

**PENGARUH KONTEN EDUKASI FESYEN AKUN TIKTOK
@DOSEN_FASHYUN TERHADAP *SUSTAINABLE CONSUMPTION*
BEHAVIOR (SCB) GEN Z**

SKRIPSI



Oleh:

ADELIA AURA PRAMESTY

NPM 22043010196

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA
2026**

**PENGARUH KONTEN EDUKASI FESYEN AKUN TIKTOK
@DOSEN_FASHYUN TERHADAP *SUSTAINABLE CONSUMPTION*
BEHAVIOR (SCB) GEN Z**

SKRIPSI



Oleh:

ADELIA AURA PRAMESTY

NPM 22043010196

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR**

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KONTEN EDUKASI FESYEN AKUN TIKTOK
@DOSEN_FASHYUN TERHADAP *SUSTAINABLE CONSUMPTION*
***BEHAVIOR* (SCB) GEN Z**

Disusun oleh:

Adelia Aura Pramesty
22043010196

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING



Ratih Pandu Mustikasari S.I.Kom., M.A.
NIP. 199205292022032010

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KONTEN EDUKASI FESYEN AKUN TIKTOK
@DOSEN_FASHYUN TERHADAP SUSTAINABLE CONSUMPTION
BEHAVIOR (SCB) GEN Z**

Oleh:

Adelia Aura Pramesty
22043010196

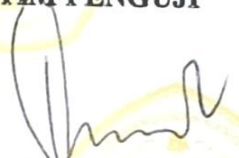
Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur pada tanggal 23 Juni 2026

PEMBIMBING

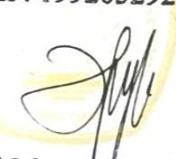
Menyetujui,

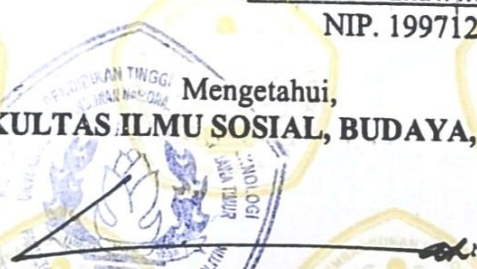
TIM PENGUJI


Ratih Pandu M., S.I.Kom., M.A.
NIP. 199205292022032010


Dra. Diana Amalia, M.Si.
NIP. 196309071991032001


Ratih Pandu Mustikasari S.I.Kom., M.A.
NIP. 199205292022032010


Zahrotul Munawwaroh, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 199712162024062002


Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adclia Aura Pramesty
NPM : 22043010196
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi 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 lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi 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, 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, 23 Juni 2026

Yang membuat pernyataan


Adclia Aura Pramesty
NPM. 22043010196

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah menganugerahkan segala karunia dan rahmat-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan proposal skripsi ini, di antaranya kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang memberikan waktu, ilmu, saran, dan motivasi kepada penulis.
4. Ibu Syifa Syarifah Alamiyah, S.Sos., M.Comm. selaku Dosen Wali yang telah mendampingi penulis sejak mahasiswa baru hingga saat ini.
5. Seluruh Civitas Akademik Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur atas banyak pengalaman berkesan yang diberikan.
6. Orang tua penulis, Ayah dan Ibu atas kasih sayang, doa, apresiasi dan kepercayaan yang diberikan kepada penulis.
7. *Pengyou* (Auraora, Cia, Dinita, Devita, Meliana, dan Melisa), teman terbaik penulis selama tiga tahun terakhir. Terima kasih untuk dukungan, kasih sayang, dan waktu yang dihabiskan selama masa perkuliahan ini.

8. Penyanyi Tulus, melalui bait-bait karya indah dan suara merdu yang menemani penulis dalam menyusun skripsi dari awal hingga akhir.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

ABSTRAKSI

Pertumbuhan industri fesyen yang pesat mendorong fesyen tidak hanya digunakan sebagai kebutuhan dasar, tetapi juga sebagai sarana representasi diri dan identitas sosial. Di sisi lain, fenomena *fast fashion* juga mendorong peningkatan pola konsumsi yang berlebihan dan menimbulkan berbagai dampak lingkungan, seperti menyumbang 10% emisi karbon global dan menyebabkan pencemaran air akibat proses produksi tekstil. Kondisi tersebut mendorong munculnya konten edukasi di media sosial yang bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi berkelanjutan. Berdasarkan fenomena tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten edukasi fesyen akun TikTok @dosen_fashyun terhadap *sustainable consumption behavior* Gen Z. Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* sebagai kerangka teoritis untuk menjelaskan pembentukan perilaku melalui sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Metode yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden pengikut akun TikTok @dosen_fashyun. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, koefisien determinasi, dan uji regresi linier sederhana menggunakan IBM SPSS Versi 27. Berdasarkan hasil analisis konten edukasi fesyen berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 35,8% terhadap *sustainable consumption behavior* Gen Z. Indikator akurasi memperoleh nilai mean tertinggi yang menunjukkan bahwa responden menilai informasi yang disampaikan akun @dosen_fashyun akurat dan dapat dipercaya. Selain itu, indikator *quality of life* memperoleh nilai tertinggi pada variabel *sustainable consumption behavior*. Temuan ini menunjukkan bahwa konten edukasi yang akurat dan dapat dipercaya di media sosial berkontribusi dalam meningkatkan *sustainable consumption behavior* dari Gen Z.

Kata kunci: Konten Edukasi, *Sustainable Consumption Behavior*, Generasi Z, *Theory of Planned Behavior*

ABSTRACT

The rapid growth of the fashion industry has transformed fashion from a basic necessity into a means of self-expression and social identity. However, the fast fashion phenomenon has also encouraged excessive consumption patterns and generated various environmental impacts, contributing approximately 10% of global carbon emissions and causing water pollution through textile production processes. This condition has led to the emergence of educational content on social media aimed at increasing public awareness of the importance of sustainable consumption. Based on this phenomenon, this study aims to analyze the influence of fashion educational content from the TikTok account @dosen_fashyun on Generation Z's sustainable consumption behavior. This study employs the Theory of Planned Behavior as the theoretical framework to explain behavioral formation through attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control. An explanatory quantitative method was used, with data collected through questionnaires distributed to 100 followers of the TikTok account @dosen_fashyun. The data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, t-tests, coefficient of determination analysis, and simple linear regression with IBM SPSS Version 27. The results indicate that fashion educational content has a positive and significant effect on Generation Z's sustainable consumption behavior, with a coefficient of determination of 35.8%. The accuracy indicator obtained the highest mean score, indicating that respondents perceived the information provided by @dosen_fashyun as accurate and trustworthy. In addition, the quality of life indicator achieved the highest mean score within the sustainable consumption behavior variable. These findings suggest that accurate and trustworthy educational content on social media contributes to improving Generation Z's sustainable consumption behavior.

Keywords: Educational Content, Sustainable Consumption Behavior, Generation Z, Theory of Planned Behavior

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT_PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Tinjauan Pustaka	19
2.2.1 Fesyen Gen Z.....	19
2.2.2 Konten Edukasi Fesyen	23
2.2.3 <i>Sustainable Consumption Behavior</i> (SCB)	28
2.2.4 <i>Theory of Planned Behavior</i>	31
2.3 Kerangka Berpikir	34
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Pendekatan Penelitian	36
3.2 Definisi Operasional.....	37

3.3 Pengukuran Variabel.....	43
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	44
3.5.1 Populasi	44
3.5.2 Sampel	45
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel.....	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data	47
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.7.1 Uji Instrument.....	48
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	50
3.7.3 Uji Hipotesis	52
3.7.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.2 Penyajian data Responden.....	56
4.2.1 Karakteristik responden.....	57
4.3 Hasil Uji Instrumen	59
4.3.1 Hasil Uji Validitas	59
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	61
4.4 Uji Asumsi Klasik	62
4.4.1 Uji Normalitas	62
4.4.2 Uji Linearitas	63
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	63
4.5 Hasil Penelitian	64
4.5.1 Konten Edukasi.....	65
4.5.2 <i>Sustainable Consumption Behavior</i>	84
4.5.3 Hasil Uji Hipotesis.....	97
4.5.4 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	98
4.5.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	100
4.6 Pembahasan.....	100
4.6.1 Analisis Deskriptif Variabel Konten Edukasi	101

4.6.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Sustainable Consumption Behavior</i>	104
4.6.3 Analisis Hasil Penelitian Berdasarkan <i>Theory of Planned Behavior</i> ..	107
4.6.4 Pengaruh Konten Edukasi Fesyen akun TikTok @dosen_fashyun terhadap <i>Sustainable Consumption Behavior</i> Gen Z.....	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pekerja tekstil di Phnom Penh, Ibukota Kamboja.....	3
Gambar 1. 2 Konten Akun TikTok @dosen_fashyun.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	34
Gambar 4. 1 Konten Akun TikTok @dosen_Fashyun.....	55
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas.....	62
Gambar 4. 3 Hasil Uji Linearitas	63
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Gambar 4. 5 Hasil Uji t	98
Gambar 4. 6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	99
Gambar 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	41
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	44
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	58
Tabel 4. 3 Karakteristik Domisili Responden.....	58
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y	59
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y.....	61
Tabel 4. 6 Konten edukasi fesyen akun TikTok @dosen_fashyun sesuai dengan kebutuhan informasi saya.....	65
Tabel 4. 7 Topik yang disampaikan oleh akun TikTok @dosen_fashyun berkaitan dengan kebiasaan saya	66
Tabel 4. 8 Informasi yang disampaikan akun TikTok @dosen_fashyun akurat berdasarkan fakta yang sesuai dengan kenyataan	67
Tabel 4. 9 Sumber informasi yang digunakan oleh akun tiktok @dosen_fashyun jelas dan dapat diverifikasi.....	67
Tabel 4. 10 Saya merasa konten edukasi akun TikTok @dosen_fashyun dapat dijadikan rujukan dalam memahami fesyen.....	68
Tabel 4. 11 Konten edukasi fesyen akun TikTok @dosen_fashyun menambah wawasan saya tentang fesyen berkelanjutan	69
Tabel 4. 12 Konten edukasi akun TikTok @dosen_fashyun membantu saya menyadari pentingnya konsumsi fesyen yang lebih bertanggung jawab	71
Tabel 4. 13 Informasi yang disampaikan dalam konten @dosen_fashyun mendorong saya menerapkan perilaku konsumsi berkelanjutan.....	71
Tabel 4. 14 Gaya bahasa yang digunakan akun TikTok @dosen_fashyun mudah untuk dipahami masyarakat awam.....	73
Tabel 4. 15 Konten edukasi akun TikTok @dosen_fashyun memiliki alur penyampaian informasi yang jelas sehingga mudah dipahami.....	74
Tabel 4. 16 Ketika melihat konten edukasi akun TikTok @dosen_fashyun saya langsung bisa memahami isi pesan yang disampaikan	75
Tabel 4. 17 Konten edukasi fesyen akun TikTok @dosen_fashyun selalu muncul ketika saya membuka TikTok.....	76
Tabel 4. 18 Saya merasa mudah menemukan akun TikTok @dosen_fashyun ketika ingin mencari informasi fesyen	77
Tabel 4. 19 Saya merasa akun TikTok @dosen_fashyun mudah ditemukan di TikTok dibandingkan akun edukasi fesyen lainnya.....	78
Tabel 4. 20 Konten edukasi TikTok @dosen_fashyun memiliki gaya penyampaian yang khas sehingga mudah dikenali.....	79
Tabel 4. 21 Akun TikTok @dosen_fashyun dengan konsisten memberikan edukasi fesyen berkelanjutan	79

Tabel 4. 22 Pola penyampaian informasi akun TikTok @dosen_fashyun relatif sama dari waktu ke waktu.....	80
Tabel 4. 23 Kategori Tingkatan	82
Tabel 4. 24 Uji Statistik Deskriptif	82
Tabel 4. 25 Saya secara sadar mengurangi penggunaan produk fesyen yang menggunakan bahan tidak ramah lingkungan.....	85
Tabel 4. 26 Saya memilih produk fesyen yang diproduksi dengan memperhatikan prinsip keberlanjutan.....	85
Tabel 4. 27 Saya mempertimbangkan dampak lingkungan sebelum membeli produk fesyen.....	86
Tabel 4. 28 Saya bersedia membayar lebih untuk mendapatkan produk fesyen dengan bahan ramah lingkungan.....	87
Tabel 4. 29 Saya menghindari perilaku konsumtif atau berlebihan dalam berbelanja	88
Tabel 4. 30 Saya menggunakan pakaian yang saya miliki secara maksimal sebelum membeli yang baru.....	89
Tabel 4. 31 Saya memikirkan berkali-kali sebelum membeli pakaian baru	90
Tabel 4. 32 Saya membeli produk fesyen didasari kebutuhan rasional bukan dorongan emosional sesaat.....	91
Tabel 4. 33 Saya memilih produk fesyen yang dapat digunakan dalam jangka panjang.....	92
Tabel 4. 34 Saya membatasi pembelian pakaian untuk menjaga sumber daya alam bagi generasi mendatang.....	93
Tabel 4. 35 Saya mempertimbangkan dampak konsumsi fesyen saya saat ini untuk keberlangsungan generasi masa depan.....	94
Tabel 4. 36 Kategori Tingkatan	95
Tabel 4. 37 Uji Statistik Deskriptif	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	124
Lampiran 2: Dokumentasi Penyebaran Kuesioner	130
Lampiran 3: Identitas Responden.....	131
Lampiran 4: Tabulasi Data Variabel Konten Edukasi (X).....	134
Lampiran 5: Tabulasi Data Variabel Sustainabel Consumption Behavior (Y)....	136