

## DAFTAR PUSTAKA

- Adlan, H. (2020). Analisis model AISAS terhadap Keputusan pembelian dalam penggunaan SEO. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 9(1).
- Agustiawan., Lisdiyanti, P., & Purba, S. H. (2021). Motivasi pemuda untuk mengikuti program relawan edukasi Kesehatan di media sosial. *Jurnal Altifani*. 1(3). 10.25008/altifani.v1i3.149
- Aji, A. S. Z. S. & Arsanti, M. (2024). Tantangan literasi di Indonesia: menghadapi minat literasi yang rendah. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu*, 8(7), 819–821.
- Ahdiat, A. (September 24, 2024). Media sosial favorit gen z dan milenial Indonesia. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia>
- Akgun, V. O., & Arici, B. N. (2025). Use of color in marketing communication and the importance of colors. *Journal of Current Researches on Social Sciences*. 15(1). 10.26579/jocress.15.1.3
- Anjali, A., & Mirati, R. (2023). Analisis model attention, interest, search, action, share (AISAS) terhadap Keputusan penggunaan aplikasi MyBCA. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen*. 4(1).
- Arifudin, A., Dani, D., Saputro, R. E., Berlilana, B., Baihaqi, W. M., Sarmini, S., Purwati, Y., Wahid, A. M., & Saputra, A. N. A. (2024). *Multimedia interaktif*. Zahira Media Publisher. ISBN 978-6238481781
- Arisetiana, E., Simamora, P. R. T., & Perwirawati, E.. (2021). Peran komunikasi dalam strategi marketing perumahan Harmoni Sari. *Journal Social Opinion*, 8(1), 1-10.
- Bangun, D. A. N. (2023). *Dasar-dasar Desain Grafis*. Politeknik Negeri Jakarta Press. <https://press.pnj.ac.id/book/2023/2/DwiAgnes-BukuDasar-dasarDesainGrafis2023>
- Cahyadi, D. (2025). Prinsip-prinsip desain dalam media interaktif. *Diklat Kuliah Mk. Desain Media Interaktif*.
- Carvalho, W. L. E. (2024). *Akar persuasi: Memahami dasar-dasar meyakinkan*. Weslen Lucas Eredes Carvalho.
- Chatra, M. A., Achjar, K. A. H., Ningsi, Rusliyadi, M., Zaenurrosyid, A., Rumata, N. A., Nirwana, I., & Abadi, A. (2023). *Metode penelitian kualitatif*:

*Panduan praktis untuk analisis data kualitatif dan studi kasus.* PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Christover, D., Rofik, A., & Mardiyah, J. (2024). Menumbuhkan kepedulian pemuda : strategi organisasi 1000 guru dalam rekrutmen relawan pendidikan. *Journal of Social Humanities and Education*. 3(4). <https://doi.org/10.55606/concept.v3i4.1787>

Dermawan, M. D. (2024, Januari 17). *Apa itu model AISAS? berikut pengertian dan menggunakan AISAS*. Pasarind. [https://pasarind.id/blog/Apa-Itu-Model-AISAS-Berikut-Pengertian-dan-Menggunakan#:~:text=Itu%20Model%20AISAS?-,Model%20AISAS%20\(Attention%2C%20Interest%2C%20Search%2C%20Action%2C%20and,tindakan%2C%20dan%20mempromosikan%20berbagi%20informasi](https://pasarind.id/blog/Apa-Itu-Model-AISAS-Berikut-Pengertian-dan-Menggunakan#:~:text=Itu%20Model%20AISAS?-,Model%20AISAS%20(Attention%2C%20Interest%2C%20Search%2C%20Action%2C%20and,tindakan%2C%20dan%20mempromosikan%20berbagi%20informasi).

Duckett, J. (2021). *Web design for everyone: A beginner's guide to HTML, CSS, JavaScript, and web graphics*. Wiley. [https://www.google.co.id/books/edition/Web\\_Design\\_for\\_Everyone\\_A\\_Beginner\\_s\\_Gui/3tNIEQAAQBAJ](https://www.google.co.id/books/edition/Web_Design_for_Everyone_A_Beginner_s_Gui/3tNIEQAAQBAJ)

Ellison, D. (2012). *Multimedia: The Fundamentals of Creative Media*. Routledge. [https://www.google.co.id/books/edition/MULTIMEDIA\\_The\\_Fundamentals\\_of\\_Creative/zqhOEQAAQBAJ](https://www.google.co.id/books/edition/MULTIMEDIA_The_Fundamentals_of_Creative/zqhOEQAAQBAJ)

Fahim. (2025, Januari 04). *Angka buta aksara di Indonesia masih tinggi, ini yang harus kita lakukan!*. Kumparan. <https://www.lensamedan.co.id/2021/06/aktivis-pendidikan-luncurkan-gernas.html>.

Fareena (2024, July 14). *Interactive Exhibition Ideas and example*. Immexive. <https://immexive.com/blog/interactive-exhibition-ideas/>

Habibah, A. F., & Irwansyah. (2021). Era masyarakat informasi sebagai dampak media baru. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 3(2). <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>

Hamad, I. (2024). *Komunikasi strategis*. Bumi Aksara. [https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi\\_Strategis/yzkPEQAQBAJ](https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Strategis/yzkPEQAQBAJ)

Hardianto. (2021, Juni 1). *Pradeklarasi gernas tastaba: literasi sebagai kunci peradaban*. Balipuspa News. <https://www.balipuspanews.com/pradeklarasi-gernas-tastaba-literasi-sebagai-kunci-peradaban.html>.

- Harsari, R. N., Wahidiyat, M. P., Permanasari, D. E., Negoro, A. T., Sutarwiyasa, I. K., Mustikadara, I. S., Basiroen, V. J., Putri, R. A., Suminto, M. A., Setiyoko, N., Renzina, Y. D., Afandi, H. R., Setiasih, N. W., Setiawan, I. K., Dewanto, T. H., & Judijanto, L. (2024). *Dasar-Dasar Desain Grafis (Teori dan Panduan Dasar bagi Pemula)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Dasar\\_dasar\\_Desain\\_Grafis\\_Teori\\_dan\\_Pand/4JIJEQAAQBAJ?gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_dasar_Desain_Grafis_Teori_dan_Pand/4JIJEQAAQBAJ?gbpv=1)
- Hendrik. (2021). *STP marketing : pengertian, target, segmentasi, dan strategi*. Grameida Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-produk/>.
- Hennink, M. M. (2014). *Focus group discussions*. Oxford University Press.
- Jaelani (2024, Desember 16). *Gernas Tastaba dan Tastaka wujudkan generasi cerdas di Indonesia*. IMBC News. <https://imbcnews.com/gernas-tastaba-dan-tastaka-wujudkan-generasi-cerdas-di-indonesia/>
- Juliejuntak. (2021, Juni 01). *Aktivis pendidikan luncurkan Gernas Tastaba*. Lensa Medan. <https://www.lensamedan.co.id/2021/06/aktivis-pendidikan-luncurkan-gernas.html>.
- Khairunnisa, Kh., Akbar, M. R., Usanto, U., Ningtyas, S., Aziz, F., Sepriano, S., Rini, F., Hasanuddin, H., Putra, I. N. A. S., Adhicandra, I., Novita, R., Metra, R., & Junaidi, S. (2023). *Multimedia: Teori dan Aplikasi dalam Dunia Pendidikan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.  
[https://www.google.co.id/books/edition/MULTIMEDIA\\_Teori\\_dan\\_Aplikasi\\_dalam\\_Duni/15-5EAAAQBAJ?gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/MULTIMEDIA_Teori_dan_Aplikasi_dalam_Duni/15-5EAAAQBAJ?gbpv=1)
- Liputan 6. (2024, Oktober 24). *Volunteer adalah: pengertian, manfaat, dan cara menjadi relawan yang berdampak*. Diakses pada 24 Maret 2025, dari <https://www.liputan6.com/feeds/read/5755666/volunteer-adalah-pengertian-manfaat-dan-cara-menjadi-relawan-yang-berdampak?page=2>.
- Matusitz, J. (2022). *Fundamentals of public communication campaigns*. John Wiley & Sons.
- Maulana, H. & Soepatini. (2021). *Segmenting Targeting Positioning: Mengapa, Apa, dan Bagaimana*. Muhammadiyah University Press.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Segmenting\\_Targeting\\_Positioning/NbgzEAAAQBAJ?gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Segmenting_Targeting_Positioning/NbgzEAAAQBAJ?gbpv=1)
- Mariyono, D. (2024). *Menguasai penelitian kualitatif: Metode, analisis terapan, dan arah masa depan*. CV Cipta Media Nusantara.

- Niebuur, J., Lente, L. V., Liefbroer, A. C., Steverinnk, N., & Smidt, N. (2018). Determinants of participation in voluntary work: a systematic review and meta-analysis of longitudinal cohort studies. *BMC Public Health*. <https://doi.org/10.1186/s12889-018-6077-2>
- Onggowarsito, E. J. (2024). Perancangan brand campaign untuk meningkatkan brand awareness pickyourstyle.ind. *Jurnal Vicidi*. 14(1). <https://doi.org/10.37715/vicidi.v14i1.4652>
- Pardosi, B. Y. A., Manurung, L. M. R., & Firdianti, R. (2021). Peran mahasiswa sebagai *volunteer* dalam meningkatkan kualitas literasi desa 3t. *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 7(2), 589–592. <http://dx.doi.org/10.37905/aksara.7.2.589-596.2021>.
- Plattner, H., Meinel, C., & Leifer, L. (Eds.). (2011). *Design thinking: Understand–improve–apply*. Stanford University.
- Prabowo, A. B. (2014). Pembuatan video pembelajaran pakaian adat Madura dengan penggabungan 3D dan live shot. *Tugas Akhir*.
- Pricilla, T. P. (2024). Perancangan kampanye interaktif untuk menumbuhkan empati terhadap penyandang buta warna. *Bachelor Thesis*. 6-28.
- Quesenberry, K. A. (2019). *Social media strategy 4th edition: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution*. Rowman \* Littlefield.
- Rahma, R. (2021). Klasifikasi remaja: Remaja awal, remaja pertengahan, dan remaja akhir. [https://www.gramedia.com/literasi/klasifikasi-remaja/?srsltid=AfmBOopWvC9IPVixdLsHWyx5-Gt8msKU-r97w2wW1RoO57sq\\_FAIVJdE](https://www.gramedia.com/literasi/klasifikasi-remaja/?srsltid=AfmBOopWvC9IPVixdLsHWyx5-Gt8msKU-r97w2wW1RoO57sq_FAIVJdE)
- Rice, R. E. & Atkin, C. K. (2009). Public communication campaigns theoretical principles and practical applications. *UC Santa Barbara Previously Published Works*. 436-468.
- Rohmah., Sah, S. Y., & Nurtaman, M. E. (2025). Dampak status sosial ekonomi terhadap hasil belajar siswa menggunakan metode systematic literature review. *Jurnal Pendidikan Dasar*. 13(1). 10.20961/jpd.v13i1.100659
- Rosyada, I. (2021, April 16). 7 elemen dasar desain grafis yang wajib dipahami. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/irfanrosyada/6079ac46d541df47ac07f462/7-elemen-dasar-desain-grafis-yang-wajib-dipahami>.

- Sari, A., Mayatopani, H., Maturidi, A. J., Ramadhan, R. F., Nur'aini, R., Fahrullah, F., Candra Nursari, S. R., Buana, P. A., Puspita, N. N. H., Suroso, A., Adhicandra, I., & Pratama, Y. A. (2023). *Pengembangan website*. Media Nusa Creative.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Pengembangan\\_Website/akLBEA-AAQBAJ?gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Pengembangan_Website/akLBEA-AAQBAJ?gbpv=1)
- Sachs, H., (2023). *What is a brand mascot, how companies create brand mascots, and the benefits of companies leveraging brand mascots to promote their product offerings*. The Epic Books of Dr. Harrison Sachs.
- Subasman, I., & Aliyyah, R. R. (2024). *Desain kuesioner penelitian*. CV Widina Media Utama.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way: Secrets of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency*. McGraw Hill.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar teori & manajemen komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Surjono, H. D. (2017). *Multimedia pembelajaran interaktif: Konsep dan pengembangan* (edisi ke-1). Yogyakarta: UNY Press.
- Sutresna, A. (2023). Strategi pemasaran sosial Indorelawan untuk meningkatkan minat menjadi relawan dalam kampanye Temali Project.  
<https://www.researchgate.net/publication/373036858>
- Umnadmin. (2023, Januari 28). *Volunteer: Manfaat menjadi sukarelawan bagi mahasiswa*. Universitas Multimedia Nusantara.  
<https://www.umn.ac.id/volunteer-manfaat-menjadi-sukarelawan-bagi-mahasiswa/>.
- Utami, A. H. (2021). Media baru dan anak muda: Perubahan bentuk media dalam interaksi keluarga. *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga*. 11(1).  
<https://doi.org/10.20473/jpua.v11i1.2021.8-18>
- Wahana Visi Indonesia. (2023, September 19). *Memahami pengertian sejati volunteer dan alasan motivasi menjadi seorang volunteer masih rendah*.  
<https://wahanavisi.org/id/media-materi/cerita/memahami-pengertian-sejati-volunteer-dan-alasan-motivasi-menjadi-seorang-volunteer-masih-rendah>.
- Williams, R. (1994). *The non-designer's design book* (2<sup>nd</sup> ed.). Peachpit Press.

Yunus, S. (2021, September 20). *Kampung Literasi Sukaluyu gandeng relawan berantas buta aksara Kaum Ibu*. Majalah Taman Baca. [https://tbmlenterapustaka.com/majalah-taman-baca/kampung-literasi-sukaluyu-gandeng-relawan-berantas-buta-aksara-kaum-ibu/?utm\\_source=chatgpt.com](https://tbmlenterapustaka.com/majalah-taman-baca/kampung-literasi-sukaluyu-gandeng-relawan-berantas-buta-aksara-kaum-ibu/?utm_source=chatgpt.com).

Yusuf, A., & Amirudin. (2025). *Manajemen pemasaran: Potensi bisnis untuk melakukan penjualan agar lebih maksimal*. PT Adab Indonesia. [https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen\\_Pemasaran\\_Potensi\\_Bisnis\\_Untuk/k7xkEQAAQBAJ?gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Potensi_Bisnis_Untuk/k7xkEQAAQBAJ?gbpv=1)

