

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.)). Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Anggraeni, F. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Jurusan Pendidikan Seni Musik Universitas Negeri Yogyakarta. *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Astuti, S. A. (2013). Media Sosial Sebagai Ruang Publik Antara Netiket Dan Netize. *Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*.
- Astuti, T. M. P. (2012). Ekofeminisme dan Peran Perempuan dalam Lingkungan. *Indonesian Journal Of Conservation*, 1(1), 49–60.
- Bella Juliet Arianita, V., Widiyani Roosinda, F., & Ekantoro, J. (2021). Kampanye Digital pada Instagram @Perhumas_Indonesia melalui #IndonesiaBicaraBaik dalam Mewujudkan Masyarakat 5.0. *Journal Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 8(2), 113–122.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana
- Byrum, K. (2017). “Hey Friend, Buy Green”: Social Media Use to Influence Eco-Purchasing Involvement. *Environmental Communication*, 0(0), 1–13.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65.
- Christin, M., Yudhaswara, R. K., & Hidayat, D. (2021). Deskripsi Pengalaman Perilaku Selektif Memilih Informasi Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Media Massa Televisi. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25(1), 61–73.
- Cita-Citarum. (2022). *INDONESIA: Living with dirty water*. Cita-Citarum. Diambil tanggal 03 November 2023, dari <http://citarum.org/en/citarum-info/news-articles/1721-indonesia-living-with-dirty-water.html>
- Darmawan, D., & Fadjarajani, S. (2016). Hubungan Antara Pengetahuan Dan Sikap Pelestarian Lingkungan Dengan Perilaku Wisatawan Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan. *Jurnal Geografi*.
- Dwi, A. (2023). *Komunikasi Massa*. Fisip.Umsu.Ac.Id. Diambil tanggal 02 November 2023, dari <https://fisip.umsu.ac.id/2023/05/31/komunikasi-massa/>

- Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2017). Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(2), 12–24.
- Fatin, I., & Yuniarti, S. (2018). *Bahan Ajar Keterbacaan*. Surabaya: UMSurabaya Publishing.
- Hadi, S. (1991). *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes dan Skala Nilai Dengan Basica* (S. Pamardiyanto (ed.); 1st ed., p. 19). Yogyakarta: Andi Offset.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Berlin: Springer Nature.
- Hanifah, W., Prananingrum, E. N., & Sutjipto, V. W. (2022). Pengaruh Kampanye #PawaiBebasPlastik Terhadap Perilaku Peduli Lingkungan Followers Instagram @iddkp. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 37–44.
- Hariyani, I. (2016). Peran Jaringan Sosial Pada Kampanye Lingkungan di Media Sosial: Kasus Kampanye Melawan Asap. *Informasi*, 46(1).
- Hendajany, N., Sedarmayanti, Mulyani, S. R., & Riyadi, S. (2023). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hoewe, J., & Ahern, L. (2017). First-Person Effects of Emotional and Informational Messages in Strategic Environmental Communications Campaigns First-Person Effects of Emotional and Informational Messages in. *Environmental Communication*, 0(0), 1–11.
- Jaya, I. (2019). *Penerapan Statistik Untuk Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Karim, I. Y., & Yulianita, N. (2021). Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Public Relations*.
- Krisyanti, VOS, I., & Priliantini, A. (2020). Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID). *Jurnal Komunika Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(1).
- Kurniawan, A. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Larson, C. U. (2004). *Persuasion : reception and responsibility* (A. Mitchell (ed.); 10th ed.). Belmont: Thomson Learning.

- Lee, A. R., Hon, L., Won, J., You, L., & Oloke, T. (2019). The Role of Psychological Proximity and Social Ties Influence in Promoting a Social Media Recycling Campaign. *Environmental Communication*, 0(0), 1–19.
- Leonard. (2015). Kajian Peran Konsistensi Diri Terhadap Prestasi Belajar Matematika. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 3(2), 97–104.
- Meideline, M. M. (2020). Purchase Intention of Green Products Following an Environmentally Friendly Marketing Campaign: Results of a Survey of Instagram Followers of InnisfreeIndonesia. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 8(2), 160–177.
- Muhajir, A. (2023). *Masalah Sampah di Indonesia*. Diambil tanggal 13 November 2023, dari Kumparan. <https://kumparan.com/ahmad-muhajir-1685020387019315623/masalah-sampah-di-indonesia-20X2B1NJckM>
- Mukarom, Z. (2020). Teori-teori Komunikasi (A. I. Setiawan (Ed.)). *Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Mulyana, D. (2023). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (S. Aisha (ed.); 3rd ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Namkoong, K., Nah, S., Stee, S. K. Van, Record, R. A., Namkoong, K., Nah, S., Stee, S. K. Van, Rachael, A., & Campaign, A. (2017). Social Media Campaign Effects: Moderating Role of Social Capital in an Anti-Smoking Campaign Social Media Campaign Effects: Moderating Role of Social Capital in an. *Health Communication*, 00(00), 1–10.
- Namora, I., Siregar, P., Gurning, H. R., Ekonomi, F., & Prima, U. (2019). Pengaruh Rekrutmen Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Budi Raya Perkasa. *Jurnal Manajemen*, 5, 71–80.
- Oberlo. (2024). *Tiktok Age Demographics*. Oberlo. Diambil tanggal 19 Mei 2024, dari <https://www.oberlo.com/statistics/tiktok-age-demographics#:~:text=Two%2Dthirds%20of%20TikTok%20users,increases%20within%20each%20age%20bracket.>,
- Patoppoi, B. (2022, September). *Ecoton: 93 Persen Air Sungai di Indonesia Sudah Tercemar Micro Plastic*. *Suarasurabaya.Net*. Diambil tanggal 03 November 2023 dari <https://www.suarasurabaya.net/kelanakota/2022/ecoton-93-persen-air-sungai-di-indonesia-sudah-tercemar-micro-plastic/>
- Perdana, M. I. (2018). Efektivitas Akun Sosial Media Twitter Pemerintah Kota Bekasi @pemkotbekasi Terhadap Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Bekasi.
- Priliantini, A., Krisyanti, K., & Situmeang, I. (2020). Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut

Instagram @GreenpeaceID. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*,.

- Prita Kemal Gani. (2014). *Kampanye Sosial*.
<https://www.lspr.edu/pritakemalgani/kampanye-sosial/>
- Pujianto, E. (2023). *7,2 Juta Ton Sampah di Indonesia Belum Terkelola Dengan Baik*. Indonesiainside.Id. Diambil tanggal 07 November 2023, dari <https://indonesiainside.id/news/nasional/2023/10/26/72-juta-ton-sampah-belum-dikelola-dengan-baik>
- Rahmawati, S. (2018). Fenomena Pengguna Aplikasi TikTok di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung. *Institutional Repositories & Scientific Journals*.
- Romli, K. (2022). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rostanti, Q. (2023). *Pandawara, Kumpulan Anak Muda yang Berhasil Bersihin Pantai Terkotor Nomor 2 di Indonesia*. Diambil tanggal 13 Juni 2024, dari <https://ameera.republika.co.id/berita/rxm2id425/pandawara-kumpulan-anak-muda-yang-berhasil-bersihin-pantai-terkotor-nomor-2-di-indonesia>
- Salam, S., Sukarman, B., Hasnawati, & Muh, M. (2020). Pengetahuan Dasar Seni Rupa. In *Makassar: Universitas Negeri Makassar*. Universitas Negeri Makassar.
- Samsuri, F. (2023). *Permasalahan Sampah di Indonesia, Mari Belajar dari Taiwan*. Diambil tanggal 13 November 2023, dari <https://kumparan.com/muhammad-faisal-ismail-syamsuri/permasalahan-sampah-di-indonesia-mari-belajar-dari-taiwan-21IK5J6plHO>
- Septiati, E. (2018). Kemampuan Berpikir Logis Mahasiswa Pendidikan Matematika Pada Mata Kuliah Analisis Real. *Wahana Didaktika : Jurnal Ilmu Kependidikan*, 16(2), 207.
- Setianawati, L. (2023). Analisis Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Pada Remaja Terhadap Adab Dan Perilaku Kepada Orang Tua. *Vol. 2 No. 3 (2023): Seroja: Jurnal Pendidikan*.
- Setiawan, E. (n.d.). *Arti kata media - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. Diambil tanggal 13 November 2023, dari <https://kbbi.web.id/media>
- Setiawan, E. (n.d.). *Arti kata sosial - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. Diambil tanggal 13 November 2023, dari <https://kbbi.web.id/sosial>
- Setyanto, A. E., & Afnetta, A. P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Shen, F., Xia, C., & Skoric, M. (2020). Examining the roles of social media and alternative media in social movement participation: A study of Hong Kong's Umbrella Movement. *Telematics and Informatics*
- Silalahi, U. (2018). *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil untuk Penelitian Sosial Kuantitatif* (N. F. Atif (ed.)). Bandung: PT Refika Aditama.
- Simamora, D. L. (2019). Pengaruh Pesan Kampanye #GenZHeTikYuk! Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Pengikut Akun Instagram @dutalingkunganpku. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 6(2), 1–15.
- Soraya, I. (2015). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat. *Jurnal Komunikasi*, VI, 10–23.
- Sudarsih, S. (2020). Nilai Etis Relasi Individu Sosial dalam Filsafat Pierre Teilhard de Chardin. *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 3(2), 227–231.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryati, Rahmat, Z., & Pranata, D. Y. (2022). Hubungan Kekuatan Otot Dengan Kemampuan Servis Bola. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2).
- Susilowati, S. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Akademi Komunikasi BSI Jakarta*
- Syamsul, F. R. (2014). Iklan Layanan Masyarakat Kampanye Lingkungan Hidup “Ruang Terbuka Hijau.” *Skripsi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Hasanuddin*.
- Tarigan, H. G. (2009). *Pengajaran Gaya Bahasa ed. rev.* Bandung: Angkasa.
- Ulfa, G. S., & Fatchiya, A. (2018). Efektivitas Instagram “Earth Hour Bogor” sebagai Media Kampanye Lingkungan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*.
- Ulfa, R. (2021). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Al-Fathonah: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 6115, 196–215.
- Venus, A. (2009). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Wijianto, W., & Ulfa, I. F. (2016). Pengaruh Status Sosial dan Kondisi Ekonomi Keluarga terhadap Motivasi Bekerja bagi Remaja Awal (Usia 12-16 Tahun) di Kabupaten Ponorogo. *Al Tijarah*, 2(2), 190.