

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D., Rahmawati, D. H., Rizky, A., & M.R, M. R. F. (2023). Sustainable Development Dalam Program Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Faber Castle. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 177–191.
- Arikunto, S. (2016). *Metodelogi Penelitian*. PT. Bumi Aksara.
- Arjana, I. G. B. (2016). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Rajagrafindo Persada.
- Azhar, R. M., & Evanhi, A. (2024). Transformasi Inovasi Model Bisnis Pada UMKM Batik Pasca Pandemi Covid-19. *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's)*, 17(1), 199–210. <https://doi.org/10.35508/jom.v17i1.14535>
- Azzahra, S. N. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Pada Aktivitas Digital Public Relations Dalam Meningkatkan Citra DPRD Provinsi Riau*. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
- Bhakti, C. P., & Hasan, S. U. N. (2015). Peran Layanan Bimbingan Dan Konseling Komprehensif Dalam Pengembangan Karakter Cerdas Anak Sekolah Dasar. *Jurnal Konseling Komprehensif*, 2(2), 213–211.
- Bernays, E. L. (1990). *Public Relations*. Oklahoma: Division of the University Manufactured in the U.S.A.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran (IV; A. Faw)*. Pustaka Pelajar.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Erfina, E., Sari, S., & Octaviani, V. (2023). Implementasi Peran Public Relation Dalam Membangun Reputasi PT Cakrawala Dinamika Energi. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 2(3), 457–466. <https://doi.org/10.37676/mude.v2i3.4365>
- FATONI, MUHAMMAD HENDRA and Pratiwi, Miftha (2022) ANALISIS PROGRAM PUBLIC RELATIONS "TOLVAGANZA" PT ABC DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MEMBERSHIP TOLMAKASSAR.COM DI KOTA MAKASSAR. Undergraduate thesis, Sriwijaya University.
- Gekrafs.com. (2024). *Tentang Gekrafs*. <https://gekrafs.com/profil/>
- GeKrafs Jatim. (2021). *Surat Keputusan Dewan Pengurus Pusat Gerakan Ekonomi Kreatif Nasional Nomor: 032/SK/GEKRAFS/IX/2021 Tentang*

Pembentukan Dewan Pengurus Wilayah Provinsi Jawa Timur.

- Hariram, N. P., Mekha, K. B., Suganthan, V., & Sudhakar, K. (2023). Sustainalism: An Integrated Socio-Economic-Environmental Model to Address Sustainable Development and Sustainability. *Sustainability*, 15(10682), 1–37. <https://doi.org/10.3390/su151310682>
- Harlyandra, Y., & Kafaa, K. A. (2021). Kolaborasi multi-stakeholder pada praktik corporate social responsibility dalam penanganan sampah di Desa Pengarengan Kabupaten Cirebon. *Gulawentah: Jurnal Studi Sosial*, 6(1), 54–68. <https://doi.org/10.25273/gulawentah.v6i1.9471>
- Ife, J., & Tesoriero, F. (2014). *Community Development: Alternative Pengembang Masyarakat di Era Globalisasi*. Pustaka Belajar.
- Jordan, D. (2022). *Implementasi Program Community Development PT. Arara Abadi Distrik Rasau Kuning Kabupaten Siak Skripsi*. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
- Kafaa, K. A. (2020). Social Capital and Multi-Stakeholders Cooperation As a Foundation of Corporate Social Responsibility. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 3(3), 365–381. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2019.v3.i3.4158>
- Karmila, Said, A., & Fatmawati. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Desa Berbasis Program Padat Karya Tunai Di Desa Tongkonan Basse Kecamatan Masalle Kabupaten Enrekang. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 1–19. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/article/view/3886>
- Kememparekraf/Baparekraf RI. (2021). *Penguatan Ekosistem Digital dalam Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia*. 6 November. <https://kememparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Penguatan-Ekosistem-Digital-dalam-Sektor-Ekonomi-Kreatif-di-Indonesia>
- Kememparekraf. (2023). *Subsektor Ekonomi Kreatif Kememparekraf / Baparekraf Republik Indonesia*. <https://www.kememparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif>
- Kholisoh, N., & Yenita, Y. (2015). Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi (Kasus Public Relations Rumah Sakit “X” di Jakarta). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(3), 195–209.
- Kristianto, A. H. (2020). Sustainable Development Goals (SDGs) Dalam Konsep Green Economy Untuk Pertumbuhan Ekonomi Berkualitas Berbasis Ekologi. *JBEE: Business, Economics and Entrepreneurship*, 2(1), 27–38. <https://doi.org/10.46229/b.e.e..v2i1.134>

- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (9th ed.). Prenada Media Group.
- Kussanti, D. P., & Leliana, I. (2018). Program Kampanye Humas Puskesmas Kecamatan Palmerah Dalam Upaya Preventif Bahaya Campak Dan Rubella Di Masyarakat. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 109–117. <https://doi.org/10.31294/jkom.v9i1.3654>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2019). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications Inc.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (40th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Muliyandi, A. S. (2021). *Upaya Community Development PT. Rapp Estate Logas dalam Membantu Meningkatkan Kualitas Pendidikan pada Situasi Pandemi COVID-19 di Kecamatan Singingi*. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Nur, A. D. I., & Pratama, H. D. (2023). *Efektivitas Implementasi Special Mission UMKM/UMi pada Kanwil DJPb dan KPPN*. 26 Mei. <https://djp.b.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4115-efektivitas-implementasi-special-mission-umkm-umi-pada-kanwil-djpb-dan-kppn.html>
- Pahlevi, A. S. (2017). Gagasan Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Daya Saing sub sector industry kreatif dan Penyelarasan Industri kreatif kreatif. *Prosiding Membangun Tradisi Inovasi Melalui Riset Berbasis Praktik Sedi Dan Desain*, 185–188.
- Pearce, D. W., Markandya, A., & Barbier, E. (1989). *Blueprint for a Green Economy*. Earthscan.
- Pemerintah Kabupaten Gresik. (2022). *Laporan Akhir Kajian Identifikasi dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Masyarakat Lokal Kabupaten Gresik di Kawasan Gresik Kota*.
- Prabawati, M. A. (2022). Konsep Green Economy Pada Pola Produksi Dan Konsumsi Sebagai Sustainable Development Goals (SDGs) Berkualitas Berbasis Ekologi. *Jurnal Sains Edukatika Indonesia (JSEI)*, 4(1), 36–42.
- Prasetyawati, M., Sudarwati, W., Jaharuddin, Nelfiyanti, Setiawan, A., & Saputra, A. (2022). Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada Umkm Olahan Makanan Di Kelurahan Kelapa Dua Wetan. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–5.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

- Rahadian, A. H. (2016). Strategi Pembangunan Berkelanjutan. *Prosiding Seminar STIAMI, III(01)*, 46–56. <https://doi.org/2355-2883>
- Rosen, M. A., & Kishawy, H. A. (2012). Sustainable Manufacturing and Design: Concepts, Practices and Needs. *Sustainability*, 4(2), 154–174. <https://doi.org/10.3390/su4020154>
- Rosmaladewi, O. (2018). *Manajemen Kemitraan Multistakeholder Dalam Pemberdayaan Masyarakat*. CV Budi Utama.
- Ruslan, R. (2016). *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*. Ghalia Indonesia.
- Sarwoto, S. (2018). Effect of Knowledge Transfer on Economic Sustainability With Network Strength As Moderating. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 10–19. <https://doi.org/10.17977/um003v4i12018p010>
- Seitel, F. P. (2015). *Praktik Public Relations*. Erlangga.
- Setiawan, H. (2018). *Analisis Siklus Hidup Produksi Kopi untuk Meningkatkan Economic Sustainability Masyarakat Desa Tening, Kab. Temanggung*. Skripsi Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Sirait, N., Maryam, S., & Priliantini, A. (2018). Influence of the Campaign “Let’S Disconnect To Connect” on Anti-Phubbing Attitude (Survey in Line Starbucks Indonesia Official Account Followers). *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(3), 155–164. <https://doi.org/10.31504/komunika.v7i3.1665>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). CV Alfabeta.
- Sukirno, S. (2016). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Rajagrafindo Persada.
- Smith, R. D. (2017). *Strategic Planning for Public Relations*.
- Sunaryanto, S., & Soleha, Y. (2021). Analisis Teks Media Massa: Post-Konstruktivisme. *GANDIWA Jurnal Komunikasi*, 1(2), 49–59. <https://www.journal.unindra.ac.id/index.php/gandiwa/article/view/871>
- Susanto, J. (2013). Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Sidoarjo. *Cakrawala*, 7(2), 98–104.
- Tempo Institute, Setiansyah, N. B., Praha, R. D., Razak, S., Bramantyo, J., & Ismayanti, N. Y. (2020). *Infografis Data Statistik Indikator Makro Pariwisata & Ekonomi Kreatif*. Didukung oleh Tempo Institute, BPS, Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi FEB UI, Kemenparekraf /

Baparekraf Republik Indonesia.

Tim Kebijakan Peningkatan Kapasitas Ekonomi Sekretariat TNP2K & Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia. (2020). *Pemetaan Program Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan.

Tshikovhi, N., More, K., & Cele, Z. (2023). Driving Sustainable Growth for Small and Medium Enterprises in Emerging Urban–Rural Economies. *Sustainability*, 15(15337), 1–11. <https://doi.org/10.3390/su152115337>

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, (2007).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Wiryanan, A. M., & Razak, R. (2021). Analisis Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Pt Pos Indonesia (persero). *EProceedings of Management*, 8(5).