

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



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

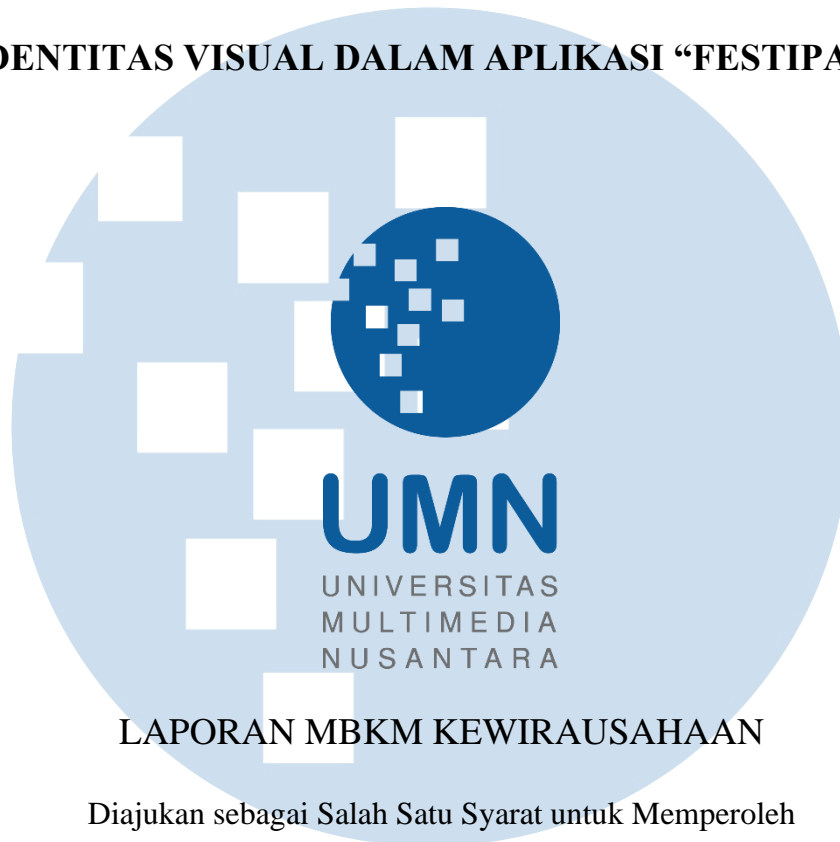
LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Eveline Metadewi Hartono

00000057828

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

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



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Eveline Metadewi Hartono

00000057828

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Eveline Metadewi Hartono

Nomor Induk Mahasiswa : 00000057828

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Laporan Cluster MBKM Kewirausahaan dengan judul:

PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN IDENTITAS 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, 13 Juni 2024

  
(Eveline Metadewi Hartono)

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
IDENTITAS VISUAL DALAM APLIKASI “FESTIPALS”**

Oleh

Nama : Eveline Metadewi Hartono

NIM : 00000057828

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



Desy Sandrayani Hartanadijaya, S.Sn., M.Pd.
031127202/L00168

Penguji



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

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, 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 : Eveline Metadewi Hartono

NIM : 00000057828

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 STRATEGI BISNIS DAN IDENTITAS 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, 19 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Eveline Metadewi Hartono)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan Cluster MBKM dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis menulis laporan dengan judul “Perancangan Strategi Bisnis dan Identitas Visual dalam Aplikasi Festipals” sebagai salah satu syarat kelulusan MBKM Kewirausahaan. Perancangan ini didasari minat penulis terhadap aplikasi jaringan sosial dan konser di Indonesia. Penulis berharap bahwa setiap pengetahuan dan pengalaman baru dapat menjadi pembelajaran yang bermanfaat bagi perancangan selanjutnya.

Penyusunan laporan Ujian Akhir Semester ini dapat berjalan dengan lancar dan tepat waktu atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Atas dasar tersebut, 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. 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 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. Anggota Festipals yang telah memberikan kontribusi secara langsung untuk perancangan bisnis dan desain dalam laporan Cluster MBKM ini.
8. Teman-teman yang telah memberikan motivasi, bantuan, dan saran mengenai perancangan bisnis dalam laporan Cluster MBKM ini.

Laporan ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak. Semoga laporan ini dapat bermanfaat sebagaimana mestinya bagi pembaca.

Tangerang, 14 Juni 2024



(Eveline Metadewi Hartono)



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DAN IDENTITAS VISUAL DALAM APLIKASI “FESTIPALS”

(Eveline Metadewi Hartono)

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, acara musik di Indonesia telah mengalami peningkatan permintaan yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh kegiatan nonton konser yang menjadi tren *healing* baru pasca pandemi COVID-19. Namun, penonton konser sering mengalami kesulitan saat mencari teman dengan selera musik dan minat idola yang serupa. Saat ini, banyak di antaranya beralih pada penggunaan SEO di media sosial atau komunikasi konvensional di lingkup pribadi untuk mencari teman. Hal ini dikarenakan oleh keterbatasan platform digital yang menaungi komunitas musik dan konser secara spesifik. Penulis mengambil fenomena ini sebagai peluang bisnis untuk mengajukan perancangan Festipals, sebuah aplikasi sosial yang menghubungkan sesama penonton konser dan menjadi wadah bagi komunitas musik di Indonesia. Metode *Design Thinking* oleh Hasso Plattner (2009) digunakan selama proses perancangan aplikasi dengan metode pengumpulan data kualitatif melalui *Focus Group Discussion* (FGD). Festipals diharapkan dapat meningkatkan kualitas nonton konser bagi penggemarnya, serta mendorong industri hiburan di Indonesia.

Kata kunci: acara musik, aplikasi sosial, hiburan, penikmat konser

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BUSINESS STRATEGY AND VISUAL IDENTITY PLANNING

IN “FESTIPALS” APPLICATION

(Eveline Metadewi Hartono)

ABSTRACT (English)

In recent years, live music events in Indonesia have experienced a significant increase in demand. This sudden surge can be attributed to the emergence of concert attendance as a new trend of healing following the COVID-19 outbreak. However, concert-goers often have a hard time finding likeminded companions with similar music interests. Due to the limited amount of digital platforms specifically catering to music and concert communities, many have resorted to social media SEO or conventional word-of-mouth interaction in search of companionship. The author perceives this phenomena as a business opportunity and suggests the development of Festipals, a social app that connects fellow solo concert-goers and serves as a forum for music fans in Indonesia. In addition of adopting Design Thinking methodology by Hasso Plattner (2009) throughout the app development process, qualitative data collection methods is also utilized through Focus Group Discussion (FGD). Festipals aims to give the best concert experience for its fans and indirectly contribute to the growth of Indonesia’s entertainment industry.

Keywords: concert-goers, entertainment, live music events, social app

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	xvii
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	3
1.3.2 Acara Musik di Indonesia	3
1.3.3 Sasaran Pasar	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	11
2.2 Business Model Canvas	14
2.3 Deskripsi Perusahaan	18
2.3.1 Nucon Studio	18
2.3.2 Festipals	20
2.4 Struktur Perusahaan	21
2.5 Alur Kerja Perusahaan	22

2.6	Analisis Kelayakan Usaha	23
BAB III	MARKET AND PRODUCT VALIDATION	26
3.1	Market Research Validation	26
3.1.1	Segmentation, Targeting, Positioning	26
3.1.2	Market Persona	30
3.2	Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis	32
3.2.1	Pengumpulan Data Kuantitatif	33
3.3	Analisis Produk Merek dan Kompetitor	35
3.4	Studi Eksisting dan Studi Referensi	39
3.4.1	Studi Eksisting	39
3.4.2	Studi Referensi	41
3.5	Penetapan Harga Layanan	46
3.6	Metode Perancangan Layanan	49
BAB IV	PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA	52
4.1	Timeline dan Tahapan Perancangan Prototype Festipals	52
4.2	Uraian Perancangan Prototype Festipals	54
4.2.1	Perancangan Brief Prototype	54
4.2.2	Mind Map	55
4.2.3	Moodboard	56
4.2.4	Perancangan Desain	57
4.2.5	Draft Desain	75
4.2.6	Revisi	80
4.2.7	Finalisasi	83
4.3	Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Festipals	84
4.3.1	Brand Identity	84
4.3.2	User Interface (UI) Design	95
4.3.3	Media Pemasaran Digital (Instagram)	112
4.4	Penentuan Vendor Prototype Festipals	118
4.4.1	Two Seasons Apparel	119
4.4.2	One Cipulir Printing	119
4.4.3	Xpress Print	120
4.4.4	This is PEMO	120

4.4.5	OH! Print.....	121
4.4.6	La Bagus Printing.....	122
4.5	Hasil Ujicoba Prototype Festipals.....	122
4.5.1	General.....	123
4.5.2	UI Layout.....	123
4.5.3	UX Writing.....	123
4.6	Kendala yang Ditemukan	124
4.7	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	124
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	126
5.1	Simpulan.....	126
5.2	Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA	xviii
LAMPIRAN	xxvii



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Prosedur MBKM Kewirausahaan	6
Tabel 2.1 Tabel Harga Pokok Produksi dan Penjualan.....	23
Tabel 3.1 Tabel <i>Segmentation</i>	26
Tabel 3.2 Tabel <i>Targeting</i>	28
Tabel 3.3 Tabel Perbandingan Fitur Kompetitor	36
Tabel 3.4 Tabel Perbandingan Kompetitor	36
Tabel 3.5 Tabel Analisis SWOT Radiate	40
Tabel 3.6 Tabel Penetapan Harga Festipals	47
Tabel 4.1 Tabel <i>Timeline</i> Produksi <i>Prototype</i> Festipals	52
Tabel 4.2 Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Festipals	53
Tabel 4.3 <i>Brand Mantra</i> Festipals	55
Tabel 4.4 AISAS Konten Instagram Festipals	113

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

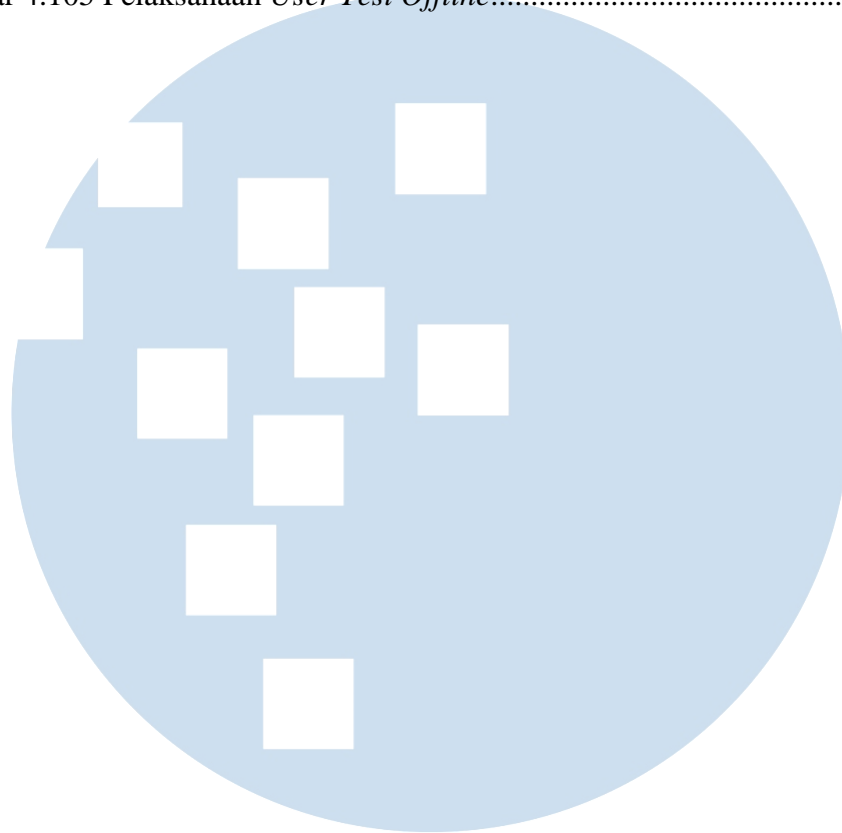
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Screenshot Tweet</i> Pengguna	9
Gambar 2.2 <i>Freemium</i> sebagai Model Bisnis Spotify	13
Gambar 2.3 <i>Business Model Canvas</i> Festipals	14
Gambar 2.4 Logo Nucon Studio	20
Gambar 2.5 Logo Festipals	21
Gambar 2.6 Struktur Nucon Studio.....	22
Gambar 2.7 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan	23
Gambar 3.1 <i>Template Positioning Statement</i>	30
Gambar 3.2 <i>User Persona</i> Target Utama.....	31
Gambar 3.3 <i>User Persona</i> Target Sekunder	32
Gambar 3.4 Ketertarikan Responden dalam Menonton Konser di 2024	33
Gambar 3.5 Manfaat yang Dicari Saat Nonton Konser Bersama Teman	34
Gambar 3.6 Fitur Dasar Aplikasi yang Dicari Target	35
Gambar 3.7 <i>Brand Positioning Map</i>	35
Gambar 3.8 Tampilan Aplikasi Radiate.....	39
Gambar 3.9 <i>Screenshot</i> Desain UI Bumble	41
Gambar 3.10 Alur <i>Onboarding</i> Bumble	42
Gambar 3.11 Bumble “Plans”	42
Gambar 3.12 Discord Server.....	43
Gambar 3.13 Konten Ilustratif Discord.....	44
Gambar 3.14 Discord Activities.....	44
Gambar 3.15 Tampilan Aplikasi Instagram	45
Gambar 3.16 Fitur <i>Sharing</i> di Instagram	46
Gambar 3.17 Lima Tahap <i>Design Thinking</i>	49
Gambar 4.1 <i>Mind Map</i> Festipals	55
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i>	56
Gambar 4.3 <i>Color Palette</i> Festipals	57
Gambar 4.4 Tipografi Festipals	57
Gambar 4.5 <i>User Journey</i> Festipals	58
Gambar 4.6 <i>Information Architecture</i> Aplikasi Festipals	59
Gambar 4.7 <i>Flowchart</i> Aplikasi Festipals	60
Gambar 4.8 <i>User Scenario 1</i>	61
Gambar 4.9 <i>User Scenario 2</i>	62
Gambar 4.10 <i>User Scenario 3</i>	63
Gambar 4.11 Halaman <i>Welcome</i>	64
Gambar 4.12 Halaman <i>Home</i>	64
Gambar 4.13 Fitur <i>Moments</i>	65
Gambar 4.14 Fitur <i>Live Location Map</i>	65
Gambar 4.15 Fitur <i>Polling</i>	65
Gambar 4.16 Fitur <i>Share Music</i>	66
Gambar 4.17 Fitur <i>Interactive Posts</i>	66

Gambar 4.18 Halaman <i>Explore</i>	67
Gambar 4.19 Halaman <i>Swipe</i>	68
Gambar 4.20 Fitur <i>Nudge</i>	69
Gambar 4.21 <i>My Instagram Feeds</i>	69
Gambar 4.22 <i>My Top Artists on Spotify</i>	69
Gambar 4.23 Halaman <i>Messenger</i> dan <i>Chatroom</i>	70
Gambar 4.24 Halaman <i>Profile</i>	71
Gambar 4.25 Halaman <i>Edit Profile</i>	71
Gambar 4.26 Halaman <i>Event</i>	72
Gambar 4.27 Fitur <i>Notify Me</i>	72
Gambar 4.28 Fitur <i>Get Directions</i>	73
Gambar 4.29 Fitur <i>Countdown</i>	73
Gambar 4.30 Fitur Beli Tiket.....	73
Gambar 4.31 Halaman <i>Community</i>	74
Gambar 4.32 Fitur <i>Share</i>	74
Gambar 4.33 Fitur <i>Like</i>	74
Gambar 4.34 Fitur <i>Like</i>	75
Gambar 4.35 Fitur <i>Nudge</i>	75
Gambar 4.36 Ilustrasi <i>Onboarding</i> (Kiri) dan <i>Genre Feed</i> (Kanan).....	76
Gambar 4.37 Ilustrasi Iklan <i>Swipe</i>	77
Gambar 4.38 Contoh <i>Filled</i> dan <i>Outlined Icon</i>	77
Gambar 4.39 Ilustrasi <i>Icon Festivals</i>	78
Gambar 4.40 <i>Draft Low Fidelity</i>	79
Gambar 4.41 <i>Draft High Fidelity</i>	80
Gambar 4.42 Revisi Logo <i>Festivals</i>	81
Gambar 4.43 Eksplorasi Maskot <i>Festivals</i>	81
Gambar 4.44 Revisi UI <i>Messages</i>	82
Gambar 4.45 Revisi Animasi <i>Swipe</i>	83
Gambar 4.46 Proses Pengerjaan <i>Prototyping</i>	83
Gambar 4.47 Pengerjaan Prototipe 3 Skenario.....	84
Gambar 4.48 <i>Moodboard</i> Acara Musik di Indonesia.....	85
Gambar 4.49 Alternatif Sketsa Kasar Logo <i>Festivals</i>	85
Gambar 4.50 Digitalisasi Logo <i>Wordmark</i>	86
Gambar 4.51 Anatomi Huruf pada <i>Logotype</i>	86
Gambar 4.52 Logo Utama <i>Festivals</i>	87
Gambar 4.53 Alternatif Warna Logo.....	87
Gambar 4.54 Logo Sekunder <i>Festivals</i>	88
Gambar 4.55 <i>Moodboard</i> Referensi Maskot.....	88
Gambar 4.56 Sketsa Awal Maskot.....	89
Gambar 4.57 Desain Akhir Maskot <i>Festivals</i> ‘Hupi’.....	89
Gambar 4.58 Sketsa Gestur dan Ekspresi Maskot.....	90
Gambar 4.59 15 Gestur Maskot.....	90
Gambar 4.60 10 Ekspresi Maskot.....	91

Gambar 4.61 Ilustrasi Maskot untuk Aplikasi	91
Gambar 4.62 <i>Stationery</i> Festipals	92
Gambar 4.63 Alternatif Desain Kartu Nama.....	92
Gambar 4.64 Perancangan Kartu Nama Festipals.....	93
Gambar 4.65 Perancangan <i>Lanyard</i> Festipals.....	93
Gambar 4.66 Perancangan <i>ID Card</i> Festipals.....	94
Gambar 4.67 Hasil Desain <i>ID Card</i>	94
Gambar 4.68 Hasil Desain <i>Y Banner</i>	95
Gambar 4.69 <i>List</i> Fitur Aplikasi Festipals	96
Gambar 4.70 <i>Grid System</i> untuk Halaman Utama	96
Gambar 4.71 <i>Moodboard</i> UI Aplikasi	98
Gambar 4.72 UI Kit Aplikasi Festipals.....	98
Gambar 4.73 Halaman <i>Introducing</i> Festipals	99
Gambar 4.74 Halaman <i>Sign Up</i> dan <i>Log In</i>	100
Gambar 4.75 Halaman <i>Onboarding Guide</i> (1-4)	100
Gambar 4.76 Halaman <i>Onboarding Guide</i> (5-8)	101
Gambar 4.77 Halaman <i>Onboarding Guide</i> (9-12)	101
Gambar 4.78 Halaman <i>Welcome</i>	102
Gambar 4.79 <i>Low Fidelity Home</i>	103
Gambar 4.80 <i>Guideline Whitespace</i> dan Ukuran <i>Font</i>	103
Gambar 4.81 <i>Low Fidelity Explore</i>	104
Gambar 4.82 <i>Low Fidelity Swipe</i>	105
Gambar 4.83 <i>Low Fidelity Swipe Profile</i>	105
Gambar 4.84 <i>Low Fidelity Messages</i>	106
Gambar 4.85 <i>Low Fidelity Profile</i>	107
Gambar 4.86 <i>Low Fidelity Edit Profile</i>	107
Gambar 4.87 <i>Low Fidelity Event Page</i>	108
Gambar 4.88 <i>Low Fidelity Community</i>	109
Gambar 4.89 <i>Low Fidelity Genre Feed K-Pop</i>	110
Gambar 4.90 Contoh <i>UX Writing</i> pada Aplikasi.....	111
Gambar 4.91 <i>Alert and Pop-Up Messages</i>	111
Gambar 4.92 <i>Microcopy</i>	112
Gambar 4.93 <i>Agenda Output</i> Pemasaran	114
Gambar 4.94 <i>Timeline</i> Pemasaran Bulan Mei.....	115
Gambar 4.95 <i>Brainstorm</i> Warna dan Tipografi	115
Gambar 4.96 Desain Instagram <i>Feeds</i> Festipals (1-24 <i>Posts</i>)	116
Gambar 4.97 <i>Carousel Posts</i>	117
Gambar 4.98 Desain Instagram <i>Story</i> Festipals	118
Gambar 4.99 Hasil Cetak <i>Jersey Two Seasons Apparel</i>	119
Gambar 4.100 Hasil Cetak <i>Lanyard dan ID Card</i>	120
Gambar 4.101 Hasil Cetak <i>Xpress Print</i>	120
Gambar 4.102 Hasil Cetak <i>Crew Socks This is PEMO</i>	121
Gambar 4.103 Hasil Cetak Gantungan Kunci <i>OH! Print</i>	121

Gambar 4.104 Hasil Cetak Stiker La Bagus Printing 122
Gambar 4.105 Pelaksanaan *User Test Offline*..... 123



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A MBKM-01 Cover Letter MBKM Kewirausahaan.....	xxvii
Lampiran B MBKM-02 MBKM Kewirausahaan Card	xxviii
Lampiran C MBKM-03 Supervisor Daily Task	xxix
Lampiran D MBKM-04 Lembar Verifikasi Laporan.....	liii
Lampiran E Letter of Acceptance (LoA) Cluster Kewirausahaan	liv
Lampiran F Letter of Completion (LoC) Cluster Kewirausahaan	lv
Lampiran G Form Bimbingan Counselling Meeting	lvi
Lampiran H Karya <i>Brand Identity</i> Festipals	lix
Lampiran I Karya <i>Low Fidelity</i> Aplikasi	lxii
Lampiran J Karya Media Pemasaran Digital (Instagram).....	lxv
Lampiran K Hasil Kuesioner	lxix
Lampiran L Hasil Focus Group Discussion (FGD)	lxxiv
Lampiran M Hasil Turnitin Laporan Akhir	lxxxiv

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA