

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, H. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka.
- Andriani, N. F., & Setiawan, A. H. (2020). Analisis preferensi konsumen terhadap penggunaan produk skincare korea selatan dan lokal. *Diponegoro Journal of Economics*, 9, 1–8.
- Anggani, C. H. (2014). Pengaruh Program Kampanye “ Say No To Plastic Bag ” Oleh the Body Shop Terhadap Partisipasi Masyarakat. *Wacana*, XIII(2), 155–177.
- Anggraeni, G. C., & Herutomo, C. (2021). Pengaruh Kampanye Lingkungan Terhadap Kesadaran Mengurangi Penggunaan Plastik Pada Followers Instagram. *Jurnal Online Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, Vol.01, 77–87.
- Arifin, B. S. (2015). *Psikologi Sosial*. Pustaka Setia.
- Badudu, & Zain, S. M. (2001). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Pustaka Sinar Harapan.
- Deasastika, E., & Nugrahani, R. U. (2021). Strategi Komunikasi Zero Waste Indonesia Dalam Kampanye #tukarbaju. *E-Proceeding of Management*, Vol.8.
- Herutomo, C., & Istiyanto, S. B. (2021). Komunikasi Lingkungan Dalam Mengembangkan Kelestarian Hutan. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i1.1165>
- Istiqomah, D., Febriadi, S. R., & Permana, I. (2022). Tinjauan Maqashid Syariah terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *Bandung Conference Series: Sharia Economic Law*, 2(1), 169–174. <https://doi.org/10.29313/bcssel.v2i1.267>.
- Jaya, I. Made Laut Mertha. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Teori Penerapan dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Quadrant.
- Khairunnisa, Q. A., & Salma, A. N. (2022). Pengaruh Kampanye “ Love Avoskin Love Earth ” Di Media Sosial Terhadap Environmental Awareness Generasi Z. *E-Proceeding of Management*, 9(4), 2601–2613
- Kurniadi, H., & Hizasalasi, M. (2017). Strategi Komunikasi Dalam Kampanye Diet Kantong Plastik Oleh Gidkp Di Indonesia. *Medium: Jurnal Ilmu Fakultas Ilmu Komunikasi*, Vol 6(1), 21–31. [https://doi.org/10.25299/medium.2017.vol6\(1\).1085](https://doi.org/10.25299/medium.2017.vol6(1).1085)

- Luthfiana, N. A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–7.
- @lyfewithless, (2023, Des 02). Pengumpulan empties hero #PakaiSampaiHabis. https://www.instagram.com/p/CiKH_Vupniq/.
- Marceline, C., Simanjuntak, D. C. Y., Lorenza, C., & Albert, A. (2021). Pengaruh Komunikasi, Kepemimpinan dan Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Jaya Anugrah Sukses Abadi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 4(2), 557-564.
- Purbasari, H., & Kristiana, N. (2021). Perancangan Kampanye Desain Kemasan Pallet Kosmetik Refill Sebagai Kampanye Ramah Lingkungan. *Jurnal Barik*, 3(1), 248–261.
- Ramadhani, N. U., Wibawa, B. M., & Gunawan, J. (2019). Analisis Sikap Konsumen Perempuan terhadap Produk Green Skincare: Pendekatan Multiatribut Fishbein. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 8(1). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v8i1.41624>
- Rohman, A. K., & P, S. E. (2021). Pengaruh Kampanye #Diet Kantong Plastik Terhadap Sikap Khalayak Mengurangi Ketergantungan Terhadap Kantong Plastik (Survey Pada Follow Akun Instagram IDDKP). *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. XXVI(1)*, 10–21.
- Sarwono, S. W., & Meinamo, E. A. (2009). *Psikologi Sosial*. Salemba Humanika.
- Setya watie, E. D. (2011). *Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)*. III, 69–75.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syafrikurniasari, N., & Widiani, S. P. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement Di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. *Lugas Jurnal Komunikasi, Vol 4(1)*, 17–26.
- Taqwa, Y. B. S., & Herawati, N. R. (2022). Penggunaan Media Sosial Instagram Ganjar Pranowo Dalam Kampanye Politik Pemilihan Gubernur Jawa Tengah Tahun 2018. *Journal of Politic and Government*.
- Ulfa, G. S., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas Instagram “Earth Hour Bogor” sebagai Media Kampanye Lingkungan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 144–157.
- Utami, G. D., Tahar, S., Marta, R. F., Angreani, N., Briandana, R., Satya, U., Indonesia, N., Mulia, U. B., & Buana, U. M. (2022). Telaah Pesan Kampanye# Bijakkelolasampah pada Instagram@ Waste4Change Mengenai Program Send

Your Waste yang Berdampak Terhadap Sikap Followers Mengelola Sampah Skincare. *JCommsci-Journal Of Media and Communication Science*, 5(2), 80–97.

Walgito, B. (2003). *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset.

Widyastuti, S. (2019). Sebuah Sintesis Pada Literatur: Strategi Intervensi Pemasaran Hijau Menuju Pembangunan Berkelanjutan (A Synthesis of Literature: A Green Marketing Intervention Strategy towards Sustainable Development). *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 2(2), 83–94. <https://doi.org/10.35592/jrb.v2i2.401>.