

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Rahmawati and A. Santosa, "Analisis Branding Media Sosial dalam Meningkatkan Visibilitas dan Daya Tarik Produk Lokal," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, vol. 4, no. 2, pp. 132–145, 2020. [Online]. Available: <https://journal.iaincurup.ac.id/index.php/JDK/article/download/13229/3561/457>
- [2] H. Rahmasari dan I. H. Lutfie, "Efektivitas Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap Brand Awareness Pada Aplikasi Edulogy Di Bandung Tahun 2019," *Interdisciplinary Journal of Communication*, vol. 6, no. 1, pp. 14–19, 2020. [Online]. Available: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/13261>
- [3] F. A. Handoko, S. Rahaju, and I. B. Siaputra, "Fanatisme Penggemar K-POP Indonesia: Identitas Fandom, Tipe Kepribadian, dan Pemujaan Selebritas pada Penggemar K-POP," *Jurnal Psikologi Ulayat*, vol. 11, no. 1, pp. 55–74, 2024. [Online]. Available: <https://publication.k-pin.org/index.php/jpu/article/view/714>
- [4] BELIFT LAB, "Notice: Regarding the use of ENHYPEN's IP," Weverse, 2023. [Online]. Available: <https://weverse.io/enhypen/notice/12476>
- [5] A. Agustinus Ferika, "Analisis Strategi Konten Media Sosial SM Entertainment dalam Meningkatkan Awareness dan Membangun Engagement Artis SM di Indonesia (Studi Kasus pada Konten Instagram @smtown_idn)," Skripsi, Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang, Indonesia, 2021. [Online]. Available: <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/17856>
- [6] M. Y. Andrian and Y. Setyanto, "Pemanfaatan Media Sosial Twitter dalam Menunjang Komunikasi Pemasaran Merchandise K-Pop pada Online Shop @fullsunkstuff," **Kiwari**, vol. 3, no. 4, Dec. 2024. [Online]. Available: <https://journal.untar.ac.id/index.php/Kiwari/article/view/33110>
- [7] L. Muthmainnah and N. Rahmadina Yusup, "Creative Strategy Design of Social Media Visual Content Situ Cileunca Pangalengan Kab. Bandung," *Visualita: Jurnal*

Online Desain Komunikasi Visual, vol. 12, no. 1, pp. 99–113, Mar. 2024, doi:10.34010/visualita.v12i1.10950. [Online]. Available: <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/visualita/article/view/10950>

[8] A. Wahyudi et al., “Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pelayanan,” Jurnal Ilmu Teknik dan Komputer, vol. 4, no. 2, 2020

[9] K. F. Gulo, “Pengaruh Kualitas Konten Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen,” Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis, vol. 5, no. 1, 2020.

[10] N. S. Putra and N. D. Sari, “Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi dalam Meningkatkan Brand Awareness,” Jurnal Pemasaran Digital, vol. 3, no. 1, 2022.