

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyana, Lasenta. 2018. *Persepsi Followers @perpusseru Terhadap Akun Instagram PerpusSeru Menggunakan Teori Decoding-Encoding*. Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan Vol.6 No 2, Desember 2018;197-212
- Afdjani, Hardiono. 2014. *Ilmu Komunikasi Proses & Strategi*. Tangerang :Indigo Meida
- Anonim. 2019. *3 Produsen Makanan Penyumbang Sampah Plastik Terbanyak di Indonesia*. <https://kumparan.com/kumparansains/3-produsen-makanan-penyumbang-sampah-plastik-terbanyak-di-indonesia-1sEr7i1YEMd> (diakses pada tanggal 30 Maret 2020)
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Pengelolaan Sampah di Indonesia*, <https://www.bps.go.id/publication/2018/12/07/d8cbb5465bd1d3138c21fc80/statistik-lingkungan-hidup-indonesia-2018.html> (diakses pada tanggal 24 Maret 2020)
- Badan Pusat Statistik. 2019. *Hutan dan Perubahan Iklim*. <https://www.bps.go.id/publication/2019/12/13/e11bfc8ff8392e5e13a8cff3/statistik-lingkungan-hidup-indonesia-2019.html> (diakses pada tanggal 24 Maret 2020)

- Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches, 4 Edition*. London: Sage
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Eric, Permana. 2019. *Indonesia Hasilkan 67 ton Sampah Pada 2019*. <https://www.aa.com.tr/id/headline-hari/indonesia-hasilkan-67-ton-pada-2019/1373712> (diakses pada tanggal 20 Maret 2020)
- Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. 2018. *Statistik Lingkungan Hidup dan Kehutanan 2017*. Jakarta
- Ken. 2019. *Kepala dlh: Sampah Berserakan Akibat Tpst Piyungan Tutup*. <https://www.google.com/amp/s/m.kumparan.com/amp/tugujogja/kepala-dlh-sampah-berserakan-akibet-tpst-piyungan-tutup-1553854390763928899> (diakses pada tanggal 25 Maret 2020)
- Kriyanto, Rakhmat. 2007. *Riset Komunikasi*. Jakarta; Kencana Prenada Media
- _____.2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang:Prenada Media Group
- Littlejohn, Stephen W. 2009. *Theories of Human Communication*. USA: Wadsworth Publishing.
- Mulyana, Daddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung; PT Remaja Rosadakarya

- _____. (2008). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung; PT Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy.2007.*Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung:PTRemaja. Rosdakarya
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja grafindo Persada
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka
- Rustiana.2018. *Persepsi Digital Dependent terhadap Pemanfaatan Media Sosial dan Dampak Sosial Ekonominya* .VOLUME 15, NOMOR 1, Juni 2018: 17-32.1325-3318-1-PB.pdf
- Sendjaja, S. Djuarsa. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Subdit. Statistik Lingkungan.2017.*Survei Sosial Ekonomi Model Ketahanan Nasional 2017*.<https://sirusa.bps.go.id/sirusa/index.php/dasar/view?kd=3249&th=2017>
(diakses pada tanggal 21 Maret 2020)
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- _____. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- _____. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Sunarto. 2013. *Berteori Dalam Penelitian Komunikasi*.Jurnal Inrteraksi, Vol II No 1, Januari 2013;50-61

Sylvia M. Chan-Olmsted, dkk. 2013. *User Perceptions of Social Media: A Comparative Study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social Media*. Online Journal of Communication and Media Technologies Volume:3–Issue:4–October-2013. OJCMT34_Chan-Olmstedetal.2013.pdf

Tihomir Vranešević, Nenad Perić, Tajana Marušić. 2019. *Perception of Social Media as a Source of Relevant Information*. Zagreb International Review of Economics & Business, Vol. 22, No. 1, pp. 133-144, 2019. Perception of Social Media as a Source_Volume22_Issue1.pdf

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2008 Tentang Pengelolaan Sampah

Walgito, Bimo .2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : CV. Andi Offset

Wilbur Schramm and Donald F. Roberts. 1990. *The process and effects of mass communication*: Wilbur Lang, London

www.instagram.com/aqualestari/?hl=id