

**ANALISIS PERSEPSI GENERASI Z DI KOTA SURABAYA TENTANG  
SUSTAINABLE FASHION PADA TIKTOK**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**YURISA WIANUARI**  
**20043010035**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR  
KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN  
TEKNOLOGI  
SURABAYA  
2024**



**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**ANALISIS PERSEPSI *GENERASI Z* DI KOTA SURABAYA TENTANG  
*SUSTAINABLE FASHION* PADA TIKTOK**

Disusun oleh:



Yurisa Wianuari  
NPM. 20043010035

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

**PEMBIMBING**



Augustin Mustika Chairil, S.I.Kom., M.A. NIP.  
199308082022032016

Mengetahui,

**DEKAN FISIP**



Dr. Catur Suratnoaji, M. Si  
NIP. 196804182021211006



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS PERSEPSI GENERASI Z DI KOTA SURABAYA TENTANG  
*SUSTAINABLE FASHION* PADA TIKTOK

Oleh:

Yurisa Wianuari  
20043010035


Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program  
Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur pada tanggal 24 Juni 2024

PEMBIMBING

TIM PENGUJI:

1. Ketua

  
Augustin Mustika Chairil, S.I.Kom., M.A.  
NIP. 199308082022032016

  
Roziana Febriana, S.Sos., M.A  
NPT. 17219820211048

2. Sekretaris

  
Hanna Nurhaqiqi, S.I.P., M.A  
NPT. 20219921120181

3. Anggota

  
Augustin Mustika Chairil, S.I.Kom., M.A.  
NIP. 199308082022032016

Mengetahui,

DEKAN FISIP

  
Dr. Catur Suratnoaji, M.Si  
NIP. 196804182021211006

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yurisa Wianuari

NPM : 20043010035

Fakultas/ Program Studi : FISIP / Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : ANALISIS PERSEPSI GEN Z DI KOTA  
SURABAYA TENTANG *SUSTAINABLE*  
*FASHION* PADA TIKTOK

Dengan ini menyatakan:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 25 Juni 2024

Yang Menyatakan,

  
Yurisa Wianuari

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan hidayat, sehingga peneliti diberikan kesempatan untuk membuat proposal skripsi yang berjudul “Analisis Persepsi Generasi Z Tentang *Sustainable fashion* pada Tiktok”. Proposal ini telah disusun dengan baik dan maksimal sebagai salah satu syarat kelulusan pendidikan S1 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Pada proposal ini mengangkat topik persepsi *sustainable fashion* pada generasi Z. Peneliti berharap tulisan ini akan berguna bagi teman-teman Ilmu Komunikasi dan masyarakat luas untuk kedepannya.

Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan proposal skripsi kepada:

- I. Dr. Syafrida Nurrachmi Febriyanti, M.Med.Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- II. Augustin Mustika Chairil, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing bagi peneliti yang telah sabar membantu dan membimbing dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
- III. Kepada kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan yang terbaik.
- IV. Kepada teman-teman “Sekedap Mawon” yaitu Della, Chilya, Tatak, Neza, Fatma, Fira, dan Rose yang senantiasa memberikan saran dan nasihat, saling mendukung satu sama lain, susah senang bersama selama masa kuliah.
- V. Kepada teman-teman KKNT kelompok 68 yang memberikan semangat dan kenangan yang tidak terlupakan.

VI. Kepada semua pihak yang telah membantu dan terlibat dalam pengerjaan proposal skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Pada proposal ini, peneliti menyadari bahwa masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi masyarakat luas, khususnya untuk perkembangan ilmu pengetahuan bagi pihak peneliti dan seluruh pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya, 14 Juni 2024

Peneliti

Yurisa Wianuari



## ABSTRAK

Penelitian ini akan membahas mengenai persepsi *sustainable fashion* di kalangan generasi Z pada media sosial tiktok. Hal tersebut penting dilakukan karena saat ini banyak generasi Z mengonsumsi *fast fashion* yang menjadikan konsumsi sehari-hari. Hal tersebut dikarenakan banyak konten di media sosial tiktok yang menampilkan beragam konten *fashion* mulai dari *mix and match* pakaian, rekomendasi pakaian murah, dan live tiktok dengan menjual beragam tren *fashion*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah generasi Z mampu memberikan pendapatnya tentang *sustainable fashion* dan konten *fast fashion* di tiktok. Banyak konten yang membuat generasi Z merasa tertarik dan melakukan konsumsi produk dengan adanya konten yang hadir di tiktok. Meskipun generasi Z memahami bagaimana *sustainable fashion* dilakukan, hal tersebut tidak menurunkan minat beli generasi Z pada produk *fast fashion* di tiktok. Bahkan generasi Z melakukan konsumsi produk untuk mengikuti tren dan memenuhi kesenangan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah minimnya kesadaran generasi Z untuk menerapkan gaya hidup berkelanjutan dan kurangnya sosialisasi mengenai pentingnya penerapan *sustainable fashion*.

**Kata kunci:** Persepsi, *Sustainable fashion*, *Fast fashion*, Generasi Z, Tiktok

## **ABSTRACT**

*This research will discuss the perception of sustainable fashion among generation Z on TikTok social media. This is important to do because currently many generation Z consume fast fashion which makes daily consumption. This is because there is a lot of content on tiktok social media that displays a variety of fashion content ranging from mix and match clothes, cheap clothing recommendations, and live tiktok by selling various fashion trends. This research uses a qualitative method. qualitative method. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation. The result of this study is that generation Z is able to give their opinion regarding sustainable fashion and fast fashion content on tiktok. A lot of content makes generation Z feel interested and consume products with the content that is present on TikTok. Even though generation Z understands how sustainable fashion is done, this does not reduce generation Z's buying interest in fast fashion products on tiktok. Even generation Z consumes products to follow trends and fulfill pleasure. The conclusion of this study is the lack of awareness of generation Z to implement a sustainable lifestyle and the lack of socialization about the importance of implementing sustainable fashion.*

**Keywords: Perception, Sustainable fashion, Fast fashion, Generation Z, Tiktok**



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoretis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori .....	14
2.2.1 Persepsi Joseph De Vito .....	14
2.2.2 Konsumerisme .....	22
2.2.3 <i>Fast fashion</i> .....	24
2.2.4 Tiktok.....	27
2.2.5 <i>Sustainable fashion</i> .....	28
2.2.6 <i>Responsible Consumption</i> .....	30
2.3 Kerangka Berpikir .....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.3 Definisi Konseptual .....	35

3.3.1 Persepsi Joseph De Vito .....	35
3.3.2 Konsumerisme .....	36
3.3.3 <i>Fast fashion</i> .....	36
3.3.4 Tiktok.....	37
3.3.5 <i>Sustainable fashion</i> .....	37
3.3.6 <i>Responsible Consumption</i> .....	38
3.4 Lokasi Penelitian .....	38
3.5 Subjek atau Objek penelitian.....	38
3.6 Teknik Penentuan Informan .....	39
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.8 Teknik Analisis Data .....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>42</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	42
4.1.1 Gambaran Umum <i>Sustainable fashion</i> .....	42
4.1.2 Karakteristik Informan.....	46
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	51
4.2.1 Stimulasi Generasi Z melakukan <i>Konsumsi Fashion</i> .....	52
4.2.2 Pengorganisasian Informasi melalui Ketertarikan pada <i>Fast fashion</i> ..	56
4.2.3 Interpretasi-Evaluasi pada <i>fast fashion</i> di media sosial tiktok.....	60
4.2.4 Memori dan Peningat Tentang <i>Sustainable fashion</i> .....	62
4.2.5 Persepsi <i>Sustainable fashion</i> .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>75</b>
Lampiran 1 Daftar pertanyaan.....	75
Lampiran 2: Dokumentasi .....	108
Lampiran 3: Riwayat Hidup .....	110

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	14
---------------------------------------	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kinerja Impor Tekstil dan Barang Tekstil Indonesia .....	2
Gambar 1. 2 Konsumsi <i>fashion</i> generasi Z .....	3
Gambar 1. 3 10 Merek <i>Fashion</i> Favorit 2021 .....	4
Gambar 1. 4 Gambar Konten rekomendasi outfit .....	6
Gambar 2. 1 17 Goals SDGs .....	29
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir .....	33
Gambar 4. 1 Konten <i>Fashion</i> dan live Tiktok .....	44
Gambar 4. 2 Konten dan Komentar di Tiktok.....	45