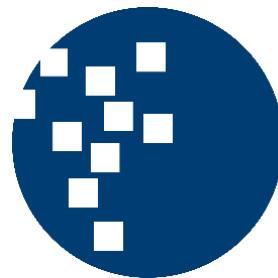


**MODEL KAMPANYE MEDIA SOSIAL
DALAM MENDUKUNG *SLOW FASHION*
(STUDI KASUS KAMPANYE #TUKARBAJU
OLEH ZERO WASTE INDONESIA)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

**VIDYA STELLA LIKMAN
00000027002**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022**

**MODEL KAMPANYE MEDIA SOSIAL
DALAM MENDUKUNG *SLOW FASHION*
(STUDI KASUS KAMPANYE #TUKARBAJU
OLEH ZERO WASTE INDONESIA)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

VIDYA STELLA LIKMAN
00000027002

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vidya Stella Likman

Nomor Induk Mahasiswa : 00000027002

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

“Model Kampanye Media Sosial dalam Mendukung *Slow Fashion* (Studi Kasus Kampanye #TukarBaju oleh Zero Waste Indonesia” merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 Juni 2022



(Vidya Stella Likman)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
“Model Kampanye Media Sosial dalam Mendukung *Slow Fashion*
(Studi Kasus Kampanye #TukarBaju oleh Zero Waste Indonesia)”

Oleh

Nama : Vidya Stella Likman
NIM : 00000027002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 28 Juni 2022

Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dr. Bertha Sri Eko Murtiningsih M, M.Si.
031036603

Penguji

Dr. Indiwan Seto Wahjuwibowo, M.Si.
0308036601

Pembimbing

Angga ARIESTYA, S.Sos., M.Si.
0311048505

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Model Kampanye Media Sosial dalam Mendukung *Slow Fashion* (Studi Kasus Kampanye #TukarBaju oleh Zero Waste Indonesia)” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S.I.Kom Jurusan *Strategic Communication* pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya menghadapi berbagai hambatan. Namun, hambatan-hambatan itu dapat saya atasi dengan mendapat bantuan dan masukan dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak, yaitu:

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Inco Harry Perdana, S.I.Kom, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Angga Arestya, M.Sos, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, saran, dan kritikan yang membangun sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan tepat waktu.
5. Kak Anggia, Kak Naurah, dan Kak Tiara selaku narasumber dalam melakukan penelitian skripsi ini.
6. Kedua orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan motivasi, dukungan, serta doa untuk saya.
7. Bodeng, Icarus Team, Stephanie Gunawan, Michelle, dan sahabat-sahabat yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat kepada saya dari awal pembuatan, hingga terselesaiannya skripsi ini, serta
8. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu saya dalam menyusun skripsi ini.

Saya menerima segala saran dan kritik yang bersifat konstruktif demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, saya berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa/i Ilmu Komunikasi kedepannya, serta inspirasi bagi para pembaca.

Tangerang, 17 Juni 2022

Vidya Stella Likman


UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

MODEL KAMPANYE MEDIA SOSIAL DALAM MENDUKUNG *SLOW FASHION* (STUDI KASUS KAMPANYE #TUKARBAJU OLEH ZERO WASTE INDONESIA)

Vidya Stella Likman

ABSTRAK

Industri *fast fashion* berkembang dengan pesat di seluruh dunia dan membentuk bagaimana sikap masyarakat dalam mengonsumsi produk-produk fesyen. Hal ini juga yang menyebabkan tren fesyen berubah dengan sangat cepat, sehingga masyarakat mengonsumsi produk fesyen dengan cepat juga. Kampanye #TukarBaju menjadi solusi dalam gaya hidup hemat dan ramah lingkungan, tetapi tetap bisa berganti fesyen dengan pakaian milik orang lain dengan konsep membawa baju yang masih layak pakai dan menuarkannya dengan milik orang lain (*clothing swap*). Kampanye ini menggunakan media digital untuk membagikan berbagai aktivisme secara *online*. Namun, tantangan dalam menggunakan media digital adalah sikap masyarakat Indonesia untuk mendukung gerakan *slow fashion* di dunia nyata, bukan hanya aktif di media sosial saja. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui model kampanye #TukarBaju di media sosial dalam mendukung *slow fashion*. Konsep yang digunakan adalah *slow fashion*, kampanye digital, media digital, isu lingkungan pada media digital, serta komunikasi di media sosial. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang menggunakan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan *Focus Group Discussion*, observasi, dan studi literatur. Untuk menguji keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Teknik analisis data yang digunakan adalah penjodohan pola. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa kampanye #TukarBaju lebih banyak dilakukan di media sosial. Berdasarkan model komunikasi media sosial, elemen yang mendukung terdiri dari pengirim, penerima, pesan, komunitas, gangguan, dan media. Selain itu, berbagai fitur media sosial digunakan oleh Zero Waste Indonesia untuk menyebarluaskan kampanye #TukarBaju dalam mendukung *slow fashion*.

Kata kunci: model kampanye media sosial, #Tukarbaju, *slow fashion*

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

**SOCIAL MEDIA CAMPAIGN MODEL
IN SUPPORTING SLOW FASHION
(CASE STUDY OF THE #TUKARBAJU CAMPAIGN
BY ZERO WASTE INDONESIA)**

Vidya Stella Likman

ABSTRACT

The fast fashion industry is proliferating throughout the world and shapes how people behave in consuming fashion products. It causes fashion trends to change quickly, so people consume fashion products quickly too. #TukarBaju campaign is a solution to a frugal and environmentally friendly lifestyle. However, they can still change their fashion with other people's clothes with the concept of bringing clothes that are still fit for use and exchanging them with the others (clothing swap). This campaign uses digital media to share various online activism. However, the challenge in using digital media is the attitude of society to support the slow fashion movement in real life, not just being active on social media. The purpose of this study is to find out the #TukarBaju campaign model on social media in supporting slow fashion. The concepts used are slow fashion, digital campaign, digital media, environmental issues in digital media, and communication on social media. It is descriptive qualitative research that uses the case study method. This research was conducted by focus group discussion, observation, and literature study. Source triangulation has been applied to demonstrate the validity of the data. The data analysis technique used is pattern matching. The results show that #TukarBaju campaign is mostly carried out on social media. Based on the social media communication model, the supporting elements consists of sender, receiver, message, community, noise, and media. In addition, various social media features are used by Zero Waste Indonesia to disseminate the #TukarBaju campaign in support of slow fashion.

Keywords: *social media campaign model, #TukarBaju, slow fashion.*

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

DAFTAR ISI

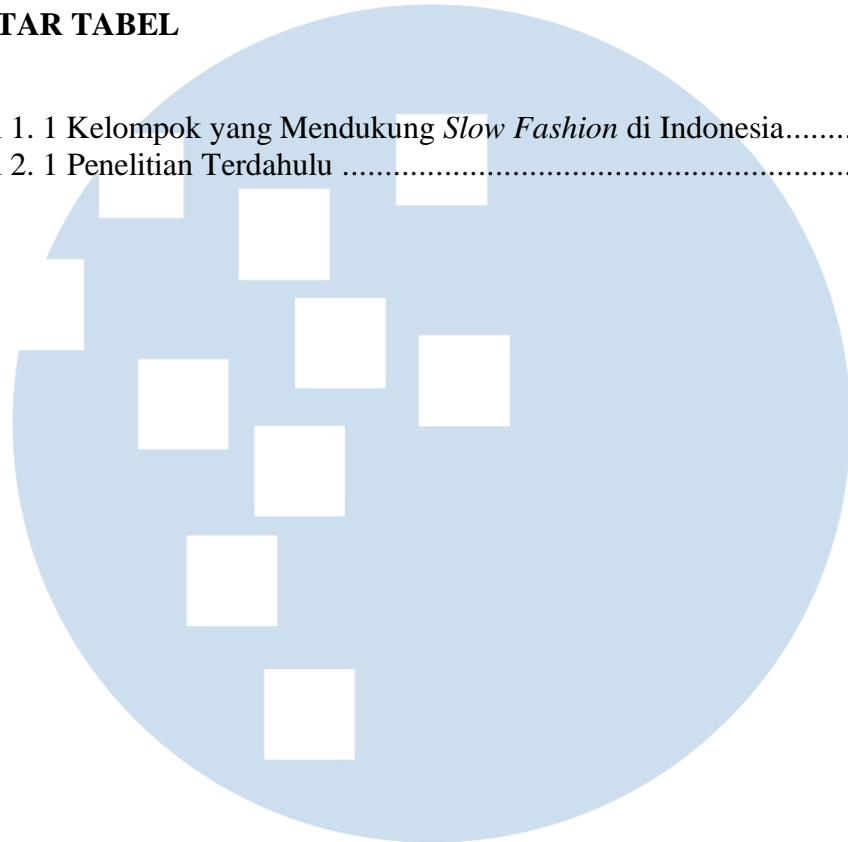
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Akademis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
1.5.3 Kegunaan Sosial	8
1.5.4 Keterbatasan Penelitian	8
BAB II KERANGKA KONSEP	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Konsep yang Digunakan	13
2.2.1 Slow Fashion	13
2.2.2 Kampanye Digital	15
2.2.3 Media Digital	16
2.2.4 Isu Lingkungan pada Media Digital	19
2.2.5 Komunikasi di Media Sosial	20
2.3 Alur Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Paradigma Penelitian	26
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	26
3.3 Metode Penelitian	27
3.4 Key Informan	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Keabsahan Data	28
3.7 Teknik Analisis Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Subjek/Objek Penelitian	30
4.1.1 Subjek Penelitian 1: A.D. (Anggia)	30
4.1.2 Subjek Penelitian 2: N.N. (Naurah)	31
4.1.3 Subjek Penelitian 3: T.L. (Tiara)	31
4.2 Hasil Penelitian	32
4.2.1 Kampanye #TukarBaju dalam Menggunakan Konsep Clothing Swap	32

4.2.2 Aktivisme Kampanye Digital #TukarBaju yang Dilakukan di Media Sosial @tukarbaju_	36
4.2.3 Aktivisme Kampanye Digital #TukarBaju dalam Mewujudkan Aksi Nyata Followers #TukarBaju	40
4.3 Pembahasan	42
4.3.1 Model Kampanye Media Sosial dalam Mendukung Slow Fashion	42
4.3.2 Peran Media Sosial dalam Mendukung Slow Fashion	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	65
5.2.1 Saran Akademis	65
5.2.2 Saran Praktis	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	69



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kelompok yang Mendukung <i>Slow Fashion</i> di Indonesia.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 <i>The Buyerarchy of Needs</i>	35
Gambar 4. 2 Instagram Live Bersama Pembicara.....	44
Gambar 4. 3 Salah Satu Unggahan KOL #TukarBaju	46
Gambar 4. 4 <i>Collaborator</i> yang Memberikan Informasi Terkait #TukarBaju	47
Gambar 4. 5 Konten #TukarBaju yang Disertai Sumber.....	48
Gambar 4. 6 Konten #Tukarbaju yang Sederhana	49
Gambar 4. 7 Double Informasi di Instagram Story	50
Gambar 4. 8 Konten Edukasi Istilah Fesyen	51
Gambar 4. 9 Tampilan Profil Instagram @tukarbaju_	52
Gambar 4. 10 Salah Satu Artikel di Media Digital	53
Gambar 4. 11 <i>Hyperlink</i> yang Terdapat di Website Zero Waste Indonesia.....	54
Gambar 4. 12 Instagram @tukarbaju dan Tagar Tukar Baju yang Dikaitkan dari <i>Website</i>	54
Gambar 4. 13 <i>Hyperlink</i> pada Instagram Story	55
Gambar 4. 14 Konten Interaktif #TukarCerita.....	58
Gambar 4. 15 #TemanTukar yang Berkomitmen Mengikuti #MulaiDariLemari	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Protokol Wawancara (<i>Focus Group Discussion</i>)	69
Lampiran B Transkrip Wawancara (<i>Focus Group Discussion</i>).....	70
Lampiran C Hasil Coding NVivo.....	94
Lampiran D Form Konsultasi Skripsi	97
Lampiran E Hasil Turnitin	99

