

**PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* UNTUK *BRAND*
WEESATA DAN PT WETRAVEL INDONESIA**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Verencia Euginia

00000065174

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

**PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* UNTUK *BRAND*
WEESATA DAN PT WETRAVEL INDONESIA**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

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

Verencia Euginia

00000065174

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 : Verencia Euginia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000065174
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

**PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* UNTUK *BRAND* WEESATA DAN
PT WETRAVEL INDONESIA**

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



(Verencia Euginia)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Cluster MBKM dengan judul
**PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* UNTUK *BRAND*
WEESATA DAN PT WETRAVEL INDONESIA**

Oleh

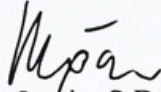
Nama Lengkap : Verencia Euginia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000065174
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

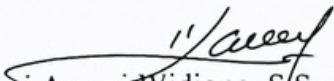
Telah diujikan pada hari Kamis, 12 Juni 2025
Pukul 13.00 s.d. 13.30 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

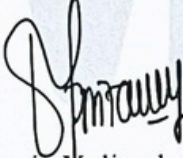
Pembimbing

Penguji


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


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

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 : Verencia Euginia

Nomor Induk Mahasiswa : 00000065174

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)

Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN *BRAND IDENTITY***
UNTUK *BRAND* WEESATA DAN PT WETRAVEL INDONESIA

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



(Verencia Euginia)

* 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 dan Syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM Kewirausahaan yang berjudul “Perancangan *Brand Identity* untuk *Brand Weesata* dan PT WeTravel Indonesia” dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan cluster MBKM Kewirausahaan. Dalam proses penyusunan laporan ini, penulis telah berupaya semaksimal mungkin untuk menyediakan gambaran menyeluruh mengenai PT WeTravel Indonesia dan aplikasi Weesata sebagai solusi dalam perencanaan perjalanan bagi para wisatawan. Baik melalui proses perancangan bisnis ini maupun laporan, penulis mendapatkan banyak wawasan baru mengenai bisnis dan menambah pengalaman dalam bidang ini. Penulis berharap wawasan dan pengalaman yang penulis dapatkan dan tuangkan dalam laporan MBKM ini dapat bermanfaat bagi perancangan laporan berikutnya.

Dalam penyusunan laporan ini, tentunya penulis mendapatkan dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin 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. Mariska Legia, S.Ds., M.B.A., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya laporan MBKM ini.
5. Michelle Greysianti, selaku Pembimbing eksternal/pembimbing lapangan pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya laporan MBKM ini.

6. Cinthya Tania, selaku Pembimbing eksternal/pembimbing lapangan kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya laporan MBKM ini.
7. Hoky Nanda, selaku Pembimbing eksternal/pembimbing lapangan ketiga yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya laporan MBKM ini.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
9. Partisipan FGD yang telah berkontribusi dalam memberikan perspektif mengenai perencanaan perjalanan
10. Anggota tim PT WeTravel Indonesia dan Weesata yang telah berkontribusi langsung dalam perancangan bisnis Weesata dalam MBKM Kewirausahaan ini

Penulis menyadari bahwa laporan MBKM ini masih memiliki keterbatasan dan dapat terus dikembangkan. Oleh karena itu, segala bentuk kritik, saran, serta masukan yang membangun sangat penulis hargai guna meningkatkan kualitas laporan di masa mendatang. Terlepas dari kekurangan yang ada, penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat serta wawasan yang berharga bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan. Penulis berharap karya ini dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya ilmu pengetahuan di bidang terkait.

Tangerang, 12 Juni 2025



(Verencia Euginia)

PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* UNTUK *BRAND* WEESATA DAN PT WETRAVEL INDONESIA

Verencia Euginia

ABSTRAK

Meningkatnya jumlah perjalanan para wisatawan di Indonesia menunjukkan adanya pertumbuhan industri pariwisata di era ini. Dengan bertumbuhnya industri pariwisata, kebutuhan untuk melakukan perencanaan perjalanan bagi para wisatawan semakin meningkat. Kebutuhan ini didasari oleh permasalahan yang seringkali ditemui oleh wisatawan seperti kesalahan dalam menghitung anggaran, ketinggalan barang, dan lainnya. Oleh karena itu, penulis dan tim PT WeTravel Indonesia melakukan perancangan sebuah platform digital berupa aplikasi bernama Weesata yang dapat membantu para wisatawan dalam merencanakan perjalanan secara praktis dengan menyediakan berbagai fitur yang mempermudah perencanaan perjalanan sebelum bepergian serta meminimalisir permasalahan yang dihadapi saat bepergian atau berwisata. Dalam proses perancangan aplikasi ini, penulis dan tim melakukan riset dan pengumpulan data dengan metode kualitatif yakni melalui FGD dan metode kuantitatif melalui survei kuesioner. Melalui pengumpulan data ini, penulis dapat mengetahui data mengenai target pasar beserta dengan permasalahan yang dihadapi sehingga aplikasi Weesata yang dirancang dapat memenuhi kebutuhan target pasar secara tepat melalui fitur-fitur seperti *budgeting*, *listing* barang, dan membuat *itinerary planner*. Pada perancangan aplikasi ini, penulis berperan dalam merancang identitas *brand* untuk PT WeTravel Indonesia dan aplikasi Weesata agar *brand* ini dapat dikenal secara luas dan dapat menjadi berbeda dari kompetitor lainnya. Penulis menggunakan metode proses desain yang dikemukakan oleh Robin Landa yang terdiri atas *orientation*, *analysis*, *concepts*, *design*, dan *implementation*. Melalui hasil perancangan ini, Aplikasi Weesata diharapkan dapat dikenal luas dan menjadi solusi utama bagi para wisatawan dalam merencanakan perjalanan secara mudah sehingga dapat berlibur atau berpergian dengan nyaman dan menyenangkan.

Kata kunci: Pariwisata, Perencanaan Perjalanan, Aplikasi , layanan, bepergian

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

DESIGNING *BRAND* IDENTITY FOR WEESATA *BRAND* AND PT WETRAVEL INDONESIA

(Verencia Euginia)

ABSTRACT (English)

The increasing number of trips in Indonesia demonstrates the growth of the tourism industry in this era. Through the development of the tourism industry, the demand for travel planning among tourists is rising. This demand is driven by frequent challenges encountered by tourists, such as miscalculations in budgeting, forgotten essentials, and other problems. Therefore, the author and PT WeTravel Indonesia team developed a digital platform in the form of an application called Weesata that can assist tourists in planning their trips practically by providing various features that make it easier to plan trips before travelling or hangout. During the development of this application, the author and team conducted research and data collection using qualitative methods through FGD and quantitative methods through questionnaire surveys. Through this data collection, the author was able to discover data about the target market and the problem they faced in order to develop Weesata to be able to meet the target market's needs appropriately by developing features such as budgeting, listing goods, and creating itinerary planners. During the process of designing this application, the author plays a role in designing the brand identity for PT WeTravel Indonesia and the Weesata application so that this brand can be widely recognized and can stand out compared to competitors. The author adopted the design process method proposed by Robin Landa which consists of orientation, analysis, concept, design, and implementation. Through the results of this design, the Weesata application is expected to be widely recognized and become the main solution for tourists in planning trips easily so they can travel comfortably and pleasantly.

Keywords: *tourism, travel planning, application, service, travelling*

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	xviii
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.....	4
1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan	4
1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan.....	5
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	10
2.2 Business Model Canvas	13
2.3 Deskripsi Perusahaan	16
2.4 Struktur Perusahaan	19
2.5 Alur Kerja Perusahaan	20
2.6 Analisis Kelayakan Usaha	21
BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION	25
3.1 Market Research Validation	25
3.1.1 Segmentation, Targetting, Positioning.....	25
3.1.2 Market Persona.....	28

3.2 Metode Pegumpulan Data Ide Bisnis	30
3.2.1 Metode Pengumpulan Data Kualitatif.....	30
3.2.2 Pengumpulan Data Kuantitatif	33
3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor	35
3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi	37
3.4.1 Studi Eksisting	37
3.4.2 Studi Referensi	39
3.5 Penetapan Harga Produk/Jasa	43
3.6 Metode Perancangan Produk/Jasa.....	44
BAB IV PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA	47
4.1 Timeline dan Tahapan Perancangan Prototype Produk/Jasa ...	47
4.2 Uraian Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa.....	51
4.2.1 Perancangan Brief <i>Prototype</i> Weesata.....	51
4.2.2 <i>Mindmapping</i> Weesata	52
4.2.3 <i>Moodboard</i> Weesata.....	53
4.2.4 Perancangan Desain	54
4.2.4.1 <i>Brand Identity</i>	54
4.2.4.2 <i>User Interface Design dan User Experience Design</i>	58
4.2.4.3 Desain Media Promosi Weesata.....	75
4.2.5 <i>Draft</i> Desain.....	80
4.2.5.1 Ikon Aplikasi	80
4.2.5.2 <i>Button</i>	81
4.2.5.3 <i>Low Fidelity</i>	82
4.2.5.4 Ilustrasi	83
4.2.6 Revisi.....	85
4.2.6.1 <i>Brand Identity</i>	85
4.2.6.2 Ilustrasi	87
4.2.6.3 Promosi	88
4.2.6.4 <i>User Interface (UI) Aplikasi Weesata</i>	89
4.2.7 Finalisasi.....	96
4.3 Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa	96

4.3.1 Proyek 1: Perancangan Identitas <i>Brand</i> PT WeTravel	
Indonesia	96
4.3.1.1 Perancangan Logo PT WeTravel Indonesia.....	97
4.3.1.2 Perancangan <i>Supergraphic</i> PT WeTravel	
Indonesia	102
4.3.1.3 Perancangan <i>Brand Guideline</i> PT WeTravel	
Indonesia	104
4.3.2 Proyek 2: Perancangan Identitas <i>Brand</i> Weesata	108
4.3.2.1 Perancangan Logo Weesata	110
4.3.2.2 Perancangan <i>Supergraphic</i> Weesata	114
4.3.2.2 Perancangan <i>Brand Guideline</i> Weesata	116
4.3.3 Proyek 3: Perancangan <i>Media Collateral</i> PT WeTravel	
Indonesia	120
4.3.4.1 Perancangan <i>Brand Stationery</i> PT WeTravel	
Indonesia	120
4.3.4.2 Perancangan <i>merchandise</i> PT WeTravel	
Indonesia	129
4.3.4 Proyek 4: Perancangan <i>Media Collateral</i> Weesata.....	132
4.4 Penentuan Vendor <i>Prototype</i> Produk /Jasa	139
4.4.1 Integrasi AI BotPress	139
4.4.2 <i>Midtrans Payment Gateway</i>	140
4.4.3 <i>Media Collateral & Merchandise</i> Weesata	141
4.4.3.1 <i>Lanyard</i> Weesata	141
4.4.3.2 Kaos Weesata.....	143
4.4.3.3 <i>Flyer & Stiker</i>	144
4.4.3.4 <i>Photocard</i> Beemo	146
4.4.3.5 Pin	148
4.5 Hasil Ujicoba <i>Prototype</i> Produk/Jasa	149
4.5.1 Desain <i>Interface</i> Weesata	150
4.5.2 Navigasi Aplikasi Weesata	152
4.5.3 Pengalaman Pengguna terhadap Aplikasi (<i>User Experience</i>)	153
4.5.4 Fitur dan fungsionalitas	155
4.6 Kendala yang Ditemukan	158

4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	159
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	162
5.1 Simpulan	162
5.2 Saran.....	163
DAFTAR PUSTAKA.....	xix
LAMPIRAN.....	xxii



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Segmentasi	25
Tabel 3. 2 Tabel <i>Targeting</i>	26
Tabel 3. 3 Tabel Perbandingan Kompetitor	36
Tabel 3. 4 Tabel Analisa SWOT	37
Tabel 4.1 Tabel Timeline Produksi <i>Prototype</i> Produk/Jasa	47
Tabel 4.2 Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa	48
Tabel 4. 3 Hasil <i>User Test</i> Desain Interface Weesata	151
Tabel 4. 4 Hasil <i>User Test</i> Navigasi Aplikasi Weesata	152
Tabel 4. 5 Hasil <i>User Test</i> Pengalaman Pengguna terhadap Aplikasi	154
Tabel 4. 6 Hasil <i>User Test</i> fitur dan fungsionalitas	155



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar <i>Business Model Canvas</i>	13
Gambar 2.2 Logo Primer PT WeTravel Indonesia	17
Gambar 2.3 Logo Primer Aplikasi Weesata	18
Gambar 2.4 Logo Sekunder Aplikasi Weesata	19
Gambar 2.5 Struktur Perusahaan PT. WeTravel Indonesia	19
Gambar 2.6 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan	21
Gambar 2.7 Tabel Pengeluaran Weesata	22
Gambar 2.8 Tabel Pendapatan Weesata	23
Gambar 3. 1 <i>Target Persona</i> Weesata	28
Gambar 3. 2 <i>Target Persona</i> Weesata	30
Gambar 3. 3 FGD dengan 6 Partisipan	31
Gambar 3. 4 Peta <i>Positioning</i> Weesata	36
Gambar 3. 5 <i>Screenshot</i> Aplikasi Stippl	39
Gambar 3. 6 Logo Primer Traveloka	39
Gambar 3. 7 Logo Sekunder Traveloka	40
Gambar 3. 8 Logo Snapchat	41
Gambar 3. 9 Oh Mochi	42
Gambar 3. 10 Penetapan Harga Weesata	44
Gambar 3. 11 Metode Perancangan Robin Landa	46
Gambar 4. 1 <i>Mindmap</i> Weesata	52
Gambar 4. 2 <i>Moodboard</i> Weesata	53
Gambar 4. 3 <i>Moodboard Typography</i> Weesata	54
Gambar 4. 4 Referensi logo Weesata	55
Gambar 4. 5 Sketsa alternatif logo Weesata	55
Gambar 4. 6 Sketsa terpilih logo Weesata	56
Gambar 4. 7 Logo primer Weesata	56
Gambar 4. 8 Logo sekunder Weesata	56
Gambar 4. 9 <i>Supergraphic</i> Weesata	57
Gambar 4. 10 Information Architecture Weesata	59
Gambar 4. 11 <i>Target persona</i> Weesata	60
Gambar 4. 12 <i>User Journey</i> Weesata	61
Gambar 4. 13 Halaman <i>onboarding</i> Weesata	62
Gambar 4. 14 Halaman <i>Log in</i> Weesata	62
Gambar 4. 15 <i>Homepage</i> Weesata	63
Gambar 4. 16 Fitur <i>itinerary</i> Weesata	64
Gambar 4. 17 Fitur <i>itinerary</i> kolaborasi Weesata	65
Gambar 4. 18 Fitur <i>itinerary</i> package Weesata	66
Gambar 4. 19 Fitur destinasi Weesata	66
Gambar 4. 20 Fitur <i>ongoing trip</i>	67
Gambar 4. 21 Fitur <i>budget</i>	68

Gambar 4. 22 Fitur <i>list item</i>	69
Gambar 4. 23 Fitur akomodasi.....	70
Gambar 4. 24 Fitur Transportasi kereta dan bus	71
Gambar 4. 25 Fitur Transportasi pesawat	71
Gambar 4. 26 Fitur <i>journal</i>	72
Gambar 4. 27 <i>settings</i>	73
Gambar 4. 28 Fitur <i>friends</i>	73
Gambar 4. 29 Histori.....	74
Gambar 4. 30 Promo dan voucher.....	74
Gambar 4. 31 Fitur simpan.....	75
Gambar 4. 32 <i>Mini games story</i> Weesata	76
Gambar 4. 33 <i>Instagram feeds</i> Weesata.....	77
Gambar 4. 34 Konten video Weesata.....	78
Gambar 4. 35 <i>Flyer</i> Weesata.....	79
Gambar 4. 36 <i>Banner</i> Weesata.....	80
Gambar 4. 37 Ikon aplikasi Weesata.....	81
Gambar 4. 38 <i>Button</i> oktagon Weesata.....	82
Gambar 4. 39 <i>Button</i> persegi panjang Weesata	82
Gambar 4. 40 <i>Low fidelity</i> Weesata	83
Gambar 4. 41 Aset desain Weesata.....	84
Gambar 4. 42 Gestur dan emosi Beemo.....	85
Gambar 4. 43 Logo & <i>supergrapic</i> Weesata sebelum revisi	86
Gambar 4. 44 Logo & <i>supergrapic</i> Weesata sesudah revisi	87
Gambar 4. 45 Revisi ilustrasi Weesata	87
Gambar 4. 46 Revisi promosi.....	88
Gambar 4. 47 Revisi promosi.....	89
Gambar 4. 48 Revisi kotak <i>checklist</i>	90
Gambar 4. 49 Revisi <i>navigation bar</i>	91
Gambar 4. 50 Revisi <i>typo</i> pada <i>copywriting</i>	92
Gambar 4. 51 Revisi <i>Button</i> pada <i>homepage</i>	93
Gambar 4. 52 Revisi pemilihan tanggal pada fitur <i>itinerary</i>	94
Gambar 4. 53 Revisi pada halaman <i>log in</i>	95
Gambar 4. 54 Revisi pada halaman <i>log in</i>	95
Gambar 4. 55 <i>Prototyping</i> aplikasi Weesata.....	96
Gambar 4. 56 Core values dan visi misi PT WeTravel Indonesia	97
Gambar 4. 57 <i>Brand</i> mantra dan personality PT WeTravel Indonesia	98
Gambar 4. 58 <i>Mindmap</i> PT WeTravel Indonesia	98
Gambar 4. 59 <i>Moodboard</i> dan referensi PT WeTravel Indonesia	99
Gambar 4. 60 Sketsa logo PT WeTravel Indonesia	100
Gambar 4. 61 <i>Vector</i> logo PT WeTravel Indonesia.....	100
Gambar 4. 62 Final logo PT WeTravel Indonesia	101
Gambar 4. 63 Alternatif logo PT WeTravel Indonesia	102
Gambar 4. 64 Referensi <i>supergraphic</i> PT WeTravel Indonesia	102

Gambar 4. 65	Sketsa <i>supergraphic</i> PT WeTravel Indonesia.....	103
Gambar 4. 66	<i>Vector supergraphic</i> PT WeTravel Indonesia.....	103
Gambar 4. 67	Final <i>supergraphic</i> PT WeTravel Indonesia.....	104
Gambar 4. 68	Referensi <i>layout brand guideline</i> Wonderful Indonesia	105
Gambar 4. 69	Proses <i>brand guideline</i> PT WeTravel Indonesia.....	105
Gambar 4. 70	<i>Key Visual</i> Halaman awal PT WeTravel Indonesia	106
Gambar 4. 71	<i>Key Visual</i> pertama halaman isi PT WeTravel Indonesia.....	107
Gambar 4. 72	<i>Key Visual</i> kedua halaman isi PT WeTravel Indonesia	107
Gambar 4. 73	<i>Brand guideline</i> PT WeTravel Indonesia.....	108
Gambar 4. 74	<i>Moodboard & referensi identitas brand</i> Weesata	109
Gambar 4. 75	<i>Brand mantra & personality brand</i> Weesata	110
Gambar 4. 76	Sketsa logo <i>brand</i> Weesata	111
Gambar 4. 77	Vector logo primer <i>brand</i> Weesata	112
Gambar 4. 78	Pewarnaan logo primer <i>brand</i> Weesata	112
Gambar 4. 79	logo sekunder <i>brand</i> Weesata	113
Gambar 4. 80	logo primer final <i>brand</i> Weesata.....	113
Gambar 4. 81	logo sekunder final <i>brand</i> Weesata.....	114
Gambar 4. 82	Sketsa <i>supergraphic brand</i> Weesata	114
Gambar 4. 83	Vector & pewarnaan <i>supergraphic brand</i> Weesata.....	115
Gambar 4. 84	<i>supergraphic final brand</i> Weesata.....	115
Gambar 4. 85	Alternatif <i>supergraphic brand</i> Weesata.....	116
Gambar 4. 86	Refensi <i>layout brand guideline</i> Gojek	117
Gambar 4. 87	<i>Key visual</i> halaman awal <i>brand guideline</i> Weesata.....	118
Gambar 4. 88	<i>Key visual</i> pertama halaman isi <i>brand guideline</i> Weesata.....	118
Gambar 4. 89	<i>Key visual</i> kedua halaman isi <i>brand guideline</i> Weesata	119
Gambar 4. 90	Proses perancangan <i>brand guideline</i> Weesata	119
Gambar 4. 91	<i>Brand guideline</i> Weesata	120
Gambar 4. 92	Sketsa lanyard PT WeTravel Indonesia	121
Gambar 4. 93	Desain lanyard PT WeTravel Indonesia	121
Gambar 4. 94	<i>Mockup lanyard</i> PT WeTravel Indonesia	122
Gambar 4. 95	Sketsa <i>id card</i> PT WeTravel Indonesia.....	122
Gambar 4. 96	Desain <i>id card</i> PT WeTravel Indonesia	123
Gambar 4. 97	<i>Mockup id card</i> PT WeTravel Indonesia	124
Gambar 4. 98	Sketsa <i>business card</i> PT WeTravel Indonesia	124
Gambar 4. 99	Desain <i>business card</i> PT WeTravel Indonesia.....	125
Gambar 4. 100	<i>mockup business card</i> PT WeTravel Indonesia	125
Gambar 4. 101	Sketsa <i>letterhead</i> PT WeTravel Indonesia	126
Gambar 4. 102	Desain <i>letterhead</i> PT WeTravel Indonesia	127
Gambar 4. 103	Sketsa amplop PT WeTravel Indonesia	127
Gambar 4. 104	Desain amplop PT WeTravel Indonesia.....	128
Gambar 4. 105	<i>Mockup amplop</i> PT WeTravel Indonesia.....	128
Gambar 4. 106	Sketsa <i>bucket hat</i> PT WeTravel Indonesia.....	129
Gambar 4. 107	Desain <i>bucket hat</i> PT WeTravel Indonesia	130

Gambar 4. 108 <i>Mockup bucket hat</i> PT WeTravel Indonesia	130
Gambar 4. 109 sketsa <i>tote bag</i> PT WeTravel Indonesia.....	131
Gambar 4. 110 Desain <i>tote bag</i> PT WeTravel Indonesia.....	132
Gambar 4. 111 <i>Mock up tote bag</i> PT WeTravel Indonesia.....	132
Gambar 4. 112 Sketsa <i>business card</i> Weesata	133
Gambar 4. 113 desain <i>business card</i> Weesata	134
Gambar 4. 114 <i>Mock up business card</i> Weesata.....	134
Gambar 4. 115 Sketsa <i>lanyard</i> Weesata	135
Gambar 4. 116 desain <i>lanyard</i> Weesata	135
Gambar 4. 117 <i>mockup lanyard</i> Weesata	136
Gambar 4. 118 sketsa <i>id card</i> Weesata	136
Gambar 4. 119 Desain <i>id card</i> Weesata	137
Gambar 4. 120 <i>Mockup id card</i> Weesata	137
Gambar 4. 121 sketsa kaos Weesata	138
Gambar 4. 122 Desain kaos Weesata	138
Gambar 4. 123 <i>Mockup</i> kaos Weesata	139
Gambar 4. 124 Gambar integrasi AI Botpress	140
Gambar 4. 125 Gambar <i>Midtrans Payment Gateway</i>	141
Gambar 4. 126 Desain <i>lanyard</i> Weesata.....	142
Gambar 4. 127 Vendor <i>lanyard</i> Weesata	142
Gambar 4. 128 Desain kaos Weesata	143
Gambar 4. 129 Vendor kaos Weesata	144
Gambar 4. 130 Desain stiker dan <i>flyer</i> Weesata	145
Gambar 4. 131 Vendor <i>flyer</i> dan stiker Weesata	146
Gambar 4. 132 Desain <i>photocard</i> Beemo	147
Gambar 4. 133 Vendor <i>photocard</i> Beemo	148
Gambar 4. 134 Desain pin Weesata	148
Gambar 4. 135 Vendor pin Weesata	148
Gambar 4. 136 Dokumentasi <i>user test</i> Weesata	149

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 LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Presentase Turnitin.....	xxii
Lampiran 2. MBKM 01: Cover Letter Cluster MBKM.....	xxv
Lampiran 3. MBKM 02: Kartu Identitas Peserta MBKM	xxvi
Lampiran 4. MBKM 03: MBKM Daily Task.....	xxvii
Lampiran 5. MBKM 04: Lembar Verifikasi Laporan MBKM.....	xlvi
Lampiran 6. Surat Penerimaan Cluster MBKM.....	xlix
Lampiran 7. Surat Selesai Melaksanakan Cluster MBKM	l
Lampiran 8. Lampiran Pitchdeck Weesata	xl
Lampiran 9. Transkrip FGD.....	xlvi
Lampiran 10. Hasil Kuesioner	li

