dan menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
11. Kemudian Michael Pamungkas, Hizkia Bagus, Daniel Fabio, Haris Priangga, Kezia Putri, dan Helen Devia selaku *Talent* serta Sofia Aulia selaku pengisi *Voice Over* dalam perancangan Tugas Akhir ini.
12. Serta pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan semuanya.

Penulis menyadari adanya kekurangan dalam proses penulisan laporan ini. Sebagai bentuk perbaikan, penulis terbuka pada saran dan masukan yang membangun sangat diharapkan. Dan semoga laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 25 Mei 2022

**(Adhi Joshua Brahmantyo Putra)**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi masalah .....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Batasan Masalah .....	5
1.5 Tujuan Perancangan.....	5
1.6 Manfaat Perancangan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Tinjauan Tentang Pariwisata .....	7
2.1.1 Definisi Pariwisata.....	7
2.2 Tinjauan Tentang Wisata Kuliner.....	7
2.2.1 Pengertian Wisata Kuliner.....	7
2.2.2 Sentra Wisata Kuliner Surabaya.....	8
2.3 Tinjauan Gambaran Umum Kota Surabaya.....	9
2.3.1 Letak Geografis Kota Surabaya.....	9
2.4 Tinjauan Tentang Budaya Nongkrong.....	9
2.4.1 Pengertian Budaya Nongkrong.....	9
2.5 Tinjauan Daya tarik wisata .....	10
2.6 Teori Desain Komunikasi Visual.....	10
2.6.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual .....	10
2.6.2 Tipografi .....	11
2.6.3 Tone Warna .....	13
2.7 Teori Komunikasi .....	16

2.7.1	Teori Komunikasi Massa.....	16
2.8	Media Promosi.....	17
2.8.1	Definisi Media.....	17
2.8.2	Definisi Promosi.....	18
2.9	Video.....	18
2.9.1	Video Promosi.....	19
2.10	Sinematografi.....	20
2.10.1	Pengertian.....	20
2.10.2	Konseptual dalam Sinematografi.....	20
2.10.3	Teknik Pengambilan Gambar ( <i>shot</i> ).....	22
2.11	Studi Eksisting dan komparator.....	29
2.11.1	Studi Eksisting.....	29
2.11.2	Studi Komparator.....	32
2.11.3	Kesimpulan.....	34
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PERANCANGAN.....</b>	<b>35</b>
3.1	Definisi Operasional Judul.....	35
3.1.1	Definisi Judul.....	35
3.1.2	Definisi Videografi sebagai Media Promosi Digital.....	35
3.1.3	Definisi Sentra Wisata Kuliner.....	36
3.2	Lokasi Penelitian.....	36
3.3	Teknik Pengambilan Data.....	36
3.3.1	Data Primer.....	36
3.3.2	Data Sekunder.....	37
3.4	Populasi dan Sampling.....	39
3.4.1	Populasi.....	39
3.4.2	Sampling.....	39
3.5	Kerangka Perancangan.....	40
3.6	Teknik Analisa Data.....	41
3.7	Alur Berfikir.....	43
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DATA.....</b>	<b>44</b>
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	44
4.1.1	Kuesioner.....	44
4.1.2	<i>Focus Group Discussion (FGD)</i> .....	47
4.1.3	Observasi.....	48

4.1.4 Wawancara .....	51
4.2 Analisis Data .....	56
4.2.1 Reduksi Data.....	56
4.2.2 Penyajian Data .....	58
4.2.3 Kesimpulan .....	58
4.3 Analisa STP .....	59
4.4 Sinetesa Data.....	60
4.5 <i>Unique Selling Proporsition (USP)</i> .....	61
<b>BAB V KONSEP DESAIN.....</b>	<b>63</b>
5.1 Alur Pemikiran <i>Keyword</i> .....	63
5.2 Penjelasan Konsep <i>Keyword</i> .....	64
5.2.1 <i>What to say</i> .....	64
5.2.2 <i>How to Say</i> .....	64
5.2.3 Makna Denotasi.....	64
5.2.4 Makna Konotasi.....	65
5.3 Konsep Kreatif.....	65
5.4 Konsep Verbal .....	65
5.4.1 Judul Video Promosi .....	65
5.4.2 Sinopsis Cerita.....	65
5.4.3 Pendekatan Cerita .....	66
5.4.4 Strategi Video Promosi.....	66
5.4.5 Struktur 3 Babak.....	66
5.4.6 <i>Storyline</i> .....	67
5.4.7 Gaya Bahasa .....	70
5.5 Konsep Visual.....	70
5.5.1 Tipografi .....	70
5.5.2 <i>Tone</i> Warna .....	71
5.5.3 Layout.....	72
5.5.4 <i>Storyboard</i> .....	74
5.5.5 <i>Talent</i> .....	84
5.5.6 Audio .....	85
5.5.7 Format Video.....	85
5.5.8 Media Pendukung.....	85
<b>BAB VI IMPLEMENTASI DESAIN.....</b>	<b>87</b>



6.1	Alternatif Desain.....	87
6.1.1	Media Utama .....	87
6.1.2	Media Pendukung.....	91
6.2	Rancangan Anggaran Proyek.....	96
<b>BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>98</b>
7.1	Kesimpulan .....	98
7.1.1	Dari Isi Konten Video .....	98
7.1.2	Dari Segi Penelitian dan Perancangan.....	98
7.2	Saran .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>100</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>102</b>
<b>BIODATA .....</b>		<b>109</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Analisis Media Studi Eksisting.....	30
<b>Tabel 2.2</b> Analisis Media Studi Komparator .....	31
<b>Tabel 2.3</b> Analisis Media Studi Komparator .....	33
<b>Tabel 4.1</b> Hasil Observasi .....	50
<b>Tabel 4.2</b> Analisis SWOT .....	62
<b>Tabel 5.1</b> <i>Storyline</i> Video Promosi SWK HITS - Tongkrongan Milenial Surabaya.....	67
<b>Tabel 6.1</b> Rancangan Anggaran Proyek.....	96

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Diagram Kuesioner .....	2
<b>Gambar 1.2</b> Diagram Kuesioner .....	3
<b>Gambar 2.1</b> Contoh Font <i>Old Style</i> .....	11
<b>Gambar 2.2</b> Contoh Font <i>Egyptian</i> .....	12
<b>Gambar 2.3</b> Contoh font <i>Traditional</i> .....	12
<b>Gambar 2.4</b> Contoh <i>Font Sans Serif</i> .....	12
<b>Gambar 2.5</b> Contoh <i>Font Serif Modern</i> .....	13
<b>Gambar 2.6</b> Penerapan Warna Merah .....	14
<b>Gambar 2.7</b> Penerapan Warna <i>Orange</i> .....	14
<b>Gambar 2.8</b> Penerapan Warna Hijau .....	15
<b>Gambar 2.9</b> Penerapan Warna Biru .....	15
<b>Gambar 2.10</b> <i>Frog eye</i> .....	22
<b>Gambar 2.11</b> <i>Low angle</i> .....	23
<b>Gambar 2.12</b> <i>Eye Level</i> .....	23
<b>Gambar 2.13</b> <i>High Angle</i> .....	24
<b>Gambar 2.14</b> <i>Bird Eye View</i> .....	24
<b>Gambar 2.15</b> <i>Extreme Close Up</i> .....	25
<b>Gambar 2.16</b> <i>Big Close Up</i> .....	25
<b>Gambar 2.17</b> <i>Close Up</i> .....	26
<b>Gambar 2.18</b> <i>Medium Close Up</i> .....	26
<b>Gambar 2.19</b> <i>Medium Shot</i> .....	27
<b>Gambar 2.20</b> <i>Full Shot</i> .....	27
<b>Gambar 2.21</b> <i>Long Shot</i> .....	28
<b>Gambar 2.22</b> Cuplikan Video Promosi SWK Convention Hall, Surabaya.....	29
<b>Gambar 2.23</b> Cuplikan Video Promosi SWK Karah, Surabaya .....	31
<b>Gambar 2.24</b> Cuplikan Video Rekomendasi Tempat Ngopi yang Artistik di Jakarta Utara ..	33
<b>Gambar 3.1</b> Bagan Alur Berfikir .....	43
<b>Gambar 4.1</b> Diagram Kuesioner <i>Googleform</i> .....	44
<b>Gambar 4.2</b> Diagram Kuesioner <i>Googleform</i> .....	44
<b>Gambar 4.3</b> Diagram Kuesioner <i>Googleform</i> .....	45
<b>Gambar 4.4</b> Diagram Kuesioner <i>Googleform</i> .....	45
<b>Gambar 4.5</b> Diagram Kuesioner <i>Googleform</i> .....	46
<b>Gambar 4.6</b> Kegiatan <i>Focus Group Discussion (FGD)</i> pada remaja usia 17-25 tahun.....	47
<b>Gambar 4.7</b> Sentra Wisata Kuliner Convention Hall.....	49
<b>Gambar 4.8</b> Sentra Wisata Kuliner Wiyung .....	49
<b>Gambar 4.9</b> Wawancara pengelola SWK Convention Hall.....	51
<b>Gambar 4.10</b> Wawancara pedagang SWK Convention Hall .....	53
<b>Gambar 4.11</b> Wawancara pedagang SWK Wiyung.....	54
<b>Gambar 4.12</b> Wawancara pedagang SWK Wiyung.....	55
<b>Gambar 5.1</b> Alur Pemikiran <i>Keyword</i> .....	63
<b>Gambar 5.2</b> Kuesioner Gaya Ilustrasi / Gambar .....	71
<b>Gambar 5.3</b> Kuesioner <i>Tone</i> Warna.....	71
<b>Gambar 5.4</b> Contoh Penerapan <i>Pastel Color Grading</i> .....	72
<b>Gambar 5.5</b> Contoh Penerapan Prinsip <i>Simplicity</i> .....	72

<b>Gambar 5.6</b> Contoh Penerapan Teori <i>Continuity</i> .....	73
<b>Gambar 5.7</b> Contoh Penerapan Teori <i>Rule of Third</i> .....	73
<b>Gambar 5.8</b> <i>Storyboard Page 1</i> .....	74
<b>Gambar 5.9</b> <i>Storyboard Page 2</i> .....	75
<b>Gambar 5.10</b> <i>Storyboard Page 3</i> .....	76
<b>Gambar 5.11</b> <i>Storyboard Page 4</i> .....	77
<b>Gambar 5.12</b> <i>Storyboard page 5</i> .....	78
<b>Gambar 5.13</b> <i>Storyboard Page 6</i> .....	79
<b>Gambar 5.14</b> <i>Storyboard Page 7</i> .....	80
<b>Gambar 5.15</b> <i>Storyboard Page 8</i> .....	81
<b>Gambar 5.16</b> <i>Storyboard Page 9</i> .....	82
<b>Gambar 5.17</b> <i>Storyboard Page 10</i> .....	83
<b>Gambar 5.18</b> <i>Talent Michael</i> .....	84
<b>Gambar 5.19</b> <i>Talent Hizkia (kiri), Daniel (tengah), dan Angga (kanan)</i> .....	84
<b>Gambar 5.20</b> <i>Talent Kezia (kiri) dan Helen (kanan)</i> .....	84
<b>Gambar 5.21</b> Kuesioner <i>Genre Musik yang Disukai</i> .....	85
<b>Gambar 6.1</b> <i>Logotype Video</i> .....	88
<b>Gambar 6.2</b> Jenis <i>Font</i> Yang Digunakan untuk <i>Logotype</i> .....	89
<b>Gambar 6.3</b> Jenis <i>Font</i> yang Digunakan untuk <i>Lower Third</i> .....	89
<b>Gambar 6.4</b> Penerapan <i>Font</i> Pada <i>Lower Third</i> .....	89
<b>Gambar 6.5</b> Penerapan Prinsip <i>Rule of Third</i> .....	90
<b>Gambar 6.6</b> Penerapan Prinsip <i>Simplicity</i> .....	90
<b>Gambar 6.7</b> Penerapan <i>Bird Eye View</i> .....	90
<b>Gambar 6.8</b> Penerapan Prinsip <i>Continuity</i> .....	91
<b>Gambar 6.9</b> Cuplikan <i>Teaser</i> .....	91
<b>Gambar 6.10</b> Poster SWK HITS .....	92
<b>Gambar 6.11</b> <i>Feeds</i> Instagram SWK Convention Hall.....	93
<b>Gambar 6.12</b> <i>Feeds</i> Instagram SWK Wiyung .....	94
<b>Gambar 6.13</b> Desain Brosur Masing - Masing SWK .....	95
<b>Gambar 6.14</b> Desain Set Pedagang ( <i>Masker, Apron, dan Topi</i> ).....	96
<b>Gambar 6.15</b> Desain <i>Merchandise</i> ( <i>Masker, Gantungan Kunci, dan Topi</i> ) .....	96