

DAFTAR PUSTAKA

- Adji, N. L., & Claretta, D. (2023). *Fenomena Thrift Shop Dikalangan Remaja: Studi Fenomenologi tentang Thrift Shop di Kalangan Remaja Surabaya*. Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting, 3(1), 36–44.
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2021). *Metode penelitian kualitatif studi pustaka*.
- Amatullah, D. C., & Sutrisno, J. (2022). *Pengembangan media pembelajaran interaktif pada materi bangun ruang sisi datar kelas VIII SMP Al-Azhar 3 Bandar Lampung tahun pelajaran 2021/2022*. Lentera: Jurnal Ilmiah Kependidikan, 15(1), 243–252.
- Anandra, Q., Uljanatunnisa, & Cahyani, I. P. (2020). *Analisis Elaboration Likelihood Theory pada kampanye “Go Green, No Plastic” Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*. Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika, 9(2), 96–104. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i2.3421>
- Anwar, L. A. (2024, September 14). *Kenapa anak muda gemar membeli pakaian bekas?* Kompas.id. <https://www.kompas.id/baca/internasional/2024/09/14/kenapa-anak-muda-gemar-membeli-pakaian-bekas>
- Carousell Group. (2021). *The Carousell Recommerce Index 2021 Report*.
- Dhandyal, H. K., & Singh, P. P. (2021). *To study the effectiveness of transit advertising among youth in Mumbai*. Natural Volatiles & Essential Oils, 8(4), 2721–2732.
- Djamaly, M. F., Djumarno, D., Astini, R., & Asih, D. (2024). *The influence of activity, interest, opinion (AIO) and price perception on the decision to*

watch a film in the cinema. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics, 7(2), 2063–2073.

Evans, T., Molly, J., Eva, S. O., & Miles, A. (2020). *The importance of billboard advertising*. IDOSR Journal of Communication and English, 5(1), 59–65.

Fardiansyah, F. (2023). *Fotografi jalanan bisa dijadikan sebagai ide untuk berinovasi di bidang industri kreatif*. RETINA: Jurnal Fotografi, 3(2), 264–270. <https://doi.org/10.59997/rjf.v3i2.2265>

Fauzia, Z., & Daniar, A. (2023). *Penciptaan gambar ilustrasi untuk meningkatkan personal branding CV Pustaka Cemerlang*. SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual, 1(2), 353–367. <https://doi.org/10.59581/seniman-widyakarya.v1i2.1881>

Fitri, A. N. (2023). *Kampanye Public Relations sebagai Upaya Meningkatkan Awareness Moderasi Beragama*. Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah, 22(1), 35–49. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v22i1.8613>

Holloway-Attaway, L., & Murray, J. T. (Eds.). (2023). *Interactive storytelling: 16th International Conference on Interactive Digital Storytelling, ICIDS 2023, Kobe, Japan, November 11–15, 2023, Proceedings, Part I* (Lecture Notes in Computer Science, Vol. 14383). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-47655-6>

Hopkins Printing. (n.d.). *3 reasons why POP signage is your best in-store marketing tool* [Video]. Hopkins Printing. <https://www.hopkinsprinting.com/blog/3-reasons-why-pop-signage-is-your-best-in-store-marketing-tool-video/>

Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Yogyakarta: ANDI Publishing.

Kasir Pintar. (n.d.). *Apa itu X-Banner dan bagaimana menggunakannya untuk promo usaha UMKM*. Kasirpintar.co.id.

<https://kasirpintar.co.id/solusi/detail/apa-itu-x-banner-dan-bagaimana-menggunakannya-untuk-promo-usaha-umkm>

Khotimah, K. (2020). *Panduan desain grafis*. Cerdas Ulet Kreatif.
https://www.researchgate.net/publication/351316912_Panduan_Desain_Grafis

Kurniawan, A. A., & Kristiawati, I. (2022). *Analisis visual merchandising, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepatu Vans (studi pada konsumen sepatu Vans di Kota Surabaya)*. Jurnal STIAMAK Barunawati Surabaya, 1(1), 1–15.

Mahendra, D., & Thalib, A. A. (2025). *Aksesibilitas radio oleh Generasi Z (Studi kasus mahasiswa komunikasi Universitas Fajar Makassar)*. Jurnal Komunikasi, 18(1), 28–33.

Maiti, R. (2025, January 20). *Fast fashion and its environmental impact in 2025*. Earth.Org. <https://earth.org/fast-fashions-detrimental-effect-on-the-environment/>

Maya, A. W. (2023). *Komunikasi persuasif dalam pembentukan sikap mental dan karakter (Studi pada pelatih pendidik Tamtama TNI AD KODAM II SWJ Palembang)*. Jurnal Studi Ilmu Komunikasi, 2(2), 28–37.
<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom>

Mursalina, H., Yunanto, P. W., & Oktaviani, V. (2019). Pengembangan media cetak dan digital untuk Dellsand Kreasi Kaos sebagai media promosi. *Jurnal Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer (JPTIK)*, 3(2), 127–134.
<https://doi.org/10.21009/pinter.3.2.7>

Nurijadi, B., Irawan, N., & Yustianingsih, Y. (2024). *Kampanye Public Relations dalam mensosialisasikan penyalahgunaan narkoba (Siswa SMK Bina Husada Mandiri Bekasi)*. MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi, 3(1), 99–113.
<https://doi.org/10.54259/mukasi.v3i1.2473>

- Octosa. (2017). *Apa itu desain komunikasi visual?* International Design School.
<https://idseducation.com/apa-itu-desain-komunikasi-visual/>
- Pertiwi, N. Y., & Purwanti, N. D. (2023). Twitter for public organization: Communication and public engagement in the Generation Unlimited initiative. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 12(1), Article 5.
<https://doi.org/10.7454/jkmi.v12i1.1057>
- Primasanti, H. (2023). *Belajar desain grafis untuk pemula: Mahir segala jenis desain, semua orang bisa jadi desainer*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Radwan, A. H., & Morsy, A. A. G. (2016). *The importance of integrating street furniture in the visual image of the city*. *International Journal of Modern Engineering Research*, 9(2), 29–35.
- Rahma, D., Ihwani, N. N., & Hidayat, N. S. (2024). *Pengaruh penggunaan media digital sebagai media interaktif pada pembelajaran dalam meningkatkan motivasi belajar siswa*. Enggang: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya, 4(2), 12–21. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/enggang/article/view/13298>
- Rizeki, D. N. (2023, 27 Juli). *Mengenal apa itu fast fashion dan perkembangannya di Indonesia*. Majoo. <https://majoo.id/solusi/detail/apa-itu-fast-fashion>
- Rizky, M. T., Prasetya, H., & Mustiawan. (2025). *Potential of ambient media use as advertising media in the future*. *ELS Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 8(1), 255–267. <https://doi.org/10.34050/elsjish.v8i1.43571>
- Ruita, A. G., Colete, J. C., Magpili, J., Uao, A. J., Jala, J. V. M., Oco, D. D., Tumaroy, C. P., & Lopina, G. C. S. (2025). *The effectiveness of Facebook as a digital marketing tool of students online sellers*. *International Journal of Social Science and Human Research*, 8(2), 843–852.
<https://doi.org/10.47191/ijsshr/v8-i2-09>

- Ruswandi, P. U., Hartoyo, & Najib, M. (2021). *Attention, Interest, Search, Action, and Share (AISAS) Analysis of Zomato Promotion Effectiveness*. *Binus Business Review*, 12(2), 177–188. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i2.6676>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Maguwoharjo, Depok, Sleman, DI Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Sefanya, R. U., & Bathesta, Y. (2020). *Strategi komunikasi dalam melakukan business recovery antara agensi public relations dengan startup digital*. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 12(2), 98–107.
- Sharma, H. (2023). *The importance of website usability in digital marketing: A review*. *London Journal of Research in Computer Science and Technology*, 23(3).
- Sinaga, A. P., & Manurung, L. S. (2022). *Pengaruh Green Advertising terhadap Minat Beli Konsumen dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening pada Produk The Body Shop di Kota Medan [PDF]*. Neliti. <https://media.neliti.com/media/publications/465817-none-f435e70b.pdf>
- Siregar, L. V. C., Situmorang, S. H., & Sembiring, B. K. F. (2025). *The effectiveness of Instagram visual campaigns on brand awareness among Gen Z*. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 2(1), 32–58. <https://doi.org/10.61132/ijems.v2i1.392>
- Sumartono, & Astuti, H. (2018). *Penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan*. *Komunikologi*, 15(1), 8–9.