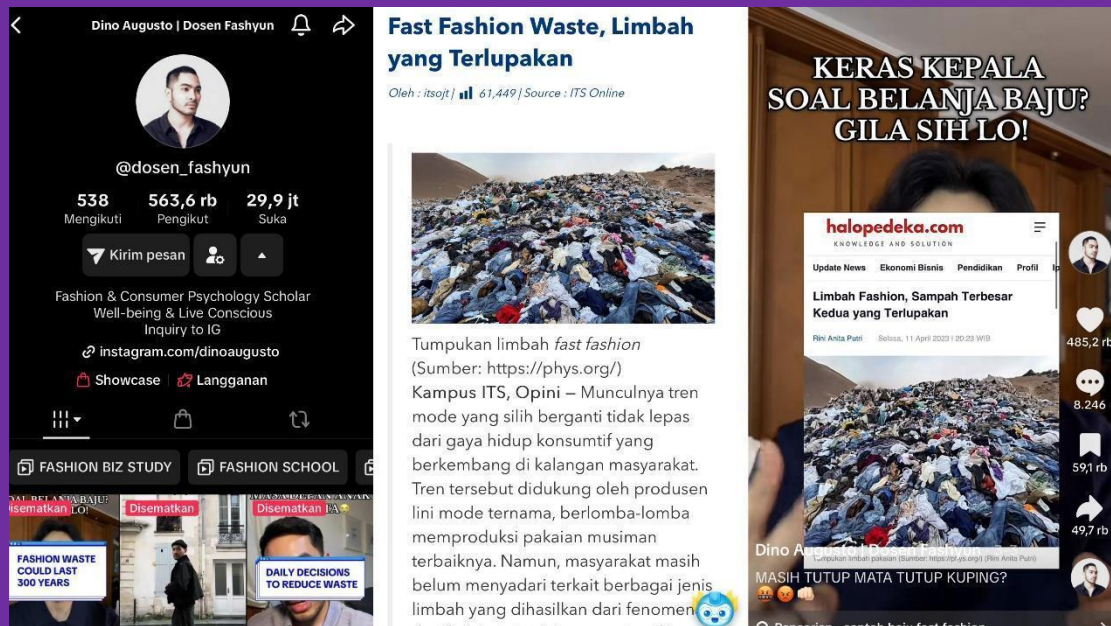




Sumber: Tiktok @dosen_fashyun dan ITS Online

Judul Tugas Akhir Skripsi:

ANALISIS RESEPSI KHALAYAK GENERASI Z TERHADAP ISI PESAN PADA KONTEN TIKTOK @DOSEN_FASHYUN “FASHION WASTE COULD LAST 300 YEARS”

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

Nama : Eta Febriyanti Putri

Nim : 2210411048



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

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Eta Febriyanti Putri
NIM : 2210411048
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 21 juni 2026

Yang menyatakan,



5000
METRAN
TEMPEL
A1F0BACX023640036

Eta Febriyanti Putri

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Eta Febriyanti Putri
NIM : 2210411048
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:

ANALISIS RESEPSI KHALAYAK GENERASI Z TERHADAP ISI PESAN
PADA KONTEN TIKTOK @DOSEN_FASHYUN "FASHION WASTE
COULD LAST 300 YEARS"

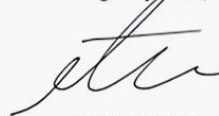
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini,
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih
media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat
dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya
sebagai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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan
sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 21 juni 2026

Yang menyatakan,



Eta Febriyanti Putri

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Eta Febriyanti Putri
NIM : 2210411048
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Analisis Resepsi Khalayak Generasi Z Terhadap Isi Pesan Pada Konten Tiktok @Dosen_Fashyun "Fashion Waste Could Last 300 Years"

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

(Putrawan Yuliandri, S.I.Kom., M.Si)

Penguji 1

(Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si)

Penguji 2

(Ayu Wardani, S.I.Kom., M.A)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 13 Juli 2026

**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK GENERASI Z TERHADAP ISI PESAN
PADA KONTEN TIKTOK @DOSEN_FASHYUN “FASHION WASTE
COULD LAST 300 YEARS”**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi khalayak Generasi Z terhadap konten edukasi “*Fashion Waste Could Last 300 Years*” pada akun TikTok @dosen_fashyun mengenai perilaku belanja *fast fashion* di tengah kemudahan memperoleh produk fesyen dan dampak *fashion waste*. Penelitian ini menggunakan model *encoding-decoding* Stuart Hall untuk memahami bagaimana khalayak menerima dan memaknai pesan yang disampaikan melalui media. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis resepsi. Teknik pemilihan informan dilakukan secara *purposive* dengan kriteria Generasi Z yang aktif menggunakan TikTok dan pernah menyaksikan konten yang diteliti. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan menggunakan triangulasi sumber untuk menguji keabsahan data. Berdasarkan analisis resepsi Stuart Hall, menunjukkan bahwa posisi resepsi kelima informan tersebar pada ketiga kategori, tiga informan berada pada posisi *Negotiated Reading*, satu informan pada posisi *Dominant-Hegemonic Reading*, dan satu informan pada posisi *Oppositional Reading*. Temuan ini menunjukkan bahwa resepsi khalayak Generasi Z terhadap edukasi *fashion waste* bersifat beragam dan sangat dipengaruhi oleh latar belakang sosial serta pengalaman pribadi masing-masing individu.

Kata Kunci: *Fashion Waste*, *Fast Fashion*, Generasi Z, Resepsi Khalayak, TikTok

**RECEPTION ANALYSIS OF GENERATION Z AUDIENCES TOWARD THE
MESSAGE CONTENT OF THE TIKTOK VIDEO “FASHION WASTE
COULD LAST 300 YEARS” ON @DOSEN_FASHYUN**

ABSTRACT

This study aims to analyze Generation Z audience reception of the educational content “Fashion Waste Could Last 300 Years” on the TikTok account @dosen_fashyun, particularly regarding fast fashion purchasing behavior amid the ease of accessing fashion products and the impact of fashion waste. This research employs Stuart Hall’s encoding-decoding model to understand how audiences receive and interpret messages delivered through media. The study uses a descriptive qualitative method with a reception analysis approach. Informants were selected through purposive sampling, consisting of Generation Z individuals who actively use TikTok and have watched the selected content. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The data were analyzed through the stages of data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing, while source triangulation was used to ensure data validity. Based on Stuart Hall’s reception analysis, the findings show that the five informants’ reception positions were distributed across all three categories. Three informants were classified under the Negotiated Reading position, one informant under the Dominant-Hegemonic Reading position, and one informant under the Oppositional Reading position. These findings indicate that Generation Z audiences’ reception of fashion waste education is diverse and strongly influenced by each individual’s social background and personal experiences.

Keywords: *Fashion Waste, Fast Fashion, Generation Z, Audience Reception, TikTok*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta kesehatan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi berjudul Analisis Resepsi Khalayak Generasi Z Terhadap Isi Pesan Pada Konten Tiktok @dosen_fashyun "*Fashion Waste Could Last 300 Years*" disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta. Penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua tercinta, Bapak Takarinto dan Ibu Eni, serta Intan dan Jesica selaku kakak dan adik penulis, atas doa, kasih sayang, serta dukungan yang senantiasa diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.

Selama proses penyusunannya, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi pada proses penulisan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan, diantaranya:

1. Dr. S. Bkti Istiyanto, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.
2. Mas Putrawan Yuliandri, S.I.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta saran dengan penuh kesabaran sepanjang proses penyusunan tugas akhir.
3. Mba Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si dan Mba Ayu Wardani, S.I.Kom., M.A. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan selama proses penyusunan skripsi.
4. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada keluarga tercinta yang selalu menjadi sumber kekuatan dalam setiap proses yang dilalui.
5. Teman-teman yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta kebersamaan yang diberikan dalam bentuk diskusi serta berbagi informasi selama penyusunan skripsi terutama ka Vira, ka Ella, Bunga, Laras, Lola, Rissa, Hanna, Tasha, Dwi

6. Kelima informan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, sehingga proses pengumpulan data dapat berjalan dengan lancar.

Jakarta 22 juni 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Eta Febriyanti Putri', written in a cursive style.

Eta Febriyanti Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH..	iii
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Praktis	11
1.3.2 Tujuan Teoritis	11
1.4 Batasan Masalah.....	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Praktis	12
1.5.2 Manfaat Akademis	12
1.6 Sistematika Penelitian	12
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Konsep dan Teori Penelitian	14
2.1.1 New Media	14
2.1.2 Tiktok	16
2.1.3 Khalayak	19
2.1.4 Generasi Z	21
2.1.5 Fast Fashion Waste	23
2.1.6 Teori Analisis Resepsi.....	24
2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
 BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	29
3.2 Jenis Penelitian.....	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4 Sumber Data.....	33
3.4.1 Data Primer	33
3.4.2 Data Sekunder	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	33
3.5.1 Koding Data	34
3.5.2 Teknik Keabsahan Data	35
3.6 Jadwal Penelitian.....	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	37
4.2 Deskripsi Subjek Penelitian	37
4.3 Hasil Penelitian	39
4.3.1 Encoding Konten Video “FASHION WASTE COULD LAST 300 YEARS”	40
4.3.2 Decoding Tayangan Konten Video “FASHION WASTE COULD LAST 300 YEARS”	48
4.3.3 Pemaknaan Informan Terhadap Video “ <i>FASHION WASTE COULD LAST 300 YEARS</i> ”	50
4.3.4 Hasil Pemaknaan Informan Terhadap Video “ <i>FASHION WASTE COULD LAST 300 YEARS</i> ”	55
4.4 Pembahasan.....	75
4.4.1 Resepsi Khalayak Generasi Z sebagai Pengguna Aktif Media Sosial TikTok Mengenai Tayangan Konten Video “ <i>FASHION WASTE COULD LAST 300 YEARS</i> ”	75
4.4.2 Posisi Resepsi Khalayak Pada Tayangan Konten Video TikTok “ <i>FASHION WASTE COULD LAST 300 YEARS</i> ” Berdasarkan Model Stuart Hall	81
4.4.3 Faktor yang Melatarbelakangi Resepsi (Penerimaan) Khalayak Terhadap Tayangan Video “ <i>FASHION WASTE COULD LAST 300 YEARS</i> ”	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran.....	88
5.2.1 Saran Akademis	88
5.2.2 Saran Praktis.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rencana Waktu Penelitian	36
Tabel 2. Profil Informan Penelitian	38
Tabel 3. <i>Encoding</i> Konten Video.....	41
Tabel 4. Pemaknaan Khalayak Pada Konten Tiktok " <i>FASHION WASTE COULD LAST 300 YEARS</i> "	75
Tabel 5. Posisi Resepsi Informan Terhadap Tayangan Konten Video TikTok " <i>FASHION WASTE COULD LAST 300 YEARS</i> " Berdasarkan Model Stuart Hall.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Rata-rata Waktu Penggunaan Media Sosial.....	3
Gambar 2 Data Minat Belanja Generasi Z.....	4
Gambar 3 <i>E-commerce</i> yang sering digunakan di Indonesia.....	6
Gambar 4 <i>Encoding-Decoding</i> Stuart Hall	25
Gambar 5 Kerangka Pemikiran.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	110
Lampiran 2 Dokumentasi.....	145