

**PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* UNTUK
APLIKASI BOOK WRM**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Tantriyana Viola

00000068745

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

**PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* UNTUK
APLIKASI BOOK WRM**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

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

Tantriyana Viola

00000068745

**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 : Tantriyana Viola
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068745
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* UNTUK APLIKASI BOOK WRM
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, 9 Juni 2025



(Tantriyana Viola)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Cluster MBKM dengan judul
PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* UNTUK APLIKASI BOOK WRM

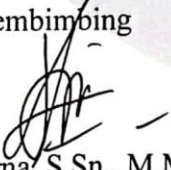
Oleh

Nama Lengkap : Tantriyana Viola
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068745
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

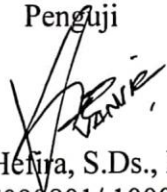
Telah diujikan pada hari Kamis, 12 Juni 2025
Pukul 11.00 s.d. 11.30 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

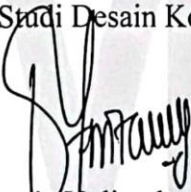
Pembimbing


Lia Herna, S.Sn., M.M.
0315048108/ 081472

Penguji


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

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 : Tantriyana Viola
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068745
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2*
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN *BRAND IDENTITY*
UNTUK APLIKASI BOOK WRM**

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



(Tantriyana Viola)

* 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 kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga laporan MBKM Cluster Kewirausahaan ini dapat diselesaikan dengan lancar dan tepat waktu. Laporan dengan judul “Perancangan *Brand Identity* untuk Aplikasi Book Wrm” ini ditulis sebagai salah satu syarat kelulusan MBKM Cluster Kewirausahaan. Perancangan proyek ini bertujuan untuk memenuhi dan mendalami minat membaca buku terutama bagi generasi muda dalam memajukan literasi di Indonesia. Penulis juga mendapatkan pengalaman dan pembelajaran baru yang dalam merancang sebuah bisnis dan menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual yang telah dipelajari.

Penyusunan laporan MBKM Cluster Kewirausahaan ini dapat berjalan dengan lancar berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, mulai dari awal perancangan bisnis hingga selesainya penulisan laporan. Dalam kesempatan ini, 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. Lia Herna, S.Sn., M.M., selaku pembimbing internal yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Hoky Nanda, S.M., selaku pembimbing eksternal pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Renaldo Sutjiadi, selaku mentor dan pembimbing eksternal kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM Kewirausahaan ini.

8. Anggota kelompok Book Wrm yang telah berkontribusi secara langsung untuk perancangan bisnis dan desain dalam laporan MBKM Kewirausahaan ini.
9. Book Club UMN yang telah berpartisipasi dan membantu dalam pengumpulan data riset pasar.

Penulis berharap laporan perancangan ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca, terutama bagi mahasiswa yang tertarik dalam topik perancangan di laporan MBKM Cluster Kewirausahaan ini.

Tangerang, 9 Juni 2025



(Tantriyana Viola)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* UNTUK

APLIKASI BOOK WRM

(Tantriyana Viola)

ABSTRAK

Meningkatnya tren kegemaran dan minat membaca di Indonesia menjadi peluang besar dalam proses pengembangan diri terutama bagi generasi muda. Dengan meningkatnya minat baca dan keterlibatan komunitas pembaca melalui *platform* digital, maka kebutuhan terhadap buku berkualitas pun semakin bertambah. Namun keterbatasan akses terhadap bahan bacaan seperti harga yang mahal, sulitnya akses ke perpustakaan, dan distribusi yang tidak merata. Kondisi tersebut kemudian mendorong maraknya pembajakan buku yang merugikan penulis dan industri penerbitan secara keseluruhan. Menanggapi fenomena ini, penulis melihat peluang untuk mengusulkan solusi inovatif yaitu sebuah *platform* digital yang dapat menyediakan akses buku *original* berkualitas. Adapun metode yang digunakan dalam perancangan bisnis aplikasi adalah metode Design Thinking oleh Tim Brown, yang berfokus pada pemecahan masalah berdasarkan kebutuhan pengguna dan metode Alina Wheeler sebagai acuan dalam perancangan *brand identity*. Sementara pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, FGD, dan kuesioner untuk memahami preferensi pengguna khususnya Gen Z dalam membaca buku. *Platform* aplikasi Book Wrm ini diharapkan dapat mengatasi keterbatasan akses tersebut dengan menyediakan layanan jual beli serta penyewaan buku bacaan yang lebih terjangkau. Book Wrm juga dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan lain para pembaca, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai aplikasi penyedia buku, tetapi juga sebagai *platform* yang mendukung setiap pengalaman membaca mereka.

Kata kunci: Buku, Minat Baca, Generasi Z, Aplikasi Digital, *Brand Identity*

U M N
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 BOOK WRM APPLICATION

(Tantriyana Viola)

ABSTRACT (English)

The growing enthusiasm and interest in reading in Indonesia present a significant opportunity for self-development, especially among the younger generation. As reading interest and participation in reading communities increase through digital platforms, the demand for high-quality books also rises. However, access to reading materials remains limited due to high prices, difficulties in accessing libraries, and uneven book distribution. These challenges have contributed to the rise of book piracy, which negatively impacts authors and the publishing industry. To address this issue, the author identifies an opportunity to propose an innovative solution: a digital platform that provides access to high-quality original books. The application is designed using the Design Thinking method by Tim Brown, which focuses on problem-solving based on user needs. To ensure brand consistency and relevance, the platform's identity is also developed using Alina Wheeler's five-phase branding methodology. Data collection is conducted through interviews, focus group discussion (FGD), and questionnaires to understand user preferences, particularly those of Generation Z, in reading. Book Wrm aims to overcome these accessibility challenges by offering more affordable book purchasing and rental services. Additionally, Book Wrm is designed not only as a book provider but also as a platform that enhances and supports the overall reading experience.

Keywords: Books, Reading Interest, Generation Z, Digital Application, Brand Identity

U M N
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	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
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	16
2.3 Deskripsi Perusahaan	20
2.4 Struktur Perusahaan	23
2.5 Alur Kerja Perusahaan	26
2.6 Analisis Kelayakan Usaha	27
BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION	31
3.1 Market Research Validation	31
3.1.1 Segmentation, Targetting, Positioning.....	31
3.1.2 Market Persona.....	36

3.2 Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis	37
3.2.1 Pengumpulan Data Focus Group Discussion	38
3.2.2 Pengumpulan Data Kuesioner	40
3.2.3 Pengumpulan Data Wawancara	47
3.2.4 Pengumpulan Data Observasi	49
3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor	55
3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi	59
3.4.1 Studi Eksisting	59
3.4.2 Studi Referensi	63
3.5 Penetapan Harga Produk/Jasa	78
3.6 Metode Perancangan Produk/Jasa	80
3.6.1 Metode Design Thinking	80
3.6.2 Metode Alina Wheeler	83
BAB IV PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA	86
4.1 Timeline dan Tahapan Perancangan Prototype Produk/Jasa ...	86
4.2 Uraian Perancangan Prototype Produk/Jasa	89
4.2.1 Perancangan Brief Prototype Produk/Jasa	89
4.2.2 Mind Mapping Brainstorming	90
4.2.3 Moodboard	91
4.2.4 Perancangan Desain	94
4.2.5 Draft Desain	113
4.2.6 Revisi	116
4.2.7 Finalisasi	120
4.3 Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa	120
4.3.1 Proyek 1: Perancangan Identitas Brand Book Wrm	121
4.3.2 Proyek 2: Perancangan GSM Book Wrm	139
4.3.3 Proyek 3: Perancangan Packaging Book Wrm	155
4.4 Penentuan Vendor Prototype Produk /Jasa	163
4.4.1 Dhika Print	163
4.4.2 Twindigital	164
4.4.3 Momo Shop Official Store	164
4.4.4 Panama Printing	165

4.4.5 UD Majumoto.....	166
4.4.6 Dcandle	167
4.4.7 Craftworks Print.....	167
4.4.8 Exabytes.....	168
4.5 Hasil Ujicoba Prototype Produk/Jasa.....	169
4.5.1 Desain UI	170
4.5.2 Navigasi dan UX	171
4.5.3 Visual Novel pada Fitur Story.....	172
4.6 Kendala yang Ditemukan.....	172
4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	173
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	175
5.1 Simpulan	175
5.2 Saran	176
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN.....	xxiii



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Waktu Pelaksanaan MBKM Cluster Kewirausahaan	6
Tabel 2.2 Tabel Pendapatan	29
Tabel 2.3 Tabel Anggaran <i>Marketing</i>	29
Tabel 3.4 Tabel Segementasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i>	31
Tabel 3.5 Tabel Perbandingan Kompetitor	57
Tabel 3.6 Tabel Analisa SWOT	60
Tabel 3.7 Tabel Penetapan Harga Produk.....	79
Tabel 4.1 Tabel Timeline Produksi <i>Prototype</i> Produk/Jasa.....	86
Tabel 4.2 Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa	87
Tabel 4.3 Brand Brief Book Wrm.....	123
Tabel 4.4 Tabel Biaya Produksi <i>Packaging</i>	162



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Data Jumlah Pengunjung DKP Kota Bogor 2014-2023.....	9
Gambar 2.2 <i>Business Model Canvas</i> Book Wrm.....	16
Gambar 2.3 Logo Book Wrm.....	20
Gambar 2.4 Struktur Perusahaan Book Wrm.....	23
Gambar 2.5 Alur Koordinasi Tim Book Wrm	26
Gambar 3.1 Target Market Persona	36
Gambar 3.2 FGD Bersama <i>Book Club</i> UMN	38
Gambar 3.3 Jenis Bacaan yang Paling Disukai.....	41
Gambar 3.4 Genre Bacaan yang Paling Disukai.....	42
Gambar 3.5 Motivasi dalam Membaca	42
Gambar 3.6 Hambatan dalam Membaca.....	43
Gambar 3.7 Pengeluaran Pembaca Untuk Membeli Sebuah Buku.....	44
Gambar 3.8 Waktu yang Diperlukan Dalam Membaca Sebuah Buku.....	45
Gambar 3.9 Preferensi Terhadap Menyewa atau Membeli Buku	46
Gambar 3.10 Preferensi Terhadap Opsi Pengembalian Buku.....	46
Gambar 3.11 Preferensi Terhadap Media Informasi.....	47
Gambar 3.12 Wawancara dengan Sulfi Bookstore	48
Gambar 3.13 Perpustakaan Cikini.....	50
Gambar 3.14 Perpustakaan Gandaria	51
Gambar 3.15 Perpustakaan Nasional RI	52
Gambar 3.16 Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Depok	53
Gambar 3.17 Perpustakaan Jusuf Kalla	54
Gambar 3.18 <i>Competitor Analysis</i>	56
Gambar 3.19 Kemasan Kutoobuku	62
Gambar 3.20 <i>Anniversary</i> Kedua Kutoobuku.....	63
Gambar 3.21 Tampilan Google Books.....	64
Gambar 3.22 Tampilan WorldCat.....	65
Gambar 3.23 Tampilan Goodreads	66
Gambar 3.24 Tampilan Daftar Bacaan di Goodreads	67
Gambar 3.25 Kolom Diskusi pada <i>Review</i> Buku.....	68
Gambar 3.26 Goodreads <i>Reading Challenge</i>	69
Gambar 3.27 Kontroversi terhadap Goodreads.....	70
Gambar 3.28 Tampilan Duolingo	71
Gambar 3.29 Karakter dalam Duolingo	72
Gambar 3.30 Ekspresi Duo dalam Widget Duolingo	72
Gambar 3.31 Tampilan Spotify.....	73
Gambar 3.32 Rekomendasi <i>Playlist</i> dari Spotify	74
Gambar 3.33 <i>Spotify Wrapped</i>	75
Gambar 3.34 Perkembangan Logo Spotify.....	76
Gambar 3.35 Tampilan Gojek.....	77
Gambar 3.36 UX Writing Gojek bersama Ilustrasinya.....	78

Gambar 3.37 Metode Perancangan <i>Design Thinking</i>	81
Gambar 3.38 Metode Perancangan <i>Brand Identity</i>	83
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i> Book Wrm.....	91
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i> Book Wrm	92
Gambar 4.3 Palet Warna Book Wrm	93
Gambar 4.4 Tipografi Book Wrm.....	93
Gambar 4.5 <i>User Journey Map</i> Book Wrm	95
Gambar 4.6 <i>Information Architecture</i> Book Wrm.....	96
Gambar 4.7 <i>Flowchart</i> Book Wrm	97
Gambar 4.8 <i>User Scenario</i> Sewa Buku.....	98
Gambar 4.9 <i>User Scenario Review</i> Buku.....	99
Gambar 4.10 <i>User Scenario Task Story</i>	100
Gambar 4.11 <i>Welcome Page</i> Book Wrm	101
Gambar 4.12 Halaman <i>Home</i> Book Wrm	102
Gambar 4.13 Fitur Gamifikasi <i>Story</i> Book Wrm	103
Gambar 4.14 <i>Community Page</i> Book Wrm	104
Gambar 4.15 <i>Search Page</i> Book Wrm.....	105
Gambar 4.16 <i>Profile Page</i> Book Wrm.....	106
Gambar 4.17 Fitur Donasi Buku Book Wrm	107
Gambar 4.18 Informasi Cara Sewa Book Wrm	108
Gambar 4.19 Lacak Pesanan Buku Book Wrm	109
Gambar 4.20 Fitur Catatan Book Wrm.....	110
Gambar 4.21 Fitur Sedang Dibaca Book Wrm.....	111
Gambar 4.22 <i>Virtual Bookshelf</i> Book Wrm.....	112
Gambar 4.23 Sketsa Logo Book Wrm	113
Gambar 4.24 Sketsa Aplikasi Book Wrm.....	114
Gambar 4.25 <i>Low Fidelity</i> Aplikasi Book Wrm.....	115
Gambar 4.26 Sketsa Awal Konten Instagram Book Wrm	116
Gambar 4.27 Revisi Warna Book Wrm.....	117
Gambar 4.28 Revisi Halaman <i>Home</i>	118
Gambar 4.29 Revisi Konten Instagram.....	119
Gambar 4.30 <i>Prototyping</i> Aplikasi Book Wrm	120
Gambar 4.31 Referensi <i>Wordmark</i> Book Wrm.....	125
Gambar 4.32 Alternatif Sketsa Logo <i>Wordmark</i> Book Wrm	125
Gambar 4.33 Referensi <i>Pictorial</i> Book Wrm	126
Gambar 4.34 Alternatif Sketsa Logo <i>Pictorial</i> Book Wrm	127
Gambar 4.35 Digitalisasi Logo <i>Wordmark</i> Book Wrm	127
Gambar 4.36 Referensi Konsep Fantasi.....	128
Gambar 4.37 Digitalisasi Kedua Elemen Logo Book Wrm.....	129
Gambar 4.38 Panduan Grid pada Logo Final Book Wrm.....	129
Gambar 4.39 Skema Warna Book Wrm	130
Gambar 4.40 Referensi Supergrafis	132
Gambar 4.41 Sketsa Supergrafis Book Wrm	132

Gambar 4.42 Supergrafis Book Wrm.....	133
Gambar 4.43 Supergrafis Book Wrm.....	134
Gambar 4.44 <i>Key Visual</i> Book Wrm.....	135
Gambar 4.45 <i>Stationery Media</i> pada Book Wrm.....	136
Gambar 4.46 <i>Merchandise</i> Book Wrm.....	137
Gambar 4.47 Manajemen Aset <i>Brand</i> Book Wrm.....	138
Gambar 4.48 Bagian Awal Brand Brief Book Wrm.....	140
Gambar 4.49 <i>Brand Value</i> Book Wrm.....	141
Gambar 4.50 <i>Brand Personality</i> dan <i>Tone of Voice</i> Book Wrm.....	142
Gambar 4.51 Filosofi Logo dan <i>Tagline</i> Book Wrm.....	143
Gambar 4.52 Variasi Logo Book Wrm.....	144
Gambar 4.53 Penggunaan Warna Book Wrm.....	145
Gambar 4.54 Panduan Penggunaan Logo Book Wrm.....	146
Gambar 4.55 Tipografi Book Wrm.....	147
Gambar 4.56 Gaya <i>Copywriting</i> Book Wrm.....	148
Gambar 4.57 Supergrafis Book Wrm.....	149
Gambar 4.58 Penggunaan Aset Visual Book Wrm.....	150
Gambar 4.59 Penggunaan Ilustrasi Book Wrm.....	151
Gambar 4.60 Media <i>Stationery</i> Book Wrm.....	152
Gambar 4.61 Kartu Nama Book Wrm.....	153
Gambar 4.62 <i>Merchandise</i> Book Wrm.....	154
Gambar 4.63 Media Digital Book Wrm.....	155
Gambar 4.64 Sketsa Awal <i>Packaging</i>	156
Gambar 4.65 Sketsa Awal Desain Visual pada <i>Packaging</i>	157
Gambar 4.66 Sketsa Final Visual <i>Packaging</i>	158
Gambar 4.67 Ortogonal <i>Packaging</i>	159
Gambar 4.68 Instruksi Pengembalian Buku.....	160
Gambar 4.69 <i>Mockup Packaging</i> Book Wrm.....	161
Gambar 4.70 Hasil Cetak Dhika Print.....	163
Gambar 4.71 Hasil Cetak Stiker Twindigital.....	164
Gambar 4.72 Hasil Cetak Kaos.....	165
Gambar 4.73 Hasil Cetak Stiker <i>Packaging</i>	165
Gambar 4.74 Kardus <i>Packaging</i>	166
Gambar 4.75 Hasil Produksi <i>Scented Candle</i>	167
Gambar 4.76 Hasil Cetak <i>Bookmark</i>	168
Gambar 4.77 Logo Exabytes.....	169
Gambar 4.78 Kegiatan <i>Demo Day</i>	170

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran MBKM 01: Cover Letter Cluster MBKM.....	xxiii
Lampiran MBKM 02: Kartu Identitas Peserta MBKM	xxiv
Lampiran Supervisor Daily Task	xxv
Lampiran Lembar Verifikasi Laporan	xliv
Lampiran Surat Penerimaan (<i>Letter of Acceptance</i>) Cluster MBKM.....	xlvi
Lampiran Surat Selesai (<i>Letter of Completion</i>) Cluster MBKM.....	xlvi
Lampiran Hasil Kuesioner Riset Pasar	xlvi
Lampiran Transkrip Wawancara.....	liii
Lampiran Transkrip FGD.....	lvii
Lampiran Proses Perancangan Logo.....	lxix
Lampiran Karya <i>Brand Identity</i>	lxx
Lampiran Proses Perancangan GSM.....	lxxii
Lampiran Karya GSM.....	lxxiv
Lampiran Proses Perancangan <i>Merchandise</i>	lxxvi
Lampiran Proses Perancangan <i>Prototype</i> Aplikasi	lxxvii
Lampiran Hasil <i>User Test</i>	lxxviii
Lampiran Hasil Turnitin.....	lxxxiii

