

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2014). **Desain Komunikasi Visual: Panduan untuk Pemula**. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Aoyagi, H. (2005). **Islands of Eight Million Smiles: Idol Performance and Symbolic Production in Contemporary Japan**. Cambridge: Harvard University Asia Center.
- Assauri, S. (2012). **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Rajawali.
- Galbraith P. W., Kam, T. H., & Kamm, B. (2015). **Debating Otaku in Contemporary Japan: Historical Perspectives and New Horizons**. London: Bloomsbury Academic.
- Galbraith, P. W., & Karlin, J. G. (2012). **Idols and Celebrity in Japanese Media Culture**. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Himawan, H., & Yanu, M. (2020). **Buku Ajar: Interface User Experience**. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UPN Veteran Yogyakarta.
- Kotler, P. (2012). **Marketing Management**. New Jersey: Prentice Hall.
- Kovacic, M., Hiroshi, A., & Galbraith, P. W. (2021). **Idology in Transcultural Perspective: Anthropological Investigations of Popular Idolatry**. Cham: Palgrave Macmillan.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2016). **Management Information Systems**. Harlow: Pearson.
- Mcafee, A., & Brynjolfsson, E. (2017). **Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future**. New York: W.W. Norton & Company.
- Putra, R. W. (2020). **Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan**. Yogyakarta: ANDI.
- Soewardikoen, D. W. (2019). **Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual**. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Solomon, M. R., & Stuart. E. W. (2002). **Marketing: Real People, Real Choices**. New Jersey: Prentice Hall.
- Stanton, W. J. (2009). **Fundamentals of Marketing**. New York: McGraw-Hill.

### Jurnal/Artikel Ilmiah

- Handaningtias, U. R., & Agustina, H. (2017). **Peristiwa Komunikasi dalam Pembentukan Konsep Diri Otaku Anime**. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(2), 202-209. Retrieved from Jurnal Unpad database.

Hassenzahl, M., & Tractinsky, N. (2006). **User Experience—A Research Agenda**. *Behaviour and Information Technology*, 25, 91-97. Retrieved from Taylor & Francis database.

Nugroho, P. A., & Hendrastomo, G. (2017). **Anime sebagai Budaya Populer (Studi pada Komunitas Anime di Yogyakarta)**. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 1-15. Retrieved from Journal Student UNY database.

Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). **Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07**. *EBISMEN: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 1(3), 24-31. Retrieved from Universitas Maritim database.

Suan, S. (2021). **Performing Virtual YouTubers: Acting Across Borders in the Platform Society**. In M. Roth, H. Yoshida, & M. Picard (Eds.), *Japan's Contemporary Media Culture between Local and Global: Content, Practice and Theory* (pp. 187-222). Heidelberg: CrossAsia-eBooks.

### Website

Swarnadwitya, A. (2020). **Design Thinking: Pengertian, Tahapan dan Contoh Penerapannya**. Diakses pada <https://sis.binus.ac.id/2020/03/17/design-thinking-pengertian-tahapan-dan-contoh-penerapannya/> (20 April 2024, 15:38).

Valentino Ringo (2020) <https://vtuber.asia/indonesia/>

Ananda, M. R., Bastar, R. P., & Razi, A. A. (2022). PERANCANGAN PROTOTYPE APLIKASI MOBILE AREAKERJA. COM. *eProceedings of Art & Design*, 9(5). <https://repositori.telkomuniversity.ac.id/pustaka/183146/perancangan-prototype-aplikasi-mobile-areakerja-com.html>