

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, I. (2003). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27(10).
- Andriani, D. (2022). *Brand Lokal Kian Jadi Pilihan*.  
<https://entrepreneur.bisnis.com/read/20221017/52/1588017/brand-lokal-kian-jadi-pilihan>
- Arifin, Z., & Rosdakarya, P. T. R. (2008). *METODE PENELITIAN*.
- Arikunto, S. (2010). Metode peneltian. *Jakarta: Rineka Cipta*.
- Arini, T. (2022). *Kaliku Ina, Sepatu Kolaborasi Brodo dengan Dian Sastrowardoyo yang Dilelang Mencapai 16 Juta*. <https://www.beautynesia.id/fashion/kaliku-ina-sepatu-kolaborasi-brodo-dengan-dian-sastrowardoyo-yang-dilelang-mencapai-16-juta/b-253461#:~:text=Akhir bulan Maret lalu%2C brand sepatu lokal%2C Brodo%2C,dan hasilnya akan disalurkan lewat Yayasan Dian Sastro>
- Binus University. (2019). *Peran Industri Kreatif di Indonesia*.  
<https://binus.ac.id/bandung/2019/10/peran-industri-kreatif-di-indonesia/>
- Canggara, H. (2013). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Rajawali Press.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi Pemasaran. *Pasuruan: Qiara Media*.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Deepublish.
- Gunawan, I. (2013). Metode penelitian kualitatif. *Jakarta: Bumi Aksara*, 143, 32–49.
- Handayani, A. K. S. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Roti Virgin Semarang di Masa Pandemi COVID-19*.  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/168907/strategi-komunikasi-pemasaran-toko-roti-virgin-semarang-di-masa-pandemik-covid-19.html>
- Hilmiati, F. L. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif Oleh Bukir Air Wedding dalam Menarik Minat Konsumen di tengah Pandemi COVID-19*.  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/175790/strategi-komunikasi-pemasaran-oleh-bukit-air-wedding-dalam-menarik-minat-konsumen-selama>

pandemi-covid-19-melalui-media-sosial-instagram.html

Indonesia Trip News. (2021). *Tren Terhadap Brand dan Produk Lokal Terus Tumbuh.*

<https://indonesiatripnews.com/ulasan-menarik/tren-terhadao-brand-dan-produk-lokal-terus-tumbuh/>

Kompasiana. (2021). *Industri Kreatif di Bidang Fashion.*

Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60–68.

M. Domo, V. (2018). *Mengulas Tentang Trens Penggunaan Sepatu untuk Berbagai Kegiatan.* <https://www.vellimarwan.com/mengulas-tentang-trend-penggunaan-sepatu-untuk-berbagai-kegiatan/>

Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern cetakan Pertama Cakra Ilmu.* Yogyakarta.

Madani, A. (2021). *Pengertian Industri Kreatif: Jenis, Contoh & Kebijakan Pemerintah.* <https://www.gramedia.com/literasi/industri-kreatif/>

Malaika, F. I. (2020). *Cibaduyut.* <https://www.pinhome.id/info-area/cibaduyut/>

Manzilati, A. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif: Paradigma, metode, dan aplikasi.* Universitas Brawijaya Press.

Nazir, M. (1988). *Metode Penelitian.* Jakarta: Ghalia Indonesia.

Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). *Metode penelitian kualitatif.* Solo: Cakra Books, 1(1), 3–4.

Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik.* Deepublish.

Oswaldo, I. G. (2022). *Sejarah Brodo Yang Tutup Gerai Pertamanya di Kemang.* <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6360942/sejarah-brodo-yang-baru-tutup-gerai-pertamanya-di-kemang>

- Pardede, P. (2009). *Paradigma Penelitian*. Jakarta: Universitas Kristen Indonesia. Hal.
- Pasaribu, A. (2022). *Proyek Lestari Brodo, Melestarikan Budaya dengan Gaya*.  
<https://id.berita.yahoo.com/proyek-lestari-brodo-melestarikan-budaya-023111117.html>
- Sampoerna University. (2022). *Industri Kreatif: Pengertian, Manfaat, dan Contohnya*.  
<https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/industri-kreatif-adalah/>
- Santi, M. R., & Koagouw, F. (2015). Pola Komunikasi Anak-anak Delinkuen pada Keluarga Broken Home di Kelurahan Karombasan Selatan Kecamatan Wanea Kota Manado. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 4(4).
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Grasindo.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Venus. (2009). *Manajemen Kampanye*.
- Wulandari, T. (2021). *Perkembangan Brand Lokal*. <https://kumparan.com/tri-wulandari-1633578465278634591/perkembangan-brand-lokal-1wsC8sk6weI/full>