

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhtar, H. (2020). Perilaku Oversharing di Media Sosial: Ancaman atau Peluang. *Psikologika*, 262-265.
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2005). *Desain Komunikasi Visual Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Haake, M., & Gulz, A. (2008). *Visual Stereotypes and Virtual Pedagogical Agents*. Sweden: Lund University.
- Hajaroh, M. (2010). *Paradigma, Pendekatan, dan Metode Penelitian Fenomenologi*. Yogyakarta.
- Hoffman, A. (2009). *Oversharing: A critical discourse analysis*. The University of Wisconsin-Milwaukee.
- Kasali, R. (2017). *Disruption*. Jakarta: Gramedia.
- Haroen, Dewi. (2014). *Personal Branding*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ruslan, A. (2016). *Animasi: Perkembangan dan Konsepnya*. Bogor: Ghalia.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja. Munib, A., & Utomo, N. B. (2022). Development of 2D Animation Learning Media Akhlakul Karimah. *Edukasi*, 137.
- Natasya, J., & Yulianita, N. (2023). Oversharing Behaviour di Media Sosial Instagram. *Bandung Conference Series: Public Relations* , 97-100.
- Sanyoto, S. E. (2005). *Dasar-dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra. Sarwono, S. W. (1978). *Perbedaan Antara Pemimpin dan Aktivis dalam Gerakan*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Sarwono, S. W. (1978). *Perbedaan Antara Pemimpin dan Aktivis dalam Gerakan*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sullivan, K., Schumer, G., & Alexander, K. (2008). *Ideas for Animated*

- Short*. USA: Elsevier.
- Sutanto, S. H. (2020). Apa yang salah dengan Oversharing di Media Sosial.
- Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu Personal Branding-mu*. Jakarta: Visimedia.
- Thomas, J. J., & Cook, K. (2005). *Illuminating the Path: The Research and Development Agenda for Visual Analytics*. USA.
- Rohaeni, H., & Mulyadi, Y. (2013). *Menggambar Busana*. Bandung: Yrama Widya.
- Khodijah, N. (2006). Psikologi Belajar. Palembang: IAIN Raden Fatah Press.
- Melki. (2022, Juli 19). Pakar Ingatkan Warga Kelola Jejak Digital Cegah Kerugian. Diakses dari Satu Harapan: <https://www.satuharapan.com/read-detail/read/pakar-ingatkan-warga-kelola-jejak-digital-cegah-kerugian>
- Widarwati, S. (1993). *Desain Busana*. Yogyakarta: IKIP.
- Kerlow, Isaac. 2004. *The Art of 3D: Computer Animation and Effects*. New Jersey, USA: John Wiley and Sons, Inc
- Wijanarko, A. (2020). Implementasi Prinsip Animasi Straight Ahead Action pada Karakter Hewan Berbasis Animasi 2D. *Jurnal Ahli Muda Indonesia*, 2.
- Adisasmito, N. D. (2002). Buku Seni. *Wacana Seni Rupa*, 2(4).
- Tobing, S. L., Afif, R. T., & Sumarlin, R. S. (2023). Perancangan Concept Art Karakter 2D Mbok Jamu sebagai Media Edukasi mengenai Jamu Tradisional pada Remaja. *eProceedings of Art & Design*, 10(6).
- Nahda, A. S., & Afif, R. T. (2022). Kajian Semiotika dalam Animasi 3D Let's Eat. *Jurnal Nawala Visual*, 4(2), 81-86.
- Afif, R. T. (2021). Animasi 2D Motion Graphic “Zeta dan Dimas” sebagai Media Pendidikan Berlalu Lintas bagi Anak Usia Dini. *Nirmana*, 21(1), 29-37.
- Ramdhan, Z., & Fahrezi, A. I. (2019). Perancangan Karakter Animasi Pendek 2D “Lovely Paws”. *e Proceedings of Art & Design*, 6(3).
- Nordli, B. (2022, Juli 28). *What Is a Digital Footprint*. Diakses dari Built In: <https://builtin.com/cybersecurity/digital-footprint>

- Oliver, A. (2021, April 27). *Concept Art: Desain Ilustrasi yang Penting di Dunia Perfilman dan Animasi*. Diakses dari Glints:  
<https://glints.com/id/lowongan/concept-art/#.Ys0UEjdBy5c>
- Parengkuan, E., & Tumewu, B. (2014). *Personal Brand Inc : Rahasia untuk Sukses dan Bertahan di Karir*. Jakarta: Gramedia.
- Rizkinaswara, L. (2021, Agustus 13). *Waspada Rekam Jejak Digital Kita di Internet*. Diakses dari Kominfo:  
<https://aptika.kominfo.go.id/2021/08/waspada-rekam-jejak-digital-kita-di-internet/>
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). Strategi Personal Branding melalui Media Sosial. *SCRIPTURA*, 42-48.  
 (n.d.). *YouTube: Home*. Diakses pada 15 Maret, 2024, dari  
<https://jim.usk.ac.id/FISIP/article/download/28530/13257>
- Digital Footprints. (2007, December 16). *Pew Research Center*. Diakses pada 15 Maret, 2024, dari  
<https://www.pewresearch.org/internet/2007/12/16/digital-footprints/>
- Gonzalez, D. (2022, February 15). *What Are the Different Types of Concept Art? Explained and Use Cases*. 3D-Ace. Diakses pada 15 Maret, 2024, dari  
<https://3d-ace.com/blog/different-types-of-concept-art/>
- Guide, S. (2022, February 14). *How to Make Character Concept Art: A Step-by-Step Guide*. 3D-Ace. Diakses pada 15 Maret, 2024, dari  
<https://3d-ace.com/blog/how-to-make-character-concept-art/>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Plis, I. N., Khairulyadi, & Nisak, C. L. C. (2023, November). Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK. *Perilaku Oversharing dan Cita Diri Pengguna Sosial Media Instagram*, 8.  
<https://jim.usk.ac.id/FISIP/article/view/28530/13257>
- Shamsuddin. (2014) Animation, Concept art, Dynamic Drawing,

- Perspective, *Journal of Modern Science and Technology*, Vol. 2.  
Diakses dari  
[https://www.academia.edu/34740433/A\\_Directional\\_Model\\_of\\_Concept\\_Art](https://www.academia.edu/34740433/A_Directional_Model_of_Concept_Art)
- Afrilia, D. (2017, November 26). Tanda-tanda oversharing di media sosial. *Beritatagar*. Diakses dari  
<https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/tanda-tanda-oversharing-di-media-sosial>
- Griffiths, M. (2013). Social networking addiction: Emerging themes and issues. *Journal of Addiction Research & Therapy*, 4(5), 1000e118.  
Diakses dari <https://doi.org/10.4172/2155-6105.1000e118>
- Mulya, Prasetya. (2022, Februari 25). Pengaruh Jejak Digital pada Proses Rekrutmen. Diakses dari  
<https://prasmul-eli.co/id/articles/Pengaruh-Jejak-Digital-pada-Proses-Rekrutmen>
- Elfira, T. C., & Julianto, A. (2022, Januari 18). Ini Bukti Jejak Digital Bisa Pertaruhkan Reputasi dan Karir Anda. Diakses pada 7 Juni, 2024, dari  
<https://voi.id/teknologi/125084/ini-bukti-jejak-digital-bisa-pertaruhkan-reputasi-dan-karir-anda>
- Raymond, J. (2014, Januari 30). Concept Art: What Is Concept Art And Why Is It Important? *Artistry in Games*. Diakses Juli 28, 2024, dari  
<https://artistryingames.com/concept-art-concept-art-important/>
- Yonathan, A. Z. (2023, Mei 29). Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia 2023. *GoodStats*. Retrieved Agustus 5, 2024, from  
<https://data.goodstats.id/statistic/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz>
- Caturtami, C. Y., & Sumaryanti, I. U. (n.d.). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Tingkat Kecemasan Sosial pada Mahasiswa di Kota Bandung. *Prosiding Psikologi*.  
<http://dx.doi.org/10.29313/v0i0.28321>
- Monica, V., & Rosari, R. B. (2019, Desember). PENGGUNAAN MEDIA

SOSIAL PADA MAHASISWA UNIVERSITAS KRISTEN  
PETRA SURABAYA. SCRIPTURA, 9(2).

10.9744/scriptura.9.2.71-81