

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK
APLIKASI WEESATA CLUSTER KEWIRAUSAHAAN**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Cindi Natalie

00000065072

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

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK
APLIKASI WEESATA CLUSTER KEWIRAUSAHAAN**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**Cindi Natalie
00000065072**

**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 : Cindi Natalie

Nomor Induk Mahasiswa : 00000065072

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK APLIKASI WISATA

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



(Cindi Natalie)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Cluster MBKM dengan judul
PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK APLIKASI WEESATA

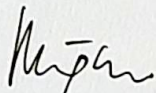
Oleh

Nama Lengkap : Cindi Natalie
Nomor Induk Mahasiswa : 00000065072
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

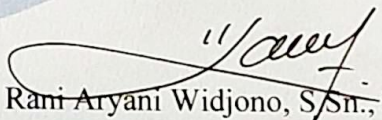
Telah diujikan pada hari Kamis, 12 Juni 2025
Pukul 10.30 s.d. 11.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

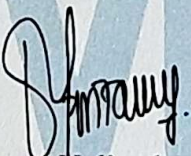
Pembimbing


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

Penguji


Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.
0310019201/ 023987

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Cindi Natalie

Nomor Induk Mahasiswa : 00000065072

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Jenjang : D3/ S1/ S2

Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN MEDIA PROMOSI
UNTUK APLIKASI WEESATA**

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



(Cindi Natalie)

* 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 kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat- Nya, laporan Cluster MBKM yang berjudul “PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK APLIKASI WEESATA” dapat diselesaikan dengan baik tanpa adanya halangan. Laporan ini disusun sebagai bentuk tanggung jawab akademik berserta menjadi acuan referensi penelitian untuk pengembangan ide bisnis dalam kategori pariwisata.

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. 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. Mariska Legia, S.Ds, M.B.A., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya laporan MBKM Kewirausahaan ini.
5. Michelle Greysianti, selaku Pembimbing eksternal dari Skyatars Ventures yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya laporan MBKM Kewirausahaan ini.
6. Hoky Nanda, selaku Pembimbing eksternal dari Skyatars Ventures yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya laporan MBKM Kewirausahaan ini.
7. Anggota tim, sebagai rekan dalam pembuatan ide bisnis beserta pengembangannya perancangan aplikasi Weesata
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas laporan MBKM Kewirausahaan ini.

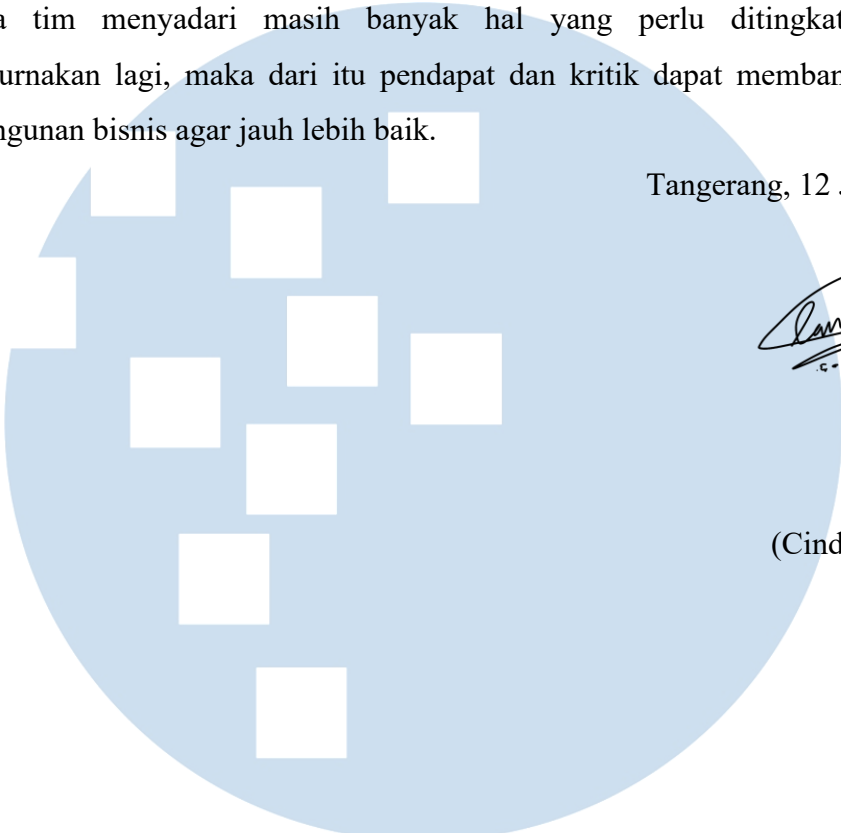
Penulis berharap dari penyusunan laporan Cluster MBKM ini dapat menjadi referensi serta inspirasi dalam memberikan wawasan mengenai pembuatan ide

bisnis dan dan juga pengembangan ide bisnis yang berkelanjutan. Penulis beserta anggota tim menyadari masih banyak hal yang perlu ditingkatkan dan disempurnakan lagi, maka dari itu pendapat dan kritik dapat membantu dalam pembangunan bisnis agar jauh lebih baik.

Tangerang, 12 Juni 2025



(Cindi Natalie)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN MEDIA INFORMASI UNTUK

APLIKASI WEESATA

(Cindi Natalie)

ABSTRAK

Adanya peningkatan aktivitas perjalanan pada tahun 2023, dapat menjadi dorongan dalam mengembangkan bisnis dalam kategori pariwisata. Dari permasalahan yang didapatkan, banyak tantangan yang dialami oleh *traveler* seperti menyusun perencanaan perjalanan, menemukan destinasi wisata, penyusunan anggaran, mengatur jadwal dan lainnya. Dengan begitu penulis beserta anggota tim menghadirkan aplikasi Weesata sebagai solusi yang bertujuan untuk membantu para *traveler* dalam merencanakan perjalanan agar lebih mudah dan efisien. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur seperti perencanaan *itinerary* secara kolaboratif, penyusunan anggaran perjalanan, transportasi, dan *smart listing*. Penelitian ini dibuat untuk menganalisis kebutuhan target market dan juga untuk mengembangkan bisnis aplikasi Weesata. Pendekatan yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu metode kualitatif dan kuantitatif, dalam metode kualitatif dilakukan FGD (*Focus Group Discussion*) dan sementara itu metode kuantitatif dilakukan survei melalui kuesioner. Dari hasil pengumpulan data tersebut diperoleh informasi lalu diolah untuk menjadi landasan dalam merancang fitur serta strategi visual promosi yang lebih efektif. Dengan didasarkan teori Robin Landa yang dapat membantu membuat tampilan aplikasi dan promosi secara konseptual dan menarik agar dapat menciptakan komunikasi visual yang kuat dalam menarik target audiens. Dengan adanya kehadiran fitur-fitur aplikasi yang inovatif, penulis beserta anggota tim berharap agar pengguna dapat melakukan perjalanan tanpa mengalami kesulitan untuk kedepannya.

Kata kunci: perjalanan, *itinerary*, destinasi, aplikasi

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

DESIGN PROMOTIONAL MEDIA FOR WEESATA

APPLICATION

(Cindi Natalie)

ABSTRACT (English)

The increase in travel activity in 2023 can be an encouragement to develop a business in the tourism category. From the problems obtained, there are many challenges experienced by travelers such as planning a trip, finding tourist destinations, preparing a budget, arranging schedules and others. Thus, the author and team members present the Weesata application as a solution that aims to help travelers plan their trips more easily and efficiently. This application provides various features such as collaborative itinerary planning, preparing a travel budget, transportation, and smart listing. This study was conducted to analyze the needs of the target market and also to develop the Weesata application business. The approach used in data collection is the qualitative and quantitative methods, in the qualitative method FGD (Focus Group Discussion) is carried out and meanwhile the quantitative method is a survey through a questionnaire. From the results of the data collection, information is obtained and then processed to become a basis for designing more effective visual promotional features and strategies. Based on Robin Landa's theory which can help create a conceptual and attractive application and promotion display in order to create strong visual communication in attracting the target audience. With the presence of innovative application features, the author and team members hope that users can travel without experiencing difficulties in the future.

Keywords: travelling, itinerary, destination, application

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

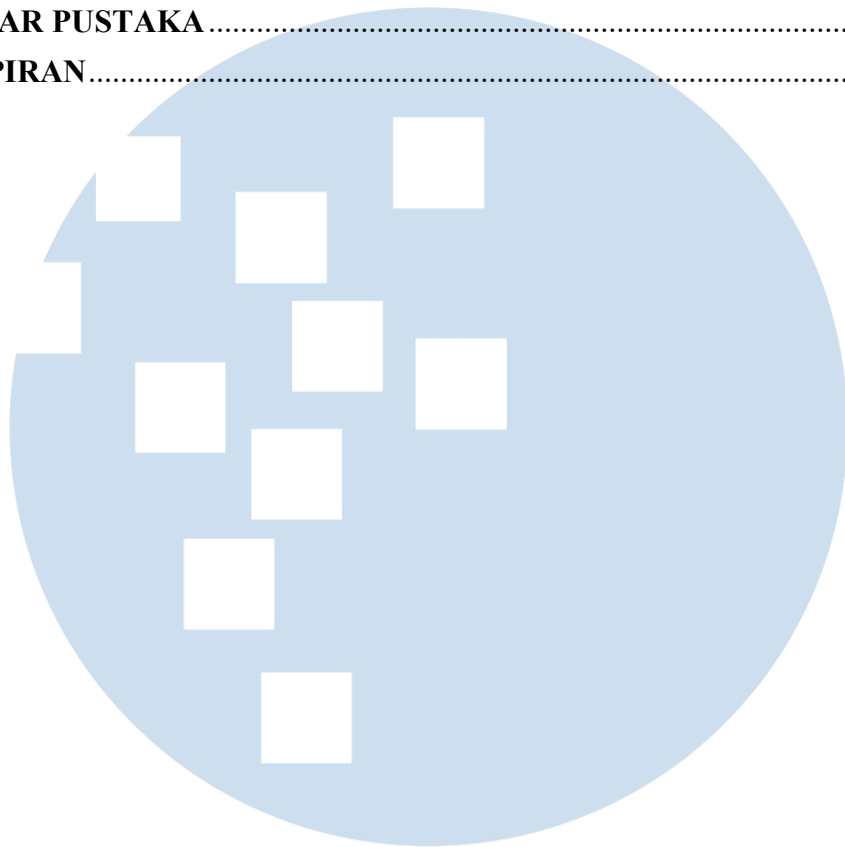
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan.....	1
1.2 Rumusan Masalah MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan	3
1.3 Batasan Masalah MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan	3
1.4 Maksud dan Tujuan MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan	4
1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan.....	4
1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan	5
2.1 Validasi Ide Bisnis.....	8
2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis.....	8
2.1.1.1 UI/UX.....	9
2.1.1.2 Fitur.....	9
2.1.1.3 Platform	10
2.1.1.4 Monetisasi	10
2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis.....	11
2.1.2.1 UI/UX Aplikasi Weesata	11
2.1.2.2 Fitur Aplikasi Weesata.....	12
2.1.2.3 Platform Aplikasi Weesata	13
2.1.2.4 Monetisasi Aplikasi Weesata	13
2.2 <i>Business Model Canvas</i>	14

2.3 Deskripsi Perusahaan	17
2.4 Struktur Perusahaan	20
2.5 Alur Kerja Perusahaan	21
2.6 Analisis Kelayakan Usaha	22
BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION	26
3.1 <i>Market Research Validation</i>	26
3.1.1 <i>Segmentation, Targetting, Positioning</i>	26
3.1.2 <i>Market Persona</i>	29
3.2 Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis	31
3.2.1 Metode Pengumpulan Data Kualitatif	31
3.2.2 Pengumpulan Data Kuantitatif	33
3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor	35
3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi	36
3.4.1 Studi Eksisting	36
3.4.2 Studi Referensi	37
3.5 Penetapan Harga Produk/Jasa	38
3.6 Metode Perancangan Produk/Jasa	39
BAB IV PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA	41
4.1 Timeline dan Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa	41
4.2 Uraian Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa	45
4.2.1 Perancangan <i>Brief Prototype</i> Produk/Jasa	46
4.2.2 <i>Mindmapping Brainstorming</i>	46
4.2.3 <i>Moodboard</i>	47
4.2.4 Perancangan Desain	49
4.2.4.1 <i>Brand Identity</i>	49
4.2.4.2 <i>User Interface Design dan User Experience Design</i>	54
4.2.4.3 Desain Media Promosi	68
4.2.5 <i>Draft Desain</i>	72
4.2.5.1 Ikon Aplikasi	72
4.2.5.2 <i>Button</i>	73
4.2.5.3 <i>Low Fidelity</i>	74
4.2.5.4 <i>Illustration</i>	75

4.2.6 Revisi	77
4.2.6.1 <i>Brand Identity</i>	77
4.2.6.2 Ilustrasi/Aset.....	78
4.2.6.3 Media Promosi.....	79
4.2.6.4 <i>UI (User Interface) Weesata</i>	80
4.2.7 Finalisasi.....	82
4.3 Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa	83
4.3.1 Proyek 1: Perancangan Desain Instagram <i>Story</i>	83
4.3.2 Proyek 2: Perancangan Desain <i>Feeds</i> Instagram.....	88
4.3.3 Proyek 3: Perancangan Konten Video	91
4.3.4 Proyek 4: Perancangan Desain <i>Flyer</i>	94
4.3.5 Proyek 5: Perancangan Desain <i>Banner</i>	97
4.3.5 Proyek 6: Perancangan Desain Iklan pada Aplikasi	99
4.3.5 Proyek 7: Perancangan Desain <i>Highlight</i> Instagram	102
4.4 Penentuan Vendor <i>Prototype</i> Produk /Jasa	104
4.4.1 Integrasi <i>AI BotPress</i>	104
4.4.2 <i>Midtrans Payment Gateway</i>	105
4.4.3 <i>Media Collateral & Merchandise Weesata</i>	105
4.4.3.1 <i>Landyard Weesata</i>	106
4.4.3.2 <i>Flyer & Stiker Weesata</i>	107
4.4.3.3 <i>Kaos Weesata</i>	107
4.4.3.4 <i>Photocard</i>	108
4.4.3.5 <i>Pin Weesata</i>	110
4.5 Hasil Ujicoba <i>Prototype</i> Produk/Jasa	111
4.5.1 <i>Cluster Desain Interface Weesata</i>	112
4.5.2 <i>Cluster Navigasi Aplikasi Weesata</i>	114
4.5.3 <i>Cluster Pengalaman Pengguna terhadap aplikasi (UX)</i>	115
4.5.4 <i>Cluster Fitur dan Fungsional</i>	116
4.6 Kendala yang Ditemukan	119
4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	120
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	122
5.1 Simpulan	122

5.2 Saran	123
DAFTAR PUSTAKA.....	xviiixviii
LAMPIRAN.....	xx



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 2 Tabel <i>Timeline</i> Kerja Kewirausahaan	6
Tabel 3. 1 Tabel Segmentasi, <i>Targetting</i> , dan <i>Posioting</i>	26
Tabel 3. 2 Tabel <i>Targeting</i> Aplikasi Weesata.....	27
Tabel 3. 3 Perbandingan Kompetitor	36
Tabel 3. 4 Tabel Analisa SWOT	36
Table 4. 1Tabel Timeline Produksi <i>Prototype</i> Produk/Jasa.....	41
Table 4. 2Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa	42
Table 4. 3 Tabel <i>Cluster</i> Desain <i>Interface</i> Weesata.....	112
Table 4. 4 Tabel <i>Cluster</i> Navigasi Aplikasi Weesata	114
Table 4. 5 Tabel <i>Cluster</i> Pengalaman Pengguna terhadap Aplikasi (<i>UX</i>)	115
Table 4. 6 Tabel <i>Cluster</i> Fitur dan Fungsional	117



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 BMC (<i>Business Model Canvas</i>)	14
Gambar 2. 2 Logo <i>Primary</i> WeTravel	18
Gambar 2. 3 Logo <i>Secondary</i> WeTravel.....	18
Gambar 2. 4 Logo <i>Primary</i> Weesata	19
Gambar 2. 5 Logo <i>Secondary</i> Weesata	20
Gambar 2. 6 Bagan Struktur Perusahaan	20
Gambar 2. 7 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan	22
Gambar 2. 8 Tabel Pengeluaran Weesata	23
Gambar 2. 9 Tabel Pendapatan Weesata.....	24
Gambar 2. 10 Tabel Layanan/Unit Pendapatan Weesata.....	25
Gambar 3. 1 Target Market Persona Pertama	29
Gambar 3. 2 Target Market Persona Kedua.....	30
Gambar 3. 3 FGD (<i>Focus Group Discussion</i>)	31
Gambar 3. 4 <i>Brand Positioning Map</i>	35
Gambar 3. 5 Poster Iklan Pocari Sweat.....	38
Gambar 3. 6 Metode Perancangan Menurut Robin Landa.....	39
Gambar 4. 1 <i>Mindmap</i> Weesata	47
Gambar 4. 2 <i>Moodboard</i> Weesata	48
Gambar 4. 3 Referensi Weesata	48
Gambar 4. 4 Pilihan Font	49
Gambar 4. 5 Kumpulan Referensi Logo	50
Gambar 4. 6 Sketsa Logo	50
Gambar 4. 7 Visual Sketsa Logo.....	51
Gambar 4. 8 Logo Primer Weesata	52
Gambar 4. 9 Logo Sekunder Weesata.....	52
Gambar 4. 10 <i>Supergraphic</i> Weesata <i>Fill</i>	53
Gambar 4. 11 <i>Supergraphic</i> Weesata <i>Outline</i>	53
Gambar 4. 12 IA Aplikasi Weesata.....	54
Gambar 4. 13 <i>Persona</i> Weesata	55
Gambar 4. 14 <i>User Journey</i> Kedua.....	56
Gambar 4. 15 Tampilan <i>Onboarding</i>	57
Gambar 4. 16 Tampilan <i>Log In</i> dan <i>Sign In</i>	57
Gambar 4. 17 Tampilan Homepage	58
Gambar 4. 18 Tampilan Awal Fitur <i>Itinerary</i>	59
Gambar 4. 19 Tampilan Fitur <i>Itinerary Single</i>	60
Gambar 4. 20 Tampilan Fitur <i>Itinerary Collaboration</i>	60
Gambar 4. 21 Tampilan Fitur <i>Itinerary Package</i>	61
Gambar 4. 22 Tampilan Fitur Destinasi	62
Gambar 4. 23 Tampilan Fitur <i>Ongoing Trip</i>	62
Gambar 4. 24 Tampilan Fitur <i>Budget</i>	63
Gambar 4. 25 Tampilan Fitur <i>List Item</i>	64

Gambar 4. 26 Tampilan Fitur Akomodasi	64
Gambar 4. 27 Tampilan Fitur Transportasi.....	65
Gambar 4. 28 Tampilan Fitur <i>Journal</i>	66
Gambar 4. 29 Tampilan Fitur <i>Setting</i>	66
Gambar 4. 30 Tampilan Fitur <i>Friends</i>	67
Gambar 4. 31 Tampilan Fitur <i>History</i>	67
Gambar 4. 32 Tampilan Fitur Promo & <i>Voucher</i>	68
Gambar 4. 33 Tampilan Fitur <i>Save/Simpan</i>	68
Gambar 4. 34 Desain Instagram <i>Story</i> Weesata.....	69
Gambar 4. 35 Desain <i>Feeds</i> Instagram Weesata.....	70
Gambar 4. 36 Konten Video Weesata.....	71
Gambar 4. 37 Desain <i>Flyer</i> Weesata.....	71
Gambar 4. 38 Desain <i>Banner</i> Weesata	72
Gambar 4. 39 Ikon Aplikasi Weesata	73
Gambar 4. 40 <i>Button</i> Aplikasi Weesata	73
Gambar 4. 41 <i>Low Fidelity</i> Aplikasi.....	74
Gambar 4. 42 Aset Desain Weesata.....	76
Gambar 4. 43 Maskot Weesata	77
Gambar 4. 44 Revisi Logo dan <i>Supergraphic</i>	78
Gambar 4. 45 Revisi Aset Desain	78
Gambar 4. 46 Revisi <i>Highlight</i> Instagram	79
Gambar 4. 47 Revisi <i>Banner</i>	80
Gambar 4. 48 Revisi <i>Checkbox</i>	81
Gambar 4. 49 Revisi <i>Navigation bar</i>	81
Gambar 4. 50 Revisi Kesalahan Ketik	82
Gambar 4. 51 Finalisasi Aplikasi.....	83
Gambar 4. 52 Referensi <i>Layout</i> dan Tampilan Desain	84
Gambar 4. 53 Sketsa Format <i>Layout</i> dan Tampilan Desain.....	84
Gambar 4. 54 Instagram <i>Story Polling</i>	85
Gambar 4. 55 Sketsa Instagram <i>Story Polling</i>	85
Gambar 4. 56 Instagram <i>Story Bingo!</i>	86
Gambar 4. 57 <i>Why Choose Weesata</i>	87
Gambar 4. 58 Desain “Apa itu Weesata”.....	88
Gambar 4. 59 Desain <i>Quiz Session</i>	89
Gambar 4. 60 Desain Teka-Teki Silang.....	90
Gambar 4. 61 Desain Tebak Destinasi	91
Gambar 4. 62 Konten Video Pertama	92
Gambar 4. 63 Konten Video Kedua.....	93
Gambar 4. 64 Konten Video Ketiga.....	94
Gambar 4. 65 Desain <i>Flyer</i> Weesata.....	95
Gambar 4. 66 Sketsa <i>Flyer</i> Weesata	96
Gambar 4. 67 Desain <i>Banner</i> Weesata	97
Gambar 4. 68 Referensi <i>Banner</i>	97

Gambar 4. 69 Sketsa <i>Banner</i>	98
Gambar 4. 70 Iklan Aplikasi Pertama.....	99
Gambar 4. 71 Referensi Iklan Aplikasi Pertama.....	99
Gambar 4. 72 Sketsa Kasar Iklan Aplikasi Pertama	100
Gambar 4. 73 Iklan Aplikasi Kedua.....	100
Gambar 4. 74 Referensi Iklan Aplikasi Kedua	101
Gambar 4. 75 Sketsa Kasar Iklan Aplikasi Kedua	101
Gambar 4. 76 Referensi <i>Highlight Instagram Story</i>	102
Gambar 4. 77 Sketsa <i>Highlight Instagram Story</i>	103
Gambar 4. 78 Desain <i>Highlight Instagram Story</i>	104
Gambar 4. 79 Integrasi <i>BotPress</i>	104
Gambar 4. 80 <i>Midtrans Payment</i>	105
Gambar 4. 81 <i>Landyard Weesata</i>	106
Gambar 4. 82 <i>E-Commerce Landyard</i>	106
Gambar 4. 83 Stiker Weesata.....	107
Gambar 4. 84 Toko Revo <i>Print Shop</i>	107
Gambar 4. 85 Kaos Weesata	108
Gambar 4. 86 Toko Kaosforme.....	108
Gambar 4. 87 <i>Photocard</i> Versi Pertama	109
Gambar 4. 88 <i>Photocard</i> Versi Kedua	109
Gambar 4. 89 Toko Unnies	110
Gambar 4. 90 Pin Weesata	110
Gambar 4. 91 Toko Pinqubandung	111
Gambar 4. 92 Ujicoba Prototype.....	111



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Persentase Turnitin.....	xx
Lampiran 2. MBKM 01: <i>Cover Latter Cluster</i> MBKM Kewirausahaan.....	xxi
Lampiran 3. MBKM 02: Kartu Identitas Peserta MBKM	xxii
Lampiran 4. MBKM 03: <i>Daily Task</i> MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan.....	xxiii
Lampiran 5. MBKM 04: Lembar Verivikasi Laporan MBKM	xliii
Lampiran 6. Surat Penerimaann <i>Cluster</i> MBKM	xliv
Lampiran 7. Surat Selesai Melaksanakan <i>Cluster</i> MBKM.....	xlvi
Lampiran 8. Lampiran Pitchdeck Weesatsa.....	xlvi
Lampiran 9. FGD (<i>Focus Group Disscussion</i>).....	xlix
Lampiran 10. Lampiran Hasil Kuesioner.....	liii

