

DAFTAR PUSTAKA

- Ambrose, G., & Harris, P. (2015). *The layout book* (2nd ed.). Bloomsbury Publishing.
- Amisah, Yahuli, R., & Oktavia, V. (2023). Tinjauan yuridis sistem hukum perlindungan konsumen di Indonesia terhadap korban penipuan tiket konser. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(5), 2706–2711. <https://doi.org/10.31604/jips.v10i5.2023.2706-2711>
- Anisya, A. P. (2025, Januari 29). *Line-up konser internasional Februari 2025, ada Maroon 5 hingga SEVENTEEN*. <https://girlsbeyond.com/2025/01/29/lifestyle/line-up-konser-internasional-februari-2025-ada-maroon-5-hingga-seventeen>
- Ariyadi, W. (2020). *Jurus jitu menguasai copywriting: Strategi sukses membangun bisnis dan meningkatkan pemasaran*. Anak Hebat Indonesia.
- Bimantara, J. G., Diveranta, A., Ramadhan, F., & Susilo, H. (2025, Februari 27). *Penipu Tiket Konser Diduga Masih Berkeliaran di Medsos*. <https://www.kompas.id/artikel/penipu-tiket-konser-terus-berkeliraran-di-medsos>
- Doyle, S., Grove, J., & Sherman, W. (2019). *History of illustration*. Bloomsbury Publishing Inc.
- Drewniany, B., & Jewler, J. (2014). *Creative strategy in advertising*. Wadsworth. <https://doi.org/9781285080277>
- Fyovella, T. (2024). How does scarcity marketing influence consumer behavior in ticket sales for the live entertainment industry?. *Asian Journal of Research in Business and Management*. 6(3), 1-13. <https://doi.org/10.55057/ajrbm.2024.6.3.1>
- Haryani, E., & Neltje, J. (2021). Perlindungan hukum terhadap konsumen yang tidak menerima pembelian produk jasa berupa tiket konser dari pelaku usaha melalui media sosial ditinjau dari Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. *Jurnal Hukum Adigama*. 4(2), 1157-1182. <https://doi.org/10.24912/adigama.v4i2.17011>
- Imamah, S., & Julianti, S. (2023). Analisis rational choice theory dalam penipuan jual beli online (studi kasus: Penipuan tiket konser di media sosial Twitter). *Anomie*, 5(3), 183–192.
- Jakpat. (2024). *Music concert trends & fan behaviors 2024*. <https://insight.jakpat.net/music-concert-trends-fan-behaviors-2024-2/>

- Landa, R. (2010). *Advertising by design: Generating and designing creative ideas accross media* (2 ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Landa, R. (2019). *Graphic design solutions* (6th ed.). Cengage Learning.
- Mahadewi, N., Oktavianingtyas, A., Suyadi, A. A. P., Barlian, A. D., Rizqia, E., Wulandari, M., Sita, N. A., Aisy Q.H, R., Marrelda, S. A., & Lestari, Y. A. (2024). Analisis Perilaku Konsumsi Masyarakat pada Event dan Konser di Kalangan Mahasiswa di Kota Surakarta. *JSEH*, 10(2), 227–242. <https://doi.org/10.29303/jseh.v10i2.532>
- Muallimah, H. (2022). Kajian penerapan strategi desain komunikasi AISAS terhadap perancangan desain komunikasi visual. *KREATIF*, 04(1), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.53580/files.v3i02.30>
- Natalia, T. (2024, Mei 21). *Penipuan Tiket Konser Terjadi Lagi, Fans NCT Dream Korban Ratusan Juta*. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240521131024-128-540105/penipuan-tiket-konser-terjadi-lagi-fans-nct-dream-korban-ratusan-juta>
- Nomlemi, K., Timo, F. (2024). Pengaruh terpaan konten iklan layanan pinjaman online terhadap pembelian impulsif pada gen z. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 8(1), 40-51. <https://doi.org/10.38043/jids.v6i1.4932>
- Pangestu, R. (2019). Penerapan kampanye sosial dalam desain komunikasi visual. *Seni Desain dan Budaya*, 4(4), 159–165. <https://doi.org/https://doi.org/10.36982/jsdb.v4i4.796>
- Patonah, I., Sambella, M., & Az-Zahra, S. M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: Penelitian kualitatif, kuantitatif dan kombinasi (mix method). *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 8(3), 5378–5392. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/jp.v8i3.11671>
- Rijal Fadli, M. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Sayre, S., & King, C. (2010). *Entertainment and society: Influences, impacts, and innovations*. Taylor & Francis.
- Shaw, M. (2009). *Copywriting: Successful writing for design, advertising, and marketing* (2 ed.). Laurence King Publishing.
- Strizver, I. (2014). *Type rules!: The designer's guide to professional typography*. John Wiley & Sons, Inc.

Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the worlds most innovative advertising Agency*. The McGraw-Hill Companies, Inc.

Venus, A. (2018). *Manajemen kampanye: Panduan teoritis dan praktis dalam mengefektifkan kampanye komunikasi publik* (Revisi). Simbiosis Rekatama Media.

Zeegen, L. (2012). *The fundamentals of illustration*. Bloomsbury Academic.

