

DAFTAR PUSTAKA

- Amabel, C., & Gunawan, A. M. P. (2025). *Perancangan merchandise kit untuk Nadin Amizah sebagai media promosi. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Teknik dan Desain*, 1(2), 176–183. <https://jurnal.pradita.ac.id/index.php/jimtd/article/view/93>
- Dippoprameswari, E., & Pujiyanto, W. E. (2024). Optimalisasi Ketertiban Masyarakat: Pemberdayaan UMKM Melalui Inisiatif Pelayanan Terdedikasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 3(1), 111–117. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v3i1.2117>
- Hafizah, E. (2021). Peran media dalam pekerjaan *Public Relations*. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 5(2), 149–157. <https://doi.org/10.33369/jkaganga.5.2.149-157>
- Hapsari, B. R. (2025). *Perancangan desain merchandise kit sebagai sarana meningkatkan brand awareness PT. Janani Abadi* (Undergraduate thesis, Universitas Diponegoro). <https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/42639>
- Ibrizah, Z., Nurrohman, R., & Hidayah, A. (2024). Strategi pengembangan merchandise Gresik United dengan analisis SWOT: Membangun pertumbuhan merek berkelanjutan dan pemberdayaan ekonomi lokal. *RIGGS*, 4(2). <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1094>
- Izza, C. R. (2026). “Perancangan Visual Identity sebagai Brand Recognition pada Produk Jateng” . *Journal of Design and Creative Media Studies*, 1(1), 1–15. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jdcms/article/view/51364>
- Maharani, D. (2024). Perancangan dan produksi *merchandise FIKOMM Creative Hub* Universitas Mercu Buana Yogyakarta [Undergraduate thesis, Universitas Mercu Buana Yogyakarta]. <https://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/23161/4/BAB%20I.pdf>
- Monika, D., Saraka, S., & Winarti, H. T. (2024). Kajian tentang pembelajaran program kursus bahasa Inggris di LKP Ghanesa Kota Samarinda. *Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan, dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 477–482. <https://doi.org/10.30872/ls.v5i2.4782>
- Mustangin, Akbar, M. F., & Sari, W. N. (2021). Analisis Pelaksanaan Program Pendidikan Nonformal Bagi Anak Jalanan. *International Journal of Community Service Learning*, 5(3), 234–241. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v5i3>
- Pahira, G., Kusuma, R. P., & Suhendar, H. (2022). Perancangan desain merchandise menggunakan metode kreatif sebagai promosi brand produk (studi kasus: Gifa Group). *Jurnal Digit*, 12(1), 103–114. <https://doi.org/10.51920/JD.V12I1.221>

- Paralegal.id. (2025, 25 Juni). Pengertian lembaga kursus dan pelatihan. <https://paralegal.id/pengertian/lembaga-kursus-dan-pelatihan/>
- Paramitha, J., & Chandra, E. (2024). Pemanfaatan simbol dan elemen tradisional Mega Mendung sebagai identitas visual produk lokal Indonesia [*The utilization of Mega Mendung traditional symbols and elements as visual identity for local Indonesian products*]. Citrawira: *Journal of Advertising and Visual Communication*.
- Parawansa, D. A. S. (2024). Strategi branding [PDF]. PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA. <http://repository.um.ac.id/id/eprint/5560>
- Pitaloka, J. E. (2025). Produksi media promosi berupa merchandise kit sebagai strategi memperkuat identitas brand Wisata Arenan Kalikese di Kabupaten Kendal (Tugas akhir, Universitas Diponegoro). <https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/37339>
- Pratiwi, P. A., Mashalani, F., Hafizhah, M., Sabrina, A. B., Harahap, N. H., & Siregar, D. Y. (2024). Mengungkap Metode Observasi Yang Efektif Menurut Pra-Pengajar EFL. *Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 2(1), 135. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i1.877>
- Rahmaningtyas, R. U., & Rosmiati, A. (2024). Analisis visual representasi identitas budaya lokal pada ilustrasi karya Renata Owen. *Citrawira*, 5(1). <https://doi.org/10.33153/citrawira.v5i1.4831>
- Raja, P., Flora, Putrawan, G. E., & Razali, A. B. (2022). English as an International Language: Perceptions of EFL Preservice Teachers in Higher Education Institutions in Indonesia. *Education Research International*, 2022, 1–8. <https://doi.org/10.1155/2022/3234983>
- Rastika, I. W. B., Putra, G. B. S., & Kharismawan, P. G. S. (2025). Perancangan merchandise untuk meningkatkan brand awareness pada perusahaan Waves Company Adventure. Institut Seni Indonesia Denpasar. <http://repo.isi-dps.ac.id/id/eprint/5699>
- Riadi, M. (2024, April 24). *Identitas merek (brand identity): Pengertian, elemen, aspek dan indikator*.
- Rido, M., Abdani, F., Suastrini, F., & Reza, M. H. (2025). *University merchandise as a branding strategy and strengthening the entrepreneurial ecosystem in higher education*. *ENTRIES: Journal of Entrepreneurship Studies*, 1(2), 102–113. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/entries/article/view/14672>
- Susanti, M. A. (2023). Model Terbaik Si Pro: Manajemen Pembelajaran Kursus Bahasa Inggris pada Lembaga Pendidikan B'Wikan Singaraja. *Jurnal Imiah Pendidikan Dan Pembelajaran*, 7(1), 134–141. <https://doi.org/10.23887/jipp.v7i1.60149>

- Winata, K. S. K., & Adiwaty, M. R. (2024). *Kapferer's Brand Identity Prism analysis on Brand Stord to increase brand awareness*. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 3(7), 3079–3088. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v3i7.10041>
- Wedhana, A. P., Dewi, A. K., & Putra, G. B. S. (2023). Perancangan Merchandise Bertemakan Tari Leko Untuk Zaloukh Apparel. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(01), 123–131.