Jurnal Kemadha
Vol. 15 No. 1 April 2025
Halaman 67 - 82

Perancangan Desain Ilustrasi Clothing Kpopware "Kwave Apparel" Dari Boyolali

Fachrizal Adhi Wicaksono
e-mail: fachrizaladhi11@gmail.com
Evelyne Henny Lukitasari
Yudi Wibowo
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Sahid Surakarta

Ringkasan

Fashion di Indonesia berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Salah satu output fashion adalah Streetwear. brand yang muncul pada kemajuan fashion ini adalah Brand Kwave Apparel, memulai pasar clothing dengan mengusung konsep musik kpop hal itu membuat setiap artikel produk dari Kwave Apparel mudah dipahami konteksnya. menurut data, 40,7% penggemar musik kpop di Kota solo. Dengan adanya brand clothing kpop, akan menjadikan kpopware di area solo raya atau sekitarnya semakin naik dan dikenal banyak orang. Dibuat dengan metode perancangan menggunakan tema Y2K sesuai tren anak muda 2024. Desain ini mencakup beberapa desain artikel tshirt, dan menambah aksesoris pendukung merchandise seperti, pin, poster, photocard, stiker pack, plastik ziplock. Hasil dari perancangan desain ilustrasi clothing "Kwave Apparel" adalah bahwa konsep ini bertujuan untuk menciptakan pakaian dengan gaya yang menggabungkan unsur-unsur K-pop yang khas, sekaligus menghadirkan elemen kekinian dan trendy. Desain ini diharapkan dapat menarik perhatian para penggemar K-pop.

Kata kunci : *Brand, Clothing, Kpop, Kwave Apparel*

Abstract

Fashion in Indonesia has grown rapidly in recent decades. One of the fashion outputs is Streetwear. The Kwave Apparel brand started the clothing market by carrying the concept of K-pop music. This makes every product article from Kwave Apparel easy to understand the context. Based on research, there are 40.7% of K-pop music fans in Solo City. The existence of a K-pop clothing brand will make K-popware in the solo area and its surroundings increasingly popular and known to many people. The design method used the Y2K theme according to the 2024 youth trend. This design includes several t-shirt article designs and adds supporting merchandise accessories such as pins, posters, photo cards, sticker packs, and ziplock plastic. The result of the design of the "Kwave Apparel" clothing illustration design is a concept for creating clothing with a style that combines distinctive Kpop elements and presents contemporary and trendy elements. This design is expected to attract the attention of K-pop fans.

Keywords *: Brand, Clothing, Kpop, Kwave Appare*

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

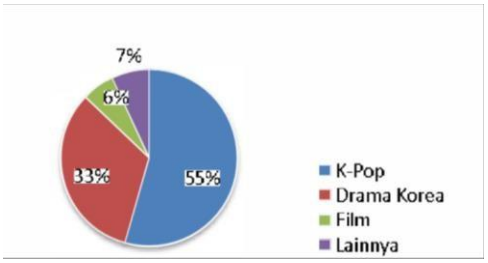
Secara khusus dapat dikatakan fashion adalah gaya berpakaian yang digunakan setiap hari oleh seseorang, baik itu dalam kehidupan sehari-harinya ataupun pada saat acara tertentu dengan tujuan untuk menunjang penampilan. Atau definisi fashion yaitu gaya berbusana yang populer dalam suatu budaya atau sebagai mode. Ada juga yang berpendapat bahwa fashion merupakan gaya berbusana yang menentukan penampilan dari seorang individu. Kata fashion sendiri berasal dari bahasa Inggris yang dapat diartikan sebagai mode, model, cara, gaya ataupun kebiasaan.

Industri fashion di Indonesia saat ini berkembang dengan sangat pesat. Kondisi tersebut sejalan dengan semakin berkembangnya kesadaran masyarakat akan fashion yang sudah mengarah pada pemenuhan gaya hidup dalam berbusana, sehingga dapat dikatakan bahwa kebutuhan berbusana pada zaman sekarang tidak hanya untuk menutupi tubuh, tetapi juga sebagai sarana berkomunikasi dan menunjukkan gaya hidup dan identitas pemakaianya. Fashion bisa mengambil banyak refrerensi untuk dijadikan sebuah brand clothing. Maraknya zaman sekarang di kalangan remaja millenial tidak terlepas adanya musik.

Media musik dapat menjadi perantara untuk menyebarkan trend fashion, misalnya dapat kita lihat banyak masyarakat terutama remaja yang terpengaruhi trend fashion boyband dan girlband dari korea selatan. Selanjutnya banyak masyarakat yang terpengaruh gaya fashion dari film anime. Genre musik pun bisa dijadikan brand clothing untuk berfashion sesuai pangsa pasar yang dituju. Saat ini musik yang bisa dikatakan berpengaruh besar di internasional adalah musik kpop. Kpop sendiri adalah sebutan sebuah genre musik pop yang berasal dari negara korea selatan dikutip dari gilanada.com.

Arti kpop adalah korean pop atau musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Genre dari musik yang dimaksud pun beragam, bisa dari hip-hop, jazz, rock, electronic dance, dan lain sebagainya. Biasanya musik ini dibawakan oleh sebuah grup yang

terdiri dari empat sampai tujuh member. Namun, jumlah tersebut bukan patokan. Pasalnya, ada grup kpop yang diisi hingga belasan hingga puluhan member. Hingga saat ini, kpop dan kdrama menjadi dua hal tak terpisahkan dari gelombang korea (Korean Wave) di berbagai negara di seluruh dunia. basis penggemar yang besar untuk kpop membuatnya makin dikenal. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil survey terhadap kategori Hallyu favorit dapat dilihat dari bagan dibahawah ini.



Genre musik ini bisa dikatakan menyangkut pangsa pasar siapa saja, bisa semua gender, kalangan umur dari anak anak sampai remaja. Dan dari persoalan ini brand clothing bergenre kpop belum banyak dan kurang dipandang karena mindset desain kpopware sangatlah aneh.

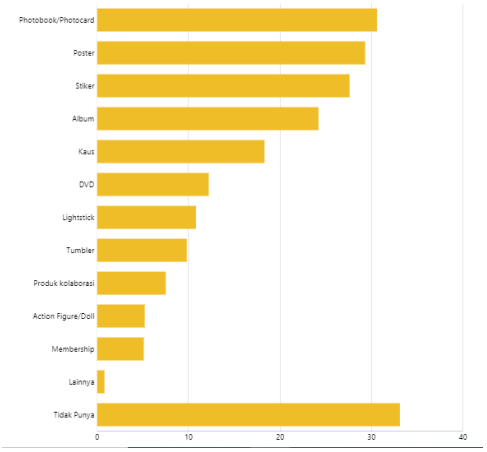
Fashion kpopware adalah style gaya pakaian yang banyak dipengaruhi oleh kaum urban, budaya anak muda, khusunya di genre music kpop. Hal ini dilihat dengan pakaian kasual yang santai seperti kaos oversize. Desain pada pakaian kpopware sering menampilkan elemen grafis yang berani, seperti misalnya logo besar dan merujuk ke icon/element yang menjelaskan grub kpop itu sendiri dengan di padukan style design Streetware.

Sering dibilang sebagai bentuk ekspresi diri. Gaya kpopware sendiri telah mendapatkan banyak atensi selama beberapa tahun terakhir. Terlebih dibantu dengan banyak peminat. Tren busana kpopware juga telah mempengaruhi banyak brand, dimana mereka juga menambah aksen streetwear ke dalam desain koleksi pakaian. Gaya mode jalanan atau yang lebih dikenal dengan sebutan streetwear ternyata lahir dari pergolakan, musik, gaya hidup, dan seorang pria bernama Shawn Stussy. Gaya yang terinspirasi dari budaya surfing dan skate ini mampu bertahan lama. Hingga saat ini streetwear masih menjadi gaya favorit banyak pihak yang ingin tampil casual tetapi tetap stylish.

Berhubungan dengan Style kpopware, muncul suatu brand

clothing yang khusus bergenre kpop dengan nama “kwave apparel’’. Kwave apparel adalah brand clothing online asal Boyolali yang mengusung konsep brand clothing kpop yang sudah menjual bebrapa Artikel T-shirt seperti Red Velvet “ Feel My Rhythm” dan Itzy “ Sneakers “ dll, yang jarang ditemukan di area solo raya ini bahkan belum ada sama sekali.

Penjual merchandise kpop juga sudah muncul di kota solo, tetapi berjualan merchandise saja, tidak berjualan clothing brand, salah satu toko kpop yang terdapat di daerah kota solo adalah Kpop Shop Vibasa yang terletak di Jl. Sutowijoyo No.3, Penumping, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57141, V.Russhop, Kpop Stuff & Merchandise beralamatkan di Jl. Arifin No.20, Kp. Baru, Kec. Ps. Kliwon, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57133. Dan ada juga K-pop by JeeDh yang bertemplat di Jl. Slamet Riyadi No.457, Dusun I, Makamhaji, Kec. Laweyan, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57146. Adapun data survei mengenai rincian peminat merch kpop diantara lain :



Di area Solo ini belum ada yang memulai membuat brand kpopware itu sendiri padahal fans Kpop di Solo ini sangatlah banyak dan bisa dibilang fanatik. Sesuai hasil review IDN Times (Triadanti, 2019) dengan 580 jurnalis, 40,7% penggemar k-pop di Kota Surakarta berusia 20-25 tahun, 38,1% berusia 15-20 tahun, 11,9% lebih dari 25 tahun dan tarif dasar berasal dari usia 10-15 tahun, yaitu 9,3%. Selain itu, sosial ekonomi penggemar k-pop di Kota Surakarta juga dibanjiri oleh wanita, yaitu 92,1% dan pria 7,9%.

Dengan adanya brand clothing kpop, akan menjadikan kpopware di area solo raya atau sekitarnya semakin naik dan dikenal banyak orang, dan tidak kalah dengan brand fashion musik genre lainnya. Bisnis ini akan menuju pangsa pasar di seluruh

indonesia, dan membuat branding dengan desain yang mengikuti style zaman sekarang, membuat desain kemasan, dan tentu saja promosi.

Dari penjelasan diatas disimpulkan bahwa kwave apparel memulai pasar clothing dengan mengusung konsep genre musik kpop dan akan bisa menembus dalam menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial sehingga diperlukan branding media yang dapat menaikkan suatu brand menjadi menarik dan dengan begitu pelanggan terpancing untuk membeli produk kwave apparel.

Promosi ini akan mengambil langkah membuat visual branding dan memperbaruhi sistem promosi sosial media instagram lebih menarik untuk memperkenalkan produk dan memperluas pasar melalui aplikasi e-commerce yang bisa diakses untuk melihat katalog produk, dan untuk akses transaksi. Dan menambah artikel katalog produk untuk memperbanyak refrensi masyarakat untuk membeli sebuah produk.

Rumusan Masalah dari perancangan atau penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang konsep desain ilustrasi clothing yang tepat agar dapat tersampaikan ke sasaran?
2. Bagaimana merancang konsep desain ilutrasi clothing kwave apparel untuk meningkatkan brand awareness?

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka perancangan atau penelitian ini memiliki tujuan

1. Merancang konsep desain ilustrasi clothing kwave apparel.
2. Mengimplementasikan konsep desain ilustrasi ke dalam media promosi yang tepat untuk target audience.

B. PEMBAHASAN

Berisi tinjauan Pustaka, metode dan hasil perancangan atau penelitian

1. Tinjauan Pustaka

Jurnal penelitian yang berjudul " Perancangan Visual Branding clothing Line " Andalas " menjelaskan tentang Menanggapi hal tersebut brand "Andalas" dengan tema budaya suku Batak yang akan diangkat dan dikemas menjadi visual branding clothing line. Melihat

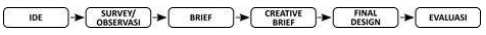
kondisi budaya batak yang tepat untuk dikenalkan pada masyarakat maka perancangan visual branding sangat diperlukan untuk memberi identitas sehingga masyarakat bisa memahami citra yang ditampilkan. Visual branding ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan pengenalan adat-adat budaya batak. Manfaat skripsi diatas dengan Tugas Akhir tersebut adalah mengambil materi dari suatu budaya bisa dijadikan / dikemas menjadi sebuah visual branding. Pembeda dari penjelasan di atas adalah perbedaan dari budaya yang sama sama akan bisa diangkat menjadi visual branding. (Dio Putra Hartama, Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta 2022).

Jurnal dengan judul Perancangan Desain T-shirt dan Konten Media Sosial pada Pullover Cloth. Pullover Cloth mengembangkan desain t-shirt dengan gaya desain kolase sebagai upaya untuk menambah jumlah katalog dan mengenalkan katalog produk Pullover Cloth. Desain t-shirt Pullover Cloth dibuat menggunakan kolase digital. Teknik kolase digital tersebut mempunyai bentuk kebebasan dalam berekspresi, karena setiap komposisi kolase digital bebas dan tidak terikat pada aturan grid, penyajian warna dan sebagainya. Sehingga desain kolase pada t-shirt mencerminkan pada target pasar atau konsumen yang mempunyai kebebasan berekspresi dalam memilih desain t-shirt. Desain kolase digital dibuat menggunakan konsep skateboard yang mempunyai target pasar tidak hanya pada skena skateboard atau penggemar olahraga skateboard saja melainkan kebebasan konsumen dalam memilih desain t-shirt yang disukai. Manfaat diatas adalah adanya perancangan desain t-shirt wave apparel dengan beberapa jenis style salah satunya teknik kolase digital diharapkan dapat menarik minat dan dikenal dikenal luas oleh

masyarakat. Adapun perbedaan dari jurnal diatas adalah kwave apparel tidak monoton dengan menggunakan desain style kolase saja dengan menyesuikan visual yang akan dipakai. (Wijaya, Remanza Parta, LKP, Undergraduate thesis, Universits Dinamika, 2022).

Judul perancangan ilustrasi dengan tema Anti-Design pada clothing brand "Outaplace" dari Surakarta menjelaskan Di setiap negara memiliki selera yang berbeda-beda, seperti konsep, bahan dasar produk, serta harga yang sangat bervarian. Karena mengambil brand yang berasal dari Australia, terdapat perbedaan yang sangat mencolok dengan beberapa clothing brand lokal Indonesia. Outaplace merupakan clothing brand asal Australia yang mengangkat tema Anti-Design yang unik dan inovatif. Pemilihan konsep ini sangat berbeda dengan brand lokal Indonesia, dalam konsepnya sangat rumit memiliki banyak element dan sangat berantakan jika kita lihat. Kekuatan perancangan visual dari brand ini sendiri adalah memadukan tribbal, tipografi, illustrasi, dan banyak element kecil sebagai pemanisnya, pemiliknya pun berharap bisa membawa wajah baru dalam desain apparel yang lebih terlihat berani dan menarik. Manfaat diatas adalah disetiap clothing desain memiliki selera konsep desain berbeda – beda. Terutama di kwave apparel ini dengan menggunakan konsep desain yang mengandalkan unsur elemen girlgrub/boygrub, atau album untuk menjelaskan tentang idol tersebut. Perbedaan dari kwave apparel adalah tidak terpaku dengan menggunakan desain style anti design saja dengan menyesuikan visual yang akan diluncurkan. (Zaini Abdul Ghani, Sekolah Vokasi – 2022).

2. Metode



1. Ide

   Ide perancangan font ini adalah pengembangan inovasi dan pemasaran terhadap desain ilustasi clothing kpop dengan

mengikuti perkembangan digitalisasi di zaman sekarang.

2. Survey / Observasi

   Survei adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur yang sama pada setiap orang, kemudian semua jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis. Survei di kwave apparel adalah mengambil gambar di lokasi berupa foto desain dan video selama proses pengerjaan, dan ikut photoshoot katalog.Brief.

3. Brief

   Bertujuan sebagai aset visual dan media promosi yang dapat menunjang nilai penjualan dan mengangkat nilai clothing brand kpop kepada masyarakat. Disesuaikan dengan kebanyakan type designer yang mayoritas memilih typeface dekoratif karena typeface ini memiliki makna dan ciri khas sesuai dengan pesan apa yang akan diangkat type designernya dalam penciptaan sebuah font.Final Desain

4. Creative Brief

   Merupakan sebuah struktur rancangan yang akan dilakukan melalui strategi visual dengan memilih cara-cara yang tepat untuk mewujudkan ide ke bentuk visual sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan.

   a. Mengumpulkan bahan desain untuk disatukan menjadi desain.
   b. Software yang digunakan dalam membuat desain ini adalah Adobe Photoshop.
   c. Desain ilustrasi clothing brand yang akan dibuat pada tugas akhir ini menyesuaikan dari segmentasi yang ada serta aspek lainnya dari hasil observasi yang telah dilakukan.
   d. Desain ilustrasi clothing brand pada tugas akhir ini nantinya akan diaplikasikan sebagai desain utama pada sebuah

media cetak maupun media sosial yang berkaitan dengan kpop.

5. Final Desain

   Setelah seluruh hasil riset dan data data terkumpul dengan lengkap, maka perancangan desain ilustrasi akan dimulai. Final desain nantinya akan dijadikan sebagai aset visual branding yang diaplikasikan ke media cetak seperti tshirt, poster/banner dan media sosial seperti feed instagram yang merupakan eksekusi perancangan karya berdasarkan struktur rancangan konsep yang telah disusun dari tahapan sebelumnya.

6. Evaluasi

   Setiap karya yang sudah tercipta, tidak lepas dari evaluasi dari karya tersebut. Maka dari itu harapannya kritik dan saran dari pihak dosen pembimbing, type designer dan juga pembaca agar dapat menjadi bahan evalusai pada penciptaan karya kedepannya.

3. Hasil Perancangan Atau Penelitian

Analisa data

1. Segmentasi

a. Demografi

   Jenis kelamin laki-laki dan perempuan, usia 17 – 25 Tahun, Pendidikan Sekolah Menengah Atas / Sederajat. Tingkat ekonomi atau pendapatan menengah ke atas, dan agama semua Agama.

b. Psikografi

   Masyarakat yang menyukai musik Kpop dan Masyarakat yang mempunyai karakteristik suka belanja.

c. Geografis

   Mencakup semua wilayah Indonesia yang mempunyai akses internet untuk berbelanja online.

d. Behavior

   Masyarakat yang menyukai fashion dan Masyarakat yang menyukai idol mereka.

2. *Unique Selling Point* (USP)

Kwave apparel merupakan clothing brand kpopware yang berisi ilustrasi dan tambahan asset gambar tentang musik kpop. Brand

clothing tersebut berfungsi sebagai koleksi fashion dengan konsep kpop yang memiliki keunikan tersendiri yaitu bagian penggunaan tambahan. Pengguna tambahan tersebut adalah dalam desain brand clothing kpopware "kwave apparel" ada unsur boy grub / girl grub / gambar idol di setiap ilustrasi grapich desainnya. Di setiap asset gambar difungsikan sebagai tanda nama grub atau member grub untuk dikenali. Sistem penggunaan tambahan tersebut yang ditujukan untuk merangsang jiwa menyukai idol mereka.

3. ***Emotional Selling Proposition* (ESP)**

   Emotional selling preposition tentunya tidak terlepas dari emosi yang terbangun ketika menggunakan sebuah produk. Untuk masyarakat pecinta musik kpop, ketika memakai merch kpopware diharapkan akan mengingat terhadap idol kpop mereka. Selain itu desain ilustrasi yang sedemikian rupa akan memberikan rasa percaya diri dan banngga bagi penggunanya.

4. Positioning

Desain clothing brand "kwave apparel" ini sebagai salah satu sarana promosi melalui media merchandise yang ditampikan dengan menggunakan style desain streetwear Y2K, dengan memunculkan asset ikon-ikon member kpop didalam frame agar lebih enak dipandang sehingga akan menimbulkan efek ingin memilikinya bagi para penikmat musik kpop.

Strategi Kreatif

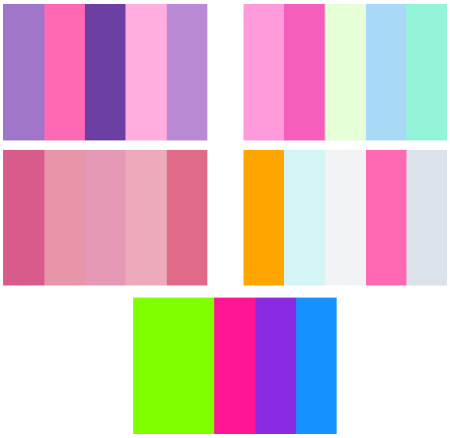
a. Konsep Visual

1. Layout

Keseimbangan yang digunakan menggunakan axial layout yaitu komposisi di mana tata letak yang menampilkan visual yang kuat fokus ditengah dan elemen pendukungnya diletakkan di sisi kanan dan kiri.

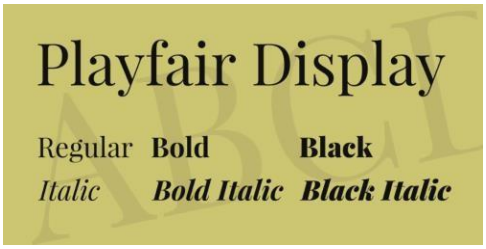
2. Warna

Warna yang akan digunakan pada perancangan ini adalah Warna tema Y2k pop-up dan dipadukan sedikit warna gelap dari gambar idol tersebut yang akan cenderung mencolok dan bertabrakan sehingga memunculkan kesan kontras yang kental.



3. Typografi

font yang digunakan mengedepankan unsur Y2k Pop-up sebagai patokan dalam pemberian typografi nantinya. Font yang seringkali digunakan pada tema Y2k Pop-up biasanya berbentuk dekoratif di beberapa jenis yaitu genty font dan estrella font, dan dipadukan dengan typografi jenis font serif yaitu playfair display.



b. Konsep Verbal

1. *Headline*

Headline yang digunakan dalam perancangan desain clothing kwave apparel berupa nama girl grub yang akan dibuat karena untuk mempresentasikan nama grub dan mudah dikenali.

2. *Subheadline*

SubHeadline yang digunakan mencantumkan nama-nama anggota girl group/gambar member/judul lagu

tersebut. Memberikan nilai tambah sebagai sumber informasi yang bermanfaat bagi konsumen.

3. Bodycopy

Bodycopy merupakan bagian penutup dari sebuah iklan. Bodycopy dalam perancangan desain clothing kwave apparel berupa logo brand. Karena agar mendukung dari headline dan subheadline, dan memberi informasi terkait kwave apparel.

Perancangan Karya

a. Media Utama

Media utama yang akan digunakan dalam perancangan desain ilustrasi clothing kpopware “Kwave Apparel” dari boyolali akan diwujudkan dalam bentuk fisik yaitu T-shirt

1. Desain artikel T-shirt

a. Rose ft. Bruno Mars “APT”

Rose 'Blackpink' merilis single solonya yang berkolaborasi dengan Bruno Mars berjudul APT pada Jumat, 18 Oktober 2024. Single APT atau "아파트 (apateu)" memiliki arti apartemen dalam bahasa Korea.

b. New Jeans

New jeans adalah sebuah grup vokal wanita asal Korea Selatan yang dibentuk oleh ADOR, anak perusahaan dari Hybe Corporation. Grup ini terdiri dari lima anggota: Minji, Hanni, Danielle, Haerin dan Hyein. Grup ini melakukan pra-rilis singel debut mereka yang berjudul "Attention" pada tanggal 22 Juli 2022.

c. Itzy

Itzy adalah grup musik perempuan besutan JYP Entertainment dengan anggota 5 orang, yaitu Hwang Ye-ji, Choi Ji-su, Shin Ryu-jin, Lee Chae-ryeong, dan Shin Yu-na. Grup ini debut pada 12 Februari

2019, dengan dirilisnya singel berjudul It'z Different.

d. Illit

Illit adalah grup vokal wanita asal Korea Selatan yang dibentuk oleh Belift Lab dengan anggota berjumlah 5 orang, yaitu Yunah, Minju, Moka, Wonhee dan Iroha. Illit debut dengan merilis album mini pertama "Super Real Me", yang dirilis pada 25 Maret 2024.

e. Aespa

Aespa adalah adalah grup vokal wanita asal Korea Selatan yang dibentuk oleh SM Entertainment. Grub ini terdiri dari empat anggota yaitu Karina, Giselle, Winter dan Ningning. Mereka melakukan debut pada 17 November 2020 dengan single “Black Mamba”.

b. Media Pendukung

Media pendukung yang akan digunakan diperuntukan untuk menunjang dari segi promosi dan aksesoris include pembelian merchandise.

a. Feed instragram

b. Poster

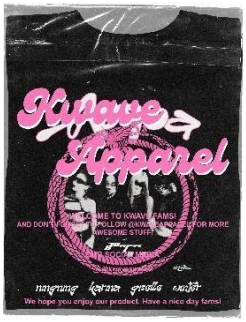
c. Stiker

d. Pin

e. Sertifikat Keaslian

f. Photocard

g. Packaging Plastik Ziplock



4. PENUTUP

Dari perancangan desain ilustrasi clothing "Kwave Apparel" adalah bahwa konsep ini bertujuan untuk menciptakan pakaian dengan gaya yang menggabungkan unsur-unsur K-pop yang khas, sekaligus

menghadirkan elemen kekinian dan trendy. Desain ini diharapkan dapat menarik perhatian para penggemar K-pop, terutama dengan menonjolkan elemen visual yang berwarna cerah, modern, serta grafis yang mencerminkan identitas budaya K-pop yang energik dan dinamis.

Dengan didirikan brand “Kwave Apparel” ini dapat menjadi jembatan antara budaya Korea dan dunia fashion menciptakan produk pakaian yang tidak hanya stylish, tetapi juga memiliki daya tarik emosional bagi para penggemar K-pop. Dengan pemilihan warna yang tepat, tipografi yang khas, serta ilustrasi yang kreatif, brand ini diharapkan bisa menjadi bagian dari gaya hidup para penggemar K-pop, memadukan tren musik, fashion, dan budaya pop secara harmonis.

Dalam perancangan ini "Kwave Apparel" berpotensi menjadi simbol identitas bagi para penggemar K-pop, sekaligus mengintegrasikan elemen musik, fashion, dan gaya hidup yang saling berhubungan, menjadikannya lebih dari sekadar pakaian, tetapi sebagai bagian dari ekspresi budaya.

Daftar Pustaka

(4_bab1, n.d.; Adiel, 2016; Almaida et al., 2021; Burhan et al., 2018; Girian, 2020; Sahara, 2018; Vivien Christy Apriyanti et al., 2022)4_bab1. (n.d.).

Adiel, A. (2016). Perancangan Branding Fashion Label Affairs. In Tugas Akhir Institut Teknologi Sepuluh Nopember. https://repository.its.ac.id/76143/1/3410100016-Undergraduate_Thesis.pdf

Almaida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl k-pop. Cognicia, 9(1), 17–24. https://doi.org/10.22219/cognicia.v9i1.15059

Burhan, A. C., Studi, P., Desain, D. I. I. I., Visual, K., Seni, F., Dan, R., & Maret, U. S. (2018). Perancangan Grafis T-Shirt.

Girian, K. A. M. Y. (2020). Pengaruh Dari Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Clothing Distro di Mataram. Skripsi, 1–64. https://repository.ummat.ac.id/796/1/COVER-BAB III.pdf

Sahara, A. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Fashion Consciousness Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Survei Pada Konsumen Perempuan Di House Of Ria Miranda Malang). 1–129.

Vivien Christy Apriyanti, Andre Jonathan Harahap, Bryan Tandian, Pangestu, & Viona Angelina Herwanto. (2022). Pengaruh Marketing Brand Pakaian di

Instagram terhadap Niat Beli Masyarakat di Kota Batam. E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 15(1), 186–194. https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i1.739