

DAFTAR PUSTAKA

- Aliansi Zero Waste Indonesia . (2021, April). *Anak Muda dan Zero Waste; Dari Perubahan Gaya Hidup Hingga Kebijakan*. Diambil kembali dari aliansizerowaste.id: <https://aliansizerowaste.id/2020/09/11/anak-muda-dan-zero-waste-dari-perubahan-gaya-hidup-hingga-kebijakan/>
- Anggani, C. H. (2014). Pengaruh Kampanye "Say No To Plastic Bag" oleh The Body Shop Terhadap Partisipasi Masyarakat. *Jurnal Universitas Prof. Dr. Moestopo*, <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/viewFile/141/86>.
- Azwar. (2013). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dasgupta, P. (1988). *Trust as a Commodity*. Cambridge. (Basil Blackwell). The Bodleian Library University of Oxford, 4: 49-72.
- Damiati, L. M. (2017). *Perilaku Konsumen* . Depok: PT Grafindo Persada.
- Darmawan, D. (2012). *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Deasastika, E., & Nugrahani, R. U. (2021). Strategi Komunikasi Zero Waste Indonesia Dalam Kampanye #tukarbaju.
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Pamulang-Tangerang Selatan : Karisma Publishing Group.
- Dr. Ulber Silalahi, M. (2019). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama .
- Effendy, N. (1998). *Dasar-Dasar Keperawatan Kesehatan Masyarakat Edisi 2* . Jakarta: EGC.
- Fatchiya, G. S. (2019). Efektivitas Instagram "Earth Hour Bogor" Sebagai Media Kampanye Lingkungan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalkmp/article/view/25129>.
- Fitinline. (2021, September). *Penerapan Zero Waste Fashion Untuk meminimalisir Limbah Produksi Busana*. Diambil kembali dari <https://fitinline.com>:

<https://fitinline.com/article/read/penerapan-zero-waste-fashion-untuk-meminimalisir-limbah-produksi-busana/>

- Fransisca Andreani. (2016). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Atas Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Atlas Sports Club Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 32.
- Frick, K. &. (2004). *Environmental knowledge and conservation behavior : exploring prevalence and structure in a representative sample*. Personality and individual differences.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumelar. (2016). *Nilai Lingkungan Dan Sikap Ramah Lingkungan Pada Warga Jakarta Di Pemukiman Kumuh*. Fakultas Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
- Imron, M. (2019). *Zero Waste Indonesia*. Diambil kembali dari zerowaste.id: <https://zerowaste.id/zero-waste-lifestyle/what-is-zero-waste-anyway/>
- Izzah Abd Hamid, W. A. (2020). Zero-Waste Campaign : Assessment on University Student's Behaviour, Awareness, and Impact on Plastic Product. *Semantic Scholar*.
- J Carolin, S. W. (2020). Visual Video Communication Design Of Social Campaign Zero Waste Lifestyle. *Iop Science*.
- J miriam, N. U. (2020). Visual Communication Design Of Campaign To Reduce Plastic Waste To Protect Mangrove By Pulauku Zero Waste. *Iop Science*.
- kejar mimpi . (2018). *ZERO WASTE LIFESTYLE MENANTANG KAMU UNTUK MENERAPKAN GAYA HIDUP BEBAS SAMPAH*. Diambil kembali dari Kejarmimpi.id: <https://kejarmimpi.id/zero-waste-lifestyle-menantang-kamu-untuk-menerapkan-gaya-hidup-bebas-sampah-bisa.html>
- Kinicki, K. d. (2007). *Perilaku Organisasi*. Jakarta : Salemba Empat .
- Klingemann, H.-D., & Römmele, A. (2002). *Public Information Campaigns & Opinion Research*.
- Kompas. (2021, Juli). *Perilaku Konsumtif Beli Pakaian Bisa Berdampak Buruk bagi Lingkungan*. Diambil kembali dari <https://www.kompas.com>:

<https://www.kompas.com/parapuan/read/532802404/perilaku-konsumtif-beli-pakaian-bisa-berdampak-buruk-bagi-lingkungan>

Kompasiana . (2019, Januari 2017). *TREND INDUSTRI FESYEN DI INDONESIA*.

Diambil kembali dari [kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/annisamega/588321f3cc92731105931d89/perkembangan-trend-fashion-di-indonesia?page=all](https://www.kompasiana.com/annisamega/588321f3cc92731105931d89/perkembangan-trend-fashion-di-indonesia?page=all)

Krisyantia, I. V. (2020). Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID) . *Jurnal Komunika* .

Kusumadmo, E. (2013). *Manajemen Strategik Pengetahuan*. Yogyakarta: Cahaya.

lee, N. R., & Kotler, P. (2019). *Sosial Marketing Behaviour Change For Social Good*.

Liliwari, A. (2011). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.

Meike dan Young. 2012. *Hubungan Intensitas Mengakses Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten*. Dalam Yuzi Akbari Vindita Riyanti (2016). Skripsi. Yogyakarta: Pendidikan Teknik Boga FT Universitas Negeri Yogyakarta.

M Nizar, E. M. (2018). Implementation od Zero Waste Concept In Waste Management Of Banda City. *Iop Science*.

Mughiroh, A. (2020). Public Communication Messages n Instagram Account @tukarbaju in Affecting Millenials. *Atlantis Press*.

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Ningtyas, A. W. (2021, November). *Kumparan*. Diambil kembali dari [Kumparan.com: https://kumparan.com/anur-wahyu-ningtyas/memulai-penerapan-zero-waste-lifestyle-itu-penting-1wynDF4RAoS](https://kumparan.com/anur-wahyu-ningtyas/memulai-penerapan-zero-waste-lifestyle-itu-penting-1wynDF4RAoS)

Nugrahani, E. D. (2021). Strategi Komunikasi Zero Waste Indonesia Dalam Kampanye #Tukarbaju. *Open Library Telkom University* .

Parrot dkk. (1993). *Persuasive Communication Campaign*. Canada: pearson canada.

Prayudi. (2008). *Manajemen Isu Pendekatan Public Relations*. Yogyakarta: Pustaka Adipura.

- Priyatno, D. (2017). Panduan Praktis Olah data Menggunakan SPSS . Dalam D. Priyatno, *Panduan Praktis Olah data Menggunakan SPSS* (hal. 79). Yogyakarta : Andi .
- Putrinda, F. I. (2020). Pengaruh Hastag Media Sosial #TukarBaju Terhadap Dukungan Pada Slow Fashion. *Universitas Multimedia Nusantara*.
- Rizaty, M. A. (2022, Agustus). *Industri Tekstil Kembali Melesat 13,74% pada Kuartal II/2022*. Diambil kembali dari DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/industri-tekstil-kembali-melesat-1374-pada-kuartal-ii2022>
- Rogers, E. M. (1987). *Communication Campaign*. New Burry Park: Sage.
- Salim, S. d. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media .
- Simamora, D. I. (2019). Pengaruh Pesan Kampanye #GenZTikYuk! Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Pengikut Akun Instagram @dutalingkunganpku. *Jurnal Online Mahasiswa Universitas Riau*, <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/viewFile/25937/25122>.
- Solihin . (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Stokes, D. B. (1974). *Political Change in Britain; Basis of Electoral Choice*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). Dalam Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. ALFABETA.
- Timo Rissanen, H. M. (2016). *Zero Waste Fashion Design*. New York: Bloomsbury Publishing.
- Tukar Baju. (2022). *Instagram*. Diambil kembali dari www.instagram.com: www.instagram.com/tukarbaju
- Venus, A. (2004). *Manajemen kampanye: panduan teoritis dan praktis dalam mengkefektifkan kampanye komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Zero Waste Indonesia* . (2019). Diambil kembali dari zerowaste.id: <https://zerowaste.id/tukarbaju>
- Zero Waste Indonesia*. (2019, Mei). *Fakta Fesyen Global* . Diambil kembali dari zerowaste.id: <https://zerowaste.id/tukarbaju/>

Zero Waste Indonesia. (2022). *Instagram*. Diambil kembali dari www.instagram.com:
www.instagram.com/zerowaste.id_official