

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pakaian merupakan kebutuhan primer untuk setiap orang. Seiring berkembangnya zaman, pakaian juga mengalami perkembangan yang sekarang dinamakan dengan tren. Banyak orang yang belum mengetahui tentang *Zero Waste Fashion* ini apalagi dampak buruknya. Menurut García & Aguilar (2019) *zero waste* merupakan solusi untuk mengelola sampah dan konsep *zero waste* ini juga dapat mengurangi kegiatan produksi dan konsumsi masyarakat akan gaya hidup sekali pakai. Oleh karena itu, perlunya edukasi yang dilakukan pada masyarakat tentang dampak buruk yang dihasilkan dari penggunaan sekali pakai atau *fast fashion* pada lingkungan sekitar dan cara mengurangi kebiasaan penggunaan sekali pakai atau *fast fashion*.

Berdasarkan Niinimäki (2013, p. 13) industri tekstil dan fesyen adalah salah satu sektor industri terbesar di dalam dunia ini yang menggunakan lebih banyak air dalam prosesnya daripada industri lainnya dan itu menghasilkan sejumlah besar bahan kimia beracun ke dalam lingkungan. Dalam pembuatan satu buah baju berbahan katun, dibutuhkan 2,700 liter air dalam prosesnya atau sama dengan rata-rata air yang dibutuhkan manusia selama dua setengah tahun (ZU, 2021).

Berdasarkan data yang diperoleh, industri fesyen merupakan penghasil limbah terbesar kedua setelah industri minyak. *Zero waste fashion* merupakan teknik pembuatan pola yang dilakukan dengan tidak sama sekali menyisakan limbah kain (Kevin, Banindro, & Hendra, 2020). Menurut data yang diperoleh dari Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), industri fesyen merupakan pengguna air terbesar di dunia. Sekitar dua puluh persen air limbah secara global juga berasal dari hasil pembuangan industri fesyen. Bahkan, industri fesyen menghasilkan setengah juta ton serat mikro sintetis ke laut setiap tahunnya (Reily, 2019).

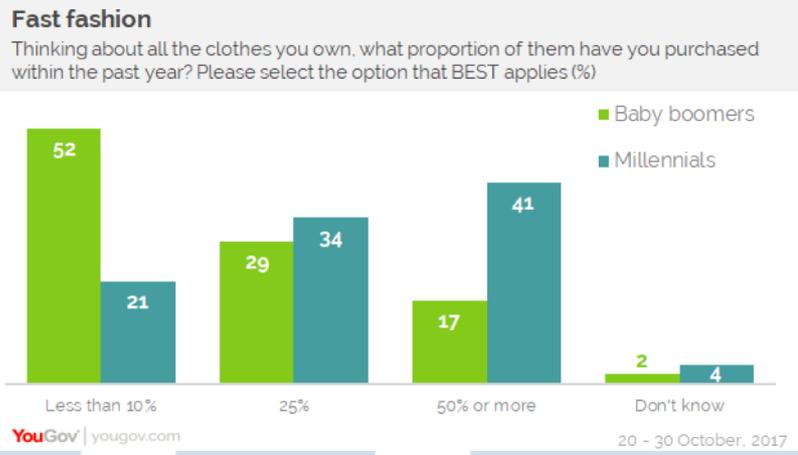
Pertumbuhan *fast fashion* di dunia tanpa disadari sangat mempengaruhi gaya berpakaian masyarakat global termasuk Indonesia. Di tahun 2014, rata-rata orang memiliki enam puluh persen lebih banyak produk pakaian dibandingkan

dengan rata-rata konsumen pada tahun 2000 (Diantari, 2021). Menurut "*The Ethical Consumer*" dan "*Greenpeace's Journal, Unhearted*", apabila tren *fast fashion* terus menerus tumbuh seperti level saat ini, kita akan dapat melihat total jejak karbon pakaian kita mencapai 26% pada tahun 2050 (Awik, 2022). Tanpa disadari, setiap harinya hal tersebut menjadi berbahaya bagi bumi. Sama halnya dengan kantong plastik sekali pakai. Sekali pakai, buang, dan hal tersebut terjadi setiap harinya sehingga akan mencemari lingkungan.

Sebelum memasuki zaman revolusi industri, *fashion* merupakan produk yang mahal karena *fashion* dibuat dengan jahitan tangan sehingga yang membeli hanya kalangan tertentu. Sedangkan, *fast fashion* dibuat dengan lebih cepat menggunakan bahan yang berkualitas rendah dan dijual dengan harga yang rendah (Cikal, 2021). Maka dari itu, *fast fashion* dapat dibeli oleh semua kalangan masyarakat. Namun, produk tersebut tidak akan bertahan lama atau mudah rusak dikarenakan menggunakan bahan yang berkualitas rendah.

Fenomena industri tekstil yang perlu diperhatikan adalah *fast fashion* di mana dalam produksi pakaiannya mempunyai macam-macam model namun waktu pemakaiannya singkat dan kualitas bahan yang digunakan buruk. Sehingga, *fast fashion* menjadi kontribusi limbah tekstil yang besar di dalam sektor industri tekstil. Industri *fast fashion* biasanya juga menggunakan bahan baku polyester yang saat dicuci akan menimbulkan serat mikro yang dapat meningkatkan jumlah sampah plastik. Begitu juga dengan bahan katun yang digunakan oleh industri *fast fashion* dapat meningkatkan risiko kekeringan karena mereka mencampur bahan katun dengan air pestisida dalam jumlah yang banyak (Fadhillah, 2020).

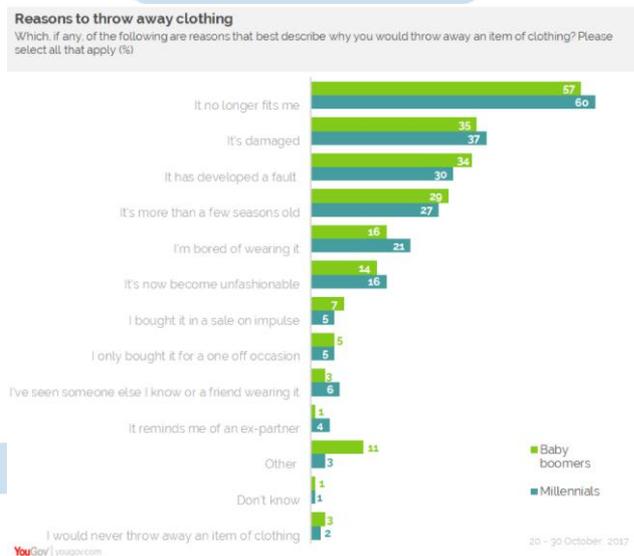
Industri *fast fashion* selalu memproduksi produk terbaru dengan cepat dan harga yang murah sehingga dapat membuat masyarakat sering berbelanja. Berikut adalah hasil survei mengenai *fast fashion* atau pakaian sekali pakai:



Gambar 1.1 Survei Penggunaan Fast Fashion

Sumber: (YouGov.com, 2017)

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa kaum milenial lebih banyak menggunakan pakaian *fast fashion* dibanding *baby boomers* dikarenakan zaman sekarang *trend* cepat muncul dan berlalu sehingga banyaknya penjualan produk *fast fashion*. Berikut adalah survei mengenai alasan mereka membuang produk *fast fashion*:



Gambar 1.2 Survei Alasan Membuang Pakaian

Sumber: (YouGov.com, 2017)

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa 3 dari 10 masyarakat di Indonesia membuang pakaiannya setelah sekali pakai. Kaum *baby boomers* mengatakan mereka membuang pakaiannya karena sudah tidak muat untuk dipakai lagi.

Sedangkan, kaum milenial membuang pakaiannya karena sudah tidak *fashionable*, bosan, rusak, sudah ketinggalan zaman, dan lain-lain. Dikarenakan, masyarakat masih banyak yang belum memahami akan dampak buruk *fast fashion*, maka sebaiknya diadakan kampanye digital sebagai bentuk peringatan dan urgensi terhadap permasalahan *fast fashion* di kehidupan sehari-hari.

Chaffey dan Chadwick (2016, p. 11) mengatakan bahwa *digital marketing* adalah aplikasi dari Internet yang yang menghubungkan komunikasi tradisional dengan teknologi digital untuk mencapai kegiatan pemasaran seperti mengetahui profil konsumen, perilaku konsumen, nilai produk, serta target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran.

Oleh karena itu, penyelesaian masalah untuk meningkatkan *awareness* masyarakat dalam bentuk kampanye digital dirasa lebih efektif untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Selain itu, biaya operasional yang dibutuhkan juga lebih rendah. Berdasarkan isu tersebut, karya ini akan bekerja sama dengan Dalang Indonesia untuk melakukan kampanye #PakaiUlangBajumu ini dan menyalurkan pesan-pesan yang ingin disampaikan melalui kampanye #PakaiUlangBajumu di media sosial Instagram Dalang Indonesia.

Dalang Indonesia bergerak dari masalah yang tak kunjung selesai di Indonesia dan bekerjasama dengan beberapa instansi untuk menyelesaikan penumpukan sampah di Indonesia dengan menghadirkan inovasi pengelolaan sampah lebih cepat, praktis dan efisien. Singkatnya, Dalang merupakan media yang menyediakan program daur ulang sampah plastik di Indonesia. Oleh karena itu, akun Dalang Indonesia ini merupakan media *partner* yang tepat untuk menyalurkan kampanye digital #PakaiUlangBajumu dalam tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak buruk *fast fashion* yang mengakibatkan penumpukan limbah.

1.2 Tujuan Karya

Pembuatan karya kampanye digital ini memiliki beberapa tujuan antara lain:

- 1) Masyarakat akan lebih teredukasi tentang apa itu *fast fashion* dan dampak buruknya
- 2) Masyarakat dapat mengetahui cara untuk mengurangi *fast fashion*
- 3) Meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak buruk dalam membeli produk *fast fashion*.

1.3 Kegunaan Karya

Karya kampanye digital ini diharap dapat memberikan dampak dalam aspek praktis, akademis, dan sosial.

1.3.1 Kegunaan Praktis

Dalam pelaksanaan karya kampanye digital ini diharap dapat berdampak langsung bagi masyarakat terutama para wanita yang sering membeli produk *fast fashion* agar lebih mempertimbangkan lagi demi lingkungan sekitar yang lebih baik.

1.3.2 Kegunaan Akademis

Secara akademis, karya kampanye digital ini dapat menjadi acuan atau referensi bagi mereka yang juga melakukan karya kampanye digital tentang *zero waste fashion*.

1.3.3 Kegunaan Sosial

Melihat dari isu sosial, kampanye digital ini sangat relevan dengan isu sosial sekarang yaitu sekali pakai. Seperti yang terjadi pada saat ini, sampah yang sulit diurai dan mencemari lingkungan tidak hanya sampah plastik sekali pakai saja, namun baju yang tidak terpakai kemudian dibuang juga dapat mencemari lingkungan.