

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Rajawali Pers.
- Alamsyah. (2021). Model Komunikasi Jejaring Sosial dan Media Massa dalam Konteks Pesan Publik. *DIALEKTIKA KOMUNIKA*, 9(1), 1–16.
- Anintya, A. H. (2024). *Inklusi digital : persepsi masyarakat terhadap penyandang disabilitas sebagai model iklan pada brand fashion layak official*. 7(3).
- Arif, M. I., Nasution, A. P., & Lubis, J. (2025). Analisis Strategi Diferensiasi dalam Meningkatkan Positioning pada Warung Kopi di Rantau Prapat. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 4, 272–286.
- Arneisha, S., Marasabessy, N., Dimyati, D., & Komunikasi, S. I. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Lucrum Place and Coffe Melalui Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi.*, 9(4), 938–950.
- Basri, M. H., & Rizaq, M. C. (2023). Brand Identity Jamur Crispy Dua Putri Driyorejo Gresik Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal SASAK: Desain Visual Dan Komunikasi*, 5(2), 123–136.
- Bizaro, M. N., Ardia, V., & KN, J. (2023). Strategi Branding Elshinta Radio Dalam Membangun Positioning Sebagai Radio Berita. *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(4).
<https://doi.org/https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i4.512>
- Budiarti, A. (2024). Strategic Brand Positioning in the Digital Marketplace: Insights from Emerging Businesses. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(2).
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Eka Putri, D., Sudirman, A., Suganda, A. D., Martini, R. D. K. E. M., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). Brand Marketing. In *Grup CV. Widina Media Utama* (1st ed.). Widina Bhakti Persada.
https://doi.org/https://digilib.stiestekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_b80

df6f70880dee96a854a99cd2b4f1ceb15b4d6_1681049851.pdf

Every Purchase Makes Indonesia More Inclusive. (2024). Layak Official.
<https://www.layakofficial.com/>

Farrisqi, K. A., & Pribadi, F. (2022). *PERLINDUNGAN HAK PENYANDANG DISABILITAS UNTUK MEMPEROLEH PEKERJAAN DAN PENGHIDUPAN YANG LAYAK*. 4(2), 149–155.

Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran (Pertama)*. CV. Penerbit Qiara Media.

Githapradana, D. M. W., Raharja, I. G. M., C, T. I. R., & Pebryani, N. D. (2024). Gender and Culture Inclusivity in the Story of Hope Fashion Collection. *The Academic Research Community Publication*, 1–9.
<https://doi.org/10.21625/archive.v8i1.1046>

Hapsari, N. P., Rurianto, J., Ruswanti, E., Sumitro, D. S., & Jakarta, U. M. (2025). Brand Positioning Media Sosial Terhadap 2 Merek Fashion Muslim Digital Branding Pendekatan UU Perlindungan Konsumen. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis (El-Mal)*, 6(12), 4358–4366.

Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi Pemasaran* (F. A. Darma & M. T. Multazam, Eds.). Umsida Press.

Haya, L., & Diniati, A. (2024). Social media content management on Instagram in the fashion industry. *Jurnal ASPIKOM: Asosiasi Perguruan Tinggi Ilmu Komunikasi*, 9(1), 29–44.

Heryani, D., Wiryany, D., & Meltareza, R. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Daclen dalam Membangun Positioning di Akun Instagram @daclen . id. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 2.

Kaiser, S. B., & Green, D. N. (2021). *Fashion and Cultural Studies* (2ed ed.). Bloomsbury.

Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kualitatif dan Kuantitatif Disertai Contoh Praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenadamedia Group.

Kurniawan, C., & Rusdi, F. (2024). *Strategi Komunikasi di Media Sosial PT . Pos*

- Logistik Indonesia dalam Membangun Brand Awareness*. 152–159.
- Lestari, S., Samihardjo, R., & Sapanji, R. A. E. V. T. (2023). *Pelatihan Brand Identity untuk UMKM : Meningkatkan Kesadaran Merek dan Daya Saing di Era Digital*. 6(2), 490–499.
- Mubaroq, H., & Hidayati, Y. N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Facebook Dalam Pembentukan Budaya Alone Together Pada Kalangan Remaja Di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo. *POPULIKA*, 10(2), 167–173. <https://doi.org/10.2307/j.ctt21c4rxx.17>
- Noviko, A. G., & Rosyidi, I. (2024). Pembentukan Brand Image Elzatta Hijab Pt Bersama Zatta Jaya (Elcorps). *Reputation Jurnal Hubungan Masyarakat*, 7(2), 157–178. <https://doi.org/10.15575/reputation.v7i2.29615>
- Olsen, L. E., Pappas, I., Samuelsen, B., & Warlop, L. (2022). Broad vs Narrow Brand Positioning: Effects on Competitive Brand Performance. *European Journal of Marketing*, 56(3), 799–816. <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2021-0090>
- Pahlevi, M. R., & Swarnawati, A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada PT Albis Nusa Wisata di Jakarta. *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial, Dan Humaniora*, 2(4).
- Prasetya, B. P. P. (2022). *Instagram Post Design Guide Book*. Malang: Percetakan Ma Chung Pres.
- Pratama, P. (2025). *INFOGRAFIK: Penyandang Disabilitas Sulit Cari Kerja dan Diupah Rendah*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/infografik/691aa5bc10be1/infografik-penyandang-disabilitas-sulit-cari-kerja-dan-diupah-rendah>
- Purnomo, F., Ramadhani, N., Putri, N., Rodhiyana, R., & Hartini, S. (2025). The Power of Inclusivity in Branding : A Systematic Literature Review on Trends , Theoretical Perspectives , and Research Landscape. *JiIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 8.
- Putri, W. (2025). *Rispek, 4 Merek Fashion Lokal yang Memberdayakan Disabilitas*. IDN Times. <https://www.idntimes.com/life/inspiration/merek-fashion-lokal-yang-memberdayakan-disabilitas-c1c2-01-8ks6x-bl1ccy>

- Rahmawati, S., & Andrini, S. (2023). Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Summertime Melalui Perubahan Kemasan Ramah Lingkungan. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 06(02), 237–254.
- Rahmawati, Y., & Efendi, D. A. (2024). *Gemas dan Haru Jadi Satu, Ini Jadinya Kalau Model Disabilitas Tampil di Ajang Fashion Show*. Suara.Com. https://www.suara.com/lifestyle/2024/12/18/174728/gemas-dan-haru-jadi-satu-ini-jadinya-kalau-model-disabilitas-tampil-di-ajang-fashion-show#google_vignette
- Rangkuti, F. (2018). *Dongkrak Penjualan Melalui Marketing Strategy & Competitive Positioning: Mengukur Segmentasi, Targeting, dan Positioning Menggunakan SPSS*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ries, A., & Trout, J. I. (2002). *Positioning: The Battle Your Mind*.
- Sari, Y. M. (2025). Strategi Brand Positioning terhadap Brand Awareness Pada Merek Lokal Koto Batu. 12(1), 215–221.
- Siagian, I., Lisnarini, N., & Rizkiana, M. (2025). *Empowering Persons with Disabilities in the Fashion Industry : A Case Study of Layak Indonesia ' s Inclusive Branding Strategy*. 6(3), 495–507.
- Suyanto, F. A. (2024). *Penerapan Komunikasi Positioning Amanie Wedding Organizer Bengkulu: xx (Number xx)*. Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
- Swatski, A. (2025). *The History of Fashion: From the 1900s to Today*. Fashinnovation. <https://fashinnovation.nyc/the-History-of-Fashion-from-the-1900s-to-Today/>
- Utami, Y. P., Afriyanti, W., & Kamiilah, A. N. (2025). Keterbatasan vs Kesempatan : Analisis Akses dan Stigma Penyandang Disabilitas pada Pasar Kerja Formal. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, (1), 1–11.
- Wardhana, A. (2024). *Brand Management iIn The Digital Era (Edisi Indonesia)* (M. Pradana, Ed.; 1st ed.). CV. Eureka Media Aksara.
- Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding* (5th ed.). John Wiley & Sons, Inc.

Wijayanti, A. W., Wijayanto, A., & Prihartini, A. E. (2023). TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE Pendahuluan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 255–265.

Zharova, A. V., Krupskyi, O. P., & Stasiuk, Y. M. (2025). Inclusive Branding As The Basis For Fenty Beauty's Strategic Positioning In The Global Beauty Industry. *Economics: Time Realities (Scientific Journal)*, 3(79), 5–17. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15772939>

