

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

Indrawan, C. A., Bramantijo, B., & Sutanto, R. P, 2013, 'Perancangan Kampanye Sosial Tentang Penggunaan Lajur Bersepeda Di Kota Surabaya', *Jurnal DKV Adiwarna*.

Nur Tri Atika, dkk, 2019, 'Pelaksanaan Penguatan Pendidikan Karakter Membentuk Karakter Cinta Tanah Air', *Jurnal Mimbar Ilmu*, Vol. 24, No. 1, hh. 106.

Pangestu, R, 2019, 'Penerapan kampanye sosial dalam desain komunikasi visual', *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 4(2).

Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N, 2018, 'Komunikasi dan media sosial', *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.

Sunarwan, Bambang, 2015, 'Aktifitas Komunikasi dan Media Sosial (Survai Pola Komunikasi Masyarakat DKI Jakarta Melalui Social Network Sites)', *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, Vol. 19, No. 1, hh. 93-106.

Yunita, D., Nazaruddin, A., & Nailis, W, 2019, 'Pengaruh Youtube advertising terhadap brand awareness dan purchase intention', *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), hh.36-46.

Buku:

Amalia E. Maulana, 2009, *Consumer Insight via Ethnography*, Jakarta: Erlangga, hh.25-26.

Arifah A. Riyanto, 2003, *Teori Busana*, Bandung: Yapendo.

Cangara, Hafied, 2008, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : Rajawali Pers

- Kriyantono, Rachmat, 2006, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, hh.93.
- Lopovetsky, 2010, *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy dalam George Ritzer & Douglas J. Goodman, Teori Sosiologi Modern*, Jakarta: Kencana Media Group, Cet-6, hh.651.
- Malcoln, Barnard, 2016, *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender*, Yogyakarta: Jalasutra, hh.13.
- Moh. Nazir, 1999, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pujiyanto, 2013, *Iklan Layanan Masyarakat*, Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Puspa, Sekar Sari, 2012, *Teknik Praktik Mendesain Baju Sendiri*, Jakarta: Dunia Kreasi.
- Polhemus & Procter, 2011, *Fashion and Anti-Fashion, dalam Malcolm Barnard, Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*, Yogyakarta: Jalasutra, hh. 13.
- Reddi, C.V. Narasimha, 2009, *Effective Public Relations and Media Strategy*. New Delhi: PHI Learning Private Limited.
- Rogers, E. M., & Storey, J. D, 1987, *Communication Campaigns*. In C. Berger & S. Chaffee (Eds), Newbury Park, CA: Sage.
- Ruslan, Rosady, 2005, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soerjono, Sukanto, 2014, *Kamus Sosiologi*, Jakarta: Raja Grafindo, hh.186.

Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Penerbit CV.Afabeta, Vol.4.

Sukmadinata, Nana Syaodih, 2013, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Syahril Iskandar, M, 2020, Bab Vii. Tujuan, Peranan Dan Fungsi Komunikasi.

Tulus T. H, Tambunan, 2009, *UMKM Di Indonesia*, Bogor: Ghaha Indonesia, hh. 18.

Venus, Antar, 2004, *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama.

Wasia, Roesbani & Roesmini, Soerjaatmadja, 1984, *Pakaian Pengetahuan*, Jakarta: Balai Pustaka.

WS. Winkel, 2005, *Psikologi Pengajaran*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, hh. 15.

Skripsi:

Ade, Resalawati, 2011, *Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Indonesia*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Indriana, Wijayanti, 2021, *Mencintai Produk Dalam Negri Sebagai Bentuk Nasionalisme Terhadap Indonesia*, Universitas Lambung Mangkurat.

Juneman, 2010, *Psychology of Fashion: Fenomena Perempuan (Melepas) Jilbab*, LKiS, h.22-23.

Refira, Ega Cahyani, 2021, *Hubungan Antara Citra Merek Produk Fashion Lokal Dengan Kepuasan Konsumen Pada Remaja*, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Reny, Andriyanty, 2021, *Faktor-Faktor Sosial Yang Mempengaruhi Kesadaran Gaya Hidup Cinta Produk Dalam Negeri Generasi Muda Indonesia*, Fakultas Ekonomi Institut Bisnis dan Informatika (IBI).

Undang-undang:

Pemerintah Indonesia, 2008, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah*, Jakarta.

Webpage:

Aprila, Monica, 2019, *4 Alasan Mengapa Kamu Harus Mendukung Brand Lokal*, <https://bit.ly/40Rj3QF>.

Meilani, 2019, *21 Produk Terkenal Asli Indonesia yang Mendunia dan Dianggap Merek Luar Negeri*, <https://bit.ly/40Rj3QF>.

Nadhief, Khadlél, 2019, *Sukses Mendunia, Brand Fashion Indonesia Tembus Pasar Internasional*, Kompasiana.

