

PERANCANGAN BRAND IDENTITY RENEWU



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Laurel Tagara Hartono

00000068753

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN BRAND IDENTITY RENEWU



Laurel Tagara Hartono

00000068753

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 : Laurel Tagara Hartono
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068753
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN BRAND IDENTITY RENEWU

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, 28 Maret 2025



(Laurel Tagara Hartono)

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 PENGESAHAN

Laporan Cluster MBKM dengan judul
PERANCANGAN BRAND IDENTITY RENEWU

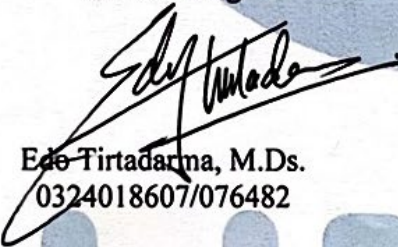
Oleh

Nama Lengkap : Laurel Tagara Hartono
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068753
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


Edo Tirtadarma, M.Ds.
0324018607/076482

Penguji


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

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


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

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Laurel Tagara Hartono
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068753
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2*
Judul Karya Ilmiah :

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, 28 Maret 2025



(Laurel Tagara Hartono)

* 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 saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena telah memberikan karunia-Nya dalam penulisan laporan MBKM yang berjudul “**Perancangan Brand Identity RenewU**” sehingga dapat selesai tepat waktu. Pembuatan laporan ini merupakan salah satu syarat kelulusan MBKM Kewirausahaan dan sebagai upaya yang dapat dilakukan dalam mengurangi penggunaan dan pemanfaatan sampah plastik.

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. Edo Tirtadarma, M.Ds., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
5. Michelle Greysianti, selaku Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Jose Armando Christian, Anastasia Elena Ariadne, dan Nathanael Pieter Audrico, selaku teman sekelompok yang telah bekerja sama dan memberikan arahan.

Saya berharap semoga karya ilmiah ini dapat membantu memberikan informasi tambahan bagi penulis lain yang ingin merancang dengan tema serupa dan berharap dapat memberikan banyak manfaat bagi orang-orang yang membacanya.

Tangerang, 28 Maret 2025


(Laurel Tagara Hartono)

PERANCANGAN BRAND IDENTITY RENEWU

(Laurel Tagara Hartono)

ABSTRAK

Sampah telah menjadi masalah yang berkepanjangan di Indonesia. Menurut data SIPSN, ada 76 ribu ton sampah yang dibuang per hari di Indonesia. Ini artinya ada 76 juta ton sampah yang dibuang per tahunnya. Dari jumlah tersebut, 11,4 juta ton sampah tidak terolah. Selain itu, ditemukan bahwa masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda, masih memiliki kesadaran yang rendah terhadap pentingnya pengolahan sampah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan minat generasi muda terhadap aksi pengolahan sampah, melalui *workshop* membuat produk *fashion* dengan cara *upcycling*. Layanan *workshop* ini akan dikemas di dalam sebuah aplikasi yang dilengkapi dengan *community chat* dan dikemas dengan gamifikasi, bernama RenewU. Perancangan aplikasi akan mengacu pada metode *Design Thinking*. Metode pengumpulan data yang akan digunakan meliputi metode kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif akan digunakan untuk mengukur minat dan pengetahuan Gen Z terhadap *upcycling* dan kegiatan *workshop*, sedangkan metode kualitatif akan digunakan untuk memahami lebih dalam mengenai *upcycling* melalui wawancara dengan ahli, serta memahami lebih dalam isu dari sudut pandang audiens melalui *focused group discussion*. Output penelitian ini akan berupa *prototype* aplikasi. Diharapkan penelitian ini dapat membantu mengatasi masalah sampah di Indonesia dengan menggerakkan industri kreatif dan merangkul generasi muda.

Kata kunci: *upcycling, workshop, sampah, sustainability, fashion*



BRAND IDENTITY DESIGN OF RENEWU

(Laurel Tagara Hartono)

ABSTRACT (English)

Waste remains a significant and ongoing challenge in Indonesia. Data from SIPSN (National Waste Management Information System) indicates that 76,000 tons of waste are discarded daily, amounting to 76 million tons annually. Alarmingly, 11.4 million tons of this waste go unprocessed. Moreover, there's a recognized lack of awareness among the Indonesian population, particularly the younger generation, regarding the importance of effective waste management. Consequently, this research seeks to cultivate greater awareness and engagement among young people in waste management initiatives, specifically through upcycling fashion product workshops. These workshops will be delivered via a gamified application, RenewU, which also incorporates a community chat feature. The application's design will adhere to the Design Thinking methodology. Both quantitative and qualitative data collection methods will be employed. Quantitative methods will assess Gen Z's interest and knowledge concerning upcycling and the workshops, while qualitative methods, including expert interviews and focused group discussions, will provide deeper insights into upcycling and the issue from the audience's perspective. The research will culminate in an application prototype, with the aim of contributing to the solution of Indonesia's waste problem by fostering a creative industry and actively involving the youth.

Keywords: *upcycling, workshop, waste, sustainability, fashion*



DAFTAR ISI

PERANCANGAN BRAND IDENTITY RENEWU	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
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	2
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	8
2.2 Business Model Canvas	12
2.3 Deskripsi Perusahaan	13
2.4 Struktur Perusahaan	14
2.5 Alur Kerja Perusahaan	15
2.6 Analisis Kelayakan Usaha	16
BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION	23
3.1 Market Research Validation	23
3.1.1 Segmentation, Targeting, Positioning.....	23
3.1.2 User Persona	26

3.2 Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis	29
3.2.1 Metode Pengumpulan Data Kualitatif.....	29
3.2.2 Pengumpulan Data Kuantitatif	32
3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor	37
3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi	38
3.4.1 Studi Eksisting	38
3.4.2 Studi Referensi.....	39
1.1 3.5 Penetapan Harga Produk/Jasa	43
3.6 Metode Perancangan Produk/Jasa.....	45
BAB IV PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA	48
4.1 Timeline dan Tahapan Perancangan Prototype Produk/Jasa...	48
4.2 Uraian Perancangan Prototype Produk/Jasa.....	52
4.3 Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa	68
4.3.1 Proyek 1: Perancangan <i>Brand Identity</i> Brand RenewU ..	68
4.3.2 Proyek 2: Perancangan <i>Media Collateral Uniform</i> dan Kemasan (<i>Packaging</i>) RenewU	78
4.3.2 Proyek 3: Perancangan Strategi Perencanaan Konten dan <i>Media Advertisement</i> untuk Instagram RenewU	83
4.4 Penentuan Vendor Prototype Produk /Jasa	86
4.5 Hasil Ujicoba Prototype Produk/Jasa.....	90
4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	99
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Simpulan	102
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN.....	xvii

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 TABEL

Tabel 2.1 Tabel Perhitungan <i>Variable Cost Workshop Offline</i> RenewU.....	16
Tabel 2.2 Tabel Perhitungan <i>Fixed Cost Workshop Offline</i> RenewU	17
Tabel 2.3 Tabel Perhitungan BEP <i>Workshop Offline</i> RenewU.....	17
Tabel 2.4 Tabel Perhitungan <i>Variable Cost Workshop Online (DIY Kit)</i> RenewU	18
Tabel 2. 5 Tabel Perhitungan <i>Fixed Cost Workshop Online (DIY Kit)</i> RenewU..	19
Tabel 2. 6 Tabel Perhitungan BEP <i>Workshop Online (DIY Kit)</i> RenewU.....	19
Tabel 3.1 Tabel Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i>	23
Tabel 3.2 Tabel <i>Targeting</i> RenewU	24
Tabel 3.3 Tabel Perbandingan Kompetitor	38
Tabel 3.4 Tabel Analisa SWOT	38
Tabel 3.5 Tabel <i>Benchmarking</i> Kompetitor RenewU	44
Tabel 3.6 Daftar Harga Produk dan Layanan RenewU.....	45
Tabel 4.3 Tabel Timeline Produksi <i>Prototype</i> Aplikasi RenewU.....	48
Tabel 4.4 Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Aplikasi RenewU	49
Tabel 4.5 Tabel Segementasi, <i>Targetting</i> , dan <i>Positioning</i>	56
Tabel 4.6 Tabel <i>Targeting</i> RenewU.....	57
Tabel 4.7 Tabel <i>Benchmarking</i> RenewU	58
Tabel 4.9 Tabel Perhitungan BEP <i>Workshop Offline</i> RenewU.....	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan <i>Workshop Offline</i> RenewU	9
Gambar 2.2 Bagan <i>Workshop Online</i> RenewU.....	10
Gambar 2.3 <i>Business Model Canvas</i> Aplikasi RenewU	12
Gambar 2.4 Logo RenewU	13
Gambar 2.5 Struktur Hierarki Perusahaan RenewU	15
Gambar 3.1 <i>Brand Positioning Template</i> RenewU.....	26
Gambar 3. 2 <i>User Persona 1</i> RenewU.....	27
Gambar 3.3 <i>User Persona 2</i> RenewU.....	28
Gambar 3. 4 <i>User Persona 3</i> RenewU.....	28
Gambar 3.5 Dokumentasi Pelaksanaan FGD.....	31
Gambar 3. 6 Hasil Kuesioner Faktor Pembelian Produk.....	33
Gambar 3. 7 Hasil Kuesioner Pertimbangan dalam Mengikuti <i>Workshop</i>	34
Gambar 3. 8 Hasil Kuesioner Biaya untuk Mengikuti <i>Workshop</i>	35
Gambar 3. 9 Hasil Kuesioner Faktor Mengunduh Aplikasi <i>Brand</i>	35
Gambar 3. 10 Hasil Kuesioner Aspek Menarik dari Aplikasi <i>Brand</i>	36
Gambar 3.11 <i>Brand Positioning Map</i> RenewU	37
Gambar 3.12 Pilihan Paket Langganan Spotify Premium	40
Gambar 3.13 Tampilan UI Beranda Aplikasi Tiket.com	42
Gambar 3.14 Ilustrasi <i>Error Message</i> pada Aplikasi Gojek.....	43
Gambar 3.15 Metode Perancangan <i>Design Thinking</i>	47
Gambar 4.1 <i>Business Model Canvas</i> RenewU.....	55
Gambar 4.2 <i>User Persona</i> RenewU.....	58
Gambar 4.3 Proses Perancangan <i>Brand Guideline</i> RenewU	61
Gambar 4.4 <i>Moodboard</i> Perancangan Aplikasi RenewU.....	61
Gambar 4.5 Arsitektur Informasi Aplikasi RenewU.....	62
Gambar 4.6 Sketsa <i>onboarding page</i>	63
Gambar 4.7 Sketsa <i>workshop page</i>	63
Gambar 4.8 Sketsa <i>Companion Page</i>	64
Gambar 4.9 Sketsa <i>Workshop Page</i>	65
Gambar 4.10 Contoh <i>Error Message</i> pada Aplikasi RenewU.....	65
Gambar 4.11 <i>Low Fidelity</i> Aplikasi RenewU	66
Gambar 4.12 <i>High Fidelity</i> Halaman Utama Aplikasi RenewU.....	67
Gambar 4.13 <i>Mockup Apron</i> RenewU	67
Gambar 4.14 Uji Coba <i>Prototype</i> dengan <i>Use Case</i>	68
Gambar 4.15 <i>Moodboard</i> Perancangan Logo	69
Gambar 4.16 Sketsa Alternatif Logo RenewU	69
Gambar 4.17 Alternatif Warna Logo RenewU.....	70
Gambar 4.18 Finalisasi Logo dengan Warna Biru-Kuning	71
Gambar 4.19 <i>Moodboard</i> logo RenewU setelah revisi.....	72
Gambar 4.20 Proses Perancangan Logo dengan <i>Grid System</i>	72
Gambar 4.21 Konfigurasi Final Logo RenewU	74

Gambar 4.22 <i>Moodboard Imagery</i> RenewU.....	75
Gambar 4.23 <i>Imagery</i> Utama RenewU.....	75
Gambar 4.24 <i>Imagery</i> Sekunder RenewU.....	76
Gambar 4.25 Ilustrasi Maskot RenewU yang Bernama Nuwa.....	76
Gambar 4.26 <i>Brand Guidelines</i> RenewU.....	77
Gambar 4.27 <i>Box Packaging</i> RenewU.....	79
Gambar 4.28 Desain Label <i>Packaging</i> yang Berbentuk <i>Band</i>	80
Gambar 4.29 Pola <i>Cutting Label Packaging</i> RenewU.....	80
Gambar 4.30 <i>User Manual</i> dan <i>Thank You Card</i> RenewU.....	81
Gambar 4.31 <i>Packaging</i> Lengkap <i>Online Workshop Kit</i> RenewU.....	82
Gambar 4.32 <i>Uniform</i> RenewU dalam bentuk <i>Apron</i>	83
Gambar 4.33 <i>Feeds</i> Instagram RenewU.....	85
Gambar 4.34 <i>Feeds</i> Instagram RenewU.....	86
Gambar 4.35 Tampilan <i>Website</i> Antikode.....	87
Gambar 4.36 Lokasi Revo Print Shop di Ruko Aniva Grande.....	88
Gambar 4.37 Tampilan <i>Website</i> Esquira Pack.....	89
Gambar 4.38 Tampilan <i>Website Safeco Packaging</i>	90
Gambar 4.39 Uji Coba <i>Use Case</i> di <i>Booth Demo Day</i>	91
Gambar 4.40 <i>Home page</i> Aplikasi RenewU.....	92
Gambar 4.41 Halaman <i>UMates</i> pada Aplikasi RenewU.....	92
Gambar 4.42 Hasil Kuesioner mengenai <i>User Experience</i>	94
Gambar 4.43 Hasil Kuesioner mengenai <i>User Experience</i>	94
Gambar 4.44 Hasil Kuesioner mengenai <i>User Interface</i>	95
Gambar 4.45 Hasil Kuesioner mengenai <i>User Interface</i>	95
Gambar 4.46 Hasil Kuesioner mengenai <i>User Interface</i>	96
Gambar 4.47 Hasil Kuesioner mengenai <i>User Interface</i>	96
Gambar 4.48 Hasil Kuesioner mengenai Pertanyaan Umum.....	97
Gambar 4.49 Hasil Kuesioner mengenai Pertanyaan Umum.....	98



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Presentase Turnitin.....	xvii
Lampiran 2. MBKM 01: Cover Letter Cluster MBKM.....	xix
Lampiran 3. MBKM 02: Kartu Identitas Peserta MBKM	xxi
Lampiran 4. MBKM 03: MBKM Daily Task.....	xx
Lampiran 5. MBKM 04: Lembar Verifikasi Laporan MBKM.....	xl
Lampiran 6. Surat Penerimaan Cluster MBKM.....	xli
Lampiran 7. Surat Selesai Melaksanakan Cluster MBKM.....	xlii
Lampiran 8. Lampiran Karya Cluster MBKM Kewirausahaan	xliii

