DAFTAR PUSTAKA

Buku dan *Pressrelease*

Ainurarafiqin, M. (2023). *Teknik Branding 5.0* (A. S. Arum, Ed.). Yogyakarta, Indonesia: Anak Hebat Indonesia.

Albi, A., & Johan, S. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (E. D. Lestari, Ed.). Indonesia: CV Jejak (Jejak Publisher). Diambil dari https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_penelitian_kualitatif/59V8DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Anguelov, N. (2016). *The Dirty Side of the Garment Industry Fast Fashion and Its Negative Impact on Environment and Society*. Taylor & Francis Group, LLC.

BPS Kota Surabaya. (2020). Hasil Sensus Penduduk 2020 Kota Surabaya. *Berita Resmi Statistik*, (02), 1–5. Diambil dari https://surabayakota.bps.go.id/pressrelease/2021/01/29/225/hasil-sensus-penduduk-2020-kota-surabaya.html

Dr. Sjeddie R. Watung, M. (2022). Literasi Ekonomi dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. In *CV. Bintang Semesta Media*.

Eddy Roflin, Iche Andriyani, dan P. (2021). Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian kedokteran. In *PT Nasya Expanding Management* (Moh. Nasru). Indonesia. Diambil dari https://www.google.co.id/books/edition/POPULASI_SAMPEL_VARIABEL_DALAM_PENELITIA/ISYrEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Fatmawati. (2021). *Kampanye Politik Sebuah Pendekatan Fenomenologi*. AMERTA MEDIA.

Febriyanti, S. N. (2023). *Copywriting* (1 ed.). Indonesia: Prenada Media. Diambil dari https://www.google.co.id/books/edition/Copywriting/CXzGEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Kurniawan, D. A. (2021). *Langkahku Masa Depanku (Kajian Antologi Budaya Antikorupsi)* (I. B. Raharjo, Ed.). Indonesia: CV Srikandi Kreatif Nusantara.

Masnuna, & Romadhonna, M. (2020). *Media cetak dengan teknik sablon press* (1 ed.). Indonesia: Indomedia Pustaka.

Masruroh, Nikmatul, E. a. (2022). Ekonomi Sirkular dan Pembanguan Berkelanjutan. In *Jejak Pustaka*.

Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (E. Risanto, Ed.). Indonesia: Andi Offset. Diambil dari https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Desain_Komunikasi_Visual_dalam/y

QwVEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Rizal Juliansyah. (2021). Rahasia Mewarnai Hari Berujung Prestasi. In S. Nahidloh (Ed.), *KBM Indonesia* (1 ed.). Indonesia: KBM Indonesia. Diambil dari https://www.google.co.id/books/edition/Rahasia_Mewarnai_Hari_Berujung_Prestasi/OSYrEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Rustan, S. (2010). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Indonesia: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rustan, S. (2013). *Mendesain Logo*. Indonesia: Gramedia Pustaka Utama. Diambil dari https://www.google.co.id/books/edition/Mendesain_Logo/hVdjDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Santrock, J. W. (2019). Life-Span Development, Seventeenth Edition. In *Life-span development, 7th ed.* McGraw-Hill Higher Education.

Setyabudi, D., Adhikarya, T., Djangkaru, R., Ispandiran, L., Benny, A., Adhistrisna, Y., … Rochman, M. ganie. (2017). *Strategi Jitu Kampanye Integritas ala Mahasiswa*.

Soraya, F., Bnul, Q., & Nasrullah. (2023). *Strategi Komunikasi Digital Balai Pelestarian Cagar Budaya Sulawesi Selatan dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan* (Yusmanizar, Ed.). Indonesia: CV. TOHAR MEDIA. Diambil dari https://www.google.co.id/books/edition/Strategi_Komunikasi_Digital_Balai_Pelest/iy_PEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Subria Mamis, I Nyoman Agus Suarya Putra, I Made Marthana Yusa, Didik Aryanto, Ngakan Putu Darma Yasa, Mita Purbasari Wahidiyat, … Donna Carollina. (2023). *Dasar-Dasar Desain Komunikasi Visual (Dkv): Panduan Lengkap Untuk Memasuki Dunia Kreatif Visual* (1 ed., Vol. 1; Sepriano, Ed.). Indonesia: PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Diambil dari https://books.google.co.id/books?id=70rPEAAAQBAJ&dq=Gambar+memiliki+peran+sentral+sebagai+bentuk+informasi+visual+dalam+multimedia,+dan+pemahaman+terhadap+gambar+sangat+terkait+dengan+prinsip-prinsip+matematika&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s

Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Indonesia: Deepublish. Diambil dari https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Teori_Teori_Komunikasi/dn_sDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Sukma Wijaya, B. (2011). Bambang Sukma Wijaya, Model Komunikasi Berasa dalam Komunikasi Pemasaran MODEL KOMUNIKASI BERASA DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN Studi Mengenai Iklan Ambient Media dalam Meraih Kepercayaan Khalayak Konsumen. *Journal Communication Spectrum*, *1*(1), 55–74.

Sulaiman, A. M., & Dkk. (2023). *Dasar dan Penerapan Tipografi* (L. Marhamah, Ed.). Indonesia: CV. Mitra Cendekia Media. Diambil dari https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_dan_Penerapan_Tipografi/-VzXEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Shihab, S., & Amitra, A. (2022). Unlocking Fashion , Sustainability , & Circular Economy. In *Tinkerlust Impact Report 2022*. Diambil dari https://www.tinkerlust.com/impact-report/fashion-impact-report.pdf

Theuws, M., Sandjojo, V., & Vogt, E. (SOMO). (2017). Branded Childhood. In *Stop Child Labour (SCL)*. Diambil dari https://www.stopchildlabour.org/assets/Branded-Childhood.pdf

Wibowo, H. S. (2021). *Panduan Literasi Internet untuk Mahasiswa* (W. Anita, Ed.). Indonesia: Tiram Media.

Wulandari, D. P., & Pasaribu. (2023). *Pemasaran Digital untuk Bisnis Hospitality*. Indonesia: Deepublish.

Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi: Sebuah Pedekatan Kritis dan Komprehensif*. Indonesia: Deepublish. Diambil dari https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Ilmu_Komunikasi_Sebuah_Pedekat/_XUCEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Zul Fadli, Frans Sudirjo, Rahmat, Allicia Deana Santosa, Johni S. Pasaribu, Dhika Wahyu Octaviani, Haris Sandi Yudha, Rusydi Fauzan, Anna Triwijayati, Arief Yanto Rukmana, Dedi Herdiansyah, F. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN DIGITAL* (Muttaqin, Ed.). Indonesia: Get Press Indonesia. Diambil dari https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_PEMASARAN_DIGITAL/n7_LEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

Jurnal dan Prosiding

Ardiana, N. P. L., Damayanti, M. N., & Muljosumarto, C. (2016). Perancangan Kampanye Sosial tentang Pemahaman Eksistensi dan Esensi Keragaman Lintas Etnis di Semarang. *Jurnal DKV Adiwarna*, *1*(8), 1–11. Diambil dari https://media.neliti.com/media/publications/81469-ID-perancangan-kampanye-sosial-tentang-pema.pdf

Arini, D. P. (2021). Emerging Adulthood : Pengembangan Teori Erikson Mengenai Teori Psikososial Pada Abad 21. *Jurnal Ilmiah Psyche*, *15*(01), 11–20. https://doi.org/10.33557/jpsyche.v15i01.1377

Arrigo, E. (2020). Global sourcing in fast fashion retailers: Sourcing locations and sustainability considerations. *Sustainability (Switzerland)*, *12*(2). https://doi.org/10.3390/su12020508

Asy'ari, M. F., & Amalia, Y. T. (2022). Sisi Gelap Multinational Corporation (MNC) Fast Fashion: Implikasi Terhadap Keamanan Lingkungan. *Jurnal Multidisiplin West Science*, *1*(2), 164–180.

Bailey, K., Basu, A., & Sharma, S. (2022). The Environmental Impacts of Fast Fashion on Water Quality: A Systematic Review. *Water (Switzerland)*, *14*(7). https://doi.org/10.3390/w14071073

Balqies, A. K., & Jupriani, J. (2022). Campaign "Thrifting" Sebagai Solusi Limbah Fashion. *DEKAVE : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, *12*(2), 186. https://doi.org/10.24036/dekave.v12i2.117314

Diantari, N. K. Y. (2021). Tren new normal pada industri fast fashion di Indonesia : Adaptasi fast fashion di masa pandemi. *Bhumidevi: Journal of Fashion Design*, *I*(1), 68–75.

Dita, R. E. (2022). Kemampuan self control mahasiswa ditinjau dari perilaku impulsive buying. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, *2*(1), 1–19. Diambil dari https://nasional.sindonews.com/read

Dwiputra, Y. K., & Aryani, T. N. (2021). Analisis Pengaruh Ilustrasi Pada Kemasan "Kemripik" Terhadap Minat Beli Alumni Sma Pl Servasius Bekasi. *Tuturrupa*, *3*(2), 1. https://doi.org/10.24167/tr.v3i2.3114

Febrilly, V., & Siscawati, M. (2023). Eksploitasi Perempuan Buruh Oleh Industri Garmen : Fenomena Global Tren Pakaian Mode Cepat (Fast Fashion). *Jurnal Vidya Wertta*, *6*(1), 34–49.

Febsiana, F. (2020). *Pemberian Edukasi Tentang Perilaku Pengolahan Makanan Sehat (Khususnya Dalam Penggunaan Minyak Goreng) Untuk Pencegahan Kadar Kolesterol Pada Ibu Rumah Tangga* (Vol. 66).

Fransiska, M., Nugraheni, O., Windiani, R., & Wahyudi, F. E. (2022). Tanggung Jawab Kapitalis: Strategi H&M Menanggulangi Dampak Negatif Industri Fast Fashion. *Journal of International Relations*, *8*, 396–407. https://doi.org/10.14710/jirud.v8i3.34486

Fraser, E., & van der Ven, H. (2022). Increasing Transparency in Global Supply Chains: The Case of the Fast Fashion Industry. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(18). https://doi.org/10.3390/su141811520

Ganatra, J., & Nayakawadi, A. (2021). *Journal of Textile and Clothing Science SUSTAINABLE FASHION*. 15–25. Diambil dari http://www.jtcsonline.com

Hananto, B. A. (2020). Tinjauan Tipografi dalam Konteks industri 4.0. *Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA) 2020*, *3*, 132–139. Diambil dari https://eprosiding.std-bali.ac.id/index.php/senada/article/view/278

Irmayanti, L., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Analisis Kesadaran Industri Fashion dalam Upaya Meningkatkan Sustainable Development Goals (SDGs) melalui Produksi dan Konsumsi Sustainable Fashion Menurut Perspektif Ekonomi. *Youth & Islamic Economic*, *03*(02), 1–18. Diambil dari http://jurnalhamfara.ac.id/index.php/yie/article/view/145

Kadek, N., & Diantari, Y. (2021). Fast Fashion Sebagai Lifestyle Generasi Z di Denpasar (Fast Fashion as a Generation Z Lifestyle in Denpasar). *Jurnal Lifestyle*, *1*, 1–7.

Karim, I. Y., & Yulianita, N. (2021). Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Public Relations*, *1*(2), 120–129. https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.418

Khan, R. (2019). 'Be creative' in Bangladesh? Mobility, empowerment and precarity in ethical fashion enterprise. *Cultural Studies*, *33*(6), 1029–1049. https://doi.org/10.1080/09502386.2019.1660696

Kozlowski, A., Bardecki, M., & Searcy, C. (2019). Tools for sustainable fashion design: An analysis of their fitness for purpose. *Sustainability (Switzerland)*, *11*(13), 1–19. https://doi.org/10.3390/su11133581

Kurniawan, Y. A., El Chidtian, A. S. C. R., & Yani, A. R. (2023). Perancangan Ambient Media Sebagai Media Kampanye Sosial "Sidoarjo Anti Diabetic" Untuk Remaja Usia 16-24 Tahun. *Jurnal Education and Development*, *11*(2), 348–354. https://doi.org/10.37081/ed.v11i2.5018

Muazimah, A. (2020). PENGARUH FAST FASHION TERHDAP BUDAYA KONSUMERISMA DAN KERUSAKAN LINGKUNGAN DI INDONESIA. *JOM FISIP*, *7*(2), 1–15. Diambil dari https://www.forbes.com/sites/sanfordst

Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth and Environment*, Vol. 1, hal. 189–200. Springer US. https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9

Oentarto, J. J., Bangsa, P. G., & Christianna, A. (2020). Perancangan Media Kampanye Sosial Tentang Bahaya Pemanasan Global dengan Pendekatan Rasa Takut. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1–12. Diambil dari http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/10303%0Ahttps://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/download/10303/9208

Pangestu, R. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual. *Besaung :*

Jurnal Seni Desain dan Budaya, *4*(2), 159–165. https://doi.org/10.36982/jsdb.v4i4.796

Peters, G., Li, M., & Lenzen, M. (2021). The need to decelerate fast fashion in a hot climate - A global sustainability perspective on the garment industry. *Journal of Cleaner Production*, *295*, 126390. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.126390

Pramodhawardhani, J., Endrayana, M., & Retnasari, D. (2021). Penerapan Sustainable Fashion Dan Ethical Fashion Dalam Menghadapi Dampak Negatif Fast Fashion. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, *16*(1), 1–6. Diambil dari https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/44683

Pratiwi, P. S., Seytawati, M. P., Hidayatullah, A. F., Ismail, I., & Tafsir, T. (2021). Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok). *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, *6*(1), 83. https://doi.org/10.29240/jdk.v6i1.2959

Rahmat, A., Asyari, A., & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, *4*(1), 39. https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198

Roos, S., Jönsson, C., Posner, S., Arvidsson, R., & Svanström, M. (2019). An inventory framework for inclusion of textile chemicals in life cycle assessment. *International Journal of Life Cycle Assessment*, *24*(5), 838–847. https://doi.org/10.1007/s11367-018-1537-6

Saifulloh, M., & Lazuardi, M. F. (2021). Manajemen Kampanye Public Relations Dalam Sosialisasi Program Tanggap Covid-19. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, *4*(1), 53–65. https://doi.org/10.32509/pustakom.v4i1.1320

Setiawan, I. N. A. F. (2021). Kapita Selekta Citraleka Desain 2021: Desain pada Era New Normal. In *Kapita Selekta Citraleka Desain 2021: Desain pada Era New Normal*. https://doi.org/10.14203/press.421

Shabrina Ulfa, G., & Fatchiya, A. (2018). Efektivitas Instagram "Earth Hour Bogor" Sebagai Media Kampanye Lingkungan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, *16*(1), 1693–3699.

Solicitor C.R.E.C, A., Putra, D. M., Huwaidaa Hapsari, R., Dewi, M. K., Rahmanzah, G. A., Adiguna P, A., & Fathqurrahman J, F. (2019). Kampanye Sosial Memilah dan Mengolah Sampah Organik maupun Anorganik di Dusun Pucukan. *Segara Widya : Jurnal Penelitian Seni*, *7*(1), 58–66. https://doi.org/10.31091/sw.v7i1.680

Wanita, T. U. K. B., Rissanen, T., Robert, J., & Liu, M. (2019). *Pengolahan Teknik Zero Waste Fashion De- Sign Dengan Teknik Geometric Cutting Un-*. *6*(2), 2217–2223.

Yoon, N., Lee, H. K., & Choo, H. J. (2020). Fast fashion avoidance beliefs and anti-consumption behaviors: The cases of Korea and Spain. *Sustainability (Switzerland)*,

12(17), 5–7. https://doi.org/10.3390/SU12176907

Skripsi dan Laporan Penelitian

Bachtiar, M. H. (2023). *Perancangan Buku Ilustrasi Interaktif Tentang Ikan Hiu di Indonesia untuk Anak Usia 6-12 Tahun sebagai Media Pelestarian Lingkungan* (National Development University "Veteran" of East Java). National Development University "Veteran" of East Java. Diambil dari http://repository.upnjatim.ac.id/14702/

Cahyani, I. F. (2023). *PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PENGENALAN PROFESI DI BIDANG DKV (DESAIN KOMUNIKASI VISUAL) UNTUK REMAJA USIA 16-19 TAHUN* (Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur). Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Diambil dari http://repository.upnjatim.ac.id/14702/

Karim, A. (2023). *PERANCANGAN KAMPANYE "BATIK NONGKRONG" MENGGUNAKAN BATIK SURABAYA UNTUK ANAK MUDA* (Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur). Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Diambil dari http://repository.upnjatim.ac.id/14723/

Kurniawan, Y. A. (2023). *PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL CEGAH DIABETES MELITUS UNTUK USIA 16-24 TAHUN* (Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur). Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Diambil dari https://repository.upnjatim.ac.id/10467/

Murwonugroho, W. (2020). *Laporan Penelitian Rhetorika Visual Pada Ambient Media Menggugah Daya Tarik Visual Dan* (Universitas Trisakti). Universitas Trisakti. Diambil dari http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/Naskah_Penelitian_final_-_Rehtorika_Visual_-_Wegig.pdf

Internet

Adnin, S. (2023). KPI (Key Performance Indicator): Pengertian, Jenis, Contoh, dan Cara Membuatnya. Diambil 24 Maret 2024, dari Glints for Employers website: https://employers.glints.com/id-id/blog/memahami-key-performance-indicator-kpi-di-perusahaan/

Ahdiat, A. (2023). 10 Negara Penghasil Sampah Terbesar di Dunia, Ada Indonesia. Diambil 14 Oktober 2023, dari Databoks.katadata.co.id website: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/26/10-negara-penghasil-sampah-terbesar-di-dunia-ada-indonesia

Arti kata edukasi - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. (n.d.). Diambil 13 Oktober

2023, dari https://kbbi.web.id/edukasi

Arti kata Media - Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. (n.d.). Diambil 14 Oktober 2023, dari https://kbbi.web.id/media

Cahya, K. D. (2018). Berapa Hari Dibutuhkan Untuk Bentuk Kebiasaan Baru? Diambil 15 Desember 2023, dari Kompas.com website: https://lifestyle.kompas.com/read/2018/10/04/200000720/berapa-hari-dibutuhkan-untuk-bentuk-kebiasaan-baru-?page=all

Central Intelligence Agency. (2022). Indonesia - The World Factbook. *Central Intelligence Agency*, hal. 4. Diambil dari https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/indonesia/

Data Indonesia. (2023). Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023. Diambil 14 Oktober 2023, dari dataindonesia.id website: https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023

Hanadia, N. (2023). Indonesia: share of Instagram users by age 2022. Diambil 14 Oktober 2023, dari Statista.com website: https://www.statista.com/statistics/1078350/share-of-instagram-users-by-age-indonesia/

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. (2022). SIPSN - Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional KemenLHK. Diambil 14 Oktober 2023, dari Data Pengelolaan Sampah & RTH website: https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/

Laksana, N. C. (2020). Pable, startup pengolah limbah tekstil jadi bahan siap pakai. Diambil 14 Oktober 2023, dari Tek.id website: https://www.tek.id/future/pable-startup-pengolah-limbah-tekstil-jadi-bahan-siap-pakai-b1ZWS9jsm

Mita Defitri. (2023). Apa Itu Fast Fashion? Diambil 14 Oktober 2023, dari Waste4Change website: https://waste4change.com/blog/apa-itu-fast-fashion/

Mybest. (2023). 10 Rekomendasi Buku Journal Terbaik (Terbaru Tahun 2023) | mybest. Diambil 20 Desember 2023, dari Mybest website: https://id.my-best.com/137097

Primark: Walking Billboards • Ads of the World™ | Part of The Clio Network. (n.d.). Diambil 20 Desember 2023, dari Ads of the World website: https://www.adsoftheworld.com/campaigns/walking-billboards

Quanti Report. (2018). Measuring Fashion: Insights from the Environmental Impact of the Global Apparel and Footwear Industries | Quantis. Diambil 10 Oktober 2023, dari https://quantis.com/report/measuring-fashion-report/

Taslaud, G. (2023). Indonesia Social Media Statistics 2023 | Most Popular Platforms – The Global Statistics. Diambil 14 Oktober 2023, dari INSG. website:

https://www.theglobalstatistics.com/indonesia-social-media-statistics/

Wulandari, T. (2023, April). Teori “21 Hari” Dipatahkan, Lalu Berapa Lama Kebiasaan Bisa Terbentuk? Diambil 15 Desember 2023, dari DetikEdu website: https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6691589/teori-21-hari-dipatahkan-lalu-berapa-lama-kebiasaan-bisa-terbentuk

Zero Waste Indonesia. (2018). Tentang Zero Waste - Zero Waste Indonesia. Diambil 18 Oktober 2023, dari Zero Waste Indonesia website: https://zerowaste.id/tentang-zero-waste-indonesia/

Zerowaste Indonesia. (2019). Zero waste Indonesia #TukarBaju. Diambil 18 Oktober 2023, dari Zero Waste Indonesia website: https://zerowaste.id/campaign-program/tukar-baju/