

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir, industri *Fashion* di Indonesia mengalami perubahan yang dapat dikatakan cukup signifikan. Perubahan ini ditandai dengan maraknya produksi suatu barang/produk yang memiliki siklus yang pendek. Siklus yang pendek dapat diartikan bahwa desain, produksi, distribusi dan pemasaran dilakukan secara cepat. Perubahan ini mengarah pada suatu konsep yang dinamakan *Fast Fashion*. Dengan adanya siklus yang pendek ini, *fase Fashion* tentu saja memberikan dampak yang cukup signifikan pada lingkungan. Yang mana hal ini dibuktikan dengan adanya data yang diambil dari *fibre2fashion.com* yang menyatakan bahwa 18,6 juta ton limbah tekstil diproduksi pada tahun 2020. Selain itu *Fast Fashion* tiap tahunnya menyumbang sekitar 1,2 miliar ton emisi gas rumah kaca (Young, 2020). Dengan adanya data ini, maka dapat dikatakan bahwa *Fast Fashion* memberikan dampak yang cukup signifikan bagi keadaan lingkungan. Tetapi *Fast Fashion* tidak bisa hanya dipandang sebagai suatu model bisnis kapitalisme baru saja.

Pada penelitian ini, penulis juga ingin memberikan ciri-ciri *Fast Fashion* sebagai sebuah komoditas yang dikonsumsi oleh banyak individu. Bukan hanya menjelaskannya saja sebagai konsep. Ciri yang sangat jelas yang dimiliki oleh *Fast Fashion* adalah Produksi yang cepat dengan jumlah yang banyak. Hal ini merupakan salah satu ciri-ciri *Fast Fashion*, yang mempunyai produksi dan distribusi yang cepat, sehingga dapat menghadirkan atau menciptakan suatu tren baru ke dalam pasar dalam waktu yang singkat (Chang, 2015). Selain itu *Fast Fashion* sebagai suatu komoditas juga memiliki harga yang relatif murah. Yang mana hal ini kemudian dapat menyebabkan kemudahan akses yang kemudian diberikan kepada para konsumen untuk mengonsumsi berbagai produk *Fashion* dengan model atau desain yang terkini (Pratiwi, 2022). Lalu *Fast Fashion* sebagai sebuah produk selalu mengikuti suatu tren terkini yang mana hal ini kemudian dimanfaatkan dengan menyediakan suatu produk *Fashion* dengan variasi model

yang berbeda-beda dan jumlahnya relatif banyak. (Pratiwi, 2022). Lalu ciri yang selanjutnya adalah mempunyai pengaruh yang besar pada sosial media & merek. Yang mana *Fast Fashion* sebagai produk sangat dipengaruhi oleh promosi sosial media yang mana hal ini kemudian berpengaruh pada sebesar apa pengaruh yang dimiliki oleh suatu Brand *Fast Fashion*. (Pratiwi, 2022). Lalu salah satu ciri yang paling terlihat dari *Fast Fashion* adalah bagaimana proses ketersediaan produk yang cepat. Yang mana hal ini kemudian mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk yang memiliki keterkaitan dengan suatu tren terkini (Chang, 2015). Dengan adanya ciri-ciri *Fast Fashion* atau kriteria *Fast Fashion* ini, maka hal ini kemudian dapat memudahkan penulis dalam melakukan pencarian data dan penyortiran data.

Dengan adanya model bisnis kapitalisme baru yang bernama *Fast Fashion*, maka penting bagi banyak individu untuk memiliki kesadaran akan dampak *Fast Fashion*. Tingkat kesadaran akan *Fast Fashion* merujuk pada sejauh mana konsumen *Fast Fashion* memahami dampak yang ditimbulkan terhadap kondisi ekonomi, sosial dan juga lingkungan yang mana ketiga hal tersebut mencakup pengetahuan tentang limbah tekstil, eksploitasi tenaga kerja, dan jejak karbon yang diakibatkan oleh *Fast Fashion* (Smith, 2020). Dengan adanya definisi tersebut, maka penulis merasa perlu untuk meneliti bagaimana tingkat kesadaran *Fast Fashion* yang dimiliki oleh individu, hal tersebut didukung oleh adanya data yang diungkapkan oleh *Tinkerlust* dalam laporan tahunan mereka bahwa sebanyak 63,46% warga Indonesia lebih memilih untuk mengonsumsi produk *Fast Fashion* dengan alasan bahwa adanya kemudahan akses dalam membeli produk dan juga desain yang *up to date* yang membuat tampilan produk menjadi lebih *fashionable* (Marsono, 2022).

Dengan adanya data yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diartikan bahwa *Fast Fashion* menimbulkan konsumsi berlebihan yang dimiliki oleh anak muda. Hal ini dapat menimbulkan suatu efek negatif di kemudian hari, yang mana konsumsi berlebihan dapat menimbulkan tingginya limbah *Fashion* yang disebabkan karena konsumsi yang berlebihan tanpa memikirkan keberlanjutan dari suatu produk *Fashion*. Dengan adanya hal ini, maka edukasi terhadap pola konsumsi yang lebih efektif perlu untuk ditekankan pada anak muda (Priscillia, 2024).

Dengan tingginya tingkat konsumsi *Fast Fashion* di Indonesia dan juga melihat bagaimana dampak yang diberikan oleh *Fast Fashion*, maka diperlukannya kesadaran yang dimiliki oleh individu akan dampak yang hadir akibat *Fast Fashion*. Dengan adanya kesadaran akan dampak *Fast Fashion* hal ini dapat dikatakan cara yang efektif untuk meminimalisir limbah-limbah yang dihasilkan dari produksi *Fast Fashion*. Lalu dengan adanya kesadaran yang sudah dimiliki oleh individu tentang dampak dari *Fast Fashion*, maka mereka akan cenderung lebih memilih untuk mengonsumsi produk-produk berkelanjutan dan mengurangi konsumsi pada produk-produk *Fast Fashion* (Basiroen, 2023). Lalu dengan adanya kesadaran yang tinggi yang dimiliki, maka diharapkan pola konsumsi yang dimiliki oleh individu nantinya akan menjadi lebih etis (Safitri, 2025).

Objek yang dipilih oleh peneliti pada penelitian ini merupakan Gereja yang terletak di kota Depok, yaitu GBKP (Gereja Batak Karo Protestan). Alasan penulis memilih GBKP dari berbagai gereja yang ada di kota Depok, adalah GBKP sudah menaruh fokus pada isu-isu yang ada yang mempunyai kaitan dengan lingkungan. Hal ini dibuktikan dengan adanya sasaran pelayanan pada tahun 2022 yaitu merawat lingkungan. Dengan adanya sasaran pelayanan ini, maka seharusnya jemaat GBKP mempunyai pengertian atau pemahaman terkait bahaya atau dampak buruk apa saja yang ditimbulkan dari hal-hal yang mereka konsumsi dalam kegiatan sehari-hari termasuk bagaimana perilaku konsumsi mereka terhadap produk *Fashion*. Walaupun secara empiris, perhatian GBKP terhadap dampak yang ditimbulkan akibat *Fast Fashion* masih dapat dikatakan rendah. Dengan adanya hal ini, penulis memilih GBKP sebagai objek penelitian yang akan dilakukan.

Permata (*persadan man anak gerejanta*) GBKP (Gereja Batak Karo Protestan) merupakan persekutuan pemuda yang berada di dalam struktur gereja GBKP. Fungsi permata sendiri merupakan sebagai tempat bernaungnya anak muda gereja dengan tujuan untuk mengembangkan iman dengan cara melakukan ibadah pemuda atau ibadah PA (Penelaah Alkitab). Dalam tradisi GBKP, seseorang menjadi anggota PERMATA setelah ia mendapatkan baptis sidi/baptis dewasa (*ingawanken*). Dalam praktiknya, seseorang dapat melakukan baptis sidi/baptis dewasa ketika ia berumur 15-16 tahun. Dan status anggota PERMATA baru berubah ketika menikah.

Pada GBKP Depok-Lenteng Agung sendiri, anggota PERMATA berasal dari berbagai daerah, hal ini disebabkan anggota PERMATA GBKP Depok-Lenteng Agung berasal dari pemuda yang merantau ke kota Depok atau pun Jakarta untuk menempuh pendidikan. Selain itu, banyak juga anggota PERMATA GBKP Depok-Lenteng Agung yang berasal dari Medan atau Sumatera Utara pindah ke kota Jakarta atau kota Depok untuk bekerja. Hal ini menjadi salah satu penyebab mengapa anggota PERMATA GBKP Depok-Lenteng Agung memiliki latar belakang yang berbeda-beda dan memiliki rentang umur yang cukup tinggi. Berdasarkan data yang dimiliki oleh penulis, Rentang umur yang ada pada anggota PERMATA GBKP Depok-Lenteng Agung berkisar sekitar umur 17 tahun sampai 32 tahun. Tetapi Seluruh Anggota PERMATA GBKP Depok – Lenteng Agung tidak dapat dikatakan masuk dalam kategori umur generasi Z. Karena terdapat juga beberapa anggota yang berumur di atas 32 Tahun. Hal ini dapat diartikan Bahwa sebagian besar anggota PERMATA GBKP Depok – Lenteng Agung merupakan individu yang rentang umurnya masuk dalam kategori Generasi Z. Dengan adanya data tersebut, maka Permata GBKP Depok dapat menjadi objek penelitian yang pas, hal ini didasarkan dengan adanya data yang sudah diungkapkan oleh penulis sebelumnya yang menjelaskan tentang hal yang paling sering dikonsumsi oleh anak muda yang masuk ke dalam Generasi Z dan juga milenial.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dibuat oleh penulis, maka rumusan masalah yang ada pada penelitian ini adalah:

1. Seberapa Tingkat Kesadaran terhadap dampak *Fast Fashion* pada anggota PERMATA GBKP Depok-Lenteng Agung?

C. Tujuan Penelitian

Dengan adanya rumusan masalah yang sudah dibuat oleh penulis, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Tingkat Kesadaran dampak *Fast Fashion* yang dimiliki oleh anggota PERMATA GBKP Depok-Lenteng agung

D. Kajian Pustaka

Dalam melakukan penelitian mengenai tingkat kesadaran *Fast Fashion* pada anggota PERMATA GBKP Depok-Lenteng Agung, penulis melakukan peninjauan dan pengkajian pada penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti terdahulu. Hal ini dilakukan agar penulis dapat mendapatkan gambaran awal mengenai topik penelitian yang dipilih. Berikut adalah penelitian yang digunakan oleh penulis

Penelitian Priscilla, (2024) dengan judul “Kesadaran Tren Fast Fashion pada Remaja di Kota Bandung” dilakukan untuk mengemukakan kesadaran akan dampak negatif yang ditimbulkan dari *Fast Fashion* pada remaja di kota Bandung yang menjadi konsumen produk *Fast Fashion*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Hasil dari penelitian ini mengemukakan bahwa adanya kesadaran akan dampak negatif *Fast Fashion* yang dimiliki oleh remaja di kota Bandung yang menjadi konsumen produk *Fast Fashion*. Dengan membaca penelitian ini, penulis menemukan hal yang dapat dipelajari guna melakukan penelitian skripsi yaitu seberapa pentingnya kesadaran akan dampak negatif *Fast Fashion* yang dimiliki oleh anak muda. Karena dengan adanya kesadaran akan dampak negatif ini, maka keputusan dalam melakukan konsumsi produk *Fast Fashion* berkurang. Bahkan dengan adanya kesadaran yang dimiliki oleh konsumen, hal ini kemudian dapat mempengaruhi konsumen untuk mempertimbangkan mengonsumsi produk *Fashion* yang berkelanjutan. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Priscilla dengan yang akan dilakukan oleh penulis adalah perbedaan subjek, yang mana subjek yang dimiliki oleh penulis merupakan anggota PERMATA GBKP Depok-Lenteng Agung. Sedangkan Priscilla (2024) mempunyai subjek remaja di kota Bandung. Selain itu Konsep yang digunakan dalam penelitian ini juga berbeda. Penulis menggunakan konsep kesadaran yang dikemukakan oleh Neolaka. Sedangkan Priscilla (2024) menggunakan konsep kesadaran sosial yang dikemukakan oleh Daniel Goleman.

Penelitian (Syamsul, 2023) dengan judul “Pengukuran Behavior dan Tingkat Kesadaran akan Environment Concern terhadap Fast Fashion dalam Meminimalisir

Limbah Fashion dalam Sustainable Manufacture” dilakukan untuk mengetahui tingkat kesadaran yang dimiliki masyarakat Indonesia pada konteks *environment concern* dan membuat masyarakat Indonesia dapat menekan konsumsi *Fast Fashion*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data PLS-SEM. Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa konsumsi *Fast Fashion* dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif dan kepedulian terhadap lingkungan. Dalam membaca literatur ini, penulis mendapatkan bahwa diperlukannya suatu kebijakan atau langkah-langkah tertentu yang dimiliki oleh individu guna menekan konsumsi *Fast Fashion* yang kemudian hal ini dapat memberikan dampak yaitu meningkatnya Tingkat Kesadaran akan bahaya dari *Fast Fashion*. Yang menjadi pembeda pada penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh Penulis adalah jumlah objek yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan 3 variabel dan mencoba untuk mengukur tingkat kesadaran dan juga sikap yang dimiliki oleh individu. Sedangkan objek yang dimiliki pada penelitian yang akan dilakukan oleh penulis hanya 1, yang mana penulis hanya ingin mencari tahu bagaimana tingkat kesadaran yang dimiliki oleh Anggota permata GBKP Depok-Lenteng Agung.

Penelitian (Suliyanthini, 2022) dengan judul “ Hubungan Pengetahuan Fast Fashion Dengan Preferensi Pembelian Konsumen” dilakukan untuk mengetahui hubungan yang dimiliki antara pengetahuan *Fast Fashion* dengan preferensi pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Data yang diperoleh dalam penelitian ini kemudian dianalisis menggunakan uji korelasi Spearman. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan akan *Fast Fashion* mempunyai hubungan terhadap preferensi pembelian konsumen. Dengan membaca literatur ini, penulis mempelajari bahwasanya pembelian produk *Fashion* yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia merupakan produk yang berasal dari *brand* luar negeri. Lalu penulis mengetahui bahwa Merek seperti The Executive, Zara, Mint, Mango dan Saint lauren merupakan *brand* yang berasal dari luar negeri yang menjual produk *Fast Fashion* yang lumayan mendominasi. Hal yang menjadi pembeda antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah Jumlah Variabel yang menjadi fokus penelitian. Penelitian ini memiliki 2 variabel dan

penelitian ini juga dilakukan untuk mencari hubungan yang dimiliki antara pengetahuan *Fast Fashion* yang dimiliki oleh konsumen. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh penulis tidak mencari tahu apakah memang ada suatu pengaruh atau apakah suatu variabel memiliki pengaruh.

Penelitian (Papasolomou, 2023) dengan judul “*The Fast Fashion vs environment debate: Consumers’ level of awareness, feelings, and behaviour towards sustainability within the fast-fashion sector*” dilakukan untuk mengetahui tingkat pengetahuan, kesadaran, dan perilaku konsumen terhadap isu keberlanjutan dalam konteks *Fast Fashion*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menjadikan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengetahuan dan kesadaran yang dimiliki oleh para konsumen terbatas karena para konsumen masih belum mempunyai pengetahuan yang cukup terhadap aspek yang memiliki hubungan dengan konsep konsumsi keberlanjutan. Dalam membaca literatur ini, penulis mempelajari bahwa pengetahuan akan *Fast Fashion* tidak dapat dianggap cukup jika individu belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang konsep *Sustainable Fashion*. Dengan adanya hal seperti ini, maka individu juga perlu memiliki pengetahuan tentang konsep *sustainable Fashion*, dan cara menjalankannya. Perbedaan yang dimiliki oleh penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah bagaimana penelitian ini mencoba untuk menghubungkan konsep yang berbeda-beda dan melihat apakah semua konsep tersebut memiliki pengaruh atau hubungan. Selain itu penelitian ini juga mencoba untuk menyatukan atau menghubungkan konsep *Fast Fashion* dengan *sustainable Fashion*. Sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, penulis memiliki fokus untuk membahas dampak yang timbul dari *Fast Fashion*, yang mana hal ini kemudian menjadi pembeda yang cukup signifikan karena penulis tidak mencoba menghubungkan 2 konsep yang berbeda untuk menjadi fokus penelitian.

Penelitian (Situmorang, 2021) dengan judul “PERILAKU PEMBELIAN MEREK FAST FASHION PADA GENERASI MILENIAL DI INDONESIA” dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana perilaku pembelian produk *Fast Fashion* pada generasi milenial di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode analisis data LISREL

8.80. Hasil dari penelitian ini adalah merek *Fast Fashion* dapat meningkatkan *brand awareness* dan hal ini kemudian dapat memaksimalkan potensi peluang pembelian produk *Fast Fashion* pada generasi milenial. Dengan membaca literasi ini, penulis mengetahui bahwa pembelian produk *Fast Fashion* dipengaruhi oleh beberapa hal seperti *brand awareness*, *store atmosphere*, *brand nationality*. 3 hal tersebut memberikan peluang kepada potensi pembelian produk *Fast Fashion* yang dimiliki oleh seorang individu. Hal yang menjadi pembeda pada penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penulis tidak mencari tahu faktor apa yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian produk *Fast Fashion*.

E. Kerangka Konseptual

1. Dampak *Fast Fashion*

Menurut (Gupta, 2018) *Fast Fashion* merupakan strategi bisnis yang diterapkan oleh beberapa penjual dan produsen produk *Fast Fashion*. *Fast Fashion* didefinisikan sebagai strategi bisnis baru yang memungkinkan produsen ataupun penjual untuk meniru tren yang sedang terjadi secara cepat. Hal ini kemudian menyebabkan adanya sebuah produk *Fashion* yang mengikuti suatu fenomena yang sedang populer atau suatu tren dengan kurun waktu yang cepat. Hal ini kemudian memberikan pengaruh pada produksi yang cepat dan juga perubahan *display* produk yang cepat. Hal ini dilakukan untuk memenuhi permintaan konsumen. Hal ini kemudian memungkinkan konsumen, terutama kalangan muda untuk tetap mengikuti tren mode dengan biaya yang relatif rendah. Tetapi proses produksi dan distribusi ini kemudian menimbulkan permasalahan baru yang dimunculkan akibat limbah tekstil.

Fast Fashion juga memberikan dampak pada beberapa sektor kehidupan manusia, yang mana hal ini disebabkan karena adanya produksi dan juga konsumsi produk *Fast Fashion* tersebut. Sektor yang paling dapat dirasakan akibatnya atau yang paling jelas terkena dampak *Fast Fashion* merupakan sektor lingkungan. Yang mana dalam hal ini dampak yang diberikan oleh *Fast Fashion* pada lingkungan adalah adanya pencemaran air yang disebabkan oleh penggunaan bahan kimia dan produksi limbah yang berlebih. Selain itu *Fast Fashion* dapat memberikan dampak pada pola konsumsi yang mana hal ini disebabkan oleh adanya tren yang berubah

secara cepat dan didukung oleh hadirnya produk *Fashion* yang juga mengikuti perkembangan tren tersebut kemudian dapat menyebabkan individu menjadi konsumtif.

Konsep ini dipilih oleh penulis karena konsep ini menyinggung bagaimana *Fast Fashion* mendukung generasi muda dalam mengikuti tren dengan cara mengonsumsi produk *Fast Fashion*. Dan juga dalam definisi tersebut disebutkan juga bahwa *Fast Fashion* menimbulkan suatu masalah baru yang diakibatkan dalam limbah tekstil. Kedua hal tersebut sesuai dengan judul yang diangkat oleh penulis, tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui tingkat kesadaran akan dampak *Fast Fashion* yang dimiliki oleh anggota PERMATA GBKP Depok-Lenteng Agung.

2. Kesadaran terhadap Dampak *Fast Fashion*

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan konsep yang membantu penulis untuk memahami tingkat kesadaran dengan menggunakan konsep Kesadaran lingkungan yang diungkapkan oleh Neolaka Amos tentang kesadaran. Menurut Neolaka (2008) Kesadaran adalah keadaan yang dimiliki oleh individu yang terlebih dahulu memiliki pengetahuan tentang kondisi sekitarnya yang mana hal ini kemudian tampak pada sikap, perilaku dan tindakan. Pengetahuan juga memiliki kaitan dengan kemampuan seseorang dalam memilih dan juga melakukan suatu tindakan yang sesuai dengan nilai-nilai yang mereka yakini. Hal ini kemudian dapat dipahami bahwa kesadaran bukan hanya pemahaman kognitif saja, tetapi kesadaran harus dapat diwujudkan dalam tindakan nyata yang memperlihatkan komitmen seseorang terhadap suatu isu yang ada.

Terdapat beberapa faktor yang akhirnya mempengaruhi kesadaran yang dimiliki oleh individu (Neolaka, 2008) yaitu, faktor ketidaktahuan, hal ini dapat dikatakan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi kesadaran karena (Neolaka, 2008) berpendapat, bahwa sadar dapat diartikan menjadi tahu, ketika seseorang tidak mempunyai pengetahuan yang cukup maka ia dapat diartikan tidak sadar akan suatu isu yang ada pada lingkungan. Lalu faktor kedua adalah kemiskinan, Kemiskinan merupakan suatu kondisi di mana seseorang tidak dapat memenuhi kebutuhannya. Faktor ketidaktahuan adalah faktor kemanusiaan yang mempunyai arti bahwa dengan tingginya tingkat kemanusiaan (kemampuan menentukan salah dan benar)

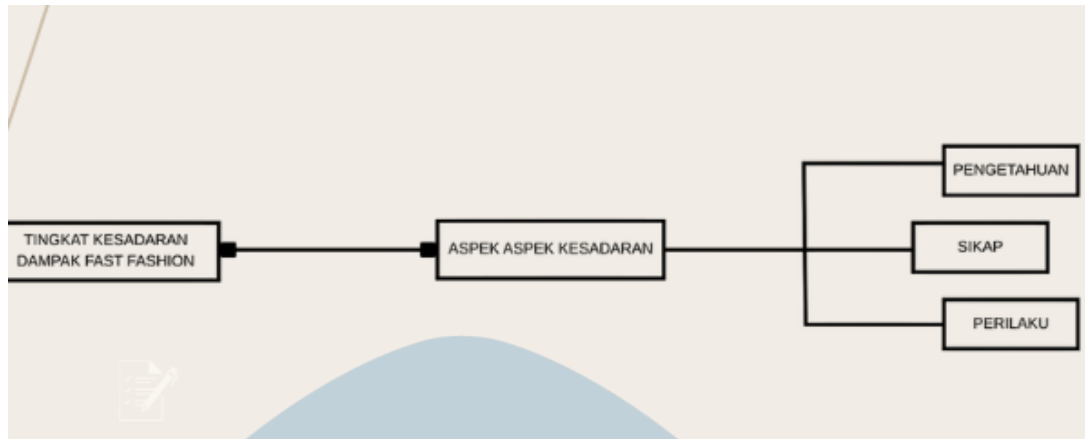
maka individu dapat memperhatikan hal yang dapat menyelamatkan banyak individu lainnya. Faktor yang terakhir adalah gaya hidup, yang mana gaya hidup dapat memberikan pengaruh pada tingkat kesadaran tergantung dengan gaya hidup semacam apa yang mereka jalani.

Selain itu, Neolaka (2008) mengatakan bahwa kesadaran adalah pengetahuan, sadar dapat disamakan dengan tahu, dan juga kesadaran adalah bagian dari sikap atau perilaku. Dan Kesadaran yang dimiliki individu akan dianggap benar jika sikap atau perilakunya mengalami perkembangan dan kemudian menjadi gaya hidupnya. Dengan adanya penjelasan ini maka dapat diketahui bahwa kesadaran memiliki aspek atau dimensi pembentuk yaitu pengetahuan, sikap dan perilaku.

Tiga dimensi ini kemudian memiliki alat ukur yang dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengetahuan, sikap dan tindakan yang dimiliki oleh individu. Pengetahuan mengukur bagaimana pemahaman responden tentang *Fast Fashion*, bagaimana responden dapat mendefinisikan suatu konsep, lalu apakah responden sudah tahu bagaimana cara yang dilakukan untuk mengurangi dampak negatif dari *Fast Fashion*. Lalu apakah individu sudah mengetahui jenis dan sumber dampak negatif yang timbul dari *Fast Fashion*.

Sikap mengukur bagaimana posisi responden dalam menyikapi bahaya *Fast Fashion* dan nilai-nilai keberlanjutan, lalu mengukur juga bagaimana sikap responden dalam mendukung penyebaran informasi dampak *Fast Fashion* dan juga konsumsi keberlanjutan, dan apakah responden memiliki rasa tanggung jawab dalam mengubah perilaku konsumsi ke arah yang lebih baik.

Sedangkan tindakan mengukur bagaimana responden mempertimbangkan dampak lingkungan dalam mengonsumsi produk *Fashion*, bagaimana responden dapat mengubah pola konsumsi *Fast Fashion* ke arah yang lebih baik, lalu apakah responden sudah menerapkan nilai-nilai keberlanjutan.



Gambar 1.1 Skema Berpikir/Kerangka Berpikir

F. Sistematika Penulisan

Untuk memberi gambaran umum tentang isi dari penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis, penulis akan memaparkan tentang isi dari masing-masing bagian yang ada. Dalam penelitian ini terdapat 4 bagian atau bab utama yaitu:

1. BAB I – Pendahuluan

Bab ini memuat alasan atau landasan mengapa penulis memilih topik ini dan apa urgensi dibalik penelitian ini. Ketiga hal tersebut diuraikan dalam latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian ini dilakukan, kajian pustaka yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, dan juga kerangka konseptual yang berfungsi sebagai dasar untuk melakukan analisis.

2. BAB II – Metode Penelitian

Pada bagian ini, penulis menjelaskan secara detail tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Yang mana hal tersebut diuraikan jenis penelitian dan metode penelitian, operasionalisasi konsep, metode pengumpulan data, jenis data dan bagaimana analisis data yang dilakukan oleh penulis.

3. BAB III – Temuan dan Pembahasan

Pada bab ini, penulis memaparkan tentang apa saja data yang ditemukan setelah dilakukannya penyebaran kuesioner. Selain pemaparan data, penulis juga melakukan pengolahan data dan analisis data, yang mana untuk melakukan hal

tersebut penulis menggunakan alat bantu yaitu *IBM SPSS Statistics 24*. Setelah dilakukannya analisis data, penulis membahas hasil dari analisis.

4. BAB IV – Penutup

Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian ini. Isi dari bab ini adalah menjawab dan rumusan masalah yang sudah dibuat pada bab 1 dan bab ini juga akan menyimpulkan hasil yang diperoleh dari temuan penulis.

