

**PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN ASET VISUAL
DALAM APLIKASI “FESTIPALS”**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

**Devany Kharismanda Pangesti
00000056911**

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

PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN ASET VISUAL

DALAM APLIKASI “FESTIPALS”



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Devany Kharismanda Pangesti

00000056911

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Devany Kharismanda Pangesti

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056911

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Laporan Cluster MBKM Kewirausahaan dengan judul:

PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN ASET VISUAL 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, 14 Juni 2024



Devanykp

(Devany Kharismanda Pangesti)

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 ASET VISUAL
DALAM APLIKASI “FESTIPALS”**

Oleh

Nama : Devany Kharismanda Pangesti

NIM : 00000056911

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 13 Juni 2024

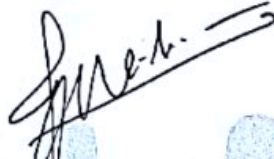
Pukul 09.30 s.d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji

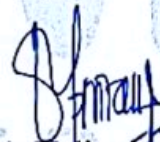


Desy Sandrayani Hartanadijaya, S.Sn., M.Pd.
0311127202/L00168



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

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

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 PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Devany Kharismanda Pangesti
NIM : 00000056911
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : Laporan Cluster MBKM Kewirausahaan

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 ASET VISUAL 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, 14 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Devany Kharismanda Pangesti)

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 dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME atas berkat-Nya sehingga penulis dapat menuntaskan kegiatan dan penyusunan laporan MBKM dengan judul: PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN ASET VISUAL DALAM APLIKASI “FESTIPALS”. Laporan ini berisi uraian progres pembelajaran penulis dalam mengembangkan strategi bisnis dan aset visual dari platform media sosial yang menjembatani peminat konser atau festival musik dengan minat yang sama.

Sejak awal proses perancangan, penulis telah mendapatkan pelajaran dan pengalaman baru tentang topik tersebut. Penulis berharap bahwa setiap langkah perancangan dapat menjadi pembelajaran berharga untuk pengembangan perancangan penulis di masa mendatang.

Penyusunan laporan MBKM ini hanya dapat terlaksana berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian, penulis ingin mengucapkan ucapan 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. Desy Sandrayani Hartanadijaya, 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 dan arahan.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Cluster MBKM ini.

Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang berarti bagi pembaca. Penulis menyadari bahwa laporan MBKM ini tidak luput dari kekurangan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga laporan ini dapat menjadi langkah awal yang positif bagi semua pihak terlibat dan topik yang diangkat dapat memunculkan inovasi ide bisnis di masa yang akan datang.

Tangerang, 14 Juni 2024



(Devany Kharismanda Pangesti)



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN ASET VISUAL

DALAM APLIKASI “FESTIPALS”

(Devany Kharismanda Pangesti)

ABSTRAK

Pasca pandemi Covid-19, terjadi peningkatan tren konser yang menunjukkan adanya peluang besar bagi industri pertunjukan musik di Tanah Air. Kehadiran pertunjukan musik yang semakin beragam menjadi aktivitas menarik bagi generasi muda, menawarkan peluang bagi mereka untuk menyalurkan kesenangan dan menjalin interaksi sosial bersama teman. Akan tetapi, tidak sedikit dari mereka yang kesulitan dalam mencari teman pergi konser bersama. Alhasil, platform digital seperti media sosial umum menjadi solusi bagi mereka untuk mencari teman dan komunitas penonton konser. Hal tersebut dikarenakan karakteristik media sosial yang menghilangkan batasan jangkauan jarak untuk berkomunikasi. Namun, saat ini belum ada platform media sosial yang spesifik meliputi topik konser dan festival musik. Dengan demikian penulis merancang Festipals, sebuah aplikasi *matchmaking* yang mempertemukan penonton konser dalam aplikasi sosial media berbasis gamifikasi. Pada perancangan ini, diterapkan metode perancangan *Design Thinking* oleh Hasso Plattner (2010) serta dukungan pengumpulan data secara kuantitatif melalui survei.

Kata kunci: konser, festival musik, pertemanan, koneksi, generasi muda, media sosial

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BUSINESS STRATEGY AND VISUAL ASSETS DESIGN

IN “FESTIPALS” APPLICATION

(Devany Kharismanda Pangesti)

ABSTRACT (English)

Post-Covid-19 pandemic, there has been a surge in concert trends, indicating significant opportunities for the music entertainment industry in the homeland. The increasing diversity of music events has become an engaging activity for the younger generation, providing them with opportunities to indulge in enjoyment and foster social interactions with friends. However, many individuals face difficulties in finding companions to attend concerts with. Consequently, digital platforms such as mainstream social media serve as solutions for them to seek companions and concert attendee communities. This is due to the nature of social media that eliminates distance barriers for communication. Nevertheless, there is currently no specific social media platform dedicated to concert and music festival topics. Therefore, the author has designed Festipals, a matchmaking application that connects concert attendees within a gamified social media application. In this design process, the Design Thinking methodology by Hasso Plattner (2009) is applied, along with quantitative data collection support through surveys.

Keywords: *concert, music festival, friendship, connection, young generation, social 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
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
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	2
1.3.1 Strategi Bisnis dan Desain	2
1.3.2 Pertunjukkan Musik di Indonesia	3
1.3.3 Sasaran Target	3
1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan	5
1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan	5
1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan	6
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	10
2.2 Business Model Canvas	12
2.3 Deskripsi Perusahaan	15
2.4 Struktur Perusahaan	18
2.6 Analisis Kelayakan Usaha	19
BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION	22
3.1 Market Research Validation	22
3.1.1 Segmentation, Targetting, Positioning	22

3.1.2	Market Persona.....	27
3.2	Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis.....	29
3.2.1	Pengumpulan Data Kuantitatif.....	29
3.3	Analisa Produk Merek dan Kompetitor.....	33
3.4	Studi Eksisting dan Studi Referensi	37
3.4.1	Studi Eksisting	37
3.4.2	Studi Referensi	40
3.5	Penetapan Harga Produk/Jasa.....	43
3.6	Metode Perancangan Produk/Jasa	46
BAB IV	PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA	49
4.1	Timeline dan Tahapan Perancangan Prototype Produk/Jasa	49
4.2	Uraian Perancangan Prototype Produk/Jasa	52
4.2.1	Perancangan Brief Prototype Produk/Jasa.....	52
4.2.2	Mind map	52
4.2.3	Moodboard	53
4.2.4	Perancangan Desain	55
4.2.5	Draft Desain	70
4.2.6	Revisi.....	76
4.2.7	Finalisasi.....	79
4.3	Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa	80
4.3.1	<i>UI Design: Color Palette dan Icon</i>	81
4.3.1.1	Color Palette.....	81
4.3.1.2	Icon.....	82
4.3.2	Aset Visual: Ilustrasi	92
4.3.2.1	Onboarding	93
4.3.2.2	Editorial.....	101
4.3.2.3	Aset <i>Motion Graphic</i>	103
4.3.3	Media Pemasaran Offline	106
4.3.3.1	Jersey	106
4.3.3.2	Kaos Kaki	109
4.3.3.3	Keychain	110
4.3.3.4	Sticker Pack	112
4.4	Penentuan Vendor Prototype Produk /Jasa.....	114
4.4.1	Two Seasons Apparel	114

4.4.2	This is PEMO	115
4.4.3	OH! Print.....	115
4.4.4	Xpress Print.....	116
4.4.5	One Cipulir Printing.....	116
4.4.6	La Bagus Printing.....	117
4.5	Hasil Ujicoba Prototype Produk/Jasa	118
4.6	Kendala yang Ditemukan.....	120
4.7	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	120
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	122
5.1	Simpulan.....	122
5.2	Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA	xviii
LAMPIRAN	xxvii

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Kewirausahaan	6
Tabel 2.1 Harga Pokok Produksi dan Penjualan.....	20
Tabel 3.1 Tabel Segmentasi Festipals.....	23
Tabel 3.2 Target Pasar Festipals	25
Tabel 3.3 Perbandingan Fitur Kompetitor	34
Tabel 3.4 Perbandingan Aspek Bisnis Kompetitor	35
Tabel 3.5 Analisis Strategi SWOT.....	39
Tabel 3.6 Harga Layanan dan Produk Festipals.....	44
Tabel 4.1 Tabel Timeline Produksi <i>Prototype</i> Aplikasi Festipals	49
Tabel 4.2 Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa	50

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penonton Pertunjukan berdasarkan Gender pada Generasi Z (atas) dan Milenial (bawah)	4
Gambar 2.1 Business Model Canvas Festipals	12
Gambar 2.2 Logo Nucon Studio	16
Gambar 2.3 Logo Festipals	17
Gambar 2.4 Struktur Tim Nucon Studio	18
Gambar 2.5 Alur Kerja Nucon Studio.....	19
Gambar 3.1 Target persona primer	28
Gambar 3.2 Target persona sekunder.....	28
Gambar 3.3 Survei Ketertarikan Menonton Konser	30
Gambar 3.4 Survey Pertimbangan dalam Menonton Konser.....	30
Gambar 3.5 Survei Faktor Pendamping dalam Aktivitas Konser	31
Gambar 3.6 Survey Solusi Mencari Teman Konser.....	31
Gambar 3.7 Survey Fitur Dasar Festipals	32
Gambar 3.8 Survey Ketertarikan Pembelian Fitur Premium	32
Gambar 3.9 Brand Positioning Map.....	33
Gambar 3.10 Tampilan Aplikasi Beatmatch.....	38
Gambar 3.11 <i>Website</i> Beatmatch	38
Gambar 3.12 Fitur Filter pada Aplikasi Bumble.....	41
Gambar 3.13 Fitur dalam Aplikasi Beatmatch.....	41
Gambar 3.14 <i>Copywriting</i> dalam Aplikasi Beatmatch	42
Gambar 3.15 Tampilan Discord.....	42
Gambar 3.16 Model Perancangan “Design Thinking” oleh Hasso Plattner	48
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i> Festipals	53
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i> Festipals.....	54
Gambar 4.3 <i>Color Palette</i> Festipals	54
Gambar 4.4 <i>Typeface</i> Maison Neue (kiri) dan <i>Inter</i> (kanan).....	55
Gambar 4.5 <i>User Journey</i> Aplikasi Festipals	56
Gambar 4.6 <i>Information Architechture</i> (IA) Festipals.....	57
Gambar 4.7 <i>Flowchart</i> Festipals	58
Gambar 4.8 <i>User Scenario</i> 1	59
Gambar 4.9 <i>User Scenario</i> 2	60
Gambar 4.10 <i>User Scenario</i> 3.....	61
Gambar 4.11 <i>Welcome Pages</i> Aplikasi Festipals.....	62
Gambar 4.12 Fitur Notifikasi dan <i>Cross-Platform</i> Festipals	62
Gambar 4.13 Halaman <i>Log-In</i> dan Personalisasi Genre Aplikasi Festipals	63
Gambar 4.14 Halaman <i>Home</i> Aplikasi Festipals	64
Gambar 4.15 Halaman <i>Explore</i> Aplikasi Festipals	64
Gambar 4.16 Halaman <i>Event</i> di Aplikasi Festipals	65
Gambar 4.17 Fitur <i>Community</i> di Aplikasi Festipals.....	66
Gambar 4.18 Fitur Rekomendasi Acara Musik Lokal	67
Gambar 4.19 Rekomendasi Komunitas Berdasarkan Genre Favorit	67
Gambar 4.20 Top <i>Festimuse</i> Aplikasi Festipals	68
Gambar 4.21 Tampilan <i>Fitur Swipe</i>	68

Gambar 4.22 Halaman <i>Message</i> Aplikasi Festipals.....	69
Gambar 4.23 Halaman Profile Aplikasi Festipals.....	70
Gambar 4.24 Penerapan Ilustrasi dalam Aplikasi Festipals.....	71
Gambar 4.25 <i>Filled Icon</i> (atas) dan <i>Outlined Icon</i> (bawah)	72
Gambar 4.26 Seluruh <i>Icon</i> dalam Aplikasi Festipals.....	73
Gambar 4.27 Perancangan Low Fidelity.....	74
Gambar 4.28 Perancangan <i>High Fidelity</i>	75
Gambar 4.29 Revisi Logo	76
Gambar 4.30 Revisi Penerapan Maskot Festipals.....	77
Gambar 4.31 Penambahan Fitur " <i>Recently Matched</i> " pada Halaman <i>Chat</i>	78
Gambar 4.32 Penambahan Animasi pada Fitur <i>Swipe</i>	79
Gambar 4.33 Finalisasi <i>Prototype</i> Aplikasi Festipals	79
Gambar 4.34 Finalisasi <i>Prototype</i> Scenario Aplikasi Festipals	80
Gambar 4.35 Alternatif <i>Color Palette</i> Festipals	81
Gambar 4.36 Finalisasi <i>Color Palette</i> Festipals.....	82
Gambar 4.37 Sketsa Kasar Perancangan <i>Icon</i>	83
Gambar 4.38 Contoh <i>Icon</i> berbentuk <i>rounded</i>	84
Gambar 4.39 Draf Awal Perancangan <i>Icon</i> Aplikasi Festipals.....	84
Gambar 4.40 Sistem Skala <i>Icon</i> Berdasarkan Bentuk	85
Gambar 4.41 <i>Frames</i> dan <i>Guide Icon</i>	85
Gambar 4.42 Alternatif Bentuk dan Warna <i>Icon</i>	86
Gambar 4.43 Referensi <i>Icon</i> oleh Anggota Tim	87
Gambar 4.44 <i>Icon</i> pada <i>Navigation Bar</i>	88
Gambar 4.45 <i>Icon</i> pada Kategori <i>Button</i>	88
Gambar 4.46 <i>Icon</i> pada Kategori <i>Button</i>	89
Gambar 4.47 Simbol zodiak.....	89
Gambar 4.48 <i>Icon</i> pada Kategori Zodiak.....	89
Gambar 4.49 <i>Moodboard</i> untuk <i>Icon</i> Acara Musik.....	90
Gambar 4.50 <i>Icon</i> pada Kategori Acara Musik	90
Gambar 4.51 <i>Moodboard</i> untuk <i>Icon</i> Genre Musik.....	91
Gambar 4.52 <i>Icon</i> pada Kategori Genre Musik	91
Gambar 4.53 Referensi bentuk <i>icon</i> premium	92
Gambar 4.54 <i>Icon</i> pada Kategori Genre Musik.....	92
Gambar 4.55 <i>Moodboard</i> Referensi Ilustrasi <i>Onboarding</i>	93
Gambar 4.56 Margin dan Sketsa Ilustrasi <i>Onboarding</i> 1 " <i>Match</i> ".....	94
Gambar 4.57 Proses <i>Coloring</i> Ilustrasi <i>Onboarding</i> 1 " <i>Match</i> ".....	95
Gambar 4.58 Elemen Penyusun Ilustrasi <i>Onboarding</i> 1 " <i>Match</i> ".....	95
Gambar 4.59 <i>Mockup</i> dan <i>Final Artwork</i> Ilustrasi <i>Onboarding</i> 1 " <i>Match</i> "	96
Gambar 4.60 <i>Moodboard</i> Ilustrasi <i>Onboarding</i> 2 " <i>Notification</i> "	96
Gambar 4.61 Margin dan Sketsa Ilustrasi <i>Onboarding</i> 2 " <i>Notification</i> ".....	97
Gambar 4.62 Elemen Penyusun Ilustrasi <i>Onboarding</i> 2 " <i>Notification</i> "	97
Gambar 4.63 Proses <i>Coloring</i> Ilustrasi <i>Onboarding</i> 2 " <i>Notification</i> ".....	98
Gambar 4.64 <i>Mockup</i> dan <i>Final Artwork</i> Ilustrasi <i>Onboarding</i> 2 " <i>Notification</i> "	98
Gambar 4.65 <i>Moodboard</i> Ilustrasi <i>Onboarding</i> 3 " <i>Music Fan's Life</i> ".....	99
Gambar 4.66 Margin dan Sketsa Ilustrasi <i>Onboarding</i> 3 " <i>Music Fan's Life</i> ".....	99

Gambar 4.67 <i>Mockup dan Final Artwork Ilustrasi Onboarding 2 “Notification”</i>	100
Gambar 4.68 <i>Margin dan Sketsa Ilustrasi Onboarding 4 “Ice Breaking”</i>	100
Gambar 4.69 <i>Mockup dan Final Artwork Ilustrasi Onboarding 4 “Ice Breaking”</i>	101
Gambar 4.70 <i>Moodboard Tren Grafis di K-Pop Saat Ini</i>	101
Gambar 4.71 <i>Sketsa Ilustrasi Konten Editorial K-Pop</i>	102
Gambar 4.72 <i>Proses Coloring Ilustrasi Konten Editorial K-Pop</i>	102
Gambar 4.73 <i>Finalisasi dan Mock Up Ilustrasi Konten Editorial K-Pop</i>	103
Gambar 4.74 <i>Sketsa dan Framing Ilustrasi Aset Motion Graphic</i>	103
Gambar 4.75 <i>Moodboard Ilustrasi Aset “City Pop”</i>	104
Gambar 4.76 <i>Aset Background untuk Motion Graphic</i>	104
Gambar 4.77 <i>Skala Ilustrasi Acara Musik dengan Latar Belakang</i>	105
Gambar 4.78 <i>Finalisasi Ilustrasi Acara Musik untuk Motion Graphic</i>	105
Gambar 4.79 <i>Tampilan Small Sized Merchandise Festipals</i>	106
Gambar 4.80 <i>Y2K lettermark</i>	107
Gambar 4. 81 <i>Alternatif Lettermark Y2K “Festipals”</i>	107
Gambar 4.82 <i>Finalisasi Y2K lettermark “Festipals”</i>	108
Gambar 4.83 <i>Moodboard Referensi Desain Jersey Festipals</i>	108
Gambar 4.84 <i>Final Artwork Perancangan Merchandise Jersey</i>	108
Gambar 4.85 <i>Mockup dan Hasil Cetak Jersey Festipals</i>	109
Gambar 4.86 <i>Sketsa Kasar Perancangan Merchandise Kaos Kaki</i>	109
Gambar 4.87 <i>Final Artwork Perancangan Merchandise Kaos Kaki</i>	110
Gambar 4.88 <i>Hasil Cetak Merchandise Kaos Kaki</i>	110
Gambar 4.89 <i>Sketsa Kasar Perancangan Keychain Festipals</i>	111
Gambar 4.90 <i>Final Artwork Perancangan Merchandise Keychain</i>	111
Gambar 4.91 <i>Hasil Cetak Merchandise Keychain</i>	112
Gambar 4.92 <i>Moodboard Referensi Sticker Pack</i>	112
Gambar 4.93 <i>Final Artwork Perancangan Merchandise Sticker Pack</i>	113
Gambar 4.94 <i>Sketsa Kasar Packaging untuk Sticker Pack</i>	113
Gambar 4.95 <i>Packaging untuk Merchandise Sticker Pack</i>	113
Gambar 4.96 <i>Hasil Cetak Merchandise Sticker</i>	114
Gambar 4.97 <i>Hasil Cetak Jersey dari Vendor Two Seasons Apparel</i>	115
Gambar 4.98 <i>Hasil Cetak Kaos Kaki dari Vendor This Is Pemo</i>	115
Gambar 4.99 <i>Hasil Cetak Keychain dari Vendor OH! Print</i>	116
Gambar 4.100 <i>Hasil Cetak Kertas dan Banner dari Vendor Xpress Printing</i>	116
Gambar 4.101 <i>Hasil Cetak Lanyard dan ID Card dari Vendor One Cipulir Printing</i>	117
Gambar 4.102 <i>Hasil Cetak Sticker dari Vendor La Bagus Printing</i>	117
Gambar 4.103 <i>FGD User Test Festipals</i>	118
Gambar 4.104 <i>Exhibition Festipals</i>	118

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Cover Letter MBKM Kewirausahaan.....	xxvi
Lampiran B Kewirausahaan Card	xxvii
Lampiran C Daily Task.....	xxviii
Lampiran D Verification Form of Entrepreneurial Report	xlii
Lampiran E Letter of Acceptance	xliii
Lampiran F Letter of Completion	xliv
Lampiran G Hasil Turnitin.....	xlv
Lampiran H Hasil Survey Minat Penonton Konser	xlviii
Lampiran I Hasil Karya <i>UI Design: Color Palette</i> dan <i>Icon</i>	1
Lampiran J Hasil Karya Aset Visual: Ilustrasi.....	li
Lampiran K Hasil Karya <i>Merchandise</i>	liii

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA