

## BIBLIOGRAPHY

- Ananda, T. A., Dewi, N. K., & Saleh, M. Z. (2023). Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2(4), 98–107.
- Anas, D. S. (2019). STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DALAM PENINGKATAN BRAND AWARENESS. *Efektifitas Media Sosial Sebagai Sumber Berita Dalam Newsroom Televisi (Studi Kasus Kompas Tv)*, XXIII(2), 104–119.
- Anggraini, Lia; Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Panduan untuk Pemula* (I. Fibrianti (ed.); 1st ed.). Nuansa Cendekia, 2014. [https://books.google.co.id/books?id=GaulEAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs\\_atb#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=GaulEAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false)
- Budiarto, M., Yakti, Y. A. K., Maimunah, & Sunarya, L. (2012). Desain Media Komunikasi Visual Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Kampus. *Eksplora Informatika*, 1(2), 112–121. <https://eksplora.stikom-bali.ac.id/index.php/eksplora/article/view/182/128>
- Delivia, Z., Bahri, P., & Ayuswantana, A. C. (2023). Perancangan Desain Kaos Sebagai Visual Merchandise di PT. Urban Spasial Indonesia. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11), 160–166. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10217290>
- Dewatara, G. W., & Agustin, S. M. (2019). Pemasaran Musik Pada Era Digital Digitalisasi Industri Musik Dalam Industri 4.0 Di Indonesia. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(1). <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i1.729>
- Fatima, S. P., Wrahatnala, B., & Manggala, A. (2023). *Strategi Mempertahankan Popularitas Melalui Kegiatan Promosi Media Digital ( Studi Kasus Pada Produksi Musik Hendra Kumbara ) yang penting dalam industri musik . Strategi mencapai menurut memiliki music , deezer . Setiap platform memiliki mutu yang cocok .* 15(1), 1–16.
- Firdaus, B., Cahyo, B., Adhi, S., & Sigit, B. (2024). *IMPLEMENTASI IMC BAND INDIE DRIZZLY MELALUI MEDIA SOSIAL DAN EVENT GIGS UNTUK MENINGKATKAN POPULARITAS.* 02(02).
- Gultom, D. A. P., & Rohman, F. (2022). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(3), 299–309. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.3.03>
- Harnia, N. T. (2021). Analisis Semiotika Makna Cinta Pada Lirik Lagu “Tak Sekedar Cinta” Karya Dnanda. *Jurnal Metamorfosa*, 9(2), 224–238. <https://doi.org/10.46244/metamorfosa.v9i2.1405>
- Indahsari, L., & Sumirat, S. (2023). Implementasi Teknologi Augmented Reality dalam Pembelajaran Interaktif. *Cognoscere: Jurnal Komunikasi Dan Media Pendidikan*, 1(1), 7–11. <https://doi.org/10.61292/cognoscere.v1i1.20>
- Irawana, T. J., & Desyandri, D. (2019). Seni Musik Serta Hubungan Penggunaan Pendidikan Seni Musik Untuk Membentuk Karakter Peserta Didik Di Sekolah Dasar. *Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1(3), 222–232. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v1i3.47>
- Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. (2022). Analisis Peran Media Promosi Pada PT. Mayora Dalam f Mempromosikan Produk Torabika. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(2), 24–31. <https://doi.org/10.33096/respon.v2i2.44>
- Jati, G. B., & Rusdi, F. (2021). Strategi Pemasaran Musisi Indie dalam Industri Musik Indonesia (Analisis terhadap Adhitia Sofyan). *Prologia*, 5(2), 218. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10131>
- Jaya, P. (2023). *Musik sebagai batasan semiotika: perspektif Saussure, Peirce, dan Barthes.* 1–10. <https://dapp.orvium.io/deposits/63ff3e1127844ffda2409f2f/view>
- Karja, W. (2021). *Makna warna.* 110–116. <https://en.wikipedia.org/>
- Kerr, G., & Kelly, L. (2017). IMC education and digital disruption. *European Journal of Marketing*, 51(3), 406–420. <https://doi.org/10.1108/EJM-08-2015-0603/FULL/HTML>
- Kurnianto, A. (2013). Analisis Layout Surat Kabar berdasarkan Prinsip-Prinsip Desain melalui Metode Estetika Birkhoff. *Humaniora*, 4(2), 986. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i2.3540>

- Linggono, I. B. (2008). Seni Musik Non Klasik. In ... *Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan ....*
- M. Fathrezza Imani, M. Khoirul Fikri, & Almas Filzah. (2022). Pengaruh Kreatif, Inovasi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Daya Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(1), 117–138. <https://doi.org/10.55606/jimek.v2i1.160>
- Maajid, B. H. (2021). *KATALOG ANOTASI GRUP MUSIK THE S.I.G.I.T (THE SUPER INSURGENT GROUP OF INTEMPERANCE TALENT) : 2002-2019* (Vol. 3) [Institut Seni Indonesia Yogyakarta]. <http://digilib.isi.ac.id/id/eprint/8497>
- Maharsi, I. (2019). Ilustrasi. In *Badan Penerbit ISI Yogyakarta*. Badan Penerbit ISI Yogyakarta. [https://books.google.co.id/books?id=AH58DwAAQBAJ&dq=ilustrasi&lr=&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.co.id/books?id=AH58DwAAQBAJ&dq=ilustrasi&lr=&source=gbs_navlinks_s)
- Meier, L. M. (2017). *Popular Music as Promotion: Music and Branding in the Digital Age* (illustrate). John Wiley & Sons, 2017. [https://books.google.co.id/books?id=DWdNDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Meier,+L.+M.+\(2017\).+Popular+music+as+promotion:+Music+and+branding+in+the+digital+age.+John+Wiley+%26+Sons.&hl=en&newbks=1&newbks\\_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwiY5cnHqtelAxUHXWwGHU9sAewQ6A](https://books.google.co.id/books?id=DWdNDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Meier,+L.+M.+(2017).+Popular+music+as+promotion:+Music+and+branding+in+the+digital+age.+John+Wiley+%26+Sons.&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwiY5cnHqtelAxUHXWwGHU9sAewQ6A)
- Navisa, S., Luqman Hakim, & Aulia Nabilah. (2021). Komparasi Algoritma Klasifikasi Genre Musik pada Spotify Menggunakan CRISP-DM. *Jurnal Sistem Cerdas*, 4(2), 114–125. <https://doi.org/10.37396/jsc.v4i2.162>
- Ningrum, S., Fitra, V. D., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, dan Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 5(2), 1–9. <https://doi.org/10.51544/jmm.v5i2.1614>
- Nurfauziah, A. N. (2025). Analisis Semiotik d alam Antologi Puisi “ Melipat Jarak ” Karya Sapardi Djoko Damono. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 5(1), 251–263. <https://dmi-journals.org/deiktis/article/view/1390>
- Panjaitan, R. (2018). Manajemen Pemasaran. *Management Pemasaran*, 180.
- Patriani, S. R. (2021). Pemberlajaran Menggambar Ilustrasi Gaya Realis. *SNHRP-II : Seminar Nasional Hasil Riset Dan Pengabdian, Ke-II*, 2, 381–389.
- Pinandita, A. (2024). *Merchandise Musik: Gaya Visual Dalam Skena* (A. Sultoni (ed.); 1st ed.). ITTP Press.
- Porta, H. G., Mutmainah, I., & Yulia, I. A. (2023). Pengaruh Pemasaran Relasional terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. CABS Inti Inovasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(2), 152–161. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i2.2299>
- Pratama, A. D., & Nisa, D. A. (2023). Perancangan Merchandise Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dan Media Pendukung Thrift Second. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 2(3), 1–10.
- Pratama, M. H., Aileen Solicitor Costa Rica El Chidtian, & Mahimma Romadhona. (2022). Perancangan Re-Branding Oikio Surabaya. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 7(2), 187–200. <https://doi.org/10.25105/jdd.v7i2.12475>
- Prihandarini, T., & Romadhona, M. (2024). Optimalkan Daya Tarik Visual Branding Merchandise untuk Festival Generasi Pemenang. *Seniman: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 2(1), 62–70. <https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/seniman-widyakarya/article/view/1919>
- Purnama, D. J. (2024). *SKETSA IDE DALAM PROSES PERENCANAAN DAN PERANCANGAN*. 8(3), 584–591.
- Putra, D. A. (2020). THE EXISTENCE OF INDIE BAND GROUP FRIEND OVER YOU IN KEDIRI. *Repertoar Journal*, 1(1), 81–93. <https://doi.org/10.26740/rj.v1n1.p81-93>
- Putri, S. D. M., & Dawami, A. K. (2024). Kajian Semiotika Charles Sanders Peirce Karya Lukis Silvie Mahdal “THE GARDEN OF SELF-LOVE.” *Arty: Jurnal Seni Rupa*, 13(1), 8–14.
- Qeis, M. I., & Azizi, M. F. (2017). Eksplorasi Visual Psychedelic Experience melalui Ilustrasi Berbasis Seni Psychedelic. *Jurnal Desain*, 4(03), 275. <https://doi.org/10.30998/jurnal Desain.v4i03.1608>

- Riswari, A. A. (2023). Representasi Romantisme Dalam Lirik Lagu Jatuh Suka Karya Tulus: Kajian Semiotika Peirce. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2(3), 101–105. <https://doi.org/10.56127/jushpen.v2i3.1115>
- Robianto, R., Andrianof, H., & Salim, E. (2022). Pemanfaatan Teknologi Augmented Reality (AR) Pada Perancangan Ebrochure Sebagai Media Promosi Berbasis Android. *Jurnal Sains Informatika Terapan*, 1(1), 61–66. <https://doi.org/10.62357/jsit.v1i1.38>
- Rustan, S. (2013). *Layout*. Gramedia Pustaka Utama.
- Said, A. A., Cahyadi, D., & Arifin, I. (2017). Struktur Media Pembelajaran dalam Perspektif Desain Komunikasi Visual. *Tanra*, 4(2), 1–13.
- Sakrie, D. (2015). *100 Tahun Musik Indonesia*. Gagas Media.
- Saputra, & Ariningsih. (2014). Masa Depan Penerapan Strategi Relationship Marketing Pada Industri Jasa. *Manajemen Dan Bisnis*, 10(1).
- Sefesiyani, A., DH, A. F., & Arifin, Z. (2015). pengaruh Relationship Marketing (Pemasaran Rasional) terhadap Kepuasan Nasabah serta dampaknya pada Loyalitas Nasabah (Survei pada nasabah BCA KCP Dinoyo Malang). *Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(3), 1–8.
- Siswanto, R. (2021). *Perancangan Limited Edition Boxset Album "Goodnight" Karya Puti Chitara*. <http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/1904%0Ahttp://repository.upnjatim.ac.id/1904/1/Cover.PDF>
- Sungkar, A. (2021). Surealisme Dalam Seni Lukis Indonesia. *Dekonstruksi*, 4(01), 107–123. <https://doi.org/10.54154/dekonstruksi.v4i01.66>
- Tanus, K., Art, M., Budi, A., & Yuwono, S. (2018). Manajemen Perusahaan Rekaman. *Profilm*, September, 81–110. <https://indonesia.sae.edu/id/jurnal-ilmiah/>
- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE, Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global* (Vol. 8, Issue 9). Media Pressindo. [https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=zDi4EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA154&dq=Desain+komunikasi+visual&ots=cSzCkUf9SP&sig=ywSnGMMnWfp7nzY\\_18T5E7V4k18](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=zDi4EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA154&dq=Desain+komunikasi+visual&ots=cSzCkUf9SP&sig=ywSnGMMnWfp7nzY_18T5E7V4k18)
- Tinarbuko, S. (2017a). Membaca Tanda dan Makna dalam Desain Komunikasi Visual. *Yogyakarta: Badan Penerbit ISI Yogyakarta*. <http://digilib.isi.ac.id/5430/%0Ahttps://lens.org/179-391-632-684-571>
- Tinarbuko, S. (2017b). Semiotika Tanda Verbal dan Tanda Visual Iklan Layanan Masyarakat. *Panggung*, 26(2), 181–194. <https://doi.org/10.26742/panggung.v26i2.175>
- Wahyuningsih, S. (2015). Desain Komunikasi Visual. In *Aspek Desain Komunikasi Visual* (2nd ed.). UTM Press.
- Widyatmoko, F. (2012). ESTETIKA (DALAM) DESAIN. *DEKAVE*, 1 no 3(Desain), 25–33.
- Wijaya, D. A. P., & Saprowi, F. S. N. (2022). Analisis Dimensi: Dukungan Sosial dan Krisis Usia Seperempat Abad pada Emerging Adulthood. *Psycho Idea*, 20(1), 41. <https://doi.org/10.30595/psychoidea.v20i1.12413>
- Wijayanti, C. N. (2020). Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) Sekolah Musik Indonesia sebagai Sekolah Musik Berbasis Teknologi. *Progressio*, 1 No. 1(1), 1–10. <https://ejournal.unsa.ac.id/index.php/progressio/article/view/380>
- Wijayanti, I., & Utami, L. S. S. (2023). Pembentukan Konsep Diri Penggemar Melalui Lirik Lagu. *Koneksi*, 7(2), 375–384. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i2.21407>
- Wisma, O. ., Septian, T., & Hendrastomo, G. (2020). Musik Indie Sebagai Identitas Anak Muda Di Yogyakarta Indie Music As Young Identity in Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 1.
- Woodward, I., & Bartmanski, D. (2020). *Labels: Making Independent Music*. Routledge, Taylor & Francis Group. <https://www.google.co.id/books/edition/Labels/57fIDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=0&kptab=editions>
- Yumiolda, V. D., & Zulkifli, Z. (2022). Kajian Semiotika Peirce Pada Karya Seni Lukis di Sanggar Seni Rupa Simpassri. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 5(1), 28–38. <https://doi.org/10.30998/vh.v5i1.6524>

Zharandont, & Patrycia. (2015). Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk Dan Psikologis Manusia. *Humaniora Binus*, 2(Terminologi warna), 1086. <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3158>

## News

Dicoding. 2020. Apa Itu Augmented Reality dan Contohnya. <https://www.dicoding.com/blog/apa-itu-augmented-reality-dan-contohnya/>. Diakses 02 September 2025.

Kemenparekraf/Baparekraf RI. 2023. Pentingnya Identitas Karya bagi Musisi Lokal agar Dikenal Dunia. <https://kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/pentingnya-identitas-karya-bagi-musisi-lokal-agar-dikenal-dunia>. Diakses 16 September 2024.

Kemenparekraf/Baparekraf RI. 2023. Siaran Pers: Menparekraf Apresiasi Kesuksesan Musisi Muda Indonesia Claudia Emmanuela di Panggung Dunia. <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-apresiasi-kesuksesan-musisi-muda-indonesia-claudia-emmanuela-di-panggung-dunia>. Diakses 16 September 2024

Pramborsfm. 2023. 14 Jenis-Jenis Genre Musik, Ketahui Perbedaannya di Sini. <https://www.pramborsfm.com/lifestyle/14-jenis-jenis-genre-musik-ketahui-perbedaannya-di-sini/all>. Diakses 13 Oktober 2024

Supermusic. 2024. Kenali Jenis-Jenis Genre Musik Populer dan Perbedaannya. <https://superlive.id/supermusic/artikel/news/kenali-jenisjenis-genre-musik-populer-dan-perbedaannya>. Diakses 13 Oktober 2024

Gramediablog. 2022. 11 Arti Warna dalam Psikologi dan Filosofinya. <https://www.gramedia.com/best-seller/arti-warna-dalam-psikologi-dan-filosofinya/>. Diakses 13 Oktober 2024

Sampoernauniversity. 2022. Pengertian Augmented Reality, Cara Kerja, Jenis dan Contohnya. <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/news/pengertian-augmented-reality>. Diakses 02 September 2025

Supermusic. 2020. The Sigit 2020: Single Baru, Film Dokumenter, & Kolaborasi. <https://superlive.id/supermusic/artikel/super-buzz/the-sigit-di-2020-single-baru-film-dokumenter-dan-kolaborasi-dengan-band-lain>. Diakses 19 Oktober 2024