

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, A. & N. (2011). Teori Metodologi Penelitian. *Teori Metodologi Penelitian*, 1–21.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi VI). PT. Rineka Cipta.
- Azizah, K. N. (2021). *Masker Kain Tak Lagi Dianjurkan, Ahli Minta Warga Pakai Masker Bedah*. Detik. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5611434/masker-kain-tak-lagi-dianjurkan-ahli-minta-warga-pakai-masker-bedah>
- Bayu, D. J. (2020). *Instagram Jadi Media Sosial Terfavorit Anak Muda dalam Mengakses Berita | Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/12/17/instagram-jadi-media-sosial-terfavorit-anak-muda-dalam-mengakses-berita>
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2017). Research Methods in Education. In *Research Methods in Education*. <https://doi.org/10.4324/9781315456539>
- Creswell, J. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting And Evaluating Quantitative And Qualitative Research* (4th ed.). Pearson.
- De, S., & Thakur, P. B. (2016). Social Media and Social Movement: Contemporary Online Activism in Asia. *Media Watch*, 7(2), 226–243. <https://doi.org/10.15655/mw/2016/v7i2/98745>
- Fitriansyah, F. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja). *Cakrawala*, 18(2), 171–178. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawalahttps://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Ghoswami, M. P. (2020). Social Media and Hashtag Activism. *Liberty Dignity and Change in Journalism*, July, 57–58.
- Griffin, E., & Park, E. J. (2006). Media Ecology of Marshall McLuhan. *Communication Theory*, 1–18.
- Gumelar, G. (2017). Nilai Lingkungan dan Sikap Ramah Lingkungan Pada Warga Jakarta Di Pemukiman Kumuh. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 39. <https://doi.org/10.24014/jp.v12i1.3007>
- Hardani, J, U., H, A., Evi, U., Ria, I., Roushandy, F., Sukmana, D., & Nur, A. (2017). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Issue April).
- Haryanti, N., & Fitri, A. (2020). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Madani Media.
- Hastono, S. P. (2006). *Analisis Data SUTANTO PRIYO HASTONO*. 1–213.
- Heberlein, T. A. (2012). Navigating environmental attitudes. *Conservation Biology*, 26(4), 583–585. <https://doi.org/10.1111/j.1523-1739.2012.01892.x>

- Hootsuite. (2021). Digital 2021. *Global Digital Insights*, 103.
- Hornik, R. C. (2002). Exposure: Theory and evidence about all the ways it matters. *Social Marketing Quarterly*, 8(3), 31–37.  
<https://doi.org/10.1080/15245000214135>
- Ismail, A. (2012). Akademi Berbagi: Gerakan Sosial di Dunia Digital. *Akademi Berbagi, FISIP UI*, 1–132. [http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20299066-T30007-Ahmad Ismail.pdf](http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20299066-T30007-Ahmad%20Ismail.pdf)
- Kaiser, F. G., Oerke, B., & Bogner, F. X. (2007). Behavior-based environmental attitude: Development of an instrument for adolescents. *Journal of Environmental Psychology*, 27(3), 242–251.  
<https://doi.org/10.1016/J.JENVP.2007.06.004>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.  
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karnadi, K. N., & Esfandari, D. A. (2020). EFEKTIVITAS AKUN INSTAGRAM @Zerowaste.id\_official SEBAGAI MEDIA KAMPANYE GERAKAN PENGURANGAN SAMPAH PLASTIK. 3(2017), 54–67.  
<http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- Kemenkes. (2020). SE-PENGGUNAAN-MASKER-2020-(2)\_1562.pdf.  
<https://covid19.go.id/p/regulasi/surat-edaran-nomor-hk0202i3852020>
- Kilbourne, W., & Pickett, G. (2008). How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior. *Journal of Business Research*, 61(9), 885–893.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.09.016>
- Kotchen, M. J., & Reiling, S. D. (2000). Environmental attitudes, motivations, and contingent valuation of nonuse values: A case study involving endangered species. *Ecological Economics*, 32(1), 93–107.  
[https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(99\)00069-5](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(99)00069-5)
- Kotler, P. and K. K. (2012). *Marketing Management 4th Edition*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran* (B. Molan & B. Sarwiji (Eds.); 12th ed.). Indeks.
- Latan, H., & Temalagi, S. (2013). *Analisis Multivariate Teknik Dan Aplikasi*. Alfabeta.
- Malik, G. (2022). 2 Tahun Pandemi, Limbah Medis Jakarta Kian Menumpuk. Kompas. [https://www.instagram.com/p/Ca18Od-hb\\_s/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/Ca18Od-hb_s/?utm_medium=copy_link)
- Maryam, S., Prasetyo, P., & Mahdalena, V. (2021). Literasi Media Digital Pada Kampanye Greenpeace ID di Media Sosial Instagram Dalam Merubah Perilaku Masyarakat. 5(1), 242–253.
- MENLHK. (2020). *Surat Edaran Menteri Lingkungan Hidup Dan Kehutanan Nomor Se\_2\_Menlhk\_Pslb3\_Plb\_3\_3\_2020\_Tahun\_2020.Pdf*.
- Napoleoncat. (2021). *Instagram User 2021*.
- Nasrullah, R., & Nurbaya, N. S. (2015). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Newhouse, N. (1991). Implications of Attitude and Behavior Research for

- Environmental Conservation. *The Journal of Environmental Education*, 22(1), 26–32.
- Nufus, W. H. (2021). *1,5 Ton Sampah Masker Bekas dari Rumah Tangga Terkumpul selama Pandemi*. <https://news.detik.com/berita/d-5350288/15-ton-sampah-masker-bekas-dari-rumah-tangga-terkumpul-selama-pandemi>
- Nugroho, Y. (2011). *Kolaborasi, demokrasi partisipatoris dan kebebasan informasi*. 0–117.
- Nurin, F. (2021). *Memilih Jenis Masker yang Paling Efektif Menangkal Virus*. <https://hellosehat.com/sehat/informasi-kesehatan/jenis-masker/>
- Pramudita, L. M., & Rahim, S. A. (2011). Periklanan Internet: Faktor Pendorong Yang Merangsang Pembelian Produk Kecantikan. *Jurnal Komunikasi*, 27(1), 1–17.
- Pratiwi, W. H. (2021). *Bahaya Plastik Terselubung pada Masker Medis | kumparan.com*. <https://kumparan.com/wijayantiherlisp/bahaya-plastik-terselubung-pada-masker-medis-1wC546BXgs2/1>
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama.
- Pusparisa, Y. (2021). *Instagram, Media Sosial Favorit Generasi Z | Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/16/instagram-media-sosial-favorit-generasi-z>
- Q, H. (2016). *Sebelum Beli Followers di Instagram, Baca Dulu 5 Fakta Soal Followers Karbitan Ini*. <https://www.hipwee.com/list/fakta-beli-followers-instagram/>
- Rahmadania, S. R. (2022). *Penting! Ini Perbedaan Masker Medis dan Non Medis yang Perlu Diketahui*. Detik. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5984046/penting-ini-perbedaan-masker-medis-dan-non-medis-yang-perlu-diketahui>
- Renata, C. D. (2021). *Pengaruh Terpaan Postingan di Instagram Dan Daya Tarik Pesan Iklan di Youtube Kemenkes RI Terhadap Minat Vaksin Covid-19*. 4(1), 48–60.
- Rezkisari, I. (2022). *Peneliti Ingatkan Dampak Mikroplastik dari Limbah Masker | Republika Online*. <https://www.republika.co.id/berita/r6qfx6328/peneliti-ingatkan-dampak-mikroplastik-dari-limbah-masker>
- Rice, R., & Atkin, C. (2009). PUBLIC COMMUNICATION CAMPAIGNS: Theoretical Principles and Practical Applications. In *Media Effects* (3rd ed., p. 436). Routledge.
- Rizaty, M. A. (2021). *Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa? | Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>
- Rogers, E. M., & Storey, J. D. (1987). Communication Campaigns. *Communication Campaign, January 1987*, 187–199. <https://doi.org/10.4324/9781410604033-14>
- Roper, B. (1985). *Public Attitudes Toward Television And Other Media In A Time of Change: The Fourteenth Report In A Series*. Television Information Office.
- Samarasinghe, R. (2012). The Influence of Cultural Values and Environmental

- Attitudes on Green Consumer Behaviour. *International Journal of Behavioral Science*, 7(1), 83–98.
- Sanjaya, W. (2013). *Penelitian Pendidikan: Jenis, Metode dan Prosedur*. Prenada Media: Kencana.
- Santoso, A. (2016). Mengenal dan Memahami Infografis. *Berita Antara.Com*.
- Saptoyo, R. D. A. (2021). *Tiap Semenit Terdapat 2,8 Juta Limbah Masker Sekali Pakai di Bumi Halaman all - Kompas.com*.  
<https://www.kompas.com/tren/read/2021/05/11/120500265/tiap-semenit-terdapat-2-8-juta-limbah-masker-sekali-pakai-di-bumi?page=all>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (6th ed.). Salemba Empat.
- Shimao, M. (2001). Biodegradation of plastics Masayuki Shimao. *Current Opinion in Biotechnology*, 242–247.
- Sita, E. (2019). *Bahaya Sampah Plastik Bagi Kesehatan dan Lingkungan*. Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan.  
<https://radioedukasi.kemdikbud.go.id/read/2141/bahaya-sampah-plastik-bagi-kesehatan-dan-lingkungan.html>
- Sitinjak, T. J., & Sugiarto. (2006). *Lisrel* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Strate, L. (2008). Studying Media As Media: Mcluhan and the Media Ecology Approach. *MediaTropes EJournal Vol I, I*, 127–142.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Deepublish.
- Sukadji, S. (2000). *Menyusun Dan Mengevaluasi Laporan Penelitian*. Penerbit Universitas Indonesia.
- Suryana. (2010). *Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian*.
- Susanti, N. F. (2021). *Dampak Perilaku Kecanduan Facebook Pada Orang Tua Di Desa Pananrang*. 17–19.
- Tentang Kami – demibumi.id*. (n.d.). Retrieved September 23, 2021, from <https://demibumi.id/tentang-kami/>
- Thaha, H. (2003). Media Massa dan Masyarakat Modern. *Al-Tajdid*, 1(1), 26.
- Ulfa, G. S., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas Instagram “Earth Hour Bogor” sebagai Media Kampanye Lingkungan. *Efektivitas Instagram “Earth Hour Bogor” Sebagai Media Kampanye Lingkungan*, 16(1), 144–157.  
<https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.16.1.144-157>
- Utami, S. F. (n.d.). *Bagaimana Plastik Berpengaruh Pada Perubahan Iklim? - Zerowaste.id*. Retrieved September 10, 2021, from <https://zerowaste.id/knowledge/bagaimana-plastik-berpengaruh-pada-perubahan-iklim/>
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye* (Revisi). Simbiosis Rekatama Media.
- Weiss, J. K., & Cohen, E. L. (2019). Clicking for change: the role of empathy and negative affect on engagement with a charitable social media campaign\*. *Behaviour and Information Technology*, 38(12), 1185–1193.  
<https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1578827>
- West, R., & Turner, L. H. (2009). *Pengantar Teori Komunikasi* (Jilid 3). Salemba Humanika.

Williamson, A. (2010). *EMERGENCE , CONSOLIDATION AND CONVERGENCE : STRATEGIES FOR A SUCCESSFUL DIGITAL CAMPAIGN*. 1–10.

Zarrella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*.

