

Daftar Pustaka

- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Untuk: Ekonomi, Manajemen, Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya)*. Aswaja Pressindo.
- Afrillia, D. (2021). *Mengenal Konsep Fast Fashion dan Dampaknya Pada Lingkungan Hidup*. Good News From Indonesia.
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/10/12/mengenal-konsep-fast-fashion-dan-dampaknya-pada-lingkungan-hidup>
- Azwar, S. (2016). *Sikap manusia teori dan pengukurannya*. Edisi ke-2. Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana. Prenada Media Group.
- Daeli, S. (2012). Eksistensi Lembaga Swadaya Masyarakat di Kalimantan Barat. *Jurnal Bina Praja*, 4(1), 57–66. <https://doi.org/10.21787/jbp.04.2012.57-66>
- Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes M. Ali Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i1.23365>
- Enterprise, J. (2014). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Elex Media Komputindo.
- Fashion Revolution. (2021). South East Asia Fashion Sustainability Report 2021. In *Issu*.
https://issuu.com/fashionrevolution/docs/final___fashion_sustainability_report_2021
- Fatmarianti, W. D. (2020). Pengaruh Kampanye “#Budayabeberes” terhadap Sikap Konsumen di Gerai KFC Setiabudi Pamulang. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 480–488. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29313/v7i1.27276>
- Forum, S. F. (2020). *Quick Question: What’s Wrong With Fast Fashion?*
<https://www.thesustainablefashionforum.com/blog/the-problem-with-fast-fashion>
- Foundation, E. M. (2017). A new textiles economy: Redesigning fashion’s future. In *Ellen MacArthur Foundation*.
- Gumelar, G. (2016). Nilai Lingkungan dan Sikap Ramah Lingkungan Pada Warga Jakarta Di Pemukiman Kumuh. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 39.
<https://doi.org/10.24014/jp.v12i1.3007>
- Gunawan, I.-, Fauzi, A. A., Aulya, D., Jaya, S. I., & Meirizka, N. (2021). Pengaruh Kampanye Iklan #Kasihlembihan Gojek Indonesia Terhadap Persepsi Publik. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 29–38. <https://doi.org/10.33822/jep.v4i1.2336>
- Gwozdz, W., Nielsen, K. S., & Müller, T. (2017). An environmental perspective on clothing consumption: Consumer segments and their behavioral patterns. *Sustainability (Switzerland)*, 9(5). <https://doi.org/10.3390/su9050762>
- Kaikobad, N. K., Zafar, M., Bhuiyan, A., Zobaida, H. N., & Daizy, A. H. (2015). Sustainable and Ethical Fashion: The Environmental and Morality Issues.

- IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS, 20(8), 17–22.*
<https://doi.org/10.9790/0837-20811722>
- Kaligis, R. A. W., Pratiwi, A., & Anshari, F. (2020). Analisis Pengaruh Kampanye Public Relations #SaveGBK dan Identitas Sosial Pada Sikap Jakmania Depok. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 18(2)*, 154–168.
<https://doi.org/10.31315/jik.v18i2.3539>
- Kompas.com. (2021). *46 Persen Sungai Indonesia Tercemar Limbah, Peneliti UP Beri Solusi*. Kompas.
<https://amp.kompas.com/edukasi/read/2021/08/10/110406171/46-persen-sungai-indonesia-tercemar-limbah-peneliti-up-beri-solusi>
- Kriyantono, R. (2014). *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal : Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Kencana.
- Kriyantono, R. (2018). *Meneropong Praktik Public Relations di Indonesia dengan Teori dan Riset (Disertai contoh-contoh Riset Kontemporer)*. UB Press.
- Levi, P. A. A. (2021). *Fast Fashion dan Dampaknya Terhadap Lingkungan*. Kompasiana.
https://www.kompasiana.com/purwanti_asih_anna_levi/6184893406310e255718f4e2/fast-fashion-dan-dampaknya-terhadap-lingkungan
- Line Today. (2019). #TukarBaju, Kampanye Kreatif untuk kurangi Sampah Fesyen. *LineToday*. <https://today.line.me/id/v2/article/vJOnm5>
- Merdekawati, S., & Lestari, M. T. (2018). Pengaruh Kampanye Pada Youtube Web Series Tropicana Slim “ Sore - Istri Dari Masa Depan ” Terhadap Sikap Gaya Hidup Sehat Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Bandung the Influence of Campaign on Youtube Tropicana Slim Web Series “ Sore - Istri Dari M. *Dialetika, 5(2)*, 101–110.
- Mubin, M. A. (2021). Pengaruh Pesan Kampanye Komunitas Earth Hour Surabaya Terhadap Perubahan Perilaku Ramah Lingkungan Anak Muda Di Kota Surabaya. *Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi, 04(1)*, 155–164.
- Mulyono. (2019). *Analisis Regresi Sederhana*.
<https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/>
- Putri, G. L. B., Luik, J. E., & Yogatama, A. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye Penjaga Amanah Gojek Melalui Youtube Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya dalam Menggunakan Gojek. *Jurnal E-Komunikasi, 8(2)*, 1–11.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11119>
- Rao, P. (2019). *Battling the damaging effects of 'fast fashion.'* United Nations.
<https://www.un.org/africarenewal/magazine/december-2019-march-2020/battling-damaging-effects-'fast-fashion'>
- Redaksi. (2019). *7,5 Ton Sampah Diangkat di Pantai Ancol*. Dari Laut.
<https://darilaut.id/berita/75-ton-sampah-diangkat-di-pantai-ancol-jakarta>
- Ronauli, M. P. D. H., Wahyudin, U., Mustikasari, F., & Mirawati, I. (2016). Hubungan Antara Pesan Kampanye 9 Aksi Ramah Lingkungan Di Akun Twitter Eart Hour Bandung Dengan Sikap Followers Aktif Terhadap Gaya Hidup Ramah Lingkungan. *Jurnal Manajemen Komunikasi, 1(1)*, 125–144.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach*. Deepublish.
- Ruslan, R. (2007). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Raja Grafindo

- Persada.
- Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi Dan Public Relations*. Raja Grafindo Persada.
- Samarasinghe, D. S. R. (2012). Green consumerism individual's ethics and politics as predictors of pro-environmental behavior. *Delhi Business Review*, 13(1), 41–48.
- Simamora, D. L. (2019). Pengaruh Pesan Kampanye #GenZHeTikYuk! Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Pengikut Akun Instagram @dutalingkunganpku. *JOM Fisip*, 6(II), 1–15.
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/viewFile/25937/25122>
- 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>
- Siregar, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & Spss* (Edisi Pert). PRENADAMEDIA GROUP.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. PT. Prestasi Pustaka.
- Syafrikurniasari, N., & Widiani, S. P. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement Di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 17–26.
<https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.937>
- TukarBaju. (2021). *Event Online #TukarBaju*. @tukarbaju_.
https://www.instagram.com/p/CJKYQI9gCzC/?utm_source=ig_web_copy_link
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis Dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik Edisi Revisi*. Simbiosia Rekatama Media.
- Wardah, F. (2021). *Pakar: Pemerintah Kewalahan Tangani Persoalan Sampah*. VOA Indonesia. <https://www.voaindonesia.com/a/pakar-pemerintah-kewalahan-tangani-persoalan-sampah/5932206.html>
- Yan, M. Z. W. & R. N. (2013). An Exploratory Study of the Decision Process of Fast versus Slow Fashion Consumer. *Fashion Marketing and Management*, 17(2), 141–159. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JFMM-02-2011-0045>
- YouGov. (2017). *Mode Cepat : 3 dari 10 orang di Indonesia menyingkirkan pakaian setelah mengenakannya hanya sekali*. YouGov.
<https://id.yougov.com/id/news/2017/12/06/fast-fashion/>
- ZeroWasteIndonesia. (2018). *About Zerowaste Indonesia*. Zero Waste Indonesia.
<https://zerowaste.id/tentang-zero-waste-indonesia/>