

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL LOGO
UNTUK INDFINITI**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Kristian Aliwarga

00000065463

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

**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL LOGO
UNTUK INDFINITI**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

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

Kristian Aliwarga

00000065463

**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 : Kristian Aliwarga
Nomor Induk Mahasiswa : 00000065463
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan
Magang/ MBKM*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL LOGO UNTUK INDEFINITI

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



Kristian Aliwarga

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Cluster MBKM dengan judul
**PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL LOGO
UNTUK INDFINITI**

Oleh

Nama Lengkap : Kristian Aliwarga

Nomor Induk Mahasiswa : 00000065463

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 12 Juni 2025

Pukul 10.00 s.d. 10.30 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

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Kristian Aliwarga

Nomor Induk Mahasiswa : 00000065463

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)

Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL**

LOGO UNTUK INDFINITI

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, 9 Juni 2025



(Kristian Aliwarga)

* 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 kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala penyertaan-Nya dalam proses pembuatan proposal yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Logo Untuk Indfiniti” hingga selesai menurut waktu yang sudah ditetapkan dengan baik dan maksimal. Adapun penulisan laporan ini dikerjakan sebagai syarat kelulusan program MBKM Kewirausahaan. Selain itu, perancangan usaha ini ditujukan untuk membantu para influencer muda mencangkup *nano* dan *micro influencer* dalam karirnya dengan harapan dapat meningkatkan peforma konten yang dihasilkan guna meningkatkan pendapatan. Penulisan dan perancangan ini juga didasarkan atas ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung serta membimbing penulis dalam menyelesaikannya.

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. Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds, selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan arahan dan saran terkait penulisan laporan MBKM *Cluster* Kewirausahaan.
5. Hoky Nanda, selaku pembimbing internal dari Skystar Ventures yang sudah memberikan dukungan dan evaluasi terkait ide bisnis yang diajukan.
6. Cinthya Tania, selaku pembimbing internal kedua dari Skystar Ventures yang sudah memberikan dukungan, arahan terkait bisnis yang akan dipresentasikan.
7. Mizan Lazuardi, selaku *dedicated mentor* yang sudah memberikan arahan, *insight*, dan *learning pathways* terkait pembelajaran berwirausaha.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

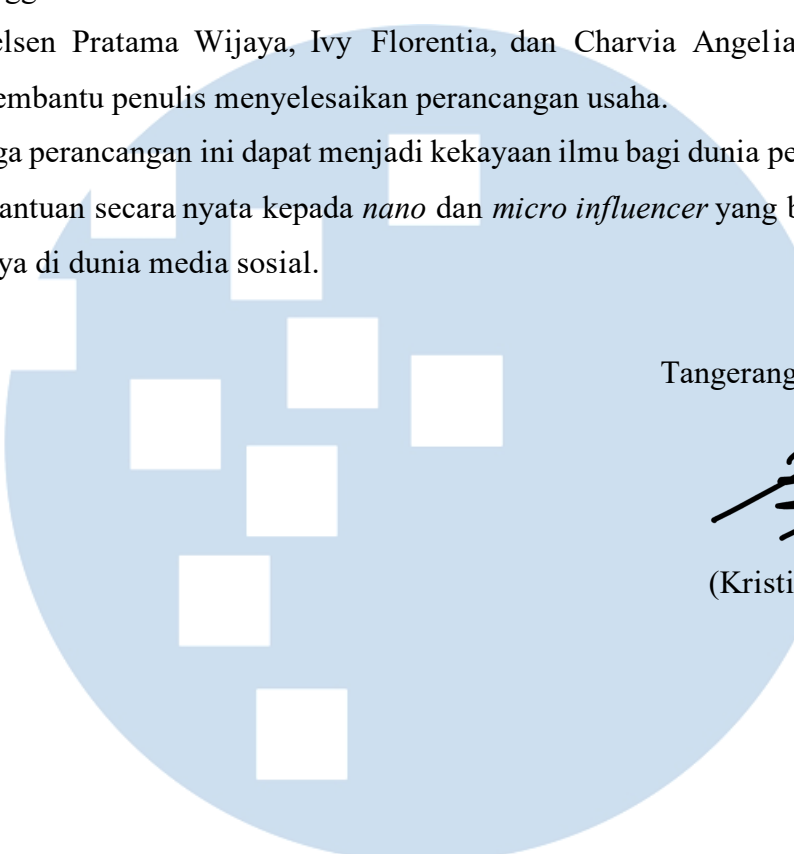
9. Anggota tim Indfiniti selaku rekan-rekan MBKM Kewirausahaan yakni, Nelsen Pratama Wijaya, Ivy Florentia, dan Charvia Angelia yang sudah membantu penulis menyelesaikan perancangan usaha.

Semoga perancangan ini dapat menjadi kekayaan ilmu bagi dunia pendidikan dan juga bantuan secara nyata kepada *nano* dan *micro influencer* yang baru memulai karirnya di dunia media sosial.

Tangerang, 9 Juni 2025



(Kristian Aliwarga)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL LOGO UNTUK INDFINITI

(Kristian Aliwarga)

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat pengguna media sosial tertinggi. Masyarakat tidak hanya menggunakan media sosial tetapi juga memproduksi konten dan menjadikan *influencer* sebagai sebuah pekerjaan. Saat ini, tren *influencer* sedang didominasi oleh *gen z* dan juga *millennials*. Pertumbuhan *influencer* pun semakin meningkat jumlahnya. Namun, *influencer* pemula atau yang biasa dikenal sebagai *nano* dan *micro influencer* mengalami berbagai permasalahan, salah satunya tidak paham strategi pembuatan konten yang menarik untuk meningkatkan performa akun media sosial agar mampu menghasilkan *revenue*. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mencari tahu lebih dalam lagi permasalahan yang dihadapi *nano* dan *micro influencer* sehingga dapat menghasilkan solusi yang tepat dan berbasis ICT. Selain itu, teori utama yang digunakan untuk melakukan penelitian dan perancangan ini adalah *design thinking* yang terdiri dari *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Hasil penelitian menunjukkan banyaknya *nano* dan *micro influencer* yang membutuhkan bantuan berupa *face to face mentoring* bersama dengan *macro* atau *mega influencer* agar bisa menjawab kebingungan dan permasalahan yang ada. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa banyak *nano* dan *micro influencer* yang sudah mengetahui teori pembuatan konten, tetapi sulit untuk mengimplementasikannya. Maka dari itu, *face to face mentoring* bersama pakar dapat menjadi solusi yang tepat untuk mengetahui permasalahan yang dialami masing-masing *influencer* secara langsung. Adapun mentor yang bervariasi sesuai dengan *niche* konten dapat diakses melalui *website* Indfiniti. Namun sebelumnya, *platform* edukasi ini juga membutuhkan identitas visual berupa logo sebagai tanda pengenalan.

Kata kunci: Logo, Nano influencer, Gen z

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

VISUAL IDENTITY LOGO DESIGN

FOR INDFINITI

(Kristian Aliwarga)

ABSTRACT (English)

Indonesia is one of the countries with the highest level of social media users. People not only use social media but also produce content, making influencers an occupation. Currently, the influencer trend is dominated by gen z and millennials. The growth of influencers is also increasing in number. However, beginner influencers or commonly known as nano and micro influencers experience various problems, one of which is not understanding the strategy of creating interesting content to improve the performance of social media accounts in order to generate revenue. The research conducted aims to find out more about the problems faced by nano and micro influencers so that they can produce appropriate and ICT-based solutions. In addition, the main theory used to conduct this research and design is design thinking which consists of empathize, define, ideate, prototype, and test. The results of the study showed that many nano and micro influencers needed assistance in the form of face-to-face mentoring with macro or mega influencers in order to answer the confusion and problems that existed. Based on the research conducted, it can be concluded that many nano and micro influencers already know the theory of content creation, but find it difficult to implement it. Therefore, face-to-face mentoring with experts can be the right solution to find out the problems experienced by each influencer directly. Mentors who vary according to content niche can be accessed via the Indfiniti website. Moreover, this educational platform also need a visual identity in the form of a logo as a sign of recognition.

Keywords: *Logo, Nano influencer, gen z*



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 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan	2
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 Kewirausahaan	5
BAB II PEMBENTUKAN IDE BISNIS	8
2.1 Validasi Ide Bisnis	8
2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis	8
2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis	13
2.2 Business Model Canvas	14
2.3 Deskripsi Perusahaan	17
2.4 Struktur Perusahaan	18
2.5 Alur Kerja Perusahaan	20
2.6 Analisis Kelayakan Usaha	20
BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION	25
3.1 Market Research Validation	25
3.1.1 Segmentation, Targeting, Positioning	25
3.1.2 Market Persona	27

3.2 Metode Pegumpulan Data Ide Bisnis	29
3.2.1 Metode Pengumpulan Data Kualitatif.....	29
3.2.2 Pengumpulan Data Kuantitatif	36
3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor	41
3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi	43
3.4.1 Studi Eksisting.....	43
3.4.2 Studi Referensi.....	46
3.5 Penetapan Harga Produk/Jasa	48
3.6 Metode Perancangan Produk/Jasa.....	51
BAB IV PERANCANGAN <i>PROTOTYPE</i> PRODUK/JASA	53
4.1 <i>Timeline</i> dan Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa.....	53
4.2 Uraian Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa.....	57
4.3 Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa	86
4.3.1 Proyek 1: Perancangan <i>Brand Identity</i> Indfiniti.....	86
4.3.2 Proyek 2: Perancangan <i>Website</i> Indfiniti	96
4.3.3 Proyek 3: Perancangan Media dan Konten Promosi Indfiniti.....	105
4.4 Penentuan <i>Vendor Prototype</i> Produk/Jasa.....	111
4.4.1 Tshirt Bar	112
4.4.2 Craftworks <i>Digital Printing</i>	113
4.4.3 Artland Gading Serpong.....	113
4.4.4 Manychat.....	114
4.5 Hasil Uji Coba <i>Prototype</i> Produk/Jasa.....	115
4.5.1 <i>Beta Testing</i> Terbuka 1.....	115
4.5.2 <i>Beta Testing</i> Terbuka 2.....	116
4.6 Kendala yang Ditemukan	118
4.6.1 Kendala 1.....	119
4.6.2 Kendala 2.....	119
4.6.3 Kendala 3.....	119
4.7 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	119
4.7.1 Solusi 1.....	120
4.7.2 Solusi 2.....	120

4.7.3 Solusi 3.....	120
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	121
5.1 Simpulan.....	121
5.2 Saran 121	
DAFTAR PUSTAKA.....	xvii
LAMPIRAN.....	xxi



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skema Waktu MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan.....	5
Tabel 2.1 Total Biaya Produksi Indfiniti.....	20
Tabel 3.1 Tabel <i>Segmentation</i> Indfiniti.....	25
Tabel 3.2 Perbandingan Kompetitor	42
Tabel 3.3 Analisa SWOT	44
Tabel 3.4 <i>Tier 1</i> Indfiniti.....	48
Tabel 3.5 <i>Tier 2</i> Indfiniti.....	49
Tabel 3.6 <i>Tier 3</i> Indfiniti.....	50
Tabel 4.1 Tabel <i>Timeline</i> Produksi <i>Prototype</i> Indfiniti.....	53
Tabel 4.2 Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Indfiniti.....	55
Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden <i>Beta Testing</i>	117



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kuesioner Gen Z	8
Gambar 2.2 Kuesioner Gen Z	9
Gambar 2.3 FGD dengan Gen Z	9
Gambar 2.4 Wawancara dengan @anvelynnngusyen.....	10
Gambar 2.5 Wawancara dengan @cardiyass.....	11
Gambar 2.6 Kuesioner <i>nano</i> dan <i>micro influencer</i>	11
Gambar 2.7 Wawancara dengan @sharon_clau.....	12
Gambar 2.8 <i>Business Model Canvas</i> Indfiniti.....	14
Gambar 2.9 Logo Indfiniti	18
Gambar 2.10 Struktur Perusahaan Indfiniti.....	19
Gambar 2.11 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan	20
Gambar 3.1 <i>Target Market Persona 1</i>	27
Gambar 3.2 <i>Target Market Persona 2</i>	28
Gambar 3.3 Wawancara dengan @anvelynnngusyen.....	29
Gambar 3.4 Wawancara dengan @cardiyass.....	31
Gambar 3.5 Wawancara dengan @_yohanespratama.....	32
Gambar 3.6 Wawancara dengan @shar_clau.....	34
Gambar 3.7 Wawancara dengan @kellyn_limas	35
Gambar 3.8 Data kuesioner <i>nano</i> & <i>micro influencer</i>	36
Gambar 3.9 Data kuesioner <i>nano</i> & <i>micro influencer</i>	37
Gambar 3.10 Data kuesioner <i>nano</i> & <i>micro influencer</i>	37
Gambar 3.11 Data kuesioner <i>nano</i> & <i>micro influencer</i>	38
Gambar 3.12 Data kuesioner <i>nano</i> & <i>micro influencer</i>	38
Gambar 3.13 Data kuesioner <i>nano</i> & <i>micro influencer</i>	39
Gambar 3.14 Data kuesioner <i>nano</i> & <i>micro influencer</i>	39
Gambar 3.15 Data kuesioner <i>nano</i> & <i>micro influencer</i>	40
Gambar 3.16 Data kuesioner <i>nano</i> & <i>micro influencer</i>	40
Gambar 3.17 Data kuesioner <i>nano</i> & <i>micro influencer</i>	41
Gambar 3.18 Data kuesioner <i>nano</i> & <i>micro influencer</i>	41
Gambar 3.19 <i>Indfiniti Positioning Map</i>	42
Gambar 3.20 Logo Seeinfluencer.....	44
Gambar 3.21 Tampilan <i>website</i> Seeinfluencer.....	46
Gambar 3.22 Logo ADPList	46
Gambar 3.23 Website ADPList.....	47
Gambar 3.24 Metode Perancangan Design Thinking	51
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i> Indfiniti.....	59
Gambar 4.2 Contoh <i>Modular Circular Elements</i>	60
Gambar 4.3 <i>Moodboard</i> Indfiniti.....	61
Gambar 4.4 Referensi <i>website</i> Indfiniti.....	61
Gambar 4.5 Logo Abstrak Indfiniti.....	62
Gambar 4.6 Logo <i>Wordmark</i> Indfiniti	63

Gambar 4.7 <i>Tagline</i> Indfiniti.....	63
Gambar 4.8 <i>Color Pallete & Typography</i> Indfiniti.....	63
Gambar 4.9 <i>Tone of Voice</i> Indfiniti.....	64
Gambar 4.10 Contoh Aset Indfiniti.....	64
Gambar 4.11 <i>User Flow Website</i> Indfiniti.....	65
Gambar 4.12 <i>Timeline Marketing Social Media</i> Indfiniti.....	68
Gambar 4.13 <i>Draft Sketsa Logo</i> Indfiniti.....	69
Gambar 4.14 <i>Draft Digitalisasi logo</i> Indfiniti Alternatif 4.....	70
Gambar 4.15 <i>Draft Digitalisasi logo</i> Indfiniti Alternatif 5.....	70
Gambar 4.16 <i>Draft Digitalisasi Aset</i> Indfiniti.....	71
Gambar 4.17 <i>Draft Digitalisasi T-shirt</i> Indfiniti.....	71
Gambar 4.18 <i>Draft Sketsa Landing Page</i> Indfiniti.....	72
Gambar 4.19 <i>Draft Low Fidelity Website</i> Indfiniti.....	73
Gambar 4.20 <i>Draft Storyline & Storyboard</i> Konten <i>Landing Page</i> Indfiniti.....	74
Gambar 4.21 <i>Draft Aset Foto</i> Konten Promosi Indfiniti.....	75
Gambar 4.22 <i>Draft Sketsa X-Banner</i> Indfiniti.....	76
Gambar 4.23 <i>Draft Sketsa Storyline</i> Konten Promosi 1.....	77
Gambar 4.24 <i>Draft Sketsa Storyline</i> Konten Promosi 2.....	78
Gambar 4.25 <i>Meeting Bersama Mentor Internal</i>	79
Gambar 4.26 Identitas Indfiniti Sebelum Revisi.....	79
Gambar 4.27 Saran Anggota Tim Terkait Desain X-Banner.....	80
Gambar 4.28 Alternatif Desain X-Banner 1 dan 2.....	81
Gambar 4.29 Saran Anggota Tim Terkait Konten Promosi 1.....	82
Gambar 4.30 Aset Konten Promosi 1 Sebelum Revisi.....	82
Gambar 4.31 Rangkuman Finalisasi Identitas Indfiniti.....	83
Gambar 4.32 Finalisasi X-Banner <i>Demo Day</i>	85
Gambar 4.33 Finalisasi Aset Konten Promosi 1.....	86
Gambar 4.34 Logo Abstrak Final Indfiniti.....	87
Gambar 4.35 Filosofi Kemiringan Logo Abstrak Indfiniti.....	88
Gambar 4.36 Logo <i>Wordmark</i> Final Indfiniti.....	88
Gambar 4.37 Proses Rounding Edges Pada <i>Wordmark</i>	89
Gambar 4.38 Filosofi Ind pada <i>Wordmark</i>	90
Gambar 4.39 Filosofi Huruf i pada <i>Wordmark</i>	90
Gambar 4.40 Filosofi Huruf n dan t pada <i>Wordmark</i>	91
Gambar 4.41 <i>Color Pallete</i> Final Indfiniti.....	91
Gambar 4.42 Tipografi Final Indfiniti.....	92
Gambar 4.43 <i>Tagline</i> Final Indfiniti.....	93
Gambar 4.44 Aset Visual Indfiniti.....	94
Gambar 4.45 Collared T-shirt Indfiniti.....	96
Gambar 4.46 Sketsa <i>User Dashboard</i> Indfiniti.....	97
Gambar 4.47 Tampilan Konten <i>Product Knowledge</i> di <i>Website</i> Indfiniti.....	98
Gambar 4.48 Set Konten <i>Product Knowledge</i> Saat Produksi.....	99
Gambar 4.49 Aset Visual Konten <i>Product Knowledge</i>	99

Gambar 4.50 Tampilan <i>Editing Product Knowledge</i>	100
Gambar 4.51 Tampilan <i>Video Testimoni di Landing Page</i>	101
Gambar 4.52 Set Produksi <i>Video Testimoni di Landing Page</i>	101
Gambar 4.53 Tampilan <i>Editing Video Testimoni</i>	102
Gambar 4.54 Aset Mentor Indfiniti di User Dashboard.....	103
Gambar 4.55 Proses <i>Color Grading</i> Aset Mentor.....	104
Gambar 4.56 Proses Produksi Konten Promosi 1	105
Gambar 4.57 Aset Visual Konten Promosi 1	106
Gambar 4.58 Proses <i>Editing</i> Konten Promosi 1.....	106
Gambar 4.59 <i>Final Look</i> Konten Promosi 1	107
Gambar 4.60 Proses Produksi Konten Promosi 2	108
Gambar 4.61 Aset Visual Konten Promosi 2.....	108
Gambar 4.62 Proses <i>Editing</i> Konten Promosi 2.....	109
Gambar 4.63 <i>Final Look</i> Konten Promosi 2	110
Gambar 4.64 Tampilan <i>X-banner Indfiniti Demo Day</i>	111
Gambar 4.65 Tshirt Bar Gading Serpong.....	112
Gambar 4.66 Craftworks <i>Digital Printing</i> Gading Serpong.....	113
Gambar 4.67 Artland Gading Serpong.....	113
Gambar 4.68 Manychat.....	114
Gambar 4.69 <i>Beta Testing</i> Terbuka 1 di UMN.....	115
Gambar 4.70 <i>Beta Testing</i> Terbuka 2 di UMN.....	116



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. MBKM 01 <i>Cover Letter</i>	xxi
Lampiran 2. MBKM 02 Kartu Identitas Peserta <i>Cluster</i> MBKM.....	xxii
Lampiran 3. MBKM 03 <i>Supervisor Daily Task</i>	xxiii
Lampiran 4. MBKM 04 Lembar Verifikasi	lii
Lampiran 5. <i>Letter of Acceptance</i>	liii
Lampiran 6. <i>Letter of Completion</i>	liv
Lampiran 7. Hasil Turnitin.....	lv
Lampiran 8. Aset Foto Mentor Dalam <i>Website</i> Indfiniti	lviii
Lampiran 9. <i>Video Product Knowledge</i>	lxi
Lampiran 10. <i>Video Testimoni Website</i>	lxii
Lampiran 11. <i>Video</i> Konten Promosi 1 Media Sosial.....	lxiii
Lampiran 12. <i>Video</i> Konten Promosi 2 Media Sosial.....	lxiv
Lampiran 13. Data Kuesioner <i>Market Research</i>	lxv
Lampiran 14. <i>Mindmap Website</i> Indfiniti	lxxvii
Lampiran 15. <i>User flow Website</i> Indfiniti.....	lxxviii
Lampiran 16. Sketsa <i>Website</i> Indfiniti.....	lxxix
Lampiran 17. Storyline & Storyboard <i>Product Knowledge</i> Indfiniti.....	lxxxii
Lampiran 18. <i>Storyline & Storyboard</i> Konten Promosi 1 Indfiniti.....	lxxxiii
Lampiran 19. <i>Storyline & Storyboard</i> Konten Promosi 2 Indfiniti.....	lxxxv
Lampiran 20. <i>User Testing Feedback Form</i>	lxxxvii

