

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, D. (2008). Interaksi Simbolik. Mediator, 302.
- Barat, P. J. (2021). Retrieved from <https://disparbub.jabarprov.go.id/batik-trusmi/>
- Berger, A. A. (2004). Tanda-tanda dalam kebudayaan kontemporer, trans. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- cirebonkab.go.id. (2022). cirebonkab.go.id. Retrieved from Cirebon Kabupaten: <https://old.cirebonkab.go.id>
- Devi. (2021). Representasi Ketergantungan media sosial pada film “The Social Dilemma”. 1.
- Dewi, A. m. (2018). PENGARUH IKLAN ONLINE MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAGI PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK ONLINE LOKAL. Ekonika, 2-3.
- Difa Nurhasna Ayutiani, B. P. (2018). penggunaan akun instagram sebagai media informasi wisata kuliner. profesi humas, 43.
- Diningrum Citraningsih, H. N. (2022). Interaksionisme Simbolik: Peran Kepemimpinan dalam mengambil keputusan. STAIT Yogyakarta, 74-75.
- Emzir. (2008). metodologi penelitian pendidikan kualitatif & kuantitatif. Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa.
- Handayani, S. (2019). BATIK TRUSMI PRODUKSI SALLY GIOVANI. UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA, 4.
- Indonesia, W. (n.d.). Retrieved from <https://www.indonesia.travelkominformasi.go.id>. (n.d.).
- Mighnayanti, Y. (2021). IMPLEMENTASI AKAD SALAM DAN PENYELESAIAN MASALAH JUAL BELI ONLINE DI BT BATIK TRUSMI CIREBON PADA MASA PANDEMI COVID-19. repository.syekhnurjati.ac.id.
- Mubaraq, A. S. (2016). Peran kawasan wisata belanja batik dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi pengrajin batik di desa trusmi kulon kecamatan plered kabupaten Cirebon. muamalah fakultas syariah dan ekonomi islam, 5-6.
- Nuris, N. D. (2015). KEARIFAN LOKAL PADA JENIS DAN MOTIF BATIK TRUSMI BERDASARKAN NILAI-NILAI FILOSOFIS MASYARAKAT CIREBON. Repository UPI, 2-3.
- Robert C. Bogdan, s. k. (1982). qualitative research for education. London.
- Sa'adah, A. M. (2012). Perencanaan Lanskap wisata kawasan budaya batik trusmi Cirebon. institut pertanian bogor, 60-65.
- Sugiyono. (2006). Metode penelitian pendidikan pendekatan kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Supangat, S. M. (2021). STRATEGI MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. repository.untag, 5-10.

Syamsuddin. (2018). Dasar-dasar teori metode penelitian sosial. ponorogo: WADE

GROUP.wijayanti, R. A. (2020). Sejarah Perkembangan Batik di Kawasan Trusmi. elibrary .unikom.ac.