

**RENCANA STRATEGI BRAND UNTUK MENCIPTAKAN
KETERIKATAN KONSUMEN**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

**Christabel Orleans Setiaji Adiwana
00000069688**

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

BRAND STRATEGY PLAN TO CREATE CONSUMER

ENGAGEMENT



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Seni (S.Sn.)

Christabel Orleans Setiaji Adiwana

00000069688

PROGRAM STUDI

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Christabel Orleans Setiaji Adiwana

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069688

Program Studi : Film

Laporan MBKM Kewirausahaan dengan judul:

BRAND STRATEGY PLAN TO CREATE CONSUMER ENGAGEMENT

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan MBKM Kewirausahaan yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 9 Juni 2025



(Christabel Orleans Setiaji Adiwana)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM Kewirausahaan dengan judul
BRAND STRATEGY PLAN TO CREATE CONSUMER ENGAGEMENT

Oleh

Nama : Christabel Orleans Setiaji Adiwana
NIM : 00000069688
Program Studi : Film
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 18 Juni 2025
Pukul 09.30 s.d 10.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji

 Digitally signed
by Teddy
Hendiawan
Date:
2025.06.25
12:07:15 +07'00'

Dr. Teddy Hendiawan, S.Ds., M.Sn
3160750651130143

Ahmad Arief A., S.Sn, MPDesSc
1260753654130113

Ketua Program Studi

Kus Sudarsono, S.E., M.Sn
1260753651430113

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Christabel Orleans Setiaji Adiwana

NIM : 00000069688

Program Studi : Seni dan Desain

Fakultas : Film

Jenis Karya : Laporan MBKM Kewirausahaan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas laporan Kewirausahaan saya yang berjudul.

RENCANA STRATEGI BRAND UNTUK MENCIPTAKAN KETERIKATAN KONSUMEN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 9 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Christabel Orleans Setiaji Adiwana)

KATA PENGANTAR

Sejak usia muda, saya selalu memiliki ketertarikan yang kuat terhadap dunia bisnis. Ada keinginan besar dalam diri saya untuk menciptakan sebuah brand yang tidak hanya ideal di mata pasar, tetapi juga memiliki karakter yang unik dan mampu menciptakan tren tersendiri. Bagi saya, membangun sebuah brand bukan sekadar menciptakan produk yang laku di pasaran melainkan menciptakan sesuatu yang saya sendiri cintai, dan berharap orang lain juga bisa merasakannya.

Pepatah mengatakan, *"Bila kamu mengerjakan sesuatu yang kamu cintai, maka kamu tidak akan bekerja sehari pun dalam hidupmu."* Perjalanan dalam membangun bisnis kami, TERRAN, adalah bukti nyata dari pepatah ini. Meskipun prosesnya tidak mudah dan penuh liku, setiap tantangan yang kami lewati memberikan pelajaran berharga yang memperkaya pengalaman saya di dunia kewirausahaan.

Saya memilih topik ini karena ingin berbagi cerita dan proses kreatif di balik berdirinya TERRAN sebuah brand yang kami ciptakan, dengan konsep yang masih tergolong baru di Indonesia. Saya percaya bahwa cerita dan pengalaman ini layak untuk dibaca oleh siapa pun yang sedang atau ingin memulai perjalanan mereka di dunia wirausaha. Terutama bagi para pembaca yang memiliki mimpi untuk membangun brand sendiri namun masih ragu atau belum tahu harus mulai dari mana.

Melalui tulisan ini, saya berharap dapat memberikan semangat, inspirasi, dan panduan praktis bagi para calon wirausahawan muda yang ingin mulai mencicipi dunia bisnis. Karena sesulit apapun prosesnya, saya percaya usaha tidak akan pernah mengkhianati hasil.

Mengucapkan terima kasih

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan saya kekuatan

2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
 3. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., M.Sn., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
 4. Kus Sudarsono S.E., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
 5. Dr. Teddy Hendiawan, S.Ds., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
 6. Hoky Nanda, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
 7. Kepada Perusahaan Skystar Ventures yang telah mengadakan program
 8. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..
 9. Anggota- anggota Terran
 10. Teman- teman the Ikan lele's karena setia menyemangati penulis
 11. Seluruh pelanggan yang telah memberikan dukungan kepada Terran
 12. Pelanggan setia Pirprilav karena rela menunggu pesanan hingga program MBKM selesai
 13. Settrigh, Sebastian, Lance Mcclain, Ivantill, Mizisua, Etra chan saw it sebagai penyemangat penulis
 14. Gwyneth Setiaji Adiwana penyemangat prima penulis
- (harapan) Semoga karya ilmiah ini

Tangerang, 9 Juni 2025



(Christabel Orleans Setiaji Adiwana)

RENCANA STRATEGI BRAND UNTUK MENCIPTAKAN KETERIKATAN KONSUMEN

Christabel Orleans Setiaji Adiwana

ABSTRAK

Program MBKM Kewirausahaan memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk terlibat langsung dalam pengembangan bisnis rintisan. Melalui program ini, penulis turut berperan dalam perancangan strategi merek Terran, sebuah brand parfum lokal yang mengusung nilai-nilai budaya Asia Timur sebagai narasi utama. Terran berfokus pada penciptaan pengalaman emosional melalui aroma dan storytelling sinematik sebagai media promosi utama. Penulis terlibat dalam riset budaya, pengembangan narasi, serta penyusunan konsep visual yang mendukung identitas brand. Setiap varian parfum dikembangkan dengan filosofi budaya berbeda, kemudian diterjemahkan dalam bentuk video sinematik yang disesuaikan dengan karakter aroma. Proses yang dilalui mencakup penyusunan storyboard, pengawasan produksi, hingga pascaproduksi. Pengalaman ini memberikan pemahaman mengenai pentingnya konsistensi pesan brand, riset yang relevan, serta kolaborasi tim kreatif dalam mendukung strategi pemasaran. MBKM kewirausahaan tidak hanya mendorong kreativitas, tetapi juga memperkuat kemampuan adaptif dan komunikasi dalam konteks kerja nyata.

Kata kunci: Storytelling, Sinematik, Pemasaran kreatif

BRAND STRATEGY PLAN TO CREATE CONSUMER

ENGAGEMENT

Christabel Orleans Setiaji Adiwana

ABSTRACT

The MBKM Entrepreneurship Program provides students with the opportunity to be directly involved in the development of startup businesses. Through this program, the author contributed to the brand strategy design for Terran, a local perfume brand that highlights East Asian cultural values as its main narrative. Terran focuses on creating emotional experiences through scent and cinematic storytelling as its primary promotional medium. The author was involved in cultural research, narrative development, and the formulation of visual concepts that support brand identity. Each perfume variant was developed with a distinct cultural philosophy and then translated into cinematic videos tailored to the character of each scent. The process included storyboard development, production supervision, and post-production. This experience provided insights into the importance of brand message consistency, relevant research, and creative team collaboration in supporting marketing strategies. The MBKM entrepreneurship program not only encourages creativity but also strengthens adaptability and communication skills within a real work context.

Keywords: *Storytelling, Cinematic, Creative Marketing*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang MBKM Kewirausahaan	1
1.2 Maksud dan Tujuan MBKM Kewirausahaan	3
1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Dalam MBKM Kewirausahaan.....	3
1.4 Rumusan masalah.....	4
1.5 Tujuan Program.....	5
1.6 Manfaat	6
BAB II	
GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA	7
2.1 Deskripsi Perusahaan	7
2.2 Struktur Perusahaan	8
2.3 Kondisi umum Lingkungan.....	12
2.4 Gambaran Umum Produk	13
2.5 Analisis Kelayakan Usaha.....	14
BAB III	
METODE PELAKSANAAN MBKM KEWIRAUSAHAAN	16
3.1 Produksi	16
3.2 Penetapan Harga.....	21
3.3 Promosi Target Pasar	23
3.4 Tahapan Pekerjaan yang Dilakukan Dalam MBKM Kewirausahaan.....	24
3.5 Uraian Pelaksanaan Kerja Dalam MBKM Kewirausahaan	25
3.5.1 Proses Pelaksanaan.....	25
3.5.2 Kendala yang Ditemukan.....	32
3.5.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	32
BAB IV	
KESIMPULAN DAN SARAN	34

4.1 Kesimpulan	34
4.2 Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA.....	13
LAMPIRAN.....	1

DAFTAR TABEL

Gambar 2.5 Data Break Even Terran.....	14
Tabel 3.2 Perbandingan Harga atau hasil Benchmarking	21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Skystar Ventures	7
Gambar 2.2 Contoh Bagan Struktur Organisasi Perusahaan	8
Gambar 2.3 Logo Terran.....	10
Gambar 2.4 Struktur tim Terran.....	11
Gambar 2.5 Data Break Even Terran	14
Gambar 3.1 Rancangan produk parfum Terran.....	18
Gambar 3.2 Sinematik Terran	19
Gambar 3.3 Feedback form.....	20
Gambar 3.4 Testimoni parfum Terran	21
Gambar 3.5 notes hasil riset	27
Gambar 3.6 proses animasi sinematik <i>Hanami</i>	28
Gambar 3.7 contoh ilustrasi <i>Irasutoya</i> (いらすとや)	29
Gambar 3.7 Storyboard <i>Hanami</i>	30
Gambar 3.8 Warna akhir sinematik	31

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM Kewirausahaan (MBKM 01)	II
B. Kartu MBKM Kewirausahaan (MBKM 02)	III
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	IV
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	XLV
F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin	XLVIII
G. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM Cluster Kewirausahaan	LI