

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Al Muchtar, S. (2015). *Dasar Penelitian Kualitatif*. Bandung: Gelar Pustaka Mandiri.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aronson, E., & Wilson, T. (2013). *Social Psychology (8th edition)*. London: Pearson Prentice Hal.
- Arifin, B.S. (2015). *Psikologi Sosial*. Bandung: Pustaka Setia
- Asrori. (2020). *Psikologi Pendidikan Pendekatan Multidisipliner*. Purwokerto: CV. Pena Persada.
- Atmoko, D. (2013). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Azwar, S. (2016). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Babadu, J., & Zain. (2014). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Biagi, S. (2014). *Media/Impact: Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Cooper, D., & Emory, W. (2002). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Dayakisni, T., & Hudaniah. (2015). *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.

- Devito, J. (2013). *The Interpersonal Communication Book ed.13*. United State: Pearson Education.
- Effendy, O. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fathoni, A. (2014). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gottschalk, L. (2015). *Mengerti Sejarah*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Hasan, I. (2016). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Poerwantana, P., & Hugiono. (2013). *Pengantar Ilmu Sejarah*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Perloff, R. (2017). *The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes*. New York: Routledge.
- Hermawan, A. (2021). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Irwan, I. (2017). *Etika dan Perilaku Kesehatan*. Gorontalo: Erlangga.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Lestari, S., Marhayati, N., & Kusmawati, A. (2018). *Peran Psikologi untuk Masyarakat*. Jakarta: UM Jakarta Press.
- Liliweri, A. (2016). *Konfigurasi Teori-Teori Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: LKIS Pelangi Aksara.

- Liliweri, A. (2018). *Komunikasi Serba Ada dan Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, S. (2017). *Theories of Human Communication* (11 ed.). Long Grove: Waveland Press, Inc.
- Lusiana, Y. (2017). *Bunga Rampai Komunikasi Indonesia*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Miller, K. (2015). *Organizational Communication: Approaches and Processes*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Metzger, M. (2014). *Perceptions of Internet Information Credibility*. California: McGrawHill.
- Myers, D. (2016). *Social Psychology :12th Edition* (12 ed.). New York: McGrawHill.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution. (2017). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Neuman, W. (2014). *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approache*. New York: Allyn & Bacon.
- O'Keefe, D. J. (2015). *Persuasion: Theory and research*. Sage Publications
- Purbo, A., Wibowo, A., & Tobing, L. (2016). *Perubahan Iklim, Perjanjian Paris dan Nationally Determined Contribution* (1 ed.). Jakarta: Direktorat Jenderal Pengendalian Perubahan Iklim Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.
- Purwanto, D. (2019). *Komunikasi Bisnis (5th ed.)*. Jakarta: Erlangga.

- Rakhmat, J. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.  
Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rice, R., & Paisley, W. (2013). *Public Communication Campaigns*. London: Sage.
- Ruslan, R. (2013). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sarwono, S. (2018). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT Raja Graafindo Persada.
- Sarwono, S., & Meinarno, E. (2017). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Sekaran, U. (2017). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (4 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, A. (2015). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran Terpadu, Jilid I ( edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Soeharto, I. (2013). *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial lain*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Soemirat. (2014). *Komunikasi Persuasif*. Banten: Universitas Terbuka.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Lestari, P., & Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. Bandung: Alvabeta.
- Thaib, E. (2021). *Problematika Dakwah Di Media Sosial*. Jakarta: Insan Cendekia Mandiri.

- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Persada.
- Venus. (2019). *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Walgito, B. (2014). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Wegener, D., & Carlston, D. (2015). *Cognitive Processes in Attitude Formation and Change*. New York: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Widjaja, A. (2013). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bina Aksara.
- Wijaya, D. (2017). *Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Grasindo.

## **B. Jurnal**

- Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). MEDIA TELEVISI DI ERA INTERNET. *ProTVF: Jurnal Kajian Televisi dan Film*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.19880>
- Alifah, L. (2020). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Prestasi Belajar PAI Terhadap Tingkat Religiusitas*. Jurnal Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati.
- Andriani, A. E., & Sulistyorini, S. (2022). Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.26618/equilibrium.v10i1.6442>
- Anthony, S. (2022). Pengaruh Pesan Kampanye #AksiCintaBumi terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengguna Blibli). *Universitas Multimedia Nusantara*.

- Ariesandrio, R. (2018). Pengaruh Pesan dalam Media Sosial Terhadap Sikap Wajib Pajak dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan (Studi Pada Followers Akun Instagram @Ditjenpajakri). *Universitas Brawijaya*.
- Barnas, Syarif, & Ridwan. (2019). Perbedaan Gender dalam Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Mahasiswa Pendidikan Fisika. *Jurnal Universitas Siliwangi*.
- Briandana, R., & Saleh, M. S. M. (2022). Implementing Environmental Communication Strategy Towards Climate Change Through Social Media in Indonesia. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 12(4), e202234. <https://doi.org/10.30935/ojcm/12467>
- Dwiyono, R. (2018). Pengembangan Obyek Wisata Berbasis Community Based Tourism (Cbt) Di Hutan Payan, Cilacap. Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisataaan Stipram*, 12, 45–56.
- Fazio, R., & Olson, M. (2013). *Implicit Measures in Social Cognition Research: Their Meaning and Uses*. Annual Review of Psychology.
- Febrianto, M. (2022). Gerakan Sosial Berbasis Media Sosial dalam Perspektif Moral Sosial. *Jurnal Teologi Universitas Sanata Dharma*, 11, 33–52.
- Fitriansyah, S. L., & Triwardhani, I. J. (2021). Pengaruh Pesan Kampanye Cegah Covid-19 #Dirumahaja dan Tetap Jaga Sistem Imun Tubuh melalui Instagram terhadap Sikap Publik. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.29313/.v7i1.25330>
- Ford, H., Jones, N., Davies, A., Godley, B., Jambeck, J., Napper, I., Suckling, C., Williams, G., Woodal, L., & Koldewey, H. (2022). The fundamental links

between climate change and marine plastic pollution. *Science of the Total Environment*.

Hartanto, E. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. *Metodologi Penelitian*, 2.

Ibrahim, A., Rohaeti, E., & Suherman, M. (2020). Gambaran Penggunaan Sosial Media pada Siswa Sekolah Menengah Atas. *Jurnal IKIP Siliwangi*.

Khalish, I., & Hafiar, H. (2018). Hubungan Informasi dalam Kegiatan Promosi *All About Wedding* dengan Sikap Peserta terhadap Vendor Wedding Lintas Warna. *Jurnal Liski*.

Metzger, M., Flanagin, A., & Medders, R. (2019). Social and Heuristic Approaches to Credibility Evaluation Online. *Journal of Communication*, 60, 413–439.

Octavia, N. (2022). Pengaruh Pesan Kampanye #LangkahBaikmuBerarti melalui Instagram terhadap Brand Image Wardah Kosmetik (Survei pada Followers Akun @wardahbeauty). *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.

Oisina, I. (2022). Pengaruh Pesan Viral Marketing Digital dan Brand Image terhadap Minat Beli Followers (Studi Eksplanatif Pada Akun Instagram @Lu'miere). *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Puspitasari, C. (2018). “KEPUASAN FOLLOWERS TERHADAP AKUN INSTAGRAM @ridwankamil (Studi Deskriptif pada Followers Akun Instagram @ridwankamil). *Jurnal Universitas Brawijaya*.

Ramadhan, R., Sumartias, S., & Yustikasari. (2020). HUBUNGANANTARA SAJIAN INFORMASI PENYULUHAN CITARUM BESTARI DENGAN SIKAPPESERTA TERHADAP

GERAKAN “LIMATIDAK. *Journal of Scientific Communication*, 2.

- Sa'diyah, H. S. (2020). KREDIBILITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @SUROBOYO.KU SEBAGAI MEDIUM PERMBERITAAN COVID – 19 MASYARAKAT KOTA SURABAYA. *Dar El-Ilmi : Jurnal Studi Keagamaan, Pendidikan Dan Humaniora*, 7(2), Article 2. <https://doi.org/10.52166/dar>
- Septiningrum, A. D. N. (2022). Kampanye Women Empowerment pada Akun Instagram. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 65–70. <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v2i1.839>
- Septiriani, S. (2018). Hubungan antara Kegiatan Penerimaan Kunjungan Perusahaan dengan Sikap Peserta. *Karya Ilmiah Unisba*, 4, 494–499.
- Sirait, N., Maryam, S., & Priliantini, A. (2018). PENGARUH KAMPANYE “LET’S DISCONNECT TO CONNECT” TERHADAP SIKAP ANTI PHUBBING (SURVEI PADA FOLLOWERS OFFICIAL ACCOUNT LINE STARBUCKS INDONESIA). *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 7(3), Article 3. <https://doi.org/10.31504/komunika.v7i3.1665>
- Simamora, D. L., & Lubis, E. E. (2019). PENGARUH PESAN KAMPANYE #GenZHeTikYuk! TERHADAP SIKAP RAMAH LINGKUNGAN PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @dutalingkunganpku. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(2), Article 2.

- Syafrikurniasari, N., & Widiyani, S. P. (2020). Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement Di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 17–26. <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.937>
- Tajibu, K. (2021). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN REMAJA DI KECAMATAN RILAU ALE KABUPATEN BULUKUMBA. *Jurnalisa UIN Alauddin*, 7.
- Utomo, B., & Pawito. (2018). Media Sosial dan Gaya Hidup Perempuan di Indonesia. *Jurnal Studi Gender*, 10.
- Wangenheim, F., & Bayon, T. (2018). The Effect of Word of Mouth on Services Switching: Measurement and Moderating Variables. *European Journal of Marketing*, 3.
- Wijaya, V. (2021). Pengaruh Pesan Kampanye "It's Okay to Be Lebay" terhadap Sikap Protokol Kesehatan. *Jurnal Universitas Hasanuddin*, 11.

### **C. INTERNET**

- antaranews.com. (2022a). *Bali's Biggest Cleanup 2022 dukung Bali bebas sampah plastik 2022*. Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/2725617/balis-biggest-cleanup-2022-dukung-bali-bebas-sampah-plastik-2022>
- antaranews.com. (2022b, Februari 21). *Danone-AQUA bersama mitra ikuti Bali's Biggest Clean Up 2022*. Antara News. <https://www.antaranews.com/berita/2717693/danone-aqua-bersama-mitra-ikuti-balis-biggest-clean-up-2022>

byebyeplasticbags. (2023). *Poster Kampanye Bali's Biigest Clean Up 2023*".

Instagram. <https://www.instagram.com/p/Cmdt-DMPNY6/>

dataindonesia.id, D. (2022). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di*

*Dunia*. Dataindonesia.id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>

detiknews. (2020). *Bumi Makin Panas, Suhu Bisa Naik 1,5 Derajat Celcius dalam*

*Setahun*. <https://news.detik.com/bbc-world/d-5586381/bumi-makin-panas-suhu-bisa-naik-15-derajat-celcius-dalam-setahun>

detiknews. (2022). *Wow! Mayoritas Sampah di Indonesia Berasal dari Rumah*.

<https://www.talksustainable.com/mayoritas-sampah-di-indonesia-dari-rumah/>

highendmagazine. (2022). *Kenalan Dengan Melati Dan Isabel Wijsen Pendiri*

*Gerakan Bye Bye Plastic Bag | Highend Magazine*. <https://highend-magazine.okezone.com/read/kenalan-dengan-melati-dan-isabel-wijsen-pendiri-gerakan-bye-bye-plastic-bag-2jvw27>

katadata. (2022). *Pengguna Instagram di Indonesia Mayoritas Perempuan / Databoks*.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/29/perempuan-paling-banyak-gunakan-instagram-di-indonesia>

komitmeniklim. (2022). **ISU PERUBAHAN IKLIM JADI SALAH SATU AGENDA UTAMA PEMERINTAH INDONESIA DI KTT G20 BALI**

**2022**. <https://komitmeniklim.id/isu-perubahan-iklim-jadi-salah-satu-agenda-utama-pemerintah-indonesia-di-ktt-g20-bali-2022/>

kejarmimpi.id. (2022). *Ngeri! Tumpukan sampah di Indonesia bisa menyaingi tinggi Candi Borobudur*. <https://kejarmimpi.id/ngeri-tumpukan-sampah-di-indonesia-bisa-menyaingi-tinggi-candi-borobudur-90.html>

Kementerian Keuangan. (2022). *Indonesia Rentan terhadap Dampak Perubahan Iklim*. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Indonesia-Rentan-terhadap-Dampak-Perubahan-Iklim>

katadata. (2020). Lima Alasan UMKM Masih Menggunakan Kantong Plastik. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/23/lima-alasan-umkm-masih-menggunakan-kantong-plastik>

merdeka.com. (2022). *Instagram adalah Media Sosial berbasis Foto dan Video, Pahami Fungsi dan Fiturnya*. <https://www.merdeka.com/sumut/instagram-adalah-media-sosial-berbasis-foto-dan-video-simak-penjelarasannya-kln.html>

socialblade. (2023). *Bye Bye Plastic Bags's Instagram Stats Summary Profile (Social Blade Instagram Statistics)*. <https://socialblade.com/instagram/user/byebyeplasticbags>

tekno.republika.co.id. (2022). *Plastik Jadi Salah Satu Penyebab Perubahan Iklim*. *Republika Online*. <https://republika.co.id/share/raa6rc368>

unicef.org. (2022). *559 juta anak saat ini terpapar gelombang panas dengan frekuensi kejadian tinggi, dan akan naik menjadi 2,02 miliar anak di seluruh dunia pada 2050*. <https://www.unicef.org/indonesia/id/press-releases/559-juta-anak-saat-ini-terpapar-gelombang-panas-dengan-frekuensi-kejadian-tinggi-dan>

voi.id. (2022). *Mengerikan, Indonesia Sudah Darurat Sampah Plastik: Sehari Mencapai 64 Juta Ton, Nomor Dua Terbesar di Dunia*. VOI - Waktunya Merevolusi Pemberitaan. <https://voi.id/bernas/137477/mengerikan-indonesia-sudah-darurat-sampah-plastik-sehari-mencapai-64-juta-ton-nomor-dua-terbesar-di-dunia>

Waste4change. (2021). Eco Gender Gap: Benarkah Wanita Lebih “Hijau” Dibanding Laki-laki? *Waste4Change*. <https://waste4change.com/blog/eco-gender-gap-antara-lakilaki-dan-perempuan/>