

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
YANG DIAJUKAN KE
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

**PERANCANGAN BANNER PROMOSI PRODUK UKM
“FAMILY SEMPRONG”**

Disusun oleh:

Ketua Tim

Andreas, S.Sn., M.Ds. (10614002 / 0309107802)

Anggota:

Vanesya (625210070)

Brenda Stefanie (625210075)

Elysia (625210076)

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
NOVEMBER 2022**

Halaman Pengesahan
Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat

1. Judul PKM : Perancangan Banner Promosi Produk UKM “Family Semprong”
2. Nama Mitra PKM : Dinas DKUMPP Kabupaten Kubu Raya
3. Ketua PKM
 - a. Nama dan Gelar : Andreas, S.Sn., M.Ds.
 - b. NIK/NIDN : 0309107802/ 10614002
 - c. Jabatan/Gol : Asisten Ahli / TK0 / C212
 - d. Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 - e. Fakultas : Seni Rupa dan Desain
 - f. Bidang Keahlian : Ilustrasi, Menggambar
 - g. Alamat Kantor : Jl. Letjen S. Parman No. 1 Jakarta Barat
 - h. No HP/ email : 081807495005/andreas@fsrd.untar.ac.id
4. Anggota Tim PKM
 - a. Jumlah Anggota : -
 - b. Nama Anggota I/Keahlian : -
 - c. Jumlah Mahasiswa : 3 Orang
 - d. Nama mahasiswa dan NIM : 1. Vanesya / 625210070
2. Brenda Stefanie / 625210075
3. Elysia / 625210076
5. Lokasi Kegiatan Mitra
 - a. Wilayah Mitra : Pontianak-Kalimantan
 - b. Kabupaten/Kota : Kubu Raya
 - c. Propinsi : Kalimantan Barat
6. Metode Pelaksanaan : ~~Luring~~/Daring
7. Luaran Yang dihasilkan : Banner
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : ~~Januari-Juni~~/Juli-Desember* (pilih salah satu)

Jakarta, 28 Oktober 2022

Menyetujui,
Ketua LPPM

Ketua Pelaksana



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D.
NIDN/NIK : 0323085501/10381047

Andreas S.Sn., M.Ds.
NIDN/NIK : 10614002 / 0309107802

BAB I

Pendahuluan

A. Analisis Situasi

Kubu Raya adalah sebuah kabupaten di Kalimantan yang merupakan pemekaran dari Kabupaten Pontianak dan merupakan bagian terluar dari Provinsi Pontianak (*PROTOKOL DAN KOMUNIKASI PIMPINAN KAB KUBU RAYA, 2022*). Pada saat ini Kabupaten Kubu Raya memiliki perekonomian yang berkembang dengan pelaku usaha yang terus bertumbuh. Dari sekitar >12.000 pelaku usaha, 95% adalah pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) (*ANTARA News Kalimantan Barat, 2022*). Perkembangan UMKM di Kubu Raya didampingi oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan (DKUMPP). Seiring berkembangnya UKM di Kubu Raya, tentu persaingan antar UKM meningkat. Terutama pada UKM kuliner atau makanan, karena makanan merupakan aspek penting dalam budaya yang menghangatkan hati dan juga menumbuhkan kesenangan pada semua orang (Turner, 2016). Terlebih lagi jika pelaku UKM memiliki resep keluarga yang turun-temurun yang bisa dijadikan kelebihan dari produk yang ditawarkan.

Kue adalah makanan ringan yang dibuat dari campuran berbagai bahan pangan dan memiliki bentuk dan jenis yang beraneka ragam (Syafri, 2019). Salah satu produk kue adalah kue semprong. Kue ini berbentuk silinder atau panjang seperti pipa dengan rasa yang khas dan unik. Kue semprong juga hadir dalam bentuk lain, seperti bentuk segitiga dan persegi panjang. Kue semprong merupakan salah satu makanan tradisional populer bagi masyarakat Indonesia. Makanan tradisional dan turun-temurun bukan berarti tidak terbuka pada perkembangan. Seiring globalisasi, muncul makanan-makanan baru yang menyebar dengan cepat kepopulerannya terutama pada anak-anak muda (Misbahuddin, 2019,). Makanan-makanan tersebut bisa dikembangkan atau dikombinasi dengan makanan tradisional untuk menggaet konsumen. Seperti yang dilakukan oleh UKM Family Semprong milik Ibu Iden. Family Semprong adalah UKM kuliner dari Kubu Raya yang menjual produk kue semprong tradisional dengan varian-varian rasa yang modern. Varian rasa yang ditawarkan antara lain cokelat, *green tea*, *tiramisu*, wijen, original, *coco crunch*, selai kacang, keju, dan abon.



Gambar 1. Tampilan Produk Family Semprong di Instagram
Sumber: Instagram @familysemprong.id, 2022

B. Masalah Mitra dan Solusinya

Family Semprong ingin mendapatkan jangkauan pasar yang lebih luas serta meningkatkan daya beli pada produk-produk yang tersedia dan membutuhkan bantuan untuk perancangan komunikasi visual *banner* dari produk yang tersedia. Iklan merupakan suatu tahap promosi gagasan, barang, atau jasa yang dilakukan dengan berbagai media (Aslam, 2022). Iklan memiliki kekuatan sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang, memberikan layanan, serta gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang persuasif (Anthori, 2021).

Ide-ide tersebut dapat disampaikan melalui banyak media, salah satunya adalah *banner*. Jika dilihat dari fungsinya, *banner* sendiri berguna sebagai media pemasaran (iklan) yang berisi publikasi, iklan, promosi, dan berbagai keperluan lainnya (Saturadar.com, 2021). Jika dilihat dari fungsi desain *banner*, permasalahan yang dihadapi oleh Family Semprong dapat diselesaikan salah satunya dengan perancangan visual yang tepat, dimana desain *banner* bisa menggunakan gaya visual yang *trendy* sehingga dapat memberikan daya tarik kepada target yang merupakan anak-anak muda, dan meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk (Soewito, 2013).

Bab II

Pelaksanaan

A. Deskripsi Kegiatan

Mitra yang digarap adalah Family Semprong, dengan produk yang dijual berupa semprong tradisional dengan berbagai varian rasa. Family Semprong menawarkan semprong tradisional yang memiliki cita rasa yang khas yaitu manis, sedikit gurih dan tekstur yang renyah. Family Semprong berupaya untuk memperkenalkan sebuah inovasi dari cemilan tradisional terkenal Indonesia, semprong dengan variasi rasa. Melihat hal ini, desain yang dirancang harus disesuaikan dengan target pasar yang ingin dicapai oleh Family Semprong, dimana target brand ini adalah anak muda, maka hal yang perlu ditekankan sehingga eksekusi dapat berjalan dengan baik adalah tampilan visual dari *banner* yang tentunya dapat menarik perhatian *target audience*.



Gambar 2. Produk Family Semprong
Sumber: Instagram @familysemprong.id, 2022

Arahan yang diterima dari pihak Family Semprong untuk menyertakan informasi berikut pada banner yang akan digarap:

- Dijual secara *online* : Instagram, WhatsApp, Shopee, dan GoFood
- Nama brand : Family Semprong
- Varian rasa : Original, wijen, coklat, coco crunch, tiramisu, selai

kacang, green tea, keju, dan abon.

- Kontak instagram : familysemprong.id
- Kontak WhatsApp : 081345657485
- Alamat : Desa Mekarbaru RT 6 RW 4 Kecamatan Sungai Raya, Komplek Perumah Kav. 1 Residen No. F 59

Pada proses selanjutnya, dilakukan proses *brainstorming* dan pengumpulan referensi berdasarkan *brief* yang telah diberikan. *Standing banner* ini membutuhkan visual yang menampilkan daya tarik dari semprong dengan rasa-rasa menarik yang ditawarkan oleh Family Semprong. Pada proses ini ditemukan bahwa *standing banner* dengan desain *digital imaging*, serta ilustrasi vektor (*line art*) menjadi tema paling tepat dalam merancang *banner*. *Digital imaging* foto produk akan memberikan gambaran jelas tentang produk yang dijual oleh Family Semprong dan ilustrasi vektor memberikan kesan “*trendy*” disertai dengan *layout* yang dinamis.

Pada tahap awal eksekusi, dimulai dengan proses pencarian referensi visual yang sesuai dengan konsep yang ingin dirancang juga akan digunakan sebagai acuan dan landasan pada proses perancangan *banner*.



Gambar 3. Referensi Desain *Standing Banner* Family Semprong
Sumber: Pinterest, 2022

Dari referensi yang telah dikumpulkan serta mengikuti *brief* yang diberikan, dirancang 3 alternatif desain kasar sebagai rekomendasi visual *banner* Family Semprong.



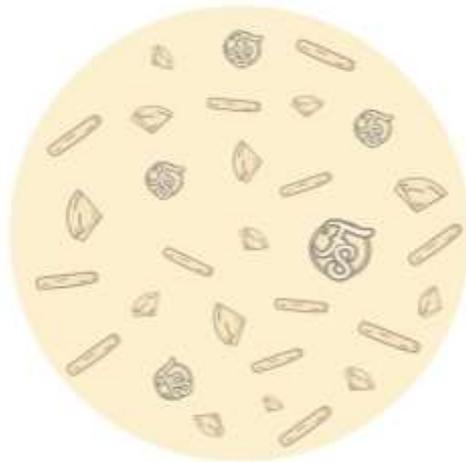
Gambar 4. Alternatif Desain *Standing Banner*
 Sumber: Pribadi, 2022

Perancangan identitas visual Family Semprong menggunakan skema warna kuning muda sebagai warna utama untuk merepresentasikan warna dari semprong yang berwarna kuning kecokelatan. Juga terdapat warna cokelat kayu yang digunakan sebagai perwakilan warna dari varian rasa terlaris dari Family Semprong yang berguna agar desain *banner* terkesan tidak terlalu monoton.



Gambar 5. Palet Warna
 Sumber: Pribadi, 2022

Ornamen-ornamen pada visual standing banner mengambil tema *repetitive pattern*, *line art*, dan ilustrasi. Pola pada pattern menggunakan logo Family Semprong, semprong bentuk panjang, dan semprong bentuk segitiga. Pola-pola dan warna tersebut dipilih karena melambangkan jelas produk yang ditawarkan oleh Family Semprong, dan warna-warna yang khas dengan kue semprong yaitu kuning kecoklatan, serta varian rasa terlaris dari Family Semprong, yaitu coklat dan coco crunch dilambangkan dengan warna coklat.



Gambar 6. Pattern *Standing Banner* “Family Semprong”
Sumber: Pribadi, 2022

Tipografi yang digunakan pada identitas visual *banner* produk Family Semprong adalah *typeface* jenis *sans-serif* untuk memberikan kesan modern, simpel, dan ramah bagi pembaca yaitu “Milky” dan “Nexa Bold”.



Gambar 7. Tipografi “Milky” dan “Nexa Bold”
Sumber: Pribadi, 2022

Hasil akhir desain *standing banner* produk mitra Family Semprong setelah melalui proses

revisi desain.



Gambar 7. Hasil Desain *Standing Banner* “Family Semprong”
Sumber: Pribadi, 2022

B. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan ini melibatkan 1 mahasiswa pada pelaksanaan pelatihan. Berikut adalah kerangka pelaksanaannya:

- 1 Melakukan observasi UKM
- 2 Berkomunikasi dengan dinas DKUMPP Kabupaten Kubu Raya
- 3 Wawancara dengan pelaku UKM
- 4 Penyusunan rekomendasi desain
- 5 Produksi dan pendaftaran HKI

Deskripsi Bagan:

1. Melakukan observasi UMKM

Pada tahap awal melakukan pengumpulan data dengan dilakukannya proses observasi terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah di Kubu Raya yang merupakan pemekaran dari Kabupaten Pontianak, Ibu Kota Provinsi Kalimantan Barat, yang dimana hasilnya dinyatakan bahwa perlunya membuat perancangan visual *banner* untuk produk “Family Semprong”.

2. Berkomunikasi dengan dinas DKUMPP Kabupaten Kubu Raya

Pada tahap kedua dilakukan pengumpulan data yang disambut dengan kata sambutan dari bupati Kubu Raya dan melakukan wawancara dengan kepala dinas Kubu Raya yang kemudian menghasilkan data bahwa pemerintah Kubu Raya terus mendorong Usaha Mikro Kecil Menengah dengan cara terus menjamin pasar, karena yang paling utama adalah membuat pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah optimis khususnya di Kubu Raya yang berbasis pertanian perkebunan dan terletak di wilayah *hinterland*, serta peluang ini dilakukan secara regulasi berbasis geospasial, dan legalitas Usaha Mikro Kecil Menengah diupayakan dipercepat dengan memberikan NIB kepada para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. Bupati juga memfasilitasi dengan perjanjian Balai POM (Pengawas Obat dan Makanan), sertifikat halal untuk memperkuat literasi *digital* karena penting menyangkut pasar. Kemudian salah satu cara untuk menjamin Usaha Mikro Kecil Menengah adalah para pemerintah turut membeli produk Usaha Mikro Kecil Menengah melalui birokrasi. Pemerintah berharap dapat mengurangi pengangguran dan dapat bersaing dengan wilayah lainnya. Saat ini Kubu Raya memiliki Usaha Mikro Kecil Menengah sebanyak 22.000 unit yang bergerak di berbagai macam bidang sektor perikanan, perindustrian, perdagangan, jasa, dan sebagainya. Pemerintah juga melakukan pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah dari hulu-hilir, contohnya di sekitar sektor pertanian dari peningkatan kapasitas *building*, bantuan bibit, dan dukungan pasca panennya, serta juga bekerja sama dengan toko *online*, swalayan, dan mengakomodasi dengan ikut terlibat dalam kegiatan promosi di tingkat kabupaten, provinsi, maupun nasional. Dengan ini, pemerintah memiliki harapan kepada Universitas Tarumanagara agar dapat ikut berperan aktif untuk membantu Usaha Mikro Kecil Menengah Kubu Raya dalam peningkatan kualitas produk dari sisi desain kemasan dan dalam pembuatan iklan.

3. Wawancara dengan pelaku UKM

Pada tahap ini dilakukan wawancara dengan pemilik UKM Family Semprong yang kemudian menghasilkan data bahwa UKM miliknya bergerak di bidang camilan keripik pisang dengan beberapa varian rasa dengan nama *brand* “Family Semprong”. Keunggulan dari produk “Family Semprong” adalah memiliki varian yang banyak tidak seperti semprong pada umumnya sehingga mendapatkan *tagline* “Semprong Banyak Variannya”. *Brand* produk ini biasa dipromosikan secara daring melalui Instagram (@familysemprong.id) dan Whatsapp (081345657485), juga dipasarkan secara luring. Target konsumen dari “Family Semprong” ini adalah segala usia, tetapi semprong tersebut biasanya paling sering dibeli oleh anak muda. Dalam wawancara ini juga dinyatakan perlunya membuat perancangan visual *banner* untuk produk “Family Semprong” dengan memperhatikan *brand guide* dan *style*, yaitu penggunaan warna kuning kecoklatan dan elemen ilustrasi semprong.

4. Penyusunan rekomendasi desain

Pada tahap penyusunan, rekomendasi desain ini dimulai dengan melakukan pencarian referensi visual yang sesuai dengan konsep yang ingin dibawa dan yang akan digunakan sebagai acuan landasan saat perancangan identitas visual *banner*. Pertama menentukan skema warna yang akan digunakan yaitu warna kuning kecoklatan seperti semprong, coklat kayu, dan krem muda. Selanjutnya menentukan ornamen yang akan digunakan yaitu patahan dan remahan semprong, lelehan coklat, dan ilustrasi tangan. Terakhir menentukan tipografi yang akan digunakan yaitu Milky dan Nexa Bold. Kemudian lanjut ke tahap eksekusi dengan proses pengeditan melalui aplikasi Adobe Illustrator.

5. Produksi dan pendaftaran HKI

Bab III

Kesimpulan

Proses penggarapan identitas visual *banner* untuk produk semprong milik “Family Semprong” diapresiasi dengan sangat baik oleh pemilik “Family Semprong”. Pemilik “Family Semprong” telah memilih 1 dari 3 desain alternatif yang diajukan, dimana desain

terpilih dirasa sangat sesuai dalam menggambarkan konsep yang ingin disampaikan oleh sang pemilik, serta juga berharap dengan adanya desain banner dapat meningkatkan minat dan daya tarik calon pembeli terhadap produk “Family Semprong”.

Daftar Pustaka

- Anthori, M. (2021). KALIMAT TANYA DALAM WACANA IKLAN DI E-PAPER SOLOPOS SEBAGAI SUMBER BAHAN PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA KELAS VIII. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/98197>
- Arista, E. D., & Tri Astuti, S. R. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. <https://journal.widyamanggala.ac.id/index.php/jurnalaset/article/view/71/45>
- Aslam, M. N. (2022). IKLAN GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMEN. <https://osf.io/ex58n>
- Geografi - PROTOKOL DAN KOMUNIKASI PIMPINAN KAB KUBU RAYA.* (n.d.). PROTOKOL DAN KOMUNIKASI PIMPINAN KAB KUBU RAYA. Retrieved November 15, 2022, from <https://prokopim.kuburayakab.go.id/page/geografi>
- Misbahuddin, M. (2019). Makanan, Globalisasi dan Agama: Ekspresi Keberagaman Kelas Menengah Muslim dalam Globalisasi Makanan. <https://ejournal.insuriponorogo.ac.id/index.php/muharrik/article/view/128/119>
- 95 persen usaha di Kubu Raya didominasi oleh usaha mikro dan kecil - ANTARA News Kalimantan Barat.* (2022, February 15). Antara Kalbar. Retrieved November 15, 2022, from <https://kalbar.antaranews.com/berita/504741/95-persen-usaha-di-kubu-raya-didominasi-oleh-usaha-mikro-dan-kecil>
- Saturadar.com. (2021). *Pengertian Banner Adalah : Arti, Fungsi, Tujuan, dan Jenis-Jenis Banner.* Retrieved November 15, 2022, from

<https://www.saturadar.com/2021/01/Pengertian-Banner.html>

Soewito, Y. (2013). KUALITAS PRODUK, MEREK DAN DESAIN
PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR YAMAHA MIO. <https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.1649>

Syafri. (2019, August 20). *Resep Aneka Kue Kering Yang Tidak Boleh Anda
Lewatkan!* Nyari Bisnis. Retrieved November 15, 2022, from
<https://nyaribisnis.com/resep-aneka-kue-kering/>

Turner, J. C.F. (2016). Food Illustration: a morsel on the medium.
<https://doi.org/10.7202/1038481ar>

Lampiran

1. Surat Tugas



PERJANJIAN

**PELAKSANAAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PROGRAM PKM100 PLUS 2022 – Periode 2
Nomor: PKM100Plus-2022-2-157-SPK-KLPPM/UNTAR/XI/2022**

1. Pada hari Senin tanggal 7 bulan November Tahun 2022, yang bertanda tangan di bawah ini:

I Nama : Ir. Jap Tji Beng, MMSi., M.Psi., Ph.D.
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Tarumanagara

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Pertama**.

II Nama : Andreas, S.Sn., M.Ds.
NIDN/NIDK : 0309107802
Fakultas : Fakultas Seni Rupa dan Desain

Bertindak untuk diri sendiri dan Anggota Tim Pengusul:

1. Nama : Vanesya
NIM : 625210070
2. Nama : Brenda Stefanie
NIM : 625210075
3. Nama : Elysia
NIM : 625210076

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Kedua**.

2. Pihak Pertama menugaskan Pihak Kedua untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat atas nama Universitas Tarumanagara dengan:

Judul kegiatan : Perancangan Banner Promosi UMKM Family Semprong

Nama mitra : DKUMPP Kabupaten Kubu Raya

Tanggal kegiatan : 13 Oktober 2022

dengan biaya Rp3,000,000 (Tiga Juta Rupiah) dibebankan kepada anggaran Universitas Tarumanagara.

3. Lingkup pekerjaan dalam tugas ini adalah kegiatan sesuai dengan yang tertera dalam usulan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang diajukan oleh Pihak Kedua, dan telah disetujui oleh Pihak Pertama yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam surat tugas ini.

4. Pihak Kedua wajib menyerahkan laporan kegiatan dan luaran kegiatan selambat-lambatnya tanggal 31 Desember 2022, sesuai prosedur dan peraturan yang berlaku dengan format sesuai ketentuan.

Pihak Pertama



Ir. Jap Tji Beng, MMSi., M.Psi., Ph.D.

Pihak Kedua

Andreas, S.Sn., M.Ds.

Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana

2. Bukti Luaran (Masukan banner yang sudah diapprove disini)

UKM DKUKMPP KABUPATEN KUBU RAYA

Family Semprong

MEMBERI RASA

UNTUK KELUARGA

Original Tiramisu Chocolate
Green Tea Choco Crunch Selai Kacang
Wijen Keju Abon

familysemprong.id 0813 4565 7485

Desa Mekarbaru RT 6/4, Kec. Sungai Raya,
Kamp. Perum, Kav. 1 Residen No. F/59

DIDUKUNG OLEH:

LPPM UNTAR Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
UNTAR FAKULTAS SEMI RUPA & DESAIN
dku
Mekarbaru

3.Sertifikat HKI


REPUBLIC INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202291219, 18 November 2022

Pencipta

Nama : **Andreas, Vanesya dkk**
Alamat : Taman Villa Meruya Blok A 1/47, RT 001/010, Meruya Selatan, Kembangan, Jakarta Barat, DKI JAKARTA, 11650
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Andreas, Vanesya dkk**
Alamat : Taman Villa Meruya Blok A 1/47, RT 001/010, Meruya Selatan, Kembangan, Jakarta Barat, DKI JAKARTA, 11650
Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Banner**
Judul Ciptaan : **Banner Promosi Produk UKM Family Semprong**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 15 November 2022, di Jakarta
Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor pencatatan : 000406963

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia
Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual
u.b.
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri


Anggoro Dasananto
NIP.196412081991031002



Disclaimer:
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.

LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Andreas	Taman Villa Meruya Blok A 1/47, RT 001/010, Meruya Selatan, Kembangan
2	Vanesya	Jelambar Kb. Pala No. 25C, RT002/007, Pejagalan, Penjaringan
3	Brenda Stefanie	Tanah Sereal Gg. Pucuk I/19, RT 008/008, Tanah Sereal, Tambora
4	Elysia	Jl. Jembatan Besi V No. 50AA, RT08/04, Jembatan Besi, Tambora

LAMPIRAN PEMEGANG

No	Nama	Alamat
1	Andreas	Taman Villa Meruya Blok A 1/47, RT 001/010, Meruya Selatan, Kembangan
2	Vanesya	Jelambar Kb. Pala No. 25C, RT002/007, Pejagalan, Penjaringan
3	Brenda Stefanie	Tanah Sereal Gg. Pucuk I/19, RT 008/008, Tanah Sereal, Tambora
4	Elysia	Jl. Jembatan Besi V No. 50AA, RT08/04, Jembatan Besi, Tambora

