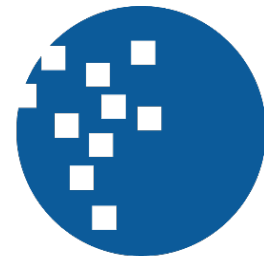


**PERANCANGAN DESAIN KONTEN INSTAGRAM *POST*
UNTUK INDFINITI**



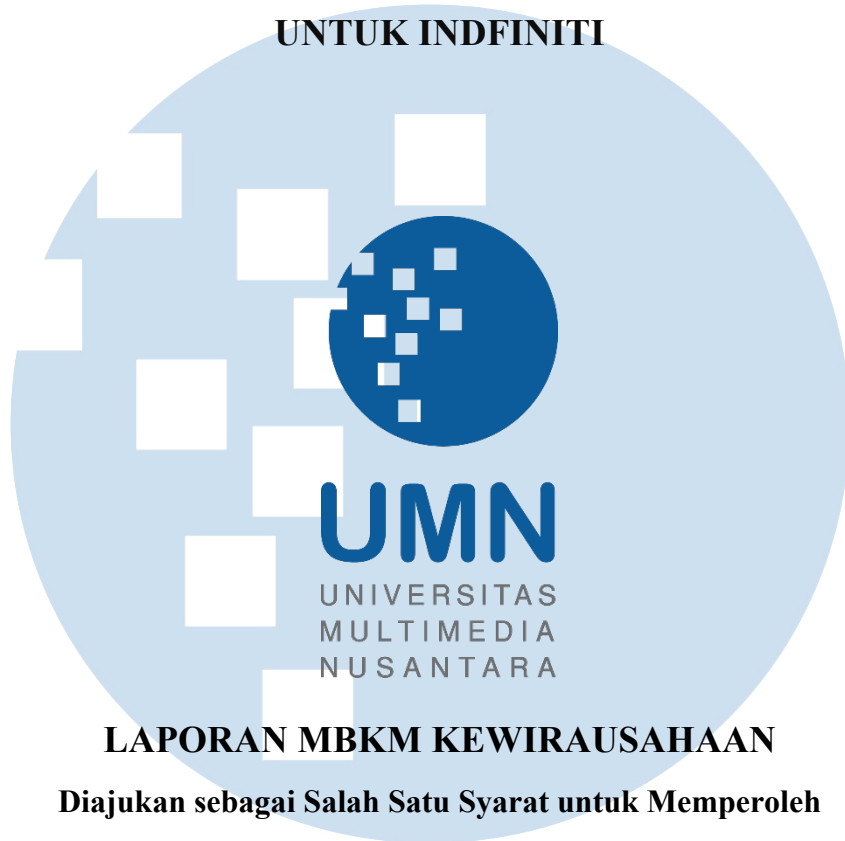
UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Charvia Angelia
00000073503

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

**PERANCANGAN DESAIN KONTEN INSTAGRAM *POST*
UNTUK INDFINITI**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

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

**Charvia Angelia
00000073503**

**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 : Charvia Angelia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000073503
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN DESAIN KONTEN INSTAGRAM *POST* UNTUK INDFINITI

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, 8 Juni 2025



(Charvia Angelia)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Cluster MBKM dengan judul
PERANCANGAN DESAIN KONTEN INSTAGRAM *POST*
UNTUK INDFINITI

Oleh

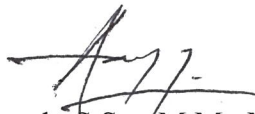
Nama Lengkap : Charvia Angelia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000073503
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 12 Juni 2025
Pukul 09.00 s.d. 09.30 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



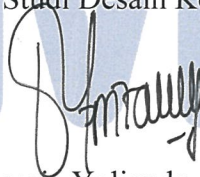
Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/ L00011

Penguji



Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 042750

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 : Charvia Angelia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000073503
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN KONTEN
INSTAGRAM POST UNTUK
INDEFINITY**

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, 8 Juni 2025



(Charvia Angelia)

* 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

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas bimbingan dan penyertaan-Nya dalam proses penyusunan proposal berjudul “Perancangan *Website Indfiniti* untuk *Nano & Micro Influencer*” sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan program MBKM Kewirausahaan. Selain itu, perancangan usaha ini bertujuan untuk mendukung perkembangan karir para influencer muda, khususnya nano dan micro influencer, dengan harapan dapat meningkatkan kualitas konten yang dihasilkan serta mendukung peningkatan pendapatan mereka. Penulisan dan perancangan ini juga menjadi wujud rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan proyek ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., 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. Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds, selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Hoky Nanda , selaku Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Cinthya Tania , selaku Pembimbing ketiga yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
7. Mizan Lazuardi , selaku Pembimbing keempat yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

9. Anggota *team* Indfiniti selaku rekan-rekan dalam menyelesaikan MBKM kewirausahaan yakni. Ivy Florentia Wijaya, Kristian Aliwarga, Nelsen Pratama Wijaya.

Karya ilmiah ini diharapkan dapat menjadi sumber wawasan berharga bagi dunia pendidikan sekaligus memberikan dukungan nyata bagi nano dan micro influencer yang baru merintis karier di dunia media sosial.

Tangerang, 8 Juni 2025



(Charvia Angelia)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM POST UNTUK INDFINITI

(Charvia Angelia)

ABSTRAK

Industri influencer di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, terutama di kalangan Gen Z yang tertarik menjadi nano dan micro influencer. Namun, mereka masih menghadapi tantangan dalam memahami strategi pembuatan konten dan monetisasi yang efektif. Penelitian ini berfokus pada perancangan konten Instagram post untuk Indfiniti, sebuah platform edukasi dan komunitas yang dirancang untuk mendukung pengembangan kapasitas para influencer pemula. Tujuan perancangan adalah membangun brand awareness dan menarik minat target audiens melalui strategi konten yang relevan secara visual dan naratif. Proses perancangan menggunakan pendekatan Design Thinking yang mencakup lima tahapan: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Setiap tahap diarahkan untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna serta merancang solusi komunikasi visual yang tepat sasaran. Hasil menunjukkan bahwa konten Instagram yang informatif, konsisten, dan responsif terhadap kebutuhan pengguna dapat meningkatkan interaksi dan ketertarikan audiens terhadap platform Indfiniti. Strategi konten dikembangkan berdasarkan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*), yang berfokus pada mendorong audiens dari tahap awareness hingga ke partisipasi aktif dalam komunitas. Perancangan ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai kanal komunikasi visual untuk membangun citra dan koneksi antara platform edukasi dan komunitas targetnya, sekaligus meningkatkan visibilitas Indfiniti di tengah kompetisi industri digital.

Kata kunci: *Nano & Micro Influencer*, Konten Berkualitas, *Mentoring*

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

INSTAGRAM POST CONTENT DESIGN FOR INDFINITI

(Charvia Angelia)

ABSTRACT (English)

The influencer industry in Indonesia has experienced rapid growth, particularly among Gen Z individuals aspiring to become nano and micro influencers. However, many of them still face challenges in understanding effective content creation strategies and monetization. This study focuses on designing Instagram post content for Indfiniti, an educational and community-based platform aimed at supporting the development of beginner influencers. The main objective is to build brand awareness and attract the target audience through content that is visually and narratively relevant. The design process adopts the Design Thinking approach, consisting of five stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. Each stage is directed toward identifying user needs and developing effective visual communication strategies. The results show that informative, consistent, and user-oriented Instagram content can enhance audience engagement and interest in the Indfiniti platform. The content strategy is developed using the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share), focusing on guiding the audience from awareness to active participation within the community. This design process demonstrates that social media particularly Instagram can be effectively utilized as a visual communication channel to build brand identity and foster connections between the educational platform and its target community, while also increasing Indfiniti's visibility in the competitive digital industry.

Keywords: *Nano & Micro Influencer, Quality Content, Mentoring*



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 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.....	6
BAB II PEMBENTUKAN IDE BISNIS.....	9
2.1 Validasi Ide Bisnis	9
2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis	9
2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis	15
2.2 Business Model Canvas.....	16
2.3 Deskripsi Perusahaan	26
2.4 Struktur Perusahaan	30
2.5 Alur Kerja Perusahaan.....	31
2.6 Analisis Kelayakan Usaha	32
BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION	37
3.1 Market Research Validation	37
3.1.1 Segmentation, Targetting, Positioning.....	37
3.1.2 Market Persona.....	42

3.2 Metode Pegumpulan Data Ide Bisnis	45
3.2.1 Metode Pengumpulan Data Kualitatif.....	45
3.2.2 Pengumpulan Data Kuantitatif	50
3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor	55
3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi	57
3.4.1 Studi Eksisting	57
3.4.2 Studi Referensi	65
3.5 Penetapan Harga Produk/Jasa	69
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.....	80
4.2.1 Perancangan Brief Prototype Produk/Jasa.....	80
4.2.2 Mindmapping Brainstorming.....	82
4.2.3 Moodboard	85
4.2.4 Perancangan Desain	86
4.2.5 Draft Desain	96
4.2.6 Revisi.....	111
4.2.7 Finalisasi.....	123
4.3 Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa	130
4.3.1 Proyek 1: Perancangan Icon untuk Website Indfiniti ..	130
4.3.2 Proyek 2: Perancangan Postingan media sosial Indfiniti	133
4.3.2 Proyek 3: Perancangan Collateral	134
4.4 Penentuan Vendor Prototype Produk /Jasa	139
4.4.1 Craftworks	140
4.4.2 Revo Print.....	143
4.4.3 Extra Cepat	144
4.4.4 T-shirt Bar.....	146
4.4.5 Manychat.....	147
4.5 Hasil Ujicoba Prototype Produk/Jasa	149
4.5.1 Hasil UX Testing (Experience / Usability).....	149

4.5.2 Hasil UI Testing (Tampilan/Interface)	151
4.6 Kendala yang Ditemukan	152
4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	153
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	154
5.1 Simpulan	154
5.2 Saran	155
DAFTAR PUSTAKA	clvii
LAMPIRAN	clx
Lampiran 1. Hasil Presentase Turnitin	clx
Lampiran 2. MBKM 01: Cover Letter Cluster MBKM	clxii
Lampiran 3. MBKM 02: Kartu Identitas Peserta MBKM	clxiii
Lampiran 4. MBKM 03: MBKM Daily Task	clxiv
Lampiran 3. MBKM 04: Lembar Verifikasi Laporan MBKM	ccii
Lampiran 4. Surat Penerimaan Cluster MBKM	cciii
Lampiran 5. Surat Selesai Melaksanakan Cluster MBKM	cciv
Lampiran 6. Lampiran Karya Cluster MBKM Kewirausahaan	i
Lampiran 9. Hasil Interview	vii
Lampiran 10. Kuesioner Pre-riset	xvii
Lampiran 11. Main Quesioner Pre-riset	xviii
Lampiran 12. Hasil <i>user feedback demo day</i>	xxii
Lampiran 13. <i>demo day</i>	xxvi



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skema Waktu MBKM Cluster Kewirausahaan	6
Tabel 2.1 Tabel Perhitungan Fixed Price Indfiniti	32
Tabel 2.2 Tabel Perhitungan Variable Cost Indfiniti	33
Tabel 2.3 Tabel Pricing Tier 1	33
Tabel 2.4 Tabel Pricing Tier 2	33
Tabel 2.5 Tabel Pricing Tier 3	35
Tabel 3.1 Tabel Segementasi, Targettting, dan Posioting Infiniti.....	37
Tabel 3.2 Tabel Perbandingan Kompetitor	56
Tabel 3.3 Tabel Analisa SWOT Indfiniti	57
Tabel 3.4 Tabel Analisa SWOT Wis Akademi	59
Tabel 3.5 Tabel Analisa SWOT Seefluencer	61
Tabel 3.6 Tabel Analisa SWOT Akademi Creator	63
Tabel 4.1 Tabel Timeline Produksi <i>Prototype</i> Produk/Jasa.....	75
Tabel 4.2 Tahapan Perancangan <i>Prototype Social Media Content</i> Indfiniti.....	78
Tabel 4.3 Tabel Hasil <i>User Feedback Form</i> Indfiniti <i>UX Testing (Experience / Usability)</i>	149
Tabel 4.4 Tabel Hasil <i>User Feedback Form</i> Indfiniti <i>UI Testing (Tampilan/Interface)</i>	151

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Minat Gen Z	9
Gambar 2.2 Diagram Kesulitan Mencari Pekerjaan	10
Gambar 2.3 FGD dengan Gen Z	10
Gambar 2.4 Wawancara dengan @anvelynngusyenn.....	11
Gambar 2.5 Wawancara dengan @cardiyass	12
Gambar 2.6 Kuesioner nano dan micro influencer	13
Gambar 2.7 Wawancara dengan @sharon_clau	13
Gambar 2.8 Contoh Gambar <i>Business Model Canvas</i> Indfiniti	17
Gambar 2.9 Logo Perusahaan Indfiniti	27
Gambar 2.10 Logo wordmark Perusahaan Indfiniti 1	27
Gambar 2.11 Logo wordmark Perusahaan Indfiniti 2	28
Gambar 2.12 Logo wordmark Perusahaan Indfiniti 3	28
Gambar 2.13 Logomark Perusahaan Indfiniti	29
Gambar 2.14 Sturktur Perusahaan Indfiniti	30
Gambar 2.15 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan	31
Gambar 3.1 <i>Start Up Mad libs</i> Indfiniti	41
Gambar 3.2 Target Market Persona Indfiniti 1	42
Gambar 3.3 Target Market Persona Indfiniti 2	43
Gambar 3.4 Interview dengan @anvelynngusyenn	45
Gambar 3.5 Wawancara dengan @cardiyass	46
Gambar 3.6 Wawancara dengan @sharon_clau	47
Gambar 3.7 Wawancara dengan @_yohanespratama.....	48
Gambar 3.8 Wawancara dengan @kellyn_limas	48
Gambar 3.9 FGD dengan Gen Z	49
Gambar 3.10 Kuesioner pra-riset (1)	50
Gambar 3.11 Kuesioner pra-riset (2)	50
Gambar 3.12 Kuesioner pra-riset (3)	51
Gambar 3.13 Kuesioner pra-riset (4)	51
Gambar 3.14 Kuesioner pra-riset (5)	52
Gambar 3.15 Kuesioner pra-riset (6)	52
Gambar 3.16 Kuesioner pra-riset (7)	53
Gambar 3.17 Kuesioner pra-riset (8)	54
Gambar 3.18 <i>Brand Positioning Map</i>	55
Gambar 3.19 Logo Perusahaan Indfiniti	57
Gambar 3.20 Logo Perusahaan Wis Akademi	59
Gambar 3.21 Logo Perusahaan Seeinfluencer	61
Gambar 3.22 Logo Perusahaan Akademi Creator.....	63
Gambar 3.23 Logo Ruangguru.....	65
Gambar 3.24 Logo ADP list.....	67
Gambar 3.25 Metode Perancangan <i>Design Thinking</i>	72

Gambar 4.1 <i>Mind Map</i> Indfiniti	83
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i> Indfiniti	85
Gambar 4.3 <i>Color palette</i> Indfiniti.....	86
Gambar 4.4 <i>Typography</i> Indfiniti	86
Gambar 4.5 Elemen visual Indfiniti (1)	87
Gambar 4.6 Elemen visual Indfiniti (2)	87
Gambar 4.7 Timeline Marketing Indfiniti.....	89
Gambar 4.8 <i>profile</i> Instagram @yongshunnn_	90
Gambar 4.9 <i>profile</i> Tiktok @yongshunnn_	90
Gambar 4.10 Model Pemasaran Indfiniti	91
Gambar 4.11 User Journey Indfiniti.....	94
Gambar 4.12 referensi 1	97
Gambar 4.13 referensi 2	97
Gambar 4.14 sketsa <i>icon</i>	98
Gambar 4.15 finalisasi sketsa <i>icon</i>	98
Gambar 4.16 alternatif <i>icon</i> fitur pada website	99
Gambar 4.17 referensi & <i>moodboard mascot</i> (1)	100
Gambar 4.18 referensi & <i>moodboard mascot</i> (2)	100
Gambar 4.19 <i>keyword and big idea mascot</i>	101
Gambar 4.20 sketsa alternatif maskot indfiniti (1)	102
Gambar 4.21 sketsa alternatif maskot indfiniti (2).....	102
Gambar 4.22 <i>Planning social media post</i> Indfiniti	103
Gambar 4.23 Referensi carousel Indfiniti	104
Gambar 4.24 Sketsa layout carousel Indfiniti (1)	104
Gambar 4.25 Sketsa carousel Indfiniti (2)	105
Gambar 4.26 Sketsa naskah VT (1)	106
Gambar 4.27 Sketsa naskah VT (2)	106
Gambar 4.28 Desain <i>t-shirt</i> indfiniti (1)	107
Gambar 4.29 Desain <i>t-shirt</i> indfiniti (2)	108
Gambar 4.30 Desain <i>stikers</i>	108
Gambar 4.31 Desain <i>key chain</i>	109
Gambar 4.32 Desain <i>business card</i>	110
Gambar 4.33 <i>Icon for Community</i> (sebelum revisi).....	111
Gambar 4.34 <i>Icon for Community</i> (setelah revisi).....	111
Gambar 4.35 <i>icon “all KOL”</i> (sebelum revisi)	112
Gambar 4.36 hasil revisi <i>icon “all KOL”</i>	112
Gambar 4.37 alternatif <i>icon lifestyle</i>	113
Gambar 4.38 <i>icon booking</i> (sebelum revisi)	113
Gambar 4.39 alternatif <i>icon booking</i>	114
Gambar 4.40 sketsa <i>mascot</i> terpilih	114

Gambar 4.41 <i>feeds carousel</i> indfiniti (01)	116
Gambar 4.42 perbedaan gaya visual pada carousel indfiniti.....	116
Gambar 4.43 hasil revisi gaya visual pada postingan berikutnya	117
Gambar 4.44 hasil revisi <i>script</i> 1	118
Gambar 4.45 tambahan desain stiker indfiniti	120
Gambar 4.46 <i>gesture keychain 1</i> (sebelum revisi).....	120
Gambar 4.47 <i>gesture key chain 1</i> (setelah revisi)	121
Gambar 4.48 <i>business card alt 1</i>	121
Gambar 4.49 <i>business card alt 2</i>	122
Gambar 4.50 <i>alternative backside business card</i>	122
Gambar 4.51 masukan dan revisi dari tim indfiniti.....	122
Gambar 4.52 <i>final icon</i> indfiniti.....	123
Gambar 4.53 <i>Mascot</i> indfiniti (Minti).....	124
Gambar 4.54 Ekspresi dan gesture Minti	125
Gambar 4.55 <i>feeds</i> indfiniti.....	125
Gambar 4.56 <i>t-shirt indfiniti</i>	126
Gambar 4.57 Stiker Indfiniti	127
Gambar 4.58 <i>key chain</i> Indfiniti.....	128
Gambar 4.59 <i>business card</i> Indfiniti.....	129
Gambar 4.60 diskusi alternatif <i>icon</i>	131
Gambar 4.61 implementasi <i>icon</i> pada <i>whatsapp community</i>	132
Gambar 4.62 implementasi <i>icon</i> pada <i>website</i>	132
Gambar 4.63 <i>key visual feeds</i> indfiniti.....	134
Gambar 4.64 <i>t-shirt</i> indfiniti sebelum dan sesudah revisi.....	135
Gambar 4.65 <i>final business card</i> indfiniti.....	137
Gambar 4.66 <i>merchandise keychain</i> indfiniti	138
Gambar 4.67 <i>merchandise</i> stiker indfiniti.....	138
Gambar 4.68 <i>craftworks</i>	140
Gambar 4.69 <i>revo print shop</i>	143
Gambar 4.70 Extra cepat.....	144
Gambar 4.71 <i>history</i> pemesanan landyard.....	145
Gambar 4.72 <i>T-shirt Bar</i>	146
Gambar 4.73 seragam indfiniti.....	147
Gambar 4.74 <i>Manychat automation</i>	147
Gambar 4.75 implementasi <i>automation chat</i>	148

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Presentase Turnitin.....	clx
Lampiran 2. MBKM 01: Cover Letter Cluster MBKM.....	clxii
Lampiran 3. MBKM 02: Kartu Identitas Peserta MBKM	clxiii
Lampiran 4. MBKM 03: MBKM Daily Task	clxiv
Lampiran 5. MBKM 04: Lembar Verifikasi Laporan MBKM.....	ccii
Lampiran 6. Surat Penerimaan Cluster MBKM.....	cciii
Lampiran 7. Surat Selesai Melaksanakan Cluster MBKM	cciv
Lampiran 8. Lampiran Karya Cluster MBKM Kewirausahaan	i
Lampiran 9. Hasil Interview	vii
Lampiran 10. Kuesioner Pre-riset	xvii
Lampiran 11. Main Quesioner Pre-riset.....	xviii
Lampiran 12. Hasil <i>user feedback demo day</i>	xxii
Lampiran 13. <i>demo day</i>	xxvi

