

ABSTRAK

IKLAN LAYANAN MASYARAKAT UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN GENERASI Z AKAN FASHION BERKELANJUTAN (VIDEO EDUKASI BAGI AUDIENS DARI VINTAGE VIBE STORE)

Dara Azalea Berlines ¹⁾, Reni Dyanasari, S.I.Kom., M.Si. ²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Isu konsumsi fesyen berkelanjutan menjadi perhatian global yang mendesak, terutama akibat dominasi model fast fashion yang berdampak buruk terhadap lingkungan dan sosial. Generasi Z, sebagai pengguna media sosial yang aktif sekaligus konsumen fesyen terbesar, memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan, namun masih menunjukkan perilaku konsumtif yang tinggi. Prototipe ini bertujuan merancang iklan layanan masyarakat (ILM) dalam bentuk video yang disebarakan melalui media sosial Instagram dan TikTok milik Vintage Vibes Store, guna meningkatkan kesadaran Generasi Z terhadap pentingnya konsumsi fesyen berkelanjutan. Pendekatan yang digunakan adalah strategi komunikasi persuasif berbasis teori *Communication-Persuasion Matrix* yang dikombinasikan dengan *digital storytelling*. Tiga video diproduksi dengan pendekatan berbeda namun saling melengkapi: edukatif, *lifestyle*, dan solusi praktis. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa narasi visual yang emosional, pendek, dan relevan dengan gaya hidup digital Gen Z mampu meningkatkan penyadaran audiens terhadap isu yang diangkat. Prototipe ini juga menunjukkan model kolaboratif antara akademisi dan pelaku industri sebagai metode efektif dalam penyampaian pesan kampanye lingkungan melalui media digital.

Kata Kunci : Fesyen Berkelanjutan, Iklan Layanan Masyarakat, Generasi Z, Media Sosial, Komunikasi Persuasif

Pustaka : 48

Tahun Publikasi : 2015-2025