

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan industri pakaian semakin meningkat pada tahun 2019, menurut data Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (Kemenperin) tercatat pertumbuhan industri pakaian menjadi produksi yang paling tinggi sebesar 15,08%. Hal ini menunjukkan industri pakaian berkembang dengan sangat cepat mengikuti perkembangan zaman atau tren yang ada. Pakaian bukan lagi hanya sebagai kebutuhan primer saja, namun pakaian mendorong menjadi kebutuhan gaya berbusana seseorang sebagaimana disebut sebagai fesyen.

Fesyen merupakan perpaduan gaya atau kombinasi yang meliputi aksesoris, gaya rambut, sepatu, tas terutama pakaian (Zahra, 2019). Pengaruh adanya fesyen untuk memenuhi kebutuhan pakaian masyarakat dan permintaan pasar, yang ingin tetap *up-to-date* atau mengikuti tren. Pelaku industri pakaian terus menciptakan model pakaian yang berbeda untuk mengikuti pergerakan tren cepat, dengan seiring berjalannya perubahan tren memunculkan konsep *ready to wear* yang dinamakan *fast fashion* (fesyen cepat). *Fast fashion* merupakan perpindahan model *fashion* atau pakaian berbeda-beda yang bergerak dengan cepat dalam waktu yang sangat singkat untuk memenuhi tren atau model masa kini (Hayes, 2020).

Kehadiran *fast fashion* memiliki istilah yaitu murah, *trendi* dan sekali pakai, hal itu membuat masyarakat membeli produk pakaian terus menerus dengan mudah

dan harga terjangkau. Tanpa disadari bahwa ternyata fesyen cepat memiliki dampak yang berbahaya terhadap lingkungan, mulai dari air, mikroplastik, dan energi. Menurut data Ellen Macarthur Foundation kehadiran fesyen cepat menjadi penyumbang polusi terbesar, secara global rata-rata jumlah pakaian yang terbuang oleh konsumen sebesar USD 460 miliar setiap tahunnya dengan rata-rata 7 (tujuh) sampai 10 (sepuluh) kali pemakaian. Salah satu dari beberapa Industri *fast fashion* seperti H&M, Zara, Uniqlo, Stradivarius, Pull & Bear, dan beberapa merek lainnya yang menghadirkan model *fashion* dengan tujuan memenuhi jumlah kebutuhan masyarakat.

Tidak hanya berdampak pada lingkungan, fesyen cepat juga memberikan dampak yang merugikan terhadap masalah sosial seperti memberikan upah rendah kepada para pekerja di industri pakaian. Pada tahun 2013 runtuhnya Rana Plaza yang merupakan pabrik garmen berbagai puluhan merek fesyen menewaskan lebih dari 1.100 orang pekerja dan 2000 pekerja mengalami luka-luka, kejadian tersebut mengungkapkan bahwa kondisi bangunan pabrik garmen di Bangladesh tidak layak untuk ditempati oleh para pekerja (Aini, 2019). Runtuhnya Rana Plaza mengungkapkan bahwa kesejahteraan serta keselamatan para pekerja tidak menjadi prioritas utama, hal ini disebabkan oleh industri pakaian untuk menekan biaya produksi yang rendah kepada para pekerja dan mendapatkan keuntungan dari luar (Zahra, 2019). Menurut Remake nirlaba 80% pakaian dibuat oleh Wanita muda yang berusia 18-24 tahun (Drew, 2019).

Pergerakan fesyen cepat menjadi kebutuhan untuk memenuhi tren mode yang mengutamakan keuntungan daripada kesejahteraan manusia. Melihat persoalan ini Zero Waste Indonesia (@zerowaste.id\_official) membuat kampanye melalui *hashtag* #Tukarbaju di media sosial Instagram. Kampanye ini dibuat karena mereka melihat adanya limbah industri pakaian yang berdampak buruk pada kerusakan lingkungan dan sosial. Tujuan dari kampanye ini yaitu untuk memberikan pesan kepada masyarakat bahwa jenis sampah tidak hanya pada isu plastik saja, melainkan sampah dari industri pakaian pada fesyen juga sangat berbahaya. Selain itu, #Tukarbaju memberikan informasi dan edukasi menggerakkan dari *fast fashion* menjadi *slow fashion* (fesyen lambat). Gerakan *slow fashion* merupakan sebuah aksi untuk menerapkan produksi bahan yang ramah lingkungan dalam rentang waktu yang lama (Hidup Tanpa Sampah, 2020). Beda hal dengan fesyen cepat, fesyen lambat lebih mementingkan kualitas sedangkan fesyen cepat mementingkan kuantitas.

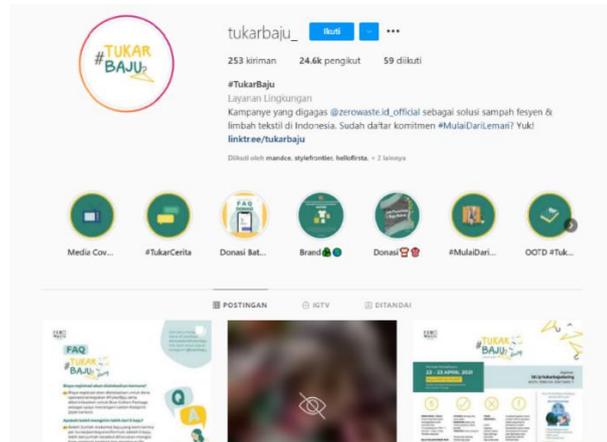
Menurut Zero Waste Indonesia ada beberapa cara untuk menerapkan fesyen lambat, yaitu:

1. Berpakaianlah apa yang kita punya, seperti yang ada di lemari kita.
2. Ingin mempunyai baju baru tidak harus membeli baju baru, hal itu bisa didapatkan dengan bertukar, membeli baju bekas (*preloved*) atau *second hand*.

3. Giat mencari informasi dan membaca, seperti aksi yang dilakukan #Tukarbaju menginformasi dan memberikan edukasi dengan seperti itu menumbukan kesadaran yang ada di dalam diri kita.
4. Jika akhirnya harus membeli baju baru, carilah *brand* fesyen yang menerapkan fesyen berkelanjutan (*Sustainable fashion*).

#Tukarbaju merupakan kegiatan bertukar atau *clothing swap* dengan jenis pakaian yang sudah ditentukan tanpa harus membayar. #Tukarbaju membuat kampanye yang sangat menarik dengan mempunyai akun sosial media Instagram (@tukarbaju\_). Seiring perkembangan media sosial terutama Instagram memudahkan pengguna untuk mencari informasi dengan fitur *hashtag* (Nugroho, 2021). Menurut Mulyana (2017, p. 281) *hashtag* sebagai makna simbol kecil memberikan topik konten informasi untuk menarik perhatian audiens di media sosial ditandai dengan tandai pagar (#). Penggunaan *hashtag* pada #Tukarbaju sebagai fitur di media sosial untuk memudahkan publik mencari informasi atau postingan pada #Tukarbaju. Selain itu, #Tukarbaju juga bertujuan untuk menciptakan kesadaran masyarakat salah satunya untuk mengurangi sampah *fashion* dalam limbah tekstil di Indonesia.

**Gambar 1.1 Instagram @Tukarbaju\_ (#Tukarbaju)**



Sumber : Instagram @Tukarbaju\_ , 2021

Kegiatan kampanye melalui *hashtag* #Tukarbaju berawal dari maraknya *fast fashion* dengan beragam mode *trend* busana yang berubah-ubah dalam membuat kita selalu ingin tampil baru mengikuti *lifestyle* bukan untuk sebuah kebutuhan. Konsep dari #Tukarbaju sangat unik dimana orang-orang yang menyukai pakaian yang selalu baru bisa membawa pakaian bebas dengan layak pakai dan bisa ditukar dengan pakaian pemilik orang lain, hal itu memberikan sebuah *alternative* untuk seseorang yang selalu ingin bergaya berganti *mode* namun tidak mengkonsumsi hal yang baru. Kampanye yang dilakukan untuk mengurangi sampah *fashion*. Selain itu #Tukarbaju tidak hanya berfokus dalam mengurangi sampah *fashion* dan limbah tekstil, hal yang dilakukan oleh #Tukarbaju lewat Instagram untuk mengubah *mindset* dengan perubahan sikap publik dalam menangani *fast fashion* agar tidak selalu mengikuti *trend fashion*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Pertumbuhan industri pakaian semakin meningkat untuk mengikuti perkembangan zaman atau tren. Pakaian bukan lagi hanya kebutuhan primer saja, namun pakaian menjadi kebutuhan gaya berbusana yang disebut sebagai fesyen. Pelaku industri pakaian terus menciptakan model pakaian yang berbeda untuk mengikuti pergerakan tren cepat, dengan seiring berjalannya perubahan tren memunculkan konsep *ready to wear* yang dinamakan *fast fashion* (fesyen cepat). Kehadiran *fast fashion* memiliki dampak yang berbahaya terhadap lingkungan, mulai dari air, mikroplastik, dan energi. Menurut data Ellen Macarthur Foundation kehadiran fesyen cepat menjadi penyumbang polusi terbesar, secara global rata-rata jumlah pakaian yang terbuang oleh konsumen sebesar USD 460 miliar setiap tahunnya dengan rata-rata 7 (tujuh) sampai 10 (sepuluh) kali pemakaian. Selain itu *fast fashion* juga memiliki dampak berbahaya kepada sosial seperti memberikan upah yang rendah kepada para pekerja pembuat pakaian serta tidak ada jaminan keselamatan pekerja, hal ini disebabkan oleh industri pakaian untuk menekan biaya produksi yang rendah kepada para pekerja dan mendapatkan keuntungan dari luar. Menurut Remake nirlaba 80% pakaian dibuat oleh Wanita muda yang berusia 18-24 tahun.

Melihat persoalan ini Zero Waste Indonesia (@zerowaste.id\_official) membuat kampanye melalui *hashtag* #Tukarbaju di media sosial Instagram. Kampanye ini dibuat karena mereka melihat adanya limbah industri pakaian yang berdampak buruk pada kerusakan lingkungan dan sosial. Tujuan dari kampanye ini yaitu untuk memberikan pesan kepada masyarakat bahwa jenis sampah tidak hanya

pada isu plastik saja, melainkan sampah dari industri pakaian pada fesyen juga sangat berbahaya. #Tukarbaju memberikan pesan informasi dan edukasi untuk menggerakkan dari fesyen cepat menjadi fesyen lambat, serta menerapkan bagaimana cara menjadi fesyen lambat.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Bedasarkan rumusan masalah di atas, pada penelitian ini pernyataan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *hashtag* media sosial #Tukarbaju terhadap sikap dukungan pada *slow fashion*?
2. Seberapa besar pengaruh *hashtag* media sosial #Tukarbaju terhadap sikap dukungan pada *slow fashion*?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang berkaitan dengan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui ada atau tidaknya pengaruh *hashtag* media sosial #Tukarbaju terhadap sikap dukungan pada *slow fashion*.
2. Mengetahui besar pengaruh *hashtag* media sosial #Tukarbaju terhadap sikap dukungan pada *slow fashion*.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya di bidang *marketing communication*. Penelitian ini akan

memberikan kontribusi komunikasi persuasif melalui media sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini akan memberikan kontribusi bagi #Tukarbaju maupun perusahaan-perusahaan lain dalam mengemas pesan-pesan persuasif di media sosial yang dapat mendukung tentang *slow fashion* masuk kepada masyarakat tentang *hashtag* di media sosial #Tukarbaju untuk mengetahui sikap dukungan pada *slow fashion*.