

DAFTAR PUSTAKA

- Anggaraini, L. (2021). *Limbah Fashion sebagai Penyumbang Polusi Global*.
- Anisatul Afifa, et al. (2022). *Persepsi Followers Terhadap Postingan Keputusan Lepas Hijab Influencer @rachelvenya di Instagram*.
- Ardiansyah, R. (2018). *Media Sosial dan Perubahan Tren Konsumsi Fashion di Era Digital*.
- Astuti, S. (2021). *Zero Waste Fashion sebagai Solusi Ramah Lingkungan dalam Industri Tekstil*.
- Atmoko, B. (2012). *Instagram: Jejaring Sosial Berbasis Foto dan Video*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Bambang, R. (2015). *Instagram dalam Perspektif Komunikasi Visual*.
- Brundtland, G. H. (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press.
- Carey, L., & Cervellon, M. C. (2014). *Ethical Fashion Dimensions: Pioneering Practices and Emerging Norms*. Journal of Fashion Marketing and Management.
- Cavagnaro, E., & Curiel, G. (2012). *The Three Levels of Sustainability*. Sheffield: Greenleaf Publishing.
- Cholilawati, R. (2021). *Fashion Berkelanjutan: Alternatif di Tengah Dominasi Fast Fashion*.
- Eliska, P., dkk. (2019). *Psikologi Persepsi dalam Komunikasi Sosial*.
- Endrayana, S. (2020). *Sustainable Lifestyle: Perspektif Konsumen Generasi Muda*.
- Fletcher, K., & Tham, M. (2015). *Fashion and Sustainability: Design for Change*. Laurence King Publishing.
- Ganatra, H., et al. (2021). *Sustainable fashion: Balancing Environment, Economy, and Equity*.
- Ghina Hana Rifat. (2024). *Analisis Persepsi Followers Instagram Akun @jennierubyanne sebagai Brand Ambassador Chanel*.
- Henninger, C. E., Alevizou, P. J., & Oates, C. J. (2016). *What is Sustainable fashion?*. Journal of Fashion Marketing and Management.
- Herlina, D. (2018). *Konsep Fashion Berkelanjutan dalam Gaya Hidup Modern*.
- Hill, J., & Gordon, L. (2015). *Environmental Impact of Textiles*. Sustainable fashion Journal.
- I Kadek Sukma, Y. (2023). *Pengaruh Personal Branding Selebgram dalam Mempromosikan Sustainable fashion*.
- Irmayanti, F., et al. (2022). *Penerapan SDGs dalam Industri Mode*.
- Johnston, A., Everard, M., Santillo, D., & Robèrt, K. H. (2007). *Reclaiming the Definition of Sustainability*. Environmental Science and Pollution Research.
- Kaikobad, N., et al. (2015). *Eco Fashion: Redefining Green Consumerism*.
- Kozłowski, A., & Bardecki, M. (2019). *Cultural and Aesthetic Dimensions in Sustainable fashion*.
- Kulsum, S. (2020). *Industri Fashion Berkelanjutan di Indonesia: Peluang dan Tantangan*.
- Livana Aisya, et al. (2024). *Persepsi Followers Terhadap Akun Instagram @infotije dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pelanggan Transjakarta*.

- Mulyana, D. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Novian, D. (2015). *Komunikasi Visual Melalui Media Sosial*.
- Peters, G. P., et al. (2021). *Fast Fashion and the Carbon Footprint: Global Impact and Local Solutions*.
- Putri, Y. M. (2024). Persepsi *Followers* terhadap Konten Akun Instagram @pmbunisba_blitar. *Jurnal Komunikasi Digital dan Media Sosial*, 6(1), 45–56.
- Rahmat Dahlan. (2017). *Psikologi Persepsi: Proses dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*.
- Sarlito W. Sarwono. (1983). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Shimp, T. A. (2003). *Advertising, Promotion and Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulianta, R. (2015). *Instagram sebagai Media Branding di Era Digital*.
- Sayyida, N. (2022). Persepsi Generasi Z terhadap *Sustainable fashion* di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 10(2), 123–134.
- ThredUp. (2021). *Resale Report: Second-Hand Fashion and Carbon Savings*.
- Tjiaptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Malang: UMM Press.
- UN Alliance for Sustainable fashion. (2019). *Official Launch at UNEA-4, Nairobi, Kenya*.
- Wardaya, D. A. (2023). Strategi Komunikasi Visual dalam Promosi *Sustainable fashion* oleh Influencer. *Jurnal Ilmu Komunikasi Visual*, 5(1), 77–89.
- Yofa Meilia Putri. (2024). Persepsi *Followers* Terhadap Konten Akun Instagram @pmbunisba_blitar.
- Yurisa Wianuri. (2024). *Analisis Persepsi Generasi Z Terkait Sustainable fashion di Era Fast Fashion pada Media Sosial TikTok*.