

Judul Skripsi:

**Pengaruh Konten Akun TikTok @dosen\_fashyun Terhadap *Awareness* Generasi Z dalam Ajakan Untuk Berhenti Menggunakan *Fast Fashion***

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Cindy Annisa Dwi Sulistyowati

NIM: 2110411148



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU  
KOMUNIKASI UNIVERSITAS  
PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Cindy Annisa Dwi Sulistyowati

NIM : 2110411148

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 31 Desember 2025

Yang menyatakan,



(Cindy Annisa Dwi Sulistyowati)

### SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,  
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Cindy Annisa Dwi Sulistyowati  
NIM : 2110411148  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Akun TikTok @dosen\_fashyun Terhadap  
*Awareness* Generasi Z dalam Ajakan Untuk Berhenti Menggunakan *Fast Fashion*

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

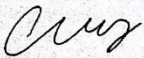
1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Bekasi,

Pada tanggal : 31 Desember 2025

Yang menyatakan,

  
Cindy Annisa Dwi Sulistyowati

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cindy Annisa Dwi Sulistyowati  
NIM : 2110411148  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

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

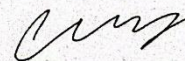
Berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Bekasi,

Pada tanggal : 31 Desember 2025

Yang menyatakan,



Cindy Annisa Dwi Sulistyowati

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Cindy Annisa Dwi Sulistyowati  
NIM : 2110411148  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
JUDUL : Pengaruh Konten Akun TikTok @dosen\_fashyun Terhadap  
*Awareness* Generasi Z dalam Ajakan Untuk Berhenti  
Menggunakan *Fast Fashion*

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Zayyin Abdul Quddus, S.Pd., M.I.Kom.

Penguji 1



Dr. Rini Riyantini, M.Si.

Penguji 2



Anindita Lintangdesi Afriani M.Si.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 12 Januari 2026

CS Scanned with CamScanner

**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.*

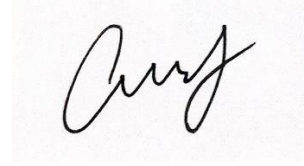
**Keywords: TikTok, Social Media Content, Awareness, Generation Z, Fast Fashion**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. atas segala ridho serta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Pengaruh Konten Akun TikTok @dosen\_fashyun Terhadap *Awareness* Generasi Z dalam Ajakan Untuk Berhenti Menggunakan *Fast Fashion*”. Skripsi ini peneliti susun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Peneliti menyadari proses penulisan skripsi ini tidak luput dari berbagai bantuan dan dukungan yang didapatkan dari banyak pihak sehingga saya dapat mengatasi berbagai kesulitan yang dialami. Dengan demikian, peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua peneliti, Budi Suprihanto dan Uyun Badriah serta saudara peneliti, Randy dan Tiffany yang tiada henti mendoakan peneliti serta memberi dukungan moral maupun material kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Bapak Zayyin Abdul Quddus, S.Pd., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya dan tiada henti memberi arahan, masukan, kritik, hingga saran dalam proses penulisan skripsi.
3. Ibu Dr. Rini Riyantini, M.Si. selaku dosen penguji kesatu dan Ibu Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si. selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan arahan, masukan, kritik, hingga saran dalam proses penulisan skripsi.
4. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos., M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah membantu penulis selama proses pendaftaran siding.
5. Teman seperjuanganku, Alia, Aci, Kinan, Nazla, Dewi, Shafira, Dinda, Izza, Davisya, Rida, Nidiya, Esmeralda, Intan, Hanan, Anissa, dan Danny yang menjadi tempat berkeluh kesah sekaligus penyemangat peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir dan menemani peneliti pada masa kehidupan perkuliahan.
6. Seluruh responden yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga membantu proses penyusunan penelitian ini.
7. Seluruh pihak yang sudah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Bekasi, 31 Desember 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Cindy', is centered within a light gray rectangular box.

Cindy Annisa Dwi Sulistyowati

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Akademik.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
1.5 Sistematika Penelitian .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Teori dan Konsep Penelitian .....	12
2.2.1 Teori Penelitian (Teori ELM) .....	12
2.2.2 <i>New Media</i> (Media Baru).....	13
2.2.3 Media Sosial.....	14
2.2.4 TikTok.....	15
2.2.5 Konten TikTok.....	19
2.2.6 Awareness .....	20
2.3 Kerangka Berpikir.....	22
2.4 Perumusan Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Objek Penelitian.....	25
3.2 Jenis Penelitian.....	25
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.4 Populasi dan Sampel .....	28
3.4.1 Populasi.....	28
3.4.2 Sampel.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6 Sumber Data.....	31
3.6.1 Data Primer .....	31
3.6.2 Data Sekunder .....	31
3.7 Metode Analisis .....	32

3.7.1	Uji Validitas .....	32
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	35
3.7.3	Uji Normalitas .....	37
3.7.4	Uji Korelasi .....	38
3.7.5	Uji Regresi Linear Sederhana .....	38
3.7.6	Uji Koefisien Determinasi .....	39
3.8	Pengajuan Hipotesis .....	39
3.9	Jadwal Penelitian .....	40
BAB IV METODE PENELITIAN .....		42
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.2	Hasil Penelitian .....	44
4.2.1	Karakteristik Responden .....	45
4.2.2	Analisis Data Variabel X .....	47
4.2.2.1	Analisis Pernyataan Kuesioner Variabel X.....	47
4.2.2.2	Rata-rata Skor Dimensi Konten .....	60
4.2.3	Analisis Variabel Y .....	65
4.2.3.1	Analisis Pernyataan Kuesioner Variabel Y.....	65
4.2.3.2	Rata-rata Skor Dimensi <i>Awareness</i> .....	81
4.3	Analisis Penelitian .....	88
4.3.1	Analisis Data Hasil Uji Normalitas.....	88
4.3.2	Analisis Data Hasil Uji Korelasi .....	89
4.3.3	Analisis Data Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	90
4.3.4	Analisis Data Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	91
4.3.5	Analisis Data Hasil Uji Hipotesis .....	92
4.4	Pembahasan Penelitian.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		99
5.1	Kesimpulan .....	99
5.2	Saran .....	100
5.2.1	Saran Teoritis .....	100
5.2.2	Saran Praktis .....	100
DAFTAR PUSTAKA .....		103

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 3.2 Skor Skala Likert .....	31
Tabel 3.3 Hasil Uji Validasi Variabel X .....	32
Tabel 3.4 Hasil Uji Validasi Variabel Y .....	33
Tabel 3.5 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Cronbach's Alpha.....	36
Tabel 3.6 Kriteria Tingkat Korelasi .....	38
Tabel 3.7 Rencana Waktu Penelitian .....	41
Tabel 4.1 Kategorisasi Rata-rata Skor Tanggapan Responden.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Followers</i> Akun TikTok.....	46
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melihat Konten.....	46
Tabel 4.6 Analisis Pernyataan X1 .....	47
Tabel 4.7 Analisis Pernyataan X2.....	48
Tabel 4.8 Analisis Pernyataan X3.....	49
Tabel 4.9 Analisis Pernyataan X4.....	50
Tabel 4.10 Analisis Pernyataan X5.....	51
Tabel 4.11 Analisis Pernyataan X6.....	52
Tabel 4.12 Analisis Pernyataan X7.....	53
Tabel 4.13 Analisis Pernyataan X8.....	54
Tabel 4.14 Analisis Pernyataan X9.....	55
Tabel 4.15 Analisis Pernyataan X10.....	56
Tabel 4.16 Analisis Pernyataan X11 .....	57
Tabel 4.17 Analisis Pernyataan X12.....	58
Tabel 4.18 Analisis Pernyataan X13.....	59
Tabel 4.19 Analisis Pernyataan X14.....	60
Tabel 4.20 Rata-rata Skor Nilai Dimensi Audio & Visual.....	61
Tabel 4.21 Rata-rata Skor Nilai Dimensi Konsep Konten.....	62
Tabel 4.22 Rata-rata Skor Nilai Dimensi Isi Pesan.....	63
Tabel 4.23 Rata-rata Skor Nilai Dimensi Penggunaan Bahasa.....	64
Tabel 4.24 Analisis Pernyataan Y1 .....	66
Tabel 4.25 Analisis Pernyataan Y2.....	68
Tabel 4.26 Analisis Pernyataan Y3 .....	69
Tabel 4.27 Analisis Pernyataan Y4.....	70
Tabel 4.28 Analisis Pernyataan Y5.....	71
Tabel 4.29 Analisis Pernyataan Y6.....	72
Tabel 4.30 Analisis Pernyataan Y7 .....	73
Tabel 4.31 Analisis Pernyataan Y8.....	74
Tabel 4.32 Analisis Pernyataan Y9.....	75
Tabel 4.33 Analisis Pernyataan Y10.....	76
Tabel 4.34 Analisis Pernyataan Y11 .....	77
Tabel 4.35 Analisis Pernyataan Y12.....	78
Tabel 4.36 Analisis Pernyataan Y13.....	79
Tabel 4.37 Analisis Pernyataan Y14.....	80
Tabel 4.38 Analisis Pernyataan Y15.....	81
Tabel 4.39 Analisis Pernyataan Y16.....	82

Tabel 4.40 Rata-rata Skor Nilai Dimensi <i>Acting with Awareness</i> .....	82
Tabel 4.41 Rata-rata Skor Nilai Dimensi <i>Observing</i> .....	83
Tabel 4.42 Rata-rata Skor Nilai Dimensi <i>Describing</i> .....	84
Tabel 4.43 Rata-rata Skor Nilai <i>Non-reactivity to Inner Experience</i> .....	85
Tabel 4.44 Rata-rata Skor Nilai <i>Non-judging to Inner Experience</i> .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Survei Linimasa Media Sosial .....	2
Gambar 1.2 Hasil Survei Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Dunia 3	
Gambar 1.3 Akun TikTok @dosen_fashyun .....	4
Gambar 1.4 Global Fast Fashion Market .....	7
Gambar 1.5 Gen Z Fast Fashion Report.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	23
Gambar 3.1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X .....	33
Gambar 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....	34
Gambar 4.1 Akun TikTok @dosen_fashyun .....	42
Gambar 4.2 Konten Akun TikTok @dosen_fashyun.....	43
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	88
Gambar 4.4 Hasil Uji Korelasi.....	89
Gambar 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	90
Gambar 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	91
Gambar 4.7 Hasil Uji Hipotesis .....	92