

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI APLIKASI CROFELL
SEBAGAI PROJECT MANAGER**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Kayla Zahra Putri Harjanto

00000088970

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI APLIKASI CROFELL
SEBAGAI PROJECT MANAGER**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Kayla Zahra Putri Harjanto

00000088970

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

2025

ii

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Kayla Zahra Putri Harjanto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000088970

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan
Magang/ MBKM*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI APLIKASI CROFELL SEBAGAI PROJECT MANAGER

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, 12 Juni 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

(Kayla Zahra Putri Harjanto)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Cluster MBKM dengan judul

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI APLIKASI CROFELL SEBAGAI PROJECT MANAGER

Oleh

Nama Lengkap : Kayla Zahra Putri Harjanto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000088970

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



Vania Hefira, S.Ds., M.M.
0317099801/ 100021

Penguji



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

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Kayla Zahra Putri Harjanto
Nomor Induk Mahasiswa : 00000088970
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
APLIKASI CROFELL SEBAGAI PROJECT
MANAGER

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, 12 Juni 2025



(Kayla Zahra Putri Harjanto)

* 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

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT, karena telah memberi penulis kemudahan dalam menyelesaikan laporan cluster MBKM Kewirausahaan dengan Judul “Perancangan Media Promosi Aplikasi “Crofell”. Laporan ini ditulis sebagai syarat kelulusan MBKM cluster Kewirausahaan dengan harapan komunitas *Crochet* dapat berkembang, khususnya di Indonesia. Tanpa adanya bantuan dari pihak-pihak terkait, tentunya sulit bagi penulis untuk menyelesaikan proposal ini tepat waktu.

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, 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. Vania Hefira, S.Ds., M.M., selaku advisor yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya MBKM Kewirausahaan ini.
5. Hoky Nanda, S.M., selaku supervisor yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya MBKM Kewirausahaan ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan MBKM Kewirausahaan ini.
7. Anggota tim yang telah menyelesaikan project ini sehingga terselesainya MBKM Kewirausahaan ini

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi referensi serta bermanfaat untuk kedepannya

Tangerang, 12 Juni 2025


(Kayla Zahra Putri Harjanto)

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI APLIKASI CROFELL SEBAGAI PROJECT MANAGER

(Kayla Zahra Putri Harjanto)

ABSTRAK

Di tahun 2020, popularitas *crochet* mengalami perkembangan pesat seiring dengan berkembangnya internet di era pandemi Covid-19, melesatnya perkembangannya *crochet* ini juga ditandai dengan banyaknya komunitas merajut online dikarenakan banyak orang yang menjadikan *crochet* sebagai hobi untuk mengisi waktu luang. Perspektif *crochet* pun mengalami pergeseran dari yang awalnya terkesan kuno serta kurang populer, terutama bagi generasi muda, menjadi populer dikarenakan banyaknya brand fashion yang mengeluarkan koleksi khusus *crochet*. Hal ini juga membelokkan stigma terkait *crochet* menjadi genderless, yaitu *crochet* tidak hanya ditujukan untuk Perempuan, namun juga laki-laki. Namun, banyak dari para *crocheters* merasa kesulitan dalam proses berkarya karena tidak adanya aplikasi yang menyatukan para komunitas dalam satu wadah untuk berinteraksi dan menjadi sumber pattern-pattern. Dari analisa masalah ini, terbentuk ide bisnis berupa aplikasi yang dapat mewadahi para *crocheters* dalam berkarya, yaitu “Crofell”. Metode perancangan yang digunakan adalah metode kuantitatif serta kualitatif pada remaja akhir usia 18-25 tahun di Jabodetabek. Dalam mengembangkan ide bisnis, penulis menerapkan teori Design Thinking.

Kata kunci: *Crochet*, Remaja, Aplikasi



DESIGNING PROMOTIONAL MEDIA FOR CROFELL

APPLICATION AS A PROJECT MANAGER

(Kayla Zahra Putri Harjanto)

ABSTRACT (English)

In 2020, the popularity of crochet has experienced a rapid growth during the Covid-19 pandemic. This crochet popularity was also marked by numerous online crochet communities, as many people turned crochet as their hobby. Because of this, the perspective on crochet shifted from being seen as outdated and unpopular among younger generations, to becoming a trend due to the fashion brands releasing special crochet collections. This shift also shifted the stigma about crochet from being targeted to women only, and now turned into a genderless activity and was no longer perceived as exclusive to only one gender. However, many crocheters face challenges in their creative process, it happens due to the lack of an application that unites these communities in one platform for interaction and as a pattern resources. Based on the analysis of this issue, the business idea for an application called "Crofell" was developed. The design methodology in this study is applied both quantitative and qualitatively, focusing on young adults aged 18-25 in Jabodetabek. In developing this business idea, author used the Design Thinking theory.

Keywords: Crochet, Teenager, Application



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT (English)</i>.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
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	3
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
BAB II PEMBENTUKAN IDE BISNIS.....	7
2.1 Validasi Ide Bisnis.....	7
2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis	7
2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis.....	10
2.2 <i>Business Model Canvas</i>	13
2.3 Deskripsi Perusahaan	17
2.3.1 Visi dan Misi	18
2.3.2 Logo	18
2.4 Struktur Perusahaan	19
2.5 Alur Kerja Perusahaan	21
2.6 Analisis Kelayakan Usaha	25
BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION	29
3.1 <i>Market Research Validation</i>	29

3.1.1 <i>Segmentation, Targetting, Positioning</i>	29
3.1.2 <i>Market Persona</i>	31
3.2 Metode Pegumpulan Data Ide Bisnis	33
3.2.1 Metode Pengumpulan Data Kualitatif	33
3.2.2 Pengumpulan Data Kuantitatif.....	35
3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor	35
3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi	39
3.4.1 Studi Kompetitor.....	40
3.4.2 Studi Referensi	42
3.5 Penetapan Harga Produk/Jasa	46
3.6 Metode Perancangan Produk/Jasa.....	49
BAB IV PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA	51
4.1 <i>Timeline</i> dan Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa.....	51
4.2 Uraian Perancangan Prototype Produk/Jasa.....	54
4.2.1 Perancangan <i>Brief Prototype</i> Produk/Jasa.....	54
4.2.2 <i>Mindmapping & Brainstorming</i>	55
4.2.3 <i>Moodboard, Imageboard, App Reference, Stylescape</i>	56
4.2.4 Perancangan Desain.....	59
4.2.5 <i>Draf</i> Desain	65
4.2.6 Revisi	66
4.2.7 Finalisasi.....	67
4.3 Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa	73
4.3.1 Proyek 1: Perancangan <i>Strategic Communication</i>	74
4.3.1.1 <i>Project Distribution</i>	74
4.3.1.2 <i>Marketing Strategy</i>	78
4.3.2 Proyek 2: Perancangan Visualisasi Media <i>Marketing</i>	85
4.3.2.1 “Instagram” <i>Feeds</i>	86
4.3.2.2 “Instagram” <i>Story</i>	93
4.3.2.3 “Instagram” <i>Reels</i>	98
4.3.2.4 “Instagram” <i>Filter</i>	102
4.3.3 Proyek 3: Perancangan <i>Booth Brand</i> “Crofell”	104
4.4 Penentuan Vendor <i>Prototype</i> Produk /Jasa	110

4.5 Hasil Ujicoba <i>Prototype</i> Produk/Jasa	112
4.6 Kendala yang Ditemukan	115
4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	116
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	118
5.1 Simpulan	118
5.2 Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	cxxi
LAMPIRAN	cxxiii



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM	4
Tabel 2.1 Tabel Hasil Kuesioner terkait Kendala <i>Crocheting</i>	8
Tabel 2.2 Tabel Hasil kuesioner responden tertarik media.....	8
Tabel 2.3 Tabel Perhitungan Modal Awal “Crofell”	24
Tabel 2.4 Tabel Perhitungan Harga Pokok Produksi “Crofell”	24
Tabel 2.5 Tabel Perhitungan Harga <i>Subscription</i> “Crofell”	24
Tabel 3.1 Tabel Segementasi “Crofell”	27
Tabel 3.2 Tabel Targeting “Crofell”	28
Tabel 3.3 Tabel Perbandingan Kompetitor (Positioning)	33
Tabel 3.4 Tabel Perbandingan Kompetitor (Fitur).....	35
Tabel 3.5 Tabel Analisa SWOT “Ribblr”	38
Tabel 3.6 Tabel Benchmarking Harga Kompetitor.....	40
Tabel 4.1 Tabel Timeline Produksi Prototype Aplikasi “Crofell”	46
Tabel 4.2 Tabel Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Aplikasi “Crofell”	47
Tabel 4.3 Tabel AISAS Aplikasi “Crofell”.....	74
Tabel 4.4 Tabel Customer Journey Aplikasi “Crofell”.....	77
Tabel 4.5 Tabel Pricelist “Spectrum Printing”.....	110
Tabel 4.6 Tabel Pricelist “MAXI Print Shop”	111
Tabel 4.7 Tabel Pricelist “Xpress Print”	111
Tabel 4.8 Tabel Pricelist “Pigma”	112
Tabel 4.9 Tabel Data Diri Responden.....	112
Tabel 4.10 Tabel Jawaban Responden terkait Isi Konten.....	113
Tabel 4.11 Tabel Jawaban Responden terkait Ilustrasi Visual	113
Tabel 4.12 Tabel Jawaban Responden terkait Fitur 3D	114
Tabel 4.13 Tabel Jawaban Responden terkait Fitur AR	114
Tabel 4.14 Tabel Jawaban Responden terkait UI.....	115

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Referensi <i>3D Model</i>	10
Gambar 2.2 Contoh Referensi AR	11
Gambar 2.3 Contoh Referensi <i>Stitch & Row</i>	11
Gambar 2.4 Contoh Referensi Media Sosial.....	14
Gambar 2.5 Contoh Referensi Konten Edukasi	12
Gambar 2.6 Gambar Business Model <i>Canvas</i>	13
Gambar 2.7 Logo Perusahaan "Crofell"	18
Gambar 2.8 Struktur perusahaan "Crofell"	18
Gambar 2.9 Alur Kerja Perusahaan "Crofell" bagian <i>Project Manager</i>	21
Gambar 2.10 Alur Kerja Perusahaan "Crofell" bagian <i>Creative Director</i>	21
Gambar 2.11 Alur Kerja Perusahaan "Crofell" bagian <i>Art Director</i>	22
Gambar 2.12 Alur Kerja Perusahaan "Crofell" bagian <i>Technical Artist</i>	23
Gambar 3.1 <i>Target Market Persona</i> "Crofell" (1)	30
Gambar 3.2 <i>Target Market Persona</i> "Crofell" (2)	34
Gambar 3.3 <i>Brand Positioning Map</i>	35
Gambar 3.4 Aplikasi "Ribblr"	39
Gambar 3.5 UI Aplikasi "Ribblr"	40
Gambar 3.6 Studi Referensi Media Promosi "Canva"	40
Gambar 3.7 Profile "Instagram" "Canva"	42
Gambar 3.8 "Instagram" <i>story</i> "Canva".....	43
Gambar 3.9 "Instagram" <i>feeds</i> "Canva"	44
Gambar 3.10 <i>Tutorial Video</i> "Youtube" "Canva"	44
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i> "Crofell".....	49
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i> "Crofell"	50
Gambar 4.3 Referensi Gaya Visual "Crofell".....	51
Gambar 4.4 Referensi Aplikasi "Crofell"	52
Gambar 4.5 <i>Stylescape</i> "Crofell"	52
Gambar 4.6 <i>Information Architecture</i> "Crofell".....	54
Gambar 4.7 <i>User Flow</i>	55
Gambar 4.8 <i>Intro</i> Aplikasi "Crofell"	56
Gambar 4.9 <i>Landing Page</i> "Crofell" (1).....	56
Gambar 4.10 <i>Landing Page</i> "Crofell" (2).....	58
Gambar 4.11 <i>Section Change Password</i>	57
Gambar 4.12 <i>Fitur Board</i> Utama "Crofell"	58
Gambar 4.13 <i>Fitur Board</i>	58
Gambar 4.14 <i>Low Fidelity</i> "Crofell"	59
Gambar 4.15 <i>Mid-Fidelity</i> "Crofell"	60
Gambar 4.16 Revisi <i>Onboarding Page</i> "Crofell"	61
Gambar 4.17 <i>Section splash screen, landing page, serta onboarding</i>	63
Gambar 4.18 <i>Section login as a guest dan forget password</i>	63
Gambar 4.19 <i>Section board</i> "Crofell".....	63

Gambar 4.20 <i>Board Features</i> “Crofell”	64
Gambar 4.21 <i>3D Preview Crochet</i>	64
Gambar 4.22 <i>AR Preview Crochet</i>	65
Gambar 4.23 <i>Video Tutorial Crochet</i>	65
Gambar 4.24 <i>Fitur Stich and Row Counter (Saved)</i>	66
Gambar 4.25 <i>Step by Step Tutorial</i> “Crofell”	66
Gambar 4.26 <i>Profile User</i> “Crofell”	67
Gambar 4.27 <i>Roadmap tim</i> “Crofell”	69
Gambar 4.28 <i>Bagan PESO dalam Strategi Marketing</i> “Crofell”	69
Gambar 4.29 <i>Customer Journey aplikasi</i> “Crofell”	75
Gambar 4.29 <i>Feeds “Instagram” Official “Crofell” (@crofellows_)</i>	78
Gambar 4.30 <i>Referensi Feeds</i> “Crofell”	79
Gambar 4.31 <i>Definisi Umum terkait Crochet dalam Feeds</i> “Crofell”	80
Gambar 4.32 <i>Feeds terkait Perbedaan Crochet dengan Knitting</i>	80
Gambar 4.33 <i>Feeds tentang Pematahan Stigma Crochet</i>	81
Gambar 4.34 <i>Pengenalan Perlengkapan Crochet dalam Feeds</i> “Crofell”	82
Gambar 4.35 <i>Pengenalan Maskot dalam “Instagram” feeds</i> “Crofell”	82
Gambar 4.36 <i>Pengenalan Maskot dalam “Instagram” feeds</i> “Crofell”	83
Gambar 4.37 <i>Pengenalan Pattern dalam “Instagram” feeds</i> “Crofell”	84
Gambar 4.38 <i>Proses Perancangan Feeds</i> “Crofell”	84
Gambar 4.39 <i>Referensi Konten “Instagram” Story</i> “Crofell”	85
Gambar 4.40 <i>What’s Your Mood Today “Instagram” Story</i> “Crofell”	86
Gambar 4.41 <i>Would You Rather dalam “Instagram” Story</i> “Crofell”	87
Gambar 4.42 <i>Referensi Bingo “Instagram” Story</i> “Crofell”	87
Gambar 4.43 <i>Bingo dalam “Instagram” Story</i> “Crofell”	88
Gambar 4.44 <i>Referensi True or False “Instagram” Story</i> “Crofell”	88
Gambar 4.45 <i>True or False dalam “Instagram” Story</i> “Crofell”	89
Gambar 4.46 <i>Proses Perancangan Story “Instagram”</i>	90
Gambar 4.47 <i>Referensi “Instagram” Reels</i> “Crofell”	91
Gambar 4.48 <i>Pause Game dalam Reels</i> “Crofell”	92
Gambar 4.49 <i>Preview Final Pattern dalam Reels</i> “Crofell”	93
Gambar 4.50 <i>Proses Pembuatan Reels</i>	94
Gambar 4.51 <i>Referensi “Instagram” Filter</i> “Crofell”	94
Gambar 4.52 <i>“Instagram” Filter</i> “Crofell”	95
Gambar 4.53 <i>Proses Pembuatan Filter</i>	96
Gambar 4.54 <i>Referensi booth</i> “Crofell”	97
Gambar 4.55 <i>Sketsa Komprehensif Booth</i> “Crofell”	97
Gambar 4.56 <i>Realisasi Booth</i> “Crofell”	98
Gambar 4.57 <i>X-Banner</i> “Crofell”	100
Gambar 4.58 <i>Freebies Art Print (A6)</i>	101
Gambar 4.59 <i>QR Code (A6)</i>	102

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Presentase Turnitin.....	cxxiii
Lampiran MBKM 01: Cover Letter Cluster MBKM.....	cxxiv
Lampiran MBKM 02: Kartu Identitas Peserta MBKM	cxxv
Lampiran MBKM 03: MBKM Daily Task	cxxvi
Lampiran MBKM 04: Lembar Verifikasi Laporan MBKM.....	cxliii
Lampiran Surat Penerimaan Cluster MBKM.....	cxliv
Lampiran Surat Selesai Melaksanakan Cluster MBKM	cxlv
Lampiran Karya Cluster MBKM Kewirausahaan	xi

