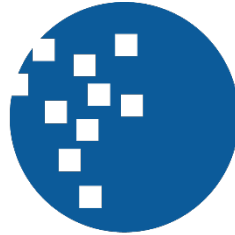


**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI LOOMLOOMA UNTUK
MENDORONG MASYARAKAT MENINGKATKAN *FASHION*
SUSTAINABILITY DI INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Jacqueline Kelly Setiawan

0000055066

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

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI LOOMLOOMA UNTUK
MENDORONG MASYARAKAT MENINGKATKAN *FASHION*
SUSTAINABILITY DI INDONESIA**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Jacqueline Kelly Setiawan

0000055066

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jacqueline Kelly Setiawan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055066

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Laporan Cluster MBKM dengan judul:

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI LOOMLOOMA UNTUK
MENDORONG MASYARAKAT MENINGKATKAN *FASHION*
SUSTAINABILITY DI INDONESIA**

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, 20 Juni 2024



(Jacqueline Kelly Setiawan)

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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Cluster MBKM dengan judul
**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI LOOMLOOMA UNTUK
MENDORONG MASYARAKAT MENINGKATKAN *FASHION*
SUSTAINABILITY DI INDONESIA**

Oleh

Nama : Jacqueline Kelly Setiawan
NIM : 00000055066
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 13 Juni 2024
Pukul 09.00 s.d 09.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.

0319098202/068502

Penguji

Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.

0318127603/L00011

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fonita Theresia Yolianda, 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 : Jacqueline Kelly Setiawan

NIM : 00000055066

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 LOOMLOOMA UNTUK MENDORONG MASYARAKAT MENINGKATKAN *FASHION* *SUSTAINABILITY* DI INDONESIA

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, 20 Juni 2024

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

(Jacqueline Kelly Setiawan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur terhadap Tuhan yang Maha Esa, karena sudah membimbing penulis selama pengerjaan laporan yang berjudul “Perancangan Media Promosi LoomLooma Untuk Mendorong Masyarakat Meningkatkan *Fashion Sustainability* di Indonesia” sebagai salah satu syarat kelulusan MBKM Kewirausahaan. Perancangan terkait didasari atas ketertarikan penulis terhadap bidang *sustainable fashion* dan pengaruhnya terhadap limbah tekstil yang tinggi di Indonesia dan semakin memahami proses perancangan media promosi digital. Penulis berharap seluruh pembelajaran dapat dijadikan manfaat bagi penulis dalam perancangan yang berikutnya.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih terhadap pihak yang terlibat dalam proses pengerjaan laporan karena dengan kehadiran dari setiap pihak, proses perancangan laporan dapat dilaksanakan secara lancar, yaitu :

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., 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. Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc., sebagai Pembimbing Internal dari program studi Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan bimbingan dan arahan atas terselesainya laporan Cluster MBKM ini.
5. Andrew Henderson, S.M., sebagai Pembimbing Eksternal yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya perancangan bisnis 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. Anggota LoomLooma yang saling bekerjasama memberikan kontribusi untuk perkembangan bisnis dan desain dalam laporan Cluster MBKM.

Penulis sadar bahwa hasil laporan masih jauh dari sempurna karena itu kritik dan saran sangat diharapkan untuk membangun karya penulis dikedepannya. Penulis juga berharap laporan dapat mendukung dan mengajak masyarakat untuk mulai menerapkan *fashion sustainability* di Indonesia.

Tangerang, 20 Juni 2024



(Jacqueline Kelly Setiawan)



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI LOOMLOOMA UNTUK
MENDORONG MASYARAKAT MENINGKATKAN *FASHION*
SUSTAINABILITY DI INDONESIA**

(Jacqueline Kelly Setiawan)

ABSTRAK

Keberlanjutan fesyen merupakan sebuah upaya dalam industri fesyen untuk mulai mengurangi dampak lingkungan seperti limbah tekstil yang meningkat dengan memproduksi pakaian dengan memperhatikan cara produksi agar etis dan tidak mengancam lingkungan. Dengan adanya LoomLooma sebagai platform penghubung antar pemasok tekstil ramah lingkungan dan pemilik bisnis fesyen lokal, mampu membantu para pemilik bisnis fesyen tereduksi dan memperoleh tekstil ramah lingkungan dengan lebih aman dan mudah. Untuk menyebarluaskan kehadiran LoomLooma maka dibutuhkan promosi terutama di media sosial yang terdiri dari Instagram feeds, Instagram story. Proyek promosi lain berupa iklan situs *web banner*, iklan youtube dan desain *booth* untuk LoomLooma. Oleh karena itu penulis merancang media promosi *brand* LoomLooma sebagai jembatan bagi para bisnis fesyen lokal untuk mengakses sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mulai menerapkan keberlanjutan fesyen. Metode perancangan akan menggunakan teori Robin Landa dalam bukunya “*Advertising by Design: Generating and Designing Creative Ideas Across Media*” (2021) dengan mengumpulkan data secara kualitatif melalui wawancara, FGD (*focus group discussion*) dan studi pustaka.

Kata kunci: Keberlanjutan fesyen, LoomLooma, bisnis fesyen lokal, media promosi, MBKM, Kewirausahaan

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

**LOOMLOOMA PROMOTIONAL MEDIA DESIGN TO
ENCOURAGE THE COMMUNITY TO IMPROVE FASHION
SUSTAINABILITY IN INDONESIA**

(Jacqueline Kelly Setiawan)

ABSTRACT

Fashion sustainability is an effort in the fashion industry to start reducing environmental impacts such as increasing textile waste by producing clothing by paying attention to production methods so that they are ethical and do not threaten the environment. With LoomLooma as a connecting platform between sustainable textile suppliers and local fashion business owners, are able to help fashion business owners become educated and obtain sustainable textiles more safely and easily. To spread the presence of LoomLooma, promotion is needed, especially on social media consisting of Instagram feeds, Instagram stories. Other promotional projects include website banner ads, YouTube ads and booth design for LoomLooma. Therefore, the author designed promotional media for the LoomLooma brand as a bridge for local fashion businesses to access and increase public awareness to start implementing sustainable fashion. The development project will use Robin Landa's theory in her book "Advertising by Design: Generating and Designing Creative Ideas Across Media" (2021) by collecting qualitative data through interviews, FGD (focus group discussion) and literature study.

Keywords: *Fashion sustainability, LoomLooma, local fashion business, promotional media, MBKM, Entrepreneurship*

U M W N
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

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan	1
1.2 Rumusan Masalah MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan.....	2
1.3 Batasan Masalah MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan	3
1.3.1 Ruang Lingkup Perancangan.....	3
1.3.2 Target Sasaran.....	3
1.4 Maksud dan Tujuan MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan.....	4
1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan	4
1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan	5
BAB II PEMBENTUKAN IDE BISNIS.....	8
2.1 Validasi Ide Bisnis	8
2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis	8
2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis	9
2.2 <i>Business Model Canvas</i>	10
2.3 Deskripsi Perusahaan.....	13
2.4 Struktur Perusahaan.....	15
2.5 Alur Kerja Perusahaan.....	16
2.6 Analisis Kelayakan Usaha	17
BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION	20
3.1 <i>Market Research Validation</i>	20

3.1.1	<i>Segmentation, Firmographic, Targeting, Positioning</i>	20
3.1.2	<i>Market Persona</i>	24
3.2	Metode Pegumpulan Data Ide Bisnis	26
3.2.1	Wawancara	27
3.2.2	FGD (<i>focus group discussion</i>)	32
3.2.3	Studi Pustaka	34
3.3	Analisa Produk Merek dan Kompetitor	35
3.4	Studi Eksisting dan Studi Referensi	37
3.4.1	Studi Eksisting	37
3.4.2	Studi Referensi	39
3.5	Penetapan Harga Produk	46
3.6	Metode Perancangan Produk	47
BAB IV	PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK	49
4.1	<i>Timeline</i> dan Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk	49
4.2	Uraian Perancangan <i>Prototype</i> Produk	53
4.2.1	Perancangan Brief <i>Prototype</i>	53
4.2.2	<i>Mindmap</i>	54
4.2.3	<i>Big Idea & Look and feel</i>	54
4.2.4	<i>Tone of Voice</i>	55
4.2.5	<i>Moodboard</i>	56
4.2.6	Perancangan Desain	59
4.2.7	Draf Desain	62
4.2.8	Revisi	85
4.2.9	Finalisasi	87
4.3	Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk	91
4.3.1	<i>Instagram Post</i>	94
4.3.2	<i>Instagram Story</i>	106
4.3.3	<i>Website Banner</i>	108
4.3.4	<i>Youtube Ads</i>	110
4.3.5	Desain <i>Booth</i>	122
4.4	Penentuan <i>Vendor Prototype</i> Produk	124
4.4.1	Spectrum	125

4.4.2	Cetak Pin Murah	126
4.4.3	Maloon	127
4.4.4	Cekstuff.....	127
4.4.5	Paperoid_id	128
4.5	Hasil Ujicoba <i>Prototype</i> Produk	129
4.5.1	Visualisasi	129
4.5.2	<i>User Flow</i>	131
4.5.3	<i>General</i>	132
4.6	Kendala yang Ditemukan	133
4.7	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	134
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	135
5.1	Simpulan.....	135
5.2	Saran	136
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xviii

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Prosedur MBKM Kewirausahaan	5
Tabel 2.1	Harga Biaya Produksi dan Penjualan.....	17
Tabel 3.1	Tabel Segmentasi <i>Consumer</i>	21
Tabel 3.2	Firmografis <i>Consumer</i>	22
Tabel 3.3	Firmografis <i>Customer as Supplier</i>	23
Tabel 3.4	<i>Targeting</i>	23
Tabel 3.5	Tabel Perbandingan Kompetitor	36
Tabel 3.6	Tabel Analisa SWOT Manuport	38
Tabel 4.1	Tabel <i>Timeline</i> Produksi <i>Prototype</i> Produk.....	49
Tabel 4.2	Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk	50
Tabel 4.3	<i>Content Planning Promotion</i>	52
Tabel 4.4	Strategi AISAS.....	92
Tabel 4.5	<i>Storyboard Youtube Advertisement</i>	110



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Business Model Canvas</i> LoomLooma.....	11
Gambar 2.2 Logo LoomLooma.....	14
Gambar 2.3 Stuktur Perusahaan LoomLooma.....	15
Gambar 2.4 Alur Koordinasi tim MBKM Cluster Kewirausahaan.....	17
Gambar 3.1 <i>Persona Consumer</i>	25
Gambar 3.2 <i>Persona Customer as Supplier</i>	26
Gambar 3.3 Wawancara Bersama Robi Hertanto.....	29
Gambar 3.4 Wawancara Bersama Gracia Putri.....	30
Gambar 3.5 Wawancara Bersama Anastasia Melia Ciptadi.....	31
Gambar 3.6 Pelaksanaan FGD (<i>focus group discussion</i>).....	33
Gambar 3.7 <i>Positioning Map</i> LoomLooma.....	35
Gambar 3.8 Struktur Manuport.....	37
Gambar 3.9 Zalora VIP.....	41
Gambar 3.10 Media Promosi Zalora.....	42
Gambar 3.11 Video Kampanye <i>Sustainability MANGO</i>	42
Gambar 3.12 Instagram <i>Feed</i> Bintang Fabric.....	44
Gambar 3.13 Video Tiktok Bintang Fabric.....	44
Gambar 3.14 Instagram <i>Feed</i> SFS.....	46
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i> LoomLooma.....	54
Gambar 4.2 <i>Brand Key</i>	55
Gambar 4.3 <i>Copywriting Website & Sosial Media</i>	56
Gambar 4.4 <i>Moodboard</i>	57
Gambar 4.5 <i>Stylescape</i>	57
Gambar 4.6 Warna Loomlooma.....	58
Gambar 4.7 <i>Typeface</i> Loomlooma.....	59
Gambar 4.8 <i>Persona</i>	60
Gambar 4.9 <i>User Journey Map</i>	61
Gambar 4.10 <i>Grid & Anatomi Ikon</i> Konsultasi.....	63
Gambar 4.11 Warna Ikon.....	63
Gambar 4.12 <i>Placement</i> Ikon.....	64
Gambar 4.13 Tombol Sebelum & Setelah <i>Hover</i>	65
Gambar 4.14 Ilustrasi Pakaian.....	66
Gambar 4.15 Ilustrasi Dekorasi Lainnya.....	66
Gambar 4.16 Ilustrasi Karakter.....	67
Gambar 4.17 <i>Placement</i> Ilustrasi.....	67
Gambar 4.18 <i>Grid Website</i>	68
Gambar 4.19 <i>Low-Fidelity Homepage</i>	68
Gambar 4.20 <i>Low-Fidelity Shop</i>	69
Gambar 4.21 <i>Low-Fidelity Product Detail</i>	70
Gambar 4.22 <i>Low-Fidelity Shopping Cart</i>	70
Gambar 4.23 <i>Low-Fidelity Membership</i>	71

Gambar 4.24 <i>Low-Fidelity Member Page</i>	72
Gambar 4.25 <i>Low-Fidelity Donation</i>	73
Gambar 4.26 <i>Low-Fidelity About Us</i>	74
Gambar 4.27 <i>Low-Fidelity Profile</i>	74
Gambar 4.28 <i>High-Fidelity Homepage</i>	75
Gambar 4.29 <i>High-Fidelity Shop</i>	76
Gambar 4.30 <i>High-Fidelity Product Detail</i>	77
Gambar 4.31 <i>High-Fidelity Shopping Cart</i>	78
Gambar 4.32 <i>High-Fidelity Sign Up</i>	79
Gambar 4.33 <i>High-Fidelity Checkout</i>	79
Gambar 4.34 <i>High-Fidelity Membership</i>	80
Gambar 4.35 <i>High-Fidelity Join Membership</i>	81
Gambar 4.36 <i>High-Fidelity Member Voucher Page</i>	82
Gambar 4.37 <i>High-Fidelity Member Consultation Page</i>	82
Gambar 4.38 <i>High-Fidelity Donation</i>	83
Gambar 4.39 <i>High-Fidelity About Us</i>	84
Gambar 4.40 <i>High-Fidelity Profile</i>	84
Gambar 4.41 <i>High-Fidelity My Order</i>	85
Gambar 4.42 Revisi Fitur Konsultasi.....	86
Gambar 4.43 Revisi Halaman Pembayaran	86
Gambar 4.44 Revisi Sistem <i>Filter</i>	87
Gambar 4.45 <i>Homepage Final</i>	88
Gambar 4.46 <i>Shop Final</i>	88
Gambar 4.47 <i>Payment Final</i>	89
Gambar 4.48 <i>Membership Final</i>	89
Gambar 4.49 <i>Donation Final</i>	90
Gambar 4.50 <i>About Us Final</i>	90
Gambar 4.51 <i>Profile Final</i>	91
Gambar 4.52 <i>My Order Final</i>	91
Gambar 4.53 Dokumentasi Konsep LoomLooma	92
Gambar 4.54 Aset Foto	94
Gambar 4.55 <i>Active User Instagram April</i>	95
Gambar 4.56 Sketsa <i>Thumbnail Instagram Post</i>	95
Gambar 4.57 <i>Modular Grid Instagram Post</i>	96
Gambar 4.58 Hasil Desain & <i>Copywriting Post 1</i>	97
Gambar 4.59 Hasil Desain & <i>Copywriting Post 2</i>	97
Gambar 4.60 Hasil Desain & <i>Copywriting Post 3</i>	98
Gambar 4.61 <i>Mockup Instagram Advertisement</i>	98
Gambar 4.62 Hasil Desain & <i>Copywriting Post 4</i>	99
Gambar 4.63 Hasil Desain & <i>Copywriting Post 5</i>	100
Gambar 4.64 Hasil Desain & <i>Copywriting Post 6</i>	101
Gambar 4.65 Hasil Desain & <i>Copywriting Post 7</i>	101
Gambar 4.66 Hasil Desain & <i>Copywriting Post 8</i>	102

Gambar 4.67 Hasil Desain & <i>Copywriting</i> Post 9	103
Gambar 4.68 Hasil Desain & <i>Copywriting</i> Post 10	104
Gambar 4.69 Hasil Desain & <i>Copywriting</i> Post 11	104
Gambar 4.70 Hasil Desain & <i>Copywriting</i> Post 12	105
Gambar 4.71 <i>Mockup</i> Instagram Post Feeds.....	105
Gambar 4.72 Sketsa <i>Story</i>	106
Gambar 4.73 <i>Grid Story</i>	106
Gambar 4.74 <i>Story Minigames</i>	107
Gambar 4.75 Akun yang Menggunakan <i>Template</i>	107
Gambar 4.76 <i>Story Countdown</i>	108
Gambar 4.77 Sketsa <i>Website Banner</i>	108
Gambar 4.78 <i>Grid Website Banner</i>	109
Gambar 4.79 Hasil <i>Final Website Banner</i>	109
Gambar 4.80 <i>Mockup Website Banner</i>	109
Gambar 4.81 Referensi Iklan	112
Gambar 4.82 Proses Pengambilan Foto di Lokasi Pertama	113
Gambar 4.83 Proses Pengambilan Foto di Lokasi Kedua.....	113
Gambar 4.84 Hasil Shooting (RAW).....	114
Gambar 4.85 Proses Penambahan Efek Klip	115
Gambar 4.86 Proses Penambahan <i>Voiceover</i> & Lagu	115
Gambar 4.87 Penambahan Teks Video.....	116
Gambar 4.88 Penutup Video	116
Gambar 4.89 <i>Youtube Ads</i> LoomLooma.....	117
Gambar 4.90 <i>Scene</i> Lari Membawa Kain	118
Gambar 4.91 <i>Scene</i> Menyentuh Rerumputan Tinggi.....	118
Gambar 4.92 <i>Scene</i> Daun Pepohonan <i>Low Angle</i>	118
Gambar 4.93 <i>Scene</i> Kupu-kupu	119
Gambar 4.94 <i>Scene</i> Tanaman Padi.....	119
Gambar 4.95 <i>Scene</i> Menyentuh Kain.....	120
Gambar 4.96 <i>Scene</i> Tekstur Kain.....	120
Gambar 4.97 <i>Scene</i> Lari Berpegangan Tangan.....	121
Gambar 4.98 <i>Scene</i> Logo LoomLooma & CTA <i>Website</i>	121
Gambar 4.99 <i>Mockup Video Ads</i>	122
Gambar 4.100 Sketsa <i>Booth</i>	122
Gambar 4.101 <i>Grid Booth</i>	123
Gambar 4.102 <i>Final Design Booth</i>	123
Gambar 4.103 <i>Mockup Booth</i>	124
Gambar 4.104 Katalog & Hasil Cetak Spectrum.....	125
Gambar 4.105 Katalog & Hasil Cetak Pin.....	126
Gambar 4.106 Katalog Maloon.....	127
Gambar 4.107 Katalog Cekstuff	128
Gambar 4.108 Katalog Paperoid_id.....	128
Gambar 4.109 Hasil <i>Beta Test</i>	129

Gambar 4.110 Hasil <i>Beta Test</i> Bagian Visualisasi 1.....	130
Gambar 4.111 Hasil <i>Beta Test</i> Bagian Visualisasi 2.....	130
Gambar 4.112 Hasil <i>Beta Test</i> Bagian <i>User Flow</i> Skenario 1.....	131
Gambar 4.113 Hasil <i>Beta Test</i> Bagian <i>User Flow</i> Skenario 2.....	132
Gambar 4.114 Hasil <i>Beta Test</i> Bagian <i>General</i>	132
Gambar 4.115 Kesan & Kendala Partisipan	133
Gambar 4.116 Pertanyaan Penutup	133



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A MBKM 01 (Cover Letter).....	xviii
Lampiran B MBKM 02 (Kartu Identitas MBKM).....	xix
Lampiran C MBKM 03 (Supervisor Daily Task)	xx
Lampiran D MBKM 04 (Lembar Verifikasi Laporan)	xxxii
Lampiran E LoA (Letter of Acceptance) Cluster MBKM.....	xxxiii
Lampiran F LoC (Letter of Completion) Cluster MBKM.....	xxxiv
Lampiran G Lampiran Karya	xxxv
Lampiran H Hasil Turnitin Laporan Cluster MBKM	lxxxi



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA