

**PERANCANGAN MEDIA *MARKETING* DALAM BISNIS
APLIKASI BOOK WRM**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

**Eirene Margareth BR. Sianipar
00000068892**

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

PERANCANGAN MEDIA *MARKETING* DALAM BISNIS

APLIKASI BOOK WRM



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Eirene Margareth BR. Sianipar

00000068892

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 : Eirene Margareth BR. Sianipar

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068892

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN MEDIA *MARKETING* DALAM BISNIS 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



(Eirene Margareth BR. Sianipar)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Cluster MBKM dengan judul
**PERANCANGAN MEDIA *MARKETING* DALAM BISNIS APLIKASI
BOOK WRM**

Oleh

Nama Lengkap : Eirene Margareth BR. Sianipar
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068892
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

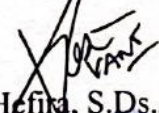
Telah diujikan pada hari Kamis, 12 Juni 2025
Pukul 11.30 s.d. 12.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing


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

Penguji


Vania Hafira, S.Ds., M.M.
031709980/ 100021

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 : Eirene Margareth BR. Sianipar
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068892
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : **Perancangan Media Marketing Dalam
Bisnis Aplikasi Book Wrm**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ 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



(Eirene Margareth BR. Sianipar)

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya, sehingga laporan MBKM berjudul "Perancangan Media *Marketing* Dalam Bisnis Aplikasi Book Wrm" ini dapat diselesaikan. Proposal ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan MBKM Wirausaha, merancang strategi pemasaran Book Wrm, mengoptimalkan desain komunikasi visual dalam branding, serta memberikan referensi bagi mahasiswa DKV dalam perencanaan bisnis yang berkelanjutan. Laporan ini juga sebagai referensi bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV) dalam menerapkan strategi pemasaran dan desain dalam wirausaha.

Mengucapkan terima kasih kepada:

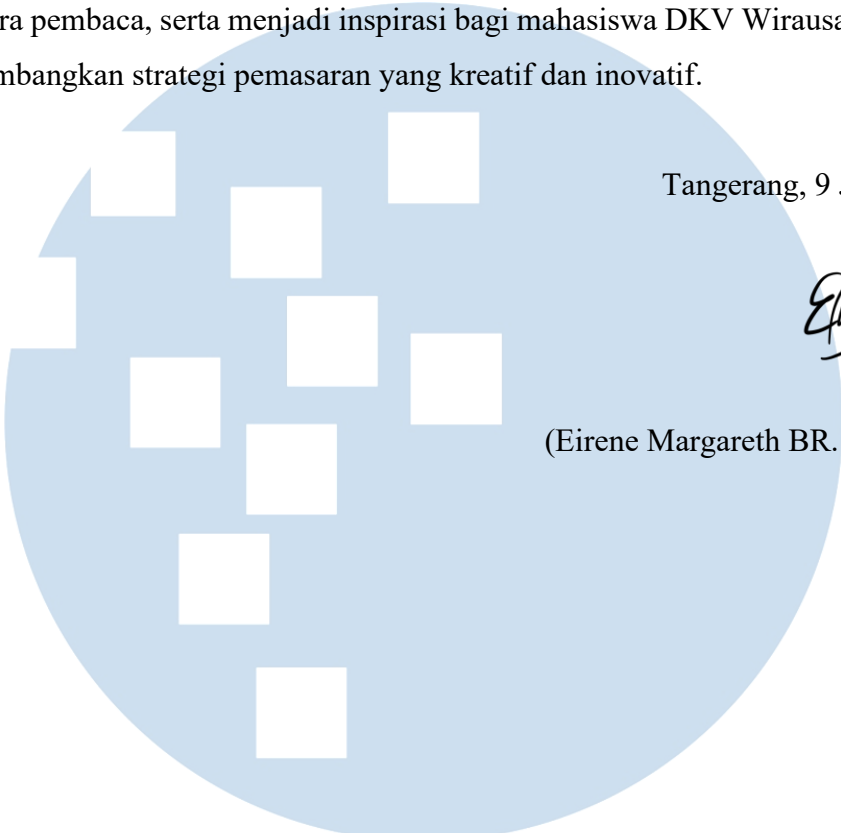
1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Lia Herna, S.Sn., M.M., selaku *advisor* yang telah memberikan panduan, arahan, dan motivasi hingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
5. Hoky Nanda, S.M., selaku *supervisor* pertama yang telah memberikan panduan, arahan, dan dorongan hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
6. Renaldo Sutjiadi, sebagai mentor dan pembimbing eksternal kedua yang telah memberikan panduan, arahan, dan motivasi hingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Organisasi Book Club UMN yang telah berkontribusi dalam mendukung serta memfasilitasi pelaksanaan penelitian dan riset pasar untuk tugas ini.

Semoga karya ini dapat meningkatkan minat baca Generasi Z, mempermudah akses bagi para pembaca, serta menjadi inspirasi bagi mahasiswa DKV Wirausaha dalam mengembangkan strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif.

Tangerang, 9 Juni 2025



(Eirene Margareth BR. Sianipar)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN MEDIA MARKETING DALAM BISNIS

APLIKASI BOOK WRM

(Eirene Margareth BR. Sianipar)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah kebiasaan membaca di kalangan Generasi Z, di mana akses terhadap buku fisik semakin beralih ke platform berbasis teknologi. Namun, keterbatasan dalam pencarian buku bekas berkualitas serta kurangnya platform khusus yang memfasilitasi transaksi buku fisik yang menjadi tantangan tersendiri. Book Wrm hadir sebagai solusi dengan menyediakan platform jual-beli, dan menyewa buku bekas yang lebih terstruktur dan mudah diakses, serta menyatukan komunitas pencinta buku. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pemasaran yang efektif bagi aplikasi Book Wrm guna meningkatkan daya tariknya di kalangan Generasi Z. Metode penelitian yang digunakan meliputi pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner, Focus Group Discussion (FGD), wawancara, dan observasi. Fitur seperti jual beli buku *preloved*, penyewaan buku, rekomendasi personalisasi, serta fitur interaktif seperti story dan komunitas membaca juga berperan dalam meningkatkan keterlibatan pengguna. Metode Perancangan yang digunakan merupakan *Design Thinking*. *Output* utama dari tugas *marketing* mencakup penyusunan *editorial plan*, pembuatan aset visual, dan distribusi konten melalui Instagram dan TikTok yang mempromosikan *output* dalam bentuk aplikasi Book Wrm. Strategi pemasaran yang tepat memperkuat posisi Book Wrm sebagai *platform* literasi digital dan acuan bisnis digital inovatif bagi mahasiswa DKV.

Kata kunci: Minat Baca, Generasi Z, Aplikasi Digital, *Marketing*



DESIGNING MARKETING MEDIA FOR BOOK WRM

APPLICATION

(Eirene Margareth BR. Sianipar)

ABSTRACT (English)

The development of digital technology has changed the reading habits of Generation Z, with access to physical books increasingly shifting to technology-based platforms. However, the limitations in finding quality used books and the lack of a specialised platform that facilitates physical book transactions is a challenge. Book Wrm comes as a solution by providing a more structured and accessible platform for buying, selling and renting used books, as well as bringing together a community of book lovers. This research aims to design an effective marketing strategy for the Book Wrm app to increase its appeal among Generation Z. The research method used includes a qualitative approach with data collection techniques in the form of questionnaires, Focus Group Discussions (FGDs), interviews, and observations. Features such as buying and selling preloved books, book rental, personalised recommendations, and interactive features such as stories and reading communities also play a role in increasing user engagement. The design method used was Design Thinking. The main outputs of the marketing task include the development of an editorial plan, the creation of visual assets, and the distribution of content through Instagram and TikTok that promotes the output in the form of the Book Wrm app. The right marketing strategy strengthens Book Wrm's position as a digital literacy platform and innovative digital business reference for DKV students..

Keywords: *Reading Interest, Generation Z, Digital Apps, Marketing*

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	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.....	3
1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan	4
1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Kewirausahaan	5
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>	15
2.2.1 <i>Customer Segmentation</i>	16
2.2.2 <i>Customer Relationships</i>	16
2.2.3 <i>Channels</i>	17
2.2.4 <i>Value Proposition</i>	18
2.2.5 <i>Key Activities</i>	18
2.2.6 <i>Key Resource</i>	18
2.2.7 <i>Key Partnerships</i>	19

2.2.8	<i>Cost Structure</i>	19
2.2.9	<i>Revenue Stream</i>	19
2.3	Deskripsi Perusahaan	20
2.4	Struktur Perusahaan	22
2.5	Alur Kerja Perusahaan	23
2.6	Analisis Kelayakan Usaha	27
BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION		32
3.1	<i>Market Research Validation</i>	32
3.1.1	<i>Segmentation, Targetting, Positioning</i>	32
3.1.2	Market Persona.....	35
3.2	Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis	36
3.2.1	Metode Data <i>Focus Group Discussion</i>	37
3.2.2	Pengumpulan Data Kuisioner Kuantitatif	38
3.2.3	Pengumpulan Data Wawancara.....	47
3.2.4	Pengumpulan Observasi Eksisting Media.....	49
3.3	Analisa Produk Merek dan Kompetitor	55
3.4	Studi Eksisting dan Studi Referensi	58
3.4.1	Studi Eksisting	59
3.4.2	Studi Referensi.....	64
3.5	Penetapan Harga Produk/Jasa	70
3.6	Metode Perancangan Produk/Jasa.....	72
BAB IV PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA		75
4.1	Timeline dan Tahapan Perancangan Prototype Produk/Jasa ...	75
4.2	Uraian Perancangan Prototype Produk/Jasa.....	94
4.2.1	Perancangan Brief Prototype Produk/Jasa.....	94
4.2.2	<i>Mindmapping Brainstorming</i>	95
4.2.3	Moodboard.....	96
4.3	Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa	97
4.3.1	Proyek 1: Fitur <i>Story</i> dalam Aplikasi Book Wrm	98
4.3.2	Proyek 2: Konten <i>Marketing</i> Book Wrm di Instagram	156
4.3.2	Proyek 3: Konten <i>Marketing</i> Book Wrm di TikTok	237
4.4	Penentuan Vendor Prototype Produk /Jasa	267

4.5 Hasil Ujicoba Prototype Produk/Jasa	272
4.6 Tantangan dalam Pengembangan Produk	273
4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	275
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	277
5.1 Simpulan	277
5.2 Saran	278
DAFTAR PUSTAKA	xix
LAMPIRAN.....	xxi



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Timeline Prosedur Mbkm Cluster Kewirausahaan	5
Tabel 2.1 Tabel Harga Pokok Produksi	27
Tabel 2.2 Tabel Pendapatan	29
Tabel 2.3 Tabel Harga Produksi Media Marketing.....	30
Tabel 3.1 Tabel Pendapatan	33
Tabel 3.2 Tabel Perbandingan Kompetitor	57
Tabel 3.4 Tabel Penetapan Harga Produk.....	70
Tabel 4.1 Tabel Timeline Produksi Prototype Aplikasi Book Wrm.....	75
Tabel 4.2 Tabel Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa Dan Timeline Pengerjaan .	77
Tabel 4.3 Tabel Perancangan Strategi Aisas Di Sosial Media.....	81
Tabel 4.4 Dialog Percakapan Fitur <i>Story</i> Di Aplikasi Book Wrm.....	102



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Data Jumlah Pengunjung Dkp Kota Bogor 2023	8
Gambar 2.2 Halaman Informasi Harga Buku Di Aplikasi Book Wrm	11
Gambar 2.3 Halaman Profil Di Aplikasi Book Wrm	12
Gambar 2.4 Pemasaran Untuk Aplikasi Book Wrm	13
Gambar 2.5 Fitur <i>Bookshelf</i> Di Aplikasi Book Wrm	15
Gambar 2.3 Business Model Canvas Book Wrm	16
Gambar 2.4 Logo Bisnis Book Wrm	20
Gambar 2.5 Struktur Bisnis Book Wrm	22
Gambar 2.6 Alur Koordinasi Tim Mbkm Cluster Kewirausahaan	25
Gambar 3.1 Contoh Target Market Persona	35
Gambar 3.2 Focus Group Discussion Bersama Book Club Umn	37
Gambar 3.3 Data Jenis Bacaan Yang Paling Disukai	39
Gambar 3.4 Data Genre Yang Paling Disukai	40
Gambar 3.5 Data Paling Suka Membaca Bahasa Apa	40
Gambar 3.6 Data Motivasi Dalam Membaca	41
Gambar 3.7 Data Yang Menghambat Dalam Membaca	42
Gambar 3.8 Data Biaya Yang Dikeluarkan Untuk 1 Buku	43
Gambar 3.9 Data Berapa Lama Waktu Yang Dhabiskan Untuk Membaca	44
Gambar 3.10 Data Lebih Memilih Menyewa Atau Membeli Buku	45
Gambar 3.11 Data Opsi Pengembalian Buku	46
Gambar 3.12 Data Media Informasi Yang Paling Sering Diakses	46
Gambar 3.13 Wawancara Pemilik Toko Buku <i>Preloved</i>	48
Gambar 3.14 Koleksi Buku Di Perpustakaan Jusuf Kalla	50
Gambar 3.15 Koleksi Buku Di Dkp Depok	51
Gambar 3.16 Perpustakaan Dkp Gandaria	52
Gambar 3.17 Perpustakaan Jakarta Cikini	53
Gambar 3.18 Kondisi Buku Tere Liye Di Perpusnas Ri	55
Gambar 3.19 <i>Brand Competitor Analysis</i>	56
Gambar 3.20 Tampilan <i>Feeds Instagram</i> Kutoobuku	61
Gambar 3.20 Tiktok Dari Kutoobuku	63
Gambar 3.21 Tampilan Google Books	65
Gambar 3.22 Tampilan Aplikasi Goodreads	66
Gambar 3.23 Tampilan <i>Goodreads Challenge</i>	67
Gambar 3.24 Tampilan Aplikasi Spotify	68
Gambar 3.25 Metode Perancangan <i>Design Thinking</i>	72
Gambar 4.1 <i>Moodboard</i> Book Wrm	96
Gambar 4.2 <i>Colour Palette</i> Book Wrm	96
Gambar 4.3 Ilustrasi Latar Belakang Fitur Story	107
Gambar 4.4 Ilustrasi Adam Dan Ola Dalam Chapter Pertama	108
Gambar 4.5 Referensi Dan <i>Moodboard</i> Karakter Adam	110

Gambar 4.6 Sketsa Awal Desain Karakter Adam.....	111
Gambar 4.7 Proses Alternatif Desain Karakter Adam.....	112
Gambar 4.8 Proses Digitalisasi Desain Karakter Adam	113
Gambar 4.9 Ekspresi Desain Karakter Adam	115
Gambar 4.10 Desain Karakter Adam	117
Gambar 4.11 Referensi Dan <i>Moodboard</i> Karakter Wahyu	118
Gambar 4.12 Proses Sketsa Pembuatan Karakter Wahyu.....	120
Gambar 4.13 Proses Alternatif Karakter Wahyu	121
Gambar 4.14 Proses Digitalisasi Karakter Wahyu.....	122
Gambar 4.15 Desain Ekspresi Karakter Wahyu	123
Gambar 4.16 Referensi Dan <i>Moodboard</i> Karakter Ola	124
Gambar 4.17 Sketsa Desain Karakter Ola.....	125
Gambar 4.18 Proses Alternatif Desain Karakter Ola	126
Gambar 4.19 Proses Digitalisasi Desain Karakter Ola	127
Gambar 4.20 Ekspresi Karakter Ola	129
Gambar 4.21 <i>Trinket</i> Dari Ola	130
Gambar 4.22 Desain Karakter Ola	131
Gambar 4.23 Referensi Dan <i>Moodboard</i> Karakter Jenzie	132
Gambar 4.24 Desain Sketsa Karakter Jenzie	134
Gambar 4.25 Proses Alternatif Desain Karakter Jenzie.....	135
Gambar 4.26 Ekspresi Karakter Jenzie	136
Gambar 4.27 Desain Karakter Jenzie.....	137
Gambar 4.28 <i>Trinket</i> Dari Jenzie	140
Gambar 4.29 Referensi Dan <i>Moodboard</i> Karakter	142
Gambar 4.30 Desain Sketsa Karakter Angelo.....	143
Gambar 4.31 Ekspresi Karakter Angelo	145
Gambar 4.32 Desain Karakter Angelo	146
Gambar 4.33 <i>Trinket</i> Karakter Angelo.....	147
Gambar 4.34 Desain Sketsa Karakter Sirene	150
Gambar 4.35 Proses Digitalisasi Karakter Sirene.....	151
Gambar 4.36 Ekspresi Karakter Sirene.....	152
Gambar 4.37 Desain Karakter Sirene.....	153
Gambar 4.38 <i>Trinket</i> Karakter Sirene	155
Gambar 4.39 Aset Karakter Dalam <i>Merchandise</i>	156
Gambar 4.40 Sketsa Konten Instagram.....	157
Gambar 4.41 Referensi Instagram 1.....	158
Gambar 4.42 Sketsa Instagram 1	159
Gambar 4.43 Proses Digitalisasi Instagram 1	159
Gambar 4.44 Proses Implementasi <i>Grid</i> Instagram 1	160
Gambar 4.45 Gambar <i>Carousel Post</i> Instagram 1	161
Gambar 4.46 Referensi <i>Post</i> Instagram 2	162
Gambar 4.47 Sketsa <i>Post</i> Instagram 2	163
Gambar 4.48 Proses Digitalisasi <i>Post</i> Instagram 2	164

Gambar 4.49 Proses Implementasi <i>Grid</i> Instagram 2	165
Gambar 4.50 Gambar <i>Single Post</i> Instagram 2.....	166
Gambar 4.51 Referensi <i>Post</i> Instagram 3	167
Gambar 4.52 Sketsa <i>Post</i> Instagram 3	168
Gambar 4.53 Proses Digitalisasi <i>Post</i> Instagram 3	168
Gambar 4.54 Proses Implementasi <i>Grid</i> Instagram 3	169
Gambar 4.55 Gambar <i>Carousel Post</i> Instagram 3	170
Gambar 4.56 Referensi <i>Post</i> Instagram 4	172
Gambar 4.57 Proses Digitalisasi <i>Post</i> Instagram 4	173
Gambar 4.58 Proses Implementasi <i>Grid</i> Instagram 4	174
Gambar 4.59 Gambar <i>Single Post</i> Instagram 4.....	175
Gambar 4.60 Referensi <i>Post</i> Instagram 5	177
Gambar 4.61 Sketsa <i>Post</i> Instagram 5	178
Gambar 4.62 Implementasi <i>Grid</i> Instagram 5.....	179
Gambar 4.63 Gambar <i>Single Post</i> Instagram 5.....	180
Gambar 4.64 Referensi <i>Post</i> Instagram 6	181
Gambar 4.65 Sketsa <i>Post</i> Instagram 6	183
Gambar 4.66 Proses Digitalisasi <i>Post</i> Instagram 6	184
Gambar 4.67 Proses Implementasi <i>Grid</i> Instagram 6	185
Gambar 4.68 Gambar <i>Carousel Post</i> Instagram 6	187
Gambar 4.69 Referensi <i>Post</i> Instagram 7	189
Gambar 4.70 Sketsa <i>Post</i> Instagram 7	190
Gambar 4.71 Proses Implementasi <i>Grid</i> Instagram 7	191
Gambar 4.72 Gambar <i>Single Post</i> Instagram 7.....	192
Gambar 4.73 Referensi <i>Post</i> Instagram 8	193
Gambar 4.74 Sketsa <i>Post</i> Instagram 8	194
Gambar 4.75 Proses Digitalisasi <i>Post</i> Instagram 8.....	194
Gambar 4.76 Proses Implementasi <i>Grid</i> Instagram 8	195
Gambar 4.77 Gambar <i>Single Post</i> Instagram 8.....	196
Gambar 4.78 Referensi <i>Post</i> Instagram 9	197
Gambar 4.78 Sketsa <i>Post</i> Instagram 9	198
Gambar 4.79 Proses Digitalisasi <i>Post</i> Instagram 9	199
Gambar 4.80 Proses Implementasi <i>Grid</i> Instagram 9	200
Gambar 4.81 Gambar <i>Single Post</i> Instagram 9.....	201
Gambar 4.82 Referensi <i>Post</i> Instagram 10 Dan 11	202
Gambar 4.83 Sketsa <i>Post</i> Instagram 10 Dan 11.....	203
Gambar 4.84 Proses <i>Post</i> Digitalisasi Instagram 10 Dan 11	204
Gambar 4.85 Proses Implementasi <i>Grid</i> Instagram 10 Dan 11	205
Gambar 4.86 Gambar <i>Single Post</i> Instagram 10 Dan 11	206
Gambar 4.87 Referensi <i>Post</i> Instagram 12	207
Gambar 4.88 Sketsa <i>Post</i> Instagram 12	208
Gambar 4.89 Proses Implementasi <i>Grid</i> Instagram 12	209
Gambar 4.90 Gambar <i>Single Post</i> Instagram 12.....	210

Gambar 4.91 Referensi <i>Post</i> Instagram 13	211
Gambar 4.92 Sketsa <i>Post</i> Instagram 13	212
Gambar 4.93 Proses Digitalisasi <i>Post</i> Instagram 13	213
Gambar 4.94 Proses Digitalisasi <i>Post</i> Instagram 13	214
Gambar 4.95 Gambar <i>Single Post</i> Instagram 13	215
Gambar 4.96 Referensi <i>Post</i> Instagram 14	216
Gambar 4.97 Sketsa <i>Post</i> Instagram 14	217
Gambar 4.98 Proses Digitalisasi <i>Post</i> Instagram 14	218
Gambar 4.99 Proses Implementasi <i>Grid</i> Instagram 14	218
Gambar 4.100 Gambar <i>Single Post</i> Instagram 14	219
Gambar 4.101 Sketsa <i>Post</i> Instagram 15	220
Gambar 4.102 Proses Digitalisasi <i>Post</i> Instagram 15	221
Gambar 4.103 Proses Digitalisasi <i>Post</i> Instagram 15	222
Gambar 4.104 Gambar <i>Single Post</i> Instagram 15	223
Gambar 4.105 Sketsa <i>Post</i> Instagram 16	224
Gambar 4.106 Proses Digitalisasi <i>Post</i> Instagram 16	225
Gambar 4.107 Proses Implementasi <i>Grid</i> Instagram 16	226
Gambar 4.108 Gambar <i>Single Post</i> Instagram 16	227
Gambar 4.109 Sketsa <i>Post</i> Instagram 17	228
Gambar 4.110 Proses Digitalisasi <i>Post</i> Instagram 17	229
Gambar 4.111 Proses Implementasi <i>Grid</i> Instagram 17	229
Gambar 4.112 Gambar <i>Single Post Post</i> Instagram 17	230
Gambar 4.113 Sketsa <i>Post</i> Instagram 18	232
Gambar 4.114 Proses Digitalisasi <i>Post</i> Instagram 18	232
Gambar 4.115 Proses Digitalisasi <i>Post</i> Instagram 18	233
Gambar 4.116 Gambar <i>Single Post Post</i> Instagram 18	234
Gambar 4.117 Referensi Tiktok 1	238
Gambar 4.118 Sketsa <i>Storyboard</i> Tiktok 1	239
Gambar 4.119 Implementasi <i>Grid</i> Tiktok 1	240
Gambar 4.120 Konten <i>Silent Reading</i> Pada Tiktok 1	241
Gambar 4.121 Referensi Tiktok 2	242
Gambar 4.122 Sketsa <i>Storyboard</i> Tiktok 2	243
Gambar 4.123 Implementasi <i>Grid</i> Tiktok 2	244
Gambar 4.124 Konten Tiktok 2	245
Gambar 4.125 Referensi Tiktok 3	246
Gambar 4.126 Sketsa <i>Storyboard</i> Tiktok 3	247
Gambar 4.127 Implementasi <i>Grid</i> Tiktok 3	248
Gambar 4.128 Konten Tiktok 3	249
Gambar 4.129 Referensi Tiktok 4	250
Gambar 4.130 Sketsa <i>Storyboard</i> Tiktok 4	252
Gambar 4.131 Implementasi <i>Grid</i> Tiktok 4	253
Gambar 4.132 Konten Tiktok 4	254
Gambar 4.133 Referensi Tiktok 5	255

Gambar 4.134 Sketsa <i>Storyboard</i> Tiktok 5.....	256
Gambar 4.135 Implementasi <i>Grid</i> Tiktok 5.....	257
Gambar 4.136 Konten Tiktok 5	258
Gambar 4.137 Referensi Tiktok 6.....	259
Gambar 4.138 Sketsa <i>Storyboard</i> Tiktok 6.....	260
Gambar 4.139 Implementasi <i>Grid</i> Tiktok 6.....	261
Gambar 4.140 Konten Tiktok 6	262
Gambar 4.141 Referensi Tiktok 7.....	263
Gambar 4.142 Sketsa <i>Storyboard</i> Instagram 7	264
Gambar 4.143 Implementasi <i>Grid</i> Tiktok 7.....	265
Gambar 4.144 Konten Tiktok 7	266
Gambar 4.145 Hasil Print Dhika Print	267
Gambar 4.146 Hasil Dari Twin Digital.....	268
Gambar 4.147 Hasil Dari Momo Shop	268
Gambar 4.148 Hasil Dari Panama Printing.....	269
Gambar 4.149 Hasil Dari Ud Majutoto.....	270
Gambar 4.150 Hasil Dari Craftworks Print.....	270
Gambar 4.160 Lilin Dari Craftworks Print	271
Gambar 4.1 User Test Demo Day.....	272



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Cover Letter Cluster MBKM.....	xxi
Lampiran 1.2 Kartu Identitas Peserta MBKM	xxii
Lampiran 1.3 Daily Task MBKM.....	xxiii
Lampiran 1.4 Verification Form of Entrepreneurial MBKM	xli
Lampiran 1.5 Letter Of Acceptance Cluster Kewirausahaan.....	xli
Lampiran 1.6 Letter Of Completion Cluster Kewirausahaan	xlii
Lampiran 2.1 Transkrip FGD dengan Book Club UMN	xliv
Lampiran 2.2 Dokumentasi FGD dengan Book Club UMN.....	lx
Lampiran 2.3 Transkrip Wawancara.....	lx
Lampiran 2.4 Dokumentasi dengan kedua vendor buku bekas.....	lxxi
Lampiran 2.5 Hasil <i>User Test</i>	lxxii
Lampiran 2.7 Lampiran Proyeksi keuangan 60 bulan	lxxxiii
Lampiran 2.8 Lampiran Proses sketsa dan ide UX aplikasi.....	lxxxvi
Lampiran 2.9 Hasil Persentase Turnitin.....	lxxxviii

