

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, C. (2021). *Program "LIPTEEN: Life and Psychology of Teenager" dengan Topik Bahasan Psikologi Remaja dan Pendidikan di Masa Pandemi, Episode 2: Increase Knowledge Without Limits*. Universitas Multimedia Nusantara. Diakses dari https://kc.umn.ac.id/17192/8/BAB_II.pdf
- Ahdiat, A. (2022). *Daftar media sosial dengan jangkauan iklan tertinggi di dunia*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/daftar-media-sosial-dengan-jangkauan-iklan-tertinggi-di-dunia>
- Ahmad, B. R. (2018). *Inilah brand-brand pilihan netizen tahun 2018*. Ekbis. Diakses dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read171577/inilah-brand-brand-pilihan-netizen-tahun-2018.html>
- Ananda. (2002). *Pengertian generasi milenial dan tahun berapa generasi milenial*. Diakses dari <https://www.gramedia.com/best-seller/milenial/amp/>
- Anisaluana. (2020). *Bedanya thrift, thrifting, dan thrift shop. Simak kalau kamu ingin bisnis di dunia ini*. Diakses dari <https://www.hipwee.com/narasi/bedanya-thrift-thrifting-dan-thrift-shop/>
- Ardiansyah. (2021). *Analisis perbandingan preferensi konsumen milenial dalam pembelian buah segar*. Diakses dari http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/12424/1/G21116031_skripsi_01-11-2021%201-2.pdf
- Ardyanto, F. (2020). *5 fungsi televisi dan jenis-jenis programnya, tak hanya hiburan*. Diakses dari <https://hot.liputan6.com/read/4328206/5-fungsi-televisi-dan-jenis-jenis-programnya-tak-hanya-hiburan>
- Ardianto., Komala., & Lukiah. (2004). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Astuti, N. F. (2021). *Mengenal manfaat televisi, berikut jenis-jenis programnya*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/jabar/mengenal-manfaat-televisi-berikut-jenis-jenis-programnya-kln.html>
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik gender tematik, profil generasi milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. Diakses dari <https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-buku-profil-generasi-milenial.pdf>
- Barton, D. L. (1981). *Voluntary simplicity lifestyles and energy consumptions*. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/24099407_Voluntary_Simplicity_Lifestyles_and_Energy_Consumption

- Baskoro, F. M. (2017). *Matahari department store raih penghargaan top 3 retail brand asia study*. Diakses dari <http://www.beritasatu.com/ekonomi/451349-matahari-department-store-raih-penghargaan-top-3-retail-brand-asia-study.html>
- Bick, R., Halsey, E., & Ekenga, C. C. (2018). *The global environmental injustice of fast fashion*. Environmental Health.
- Cahya, K. D. (2018). *Mode pakaian yang berubah cepat dan dampaknya bagi lingkungan*. Diakses dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/01/09/114700620/mode-pakaian-yang-berubah-cepat-dan-dampaknya-bagi-lingkungan?page=all>
- Candrawati, A. A. I., Nurita, W., & Andriyani, A. A. A. D. (2021). *Gaya hidup minimalis orang Jepang yang dipengaruhi oleh ajaran zen*. Diakses dari <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/daruma/article/view/1929>
- Caro, F., & Martínez-de-Albéniz, V. (2014). *Fast fashion: Business model overview and research opportunities*. In Retail Supply Chain Management: Springer, Boston.
- Cheng, T. (2014). *Public relations and promoting in film: How it's done and why it's important*. Syracuse University Honors Program Capstone Projects.
- Christina, A. (2021). *Program "LIPEEN: Life and psychology of teenager" dengan topik bahasan psikologi remaja dan pendidikan di masa pandemi, Episode 2: Increase knowledge without limits*. Universitas Multimedia Nusantara. Diakses dari https://kc.umn.ac.id/17192/9/BAB_III.pdf
- Color hunt. *Nature color palettes*. Diakses dari <https://colorhunt.co/palettes/nature>
- Dehotman, F. (2017). *Ini sisi negatif pesatnya perkembangan industri fast fashion di Indonesia*. Tribun Jabar. Diakses dari <https://jabar.tribunnews.com/2017/07/29/ini-sisi-negatif-pesatnya-perkembangan-industri-fast-fashion-di-indonesia>
- Detik. (2010). *Otak lebih suka gambar dan warna*. Diakses dari <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-1404800/otak-lebih-suka-gambar-dan-warna>
- Dogusoy, B., Cicek, F., & Cagiltay, K. *How serif and sans serif typefaces influence reading on screen: An eye tracking study*. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/304358587_How_Serif_and_Sans_Serif_Typefaces_Influence_Reading_on_Screen_An_Eye_Tracking_Study
- Dopierala, R. (2017). *Minimalism – a new mode of consumption?* University of Lodz. Diakses dari <https://www.semanticscholar.org/paper/Minimalism-%E2%80%93-a-new-mode-of-consumption-Dopiera%C5%82a/c916cd2bc87c84e45ace753a79189ba27b291ed1>
- Edi, F. R. S. (2016). *Teori wawancara psikodiagnostik*. Penerbit Leutika Prio. Diakses dari <https://books.google.co.id/books?id=uS96DwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

- Ellen Macarthur Foundation. *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*. Diakses dari <https://ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>
- Eriyanto. (2002). *Analisis framing, konstruksi, ideologi, dan politik media*. Yogyakarta: LKis Yogyakarta. Diakses dari <https://books.google.co.id/books?id=0nBaDwAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Fachrudin, A. (2012). *Dasar-dasar produksi televisi: Produksi berita, feature, laporan investigasi, dokumenter, dan teknik editing*. Diakses dari https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=0KRPDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=program+televisi+feature&ots=efl2XOKifn&sig=KebeCKZLLFdn8EimWnKTnAphDQc&redir_esc=y#v=onepage&q=program%20televisi%20feature&f=false
- Fletcher, K. (2008). *Sustainable fashion and textiles*. Eathscan: London dan Washington.
- Flew, T., & Smith, R. (2011). *New media: An introduction*. Melbourne: Oxford University Press.
- Githapradana, D. M. W. (2020). *Penerapan teknik upcycling limbah fashion pada desain tas multifungsi*. Universitas Ciputra: Surabaya. Diakses dari <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/362/178>
- Gordon, J., & Hill, C. (2015). *Sustainable fashion: Past, present, and future*. London: Bloomsbury Publishing.
- Grant, A. E., & Wilkinson, J. S. (2009). *Understanding media convergence: The state of the field*. New York: Oxford University Press.
- Haug, A., & Busch, J. (2015). *Towards an ethical fashion framework*. Fashion Theory
- Henninger, C. E. (2015). *Traceability the new ecolabel in the slow-fashion industry?—consumer perceptions and micro-organisations responses*.
- Her World Indonesia. (2021). *Mengenal istilah "fast fashion"*. Diakses dari <https://www.herworld.co.id/article/2021/4/17905-Mengenal-Istilah-Fast-Fashion>
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). *Perilaku generasi millennial dalam menggunakan aplikasi Go-Food*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Diakses dari <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk/article/view/2560/0>
- Hikmah, S. N. (2020). *Studi kasus 3 perempuan karier bergaya hidup minimalis di kota Makassar*. Universitas Hasanuddin: Makassar. Diakses dari http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/2041/2/E51116306_skripsi_28-08-2020%201-3.pdf
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millenials rising: The next great generation*. New York: Vintage Book. Diakses dari https://books.google.co.id/books?id=To_Eu9HCNqIC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Iskandar, D. (2018). *Konvergensi media*. Penerbit Andi. Diakses dari <https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=YCaADwAAQBAJ&oi=fnd>

- find&pg=PR3&dq=Iskandar,+D.+(2018).+Konvergensi+media.+Penerbit+Andi.&ots=hd8W1A_FEf&sig=k90ODfx_hKrpz75jTiJTQDoZ4Zs&redir_esc=y#v=onepage&q=Iskandar%2C%20D.%20(2018).%20Konvergensi%20media.%20Penerbit%20Andi.&f=false
- Iwata, A. (2002). *Mathematical perspective of CombNET and its application to meteorological prediction*. Meteorological Research Note No.203, 77-107.
- Jauhari, H. (2013). *Jurnalisme Televisi Indonesia*. Diakses dari https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=5ihIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP2&dq=jurnalisme+solutif+&ots=bEoyQxpSfV&sig=UzfixaoT4H_zyaGuzC4TPJZae10&redir_esc=y#v=onepage&q=jurnalisme%20solutif&f=false
- Jay, F. (2018). *Seni hidup minimalis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Jayani, D. H. (2020). *10 media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>
- Kartawijaya, B. (2019). *Jurnalisme solusi pikiran rakyat*. Diakses dari <https://budhiana.id/2019/07/17/jurnalisme-solusi-pikiran-rakyat/>
- KBBI. (2008). *Kamus besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka. Jakarta.
- Kemendag. (2015). *Info komoditi pakaian jadi*. Diakses dari http://bppp.kemendag.go.id/media_content/2017/08/Isi-BRIK_Pakaian_Jadi.pdf
- Kemp, S. (2020). *Digital 2022: Indonesia*. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kencana, W. H., & Djamal, M, F. (2021). *Startup television: New form in digital journalism*. Universitas Persada Indonesia. Diakses dari <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/961>
- Kholisdinuka, A. (2021). *4 manfaat hidup minimalis yang bikin hidup lebih bahagia*. Diakses dari <https://wolipop.detik.com/worklife/d-5753368/4-manfaat-hidup-minimalis-yang-bikin-hidup-lebih-bahagia>
- Khuong, M. N., & Duyen, H. T. M. (2016). *Personal factors affecting consumer purchase decision towards men skin care products - a study in Ho Chi Minh City*. Vietnam International Journal of Trade.
- Kim, H., Choo, H. J., & Yoon, N. (2013). *The motivational drivers of fast fashion avoidance*. Journal of Fashion Marketing and Management.
- Kominfo. (2013). *Media tv Indonesia belum optimal jalan fungsi edukasi publik*. Diakses dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/1331/media-tv-indonesia-belum-optimal-jalan-fungsi-edukasi-publik/0/berita_satker
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2002). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran*. Lembaran RI Tahun 1999 No. 166. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Komputer, W. (2008) *Video editing dan video production*. Jakarta: PT Elex Media Media Komputindo.

- Kresnajaya, R. H. (2018). *Pembuatan program televisi feature berbasis internal rhythm berjudul Semanggi Surabaya*. Diakses dari <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/3690/1/13510160004%20-%202018%20-%20STIKOM%20SURABAYA.pdf>
- Kristanti, E. Y. (2013). *Uang tak bisa membeli kebahagiaan? Ilmuwan: Maaf... itu salah!* Diakses dari <https://www.liputan6.com/global/read/595050/uang-tak-bisa-membeli-kebahagiaan-ilmuwan-maaf-itu-salah>
- Kumparan. (2019). *Kisah sans serif, font populer dunia yang dulu dicari*. Diakses dari <https://kumparan.com/kumparannews/kisah-sans-serif-font-populer-dunia-yang-dulu-dicaci-1rWVxbalggv>
- Kupperschmidt, B. R. (2000). *Multigeneration employees: Strategies for effective management*. The health care manager. Diakses dari https://journals.lww.com/healthcaremanagerjournal/Abstract/2000/19010/Multigeneration_Employees_Strategies_for.11.aspx
- Lararenjana, E. (2021). *Thrift adalah barang bekas atau second import yang diperjual-belikan, ini lengkapnya*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/jatim/thrift-adalah-barang-bekas-atau-second-import-yang-diperjual-belikan-ini-lengkapnya-klm.html?page=1>
- Latief, R. (2020). *Panduan produksi acara televisi non drama*. Jakarta: Kencana. Diakses dari <https://books.google.co.id/books?id=V4P1DwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Lubis, B., & Mulianingsih, S. (2019). *Keterkaitan bonus demografi dengan teori generasi*. Diakses dari <http://eprints.ipdn.ac.id/5698/1/KETERKAITAN%20BONUS%20DEMOGRAFI%20DENGAN%20TEORI%20GENERASI.pdf>
- Manshur, F. (2017). *Jurnalisme untuk menjawab kesenjangan sosial*. Diakses dari <https://odesa.id/jurnalisme-untuk-menjawab-kesenjangan-sosial/>
- Mastanora. (2020). *Dampak tontonan video youtube pada perkembangan kreativitas anak usia dini*. Aulada: Jurnal Pendidikan dan Perkembangan Anak. Diakses dari <https://e-journal.ikhac.ac.id/index.php/aulada/article/download/580/433>
- Mccoy, D. (2017). *Top fast fashion brand in United States*. Diakses dari <http://www.Chainstoreage.com>.
- McKinsey & Company. (2016). *Style that's sustainable: A new fast-fashion formula*. Diakses dari <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula>
- McKinsey & Company. (2019). *Otomasi dan masa depan pekerjaan di Indonesia*. ASO New Media. Diakses dari <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/asia%20pacific/automation%20and%20the%20future%20of%20work%20in%2>

- 0indonesia/automation-and-the-future-of-work-in-indonesia-indonesian.pdf
- Morissan. (2013). *Manajemen media penyiaran strategi mengelola radio dan televisi*. Jakarta: Kencana.
- Muchlis. (2021). Hidup minimalis. Diakses dari https://www.kompasiana.com/muchlis60541/6157c6a22881757f545663e2/hidup-minimalis?page=1&page_images=1
- Ngantung, D. (2017). *10 merek "fashion paling berharga" di dunia pada 2017*. Diakses dari <https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-3444785/10-merek-fashion-paling-berharga-di-dunia-pada-2017>
- Nidia, C., & Suhartini, R. (2020). *Dampak fast fashion dan peran desainer dalam menciptakan sustainable fashion*. Universitas Negeri Surabaya.
- Niinimäki, K., & Hassi, L. (2011). *Emerging design strategies in sustainable production and consumption of textiles and clothing*. Journal of cleaner production. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/251623693_Emerging_design_strategies_in_sustainable_production_and_consumption_of_textiles_and_clothing
- Nugroho, R. S. (2016). Pengantar teori generasi Strauss & Howe. Diakses dari <https://medium.com/@reysatrio/pengantar-teori-generasi-strauss-howe-8c59f051eb7>
- Nurkhalis. (2014). *Positifkasi asketisme dalam Islam dengan pendekatan paradigma klasik dan moden*. Diakses dari <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/substantia/article/download/4928/3253>
- Nurudin. (2013). *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Ongaro, A. (2021). *What is minimalism? A practical guide to a minimalist lifestyle*. Diakses dari <https://www.breakthetwitch.com/minimalism/>
- Patmono. (1996). *Teknik jurnalistik: Tuntunan praktis untuk menjadi wartawan*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Perkasa, G. (2021). *Jangan Cuma belanja pakaian, ketahui juga dampak fast fashion pada lingkungan*. Diakses dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/05/07/155527320/jangan-cuma-belanja-pakaian-ketahui-juga-dampak-fast-fashion-pada?page=all>
- Pilcher, J. (2017). *Women of their time: Generation, gender issues, and feminism*. New York: Routledge.
- Powers, J.M., & Ronald, L. S. (2002). *Craig's restorative dental matxls 11th ed*. St. Louis, Missouri: Mosby.
- Preston, P. (2001). *Reshaping communications*. Sage: Thousand Oaks, California. Diakses dari <https://en.id1lib.org/book/835980/71da97>
- Prihartono, A. W. (2016). *Surat kabar & konvergensi media*. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Diakses dari <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52313500/4210-8369-1-SM-with-co>

ver-page-v2.pdf?Expires=1638943647&Signature=gyAfDbLVawynqk2ty
wAjocd~rPg3av1PCI8akeKvk-krigfX9BxV7c8bfSAe0ZmJL4O0bIUSAO
4PH0Biqy9472ijlcvHFCg3hpyKv5dBGxfXQIWPV0vm3wVjoyWkQEVd
xDuJsH09X~pATICDrdEwnhNk-0HM5Ehp0JKLZMd0UXXRZeFDwdQ
y8GDJ0xht2D4f08hhsC0cA8g7tWi8W4dCKVHOpw30YFX3v-3PeMX0
CcR~JjJzfu462Y1g6VqcIH291fQVw3D~zmqd4FIvJFVv3WKQgEqT7~P
rCy9j0N30qB9KmE7t~hDaRFj4t8fiXIVJ6pm0CX9xdZB0jDWZ0ffAPQ_
_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

- Pusparisa, Y. (2019). *Kontroversi di balik industri "fast fashion"*. Diakses dari <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a4c494f4f2/kontroversi-di-balik-industri-fast-fashion>
- Pusparisa, Y. (2021). *Media konvensional di Indonesia menuju senjakala*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/01/media-konvensional-di-indonesia-menuju-senjakala>
- Putra, Y. S. (2019). *Theoretical review: Teori perbedaan generasi*. Among Makarti. Diakses dari <https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/14>
- Putri, A. A. (2018). *Analisis pengaruh sikap generasi milenial terhadap minat beli online pada situs jejaring sosial*. Diakses dari <https://dspace.uin.ac.id/bitstream/handle/123456789/6432/TEISIS%20ANGGUN-%20ANALISI%20PENGARUH%20SIKAP%20GENERASI%20MILENIAL%20TERHADAP%20MINAT%20BELI%20ONLINE%20PADAA%20SITUS%20JEJARA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Putri, F. K. (2019). *"Fast fashion", budaya konsumtif, dan kerusakan lingkungan*. Diakses dari <https://news.detik.com/kolom/d-4705049/fast-fashion-budaya-konsumtif-dan-kerusakan-lingkungan>
- Putri, V. A., & Soedarsono, D. K. (2019). *Proses produksi program televisi "Music Update" di channel T-Music pada televisi berlangganan Transvision. 5*.
- Quamila, N. (2020). *Catat! Ini waktu paling pas untuk posting di media sosial*. Diakses dari <https://kumparan.com/karjaid/catat-ini-waktu-paling-pas-untuk-posting-di-media-sosial-1sm4k4bhq3W/full>
- Rachmat, I., Sumartono., & Jemat, A. *The use of social media youtube as audio-visual record document management: Exploratory study of application the guidelines behavior broadcasting, standard of broadcast programs (P3 and SPS) ANTV on Pesbukers television program*. Universitas Esa Unggul. Diakses dari <https://www.e-journal.unair.ac.id/RLJ/article/view/7289/0>
- Ratuzzahrah, D., Gabriella, S., Whinarko., & Kurniawati. (2021). *Determinan brand engagement in self-concept (BESC): Produk fast fashion*. Diakses dari <https://journals.ums.ac.id/index.php/benefit/article/view/14372/6803>

- Republika. (2016). *Mengenal generasi millennial*. Diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/koran/inovasi/16/12/26/ois64613-mengenal-generasi-millennial>
- Riselanov, M. E., & Anwar, A. A. (2020). *Penyutradaraan fashion film dengan konsep sustainable fashion untuk konsumen fashion*. Universitas Telkom: Bandung. Diakses dari <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/12273/13241>
- Safitri, A. A., & Irwansyah, I. (2021). *Migrasi televisi ke youtube sebagai perkembangan media teknologi komunikasi*. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/353408367_Migrasi_Televisi_ke_Youtube_sebagai_Perkembangan_Media_Teknologi_Komunikasi
- Santoso, E. J. (2013). *Bikin video dengan kamera dslr*. Media Kita.
- Sari, S. (2019). *Literasi media pada generasi milenial di era digital*. Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik. Diakses dari <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/943/788>
- Setiawan, S. R. D. (2016). *Andalkan gerai dan "online," laba dan penjualan pemilik Zara meningkat*. Diakses <http://ekonomi.kompas.com/read/2016/06/16/150000326/Andalkan.Gerai.dan.Online.Laba.dan.Penjualan.Pemilik.Zara.Meningkat>
- Setiyawan, A. S. (2013). *TA : Pembuatan Video Dokumenter Beternak Sapi Perah (Studi Kasus: CV Drajat Farm)*. Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Teknik Komputer. Diakses dari <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/634/>
- Setyawan, D. (2011). *Unsur-unsur visual media sederhana*. Diakses dari <https://www.scribd.com/doc/60444963/UNSUR-Media>
- Simarmata, J. et al. (2020). *Elemen-elemen multimedia untuk pembelajaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Soelistyowati, F. M. L., & Purnomo, J. (2020). *Dampak fast fashion terhadap lingkungan*. Universitas Ciputra: Surabaya. Diakses dari <https://www.uc.ac.id/envisi/wp-content/uploads/publikasifpd/ENVISIFPD-2020-P128-FIONA%20MAY%20LEMAN,%20SOELISTYOWATI,%20JENNIFER%20PURNOMO-DAMPAK%20FAST%20FASHION%20TERHADAP%20LINGKUNGAN.pdf>
- Strangelove, M. (2010). *Watching YouTube*. University of Toronto Press. Diakses dari <https://www.ayobandung.com/netizen/pr-792884339/youtube-vs-tv>
- Stanton, A. (2021). *What is fast fashion, anyway?* Diakses dari <https://www.thegoodtrade.com/features/what-is-fast-fashion>
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The History of America's Future*. New York: Morrow.
- Sugianto, R. V., & Brahmana, R. K. M. R. *Pengaruh self-congruity, curiosity, dan shopping well-being terhadap pola konsumsi fast fashion pada generasi millennial di Surabaya*. Universitas Kristen Petra. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/287245-pengaruh-self-congruity-curiosity-dan-sh-cb47e5e1.pdf>

- Sugihartati, R. (2014). *Perkembangan masyarakat informasi teori sosial kontemporer*. Kencana.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV. Diakses dari <https://massugiyantojambi.wordpress.com/2011/04/15/teorimotivasi/>
- Sukiman. (2012). *Pengembangan media pembelajaran*. Yogyakarta: Pustaka Insan Madani.
- Sutisno. (1993). *Ped. Pen skenario tv video*. Grasindo.
- Suyanto, M. (2004). *Analisis & desain aplikasi multimedia untuk pemasaran*. Penerbit Andi.
- TeamLab. (2017). *Enso*. Diakses dari <https://www.teamlab.art/w/enso/minimalism/>
- Tesaurus Bahasa Indonesia. (n.d). Diakses dari <http://tesaurus.kemdikbud.go.id/tematis/lema/ide>
- Utami, S. F. *Mengenal fast fashion dan dampak yang ditimbulkan*. Diakses dari <https://zerowaste.id/zero-waste-lifestyle/mengenal-fast-fashion-dan-dampak-yang-ditimbulkan/>
- Wahana, H. D. (2015). *Pengaruh nilai-nilai budaya generasi milenial dan budaya sekolah terhadap ketahanan individu*. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/310736067_Pengaruh_Nilai-Nilai_Budaya_Generasi_Millennial_Dan_Budaya_Sekolah_Terhadap_Ketahanan_Individu_Studi_Di_SMA_Negeri_39_Cijantung_Jakarta
- Wang, Y. T. (2010). *Consumer behavior characteristics in fast fashion*.
- We are social. (2022). *Digital 2022: Another year of bumper growth*. Diakses dari <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/04/more-than-5-billion-people-now-use-the-internet/>
- Weber, S., Lynes, J., & Young, S. B. (2017). *Fashion interest as a driver for consumer textile waste management: reuse, recycle or disposal*. International Journal of Consumer Studies. Diakses dari <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/ijcs.12328>
- Whitler, K. A. (2018). *3 reasons why storytelling should be a priority for marketers*. Diakses dari <https://www.forbes.com/sites/kimberlywhitler/2018/07/14/3-reasons-why-storytelling-should-be-a-priority-for-marketers/?sh=221cdc956758>
- Zamroni. (2021). *Dampak konvergensi media terhadap pola menonton televisi Indonesia di era digital*. Universitas Jember. Diakses dari <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ilkom/article/view/3637>
- (2017). *Perubahan budaya pengeluaran millennial: Pedulikan mereka pada fashion?* Diakses dari <https://xsmfashion.com/perubahan-budaya-pengeluaran-millennial-pedulikan-mereka-pada-fashion>