

**PENGARUH KONTEN AKUN TIKTOK @DOSEN_FASHYUN
TERHADAP AWARENESS GENERASI Z DALAM AJAKAN UNTUK
BERHENTI MENGGUNAKAN FAST FASHION**

CINDY ANNISA DWI SULISTYOWATI

ABSTRAK

Perkembangan media sosial menjadikannya sarana yang efektif guna penyebaran informasi dan edukasi kepada masyarakat, terutama di kalangan Generasi Z. TikTok merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan saat ini dengan konten yang beragam, termasuk isu *fast fashion* yang berdampak negatif terhadap lingkungan dan perilaku konsumtif. Akun TikTok @dosen_fashyun hadir sebagai konten kreator yang secara konsisten menyajikan konten edukatif mengenai bahaya *fast fashion* serta ajakan untuk berhenti menggunakannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten akun TikTok @dosen_fashyun terhadap *awareness* Generasi Z dalam ajakan untuk berhenti menggunakan *fast fashion*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Variabel X, dimensi Audio & Visual serta Penggunaan Bahasa memperoleh penilaian tertinggi, sedangkan Konsep Konten memperoleh penilaian terendah terkait unsur kebaruan tema. Pada Variabel Y, dimensi *Non-Judging of Inner Experience* memperoleh penilaian tertinggi, sementara dimensi *Describing* memperoleh penilaian terendah. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM), yang menunjukkan bahwa konten akun TikTok @dosen_fashyun diproses oleh Generasi Z melalui jalur sentral dan perifer, sehingga meningkatkan *awareness* terhadap isu *fast fashion*.

Kata Kunci: TikTok, Konten Media Sosial, *Awareness*, Generasi Z, *Fast Fashion*

**THE INFLUENCE OF TIKTOK ACCOUNT @DOSEN_FASHYUN
CONTENT ON GENERATION Z'S AWARENESS OF THE CALL TO
STOP USING FAST FASHION**

CINDY ANNISA DWI SULISTYOWATI

ABSTRACT

The development of social media has made it an effective medium for information dissemination and public education, particularly among Generation Z. TikTok is currently one of the most widely used social media platforms, offering diverse content, including discussions on fast fashion, which has negative impacts on the environment and promotes consumptive behavior. The TikTok account @dosen_fashyun serves as a content creator that consistently provides educational content about the dangers of fast fashion and encourages audiences to stop using it. This study aims to examine the influence of the TikTok account @dosen_fashyun's content on Generation Z's awareness of the call to stop using fast fashion. The results indicate that, for Variable X, the Audio & Visual and Language Use dimensions received the highest evaluations, while the Content Concept dimension received the lowest evaluation related to the novelty of the theme. For Variable Y, the Non-Judging of Inner Experience dimension received the highest evaluation, whereas the Describing dimension received the lowest. This study applies the Elaboration Likelihood Model (ELM), which explains that the content of the TikTok account @dosen_fashyun is processed by Generation Z through both central and peripheral routes, thereby increasing awareness of fast fashion issues.

TikTok, Social Media Content, Awareness, Generation Z, Fast Fashion