

## DAFTAR PUSTAKA

- Abror, A. (1993). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya.
- Alhasbi, F. (2020). Kemungkinan Elaborasi: Kualitas sebagai Pesan dalam Mempengaruhi Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali. *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 239-249.
- Ardial, H. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ardianto, E. (2010). *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E. (2011). *Komunikasi 2.0 Teoritis dan Implikasi*. Yogyakarta: ASPIKOM Buku Litera dan Perhumas.
- Arifin, A. (1984). *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: CV Armico.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). *Laporan Survei Profil Internet Indonesia 2022*. Retrieved 6 September, 2022, from APJII website: <https://apjii.or.id/survei2022>
- Astuti, E., R., W. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Layout pada Visual Konten Instagram Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pasuruan Tahun 2021. *Dimensi*, 2(2), 1-10.
- Babbie, E. (2014). *The Practice of Social Research* (14<sup>th</sup> ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- Bao, Z., & Wang, D. (2021). Examining Consumer Participation on Brand Microblogs in China: Perspectives from Elaboration Likelihood Model, Commitment-trust Theoru and Social Presence. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 15(1), 10-29, <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2019-0027>.
- Beda, S., D., P. (2022). Pengaruh Kualitas Pesan Kampanye #BerkainGembira terhadap Sikap Generasi Z pada Penggunaan Kain Tradisional. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 197-220.
- Botir o'gli, M., N. (2023). The Influence of Colors on Human Psychology in Art Therapy. *The Theory of Recent Scientific Research in the Field of Pedagogy*, 1(6), 177-182.
- Browning, N., Gogo, O., & Kimmel, M. (2018). Comprehending CSR Messages: Applying the Elaboration Likelihood Model. *Corporate Communications: An International Journal*, 23(1), 17-34.

- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, H. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chang, H., H., Lu, Y., -Y., & Lin, S., C. (2020). An Elaboration Likelihood Model of Consumer Respond Action to Facebook Second-hand Marketplace: Impulsiveness as a Moderator. *Information & Management*, 57(2), <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103171>.
- Darmadi, H. (2017). *Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Durmaz, G., Suher, H., K., & Bir, C., S. (2016). Elaboration Likelihood Model (ELM) in Press Advertisements: A Content Analysis of Advertisements Which is Positioned in Special and General Interest Magazines. *Journal of Yasar University*, 11(41), 45-55.
- Effendi, S., & Tukiran. (2014). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Erikha, F. (2018). Geliat Aksara dan Bahasa Ganda dalam Papan Nama Jalan di Indonesia. Pp. 86-99 in Prosiding Seminar dan Lokakarya Pengutamaan Bahasa Negara.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Flew, T. (2002). *New Media: An Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Graham, L. (2012). *Basic of Design: Layout and Typography for Beginners*. Boston: Cengage Learning.
- Gregory, A. (2004). *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta: Global Aksara Pratama.
- Griffin, M. (2008). Visual Competence and Media Literacy: Can One Exist Without the Other?. *Visual Studies*, 23(2), 113-129.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2015). *A First Look Communication Theory* (9<sup>th</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.
- Haswanto, N. (2009). Aksara Daerah dan Budaya Visual Nusantara sebagai Gagasan Perancangan Typeface (Font) Latin. *Wimba: Jurnal Komunikasi Visual*, 1(2), 25-31.

- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K., P., Walsh, G., & Gremier, D., D. (2004). Electronic Word-of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet?. *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38-52.
- Holtzschue, L. (2017). *Understanding Color: An Introduction for Designers* (5<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Wiley.
- Ideowork. (2021). *Tips menghasilkan Visual Konten yang Menarik*. Retrieved 14 Mei, 2023, from ideoworks.com: <https://ideoworks.id/tips-menghasilkan-visual-konten-yang-menarik/>
- Irma, A. (2013). Komunikasi Tradisional Efektif Ditinjau dari Aspek Komponen. *Jurnal Al-Bayan*, 19(27), 21-40.
- Irwan. (2018). Relevansi Paradigma Positivistik dalam Penelitian Sosiologi Pedesaan. *Jurnal Ilmu Sosial*, 17(1), 21-38.
- Ismi, H., Asrin, & Widodo, A. (2020). Analisis Penggunaan Aksara Sasak dalam Keseharian Masyarakat Lombok Barat di Era Globalisasi. *Al Ma'arief: Jurnal Pendidikan Sosial dan Budaya*, 2(2), 64-71.
- Juni, S., & Gross, J., S. (2008). Emotional and Persuasive Perception of Fonts. *Perceptual and Motor Skills*, 106(1), 35-42.
- Kaplan, A., M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Karim, I., Y., & Yulianita, N. (2021). Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 120-129.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2019). *Pengelola Nama Domain Internet Indonesia*. Retrieved 6 September, 2022, from Kominfo website: <https://aptika.kominfo.go.id/2019/07/pengelola-nama-domain-internet-indonesia/>
- Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan RI. (2022). *Kemenko PMK dan PANDI Teken Kerjasama Program terkait Gerakan Nasional Revolusi Mental*. Retrieved 6 September, 2022, from Kemenko PMK website: <https://www.kemenkopmk.go.id/kemenko-pmk-dan-pandi-teken-kerjasama-program-terkait-gerakan-nasional-revolusi-mental>
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Sekretariat Jenderal Pusat Data dan Teknologi Informasi. (2020). *Gambaran Kondisi Vitalitas Bahasa Daerah*

di Indonesia Tahun 2020. Tangerang Selatan: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

- Kusnadi. (2018). *Dasar Desain Grafis*. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Lazard, A., & Atkinson, L. (2014). Putting Environmental Infographics Center Stage: The Role of Visuals at the Elaboration Likelihood Model's Critical Point of Persuasion. *Science Communication*, 37(1), 6-33, <https://doi.org/10.1177/1075547014555997>.
- Liana, L. (2009). Penggunaan MRA dengan SPSS untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, 14(2), 90-97.
- Littlejohn, S., W., & Foss, K., A. (2009). *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication* (9<sup>th</sup> ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Littlejohn, S., Foss, K., A., & Oetzel, J., G. (2016). *Theories of Human Communication* (11<sup>th</sup> ed.). Long Grove, Illinois: Waveland Press, Inc.
- Marzuqi, A. (2018). *Dunia Merayakan Hari Aksara, Bagaimana Nasib Aksara Daerah Kita*. Retrieved 6 September, 2022, from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/weekend/183390/dunia-merayakan-hari-aksara-bagaimana-nasib-aksara-daerah-kita>
- Mimdan. (2020). *Tentang Merajut Indonesia*. Retrieved 6 September, 2022, from Merajut Indonesia website: <https://merajutindonesia.id/tilik/u6ttrx/tentang-merajut-indonesia>
- Mulyadi, M. (2012). Riset Desain dalam Metodologi Penelitian. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 16(1), 71-80.
- Mutma, F., S., Dyanasari, R., & Sholihah, K. (2022). Pengaruh Pesan Kampanye Stay at Home di Media Sosial terhadap Motivasi dan Sikap Peduli Kesehatan Sesama Masyarakat di DKI Jakarta selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 176-196, <https://doi.org/10.21107/ilkom.v15i2.15398>.
- Nugroho, H., & Sutisna, D. (2021). *Bahasa dan Aksara Asli sebagai Akar Ketahanan Digital*. Retrieved 6 September, 2022, from Merajut Indonesia website: <https://merajutindonesia.id/tilik/utf32x/bahasa-dan-aksara-asli-sebagai-akar-ketahanan-digital>
- Nurmila, S., Rahmawati, R., & Agustini (2017). Pengaruh Strategi Komunikasi dan Efektivitas Pesan Program GenRe terhadap Pengetahuan dan Sikap Remaja di Kecamatan Caringin. *Jurnal Komunikatio*, 3(1), 29-36.

- O’Keefe, D., J. (2008). Elaboration Likelihood Model. In Donsbach, Wolfgang. *The International Encyclopedia of Communication* (pp. 1475-1480). Blackwell Publishing Ltd.
- O’Keefe, D., J., & Jackson, S. (1995). Argument Quality and Persuasive Effects: A Review of a Current Approaches. *Conference of Argumentation Value* (p. 88 – 92). Annandale: Speech Communication Association.
- Perbawaningih, Y. (2012). Menyoal Elaboration Likelihood Model (ELM) dan Teori Retorika. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 1-17, <https://doi.org/10.24002/jik.v9i1.50>.
- Petty, R., E., & Cacioppo, J., T. (1986). *Communication and Persuasion Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer.
- Petty, R., E., & Cacioppo, J., T., & Goldman, R. (1981). Personal Involvement as a Determinant of Argument-Based Persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4(5), 847-855.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rice, R., E., & Atkin, C., K. (2001). *Public Communication Campaigns*. London: SAGE Publication.
- Rusyda, M., R., & Haeril, F., K. (2021). Analisis Strategi Visual pada Majalah Lazy Susan “Gorengan”. *Jurnal Narada*, 8(3), 341-354.
- Sartono. (2021). Menyongsong Dekade Internasional Bahasa Daerah 2022-2032. *Badan Riset dan Inovasi Nasional*, 23(21), 1-5, ISSN 2723-0368.
- Schiffmann, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen (Edisi Ketujuh)*. Jakarta: Indeks.
- Scott, C., G. (1996). Understanding Attitude Change in Developing Effective Substance Abuse Prevention Programs for Adolescents. *School Counselor*, 43(3), 187-195.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. New York, USA: John Wiley and Sons, Inc.
- Setiawan, H. (2021). *Save Aksara, Upaya Menyelamatkan Aksara Nusantara*. Retrieved 6 September, 2022, from Kompasiana.com: [https://www.kompasiana.com/hendra.setiawan/604a0a168ede481ea4735412/save-aksara-upaya-menyelamatkan-aksara-nusantara?page=2&page\\_images=2](https://www.kompasiana.com/hendra.setiawan/604a0a168ede481ea4735412/save-aksara-upaya-menyelamatkan-aksara-nusantara?page=2&page_images=2)

- Shaleh, A., R. (2009). *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Singarimbun, M. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2002). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Slameto. (2003). *Belajar dan Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Solihin, dkk. (2022). Analisis Konten Pesan Komunikasi Akun Instagram BKKBN. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 21(2), 81-94.
- Solomon, M., R., & Tracy, L., T. (2011). *Social Media Marketing*. UK: SAGE.
- Stellarosa, Y., & Kurniasari, M. (2017). Pengaruh Pesan Kampanye Diet Sehat melalui Instagram terhadap Citra Merek DapurFit. *Bunga Rampai Komunikasi Indonesia*, 371-387.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V., W., & Endrayanto, P. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutrisno, A., P., & Mayangsari, I., D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118-133.
- Tania, C., & Laksono, V., B. (2022). Strategi Pesan Persuasif di Media Sosial Instagram @somethincofficial. *Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 30-45.
- Trumbo, J. (1999). Visual Literacy and Science Communication. *Science Communication*, 20(4), 409-425.
- Ulfa, G., S., & Fatchiya, A. (2018). Efektivitas Instagram “Earth Hour Bogor” sebagai Media Kampanye Lingkungan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 144-157.
- Usman, S. (2021). *PANDI Luncurkan Web merajutindonesia.id, Aplikasi untuk Semua Aksara Nusantara*. Retrieved 6 September, 2022, from Merdeka.com: <https://m.merdeka.com/teknologi/pandi-luncurkan-web-merajutindonesiaid-aplikasi-untuk-semua-aksara-nusantara.html>

- Walter, E., & Gioglio, J. (2014). *The Power of Visual Storytelling*. New York: McGraw-Hill Education.
- Widodo, A. (2020). Profile of Knowledge Candidates for Elementary School Teachers of Local Aksara Sasambo Literation. *Jurnal Pedagogik*, 7(1), 74-106.
- Winkel, W., S. (1984). *Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Yamin, S., Rachmach, L., A., & Kurniawan, H. (2011). *Regresi dan Korelasi dalam Genggaman Anda*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zaichkowsky, J., L. (1994). The Personal Involvement Inventory: Reduction, Revision, and Application ti Advertising. *Journal of Advertising*, 4, 59-70.
- Zallera, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.