

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. P. Ningsih, “Budaya Pop Korea dan Konsumsi Identitas Penggemar K-Pop di Indonesia,” *Jurnal Komunikasi*, vol. 10, no. 2, pp. 150–160, 2021.
- [2] R. Risman, “Hallyu (Korean Wave) dan Budaya Populer Korea Selatan di Indonesia,” *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, vol. 9, no. 3, pp. 456–463, 2020. [Online]. Available: <https://ojs.uma.ac.id/index.php/diversita/article/view/9335>
- [3] BELIFT LAB, “Notice: Regarding the use of ENHYPEN’s IP,” Weverse, 2023. [Online]. Available: <https://weverse.io/enhypen/notice/12476>
- [4] Y. Abdiputra, *Perancangan Identitas Brand dan Media Promosi untuk Bisnis Merchandise K-Pop*. Surabaya: Universitas Ciputra, 2019.
- [5] E. D. T. Soetrisno, W. Herdiana, dan B. K. Jaya, *Perancangan Set Perlengkapan Menonton Konser untuk Penggemar K-Pop*. Surabaya: Universitas Surabaya, 2021.
- [6] D. A. Gustiani dan I. Zurani, *Strategi Komunikasi Pemasaran GO by Sher dalam Meningkatkan Penjualan Merchandise K-Pop Enhypen*. Pekanbaru: Universitas Riau, 2022.
- [7] F. A. Wicaksono, E. H. Lukitasari, dan Y. Wibowo, “Perancangan Desain Ilustrasi Clothing Kpopware ‘Kwave Apparel’ dari Boyolali,” *Jurnal KEMADHA*, vol. 15, no. 1, pp. 1–12, 2023. [Online]. Tersedia: <https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/kmd/article/view/1969>
- [8] A. I. Rohanindya dan N. Kristiana, *Perancangan Identitas Visual Merek Tandai*. Surabaya: Universitas Kristen Petra, 2020.

- [9] N. Azis, *Perancangan Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Prenada Media Group, 2020.
- [10] R. Kumar, “Product Design and Development in Creative Industries,” *Journal of Innovation and Design*, vol. 4, no. 1, pp. 23–34, 2019.
- [11] I. Saraswati, “Peran Identitas Visual dalam Meningkatkan Branding Merchandise K-Pop,” *Jurnal Desain dan Komunikasi Visual*, vol. 7, no. 2, pp. 45–55, 2023.