

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp Terence. (2003). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi ke 5. Diterjemahkan oleh Revyani Sjahrial, Dyah Anikasi. Jakarta : Erlangga
- Ahda, M. H., & Hajar, S. (2024). *Strategi Sosial Media Officer PT. Garuda Cyber Indonesia dalam Meningkatkan Kesadaran Merek Melalui Platform Digital*. Indonesian Research Journal on Education, 4(3), 847-855.
- Andrean W. Finaka. (2023). *Berapa Lama Sampah Plastik Bisa Terurai? | Indonesia Baik*. <https://indonesiabaik.id/infografis/berapa-lama-sampah-plastik-bisa-terurai>
- Arbintarso, E. S., & Nurnawati, E. K. (2022). Peranan Keluarga Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Lingkungan Melalui Daur Ulang Limbah Plastik Rumah Tangga. *Jurnal Berdaya Mandiri*, 4(3), Article 3. <https://journal.upy.ac.id/index.php/lppm/index>
- Awisee. (2025). *What is Considered a Good or Average Engagement Rate for Instragram in 2025?* Awisee Blog. Diambil dari <https://awisee.com/blog/instagram-engagement-rate/>
- Boyd, et. al. (2000). *Manajemen Pemasaran ; Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Erlangga. Jakarta
- BVCD Telkom University. (2024). *Pengertian dan Fungsi Desain Grafis*. Diambil dari <https://bvcd.telkomuniversity.ac.id/pengertian-dan-fungsi-desain-grafis/>
- Clow, K. E., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication*. Harlow : Pearson Education.
- David A.Aaker. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Jakarta : Spektrum
- Digital Krew. (n.d.). *Mengoptimalkan Media Sosial dengan Key Opinion Leaders (KOL)*. Diambil dari <https://digitalkrew.id/mengoptimalkan-media-sosial-dengan-key-opinion-leaders-kol/>
- Djayakusumah. (2010). *Periklanan*. Bandung: Rosda Karya.
- Gunawan, M. A. (2023). *Kajian Dampak Partisipasi Masyarakat Bank Sampah Mulyo Sedoyo Gereja Isa Almasih Jemaat Pringgading D\di Kelurahan*

- Brumbungan Kota Semarang Terhadap Eksisting Bank Sampah di Kota Semarang*. TRACK, 2(2), 3–21. <https://doi.org/10.61660/tep.v2i2.103>
- Han, S. L. C., Chan, P. Y. L., Venkatraman, P., Apeagyei, P., Cassidy, T., & Tyler, D. J. (2017). Standard vs. Upcycled Fashion Design and Production. *Fashion Practice*, 9(1), 69–94. <https://doi.org/10.1080/17569370.2016.1227146>
- Huda, M. (2020). Website sebagai Media Informasi dan Bisnis. *JCSE: Journal of Community Service and Empowerment*, 1(1), 56–68.
- Humas Indonesia. (2023). *Menarik Keterlibatan Lewat Caption*. Diambil dari <https://www.humasindonesia.id/berita/menarik-keterlibatan-lewat-caption--1732>
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2018). *Bank Sampah Tumbuhkan Sirkular Ekonomi Masyarakat*. <https://ppid.menlhk.go.id/berita/siaran-pers/4638/bank-sampah-tumbuhkan-sirkular-ekonomi-masyarakat>
- Kim, A.J., & Ko, E. (2012) *Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An Empirical Study of Luxury Fashion Brand*. *Journal of Business Research*, 65, 1480-1486. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.014>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Harlow : Pearson Education Limited
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat (2018). *Meneropong praktik public relations di Indonesia dengan teori dan riset: Disertai contoh-contoh riset kontemporer (Cetakan pertama)*. Malang, Indonesia: UB Press.
- Kurniati, K., Munir, M., Hamidah, L., & Rizky, A. S. (2020). *Monitoring dan evaluasi humas pemerintah dalam penggunaan media sosial untuk memerangi hoaks*. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(1), 78-95.
- Mutia Annur, C. (2023). *Jawa Tengah, Provinsi Penghasil Sampah Terbanyak di Indonesia* 2022. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2023/10/09/jawa-tengah-provinsi-penghasil-sampah-terbanyak-di-indonesia-2022>
- Muharika, D. (2019). *Metodologi penelitian evaluasi program*. Alfabeta.

- Nandia, M. (2023). *Upcycle Limbah Berupa Pakaian Bekas Impor Menjadi Modest Wear Menggunakan Teknik Dekonstruksi*. Universitas Telkom, S1 Kriya. <https://repositori.telkomuniversity.ac.id/pustaka/200499/upcycle-limbah-berupa-pakaian-bekas-impor-menjadi-modest-wear-menggunakan-teknik-dekonstruksi.html>
- Nila Krisnawati Hidayat & Rudy Tobing. (2012). Enhancing Netizen as a Digital Marketing Activity Toward Strategic Branding: A Case Study of “XYZ” Brand. *The Winners*, 13(1).
- Nurhadi, M., Suryani, T., Fauzi, A.A. (2024). *Cultivating domestic brand love through social media marketing activities: Insight from young consumers in an emerging market*. Asia Pacific Management Review, Volume 30 (1). 100349, ISSN 1029-3132
- Raden Putri Alpadillah Ginanjar. (2024). *Jejak Persaingan Shopee dengan Tokopedia, Siapa Penguasa Pasar E-Commerce RI Saat Ini?* | *tempo.co*. <https://www.tempo.co/ekonomi/jejak-persaingan-shopee-dengan-tokopedia-siapa-penguasa-pasar-e-commerce-ri-saat-ini--14288>
- Ruslan, Rosady. (2010). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Setiawan, Iwan dan Yosanova Savitry. (2016). *"New Content Marketing" Gaya Baru Pemasaran Era Digital*. Jakarta: Pt.Gramedia Pustaka Utama.
- Septanto, H., & Hidayatullah, A. (2022). *Perancangan Sistem Informasi Monitoring Proyek Berbasis Web Untuk Mendukung Implementasi Paperless Office*. Jurnal Tera, 2(2), 34-43.
- Slice.id. (n.d.). *VIDEO VERTIKAL: Trend Media Baru dalam Dunia Digital*. Slice.id Blog. Diambil dari <https://www.slice.id/blog/video-vertikal-trend-media-baru-dalam-dunia-digital>
- Sukarmin, Y. (2010). *Pemasaran olahraga melalui berbagai event olahraga. MEDIKORA: Jurnal Ilmiah Kesehatan Olahraga*, 2.
- Utomo, T. S. B., & Mufidah, H. (2022). *Proses Penulisan Script Produksi Konten di TV9 Nusantara Surabaya*. AN-NASHIHA Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies, 2(2), 80-84.