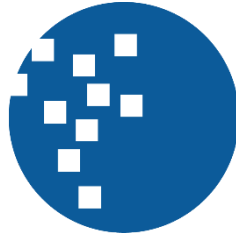


**PERANCANGAN *PROTOTYPE* APLIKASI *E-COMMERCE* KARYA SENI**

**“WARNI”**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN**

**Gabrielle Claudia Harto Wibowo / 00000056243**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERANCANGAN *PROTOTYPE* 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.)**

**Gabrielle Claudia Harto Wibowo**

**00000056243**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gabrielle Claudia Harto Wibowo

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056243

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Laporan Cluster MBKM dengan judul:

**PERANCANGAN *PROTOTYPE* 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



(Gabrielle Claudia Harto Wibowo)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN


Laporan Cluster MBKM dengan judul  
**PERANCANGAN *PROTOTYPE* APLIKASI *E-COMMERCE* KARYA SENI  
“WARNI”**  
**CLUSTER KEWIRAUSAHAAN**

Oleh  
Nama : Gabrielle Claudia Harto Wibowo  
NIM : 00000056243  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain


Telah diujikan pada hari Rabu, 12 Juni 2024  
Pukul 14.30 s.d 15.00 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 : Gabrielle Claudia Harto Wibowo

NIM : 00000056243

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 *PROTOTYPE* 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,



Gabrielle Claudia Harto Wibowo

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 *PROTOTYPE* APLIKASI *E-COMMERCE* KARYA SENI “WARNI””.

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

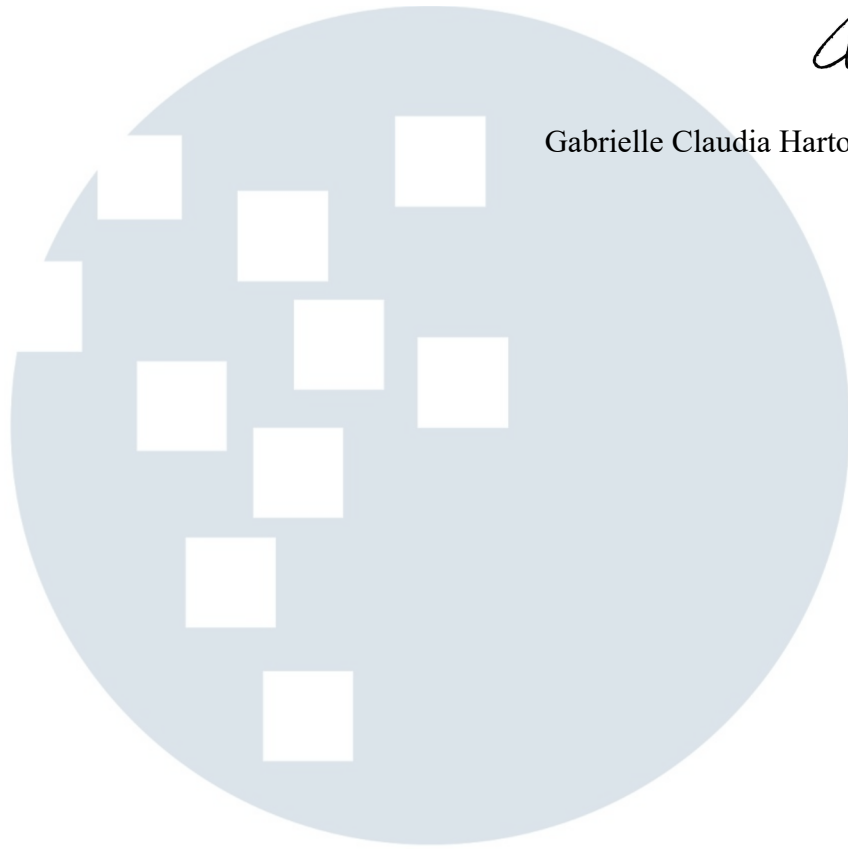
1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia 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,



Gabrielle Claudia Harto Wibowo



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## PERANCANGAN *PROTOTYPE* APLIKASI E-COMMERCE KARYA SENI

“WARNI”

Gabrielle Claudia Harto Wibowo

### ABSTRAK

Apresiasi seni Indonesia yang masih kurang menyebabkan terhambatnya perkembangan pekerja seni di Indonesia. Oleh karena itu perancangan aplikasi Warni ditujukan untuk memberikan peluang bagi pekerja seni Indonesia untuk berkembang, mendapatkan pengenalan yang layak, serta mempermudah proses transaksi jual-beli karya seni. Metode penelitian yang digunakan adalah teori *Design Thinking* oleh Robin Landa yang mencakup aspek berupa: *emphatise, define, ideate, prototype, dan test*. Metode ini digunakan karena bersesuaian dengan kebutuhan pengembangan bisnis Warni (Proses perancangan konsep fundamental, pencapaian target audiens, dan pengembangan UI/UX). Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa untuk meningkatkan perkembangan pekerja seni Indonesia, dibutuhkan sebuah platform yang menyediakan fitur yang ditujukan untuk meningkatkan *exposure* pekerja seni sekaligus menghubungkan mereka pada calon klien. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan apresiasi karya pekerja seni Indonesia, dibutuhkan sebuah aplikasi *e-commerce* khusus jual-beli karya seni yang responsif, humanis, dan heuristik.

**Kata kunci:** *E-commerce*, perancangan, pekerja seni, karya seni

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## **DESIGNING E-COMMERCE APPLICATION OF “WARNI”**

Gabrielle Claudia Harto Wibowo

### **ABSTRACT (English)**

*The limited appreciation for Indonesian art suppresses the growth of local artists. To address this, the Warni application is designed to create opportunities for Indonesian artists to develop, gain significant recognition, and facilitate the buying and selling of artworks. The research method used is Robin Landa's Design Thinking theory, which involves the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test. This method is chosen as it meets Warni's business development needs, including fundamental concept design, target audience engagement, and UI/UX development. Based on the research data, to increase the growth of Indonesian artists, a platform must offer features primarily focused on boosting artists' visibility and securely connecting them with potential clients. Therefore, it can be concluded that enhancing the appreciation of Indonesian artists' works requires a specialized e-commerce application for art transactions that is responsive, user-friendly, and intuitive.*

**Keywords:** *E-commerce, designing, artists, artworks*

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT (English)</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan.....	1
1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan.....	2
1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan.....	2
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
<b>BAB II</b>	
<b>PEMBENTUKAN IDE BISNIS</b> .....	<b>6</b>
2.1 Validasi Ide Bisnis.....	6
2.1.1 Alur Pengembangan Ide Bisnis.....	6
2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis.....	12
2.2 Business Model Canvas.....	13
2.3 Deskripsi Perusahaan.....	15
2.4 Struktur Perusahaan.....	21
2.5 Alur Kerja Perusahaan.....	23
2.6 Analisis Kelayakan Usaha.....	25
<b>BAB III</b>	
<b>MARKET AND PRODUCT VALIDATION</b> .....	<b>29</b>
3.1 Market Research Validation.....	29
3.1.1 Segmentation, Targeting, Positioning.....	30
3.1.2 Market Persona.....	33

3.2 Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis.....	34
3.2.1 Metode Pengumpulan Data Kualitatif.....	34
3.2.2 Pengumpulan Data Kuantitatif.....	37
3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor.....	39
3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi.....	41
3.4.1 Studi Eksisting.....	41
3.4.2 Studi Referensi.....	43
3.5 Penetapan Harga Produk/Jasa.....	45
3.6 Metode Perancangan Produk/Jasa.....	46
<b>BAB IV</b>	
<b>PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA.....</b>	<b>50</b>
4.1 Timeline dan Tahapan Perancangan Prototype Produk/Jasa.....	50
4.2 Uraian Perancangan Prototype Produk/Jasa.....	52
4.2.1 Perancangan Brief Prototype Produk/Jasa.....	52
4.2.2 Mindmapping.....	52
4.2.3 Moodboard.....	54
4.2.4 Perancangan Desain.....	55
4.3 Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa.....	63
4.3.1 Perancangan <i>Low-Fidelity</i> Aplikasi E-commerce Warni.....	64
4.3.2 Perancangan <i>High-Fidelity</i> Aplikasi E-commerce Warni.....	65
4.3.3 Perancangan UI/UX Aplikasi E-commerce Warni.....	67
4.4 Penentuan Vendor Prototype Produk /Jasa.....	71
4.5 Hasil Ujicoba Prototype Produk/Jasa.....	74
4.5.1 Analisis Visual.....	76
4.5.2 Analisis Interaktivitas.....	78
4.5.3 Kesimpulan Hasil Uji Coba.....	81
4.6 Kendala yang Ditemukan.....	82
4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	83
<b>BAB V</b>	
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>84</b>
5.1 Simpulan.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>xv</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>

MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Timeline Pengerjaan MBKM Kewirausahaan.....	4
Tabel 2.1 Jawaban Question Box Instagram.....	8
Tabel 2.2 Biaya Awal Pembuatan Aplikasi.....	25
Tabel 2.4 Biaya Tetap Bulanan.....	26
Tabel 2.5 Pendapatan Tahun Pertama.....	27
Tabel 2.6 Break Even Point (BEP) Tahun Pertama.....	29
Tabel 3.1 Tabel Segmentasi Bisnis Warni.....	31
Tabel 3.2 Tabel Targeting Bisnis Warni.....	32
Tabel 3.3 Tabel Positioning Bisnis Warni.....	33
Tabel 3.4 Tabel Analisa SWOT Bisnis Etsy.....	43
Tabel 3.5 Tabel Analisa SWOT Warni.....	44
Tabel 4.1 Tabel Timeline Produksi <i>Prototype</i> Produk/Jasa.....	50
Tabel 4.2 Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Aplikasi.....	51
Tabel 4.3 Hasil <i>feedback</i> visual perancangan aplikasi Warni.....	77
Tabel 4.4 Hasil <i>feedback</i> interaktivitas perancangan aplikasi Warni.....	80
Tabel 4.5 Hasil <i>feedback</i> mengenai keseluruhan aplikasi Warni.....	83

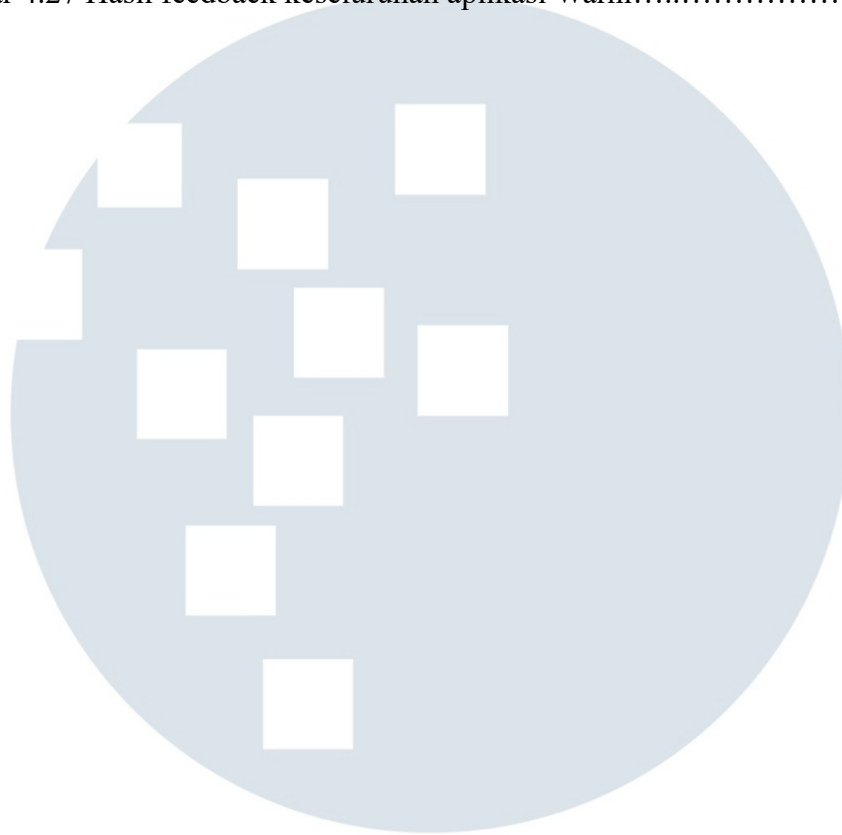
UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jawaban <i>Polling</i> Instagram Pertanyaan 1.....	7
Gambar 2.2 Jawaban <i>Polling</i> Instagram Pertanyaan 2.....	7
Gambar 2.3 Jawaban <i>Polling</i> Instagram Pertanyaan 3.....	11
Gambar 2.4 Gambar <i>Business Model Canvas</i> .....	15
Gambar 2.5 Logo <i>Wordmark</i> Warni.....	18
Gambar 2.6 Logo <i>Lettermark</i> Warni.....	18
Gambar 2.7 Pemilihan <i>Color Palette</i> Warni.....	19
Gambar 2.8 Pemilihan <i>Typeface</i> Warni.....	20
Gambar 2.9 Struktur Internal Warni.....	21
Gambar 2.10 Alur Koordinasi tim MBKM Cluster Kewirausahaan.....	23
Gambar 3.1 Target <i>Market Persona</i> Warni.....	36
Gambar 3.2 <i>Brand Positioning Map</i> Warni.....	40
Gambar 3.3 Perbandingan Kompetitor Warni.....	41
Gambar 3.4 Logo Fiverr.....	44
Gambar 3.5 <i>User Interface</i> Aplikasi Fiverr.....	45
Gambar 3.6 Metode Perancangan Menurut Robin Landa.....	50
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i> Strategi Bisnis Warni.....	53
Gambar 4.2 <i>Mindmap</i> Aplikasi Warni.....	54
Gambar 4.3 <i>Moodboard Typeface</i> .....	55
Gambar 4.4 <i>Moodboard UI Application</i> .....	55
Gambar 4.5 Perbandingan Keramaian <i>Booth</i> Artket.....	57
Gambar 4.6 <i>Empathy Map</i> Audiens Warni.....	58
Gambar 4.7 <i>Design Framework</i> .....	60
Gambar 4.8 <i>Sitemap Prototype</i> .....	61
Gambar 4.9 Perancangan <i>Prototype</i> di Figma.....	62
Gambar 4.10 Pameran MBKM Kewirausahaan.....	63
Gambar 4.11 <i>Low-Fidelity Prototype</i> Warni.....	65
Gambar 4.12 <i>High-Fidelity Prototype</i> Warni.....	66
Gambar 4.13 <i>Login Page Prototype</i> Warni.....	67
Gambar 4.14 Fitur Warni 1.....	68
Gambar 4.15 Fitur Warni 2.....	69
Gambar 4.16 Fitur Warni 3.....	70
Gambar 4.17 Ikon pada <i>Prototype</i> Warni.....	71
Gambar 4.18 Logo Perusahaan Hugaf.....	71
Gambar 4.19 Tampilan <i>Mobile App</i> Viva Apotek.....	73
Gambar 4.20 Tampilan <i>Website</i> Viva Apotek.....	73
Gambar 4.21 Tampilan <i>Mobile App</i> Pocari Sweat, <i>Born To Sweat</i> .....	74
Gambar 4.22 Tampilan <i>Mobile App</i> Otoklix.....	74
Gambar 4.23 <i>Booth</i> Warni untuk <i>live prototyping</i> .....	75
Gambar 4.24 Tampilan <i>feedback form prototype</i> .....	76
Gambar 4.25 Hasil <i>feedback</i> visual perancangan aplikasi Warni.....	78

Gambar 4.26 Hasil *feedback* interaktivitas aplikasi Warni.....80  
Gambar 4.27 Hasil *feedback* keseluruhan aplikasi Warni.....82



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Data Administratif.....	xvii
Lampiran B Data Perancangan.....	xxxii
Lampiran C Hasil Karya.....	xxxviii
Lampiran D Hasil Turnitin.....	lii



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA