

## DAFTAR PUSTAKA

- ADPList (n.d.). *Explore*. Diakses pada 13 April 2025, dari <https://adplist.org/explore>
- Antaranews.com. (n.d.). *Cara gen z ubah peluang jadi cuan*. Antara interaktif vol. 83. Diakses pada 25 April 2025, dari <https://www.antaranews.com/interaktif/cara-gen-z-ubah-peluang-jadi-cuan/index.html>
- Antiek Dian Rosanti. (2025). Implementasi supergrafis “Pesona Delta” pada instagram disporaparkab Sidoarjo. *Barik*, 7(1), 197–211. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v7i1.66342>
- Arnu, R., & Suryanto, S. (2024). Penerapan konsep color grading dalam membangun mood karakter tokoh utama pada film mita. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(6), 1863–1880. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/16568/11151>
- Asada, S. (2014). *Tone of voice in information design*. Reading. [https://www.academia.edu/16805438/Tone\\_of\\_Voice\\_in\\_Information\\_Design](https://www.academia.edu/16805438/Tone_of_Voice_in_Information_Design)
- Ashaboglu, S. (2015). *Five modular furniture pieces present infinite design possibilities*. Diakses pada 8 April 2025, dari [https://www.architectmagazine.com/technology/products/five-modular-furniture-pieces-present-infinite-design-possibilities\\_o](https://www.architectmagazine.com/technology/products/five-modular-furniture-pieces-present-infinite-design-possibilities_o)
- Azura labs. (n.d.). *Desain modular dengan shape theory: Membuat visual yang dinamis dan fleksibel*. Diakses pada 10 April 2025, dari <https://azuralabs.id/blog-design-insights/desain-modular-dengan-shape-theory-membuat-visual-yang-dinamis-dan-fleksibel>
- Damayanti, D., & Nuzuli, A. K. (2023). Evaluasi efektivitas penggunaan teknologi komunikasi dalam pengajaran metode pendidikan tradisional di sekolah dasar. *Journal of Scientech Research and Development*, 5(1), 208–219. <https://doi.org/10.56670/jsrd.v5i1.130>
- Dam, R. F., & Siang, T. Y. (2025, Maret 28). *What is design thinking and why is it so popular?* The Interaction design foundation. Diakses pada 5 Maret 2025, dari <https://www.interaction-design.org/literature/article/what-is-design-thinking-and-why-is-it-so-popular>
- Digital, B. (n.d.). *Mengenal consumer persona sebagai strategi targeting pemasaran digital*. Diakses pada 20 April 2025, dari

<https://bisnisdigital.feb.unesa.ac.id/post/mengenal-consumer-persona-sebagai-strategi-targeting-pemasaran-digital>

- Febrian, B. (2022). *Perancangan logo ud. Wahyu jaya untuk meningkatkan brand awareness* [Skripsi]. Diakses pada 30 Mei 2025, dari <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/6053/1/17420100078-2022-UNIVERSITASDINAMIKA.pdf>
- Hughes, J. (2025, Februari 28). *28 Best free fonts for modern ui design in 2025 (+ Typography best practices)*. Untitled ui. Diakses pada 28 Mei 2025, dari <https://www.untitledui.com/blog/best-free-fonts>
- Jurnalpos, R. (2024, September 10). *Gen z: Generasi yang maunya serba instan, mitos atau fakta? - Jurnalposmedia*. Diakses pada 25 April 2025, dari <https://jurnalposmedia.com/gen-z-generasi-yang-maunya-serba-instan-mitos-atau-fakta/>
- Junaedi, D., & Tanos, J. J. B. (2019). Komposisi warna split komplementer untuk penciptaan lukisan lanskap cat air. *Ars Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 22(2), 95–106. <https://doi.org/10.24821/ars.v22i2.2943>
- Khairunnisa, N. (2023). *Teori warna: Pengertian, lingkaran, skema, dan konteks*. Diakses pada 7 Juni, dari <https://narasi.tv/read/narasi-daily/teori-warna>
- Machfir, Z. (2024, Juni 25). *Tren influencer terus meningkat, apakah semua orang harus jadi influencer?* Goodstats. Diakses pada 17 Februari 2025, dari <https://goodstats.id/article/tren-influencer-terus-meningkat-apakah-semua-orang-harus-jadi-influencer-EA9Jl>
- Manuho, P., Makalare, Z., Mamangkey, T., & Budiarmo, N. S. (2021). Analisis break even point (BEP). *Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat*, 5(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jiam/article/download/34692/32596/73413>
- Manychat. (n.d). *Chat Marketing made easy with manychat*. (n.d.). Diakses pada 4 Juni 2025, dari <https://manychat.com>
- Melati, A. S., Yanuar, D., & Susilawati, N. (2025). Dampak e-wom dan kepercayaan merek terhadap minat beli something pada gen z. *Jurnal Komunikasi Global*, 13(2), 350–371. <https://doi.org/10.24815/jkg.v13i2.38179>
- Menora, T., Primasari, C. H., Wibisono, Y. P., Sidhi, T. a. P., Setyohadi, D. B., & Cininta, M. (2023). Implementasi pengujian alpha dan beta testing pada aplikasi gamelan virtual reality. *Konstelasi Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(1), 48–60. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v3i1.6625>

- Mustaqilillah, N. R., Widyaningtyas, N. O., & Wantoro, N. T. (2023). Efektivitas penggunaan twitter sebagai sarana peningkatan berpikir kritis mahasiswa ilmu komunikasi. *Mukasi Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 18–28. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i1.1346>
- Oktaga, A. T., & Susanti, I. (2023). Peningkatan kualitas konten multimedia era industri digital. *Jurnal Penelitian Sistem Informasi*, 1(3), 321–334. <https://doi.org/10.54066/jpsi.v1i3.845>
- Sanjaya, W. (2024). Motion graphic dalam mendukung penyampaian pesan game show edukasi “Clash of Champions.” *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 13(1), 18–38. <https://doi.org/10.34010/visualita.v13i1.13664>
- Seefluencer University. (n.d.). *Dari no jadi viral: Dapatkan 1m+ views dalam 2 bulan*. Diakses pada 14 Maret 2025, dari <https://www.seefluencer.com/university>
- Sugiarti, U. (2025, Februari 10). *Mayoritas Generasi Z Menghabiskan Waktu Luang dengan Media Sosial*. Goodstats.. Diakses pada 20 Februari 2025, dari <https://goodstats.id/article/mayoritas-generasi-z-menghabiskan-waktu-luang-dengan-media-sosial-KT9NM>
- Sulistiyowati, W. (2019). *Analisa kelayakan usaha*. Umsida Press. <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/download/978-623-6833-92-6/951/>
- Sutanto, R. P. (2022). Analisis user flow pada website pendidikan: Studi kasus website DKV UK Petra. *Nirmana*, 22(1), 41–51. <https://doi.org/10.9744/nirmana.22.1.41-51>
- The Interaction Design Foundation. (2024, November 26). *What are complementary colors?* Diakses pada 23 Mei 2025, dari <https://www.interaction-design.org/literature/topics/complementary-colors?srsId=AfmBOooM6Wabd-XEPSQiUbZekiL3y2NgWXSU-zeRStGyu4QuUS-VziGb>
- Tussadiah, H. (2023). *Psikologi warna dalam desain interface*. Diakses pada 5 Juni, dari <https://www.startupcampus.id/blog/psikologi-warna-dalam-desain-interface/>
- Umnadmin. (2022, Juli 13). *UMN consulting mempresentasikan penelitian mereka tentang gaya hidup dan kebiasaan belanja gen z*. Universitas Multimedia Nusantara. <https://www.umn.ac.id/umn-consulting-mempresentasikan-penelitian-mereka-tentang-gaya-hidup-dan-kebiasaan-belanja-gen-z/>

Universitas Ma Chung. (n.d.). *10 Makna warna berdasarkan psikologi dalam warna*. Diakses pada 3 Juni 2025, dari <https://machung.ac.id/artikel-prodi-dkv/makna-10-warna-berdasarkan-psikologi-dalam-desain/> d

Utami, A. R., Ratnasari, K., & Amelia, J. R. (2024). Pelatihan pembuatan konten berkualitas dan digital marketing: Kunci sukses penjualan digital bagi UMKM. *Utami | JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i6.26919>

Wardhana, A. (2024). *Brand management in the digital era* – edisi Indonesia. Pradana, M. (Ed.). Eureka Media Aksara.

Widodo, A. C., & Wahyuni, E. G. (2021). Penerapan metode pendekatan design thinking dalam rancangan ide bisnis kalografi. *AUTOMATA*, 2(2). <https://journal.uui.ac.id/AUTOMATA/article/download/19552/11568>

