

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI *BOOTH* DAN MEDIA SOSIAL
UNTUK APLIKASI *E-COMMERCE* KARYA SENI “WARNI”**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Jocelyn Ameris Raharjo

0000053898

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI *BOOTH* DAN MEDIA SOSIAL

UNTUK APLIKASI *E-COMMERCE* KARYA SENI “WARNI”



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Jocelyn Ameris Raharjo

0000053898

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jocelyn Ameris Raharjo

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053898

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Laporan Cluster MBKM dengan judul:

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI *BOOTH* DAN MEDIA SOSIAL UNTUK APLIKASI *E-COMMERCE* KARYA SENI “WARNI”

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Laporan Cluster MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 18 Juni 2024



(Jocelyn Ameris Raharjo)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Cluster MBKM dengan judul
**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI *BOOTH* DAN MEDIA SOSIAL
UNTUK APLIKASI *E-COMMERCE* KARYA SENI “WARNI”
CLUSTER KEWIRAUSAHAAN**


Oleh

Nama : Jocelyn Ameris Raharjo
NIM : 00000053898
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 12 Juni 2024
Pukul 15.30 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



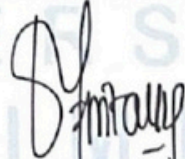
Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/L00011

Penguji



Desy Sandrayani H, S.Sn., M.Pd.
0311127202/L00168

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jocelyn Ameris Raharjo
NIM : 00000053898
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : Laporan Cluster MBKM

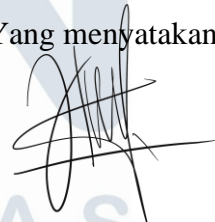
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI *BOOTH* DAN MEDIA SOSIAL
UNTUK APLIKASI *E-COMMERCE* KARYA SENI “WARNI”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan Laporan Cluster MBKM selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 18 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Jocelyn Ameris Raharjo)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM Kewirausahaan dengan judul “PERANCANGAN MEDIA PROMOSI *BOOTH* DAN MEDIA SOSIAL UNTUK APLIKASI *E-COMMERCE* KARYA SENI “WARNI”.

Penyelesaian laporan ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

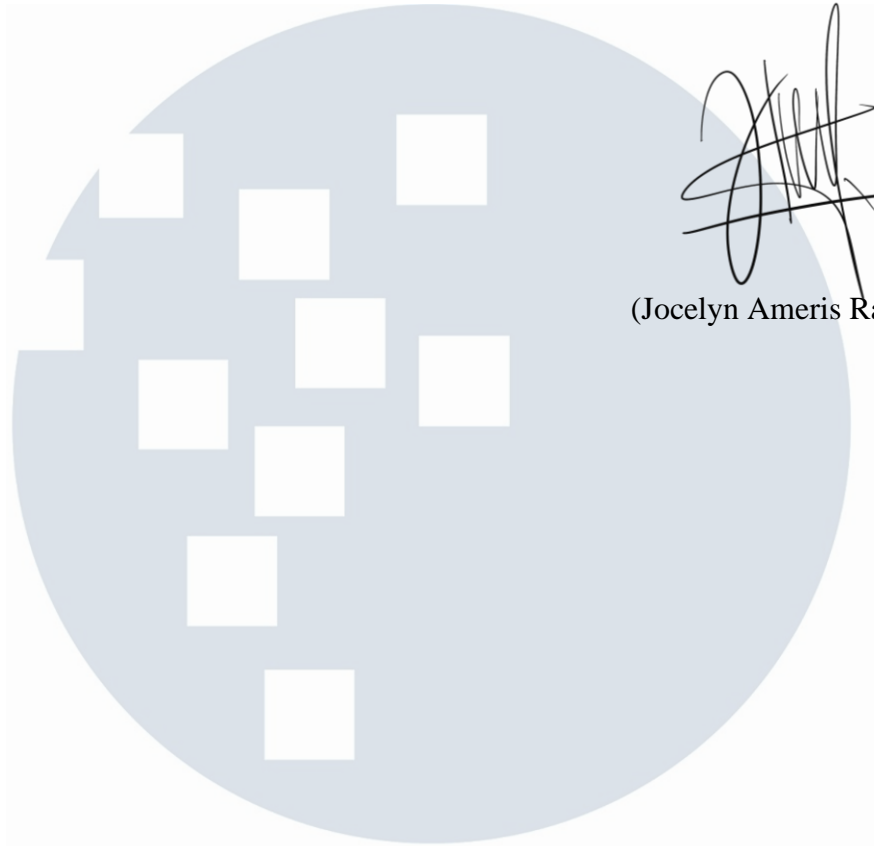
1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ardyansyah S.Sn., M.MM., M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan Cluster MBKM ini.
5. Andrew Henderson, Hoky Nanda, dan Michelle Greysiantyi, sebagai Pembimbing Eksternal/Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya karya dalam laporan Cluster MBKM ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Cluster MBKM ini.
7. Rekan kerja bisnis Warni yang telah memberikan kontribusi besar dalam penciptaan dan pelaksanaan bisnis Warni.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi untuk kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Indonesia, serta peningkatan apresiasi pekerja seni Indonesia.

Tangerang, 18 Juni 2024,



(Jocelyn Ameris Raharjo)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI *BOOTH* DAN MEDIA SOSIAL

UNTUK APLIKASI *E-COMMERCE* KARYA SENI “WARNI”

Jocelyn Ameris Raharjo

ABSTRAK

Pertumbuhan pekerja seni di Indonesia semakin meningkat, namun apresiasi terhadap karya seni masih rendah. Untuk mengatasi masalah ini, Warni, sebuah aplikasi *e-commerce* karya seni, dirancang untuk meningkatkan *exposure* dan kesempatan bagi para pekerja seni Indonesia. Di sisi lain, perancangan media promosi *booth* dan media sosial untuk Warni bertujuan memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran audiens terhadap aplikasi ini. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *hybrid* atau gabungan antara penelitian kualitatif dan kuantitatif dalam mengumpulkan data. Teknik-teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah wawancara, pengumpulan data dokumen, *Focus Group Discussion (FGD)*, survei, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media promosi yang efektif dapat meningkatkan visibilitas dan apresiasi karya seni, serta memudahkan transaksi jual-beli. Dengan demikian, diperlukan media promosi yang strategis untuk mendukung pertumbuhan aplikasi *e-commerce* Warni dan meningkatkan apresiasi terhadap karya seni Indonesia.

Kata Kunci: *E-commerce*, perancangan, pekerja seni, karya seni, media promosi

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**DESIGNING BOOTH AND SOCIAL MEDIA AS PROMOTIONAL MEDIA
FOR “WARNI” E-COMMERCE APPLICATION**

Jocelyn Ameris Raharjo

ABSTRACT (English)

The number of art workers in Indonesia is increasing, but appreciation for art remains low. To address this issue, Warni, an art e-commerce application, is designed to enhance exposure and opportunities for Indonesian art workers. On the other hand, the goal of Warni's social media and promotional media booth designs is to expand reach and raise audience awareness of the application. The research method used is a hybrid method, combining qualitative and quantitative research for data collection. Techniques used in data collection include interviews, document collection, Focus Group Discussions (FGD), surveys, and literature studies. Research findings indicate that effective promotional media can increase visibility and appreciation of art, as well as facilitate buying and selling transactions. Therefore, strategic promotional media are needed to support the growth of the Warni e-commerce application and enhance appreciation of Indonesian art.

Keywords: *E-commerce, design, art workers, art, promotional media*

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT (English)	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan	1
1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan	2
1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan	3
1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan	3
1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan	3
1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan	4
BAB II PEMBENTUKAN IDE BISNIS	6
2.1 Validasi Ide Bisnis	6
2.1.1 Alur Pengembangan Ide Bisnis	6
2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis	12
2.2 <i>Business Model Canvas</i>	13
2.3 Deskripsi Perusahaan	16
2.4 Struktur Perusahaan	22
2.5 Alur Kerja Perusahaan	23
2.6 Analisis Kelayakan Usaha	25
BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION	31
3.1 <i>Market Research Validation</i>	31
3.1.1 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	31
3.1.2 <i>Market Persona</i>	34

3.2	Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis	35
3.2.1	Pengumpulan Data Kualitatif	35
3.2.2	Pengumpulan Data Kuantitatif	38
3.3	Analisa Produk Merek dan Kompetitor	41
3.4	Studi Eksisting dan Studi Referensi	43
3.4.1	Studi Eksisting	43
3.4.2	Studi Referensi	45
3.5	Penetapan Harga Produk/Jasa	47
3.6	Metode Perancangan Produk/Jasa	48
BAB IV	PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA	51
4.1	<i>Timeline</i> dan Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa	51
4.2	Uraian Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa	53
4.2.1	Perancangan Brief <i>Prototype</i> Produk/Jasa	53
4.2.2	<i>Mindmapping</i>	53
4.2.3	<i>Moodboard</i>	55
4.2.4	Perancangan Desain	58
4.3	Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa	65
4.3.1	Perancangan Media Sosial Warni	66
4.3.2	Perancangan <i>Booth</i> Warni	73
4.3.3	Perancangan <i>Merchandise</i> Warni	76
4.4	Penentuan Vendor <i>Prototype</i> Produk /Jasa	80
4.5	Hasil Ujicoba <i>Prototype</i> Produk/Jasa	83
4.5.1	Analisis Visual	85
4.5.2	Analisis Interaktivitas	87
4.5.3	Kesimpulan Hasil Uji Coba	89
4.6	Kendala yang Ditemukan	91
4.7	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	91
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	92
5.1	Simpulan	92
5.2	Saran	92
DAFTAR PUSTAKA		xv
LAMPIRAN		xviii

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel <i>Timeline</i> Pengerjaan MBKM Kewirausahaan	4
Tabel 2.1 Jawaban <i>Question Box</i> Instagram	11
Tabel 2.2 Biaya Awal Pembuatan Aplikasi	26
Tabel 2.3 Biaya Tetap Bulanan	27
Tabel 2.4 Pendapatan Tahun Pertama	28
Tabel 2.5 <i>Break Even Point</i> (BEP) Tahun Pertama	30
Tabel 3.1 Tabel Segmentasi Bisnis Warni	32
Tabel 3.2 Tabel <i>Targeting</i> Bisnis Warni	33
Tabel 3.3 Tabel <i>Positioning</i> Bisnis Warni	34
Tabel 3.4 Tabel Analisa SWOT Bisnis Etsy	44
Tabel 3.5 Tabel Analisa SWOT Warni	45
Tabel 4.1 Tabel <i>Timeline</i> Produksi Prototype Produk/Jasa	51
Tabel 4.2 Tahapan Perancangan Desain Instagram	52
Tabel 4.3 Tahapan Perancangan Desain <i>Booth</i> dan <i>Merchandise</i>	53
Tabel 4.4 Hasil <i>Feedback Form</i> mengenai Visual Perancangan Aplikasi Warni ..	86
Tabel 4.5 Hasil <i>Feedback Form</i> mengenai Interaktivitas Perancangan Aplikasi Warni	88
Tabel 4.6 Hasil <i>Feedback Form</i> mengenai Interaktivitas Perancangan Aplikasi Warni	90



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jawaban Polling Instagram Pertanyaan 1	7
Gambar 2.2 Jawaban Polling Instagram Pertanyaan 2	7
Gambar 2.3 Jawaban Polling Instagram Pertanyaan 3	12
Gambar 2.4 Gambar <i>Business Model Canvas</i>	15
Gambar 2.5 Logo <i>Wordmark</i> Warni	19
Gambar 2.6 Logo <i>Lettermark</i> Warni	19
Gambar 2.7 Pemilihan <i>Color Palette</i> Warni	20
Gambar 2.8 Pemilihan <i>Typeface</i> Warni	21
Gambar 2.9 Struktur Internal Warni	22
Gambar 2.10 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan	24
Gambar 3.1 Target <i>Market Persona</i> Warni	34
Gambar 3.2 <i>Brand Positioning Map</i> Warni	41
Gambar 3.3 Perbandingan Kompetitor Warni	42
Gambar 3.4 Logo Fiverr	45
Gambar 3.5 <i>User Interface</i> Aplikasi Fiverr	46
Gambar 3.6 Metode Perancangan Menurut Robin Landa	48
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i> Strategi Bisnis Warni	54
Gambar 4.2 <i>Mindmap</i> Aplikasi Warni	55
Gambar 4.3 <i>Moodboard</i> Logo	56
Gambar 4.4 <i>Moodboard Color Palette</i>	56
Gambar 4.5 <i>Moodboard Illustration</i>	57
Gambar 4.6 <i>Moodboard Typeface</i>	57
Gambar 4.7 <i>Moodboard UI Application</i>	58
Gambar 4.8 Perbandingan Keramaian <i>Booth</i> Artket	60
Gambar 4.9 <i>Empathy Map</i> Audiens Warni	60
Gambar 4.10 <i>Design Framework</i>	62
Gambar 4.11 <i>Sitemap Prototype</i>	63
Gambar 4.12 Perancangan <i>Prototype</i> di Figma	64
Gambar 4.13 Pameran MBKM Kewirausahaan	65
Gambar 4.14 <i>Moodboard</i> Instagram	67
Gambar 4.15 <i>Content Plan</i> Instagram	68
Gambar 4.16 Sketsa <i>Feeds Grid</i> Instagram	69
Gambar 4.17 Sketsa <i>Story</i> Instagram	69
Gambar 4.18 Implementasi Desain <i>Feeds</i> Instagram	70
Gambar 4.19 Implementasi Desain <i>Feeds</i> Instagram	71
Gambar 4.20 Implementasi Desain <i>Story</i> Instagram	72
Gambar 4.21 Sketsa <i>Booth</i>	73
Gambar 4.22 Implementasi Desain <i>Booth</i>	74
Gambar 4.23 Implementasi Desain Panel	75
Gambar 4.24 Implementasi Desain TV	75
Gambar 4.25 Implementasi Desain <i>Banner</i>	76
Gambar 4.26 Sketsa Desain <i>Merchandise</i>	77
Gambar 4.27 Implementasi Desain <i>Sticker Sheet</i>	78
Gambar 4.28 Implementasi Desain <i>Tote Bag</i>	78

Gambar 4.29 Implementasi Desain Tumbler	79
Gambar 4.30 Implementasi Desain <i>T-Shirt</i>	79
Gambar 4.31 Logo Perusahaan Gits.....	80
Gambar 4.32 Tampilan <i>Mobile App</i> Viva Apotek	81
Gambar 4.33 Tampilan <i>Website</i> Viva Apotek	82
Gambar 4.34 Tampilan <i>Mobile App</i> Pocari Sweat, <i>Born to Sweat</i>	82
Gambar 4.35 Tampilan <i>Mobile App</i> Otoklix.....	83
Gambar 4.36 <i>Booth</i> Warni untuk <i>Live Prototyping</i> di Skystar Ventures Exhibition	84
Gambar 4.37 Tampilan <i>Feedback Form Prototype</i> melalui Google Form.....	84
Gambar 4.38 Hasil <i>Feedback Form</i> mengenai Visual Perancangan Aplikasi Warni	87
Gambar 4.39 Hasil <i>Feedback Form</i> mengenai Flow Interaktivitas Perancangan Aplikasi Warni	89
Gambar 4.40 Hasil <i>Feedback Form</i> mengenai Keseluruhan Perancangan Aplikasi Warni.....	90



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Data Administratif	xviii
Lampiran B Data Perancangan.....	xxxv
Lampiran C Hasil Karya	xli
Lampiran D Hasil Turnitin.....	xlviii

