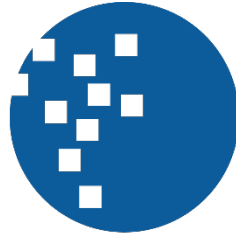


**PERANCANGAN UI/UX APLIKASI UNTUK MEMBANTU**

**PENJUALAN KARYA SENIMAN INDEPENDEN**

***ARTIST ALLEY***



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Audrey Etantyo**

**0000042756**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERANCANGAN UI/UX APLIKASI UNTUK MEMBANTU**

**PENJUALAN KARYA SENIMAN INDEPENDEN**

*ARTIST ALLEY*



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

**Audrey Etantyo**

**0000042756**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

i

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Audrey Etantyo

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042756

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

### **PERANCANGAN UI/UX APLIKASI UNTUK MEMBANTU PENJUALAN KARYA SENIMAN INDEPENDEN *ARTIST ALLEY***

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 Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Mei 2024



Audrey Etantyo

UMM  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN UI/UX APLIKASI UNTUK MEMBANTU PENJUALAN  
KARYA SENIMAN INDEPENDEN *ARTIST ALLEY***


Oleh

Nama : Audrey Etantyo  
NIM : 00000042756  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara


Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing



Ester Anggun Kusumaningtyas, S.Sn., M.Ds.  
0325039401/077724

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN UI/UX APLIKASI UNTUK MEMBANTU PENJUALAN**

**KARYA SENIMAN INDEPENDEN *ARTIST ALLEY***

Oleh

Nama : Audrey Etantyo

NIM : 00000042756

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 31 Mei 2024

Pukul 13.00 s.d 13.45 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Ardiles Akyuwen, M.Sn.  
0323067804/067811

Penguji



Christina Flora, S.Ds., M.M.  
0305049703/074901

Pembimbing



Ester Anggun Kusumaningtyas, S.Sn., M.Ds.  
0325039401/077724

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Audrey Etantyo  
NIM : 00000042756  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah :

### PERANCANGAN UI/UX APLIKASI UNTUK MEMBANTU PENJUALAN KARYA SENIMAN INDEPENDEN *ARTIST ALLEY*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)\*\*.

Tangerang, 20 Mei 2024



Audrey Etantyo

\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas bimbingannya yang terus-menerus selama seluruh proses perancangan UI/UX aplikasi untuk membantu penjualan karya seniman independen *artist alley* dapat diselesaikan tepat waktu. Tugas akhir ini dibuat dengan harapan menjadi solusi maupun referensi solusi fasilitas bagi seniman penjual pada *artist alley* agar dapat melakukan seluruh proses penjualan mereka dengan lebih efisien dan lancar, termasuk dalam segi pengelolaan informasi dan keseluruhan komunikasi, dan dapat lebih saling bersaing dan berkembang sebagai ekonomi kreatif lokal.

Ucapan terima kasih diucapkan sebesar-besarnya kepada beberapa pihak yang telah terlibat pada perancangan tugas akhir ini:

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. Ester Anggun Kusumaningtyas, S.Sn., M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ricky, S.Kom., sebagai narasumber Ahli UI/UX Sistem Informasi.
6. Afifah Noviani, sebagai narasumber Ahli UI/UX Marketplace.
7. Vinnie, Thay dan Grace sebagai narasumber Seniman Penjual.
8. Angelica Evelyn Tanlim, Enricia Aurelva Darian dan Gechelle Angellique Agusta yang telah mendampingi dan mendukung sejak awal kuliah hingga diselesaikannya tugas akhir ini.
9. Seluruh responden pada kuesioner awal kepada penjual dan pembeli, alpha test hingga beta test.

10. Keluarga dan teman-teman saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat berguna bagi komunitas seniman Indonesia agar semakin maju dan berkreasi, serta menjadi bahan pembelajaran yang bermutu bagi pembaca karya tulis ini.

Tangerang, 20 Mei 2024



Audrey Etantyo

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# PERANCANGAN UI/UX APLIKASI UNTUK MEMBANTU

## PENJUALAN KARYA SENIMAN INDEPENDEN

### *ARTIST ALLEY*

(Audrey Etantyo)

#### ABSTRAK

Sebuah *anime convention* merupakan ruang perkumpulan bagi penggemar topik *anime*, *manga* atau *video games* (Scrivani, 2021) yang sedang mengalami peningkatan peminat di Indonesia, terlihat dari observasi pada jumlah pengunjung Comic Frontier 16 sejumlah 25.000 dalam sehari (W, 2023), serta peningkatan selama 2016–2022 pada Impactnation (BARCODE ORGANIZER, 2023). Penyelenggara biasa mengadakan ruang *artist alley* di dalamnya dimana seniman independen individu atau berkelompok dapat menjual karya penggemar atau orisinal mereka (Hawkins, 2013). Dengan tren *BOPIS* sejak pandemi covid-19 (Ketzenberg & Akturk, 2021), bertambah kebutuhan media bagi penjualan seniman secara setengah-luring maupun onsite. Belum ada aplikasi yang khusus memfasilitasi seluruh proses BOPIS pada *artist alley* yang terbatas ke lokasi acara konvensi menyebabkan kurangnya pengalaman pengguna seniman penjual. Diketahui bahwa tidak mengelola informasi internal maupun eksternal mengakibatkan kalah saingan dengan usaha lain yang berkeputusan cepat dan akurat (Irianto, 2014), sehingga dibutuhkan aplikasi yang menjembatani sistem informasi dengan penjual, dan data eksternal pembeli agar mempengaruhi data internal, dan aplikasi dirancang dengan proses perancangan Giffrey (2020). Lalu, dihasilkan juga media sekunder untuk kebutuhan promosi berupa posting media sosial, *web ads*, poster serta stiker.

**Kata kunci:** interaktif, *artist alley*, penjualan karya

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

# ***APPLICATION UI/UX DESIGN TO HELP THE SELLING OF INDEPENDENT ARTISTS' WORKS IN ARTIST ALLEY***

Audrey Etantyo

## ***ABSTRACT (English)***

*An anime convention is a gathering space for fans of anime, manga or video game topics (Scrivani, 2021) which is experiencing an increase in interest in Indonesia, as seen from observations of the number of visitors to Comic Frontier 16 of 25,000 a day (W, 2023), as well as an increase during 2016–2022 on Impactnation (BARCODE ORGANIZER, 2023). Organizers usually hold artist alley spaces inside where individual independent artists or groups can sell their fan or original works (Hawkins, 2013). With the BOPIS trend since the Covid-19 pandemic (Ketzenberg & Akturk, 2021), the need for media for sales of artists both offline and onsite has increased. There is no application that specifically facilitates the entire BOPIS process in artist alleys, which is limited to convention event locations, causing a lack of user experience for selling artists. It is known that not managing internal and external information results in losing competition to other businesses that make quick and accurate decisions (Irianto, 2014), so an application is needed to bridge the information system with sellers, and buyers' external data to influence internal data, and the application is designed using a design process. Giffrey (2020). Then, secondary media is also produced for promotional needs in the form of social media posts, web ads, posters and stickers.*

***Keywords:*** *interactive, artist alley, selling of work*



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3 Batasan Masalah.....</b>	<b>3</b>
<b>1.4 Tujuan Tugas Akhir.....</b>	<b>4</b>
<b>1.5 Manfaat Tugas Akhir.....</b>	<b>4</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
<b>2.1 Aplikasi.....</b>	<b>5</b>
<b>2.1.1 Aplikasi sebagai Media Interaktif.....</b>	<b>5</b>
<b>2.1.2 Konten Aplikasi .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.3 UX.....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.4 UI.....</b>	<b>39</b>
<b>2.1.5 Branding.....</b>	<b>62</b>
<b>2.2 Penjualan.....</b>	<b>71</b>
<b>2.1.1 Rekaman Penjualan .....</b>	<b>72</b>
<b>2.1.2 Peningkatan Penjualan .....</b>	<b>72</b>
<b>2.1.3 Marketplace.....</b>	<b>74</b>
<b>2.1.4 Pre-Order .....</b>	<b>76</b>
<b>2.3 Karya Seni (Artwork).....</b>	<b>76</b>
<b>2.4 Seniman Independen <i>Artist Alley</i> .....</b>	<b>77</b>

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN .....</b>	<b>78</b>
<b>3.1 Metodologi Penelitian.....</b>	<b>78</b>
<b>3.1.1 Metode Kualitatif.....</b>	<b>78</b>
<b>3.1.2 Metode Kuantitatif .....</b>	<b>97</b>
<b>3.2 Metodologi Perancangan .....</b>	<b>105</b>
<b>2.1.1 <i>Definition</i> .....</b>	<b>105</b>
<b>2.1.2 <i>Design</i>.....</b>	<b>106</b>
<b>2.1.3 <i>Production</i>.....</b>	<b>107</b>
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN .....</b>	<b>108</b>
<b>4.1 Strategi Perancangan .....</b>	<b>108</b>
<b>4.1.1 <i>Definition</i> .....</b>	<b>108</b>
<b>4.1.2 <i>Design</i>.....</b>	<b>115</b>
<b>4.1.2 <i>Production</i>.....</b>	<b>130</b>
<b>4.1.3 Media Sekunder.....</b>	<b>139</b>
<b>4.2 Analisis Perancangan .....</b>	<b>145</b>
<b>4.2.1 Analisis Media Utama .....</b>	<b>145</b>
<b>4.2.2 Analisis Media Sekunder .....</b>	<b>166</b>
<b>4.2.3 Analisis Beta Test.....</b>	<b>169</b>
<b>4.3 Budgeting.....</b>	<b>174</b>
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>175</b>
<b>5.1 Simpulan.....</b>	<b>175</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>175</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>xiii</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xx</b>

U M M N  
 UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT Situs Web Kyou.....	92
Tabel 3.2 Analisis SWOT Shopee .....	95
Tabel 3.3 Usia Seniman Penjual .....	97
Tabel 3.4 Okupasi Seniman Penjual .....	98
Tabel 3.5 Pembagian Peran Non-Desain <i>Merchandise</i> .....	98
Tabel 3.6 Media yang Digunakan oleh Penjual .....	100
Tabel 3.7 Penggunaan Media Interaktif Seniman Penjual .....	101
Tabel 3.8 Identitas Pembeli.....	102
Tabel 3.9 Preferensi Urutan Pencarian pada Katalog .....	103
Tabel 4.1 Daftar Komponen .....	121
Tabel 4.2 Penilaian Alpha Test.....	130
Tabel 4.3 Hasil Alpha Testing .....	135
Tabel 4.4 Analisis Daftar Komponen.....	148
Tabel 4.5 Hasil <i>Beta Testing</i> .....	169
Tabel 4.6 <i>Budgeting</i> .....	174

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

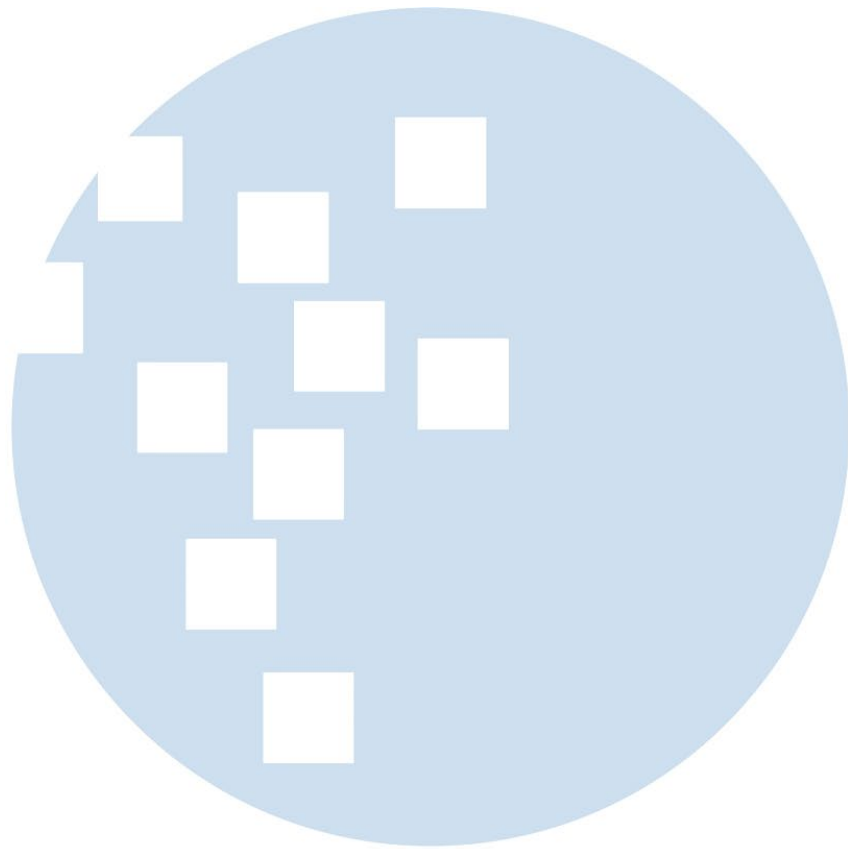
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar Bitmap pada Adobe Photoshop .....	7
Gambar 2.2 Gambar Vektor di Adobe Illustrator .....	10
Gambar 2.3 Perekaman Suara pada Sistem.....	13
Gambar 2.4 <i>Morville Honeycomb</i> .....	16
Gambar 2.5 <i>Usability</i> .....	19
Gambar 2.6 Indikator Status Sistem pada LinkedIn, iOS dan Google Home.....	22
Gambar 2.7 Pencegahan Error dalam eBay.....	22
Gambar 2.8 Branding pada Antarmuka Asana, Snapchat dan Apple Messages... 23	
Gambar 2.9 Menu Navigasi dari Visitsingapore.com.....	24
Gambar 2.10 Bagian dari Wireframe .....	30
Gambar 2.11 Ukuran Wireframe bagi Layar Perangkat Berbeda .....	31
Gambar 2.12 <i>Empathy Map</i> .....	32
Gambar 2.13 <i>Experience Map</i> .....	33
Gambar 2.14 <i>User Journey</i> .....	34
Gambar 2.15 <i>User Journey Map</i> .....	35
Gambar 2.16 <i>User Flow</i> .....	38
Gambar 2.17 Combined User Journey & User Flow .....	39
Gambar 2.18 Tulisan Nama Restoran yang Diuji .....	40
Gambar 2.19 Properti Tulisan.....	42
Gambar 2.20 Hubungan Antar Warna .....	44
Gambar 2.21 Makna Warna dalam Berbagai Budaya.....	46
Gambar 2. 22 Column Grid.....	48
Gambar 2.23 <i>Emergence 1</i> .....	49
Gambar 2.24 <i>Reification</i> .....	50
Gambar 2.25 <i>Multistability</i> .....	50
Gambar 2.26 <i>Invariance 1</i> .....	51
Gambar 2.27 <i>Proximity</i> .....	51
Gambar 2.28 <i>Common Region</i> di Facebook .....	52
Gambar 2.29 <i>Similarity</i> di Interaction Design Foundation.....	53
Gambar 2.30 <i>Closure</i> di Logo WWF.....	53
Gambar 2.31 <i>Symmetry</i> pada Antarmuka Kamera Mi .....	54
Gambar 2.32 Continuity pada Antarmuka Shopee .....	55
Gambar 2.33 Screenshot Google Calendar .....	58
Gambar 2.34 <i>Branding Style Guide</i> pada <i>Graphics Standard Manual</i> NASA.....	61
Gambar 2.35 <i>Brand Strategy Framework</i> .....	63
Gambar 2.36 Keluaran Identitas Visual <i>Brand</i> .....	64
Gambar 2.37 Empat Dimensi <i>Tone of Voice</i> .....	65
Gambar 2.38 <i>Shape Language</i> .....	67
Gambar 2.39 <i>Circle Shape Language</i> .....	67
Gambar 2.40 <i>Square Shape Language</i> .....	68
Gambar 2.41 <i>Triangle Shape Language</i> .....	68

Gambar 2.42 <i>Silhouette</i> .....	69
Gambar 2.43 Taxonomy of App Icons.....	71
Gambar 3.1 Wawancara dengan Ahli UI/UX Sistem Informasi .....	79
Gambar 3.2 Wawancara dengan Seniman Vinnie.....	82
Gambar 3.3 Wawancara dengan Seniman Grace.....	83
Gambar 3.4 Wawancara dengan Seniman Thay .....	84
Gambar 3.5 Wawancara dengan Ahli UI/UX Marketplace .....	85
Gambar 3.6 Perbandingan Deskripsi Naga .....	87
Gambar 3.7 Observasi Elemen Fantasi .....	87
Gambar 3.8 Observasi Gaya Visual Ilustrasi Jepang.....	88
Gambar 3.9 Tampilan Landing Page Kyou pada PC .....	88
Gambar 3.10 Tampilan <i>Grid</i> Produk pada <i>Landing Page</i> Kyou .....	89
Gambar 3.11 Tampilan Katalog Produk Kyou .....	90
Gambar 3.12 Tampilan Halaman Per Produk Kyou .....	90
Gambar 3.13 Tampilan Halaman <i>Friendship Point Shop</i> Kyou .....	91
Gambar 3.14 Tampilan Kyou di Perangkat <i>Mobile</i> .....	91
Gambar 3.15 Tampilan Enam Menu Utama Shopee .....	93
Gambar 3.16 Tampilan Halaman Produk Shopee.....	94
Gambar 3.17 Tampilan Halaman Toko Shopee.....	94
Gambar 3.18 Fitur Lainnya Shopee .....	95
Gambar 4.1 <i>Empathy Map</i> .....	109
Gambar 4.2 <i>User Persona</i> .....	109
Gambar 4.3 <i>User Journey</i> .....	110
Gambar 4.4 <i>Mindmap</i> .....	111
Gambar 4.5 Eksplorasi <i>Big Idea</i> .....	112
Gambar 4.6 <i>Reference &amp; Mood Board</i> .....	113
Gambar 4.7 Warna <i>Brand</i> .....	113
Gambar 4.8 <i>Tone of Voice</i> .....	114
Gambar 4.9 Proses Eliminasi dalam Pemilihan <i>Font</i> .....	114
Gambar 4.10 Tipografi Aplikasi .....	115
Gambar 4.11 Eksplorasi Alternatif Nama Aplikasi .....	116
Gambar 4.12 Eksplorasi Sketsa Logo .....	116
Gambar 4.13 <i>High-Fidelity</i> Elemen Logo .....	117
Gambar 4.14 Eksplorasi Logo.....	117
Gambar 4.15 Variasi Logo Hanami Paintbox .....	117
Gambar 4.16 Sketsa Maskot .....	118
Gambar 4.17 Perancangan Maskot .....	119
Gambar 4.18 Perancangan Favicon Hanami Paintbox.....	119
Gambar 4.19 Komposisi Warna Antarmuka.....	120
Gambar 4.20 Contoh Perancangan Ikon Dashboard di Menu Utama.....	124
Gambar 4.21 Perancangan Ikon .....	124
Gambar 4.22 Semua Ikon Aplikasi .....	125

Gambar 4.23 <i>User Flow</i> Keseluruhan Aplikasi .....	125
Gambar 4.24 <i>Card Sorting</i> Fitur .....	126
Gambar 4.25 <i>Sitemap</i> .....	127
Gambar 4.26 <i>Low-Fidelity Wireframe</i> .....	127
Gambar 4.27 Penggunaan <i>Grid</i> dalam Aplikasi .....	128
Gambar 4.28 <i>High-Fidelity Prototype</i> .....	128
Gambar 4.29 Perancangan Halaman Events .....	129
Gambar 4.30 Perancangan Halaman Orders .....	129
Gambar 4.31 <i>Banner</i> Karya (Kiri) & Lembar Kode QR (Kanan) di Prototype Day .....	134
Gambar 4.32 <i>Alpha Testing</i> pada Prototype Day .....	135
Gambar 4.33 Perancangan Media Sekunder Media Sosial .....	139
Gambar 4.34 Media Sekunder Media Sosial .....	140
Gambar 4.35 Eksplorasi Media Sekunder Poster .....	142
Gambar 4.36 Media Sekunder Poster .....	143
Gambar 4.37 Perancangan Iklan Situs Web YouTube .....	143
Gambar 4.38 Perancangan Media Sekunder <i>Skyscraper Banner</i> .....	144
Gambar 4.39 Perancangan Media Sekunder Stiker .....	144
Gambar 4.40 Logo Hanami Paintbox .....	145
Gambar 4.41 Palet Warna .....	146
Gambar 4.42 Tipografi Hanami Paintbox .....	147
Gambar 4.43 Maskot-Maskot Hanami Paintbox .....	148
Gambar 4.44 Landing Page Halaman Penjual sebelum Sign In .....	153
Gambar 4.45 Halaman <i>Sign Up</i> .....	154
Gambar 4.46 <i>Landing Page</i> setelah <i>Sign Up</i> .....	154
Gambar 4.47 <i>Onboarding</i> Bagian Pertama .....	155
Gambar 4.48 <i>Onboarding</i> Bagian Kedua .....	156
Gambar 4.49 Langkah Pembuatan Toko .....	156
Gambar 4.50 <i>Onboarding</i> Bagian Ketiga .....	158
Gambar 4.51 Halaman Dashboard .....	159
Gambar 4.52 Halaman Inventory .....	159
Gambar 4.53 Halaman Shop .....	160
Gambar 4.54 Filter Daftar .....	161
Gambar 4.55 Shop Settings .....	162
Gambar 4.56 Appearance Settings .....	162
Gambar 4.57 Halaman Events .....	163
Gambar 4.58 Tampilan Lainnya pada Events .....	164
Gambar 4.59 Halaman Orders .....	164
Gambar 4.60 Halaman Chat .....	165
Gambar 4.61 Media Sekunder Media Sosial .....	166
Gambar 4.62 Media Sekunder Poster .....	166
Gambar 4.63 <i>Mockup</i> Media Sekunder YouTube <i>Web Ads</i> .....	167
Gambar 4.64 Media Sekunder Iklan Situs Web <i>Skyscraper</i> .....	168



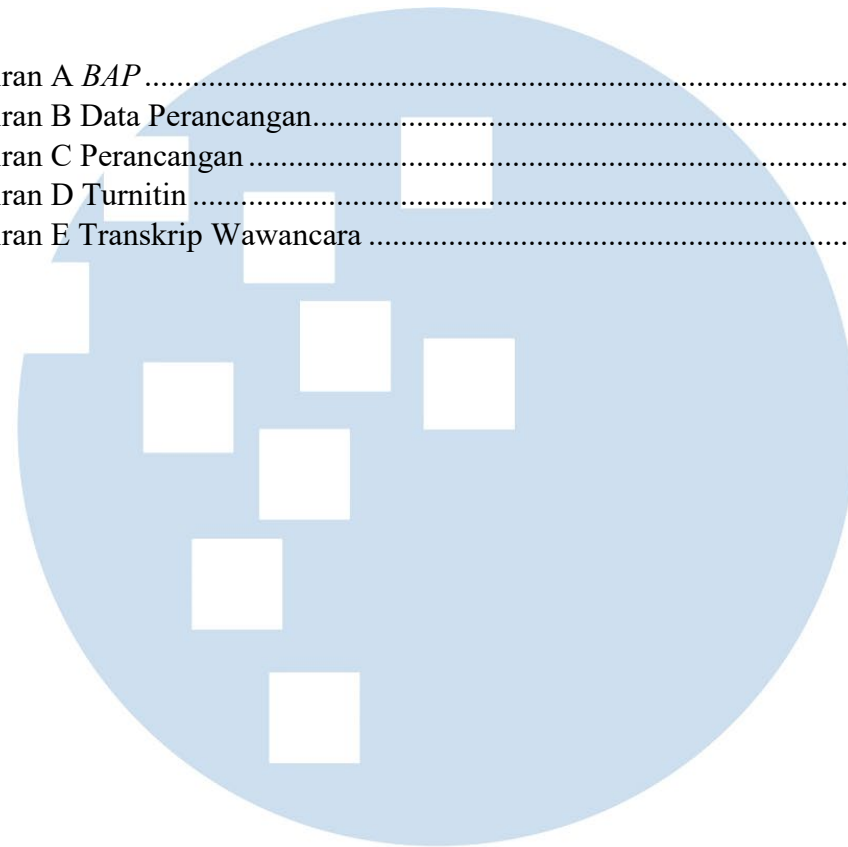


UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A <i>BAP</i> .....	xx
Lampiran B Data Perancangan.....	xxii
Lampiran C Perancangan .....	xxviii
Lampiran D Turnitin .....	xlix
Lampiran E Transkrip Wawancara .....	lii



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA