

PERSEPSI *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM @WIRALAGABAE

MENGENAI UNGGAHAN *SUSTAINABLE FASHION*

SKRIPSI



Oleh:

Royce Octa Biaggy Budiman

19043010041

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

KOTA SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PERSEPSI *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM @WIRALAGABAE MENGENAI
UNGGAHAN *SUSTAINABLE FASHION***

Disusun oleh:

Royce Octa Biaggy Budiman
NPM. 19043010041

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

Menyetujui,

DOSEN PEMBIMBING


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

Mengetahui,


DEKAN
Dr. Endang Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PERSEPSI FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @WIRALAGABAE
MENGENAI UNGGAHAN SUSTAINABLE FASHION**

Oleh:

Royce Octa Biaggy Budiman
NPM. 19043010041

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
pada tanggal 07 Juli 2025

Menyetujui,

PEMBIMBING

TIM PENGUJI

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

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

Ririn Puspita T., S.I.Kom., M.Med.
Kom NIP. 198904112021212001

Hanna Nurbaqiyi, S.I.P, M.A
NIP. 199211202022032013

Mengetahui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Royce Octa Biaggy Budiman
NPM : 19043010041
Program : Sarjana (S1)/ Magister (S2) / Doktor (S3)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosia, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 01 Juli 2025
Yang membuat pernyataan



Nama Royce Octa Biaggy Budiman
NPM 19043010041

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas kelimpahan rahmat dan anugerah dari-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **PERSEPSI *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM @WIRALAGABAE MENGENAI UNGGAHAN *SUSTAINABLE FASHION***.

Selama penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa peneliti tidak luput dari kesalahan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin memberikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada Ibu Agustin Mustika Chairil, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan saran bagi peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Tidak lupa dalam mengerjakan skripsi ini, menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang sudah membantu, mengarahkan, dan membimbing penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyusun skripsi ini, di antaranya:

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Syafrida Nurrachmi Febriyanti, M.Med.Kom, sebagai Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Agustin Mustika Chairil, S.I.Kom., M.A, selaku dosen pembimbing utama peneliti yang membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

5. Keluarga saya mulai dari Mama, Papa yang sudah mengorbankan dan mengusahakan segala keinginan penulis, dan dua adik saya yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan saya.
6. Tante Merry, Om Stevy terima kasih atas dukungan dan doa, serta keponakan saya Mikhaela, terima kasih banyak yang tak terhingga.
7. Teman – Teman sekelasku dan BPH ULTRA AK UPN Radio, Shafa, Marsha, Illona, dan Tika yang selalu menemani saya di hari-hari semasa kuliah, selalu memberikan semangat, dukungan dalam mengerjakan penelitian ini.
8. Kania, Alvi, Lala, dan Harry yang selalu menjadi penghibur juga memberikan semangat dan dukungan selama pengerjaan skripsi.
9. Kakak Jabro, dan Chris di surga, terima kasih sudah hadir dan menjadi warna, teman yang berjasa bagi hidup penulis. dan menjadi penghibur dikala saya merasakan keresahan dalam pengerjaan skripsi ini.
10. Yayuna, Trismon, Nunud, Nathanel, Novana, Sendy, Febby dan masih banyak lagi teman maupun kerabat yang saya ingin sampaikan banyak – banyak terimakasih karena sudah banyak mendukung dan menemani saya di segala fase di hidup saya.
11. Terakhir, Saya dedikasikan Skripsi dan kelulusan ini sebagai tanda cinta dan rindu saya kepada nenek saya Almh Siti Aminah. Ibu terima kasih sudah menjadi alasan paling kuat untuk penulis tetap bertahan dan berjuang, serta mengajarkan banyak hal dan senantiasa memberikan kasih sayang dan perhatian.

Akhir kata, terlepas dari berbagai kekurangan dan kelebihan dalam penelitian ini. Peneliti sangat berharap mendapatkan kritik dan saran yang membangun agar kedepannya penelitian ini dapat memberikan berbagai kontribusi dan manfaat bagi berbagai pihak.

Surabaya, 28 Juli 2025

Royce Octa Biaggy Budiman

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi para pengikut (*followers*) akun Instagram @wiralagabae terhadap unggahan yang berkaitan dengan konsep *sustainable fashion*. Dalam konteks pertumbuhan kesadaran lingkungan dan konsumsi fesyen yang bertanggung jawab, media sosial menjadi salah satu sarana strategis dalam menyampaikan pesan keberlanjutan kepada khalayak, khususnya generasi muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan sejumlah *followers* aktif akun @wiralagabae dan dianalisis menggunakan teori persepsi dalam komunikasi serta konsep *green consumer behavior*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas *followers* memiliki persepsi positif terhadap konten *sustainable fashion* yang diunggah oleh akun tersebut. Mereka menilai bahwa @wiralagabae mampu mengemas pesan keberlanjutan secara kreatif, relevan, dan mudah dipahami. Namun, ditemukan pula bahwa tingkat pemahaman dan penerimaan terhadap praktik *sustainable fashion* dipengaruhi oleh latar belakang pengetahuan individu, nilai konsumsi pribadi, dan intensitas interaksi dengan konten. Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi *followers* terhadap unggahan *sustainable fashion* sangat bergantung pada kualitas penyampaian pesan, kredibilitas akun, serta keterlibatan audiens dalam isu keberlanjutan itu sendiri.

Kata kunci: persepsi, Instagram, *sustainable fashion*, media sosial, komunikasi keberlanjutan

ABSTRACT

This study aims to explore the perceptions of followers of the Instagram account @wiralagabae regarding posts related to sustainable fashion. In the context of increasing environmental awareness and the push toward responsible fashion consumption, social media serves as a strategic platform for disseminating sustainability messages, particularly to younger audiences. This research adopts a qualitative descriptive approach. Data were collected through in-depth interviews with active followers of @wiralagabae and analyzed using perception theory in communication along with the concept of green consumer behavior. The findings indicate that most followers perceive the sustainable fashion content positively, viewing @wiralagabae as successful in presenting sustainability messages in a creative, relevant, and accessible manner. However, the level of understanding and acceptance of sustainable fashion practices is influenced by individual knowledge backgrounds, personal consumption values, and the frequency of engagement with the content. The study concludes that followers' perceptions of sustainable fashion posts are largely shaped by the quality of message delivery, the credibility of the account, and the audience's involvement with sustainability issues.

Keywords: *perception, Instagram, sustainable fashion, social media, sustainability communication*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademik.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.4.3 Manfaat Umum.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Persepsi.....	13
2.2.2 Sustainable fashion.....	17
2.2.3 Instagram	23
2.3. Kerangka Berpikir.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Definisi Konseptual.....	32
3.3.1 Persepsi.....	32
3.3.2 Sustainable Fashion.....	35
3.3.3 Media Sosial Instagram	41
3.3.4 Selebgram.....	45
3.4 Lokasi Penelitian.....	48
3.5 Teknik Penentuan Informan.....	49
3.6 Teknik Pengumpulan Data	49
3.6.1 Studi Literatur.....	49

3.6.2 <i>In Depth Interview</i>	51
3.7 Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1 Gambaran Umum Tentang Wira	55
4.1.2 Gambaran Umum <i>Sustainable fashion</i>	57
4.1.2 Karakteristik Informan	66
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	69
4.2.1 Stimulasi <i>Followers</i> Instagram Wiralagabae dalam melakukan <i>Konsumsi Fashion</i>	70
4.2.2 Persepsi Informan dan Ketertarikan pada <i>Fast fashion</i>	72
4.2.3 Interpretasi-Evaluasi pada <i>fast fashion</i> di media sosial Instagram.....	78
4.2.4 Memori dan Pengingat Terkait <i>Sustainable fashion</i>	82
4.2.5 Persepsi <i>Sustainable fashion</i> di Era Meningkatnya <i>Fast fashion</i>	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram Wiralagabae.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 3. 1 Konten <i>Sustainable Fashion</i> di Instagram @iralagabae	41
Gambar 3. 2 Analisis Data	53
Gambar 4. 1 Konten Sustainable fashion @wiralagabae.....	56
Gambar 4. 2 Konten <i>Sustainable Fashion</i> di <i>Reels</i> Instagram @wiralagabae	61
Gambar 4. 3 Konten Sustainable Fashion pada Instagram @wiralagabe	63
Gambar 4. 4 Konten pada Instagram @wiralagabae.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	10
---------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Interview Guide	95
Lampiran 2 Dokumentasi	101