

BIBLIOGRAPHY

- Abdillah, F. M., & Zulhazmi, A. Z. (2021). Kampanye Digital, Politik Lokal, dan Media Sosial. *IQTIDA: Journal of Da'wah and Communication*, 1(1), 57–75. <https://doi.org/10.28918/iqtida.v1i1.3752>
- Adileksono, P. D., & Utari, P. (2024). Identitas Komunikasi Virtual Youtuber di Media Youtube (Studi Kasus Vtuber di Jakarta). *Jurnal Komunikasi Massa*, 17(2), 1–12. <https://jurnal.uns.ac.id/kom/>
- Ainie, I., Farida, & Irmayanti, D. (2020). Peningkatan Softskill Menggunakan Yukata secara Mandiri kepada Forum MGMP Bahasa Jepang MA. *Hapemas*, 1(Hapemas 2).
- Amirullah, F., & Aestetika, N. M. (2024). Analisis Resepsi Masyarakat Terhadap Desain Grafis pada Billboard Kampanye Program Pemerintah Daerah. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 12. <https://doi.org/10.47134/dkv.v1i1.2621>
- Erwin, E., Riswanto, A., Sepriano, S., Zafar, T. S., & Dewi, L. K. C. (2023). *SOCIAL MEDIA MARKETING: Analytics & Mastering the Digital Landscape* (M. K. Efitra, S.Kom. (ed.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Ek_gEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=.++Menurut+Richard+Perloff+dalam+Erwin&ots=JdAP7PL2IH&sig=tDMCjMXpfmGCi0MSzVOWQrqqWRY&redir_esc=y#v=onepage&q=. Menurut Richard Perloff dalam Erwin&f=false
- Fardani, E. S. (2012). *KONSEP DIRI COSPLAYER ANGGOTA KOMUNITAS COSPLAY "COSURA."* UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Fatika, A. R. (2024). Simak 10 Negara Penonton Anime Terbanyak 2023. Goodstats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/simak-10-negara-penonton-anime-terbanyak-2023-3iYGB>
- Gama, F. I. (2024). Pengenalan Anime Sebagai Budaya Populer Jepang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 4(1), 21–27. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v4i1.159>
- Habsari, S. U. H. (2016). *ANALISA SEMIOTIKA KOMUNIKASI VISUAL IKLAN LAYANAN MASYARAKAT LINGKUNGAN HIDUP*. *Jurnal PPKM II*, 106–113.
- Hidayat, R. (2026). No Title. Japan Tech Career. <https://jtc.luarsekolah.com/artikel/matsuri-di-jepang-semangat-musim-panas-dan-tradisi-yang-hidup>
- Hidayat, S. R., & Utami, C. D. (2023). Implementasi Konsep Editing Pop Culture pada Program Video On Demand Politichoose Narasi TV. *Texture:Art and Culture Journal*, 6(1)Hidayat, S. R., Utami, C. D. (2023). Implementasi Konsep Editing Pop Culture pada Program Video On Demand Politichoose Narasi TV. *Texture:Art and Culture Journal*, 6(1), 10–18. <https://doi.org/10.33153/texture.v6i1.4761>, 10–18. <https://doi.org/10.33153/texture.v6i1.4761>
- Kadiasti, R., & Mukaromah, M. (2022). *CAROUSEL SEBAGAI STRATEGI PROMOSI PADA* Pendahuluan. 15(1), 79–89.
- Kesuma, I. P. G. W., Swendra, C. G. R., & Narulita, E. T. (2021). Desain Komunikasi Visual Untuk Kampanye Pilah Sampah Oleh Bank Sampah Luhu Wijaya Kesuma di Gianyar. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 2(02), 220–228.

<https://doi.org/10.59997/amarasi.v2i02.260>

- Kirana, Z. C., & Al Badri, A. N. (2020). Peranan Apresiasi Guru Terhadap Antusias Belajar Siswa Kelas XI Madrasah Aliyah Hasan Muchyi Zuyyina. *SALIMIYA: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2721–7078).
- Laowo, A. C., & Vanel, Z. (2024). STRATEGI KAMPANYE DIGITAL ANGGOTA LEGISLATIF UNTUK MENINGKATKAN CITRA (Studi Kasus Di Kota Surakarta). *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(2), 437–456. <https://mail.bajangjournal.com/index.php/Juremi/article/view/8507>
- Muallimah, H. (2022). KAJIAN PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI AISAS TERHADAP PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL Hadah. *KREATIF(Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental Dan Inovatif)*, 04(01), 1–10. www.taupasar.com,
- Muhlis, A. (2019). *Sosiolinguistik Dasar* (M. C. Wardi (ed.)). CV Jakad Media Publishing.
- Nasarudin, Rahayu, M., Asyari, D. P., & Sofyan, A. (2024). *Metode Penelitian Kombinasi* (A. I. Sastra (ed.)). CV Gita Lentera.
- Nasution, L., Mawaddah, A., Siregar, M. Y., Gapur, A., Medan, U. H., Artikel, I., Jepang, B. P., & Education, J. (2024). Analisis Perkembangan Cosplay Sebagai Budaya Pop. *Journal Education and Develpoment*, 12(3), 329–335.
- Pasaribu, W., Apriliyanti, Santoso, A. T., & Delu, A. R. (2025). *Pengaruh Komunikasi dalam Membentuk Sikap dan Perilaku*. Yayasan Cendekia Mulia Mandiri.
- Perwira, S. R. A. (2024). *Mendayung Karakter: Konsep Dasar dan Pengembangan Teori Perubahan Sikap di Sepak Bola* (A. Azhaar (ed.)). Deepublish.
- Poppy Putri Hardanti, & Kirana, R. P. (2022). Analisis Resepsi Harajuku Street Fashion Sebagai Bentuk Perlawanan: Studi Kasus Anggota Komunitas Harajuku Street Surabaya. *Japanology: The Journal of Japanese Studies*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.20473/jjs.v8i1.51567>
- Pramana, N. A., & Masykur, A. M. (2020). COSPLAY ADALAH “JALAN NINJAKU” SEBUAH INTERPRETATIVE PHENOMENOLOGICAL ANALYSIS. *Jurnal Empati*, 8, 169–177.
- Pratama, A. A. (2021). *DESAIN VISUAL LAGU “NISSHOKU” DENGAN KONSEP ARTBOOK [UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA]*. <https://repository.usahidsolo.ac.id/953/>
- Prayoga, T. (2016). *PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL ANTI PELECEHAN SEKSUAL ANAK*. INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA 2016.
- Puspitaningrum, D. R., & Prasetyo, A. (2019). Fenomena “Virtual Youtuber” Kizuna Ai di Kalangan Penggemar Budaya Populer Jepang di Indonesia. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 128–140. <https://doi.org/10.29313/mediator.v12i2.4758>
- Rachmad, Y. E., Indrayani, N., Harto, B., Judijanto, L., Rukmana, A. Y., Rahmawati, N. F., Ambulani, N., & Saktisyahputra, S. (2024). *Digital Technology Management*. In Sepriano & Efitra (Eds.), *Teaching Early Years: Curriculum, Pedagogy and Assessment*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://doi.org/10.4324/9781003117704-11>

- Ratnamulyani, I. A., & Maksudi, B. I. (2018). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PENINGKATAN PARTISIPASI PEMILIH PEMULA DIKALANGAN PELAJAR DI KABUPATEN BOGOR Ika. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 20(2), 154–161.
- Ruslan, R. (2008). *Kampanye Public Relations* (Jakarta). Raja Grafindo Persada.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain LOGO*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ryan, D., & Jones, C. (2009). *Understanding Digital Marketing*. Kogan Page.
- Setiawan, A. (2016). Pencapaian Sense of Design dalam Perancangan DKV. *Andharupa*, 2(2), 207–217. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa>
- Setiawan, T., & Atmadja, S. D. (2025). Mendaki Kekuasaan dengan Budaya Populer. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 5727–5736. <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i3.19882>
- Setyawati, K. C., Aribahwanto, M. A., & Ghifari, M. K. (2022). Pengaruh Urban Sprawl Terhadap Tata Kota Surabaya (Studi Kasus : Pembangunan perumahan di Surabaya Barat dan Surabaya Timur). *Journal of Economics Development Issues*, 5(2), 78–85.
- Shavira, P. A. (2020). Antropomorfisme Brand: Kampanye Digital Pencegahan Covid-19 Oleh Traveloka. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 125–140. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.125-140>
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. ALFABETA.
- Suharjono, C. M. E. P., & Retnoningsih, S. (2025). JURNAL DESAIN KOMUNIKASI KREATIF VIRTUAL YOUTUBER SEBAGAI MEDIA BRANDING DAN PENYEBARAN INFORMASI. 04(01), 56–77.
- Sukmawaty, W. E. P., & Jumariah. (2026). Analisis Rekonstruksi Busana Historis melalui Metode Cosplay pada Mata Kuliah Sejarah Perkembangan Mode. 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.55123/didik.v2i1.483>
- Syakhrani, A. W., & Kamil, M. L. (2022). Budaya Dan Kebudayaan: Tinjauan Dari Berbagai Pakar, Wujud-Wujud Kebudayaan, 7 Unsur Kebudayaan. *Cross-Border*, 5(1), 782–791.
- Tania, D. (2023). No Title. Kegiatan PKIM (UIN). <https://kegiatan.pkimuin-suka.ac.id/single/pengaruh-menyusupnya-japanese-wave-ke-indonesia2023-12-0403-29-06>
- Tinarbuko, S. (2023). DEKAVE (Desain Komunikasi Visual). CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tody, T. A. (2018). Perkembangan Kepercayaan Masyarakat Jepang terhadap Sosok Mitologi Kitsune pada Masa Sekarang (Masa Heisei) [UNIVERSITAS DARMA PERSADA]. <http://repository.unsada.ac.id/660/6/Glosari.pdf>
- Venus, A. (2019). *Manajemen Kampanye*. Simbiosis Rekatama Media.
- Wibowo, W. (2011). *Cara Cerdas Menulis Artikel Ilmiah*. PT Kompas Media Nusantara.
- Widiandari, A., & Sakariah, D. S. (2023). Perayaan Matsuri Jepang Sebagai Bagian Diplomasi Budaya. *Harmoni: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 61–65. <https://doi.org/10.14710/hm.7.2.61-65>

- Widiatmoko, B. (2013). *Amazing Cosplay & Costume Ideas*. Penebar Swadaya.
- Widodo, A. O., Septiadi, F., & Rakhmawati, N. A. (2023). Analisis Tren Konten Pada Vtuber Indonesia Menggunakan Latent Dirichlet Allocation. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Elektronik*, 6(1), 56–63. <https://doi.org/10.36595/jire.v6i1.718>
- Zanuba, A., Hendriati, R., & Setiawan, H. (2023). Diplomasi Budaya Populer Jepang di Indonesia Melalui Musik. *Bahasa Dan Budaya Jepang*, 6(01), 99–108. <https://e-jurnal-jepang.unsada.ac.id>