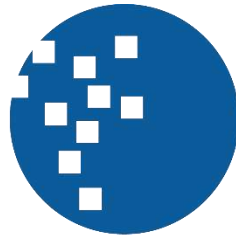


**PERANCANGAN *BRAND IDENTITY***

**BOX OF YOU**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN**

**Owen Montana**

**00000068012**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

**PERANCANGAN *BRAND IDENTITY***

**BOX OF YOU**



**LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh**

**Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**Owen Montana**

**0000068012**

**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 : Owen Montana  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068012  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

### **PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* BOX OF YOU**

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



(Owen Montana)

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Cluster MBKM dengan judul  
**PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* BOX OF YOU**

Oleh

Nama Lengkap : Owen Montana  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068012  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 12 Juni 2025  
Pukul 15.30 s.d. 16.00 WIB dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Christina Flora, S.Ds., M.M  
0305049703/ 074901

Penguji

Edo Tirtadarma, M.Ds.  
0324128506/ 071279

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 : Owen Montana  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068012  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : ~~D3~~/ S1/-S2\* (\*coret yang tidak dipilih)  
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN *BRAND IDENTITY***  
**BOX OF YOU**

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



(Owen Montana)

\* 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 penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan program MBKM Kewirausahaan yang berjudul "Perancangan *Brand Identity* Box of You". Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program sarjana di Program Studi Desain Komunikasi Visual.

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. Christina Flora, S.Ds., M.M., selaku Pembimbing Internal yang telah memberikan bimbingan, dan arahan sehingga terselesainya laporan ini.
5. Hoky Nanda, selaku Pembimbing Eksternal yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam pembentukan bisnis sehingga lancar.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Seluruh Anggota tim Box of You yang telah bekerja sama dengan baik sehingga laporan ini terselesaikan dengan lancar

Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi khususnya di bidang desain komunikasi visual dan branding.

Tangerang, 9 Juni 2025



(Owen Montana)

# PERANCANGAN *BRAND IDENTITY*

## BOX OF YOU

(Owen Montana)

### ABSTRAK

Hadiah tak lagi dimaknai sekedar benda fisik, melainkan sebagai tempat untuk menyampaikan cerita, kenangan, dan keterikatan emosional. Disini "Box of You" hadir sebagai jawaban atas kebutuhan generasi muda akan kado yang personal dan bermakna. Laporan ini membahas perancangan identitas merek untuk bisnis kotak hadiah personalisasi tersebut, dengan fokus pada preferensi Gen Z yang mengutamakan tiga aspek utama, yaitu personalisasi sebagai bentuk ekspresi diri, keberlanjutan lingkungan sebagai wujud kepedulian terhadap keberlangsungan, serta dukungan terhadap produk lokal sebagai bentuk apresiasi terhadap karya anak bangsa. Penelitian ini bertujuan merancang *brand identity* yang tidak hanya merepresentasikan bisnis "Box of You", tetapi juga sesuai dengan preferensi dan nilai yang dipegang generasi Z. Teori perancangan *brand identity* dari Alina Wheeler digunakan sebagai landasan dalam merancang identitas bisnis Box of You. Metode penelitian yang digunakan adalah metode campuran (*mixed methods*), diantaranya adalah *Focus Group Discussion* (FGD) dan penyebaran kuesioner guna memperoleh data yang lebih relevan terhadap tujuan perancangan.

**Kata kunci:** Perancangan Logo, *Brand Identity*, Personalisasi



## ***BRAND IDENTITY DESIGN FOR***

### ***BOX OF YOU***

(Owen Montana)

#### ***ABSTRACT (English)***

*Gifts are no longer just about physical items, but rather as a medium to convey stories, memories, and emotional connections. In this context, "Box of You" emerges as a response to younger generations' demand for personalized and meaningful presents. This report examines the design of brand identity for this personalized gift box business, focusing on the preferences of millennials and Gen Z, who prioritize three key aspects: personalization, environmental sustainability, and support for local products. The aim of this research is to design a brand identity that not only represents the essence of the "Box of You" business, but also aligns with the values and preferences upheld by Generation Z. The theoretical foundation for this project is based on Alina Wheeler's brand identity design framework. The research method applied is a mixed methods approach, including Focus Group Discussions (FGD) and questionnaires, to gather more relevant and comprehensive data in support of the design objectives.*

***Keywords:*** Logo Design, Brand Identity, Personalization



## DAFTAR ISI

|                                                                         |             |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                              | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>                           | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>                                          | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>                 | <b>i</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                              | <b>ii</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                    | <b>iii</b>  |
| <b><i>ABSTRACT (English)</i>.....</b>                                   | <b>iv</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                  | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                               | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                               | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                            | <b>i</b>    |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                           | <b>1</b>    |
| <b>1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan .....</b>              | <b>1</b>    |
| <b>1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan.....</b>              | <b>2</b>    |
| <b>1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan .....</b>             | <b>3</b>    |
| <b>1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan.....</b>            | <b>4</b>    |
| <b>1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan .....</b>        | <b>4</b>    |
| <b>1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan.....</b> | <b>5</b>    |
| <b>BAB II PEMBENTUKAN IDE BISNIS.....</b>                               | <b>7</b>    |
| <b>2.1 Validasi Ide Bisnis .....</b>                                    | <b>7</b>    |
| <b>2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis .....</b>                         | <b>7</b>    |
| <b>2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis .....</b>                                | <b>9</b>    |
| <b>2.2 Business Model Canvas .....</b>                                  | <b>10</b>   |
| <b>2.3 Deskripsi Perusahaan .....</b>                                   | <b>13</b>   |
| <b>2.4 Struktur Perusahaan .....</b>                                    | <b>14</b>   |
| <b>2.5 Alur Kerja Perusahaan .....</b>                                  | <b>16</b>   |
| <b>2.6 Analisis Kelayakan Usaha .....</b>                               | <b>17</b>   |
| <b>BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION .....</b>                      | <b>21</b>   |
| <b>3.1 Market Research Validation .....</b>                             | <b>21</b>   |
| <b>3.1.1 Segmentation, Targeting, Positioning.....</b>                  | <b>21</b>   |
| <b>3.1.2 Market Persona.....</b>                                        | <b>23</b>   |

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.2 Metode Pegumpulan Data Ide Bisnis .....                    | 25        |
| 3.2.1 Metode Pengumpulan Data Kualitatif.....                  | 26        |
| 3.2.1.1 <i>Focus Group Discussion</i> (FGD) .....              | 26        |
| 3.2.1.2 Kesimpulan <i>Focus Group Discussion</i> (FGD).....    | 28        |
| 3.2.2 Pengumpulan Data Kuantitatif .....                       | 29        |
| 3.2.2.1 Kuesioner .....                                        | 29        |
| 3.2.2.2 Kesimpulan Kuisisioner.....                            | 32        |
| 3.3 Analisa Produk Merek dan Kompetitor .....                  | 32        |
| 3.4 Studi Eksisting dan Studi Referensi .....                  | 33        |
| 3.4.1 Studi Eksisting .....                                    | 34        |
| 1. Box & Tale.....                                             | 34        |
| 2. Giftinside .....                                            | 36        |
| 3. Studiokado.....                                             | 37        |
| 3.4.2 Studi Referensi.....                                     | 39        |
| 1. tentangKita.....                                            | 39        |
| 2. IKEA.....                                                   | 41        |
| 3.5 Penetapan Harga Produk/Jasa .....                          | 42        |
| 3.5.1 Survey .....                                             | 42        |
| 3.5.2 Benchmarking.....                                        | 43        |
| 3.6 Metode Perancangan Produk/Jasa.....                        | 44        |
| <b>BAB IV PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA .....</b>          | <b>46</b> |
| 4.1 Timeline dan Tahapan Perancangan Prototype Produk/Jasa ... | 46        |
| 4.2 Uraian Perancangan Prototype Produk/Jasa.....              | 49        |
| 4.3 Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa ..... | 59        |
| 4.3.1 Logo Box of You .....                                    | 59        |
| 4.3.2 <i>Graphic Standart Manual</i> .....                     | 64        |
| 4.3.3 <i>Motion Graphic</i> Logo Box of You.....               | 76        |
| 4.3.4 <i>Mascot Cards</i> .....                                | 79        |
| 4.3.5 <i>Social Media Post</i> .....                           | 83        |
| 4.3.6 Foto Produk .....                                        | 89        |
| 4.4 Penentuan Vendor <i>Prototype</i> Produk /Jasa .....       | 93        |
| 4.5 Hasil Ujicoba <i>Prototype</i> Produk/Jasa .....           | 95        |

|                |                                                  |      |
|----------------|--------------------------------------------------|------|
| 4.5.1          | <i>Alpha test Website &amp; Produk</i> .....     | 95   |
| 4.5.2          | Kesimpulan hasil <i>feedback prototype</i> ..... | 99   |
| 4.6            | Kendala yang Ditemukan.....                      | 99   |
| 4.7            | Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....          | 100  |
| BAB V          | SIMPULAN DAN SARAN.....                          | 102  |
| 5.1            | Simpulan .....                                   | 102  |
| 5.2            | Saran.....                                       | 103  |
| DAFTAR PUSTAKA | .....                                            | cv   |
| LAMPIRAN       | .....                                            | cvii |



## DAFTAR TABEL

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Tabel Biaya Tetap .....                                        | 18 |
| Tabel 2.2 Tabel Biaya Variabel .....                                     | 18 |
| Tabel 2.3 Tabel <i>Break Even Point</i> .....                            | 19 |
| Tabel 3.1 Tabel <i>Segementation, Targettting, dan Positioning</i> ..... | 21 |
| Tabel 3.2 Tabel Profil peserta FGD.....                                  | 27 |
| Tabel 3.3 Tabel Perbandingan Kompetitor .....                            | 33 |
| Tabel 3.4 Tabel Analisa SWOT Box & Tale .....                            | 33 |
| Tabel 3.5 Tabel Analisa SWOT Giftinside.....                             | 37 |
| Tabel 3.6 Tabel Analisa SWOT Studiokado.....                             | 38 |
| Tabel 4.1 Tabel Timeline Produksi <i>Prototype</i> Produk/Jasa.....      | 46 |
| Tabel 4.2 Tahapan Perancangan <i>Prototype</i> Produk/Jasa .....         | 47 |
| Tabel 4.3 Tabel <i>Creative Brief</i> Box of You.....                    | 50 |
| Tabel 4.4 Tabel <i>Brand Mantra</i> Box of You.....                      | 59 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Laman Shopee Cadreist.....                                   | 8  |
| Gambar 2.2 Logo Lama Box of You .....                                   | 9  |
| Gambar 2.3 Tabel Business Model Canvas .....                            | 11 |
| Gambar 2.4 Logo Box of You.....                                         | 13 |
| Gambar 2.5 <i>Brand mascots</i> Box of You .....                        | 13 |
| Gambar 2.6 Struktur Perusahaan Box of You.....                          | 15 |
| Gambar 2.7 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan .....         | 16 |
| Gambar 3.1 Gambar <i>Targetting</i> .....                               | 22 |
| Gambar 3.2 <i>Positioning Statement</i> Box of You.....                 | 23 |
| Gambar 3.3 <i>Buyer Persona</i> Primer .....                            | 24 |
| Gambar 3.4 <i>Buyer Persona</i> Sekunder.....                           | 24 |
| Gambar 3.5 Dokumentasi Proses FGD .....                                 | 24 |
| Gambar 3.6 Chart Kuisisioner 1 .....                                    | 29 |
| Gambar 3.7 Chart Kuisisioner 2 .....                                    | 30 |
| Gambar 3.8 Chart Kuisisioner 3 .....                                    | 30 |
| Gambar 3.9 Chart Kuisisioner 4 .....                                    | 31 |
| Gambar 3.10 Chart Kuisisioner 5 .....                                   | 31 |
| Gambar 3.11 <i>Brand Positioning Map</i> .....                          | 32 |
| Gambar 3.12 <i>Website</i> Box & Tale .....                             | 32 |
| Gambar 3.13 Instagram Giftinside.....                                   | 32 |
| Gambar 3.14 Website Studiokado.....                                     | 32 |
| Gambar 3.15 Logo tentangKita.....                                       | 32 |
| Gambar 3.16 Produk tentangKita.....                                     | 40 |
| Gambar 3.17 Logo IKEA.....                                              | 41 |
| Gambar 3.18 Perubahan Logo IKEA .....                                   | 42 |
| Gambar 3.19 Metode Perancangan Brand Identity .....                     | 44 |
| Gambar 4.1 <i>Mindmapping</i> Box of You.....                           | 51 |
| Gambar 4.2 <i>Mindmap big idea</i> .....                                | 52 |
| Gambar 4.3 <i>Tone of Voice</i> Box of You.....                         | 53 |
| Gambar 4.4 <i>Moodboard</i> Box of You .....                            | 53 |
| Gambar 4.5 <i>Moodboard Brand Mascots</i> Box of You.....               | 54 |
| Gambar 4.6 <i>Draft design website</i> .....                            | 55 |
| Gambar 4.7 <i>Draft design produk</i> .....                             | 55 |
| Gambar 4.8 <i>Landing page website</i> sebelum dan sesudah revisi ..... | 56 |
| Gambar 4.9 <i>Certificate</i> sebelum dan sesudah revisi .....          | 57 |
| Gambar 4.10 Finalisasi <i>design product</i> Box of You.....            | 58 |
| Gambar 4.11 Finalisasi <i>design website</i> Box of You .....           | 58 |
| Gambar 4.12 Kumpulan Referensi Logo .....                               | 60 |
| Gambar 4.13 Sketsa Manual Logo.....                                     | 60 |
| Gambar 4.14 Kumpulan Sketsa Digital Logo .....                          | 61 |
| Gambar 4.15 Kumpulan Logo Wordmark .....                                | 62 |

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4.16 Finalisasi Logo <i>Wordmark</i> .....                 | 62 |
| Gambar 4.17 Kumpulan Alternatif Warna Logo .....                  | 63 |
| Gambar 4.18 Logo Final .....                                      | 63 |
| Gambar 4.19 Kumpulan Referensi <i>Stylescape</i> .....            | 64 |
| Gambar 4.20 Alternatif <i>Color Palette</i> .....                 | 65 |
| Gambar 4.21 <i>Stylescape</i> Final .....                         | 65 |
| Gambar 4.22 Proses Perancangan <i>Visual Identity</i> .....       | 66 |
| Gambar 4.23 <i>Visual Identity</i> Final .....                    | 66 |
| Gambar 4.24 Kerangka GSM .....                                    | 67 |
| Gambar 4.25 Proses Perancangan <i>Cover GSM</i> .....             | 68 |
| Gambar 4.26 <i>Cover GSM</i> .....                                | 68 |
| Gambar 4.27 <i>Logo Configuration</i> .....                       | 69 |
| Gambar 4.28 <i>Logo Scale Formula</i> .....                       | 70 |
| Gambar 4.29 <i>Logo Minimum Size</i> .....                        | 70 |
| Gambar 4.30 <i>Logo Color Variation</i> .....                     | 71 |
| Gambar 4.31 <i>Logo Unacceptable Usage</i> .....                  | 72 |
| Gambar 4.32 <i>Logo Acceptable Usage</i> .....                    | 72 |
| Gambar 4.33 <i>Logo Color Palette</i> .....                       | 73 |
| Gambar 4.34 <i>Logo Typography</i> .....                          | 73 |
| Gambar 4.35 <i>Supergraphic Application</i> .....                 | 74 |
| Gambar 4.36 <i>Unacceptable Supergraphic Application</i> .....    | 75 |
| Gambar 4.37 <i>Application on Imagery</i> .....                   | 75 |
| Gambar 4.38 <i>Storyboard Animasi Logo</i> .....                  | 76 |
| Gambar 4.39 <i>Timeline Animasi Logo (After Effects)</i> .....    | 77 |
| Gambar 4.40 <i>Website Epidemic</i> .....                         | 78 |
| Gambar 4.41 <i>Timeline SFX Animasi Logo</i> .....                | 78 |
| Gambar 4.42 Referensi <i>Mascot Cards</i> .....                   | 79 |
| Gambar 4.43 Sketsa kasar <i>Mascot Cards</i> .....                | 80 |
| Gambar 4.44 Proses Desain Awal <i>Mascot Cards</i> .....          | 80 |
| Gambar 4.45 Proses Desain Alternatif <i>Mascot Cards</i> .....    | 81 |
| Gambar 4.46 Desain Final <i>Vertical Mascot Cards</i> .....       | 81 |
| Gambar 4.47 Desain Final <i>Horizontal Mascot Cards</i> .....     | 82 |
| Gambar 4.48 Proses Desain Alternatif <i>Sneak peek</i> .....      | 83 |
| Gambar 4.49 Desain Produk <i>Sneak peek</i> .....                 | 83 |
| Gambar 4.50 Hasil Desain Produk <i>Sneak peek</i> .....           | 84 |
| Gambar 4.51 Proses Desain <i>Post Tagline</i> .....               | 84 |
| Gambar 4.52 Proses Desain <i>Post Mascot</i> .....                | 85 |
| Gambar 4.53 Hasil Desain <i>Post Mascot</i> .....                 | 85 |
| Gambar 4.54 Proses Desain <i>Carousel Tutorial Post</i> .....     | 86 |
| Gambar 4.55 <i>Carousel Tutorial Post</i> .....                   | 86 |
| Gambar 4.56 Proses Desain <i>Template Produk Idul Fitri</i> ..... | 87 |
| Gambar 4.57 Hasil Desain Produk Idul Fitri .....                  | 88 |
| Gambar 4.58 Referensi Foto Produk .....                           | 89 |

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4.59 Varian Bahan <i>Background</i> .....         | 89 |
| Gambar 4.60 Dokumentasi Proses Foto Produk .....         | 90 |
| Gambar 4.61 Hasil Foto Sebelum & Sesudah di Proses ..... | 91 |
| Gambar 4.62 Kumpulan Hasil Foto Produk.....              | 91 |
| Gambar 4.63 Kuis menggunakan Opinion Stage.....          | 93 |
| Gambar 4.64 Kuis menggunakan Formaloo .....              | 94 |
| Gambar 4.65 Chart Kuisisioner <i>alpha test</i> 1.....   | 95 |
| Gambar 4.66 Chart Kuisisioner <i>alpha test</i> 2.....   | 95 |
| Gambar 4.67 Chart Kuisisioner <i>alpha test</i> 3.....   | 96 |
| Gambar 4.68 Chart Kuisisioner <i>alpha test</i> 4.....   | 96 |
| Gambar 4.69 Chart Kuisisioner <i>alpha test</i> 5.....   | 97 |
| Gambar 4.70 Chart Kuisisioner <i>alpha test</i> 6.....   | 97 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                             |         |
|-------------------------------------------------------------|---------|
| Lampiran 1. Hasil Presentase Turnitin.....                  | cvii    |
| Lampiran 2. MBKM 01: Cover Letter Cluster MBKM.....         | cxi     |
| Lampiran 3. MBKM 02: Kartu Identitas Peserta MBKM .....     | cxii    |
| Lampiran 4. MBKM 03: MBKM Daily Task.....                   | cxiii   |
| Lampiran 5. MBKM 04: Lembar Verifikasi Laporan MBKM.....    | cxxxiii |
| Lampiran 6. Surat Penerimaan Cluster MBKM.....              | cxxxiv  |
| Lampiran 7. Surat Selesai Melaksanakan Cluster MBKM.....    | cxxxv   |
| Lampiran 8. Lampiran Karya Cluster MBKM Proyek Desa .....   | cxxxvi  |
| Lampiran 9. Lampiran Kuesioner <i>Market Research</i> ..... | iii     |
| Lampiran 10. Lampiran Kuesioner Feedback.....               | x       |

