

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Generasi Z (Gen Z) saat ini tumbuh di era digital dan memiliki gaya hidup yang sangat dipengaruhi oleh teknologi. Pola hidup Gen Z walaupun dalam berkomunikasi banyak dihabiskan melalui media sosial untuk berkomunikasi dan mengekspresikan diri. Keseimbangan antara dunia fisik dan virtual menjadi ciri khas dengan menjaga gaya hidup yang inklusif dan berorientasi pada keberlanjutan. Sebuah artikel berjudul '5 Tren Gaya Hidup Gen Z yang Mempengaruhi Generasi Lain' yang di munculkan pada website [idntimes.com](https://www.idntimes.com) dalam kolom Life yang ditulis oleh Oktavia Isanur Maghfiroh pada tanggal 25 Juni 2024, menjelaskan terdapat 5 (lima) tren pada Generasi Z, pertama yaitu konsumsi berkelanjutan dan etika lingkungan. Kedua, preferensi pada pengalaman daripada barang, ketiga adalah keterlibatan dalam aktivisme sosial, keempat yaitu kreativitas dalam ekspresi identitas, dan terakhir pendekatan terhadap pendidikan dan karir. Penjelasan kreativitas dalam ekspresi identitas dengan minat yang besar pada Generasi Z dalam keberlanjutan lingkungan menjadi sangat erat karena mereka cenderung melakukan praktik bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Masa depan industri fesyen merupakan sektor yang terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan tren yang semakin dinamis. Industri fesyen saat ini merupakan salah satu industri terbesar di dunia, tetapi juga merupakan salah satu sumber yang paling berdampak negatif. Pakaian yang diproduksi secara massal, murah dan cepat mengikuti tren yang terus berubah menjadi penyebab kerusakan yang signifikan bagi lingkungan dan sosial masyarakat. Industri fesyen yang beroperasi ternyata memiliki dampak, seperti dampak pada lingkungan, dampak sosial, konsumerisme, perubahan iklim dan sumber daya terbatas, dan tantangan menuju keberlanjutan.

Perancangan kampanye sosial untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong pemilihan pakaian berkelanjutan dan beretika melalui meme merupakan inisiatif yang relevan dalam konteks meningkatnya perhatian terhadap dampak lingkungan dari industri fesyen. Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran akan isu-isu lingkungan dan sosial yang terkait dengan mode telah tumbuh secara signifikan, terutama di kalangan generasi muda yang aktif di media sosial.

Industri fesyen konvensional dikenal sebagai salah satu penyumbang terbesar polusi dan limbah. Proses produksi pakaian seringkali melibatkan penggunaan bahan kimia berbahaya, yang dapat mencemari air dan tanah, serta menghabiskan sumber daya alam secara berlebihan. Selain itu, model bisnis *fast fashion* yang mendorong konsumsi berlebihan menghasilkan limbah tekstil yang menumpuk di tempat pembuangan akhir, memperburuk kondisi lingkungan. Dalam hal ini, fashion berkelanjutan menawarkan alternatif dengan fokus pada penggunaan bahan ramah lingkungan, praktek produksi yang etis, dan pengurangan limbah. Memilih produk fashion berkelanjutan tidak hanya membantu mengurangi jejak ekologis tetapi juga mendukung kesejahteraan pekerja di seluruh rantai pasokan. Oleh karena itu, meningkatkan kesadaran tentang fashion berkelanjutan menjadi sangat penting untuk mendorong perubahan perilaku konsumen.

Media sosial telah menjadi platform utama untuk menyebarkan informasi dan membangun komunitas seputar isu keberlanjutan. Meme, sebagai bentuk komunikasi visual yang mudah dipahami dan dibagikan, dapat menjadi alat efektif untuk menarik perhatian generasi muda terhadap isu-isu penting seperti fashion berkelanjutan. Meme dapat menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan menghibur, sehingga lebih mudah diterima oleh audiens. Kampanye sosial yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran tentang fashion berkelanjutan melalui meme harus mencakup beberapa strategi kunci: mengedukasi masyarakat tentang dampak negatif dari *fast fashion* dan manfaat dari memilih produk berkelanjutan; serta mendorong audiens untuk berpartisipasi dalam diskusi tentang fashion

berkelanjutan melalui komentar atau berbagi pengalaman mereka. Dengan memanfaatkan media sosial dan meme, kampanye ini dapat menciptakan perubahan positif dalam perilaku konsumen menuju pilihan pakaian yang lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Penulis menemukan beberapa permasalahan yang perlu dipecahkan berdasarkan uraian latar belakang, yaitu:

### **1. Kurangnya Kesadaran tentang Fashion Berkelanjutan**

Banyak konsumen, terutama di kalangan generasi muda, masih kurang memahami pentingnya memilih pakaian berkelanjutan. Mereka sering kali tidak menyadari dampak negatif dari industri fesyen konvensional terhadap lingkungan dan sosial.

### **2. Pengaruh Fast Fashion**

Model bisnis *fast fashion* yang mendorong konsumsi berlebihan telah menciptakan budaya pembelian impulsif. Hal ini membuat konsumen lebih memilih produk murah dan cepat, tanpa mempertimbangkan faktor keberlanjutan dan etika dalam produksi.

### **Keterbatasan Informasi yang Menarik**

Informasi mengenai fesyen berkelanjutan sering kali disajikan dengan cara yang kurang menarik atau sulit dipahami, sehingga tidak efektif dalam menarik perhatian audiens, terutama di platform media sosial.

### **Kurangnya Keterlibatan Masyarakat**

Masyarakat cenderung pasif dalam menyikapi isu-isu keberlanjutan jika tidak ada dorongan atau ajakan untuk berpartisipasi aktif. Tanpa adanya interaksi dan keterlibatan, pesan-pesan tentang pentingnya fesyen berkelanjutan mungkin tidak sampai ke audiens yang lebih luas.

## Tantangan dalam Penyampaian Pesan Melalui Media Sosial

Meskipun media sosial adalah alat yang kuat untuk menyebarkan informasi, ada tantangan dalam menciptakan konten yang menarik dan mudah dibagikan. Meme harus mampu menyampaikan pesan yang kompleks dengan cara yang sederhana dan menghibur.

### 1.3 Rumusan Masalah

Penulis merumuskan dua rumusan masalah sebagai dasar penyelesaian masalah, yaitu:

1. Bagaimana meme dapat digunakan sebagai alat untuk mendorong perubahan perilaku konsumen menuju pemilihan pakaian yang lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan?
2. Bagaimana cara efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang dampak negatif dari industri fesyen konvensional dan pentingnya fesyen berkelanjutan?

### Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan penjelasan permasalahan, penulis memiliki tujuan dalam menulis tugas akhir yaitu:

- a. **Meningkatkan Kesadaran Masyarakat:** Menciptakan pemahaman yang lebih baik di masyarakat tentang dampak negatif dari industri fesyen konvensional dan pentingnya memilih produk fesyen berkelanjutan.
- b. **Menyusun Strategi Efektif:** Mengembangkan dan menerapkan strategi kampanye sosial berbasis meme yang efektif untuk menarik perhatian generasi muda terhadap isu-isu keberlanjutan dalam fesyen.
- c. **Mendorong Perubahan Perilaku Konsumen:** Menggunakan meme sebagai alat untuk mendorong perubahan perilaku

konsumen menuju pemilihan pakaian yang lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berikut adalah beberapa manfaat yang diharapkan dari kampanye sosial untuk meningkatkan kesadaran tentang fashion berkelanjutan melalui meme:

1. **Peningkatan Kesadaran Lingkungan:** Masyarakat menjadi lebih sadar akan dampak negatif dari industri fesyen konvensional terhadap lingkungan, seperti polusi dan limbah, serta memahami pentingnya memilih produk yang lebih berkelanjutan.
2. **Pendidikan Konsumen:** Kampanye ini memberikan informasi yang mendidik tentang fesyen berkelanjutan, membantu konsumen membuat pilihan yang lebih cerdas dan bertanggung jawab dalam berbelanja.
3. **Inovasi dalam Komunikasi:** Menggunakan meme sebagai alat komunikasi yang menarik dan mudah dipahami dapat meningkatkan daya tarik pesan keberlanjutan, khususnya di kalangan generasi muda yang aktif di media sosial.
4. **Keterlibatan Komunitas:** Mendorong partisipasi masyarakat dalam diskusi dan kegiatan seputar fesyen berkelanjutan, menciptakan komunitas yang peduli dan berkomitmen untuk mengadopsi gaya hidup yang lebih ramah lingkungan.
5. **Dukungan terhadap Pelaku Usaha Berkelanjutan:** Meningkatkan permintaan terhadap produk fesyen berkelanjutan dapat memberikan dukungan yang lebih besar kepada pelaku usaha yang berkomitmen pada praktik produksi etis dan ramah lingkungan.
6. **Perubahan Perilaku Konsumen:** Diharapkan adanya perubahan positif dalam perilaku konsumen menuju pemilihan pakaian yang lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, serta mengurangi ketergantungan pada *fast fashion*.

7. **Meningkatkan Tanggung Jawab Sosial:** Kampanye ini dapat mendorong individu dan perusahaan untuk lebih mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari pilihan mereka, sehingga menciptakan budaya yang lebih sadar dan bertanggung jawab.

Dengan manfaat-manfaat ini, kampanye diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perubahan positif dalam pola konsumsi fesyen dan kesadaran akan isu-isu keberlanjutan.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Laporan tugas akhir ini terdiri dari 5 bab, antara lain :

1. Bab I Pendahuluan Menjelaskan mengenai latar belakang masalah, tujuan, manfaat, rumusan masalah dan sistematika penulisan.
2. Bab II Tinjauan Umum Menjelaskan mengenai Definisi Fashion Berkelanjutan, Penjelasan tentang apa itu fashion berkelanjutan dan pentingnya dalam konteks lingkungan. Dampak *Fast Fashion*, Ulasan tentang dampak negatif dari industri fesyen konvensional terhadap lingkungan dan sosial. Peran Media Sosial dan Meme, Penjelasan tentang bagaimana media sosial dan meme dapat digunakan untuk menyampaikan pesan.
3. Bab III Metodologi Desain Menjelaskan mengenai metode penelitian, parameter penelitian, rincian kerja prosedur penelitian, serta alat yang digunakan.
4. Bab IV Strategi Kreatif Memaparkan dan menganalisis data-data yang didapatkan dari hasil pengujian.
5. Bab V Penutup Menjelaskan mengenai kesimpulan akhir penelitian dan saran-saran yang direkomendasikan berdasarkan pengalaman di lapangan untuk perbaikan proses pengujian selanjutnya