

REFERENSI

- Anggarini, D. T. (2021). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Personal Branding dalam Membangun Citra dan Popularitas dalam Media Sosial. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 259–268. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i4.341>
- Arisma, S. D., & Irmansyah, F. (2023). Implementasi Warna Pada Interior Pusat Komunitas Pemerhati Kanker Pada Anak Sebagai Elemen Terapi Dan Keceriaan. *Jurnal Desain Dan Arsitektur*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.34010/desa.v4i1.10167>
- As-syahri, H. (2024). Peranan Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital 5 . 0. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosia*, 1(July), 356–362. <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/view/676%0Ahttps://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/download/676/704>
- Aziz, Z., Zakaria, M. I., & Arifianto, P. F. (2024). *Analaisis Semiotika Rolland Barthes Pada Poster Film Like & Share*. 193–200.
- Baihakki, Tjoetra, A., & Juraidah, I. (2022). Trend Glamor Pada Masyarakat di Gampong Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya. *SOCIETY*, 8(23), 136–146.
- Bisyri, M., & Rahman, M. F. (2023). Motivasi Mahasiswa Universitas Fajar Dalam Memilih Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 9(1), 413–423. <https://doi.org/10.58258/jime.v9i1.4620>
- Creswell, J. W. (2007). Qualitative Inquiry & Research Design. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN

_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

- Eryanti, N. (2025). Makna Simbolik Kain Songket dalam Tradisi Masyarakat Ogan Komering Ilir. *Jurnal Pendidikan Sosial Indonesia*, 2(3), 10–12.
<https://doi.org/https://doi.org/10.62238/jupsi.v2i3.133>
- Fadillah, M. N. (2025). Analisis Tanda Visual Karakter Agent Skye Dalam Game Valorant. 7(2), 115–128.
- Firdaus Haidar, N., & Martadi. (2021). ANALISIS KONTEN VISUAL POST INSTAGRAM Riliv DALAM MEMBENTUK CUSTOMER ENGAGEMENT. *Jurnal Barik*, 2(2), 121–134. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Fitri, F., & Prihatin, P. T. (2024). Aplikasi Bordir dan Payet Pada Evening Gown dengan Gaya Karakter Dame Gothel. *Journal of Education Research*, 5(2), 1931–1942.
<https://doi.org/10.37985/jer.v5i2.1086>
- Jannah, S. R., Khoirunnisa, Z., & Faristiana, A. R. (2023). Pengaruh Korean Wave Dalam Fashion Style Remaja Indonesia. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Kebudayaan Dan Agama*, 1(3), 11–20. <https://doi.org/10.59024/jipa.v1i3.219>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/download/38118/34843/81259>
- Mahayani, N. L. P. I. S., Bratayadnya, P. A., & Octaviano, A. L. (2023). Visualisasi Trend Mode Busana Perempuan Terkini Dari Sosial Media Tiktok Dalam Karya Fotografi Fashion. *Retina Jurnal Fotografi*, 3(1), 20–33. <https://doi.org/10.59997/rjf.v3i1.2035>

- Manan, F., Wardana, W., Ruslita, G., & Rusadi, U. (2025). Komodifikasi Budaya Dangdut Dalam Perspektif Ekonomi Politik Media : Studi Kasus Kontes KDI 2024 MNCTV. *Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 10(1), 233–248.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52423/jikuho.v10i1.1526>
- Mardalena, V., Trihanondo, D., & Maulana, T. A. (2021). Fenomena Gaya Retro dalam Fotografi di Era Modern (Studi Kasus: Kota Bandung). *E-Proceeding of Art & Design*, 8(2), 770–779. <https://docplayer.info/213186855-Fenomena-gaya-retro-dalamfotografi-di-era-modern-studi-kasus-kota-bandung.html>
- Meranfanuan, T. (2024). Peran Orang Tua Dalam mebnentuk Karakter Anak DI Gereja Kalvari Pantekosta Misi Di Indonesia (GKPMI) Jemaat Kasih Abadi Kota Sorong. *J-MACE Jurnal Penelitian*, 4(2), 1–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.34124/jmace.v4i2.63>
- Mubarok, A. S., Pratama, Y., & Liansi, T. (2024). Analisis Dekonstruksi Jacques Derrida Dalam Pergeseran Makna Pakaian. *Indonesian Journal of Islamic Theology and Philosophy*, 6(2), 139. <https://doi.org/10.24042/ijitp.v6i2.24351>
- Nandaryani, N. W., Santosa, N. A., & Putra, I. P. D. A. (2023). ANALISIS DESAIN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI PROMOSI @SAYURBOXBALI. *Kartala*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.36080/kvs.v2i1.6>
- Nur Rohma, I. F. (2022). Paria Sebagai Sumber Ide Motif Bordir pada Busana Pesta. *BAJU: Journal of Fashion & Textile Design Unesa*, 3(1), 30–38.
<https://doi.org/10.26740/baju.v3n1.p30-38>
- Nurhijrah. (2024). Pelengkap Busana Bersifat Aksesoris. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06>

005%0A[https://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN
_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI](https://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)

- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3.
- Putra, E. S., & Andra, D. (2023). Pelatihan Desain Kostum Bebegig Sukamantri Kontemporer. *REKA KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 122–128.
- Putri, W. T., & Dewanto, I. S. (2025). Peran Artbook dalam Penyebaran Trend Fashion Victorian Era (Studi Kasus: “1950’s Fashion”). *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 2(1), 12.
<https://doi.org/10.47134/dkv.v2i1.3784>
- Rachmawaty, A. (2021). Strategi Marketing Menggunakan Instagram (Studi kasus: Sapinesia) Asye. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 39–51.
<https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.565>
- Rahmawati, A., & Iman, T. R. (2023). Perbedaan Komunikasi Nonverbal Antar Budaya Pada Etnis Sasak Dan Samawa Di Kecamatan Sumbawa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 6(1), 37–45. <https://doi.org/10.62144/jikq.v6i1.256>
- Ramadhani, I., John, & Septiani, T. (2022). Sosialisasi Pengaruh Warna Pada Ruangan Interior Terhadap Mood Individu Pada SMA Swasta Asuhan Daya Kayu Putih Medan. *Community Service Journal) e-ISSN*, 1(2), 217–232. <https://www.doi.org/10.22303/coral.1.2.2022.217-232>
- Ruhupatty, C. (2021). Sebuah Pengantar kepada Dekonstruksi. *Dekonstruksi*, 5(01), 106–120.
<https://doi.org/10.54154/dekonstruksi.v5i01.80>
- Safrudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Journal Of Social Science Research*, 3(2), 1–15.

- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1, 13–23.
- Tauhid, K., Yasim, F. A., Kusumadinata, A. A., Purnomo, A. M., Komunikasi, S., Djuanda, U., Komunikasi, S., Djuanda, U., Komunikasi, S., & Djuanda, U. (2024). *Pemilihan Gaya Berpakaian sebagai Pesan Nonverbal*. 3, 10537–10543.
- Triwahyuningsih, Z., Romadlan, S., & Khotimah, W. Q. (2022). Representasi Gaya Hidup Modern dalam Media Sosial Instagram @tantrinamirah. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2), 149. <https://doi.org/10.29240/jdk.v7i2.5769>
- Wicaksono, M. A., Patricia W, A., & Maryana, D. (2021). Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia. *Jurnal Sosial-Politika*, 2(2), 74–85. <https://doi.org/10.54144/jsp.v2i2.35>
- Zai, K. T. (2020). Perancangan Visual Branding Desa Wisata Bawomataluo. *Jurnal Visual Ideas*, 5, 119. <https://doi.org/https://doi.org/10.33197/visualideas.vol5.iss1.2025.2396>
- Zharandont, P. (2015). Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk Dan Psikologis Manusia. *Humaniora Binus*, 2(Terminologi warna), 1086.
<https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3158>

