

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MASKOT
UNTUK INDFINITI**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Ivy Florentia Wijaya

00000074822

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MASKOT
UNTUK INDFINITI**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Ivy Florentia Wijaya

00000074822

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ivy Florentia Wijaya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000074822

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/
~~Laporan Magang~~/ MBKM* saya yang berjudul:

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MASKOT UNTUK INDEFINITE

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 09 Juni 2025



(Ivy Florentia Wijaya)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Cluster MBKM dengan judul

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MASKOT UNTUK INDFINITI

Oleh

Nama Lengkap : Ivy Florentia Wijaya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000074822

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 12 Juni 2025

Pukul 09.30 s.d. 10.00 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/ L00011

Penguji

Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 042750

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

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

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ivy Florentia Wijaya
Nomor Induk Mahasiswa : 0000004822
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL
MASKOT UNTUK INDFINITI

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 9 Juni 2025



(Ivy Florentia Wijaya)

* Pilih salah satu

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

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan-Nya dalam proses penyusunan laporan yang berjudul Perancangan Identitas Visual Maskot untuk Indfiniti. Laporan ini disusun guna memenuhi salah satu syarat akademik kelulusan program MBKM Kewirausahaan. Perancangan *website* Indfiniti bertujuan untuk mendukung para influencer muda, khususnya *nano* dan *micro influencer*, dalam mengembangkan karier mereka. Diharapkan *platform* ini dapat membantu meningkatkan kualitas serta performa konten yang dihasilkan, sehingga berkontribusi pada peningkatan pendapatan mereka.

Mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., 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.M., M.Ds, selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi hingga terselesaikannya laporan MBKM ini.
5. Hoky Nanda, selaku Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Cinthya Tania, selaku Pembimbing ketiga yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
7. Mizan Lazuardi, selaku Pembimbing keempat yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Rekan-rekan seperjalanan saya selama menjalankan MBKM *Cluster* Kewirausahaan yakni tim Indfiniti, meliputi: Charvia Angelia, Nelsen Pratama

Wijaya, dan Kristian Aliwarga yang sudah berpartisipasi dan berkontribusi dalam perancangan, dari tahap inisiasi hingga finalisasi

Semoga penelitian ini mampu menjadi kekayaan intelektual yang berguna bagi mahasiswa dan akademisi, serta memberikan bantuan aktual bagi para *nano* dan *micro influencers* yang dituju sehingga mereka mampu mengembangkan kemampuannya dalam menghadapi problematika dunia *content creating* dan mampu meningkatkan karirnya di jejaring sosial.

Tangerang, 9 Juni 2025



(Ivy Florentia Wijaya)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL MASKOT UNTUK INDFINITI

(Ivy Florentia Wijaya)

ABSTRAK

Industri *influencer* di Indonesia Tengah berkembang dengan pesat, terutama di kalangan *Gen Z* yang tertarik meniti karier sebagai *nano* dan *micro influencer*. Namun, mereka masih menghadapi kendala dalam memahami strategi pembuatan konten yang berkualitas serta metode monetisasi yang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pemasaran *platform* situs Indfiniti sebagai sarana edukasi dan komunitas yang dapat membantu dan menyokong *nano* dan *micro influencer* dalam meningkatkan keterampilan mereka terutama dalam membangun *personal branding* serta merancang strategi konten yang lebih optimal dengan mengimplementasikan pembuatan maskot. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Design Thinking*, yang tersusun atas lima tahapan utama: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa *platform* berbasis edukasi yang menyediakan fitur mentoring *one-on-one* dengan *mega influencer* serta pembelajaran strategi konten yang terstruktur serta berbasis *communal learning* dapat secara ekstensif membantu meningkatkan kualitas konten dan manajemen akun para *nano* dan *micro influencer*. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa *website* Indfiniti dapat menjadi solusi efektif dalam mendukung perkembangan *nano* dan *micro influencer* di industri digital, dengan menyediakan akses kepada edukasi dari mentor berpengalaman, serta peluang monetisasi yang stabil dan berkelanjutan.

Kata kunci: *Nano* dan *micro influencer*, *Niche Face-to Face Mentoring*, Maskot.



DESIGNING THE VISUAL IDENTITY OF THE INDFINITI MASCOT

(Ivy Florentia Wijaya)

ABSTRACT (English)

The influencer industry in Indonesia is rapidly growing, particularly among Gen Z individuals who aspire to build careers as nano and micro influencers. However, they continue to face challenges in understanding effective content creation strategies and optimal monetization methods. This study aims to design a marketing strategy for the Indfiniti platform as an educational and community-based tool that can support and assist nano and micro influencers in enhancing their skills, particularly in developing personal branding and optimizing content strategy through the implementation of mascot visual identity design. This research employs the Design Thinking approach, which consists of five key stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. The findings indicate that an educational platform offering one-on-one mentoring with mega influencers, structured content strategy training, and a communal learning-based approach can significantly enhance the content quality and account management of nano and micro influencers. Therefore, this study concludes that the Indfiniti website can serve as an effective solution for supporting the growth of nano and micro influencers in the digital industry by providing access to education from experienced mentors, as well as stable and sustainable monetization opportunities.

Keywords: *Nano and Micro Influencers, Niche Face-to-Face mentoring, Mascot*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT (English)	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.....	3
1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan	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.....	9
2.1 Validasi Ide Bisnis	9
2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis	9
2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis	19
2.2 <i>Business Model Canvas</i>	20
2.3 Deskripsi Perusahaan	29
2.4 Struktur Perusahaan	33
2.5 Alur Kerja Perusahaan.....	35
2.6 Analisis Kelayakan Usaha	36
BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION	40
3.1 <i>Market Research Validation</i>	40
3.1.1 <i>Segmentation, Targetting, Positioning</i>	40

3.1.2 <i>Market Persona</i>	43
3.2 Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis	50
3.2.1 Metode Pengumpulan Data Kualitatif	50
3.2.2 Metode Pengumpulan Data Kualitatif	57
3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor	66
3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi	69
3.4.1 Studi Eksisting	70
3.4.2 Studi Referensi.....	85
3.5 Penetapan Harga Produk/Jasa	88
3.6 Metode Perancangan Produk/Jasa	92
BAB IV PERANCANGAN <i>PROTOTYPE</i> PRODUK/JASA	99
4.1 Timeline dan Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa	99
4.2 Uraian Perancangan <i>Prototype</i> Pemasaran Indfiniti	104
4.2.1 Perancangan Brief <i>Prototype Pemasaran</i> Indfiniti	105
4.2.2 <i>Mindmapping</i> dan <i>Brainstorming</i>	105
4.2.3 <i>Mood board</i>	107
4.2.4 Perancangan Desain.....	108
4.2.5 <i>Draft</i> Desain	124
4.2.6 Revisi	148
4.2.7 Finalisasi	157
4.3 Proyek Pribadi.....	166
4.3.1 Ikons	166
4.3.2 Maskot.....	169
4.3.3 <i>Social Media Content</i>	176
4.3.4 <i>Collateral</i>	188
4.4 Penentuan Vendor <i>Prototype</i> Pemasaran Indfiniti	194
4.4.1 Craftworks Digital Printing	194
4.4.2 Extra Cepat Print.....	196
4.4.3 Revo Print Shop	197
4.4.4 Manychat	199
4.5 Hasil Uji coba <i>Prototype</i> Produk/Jasa	202
4.5.1 Hasil <i>UX Testing (Experience / Usability)</i>	205

4.5.2 Hasil <i>UI Testing</i> (<i>Tampilan / Interface</i>)	206
4.5.3 <i>Feedback Branding, Booth, Collateral, Merch</i>	207
4.6 Kendala yang Ditemukan	209
4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	212
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	214
5.1 Simpulan	214
5.2 Saran.....	216
DAFTAR PUSTAKA	xxi
LAMPIRAN	xxvi



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skematika Waktu MBKM Cluster Kewirausahaan	7
Tabel 2.1 Tabel Perhitungan <i>Fixed Price</i> atau Biaya Tetap	36
Tabel 2.2 Tabel Perhitungan <i>Variable Cost</i> atau Biaya Variabel	37
Tabel 2.3 Tabel <i>Pricing Tier 1</i>	37
Tabel 2.4 Tabel <i>Pricing Tier 2</i>	37
Tabel 2.5 Tabel <i>Pricing Tier 3</i>	38
Tabel 3.1 Tabel Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i>	40
Tabel 3.2 Tabel Perbandingan Kompetitor	67
Tabel 3.3 Tabel Analisa SWOT Indfiniti	70
Tabel 3.4 Tabel Analisa SWOT Seefluencer	71
Tabel 3.5 Tabel Analisa SWOT Akademi Creator	72
Tabel 3.6 Tabel Analisa SWOT Wis Akademi	73
Tabel 3.7 Penetapan harga <i>Tier 1</i> Indfiniti	89
Tabel 3.8 Penetapan harga <i>Tier 2</i> Indfiniti	90
Tabel 3.9 Penetapan harga <i>Tier 3</i> Indfiniti	91
Tabel 4.1 Tabel Timeline Produksi <i>Prototype Website</i> Indfiniti	99
Tabel 4.2 Tahapan Perancangan <i>Prototype Social Media Content</i> Indfiniti	101
Tabel 4.3 Tabel Hasil <i>User Feedback Form</i> Indfiniti Segmen Produk dan UX	205
Tabel 4.4 Tabel Hasil <i>User Feedback Form</i> Indfiniti Segmen Tampilan	206



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kuesioner <i>Gen Z</i>	9
Gambar 2.2 Kuesioner <i>Gen Z</i>	10
Gambar 2.3 FGD dengan <i>Gen Z</i>	10
Gambar 2.4 <i>Interview</i> dengan @anvelynnngusyenn.....	11
Gambar 2.5 <i>Interview</i> dengan @cardiyass.....	12
Gambar 2.6 Kuesioner Utama Nano & Micro Influencers dengan.....	14
Gambar 2.7 Kuesioner Utama Nano & Micro Influencers dengan (2025).....	18
Gambar 2.8 <i>Business Model Canvas</i> Indfiniti.....	20
Gambar 2.9 Logo Indfiniti	30
Gambar 2.10 Siluet “i-n-d” dalam logomark Indfiniti	31
Gambar 2.11 Rotasi logomark Indfiniti merepresentasikan 24/7	32
Gambar 2.12 Pemilihan warna Indfiniti.....	33
Gambar 2.13 Struktur Perusahaan Indfiniti	33
Gambar 2.14 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan	35
Gambar 3.1 Kerangka <i>Start Up Mad Libs</i>	42
Gambar 3.2 Market Persona Nano Influencer.....	45
Gambar 3.3 Market Persona Micro Influencer	48
Gambar 3.4 Hasil Kuesioner Pre Riset	51
Gambar 3.5 Hasil Kuesioner Pre Riset	51
Gambar 3.6 Hasil Kuesioner Pre Riset	52
Gambar 3.7 Hasil Kuesioner Pre Riset	53
Gambar 3.8 Hasil Kuesioner Pre Riset	54
Gambar 3.9 Hasil Kuesioner Pre Riset	55
Gambar 3.10 Hasil Kuesioner Pre Riset	56
Gambar 3.11 FGD dengan <i>Gen Z</i>	57
Gambar 3.12 <i>Interview</i> dengan @anvelynnngusyenn	59
Gambar 3.13 <i>Interview</i> dengan @cardiyass.....	60
Gambar 3.14 Wawancara dengan @sharon_clau	62
Gambar 3.15 <i>Interview</i> dengan @yohanespratama	63
Gambar 3.16 <i>Brand Positioning Map</i>	66
Gambar 3.17 Tangkapan Layar konten Promosi Organik Seeinfluencer.....	76
Gambar 3.18 Tangkapan Layar <i>Success Story</i> dari pengguna Akademi Creator .	77
Gambar 3.19 Tangkapan Layar <i>Success Story</i> dari pengguna Seeinfluencer	78
Gambar 3.20 Tangkapan Layar Kalimat Persuasif Wis Akademi	79
Gambar 3.21 <i>Screenshot</i> Kalimat Persuasif dan <i>Success Story</i> Akademi Creator	79
Gambar 3.22 <i>Screenshot</i> Promosi <i>Flash Sale</i> Wis Akademi	80
Gambar 3.23 <i>Screenshot Pricing Page</i> Seeinfluencer	81
Gambar 3.24 <i>Screenshot Pricing Page</i> Akademi Creator	82
Gambar 3.25 <i>Screenshot CTA Button</i> dalam situs Akademi Creator dan ...	83
Gambar 3.26 ADPList promotional material	86
Gambar 3.27 Skema Perancangan <i>Design Thinking</i>	92
Gambar 4.1 <i>Mind map</i> Indfiniti	106
Gambar 4.2 <i>Mood Board</i> desain Indfiniti	108

Gambar 4.3 <i>Color Pallete</i> desain Indfiniti.....	110
Gambar 4.4 <i>Font</i> Satoshi oleh Indian Type Foundry.....	111
Gambar 4.5 <i>Font</i> Poppins oleh Ninad Kale & Jonny Pinhorn.....	112
Gambar 4.6 Aset Visual 3D Indfiniti.....	113
Gambar 4.7 Pemetaan <i>Content Plan</i> dengan struktur AISAS.....	114
Gambar 4.8 Bagan User Journey mengacu pada AISAS.....	122
Gambar 4.9 Bagan Marketing Timeline Mei-Juni 2025.....	123
Gambar 4.10 Referensi Ikons.....	125
Gambar 4.11 <i>App Ikon Template</i> oleh andrei x design.....	125
Gambar 4.12 <i>Draft Ikon Health & Beauty</i>	126
Gambar 4.13 <i>Draft Ikon Comedy</i>	126
Gambar 4.14 <i>Draft Varian Ikon Comedy</i>	127
Gambar 4.15 Referensi Maskot.....	128
Gambar 4.16 Sketsa Alternatif Maskot.....	130
Gambar 4.17 <i>Draft Awal Desain Maskot</i>	132
Gambar 4.18 Referensi Gestur Maskot.....	132
Gambar 4.19 Referensi Ekspresi Maskot.....	133
Gambar 4.20 Pemetaan Konten Instagram Indfiniti Bulan Mei-Juni 2025.....	135
Gambar 4.21 Referensi Konten Statis Visual.....	136
Gambar 4.22 Proses <i>Drafting</i> Konten Statis Visual <i>Carousell</i>	136
Gambar 4.23 <i>Draft Konten Statis Visual Carousell</i>	137
Gambar 4.24 <i>Draft Naskah Konten Video Pertama</i>	139
Gambar 4.25 <i>Draft Naskah Konten Video Kedua</i>	140
Gambar 4.26 Referensi QR Code Flyer.....	142
Gambar 4.27 QR Code Feedback Form.....	142
Gambar 4.28 Hasil Desain QR Code Flyer.....	143
Gambar 4.29 Referensi Lanyard Design.....	144
Gambar 4.30 Template ukuran desain dan ketentuan cetak.....	145
Gambar 4.31 Alternatif Desain Lanyard.....	146
Gambar 4.32 Implementasi Desain dalam Template.....	146
Gambar 4.33 Final Design Lanyard Mockup.....	146
Gambar 4.34 Referensi Desain <i>ID Card</i>	147
Gambar 4.35 <i>Draft Awal Desain Alternatif ID Card</i>	148
Gambar 4.36 Revisi Ikon Health & Beauty.....	149
Gambar 4.37 Revisi Ikon Comedy.....	149
Gambar 4.38 Contoh Penerapan <i>Neumorphism</i> dalam elemen.....	151
Gambar 4.39 Alternatif <i>Colorway</i> Minti.....	151
Gambar 4.40 <i>Selected Colorway</i> Minti dan <i>Refinement</i>	152
Gambar 4.41 Supergrafis <i>Flat Design</i> Baru.....	154
Gambar 4.42 <i>Revised Video Based Content Script</i>	155
Gambar 4.43 Referensi <i>ID Card</i>	156
Gambar 4.44 <i>Revised Alternatif Desain ID Card</i>	157
Gambar 4.45 Final Ikons Genre.....	157
Gambar 4.46 Implementasi Final Ikons Genre dalam Komunitas Whatsapp.....	158
Gambar 4.47 Implementasi Final Ikons Genre dalam <i>Website</i>	158
Gambar 4.48 <i>Character Sheet</i> Minti.....	159

Gambar 4.49 Sketsa Gestur dan Ekspresi Minti	160
Gambar 4.50 Finalisasi <i>Gestures & Expression</i>	161
Gambar 4.51 Expression in App Ikon Format & Emoji	161
Gambar 4.52 <i>First Look Post</i> Minti	162
Gambar 4.53 Implementasi Minti dalam desain <i>Pitch Deck</i>	163
Gambar 4.54 Implementasi Minti dalam desain <i>Flyer QR Code</i>	163
Gambar 4.55 Implementasi Minti dalam desain <i>ID Card</i>	164
Gambar 4.56 <i>Final Design ID Card</i>	165
Gambar 4.57 <i>ID Card Mockup</i>	165
Gambar 4.58 Referensi Ikon	167
Gambar 4.59 Alternatif Ikon Komedi	168
Gambar 4.60 Proses revisi ikon komedi hingga desain final	168
Gambar 4.61 Penerapan Ikon dalam page daftar <i>Mentors</i>	169
Gambar 4.62 Penerapan Ikon sebagai foto profil grup <i>niche</i>	169
Gambar 4.63 Alternatif Sketsa COO dan CMO.....	170
Gambar 4.64 Tangkapan Layar AI Proses pembuatan <i>base mascot</i>	171
Gambar 4.65 Final Colorway Minti	172
Gambar 4.66 Diskusi Pemilihan Nama Maskot.....	172
Gambar 4.67 Tangkapan Layar AI Proses pembuatan gestur dan	173
Gambar 4.68 Tangkapan Layar AI Proses pembuatan <i>Flyer QR Code</i>	174
Gambar 4.69 Desain final <i>ID Card</i> untuk Mentor dan Pihak Eksternal	174
Gambar 4.70 Tangkapan Layar proses pengerjaan <i>Banner Form</i>	175
Gambar 4.71 Tangkapan Layar proses pengerjaan desain <i>Lanyard</i>	175
Gambar 4.72 Desain IG <i>Story & Ig Filter</i> dengan implementasi Minti.....	175
Gambar 4.73 Hasil Cetak <i>Merch Keychain</i> Minti	176
Gambar 4.74 Key Visual <i>Static Based Content</i>	177
Gambar 4.75 Tangkapan Layar proses pengerjaan konten <i>feeds</i> kedua	178
Gambar 4.76 Hasil Desain Konten Kedua	179
Gambar 4.77 Post Konten Kedua.....	179
Gambar 4.78 Tangkapan layar proses pengerjaan <i>QnA Story</i>	180
Gambar 4.79 QnA Story sudah diunggah dan <i>Insight</i> dari Audiens.....	181
Gambar 4.80 Desain Instagram <i>Story Promosi Demo Day</i>	182
Gambar 4.81 Desain Instagram <i>Filter Demo Day</i>	182
Gambar 4.82 Instagram <i>Filter Demo Day Mockup Trial</i>	183
Gambar 4.83 <i>Scripting, Shooting, dan Directing</i>	185
Gambar 4.84 Logo Manychat	186
Gambar 4.85 <i>Home Page</i> Manychat yang sudah diintegrasikan dengan	186
Gambar 4.86 Proses <i>Automation DM</i> dari konten	187
Gambar 4.87 Pengaplikasian <i>Automated DM</i> dari <i>Comments</i>	187
Gambar 4.88 Aset untuk desain <i>Flyer</i>	189
Gambar 4.89 Tangkapan Layar Proses pengerjaan <i>Flyer QR Code</i>	189
Gambar 4.90 Desain Final <i>Flyer QR Code</i>	190
Gambar 4.91 Mockup <i>Flyer QR Code</i>	190
Gambar 4.92 <i>Flyer QR Code</i> di <i>Booth Demo Day</i>	191
Gambar 4.93 Tangkapan layar proses pengerjaan desain <i>lanyard</i>	191
Gambar 4.94 Hasil desain <i>lanyard</i> Indfiniti.....	192

Gambar 4.95 Hasil cetak <i>lanyard</i> Indfiniti	192
Gambar 4.96 Desain <i>ID Card</i> dan <i>Grid</i>	193
Gambar 4.97 Mock Up <i>ID Card</i>	193
Gambar 4.98 Hasil Cetak <i>ID Card</i>	194
Gambar 4.99 Logo Craftworks <i>Digital Printing</i>	195
Gambar 4.100 Craftworks Printing <i>Storefront</i>	195
Gambar 4.101 Ragam Jasa Cetak Craftworks Print	196
Gambar 4.102 <i>Rating</i> Toko Extra Cepat Print	197
Gambar 4.103 Revo Print Shop Aniva Gading Serpong	198
Gambar 4.104 Manychat Logo	199
Gambar 4.105 Logo Meta dan Bessemer Venture Partners	199
Gambar 4.106 Fitur Otomasi DM di situs Manychat	200
Gambar 4.107 <i>Prompt</i> fitur otomasi DM dari kolom komentar	201
Gambar 4.108 <i>Insights</i> dari konten dengan otomasi DM	202
Gambar 4.109 <i>Beta Testing Day 1</i>	203
Gambar 4.110 <i>Beta Testing Day 2</i>	204
Gambar 4.111 <i>Merch Sticker</i> dan <i>Keychain</i> Indfiniti	207
Gambar 4.112 Desain <i>Booth</i> Indfiniti	208
Gambar 4.113 Hasil publikasi konten promosi dan implementasi <i>IG Filter</i>	209

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Presentase Turnitin	xxvi
Lampiran 2. MBKM 01: Cover Letter Cluster MBKM.....	xxix
Lampiran 3. MBKM 02: Kartu Identitas Peserta MBKM	xxx
Lampiran 4. MBKM 03: MBKM Daily Task	xxxi
Lampiran 5. MBKM 04: Lembar Verifikasi Laporan MBKM	lxx
Lampiran 6. Surat Penerimaan Cluster MBKM.....	lxxi
Lampiran 7. Surat Selesai Melaksanakan Cluster MBKM	lxxii
Lampiran 8. Transkrip Wawancara.....	lxxiii
Lampiran 9. Dokumentasi Wawancara dengan Sharon Claudia, Kellyn Limas dan Yohanes Pratama.....	lxxix
Lampiran 10. Mindmap Indfiniti.....	lxxxi
Lampiran 11. Hasil Desain Feeds Konten Pertama	lxxxii
Lampiran 12. Hasil Desain ID Card.....	lxxxiv
Lampiran 13. Hasil Desain Lanyard	lxxxiv
Lampiran 14. Character Sheet Minti.....	lxxxv
Lampiran 15. Minti App Ikon Size	lxxxv
Lampiran 16. Expressions and Gesture Minti.....	lxxxvi
Lampiran 17. Minti First Look Post.....	lxxxvii
Lampiran 18. Minti Philosophy	lxxxviii
Lampiran 19. Hasil Desain QR Code Flyer	lxxxix
Lampiran 20. Script Konten Video Kedua Unrevised Ver.	xc
Lampiran 21. Marketing Timeline	xc
Lampiran 22. Pemetaan Strategi Pemasaran berdasarkan Kerangka AISAS	xcii
Lampiran 23. User Marketing Journey	xciii
Lampiran 24. Hasil Kuesioner Pra Riset.....	xciv
Lampiran 25. Hasil Kuesioner Utama.....	xcvii
Lampiran 26. Hasil User Feedback Demo Day	civ
Lampiran 27. Bimbingan dengan Supervisor.....	cx
Lampiran 28. Bimbingan dengan Dedicated Mentor	cx
Lampiran 29. Bimbingan dengan Advisor	cxiii
Lampiran 30. Booth Design Demo Day.....	cxiv
Lampiran 31. Hasil Print Out collateral dan Merch.....	cxv
Lampiran 32. Partisipasi Indfiniti dalam Demo Day	cxvii