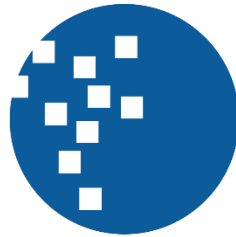


**PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN UI UX DALAM  
APLIKASI “FESTIPALS”**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN**

**Valent Antovia**

**0000055067**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN UI UX DALAM  
APLIKASI “FESTIPALS”**



**LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

**Valent Antovia**

**0000055067**

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

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Valent Antovia

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055067

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Laporan Cluster MBKM dengan judul:

### **PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN UI UX DALAM APLIKASI “FESTIPALS”**

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, 13 Juni 2024



(Valent Antovia)

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 STRATEGI BISNIS DAN  
UI UX DALAM APLIKASI “FESTIPALS”**

Oleh

Nama : Valent Antovia  
NIM : 00000055067  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 13 Juni 2024  
Pukul 08.30 s.d 09.00 dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji



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



Mariska Legia, S.Ds., M.B.A.  
0330118701/083675

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliandop, 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 : Valent Antovia  
NIM : 00000055067  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni Rupa 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 STRATEGI BISNIS DAN UI UX DALAM APLIKASI “FESTIPALS”**

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, 31 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Valent Antovia)

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 atas berkat Rahmat Tuhan Yang Maha Esa atas kehendak-Nya penulisan laporan Cluster MBKM Kewirausahaan dengan judul “Perancangan Strategi Bisnis dan UI UX dalam Aplikasi Festipals” dapat diselesaikan dengan lancar, sehingga salah satu syarat untuk menerima gelar Sarjana Desain Program Studi Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara dapat terpenuhi.

Perancangan proyek Cluster MBKM Kewirausahaan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam kehidupan bersosial terutama dalam ranah acara musik di Indonesia. Dari perancangan ini, Penulis mendapatkan pembelajaran, pengalaman, pengetahuan baru dalam merancang strategi dan berbisnis sembari mengimplementasikan ilmu desain komunikasi visual yang telah ditempuh untuk menjadi solusi bagi urgensi perancangan.

Rancangan Cluster MBKM Kewirausahaan ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dan bantuan dari banyak pihak, dari awal perancangan bisnis, proses peperancangan, hingga selesainya laporan rancangan bisnis ini. Secara personal, Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sangat besar kepada:

Mengucapkan terima kasih

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. Desy Sandrayani H., S.Sn., M.Pd., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan Cluster MBKM ini.
5. Hoky Nanda, 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 aporan Cluster MBKM ini.
7. Teman-teman Penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, selaku *support system* mental maupun fisik yang senantiasa dalam memberikan banyak motivasi dan dukungan selalu, sehingga Penulis dapat menyelesaikan *Cluster* MBKM Kewirausahaan.
8. Anggota Nucon Studio yang telah berkontribusi secara langsung dalam perancangan dan pengembangan bisnis dan desain dalam laporan *Cluster* MBKM Kewirausahaan.

Besar harapan saya agar laporan yang ditulis ini dapat menjadi panduan bagi teman-teman mahasiswa dan mahasiswi terutama dari Program Studi Desain Komunikasi Visual ataupun dari program studi lainnya yang memiliki korelasi dengan topik perancangan di *Cluster* MBKM Kewirausahaan ini.

Tangerang, 14 Juni 2024



(Valent Antovia)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN UI UX DALAM

## APLIKASI “FESTIPALS”

(Valent Antovia)

### ABSTRAK

Di era pasca-pandemi, konser musik telah menjadi salah satu tren utama dalam industri hiburan. Meskipun demikian, para penikmat konser atau yang sering disebut sebagai *concert-goers*, menghadapi tantangan dalam mencari teman untuk menonton konser karena kurangnya platform yang khusus mengakomodasi kebutuhan tersebut secara spesifik. Meskipun mereka dapat mencari teman melalui media sosial seperti X dan Instagram, atau melalui rekomendasi dari mulut ke mulut, tingkat kesesuaian, terutama dalam hal selera musik, belum tentu terpenuhi. Hal ini berpengaruh bagi *concert-goers* karena dapat menghambat mereka dalam menikmati pengalaman konser secara maksimal. Mengamati tren meningkatnya pasar konser di Indonesia, terdapat peluang untuk Penulis untuk merancang suatu platform yang menyediakan wadah bagi para *concert-goers* untuk menemukan teman yang cocok untuk menonton konser. Perancangan aplikasi berupa jejaring sosial dapat membantu *concert-goers* dalam bersosialisasi untuk mencari teman konser yang sesuai dan cocok dengan selera musik dan secara kepribadian. Metode perancangan menggunakan pendekatan dari Hasso Plattner yang dijelaskan dalam buku *Design Thinking* (2009), dengan pengumpulan data kuantitatif melalui kuesioner *online*. Dengan demikian, diharapkan aplikasi yang dirancang dapat memenuhi kebutuhan dan meningkatkan pengalaman sosial para penggemar konser dalam menikmati hiburan musik secara maksimal.

**Kata kunci:** *concert-goers*, jejaring sosial, konser, selera musik

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



***BUSINESS STRATEGY AND UI UX PLANNING IN  
“FESTIPALS” APPLICATION***

(Valent Antovia)

***ABSTRACT***

*In the post-pandemic era, music concerts have become one of the main trends in the entertainment industry. However, concert-goers face challenges in finding friends to attend concerts with due to a lack of specific platforms catering to this need. While they can search for friends through social media platforms like X and Instagram, or through word-of-mouth recommendations, the level of compatibility, especially in terms of musical taste, may not be met. This affects concert-goers as it can hinder them from fully enjoying the concert experience. Observing the trend of the concert market in Indonesia, there is an opportunity for the writer to design a platform that provides a space for concert-goers to find suitable friends to attend concerts with. Designing a social networking application can help concert-goers socialize to find concert buddies who are compatible both musically and personally. The design method utilizes the approach from Hasso Plattner as described in the book "Design Thinking" (2019), with quantitative data collection through online questionnaires. Thus, it is hoped that the designed application can meet the needs and enhance the social experience of concert fans in enjoying music entertainment to the fullest.*

***Keywords:*** *concert, concert-goers, music preferences, social network*

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.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	i
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan.....</b>	<b>2</b>
<b>1.3.1 Strategi Bisnis dan Desain.....</b>	<b>2</b>
<b>1.3.2 Pertunjukan Musik di Indonesia.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3.3 Sasaran Target.....</b>	<b>3</b>
<b>1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan .....</b>	<b>5</b>
<b>1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan .....</b>	<b>5</b>
<b>1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster     Kewirausahaan.....</b>	<b>5</b>
<b>1.6.1 Waktu Pelaksanaan MBKM Cluster Kewirausahaan ...</b>	<b>6</b>
<b>1.6.2 Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Kewirausahaan ...</b>	<b>6</b>
<b>BAB II PEMBENTUKAN IDE BISNIS.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Validasi Ide Bisnis .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1.1 Alur Pengembangan Ide Bisnis .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis .....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 Business Model Canvas .....</b>	<b>14</b>
<b>2.3 Deskripsi Perusahaan.....</b>	<b>17</b>
<b>2.3.1 Nucon Studio .....</b>	<b>17</b>
<b>2.3.2 Festipals .....</b>	<b>19</b>

2.4	Struktur Perusahaan.....	19
2.5	Alur Kerja Perusahaan.....	21
2.6	Analisis Kelayakan Usaha .....	22
<b>BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION .....</b>		<b>25</b>
3.1	Market Research Validation .....	25
3.1.1	Segmentation, Targetting, Positioning.....	25
3.1.2	Market Persona.....	29
3.2	Metode Pegumpulan Data Ide Bisnis.....	30
3.3	Analisa Produk Merek dan Kompetitor.....	33
3.4	Studi Eksisting dan Studi Referensi .....	38
3.4.1	Studi Eksisting .....	38
3.4.2	Studi Referensi.....	40
3.5	Penetapan Harga Produk/Jasa.....	45
3.6	Metode Perancangan Produk/Jasa .....	48
<b>BAB IV PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA .....</b>		<b>51</b>
4.1	Timeline dan Tahapan Perancangan Prototype Produk/Jasa	51
4.2	Uraian Perancangan Prototype Produk/Jasa.....	56
4.2.1	Perancangan Brief Prototype Produk/Jasa.....	56
4.2.2	Mindmapping Brainstorming.....	56
4.2.3	Moodboard.....	57
4.2.4	Perancangan Desain .....	59
4.2.5	Draft Design .....	79
4.2.6	Revisi.....	84
4.2.7	Finalisasi.....	88
4.3	Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa.....	89
4.3.1	<i>High Fidelity</i> .....	89
4.3.2	<i>Prototype</i> .....	96
4.3.3	<i>3D Asset</i> .....	99
4.3.4	<i>Nucon Studio Brand Identity</i> .....	103
4.4	Penentuan Vendor <i>Prototype</i> Produk /Jasa.....	106
4.4.1	Two Seasons Apparel (Jersey).....	106
4.4.2	This is PEMO (Kaos Kaki) .....	107

4.4.3	Xpress Print ( <i>Paper Prints</i> ) .....	107
4.4.4	OH! Print ( <i>Keychain</i> ) .....	108
4.4.5	One Cipulir Printing ( <i>Landyard</i> ).....	109
4.4.6	La bagus Printing Gading Serpong ( <i>Sticker</i> ) .....	109
4.5	Hasil Ujicoba <i>Prototype</i> Produk/Jasa.....	110
4.5.1	Desain UI .....	111
4.5.2	Desain UX.....	112
4.5.3	<i>Review</i> secara keseluruhan .....	113
4.6	Kendala yang Ditemukan .....	114
4.7	Solusi atas Kendala yang Ditemukan .....	115
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	116
5.1	Simpulan.....	116
5.2	Saran.....	117
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xiii
	<b>LAMPIRAN</b> .....	xix

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Prosedur MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan .....	6
Tabel 2.1 Tabel Harga Pokok Produksi dan Penjualan.....	22
Tabel 3.1 Tabel Segmentasi .....	25
Tabel 3.2 Tabel Targeting .....	27
Tabel 3.3 Tabel Perbandingan Fitur Kompetitor .....	34
Tabel 3.4 Tabel Perbandingan Kompetitor .....	35
Tabel 3.5 Tabel Analisa SWOT .....	39
Tabel 3.6 Tabel Harga Produk .....	46
Tabel 4.1 <i>Timeline</i> Produksi <i>Prototype</i> Produk/Jasa .....	51
Tabel 4.2 Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa .....	52

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penikmat Konser Musik Berdasarkan Jenis Kelamin pada Gen Z .....	4
Gambar 1.2 Data Penikmat Konser Musik Berdasarkan Jenis Kelamin pada Milenial .....	4
Gambar 2.1 Penggunaan Media Sosial di Indonesia Tahun 2023 .....	9
Gambar 2.2 <i>Business Model Canvas</i> Festipals .....	14
Gambar 2.3 Logo Nucon Studio .....	18
Gambar 2.4 Logo Festipals .....	19
Gambar 2.5 Struktur Perusahaan Festipals .....	20
Gambar 2.6 Alur Kerja Nucon Studio .....	22
Gambar 3.1 <i>User Persona</i> Primer .....	29
Gambar 3.2 <i>User Persona</i> Sekunder .....	30
Gambar 3.3 Survei Bagian Pertama .....	31
Gambar 3.4 Survei Bagian Kedua .....	32
Gambar 3.5 Survei Bagian Ketiga .....	33
Gambar 3.6 <i>Brand Positioning Map</i> .....	34
Gambar 3.7 Aplikasi Radiate .....	38
Gambar 3.8 Discord .....	40
Gambar 3.9 Bumble .....	42
Gambar 3.10 Bumble <i>Microcopy</i> .....	42
Gambar 3.11 Tampilan Personalisasi Bumble .....	43
Gambar 3.12 Tampilan Instagram .....	44
Gambar 3.13 Tampilan Instagram <i>Stories</i> .....	45
Gambar 3.14 Metode Perancangan Menurut Hasso Plattner Institute Design .....	50
Gambar 4.1 <i>Mind Map</i> Festipals .....	57
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i> Festipals .....	58
Gambar 4.3 <i>Color Palette</i> Festipals .....	58
Gambar 4.4 <i>typeface</i> Maison Neue (Kiri) dan Inter (Kanan) .....	59
Gambar 4.5 <i>User Journey Map</i> Festipals .....	60
Gambar 4.6 <i>Information Architecture</i> .....	61
Gambar 4.7 <i>Information Architecture</i> Festipals .....	62
Gambar 4.8 Fungsi Simbol <i>Flowchart</i> .....	62
Gambar 4.9 <i>Flowchart</i> Festipals .....	63
Gambar 4.10 <i>User Scenario 1</i> .....	64
Gambar 4.11 <i>User Scenario 2</i> .....	65
Gambar 4.12 <i>User Scenario 3</i> .....	66
Gambar 4.13 Mekanik <i>Flowchart Welcome Page</i> .....	67
Gambar 4.14 Fitur pada <i>Welcome Page</i> .....	68
Gambar 4.15 Mekanik <i>Flowchart Home Page</i> .....	69
Gambar 4.16 Fitur <i>Home Page</i> .....	69
Gambar 4.17 Mekanik <i>Flowchart Explore Page</i> .....	70

Gambar 4.18 Fitur <i>Event Page</i> .....	71
Gambar 4.19 Fitur <i>Community Recommendation</i> .....	72
Gambar 4.20 Fitur <i>Local Recommendations</i> .....	73
Gambar 4.21 Fitur <i>Genre Feed Page</i> .....	74
Gambar 4.22 Fitur <i>Festimuse</i> .....	75
Gambar 4.23 Mekanik <i>Flowchart Swipe Page</i> .....	75
Gambar 4.24 Fitur <i>Swipe Page</i> .....	76
Gambar 4.25 Mekanik <i>Flowchart Messages Page</i> .....	77
Gambar 4.26 Fitur <i>Messages Page</i> .....	77
Gambar 4.27 Mekanik <i>flowchart Profile Page</i> .....	78
Gambar 4.28 Fitur <i>Profile Page</i> .....	79
Gambar 4.29 Ilustrasi pada Halaman <i>Onboarding</i> (Kiri) dan Halaman Editorial (Kanan).....	80
Gambar 4.30 <i>Filled Icon</i> (Atas) dan <i>Outline Icon</i> (Bawah) pada <i>Navigation Bar</i> .....	80
Gambar 4.31 Seluruh <i>Icon</i> dalam aplikasi Festipals.....	81
Gambar 4.32 <i>Low Fidelity</i> Festipals.....	82
Gambar 4.33 <i>High Fidelity</i> Festipals.....	83
Gambar 4.34 Revisi Logo Festipals.....	85
Gambar 4.35 Revisi Maskot Festipals.....	85
Gambar 4.36 Revisi <i>User Interface</i> .....	86
Gambar 4.37 Revisi <i>User Experience</i> .....	87
Gambar 4.38 Fitur Interaktif pada Figma.....	88
Gambar 4.39 <i>Prototype</i> Berdasarkan <i>Scenario</i> .....	88
Gambar 4.40 Dokumentasi <i>Brainstorming</i> dan Pembagian Aset Festipals.....	89
Gambar 4.41 <i>High Fidelity</i> Aplikasi Festipals.....	90
Gambar 4.42 <i>Home Page</i> .....	91
Gambar 4.43 Fitur <i>Moments</i> .....	92
Gambar 4.44 Fitur <i>Polling</i> .....	92
Gambar 4.45 Fitur <i>Like Button</i> .....	92
Gambar 4.46 <i>Community Page</i> .....	93
Gambar 4.47 <i>Explore Page</i> .....	94
Gambar 4.48 <i>Messages Page</i> .....	95
Gambar 4.49 <i>Premium Page</i> .....	96
Gambar 4.50 <i>Prototype</i> Aplikasi Festipals.....	96
Gambar 4.51 <i>Micro Interactions Component</i> .....	97
Gambar 4.52 <i>Swipe Component Layering</i> .....	98
Gambar 4.53 Pembagian <i>Scenario</i> pada <i>Prototype</i> .....	99
Gambar 4.54 <i>Modelling 3D Mascot</i> Festipals.....	100
Gambar 4.55 Penambahan <i>Shared</i> pada <i>3D Mascot</i> Festipals.....	101
Gambar 4.56 Implementasi <i>3D Mascot</i> Festipals.....	101
Gambar 4.57 <i>3D Logo</i> Festipals.....	102
Gambar 4.58 <i>3D Visual Asset</i> .....	102
Gambar 4.59 Implementasi <i>3D Asset</i> .....	103

Gambar 4.60 Sketsa Tradisional Logo Nucon Studio.....	104
Gambar 4.61 Eksplorasi Bentuk Logo Nucon Studio.....	105
Gambar 4.62 Logo Final Nucon Studio.....	106
Gambar 4.63 Hasil Cetak Jersey Festipals.....	106
Gambar 4.64 Hasil Cetak Kaos Kaki.....	107
Gambar 4.65 Hasil Cetak <i>Paper Prints</i> .....	108
Gambar 4.66 Hasil Cetak <i>Keychain</i> Akrilik.....	109
Gambar 4.67 Hasil Cetak <i>Landyard</i> .....	109
Gambar 4.68 Hasil Cetak <i>Sticker</i> .....	110
Gambar 4.69 Dokumentasi <i>Focus Group Discussion</i> .....	110





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A MBKM-01 <i>Cover Letter</i> MBKM Kewirausahaan.....	xix
Lampiran B MBKM-02 MBKM Kewirausahaan <i>Card</i> .....	xx
Lampiran C MBKM-03 <i>Daily Task</i> .....	xxi
Lampiran D MBKM-04 <i>Verification Form of Entrepreneurial Report</i> MBKM Kewirausahaan .....	xxxviii
Lampiran E <i>Letter of Acceptance</i> .....	xxxix
Lampiran F <i>Letter of Completion</i> .....	xl
Lampiran G Form Bimbingan <i>Entrepreneurial Report</i> .....	xli
Lampiran H Lampiran Perancangan Karya <i>High Fidelity</i> .....	xliii
Lampiran I Lampiran Perancangan Karya <i>Prototype</i> .....	li
Lampiran J Lampiran Perancangan Karya <i>3D Assets</i> .....	lvi
Lampiran K Lampiran Perancangan Karya <i>Brand Identity</i> .....	lxv
Lampiran L Hasil Survei.....	lxvii
Lampiran M Hasil <i>Focus Group Discussion</i> .....	lxxv
Lampiran N Hasil Turnitin Laporan Akhir MBKM Kewirausahaan.....	lxxxix

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA