

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Albab, W. U., Mardiah, A. R., Ranjani, G., Karina, G. D., & Safitri, M. N. (2024). Pengaruh Industri *Fast Fashion* Terhadap Pencemaran Lingkungan dan Penurunan Keadilan Antar Generasi. *Indonesian Journal of Criminal Law and Criminology (IJCLC)*, 5(3).
- Auliya, A. M. F. (2025). Analisis Resepsi Gen Z Terhadap Konten “Semua Orang Bisa Keren” Dalam Pemasaran Di Akun Tiktok @Rucas. *The Commmercium*, 9(1), 205–217.
- Baudrillard, J. (2019). *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. Verso Books.
- Bhardwaj, V., & Fairhurst, A. (2010). Fast fashion: response to changes in the fashion industry. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 20(1), 165–173.
- Bick, R., Halsey, E., & Ekenga, C. C. (2018). The global environmental injustice of fast fashion. *Environmental Health*, 17, Article 92. <https://doi.org/10.1186/s12940-018-0433-7>
- Brooks, A. (2015). *Clothing poverty: The hidden world of fast fashion and second-hand clothes*. Zed Books.
- Buitrago, R., Gracia, A., & Nelson. (2024). From the closet to the shore: Fashion waste pollution on Colombian Central Caribbean beaches. *Marine Pollution Bulletin*, 199, 115976.
- Choi, T.-M. (2013). *Fast fashion systems: Theories and applications*. Crc Press.
- Danesi, M. (2013). *Encyclopedia of media and communication*. University of Toronto Press.
- Derajat, S. P., Imelda, I., & Ayu, S. (2025). Eksplorasi Persepsi Generasi Z terhadap Kredibilitas dan Popularitas Influencer TikTok dalam Memengaruhi Pilihan Produk Fashion: Sebuah Literatur Review. *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 2(2), 183–191.
- Diantari, N. K. Y. (2021). *Fast Fashion Sebagai Lifestyle Generasi Z di Denpasar (Fast Fashion as a Generation Z Lifestyle in Denpasar)* (Vol. 1).
- Durham, M. G., & Kellner, D. M. (2009). *Media and Cultural Studies: Keywords*.

- Farhani, A. P., & Kurniadi, O. (2022). Pemakaian produk fast fashion sebagai bentuk citra diri Generasi Z. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2), 451–456.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020a). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199–208.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020b). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199–208.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Gazali, H. (2019). *Islam untuk Gen-Z* (S. Kholisoh & K. Anam, Eds.; Vol. 1). Wahid Foundation.
- Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). *Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Get Out)*. 18(2), 127–134.
- Gunawan, I. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: teori dan praktik*. Bumi Aksara.
- Hadi, A., & Widyati, N. (2024). *Setelah Algoritma: Media Baru dan Perubahan Sosial di Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2021). *KOMUNIKASI MASSA*. CV. Penerbit Qiara Medi. www.google.com
- Hakim, A. L., & Rusadi, E. Y. (2022). Kritik Globalisasi: Fenomena Fast Fashion Sebagai Budaya Konsumerisme Pada Kalangan Pemuda Kota Surabaya. *ALMAARIEF*, 59–67.
- Hall, S. (1996). *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*.
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (1980). *Culture, Media, Language*.
- Igini, M. (2023, August 21). *10 Concerning Fast Fashion Waste Statistics by Martina Igini*. *Global Commons*. Aug 21st 2023 4 mins.
<https://earth.org/statistics-about-fast-fashion>
- Jankowski, N. W., & Jensen, K. B. (2002). *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. Routledge.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. <https://kbbi.web.id/khalayak>

- Kaye, D. B. V., Zeng, J., & Wikstrom, P. (2022). *TikTok: Creativity and culture in short video*. John Wiley & Sons.
- Kristyowati, Y. (2021). Generasi “Z” dan strategi melayaninya. *Ambassadors: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani*, 2(1), 23–34.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Kriyantono, R. (2022). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif: Edisi Kedua*. Prenada Media.
- Latif, H. D. (2024). *New Media dan Dakwah*. Elex Media Komputindo.
- LCDI. (2022, March 8). *Mengenal fesyen sirkular, siklus yang mengubah dinamika dunia mode*. <https://lcdi-indonesia.id/2022/03/08/mengenal-fesyen-sirkular-siklus-yang-mengubah-dinamika-dunia-mode>
- Logan, R. K. (2010). *Understanding new media: extending Marshall McLuhan*. Peter Lang.
- Malau, R. (2011). Khalayak Media Baru. *Jurnal The Messenger*, 3(1), 51–56.
- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). Dampak penggunaan aplikasi online tiktok (Douyin) terhadap minat belajar di kalangan mahasiswa sosiologi fakultas ilmu sosial dan politik universitas sam ratulangi manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1).
- Morley, D., & Chen, K.-H. (Eds.). (1996). *Stuart Hall: Critical dialogues in cultural studies*. Routledge.
- Narto, S., & Rizky, R. I. (2023). Tiktok Menjadi Trend 2022 di platform sosial media. *Journal of Social and Political Science/JUSTICE*, 3(1), 101–114.
- Nasrullah, R. (2019). *Teori dan riset khalayak media*. Prenada Media.
- Nasrullah, R. (2022). Manajemen Komunikasi Digital: Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi. In *Prenadamedia Group*.
- Nathania, Y., & Amalia, D. (2023). Analisis Penerimaan Generasi Z terhadap Gaya Hidup Hedonisme dalam Konten “How Much I Spend In A Day” pada Akun TikTok @Skincareans. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6. <http://Jiip.stkipyapisdompu.ac.id>
- Nidia, C., & Suhartini, R. (2020). Dampak fast fashion dan peran desainer dalam menciptakan sustainable fashion. *Jurnal Online Tata Busana*, 9(2), 157–166.

- Nouvan. (2025, August 8). *Indonesia Jadi Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia 2025*. <https://dataloka.id/humaniora/4424/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-2025/>
- Noyes, L. (2021, September 23). *Fast Fashion 101: Everything You Need to Know*. <https://www.ecowatch.com/fast-fashion-guide-2655084121.html>
- Pamungkas, R. E., Ainu, F. E., Nisa, P. K., Chaniago, M. A., Husairi, M. S., & Adinda, A. S. (2025). Gaya Konsumtif Gen Z Melalui Akun Tiktok Shop dalam Pembelian Produk Fashion Baju pada Kelas KPI 5D. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(1), 129–139.
- Pujiono, A. (2021). Media sosial sebagai media pembelajaran bagi generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1–19.
- Purnamasari, N. P., & Tutiasri, R. P. (2021). *Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Gaya Hidup Berbelanja Fashion Melalui Tayangan Video “Belanja Gak Aturan” dalam Akun Tiktok @handmadeshoesby*.
- Rahardjo, T. (2024). *Memahami Metode Penelitian Komunikasi*.
- Rosita, R., & Utami, R. T. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Gen Z Terhadap Keputusan Membeli Dalam Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(3), 869–883.
- Sa’adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi generasi Z terhadap fitur Tiktok Shop pada aplikasi Tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131–140.
- Salsabila, D. N., Sudaryanto, E., & Kusnadi, H. F. N. (2025). *Analisis Resepsi Mahasiswa Di Surabaya Terhadap Konten Youtube Frugal Living @Samuelandclaudya*. 03(02), 896–899. <https://conference.untagsby.ac.id/index.php/semakom>
- Sangrawati, M., Purnama Pongky Adhi, & Candarstuti Ratih. (2022). *Fashion Campaign Limbah Tekstil Dalam Fotografi Ilustrasi Fashion Campaign For Textile Waste In Illustration Photography*.
- Sokowati, M. E., Annisa, F., & Widyasari, W. (2023). *Memahami Khalayak Media dalam Beragam Perspektif*. Kepustakaan Populer Gramedia. <https://books.google.co.id/books?id=8m3WEAAQBAJ>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta Cv.

- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
www.cvalfabeta.com
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Peneliti yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif*. ALFABETA.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Alvabeta Bandung, CV.
- Tokatli, N. (2008). Global sourcing: insights from the global clothing industry—the case of Zara, a fast fashion retailer. *Journal of Economic Geography*, 8(1), 21–38.
- Ummah, A. H. (2022). *Manajemen industri media massa*. Syiah Kuala University Press.
- Vidiati, C. (2024). Strategi Pemasaran UMKM di Era Digital: Studi Kasus Gamis Hijab Terbaru Riskirich Menggunakan Aplikasi TikTok Shop. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 3(10).
- Walidin, W., Saifullah, S., & ZA, T. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. FTK Ar-Raniry Press.
- we are social. (2025, February). *Special report digital 2025 Your ultimate guide to the evolving digital world*.
<https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>
- Yang, S., Zhao, Y., & Ma, Y. (2019). Analysis of the reasons and development of short video application-Taking Tik Tok as an example. *Proceedings of the 2019 9th International Conference on Information and Social Science (ICISS 2019), Manila, Philippines*, 12–14.
- Yunita, H., & Wijayanti, A. (2025). *Idea Analisis Tentang Dampak Aplikasi Tik Tok Pada Siswa Sdn 65 Desa Suka Rami Kecamatan Kedurang Ilir Kabupaten Bengkulu Selatan*.