

# TINGKAT KESADARAN MASYARAKAT INDONESIA TERHADAP PENTINGNYA *SUSTAINABLE FASHION*

Shabrina Tsabyca Adelya<sup>1)</sup> dan Atiqoh<sup>2)</sup>

<sup>1) dan 2)</sup> Program Studi Pendidikan Vokasional Kesejahteraan Keluarga  
Fakultas Teknik  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya  
[Shabrynadellya@gmail.com](mailto:Shabrynadellya@gmail.com)  
[Atiqoh@unipasby.ac.id](mailto:Atiqoh@unipasby.ac.id)

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki dasar dari munculnya trend *sustainable fashion* di masyarakat Indonesia, mulai adanya dukungan terhadap brand local yang masuk dalam klasifikasi brand *sustainable* seperti sejauh mata memandang, pijak bumi, bahan baku (kain) yang di produksi secara ramah lingkungan dan menggunakan bahan dasar yang di daur ulang seperti pable dan sebagainya, hal ini menimbulkan pertanyaan apakah masyarakat Indonesia sudah memiliki tingkat kepedulian yang tinggi terhadap *sustainable fashion* itu sendiri dan apakah mereka sudah mulai berbelanja pakaian *sustainable* untuk mendukung industri fashion yang dikenal sebagai industri yang sangat tidak ramah lingkungan, menjadi industri yang peduli terhadap lingkungan dan mengutamakan keberlanjutan (*sustainability*).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan dengan teknik kuisioner melalui google form. Responden dalam penelitian ini sebanyak 65 orang yang memenuhi satu dari tiga kriteria yaitu berusia 17 hingga 35 tahun, suka berbelanja produk *fashion* terutama pakaian dan memiliki sosial media. Berdasarkan hasil jawaban responden data tersebut di observasi dan ditarik kesimpulannya untuk mendapatkan jawaban mengenai tingkat kesadaran masyarakat Indonesia terhadap apa itu *sustainable fashion*.

Berdasarkan hasil Analisa data, ditemukan bahwa tingkat kesadaran masyarakat terhadap munculnya *sustainable fashion* sudah cukup tinggi tetapi hal ini belum di imbangi dengan pemahaman mengenai *fast fashion* dan mengapa masyarakat sebagai konsumen harus mendorong perubahan industri *fashion* menjadi *sustainable*, hal ini yang menyebabkan masih banyak masyarakat yang tetap menjadi konsumen produk *fast fashion*, oleh karena itu edukasi dan kampanye mengenai *sustainable fashion* harus dilakukan secara menyeluruh agar terjadi perubahan dalam perilaku berbelanja masyarakat Indonesia (*customer buying behavior*)

**Kata Kunci** : *Sustainable Fashion*, Kesadaran Mengenai *Sustainable Fashion*

## **ABSTRACT**

*This study is based on the sustainability trend in Indonesia. There are a few sustainable brands that are rising and gaining people's attention, such as Sejauh Mata Memandang, Pijak Bumi, a textile manufacturer that manufactures their textiles using recycleable material called Pable, and other brands. These things raise the question of whether Indonesian society starts to care about sustainable fashion and whether they start to buy sustainable clothing as a way to support the changes in the fashion industry that are known for being toxic and polluting the environment to become an industry that cares about the environment and puts sustainability as one of their main focuses.*

*This study is using the qualitative descriptive approach by using data that was gained by giving people online forms to fill out. There are 65 respondents that meet one of the three criteria, such as being in the 17–35 age group, liking to shop for fashion items, especially clothing items, and having social media. After collecting the data, the next step is to observe it and draw conclusions to determine whether Indonesian society has an awareness regarding sustainable fashion.*

*According to data analysis, Indonesian society is quite aware of sustainable fashion, but this is not balanced with knowledge of the risks associated with fast fashion and the reasons why it is crucial for us, the consumers, to pressure fashion brands to switch to sustainable fashion. These are some of the explanations for why Indonesian society continues to purchase clothing from fast fashion companies. This is why spreading awareness of sustainable fashion and the need to modify consumer purchasing habits through education and advertising is necessary.*

**Keywords** : *Sustainable Fashion, The awareness level towards sustainable fashion*