

**PENGARUH KAMPANYE #TUKARBAJU DI AKUN *INSTAGRAM*
@TUKARBAJU_ TERHADAP PERILAKU KONSUMERISME
KALANGAN REMAJA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:
LATHIFA TRI WAHYU HISYAM
044116427**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
MEI 2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

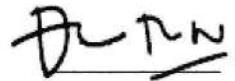
Nama : Lathifa Tri Wahyu Hisyam
NPM : 044116427
Judul : Pengaruh Kampanye #TukarBaju di Akun *Instagram*
@tukarbaju_ terhadap Perilaku Konsumerisme Kalangan
Remaja

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

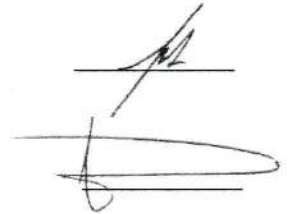
DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I : Dr.David Rizar Nugroho, M.Si
NIK. 1.0909 048 514



Pembimbing II : Feri Ferdinan Alamsyah, M.Ikom
NIK. 1.0614 025 629




Pembaca : Yogaprasta Adinugraha, M.Si
NIK: 1.0641 025 628


Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 20 Mei 2022

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Ketua Program Studi


Dr. Henny Suharyati, M.Si
NIK : 1.9600 607.199009.2.001


Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn
NIK. 1.0113 001 607

ABSTRAK

Lathifa Tri Wahyu Hisyam, 044116427, 2016. Pengaruh Kampanye #TukarBaju di Akun Instagram @tukarbaju_ terhadap Perilaku Konsumerisme Kalangan Remaja. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: **David Rizar Nugroho dan Feri Ferdinan Alamsyah.**

Perkembangan industri *fashion* semakin menunjukkan dampak yang positif di Indonesia. *Fashion* juga menyumbang kontribusi 2% terhadap total pertumbuhan industri kreatif yang mencapai 6,4% atau melampaui laju pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) nasional tahun 2018 yang hanya menyentuh 5,78%. Di balik dampak positif, industri *fashion* adalah salah satu industri yang paling terpolusi di dunia yang menyumbang 20% limbah air dan 10% total emisi karbon dunia. Selain itu, dampak budaya konsumerisme juga menjadi salah satu akibat dari berkembangnya industri *fashion*. Kampanye #TukarBaju yang digagas oleh Zero Waste Indonesia memiliki tujuan untuk menciptakan kesadaran bagi masyarakat untuk peduli limbah *fashion* dan limbah tekstik di Indonesia. Remaja kerap dinilai sebagai generasi yang kreatif dan memiliki banyak ide-ide yang menarik. Di sisi lain, remaja cenderung konsumtif karena dipengaruhi oleh budaya digital dan penggunaan internet. Peneliti bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik responden kampanye #TukarBaju, mendeskripsikan bentuk kegiatan kampanye #TukarBaju, mendeskripsikan perilaku konsumerisme kalangan remaja, dan menganalisis pengaruh kampanye #TukarBaju terhadap perilaku konsumerisme kalangan remaja. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif eksplanatif dan didukung dengan pendekatan kualitatif dalam bentuk wawancara. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut pautnya dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh Kampanye #TukarBaju di Akun Instagram @tukarbaju_ terhadap Perilaku Konsumerisme Kalangan Remaja memiliki nilai pengaruh sebesar 41,5%, sedangkan sisanya 58,5% (100% - 41,5%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Kampanye, Perilaku Konsumerisme*