

DAFTAR PUSTAKA

- Amaylia, D., Putri, S., & Setyawan, S. (2025). *Analisis Resepsi Followers Akun Instagram @ menjadimanusia dalam Kesehatan Mental*. 9(1), 181–199.
- Aprilia, S. R., & Fitri, A. N. (2025). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Sejauh Mata Memandang Sebagai Sustainable Fashion Brand Melalui Media Sosial Instagram Sefia*.
- Awaludin, M. I., Satya, S., & Wardhana, M. (2024). *Pengaruh Elemen Visual pada Konten Feeds Instagram @ P3SMANDIRI dalam meningkatkan Brand awareness*. 9, 529–544.
- Byrum, K. (2017). “Hey Friend, Buy Green”: Social Media Use to Influence Eco-Purchasing Involvement. *Environmental Communication*, 13(2), 209–221.
<https://doi.org/10.1080/17524032.2017.1308404>
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*.
- Daud, F., Abdullah, N., & P, N. (2022). *Kepedulian Lingkungan Berbasis Pengetahuan, Penerimaan Informasi Dan Kecerdasan Naturalistik*.
<https://eprints.unm.ac.id/30503/1/BukuKepedulianLingkungan.pdf>
- Defitri, M. (2023). Apa Itu Fast Fashion dan Dampak Fast Fashion Bagi Lingkungan? *Waste4change*.
- Dwijayanti, R. I., Olifia, S., & Wisahra, A. (2022). Resepsi Khalayak Terhadap Kampanye Diet Kantong Plastik Pada Instagram @IDDKP. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 311–320.
<https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2624>
- Endrayana, J. P. 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.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/view/44683>
- Fadli, A., & Sazali, H. (2023). Peran Media Sosial Instagram @ Greenpeaceid. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 8(2), 209–222.
- Fitria, S., & Yustisya, P. Z. (2021). The Urgency of Environmentally Friendly Batik Products in Treating the Potential of The International Market. *Prociding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik*, 1–4.
<https://proceeding.batik.go.id/index.php/SNBK/article/view/141>
- Ghassani, A., & Nugroho, C. (2019). Pemaknaan Rasisme Dalam Film (Analisis Resepsi Film Green Book). *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2).
<https://doi.org/10.35308/source.v6i2.2385>
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (2011). *Budaya, Media, Bahasa - Teks utama penancang cultural studies 1972-1979* (M. Bagus, Ed.). JALASUTRA.
- Han, S. L. C., Henninger, C. E., Apeagyei, P., & Tyler, D. (2017). Determining effective sustainable fashion communication strategies. *Sustainability in Fashion: A Cradle to Upcycle Approach*, 127–149. https://doi.org/10.1007/978-3-319-51253-2_7
- Handayani, O. D., Primadani, B., & Putri, S. (2024). Analisis Karakteristik Social Media Marketing Instagram @Sejauh Mata Memandang. *E-Proceeding of Management*, 11(2), 1353.
- Hoewe, J., & Ahern, L. (2017). First-Person Effects of Emotional and Informational Messages in Strategic Environmental Communications Campaigns. *Environmental Communication*, 11(6), 810–820.
<https://doi.org/10.1080/17524032.2017.1371050>

- Irma, I., Marlina, M., & Badawi, B. (2022). Partisipasi Perempuan Dalam Pengelolaan Lingkungan. *UNM Environmental Journals*, 5(2), 22. <https://doi.org/10.26858/uej.v5i2.42831>
- Jayanti, U. N. A. D., Firmazelin, A., Nasution, N. N., & Nasution, P. F. (2023). Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Kesadaran Akan Kepedulian Lingkungan Di Daerah Kelurahan Sukaramai I Kecamatan Medan Area. *Pedagogi: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 9(2), 71–79. <https://doi.org/10.47662/pedagogi.v9i2.587>
- Karpenka, L., Rudienè, E., Morkunas, M., & Volkov, A. (2021). The influence of a brand's visual content on consumer trust in social media community groups. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(6), 2424–2441. <https://doi.org/10.3390/jtaer16060133>
- Larissa, T., & Titisari, B. (2022). Analisis Praktik Sustainable Fashion Pada Brand Sejauh Mata Memandang. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 10(2), 170–179.
- Latifah, A., & Pratamawaty, B. B. (2024). The Influence of Attitudes on Environmental Activism Content on Social Media on the Desire to Support Environmental Issue Content. *Metacommunication; Journal of Communication Studies*, 9(1), 79. <https://doi.org/10.20527/mc.v1i1.18244>
- Metricool. (2023). Social Media Study: Instagram 2023. *Metricool.Com*.
- Nababan, E. M., & Shabrina, A. (2024). Analisis Resepsi Followers Gen Z Terhadap Kasus Pelecehan Seksual dalam Konten Kisah @Perempuanberkisah. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6(1), 182–191. <https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/view/427>
- Nabila Rizki Azizah, Ratnaningrum Zusyana Dewi, & Masnia Ningsih. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Stereotip Profesi Pada Video Kitabisa.Com Di Youtube. *Ilmu Komunikasi*, Vol. 1 No. (Volume 1 Nomor 2 Desember 2020), 1–16. <http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/pawitrakomunika/article/view/917/486>
- Nasruallah, R. (2018). *KHALAYAK MEDIA : identitas, ideologi, dan Perilaku pada Era Digital*.
- Nugroho, M. A. (2022). KONSEP PENDIDIKAN LINGKUNGAN HIDUP: Upaya Penanaman Kesadaran Lingkungan. *Ibtidaiyyah: Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyyah*, 1(2). <https://doi.org/10.18860/ijpgmi.v1i2.1691>
- Nurkhalisa, A., Ulfa, N., & Luqman, Y. (2024). *GEN Z'S PERCEPTION OF GREEN MARKETING THAT SELLS : A CASE STUDY OF #SejauhManaKamuPeduli BY SEJAUH MATA MEMANDANG*.
- Padang, F., & Natadjaja, L. (2022). Analisis Elemen Sosial Media Marketing Goodeats Terhadap Minat Beli Customer. *Jurnal DKV Adiwarna*. <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/12270%0Ahttps://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/viewFile/12270/10756>
- Prajarini, D., & Sayogo, D. (2021). Pengaruh Desain Post Instagram Terhadap Minat Pembelian Produk Umkm Kedai Kopi Di Kabupaten Sleman. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(01), 187–199. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.4139>
- Priliantini, A., Krisyanti, K., & Situmeang, I. V. (2020a). Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID) DOI: 10.31504/komunika.v9i1.2387. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(1), 40. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i1.2387>

- Priliantini, A., Krisyanti, K., & Situmeang, I. V. (2020b). Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID)
DOI: 10.31504/komunika.v9i1.2387. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(1), 40.
<https://doi.org/10.31504/komunika.v9i1.2387>
- Rahayu, D., Riyansah, A., Astuti, D. S., & Faidurrizal, F. (2021). Gerakan Zero Waste Sebagai Bentuk Peduli Pada Lingkungan Hidup di Kota Tangerang Selatan. *Ijd-Demos*, 3(2). <https://doi.org/10.37950/ijd.v3i2.98>
- Rahmah, M. H., Ariandi, Nurdin, G. M., Firdaus, & Irfan, M. (2023). Restorasi Ekosistem Mangrove di Taman Wisata Bahari Gonda Polewali Mandar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(4), 58–65.
<https://doi.org/10.59837/jpmmba.v1i4.57>
- Rahmawaty, D., Nadiroh, Husen, A., Purwanto, A., & Astra, I. M. (2021). SUSTAINABLE FESYEN SEBAGAI UPAYA GERAKAN ZERO WASTE DALAM PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN OLEH DESAINER. *Community Development Journal*, 2(2), 431–437.
<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/1869>
- Rizki, D., & Lubis, D. P. (2014). Efektivitas Media Sosial Untuk Gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 2(3), 160–170.
- Rizkiyah, N. (2019). Pengaruh Sikap Siswa dan Pemahaman Konsep Ekosistem Terhadap Kepedulian Lingkungan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 5(2), 61–62. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2669970>
- Sangrawati, M., Purnama, P. A., Candrastuti, R., & Trisakti, U. (2022). *Fashion campaign*. 19(1), 49–68.
- Septiana. (2021). Sejauh Mata Memandang, Merek Lokal yang Lestarkan Budaya dan Lingkungan. *Suarapemerintah*. Id.
- Suhardin, S. (2016). Influence of Gender difference and knowledge about the basic concepts of ecology on environmental concern: ex Post Facto study in SMAN 7 Depok. *EDUKASI: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama Dan Keagamaan*, 14(1), 117–132.
- Tanzil, M. Y. (2017). The Sustainable Practices of Indonesian Fashion Brands. *International Conference on Art, Craft, Culture and Design “Sustainability, Inter and Trans Discipline Culture towards Creative Economy,”* 203–211.
- Thorisdottir, T. S., & Johannsdottir, L. (2019). Sustainability within fashion business models: A systematic literature review. *Sustainability (Switzerland)*, 11(8), 1–26. <https://doi.org/10.3390/su11082233>
- Trisliatanto, Agung, D. (2019). *Metodologi Penelitian* (Giovanni, Ed.). Andi Publisher.
- Trisna, D. (2024). Pentingnya Kesadaran Masyarakat Dalam Menjaga Dan Menaati Aturan Yang Ada Di Lingkungan. *Civic Society Research and Education: Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 5(1), 35–44.
<https://doi.org/10.57094/jpkn.v5i1.1270>
- Tsurayya, N. S. (2025). Pengaruh Green Marketing terhadap Minat Pembelian Greem Fashion : Studi pada Merek “Sejauh Mata Memandang.”
- Widdowson, E. (2019). *Negotiation of Conflicting Desires: How consumers negotiate between materialistic desires and sustanability desires*. 1–19.
https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/42665/master_Widdowson_Elina_2019.pdf?sequence=1
- Zulkarnain, P. D., Pratiwi, N. I., Satria, W. I., & Wulandewi, N. M. P. M. (2023). Realitas Komunikasi Persuasif dalam Gerakan Ramah Lingkungan Melalui

Konten Instagram. *Jurnal Sinestesia*, 13(2), 959–975.
<https://sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/424>