

DAFTAR PUSTAKA

- Andhika, M. H. R., Hamzah, R. E., Pasaribu, M., & Putri, C. E. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi@ suasanakopi. *Jurnal Cyber PR*, 2(2), 107–118.
- Chrestella, A. (2018). Ilustrasi Merchandise Memanfaatkan Fenomena K-Pop Di Indonesia. *Rupaka*, 1(1).
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi media sosial, Youtube, Instagram dan WhatsApp ditengah pandemi covid-19 dikalangan masyarakat virtual Indonesia. *Baitul'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 41–57.
- Kurniasih, N., Falaakh, M. F., & Setyaningsih, N. (2022). Illocutionary Speech Act Analysis of Virtual Youtuber's Viewers in Super Chat. *UNCLLE (Undergraduate Conference on Language, Literature, and Culture)*, 2(01), 298–308.
- Pintero, Z. R., & Kaulam, S. (2018). Pengaplikasian 12 Prinsip Animasi Disney dan Motion Capture dalam Animasi “Gob and Friends.” *Jurnal Seni Rupa*, 6(02), 870–878.
- 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.

- Dhimar, G. (2020). VTuber: Konten Kreator dengan Persona *Virtual*. Retrieved from WargaJogja.Net. <http://wargajogja.net/seni-danbudaya/vtuber-konten-creator-denganpersona-virtual.html>
- Gunawan, Bambi Bambang. (2013). NGANIMASI Bersama Mas Be! Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ishaq, F. F. (n.d.). *SENI ILUSTRASI POST-MODERN*.
- Adzania, J. I., & Arianingsih, A. (2022). DAMPAK MENONTON VTUBER TERHADAP PENGGEAR BUDAYA POPULER JEPANG DI BANDUNG. *MAHADAYA Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 2(2), 267–278.
- Dirgayusa, D. (2016). *Pengaruh Intensitas Komunikasi Dengan Aplikasi LINE dan Frekuensi Penggunaan Stiker pada Aplikasi LINE terhadap Efektifitas Komunikasi Interpersonal*.
- Franzia, E. (2019). Aspek Keunikan dan Komunikasi Visual pada Stiker *LINE* (Studi Kasus: Stiker "Cony Special Edition", "Soekirman Si Tukang Parkir", dan "Baba Kiko"). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 5(01), 48–62.
- Najib, M. (2014). Pemaknaan Sticker Emoticon *LINE* Messenger sebagai Media Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Fisipol Universitas Mulawarman. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 421–430.
- Prasetya, H. Y. (2016). ANALISIS STRUKTURAL STIKER DIGITAL *LINE* POCONG PINKY. *INVENSI*, 1(2), 24–36.

- Sakti, T., & GG, A. (n.d.). MZ, & Sumule, M.(2017). Makna Emotikon dalam Komunikasi Antar Pribadi Pengguna Media Sosial *LINE*: Studi pada Mahasiswa Komunikasi FISIP UHO. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*.
- Salamoon, D. K. (2016). “Sticker” *LINE*, Sebuah Jembatan Simbolik Teknologi Interaksi Manusia dalam Media Komunikasi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 16(1), 12–17.
- Wibowo, T., & Lee, P. (2022). Pengembangan *Line* Sticker Sebagai Pemasaran Video Game Pada Leturn: Defense Of Magic Menggunakan Metode R & D. *Smart Comp: Jurnalnya Orang Pintar Komputer*, 11(1), 48–55.
- Yocta, 2017 <https://tekno.tempo.co/read/848829/pengguna-aplikasi-line-di-indonesia-didominasi-remaja>
- Daniel, K (2016) “Sticker” *LINE*, Sebuah Jembatan Simbolik Teknologi Interaksi Manusia dalam Media Komunikasi
- NADINDA, L. (2023). *DAMPAK MENONTON VTUBER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA KOMUNITAS PENGGEMARNYA DI JEPANG* (Doctoral dissertation, UNSADA).
- Jasi, F. E., Banindro, B. S., & Yulianto, Y. H. (2016). Perancangan karakter tokoh superhero Indonesia dengan gaya chibi untuk anak usia 3-12 tahun. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(8), 10.
- Mangunsong, H. R. B., & Budaya, P. P. S. (2020, December). MINAT DAN GAYA BELAJAR ILUSTRATOR DI PULAU JAWA PADA ERA DIGITAL. In *Seminar Nasional Seni dan Desain*.

Paksi, D. N. F., & Nur, D. (2021). Warna dalam Dunia Visual. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi & Media Baru*, 12(2), 90-97.