

Social Media Campaign: Thrifting sebagai Pencegahan Limbah Tekstil Fast Fashion

Ayu Dear Pangesti, Bernadet Cahyanintyas A, Ria Mareta Yulfan, Tutut Chusniyah*

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Malang, Surel: ayu.dear.1908116@students.um.ac.id

Abstract

Indonesia is the fourth most populous country, as one of the biggest waste contributors in the world. Textile waste itself has become a serious problem, around 2.3 million tons of fabric waste will be collected in 2021. Therefore, a thrifting campaign has been carried out as an effort to tackle this textile waste. With the hope that thrifting can minimize the amount of existing textile waste. The campaign was carried out on social media for one week by distributing posters about the dangers of fast fashion for the environment and thrifting as a solution to textile waste. This program is evaluated based on the number of likes, number of viewers, and testimonials given by viewers. Based on the comments, it can be seen the target's response to this program. This response is used as material for program evaluation. In conclusion, there are still many people who do not know the use of thrifting for the environment, especially as a reduction of textile waste.

Keywords : Textile Waste; Fast Fashion; Thrifting

Abstrak

Indonesia merupakan negara dengan penduduk terbanyak keempat, sebagai salah satu penyumbang sampah terbesar di dunia. Sampah tekstil sendiri sudah menjadi permasalahan yang serius, sekitar 2,3 juta ton limbah kain terkumpul di tahun 2021. Oleh karenanya dilakukan kampanye mengenai thrifting sebagai upaya dari penanggulangan limbah tekstil tersebut. Dengan harapan thrifting dapat meminimalisir jumlah sampah tekstil yang ada. Kampanye dilakukan pada sosial media selama satu minggu dengan menyebarkan poster mengenai bahaya fast fashion untuk lingkungan dan thrifting sebagai solusi dari limbah tekstil. Program ini dievaluasi didasarkan pada jumlah like, jumlah viewer, dan testimoni yang diberikan oleh para viewer. Berdasarkan komentar-komentar dapat diketahui respon target terhadap program ini. Respon ini digunakan sebagai bahan evaluasi program. Kesimpulannya masih banyak masyarakat yang belum mengetahui kegunaan thrifting untuk lingkungan terutama sebagai pengurangan limbah tekstil.

Kata Kunci : Limbah Tekstil; Fast Fashion; Thrifting

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat kepadatan penduduk ke empat sebagai negara dengan penduduk paling padat di dunia, setelah China, India dan Amerika Serikat. Worldometer merilis data jumlah penduduk Indonesia hingga 25 April 2022 adalah 278.752.361 jiwa (Isabela, 2022). Jumlah ini mengalami kenaikan dibandingkan dengan jumlah penduduk di tahun 2020. Dengan banyaknya jumlah penduduk Indonesia saat ini, maka 3,51% dari penduduk seluruh dunia sedang hidup di negara kita. Tingginya kepadatan sebuah wilayah, akan berpengaruh pada banyaknya sampah yang dihasilkan. Indonesia, Amerika Serikat dan India merupakan penyumbang terbesar sampah di dunia (Mahyudin, 2014). Semakin padat penduduk, semakin menumpuk sampah yang dihasilkan karena tempat atau ruang untuk menampung sampah kurang (Rachman, 2023).

Salah satu kebutuhan yang terus berkembang seiring dengan pertumbuhan penduduk adalah kebutuhan akan pakaian. Deputi Kemaritiman dan Sumber Daya Alam Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (PPN)/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional

(Bappenas), mengatakan bahwa Indonesia menghasilkan 2,3 juta ton limbah tekstil setara 12 persen dari limbah rumah tangga per tahun 2021 (Safitri, 2022). Jika sampah *textile* ini sudah tercampur dengan sampah lainnya, maka tidak ada pemulung yang mengambil sampah itu, sampah kain tidak bisa didaur ulang, tidak berguna dan hanya sekedar sampah belaka.

Fast fashion merupakan industri fashion yang silih berganti dalam waktu yang sangat cepat, menggunakan bahan baku yang berkualitas rendah, dengan koleksi baru yang siap diluncurkan setiap minggu dan dijual dengan harga yang relatif murah (Christiani, 2021). Industri *fast fashion* mendorong banyak orang untuk sering berbelanja, karena mereka selalu memproduksi model dengan tren terbaru (Utami, diunduh 2023), karena serta *trend* pakaian yang cepat berubah sehingga terkadang pakaian tersebut hanya memiliki waktu pemakaian yang singkat (Lestari & Asmarani, 2021).

Dampak negatif *fast fashion* yaitu: menggunakan pewarna tekstil yang murah dan berbahaya, sehingga dapat menyebabkan pencemaran air dan beresiko terhadap kesehatan manusia; bahan baku yang digunakan industri berasal dari bahan baku fosil yaitu poliester yang saat dicuci akan menghasilkan serat mikro yang meningkatkan jumlah sampah plastik; bahan katun yang digunakan biasanya dicampur pestisida dalam jumlah yang sangat banyak, sehingga membahayakan para pekerja dan meningkatkan resiko kekeringan, menciptakan tekanan besar pada sumber air, menurunkan kualitas tanah, serta berbagai masalah lingkungan (Utami, diunduh 2023). Industri ini menggunakan bahan baku dengan kualitas yang buruk, sehingga hasil produksinya tidak dapat bertahan lama, sehingga menjadi salah satu penyebab terbesar dari polusi limbah fashion yang dapat merusak lingkungan.

Sedangkan *thrifting* mengacu pada aktivitas membeli barang bekas. *Thrifty* sebagai cara menggunakan uang dan barang secara baik dan efisien. Sehingga *thrifting* dapat diartikan sebagai kegiatan membeli barang-barang bekas dengan melakukan penghematan atau menggunakan uang dengan efisien (Gafara, 2023). Budaya *thrifting* yang biasanya dikaitkan dengan pakaian, bertujuan untuk mengurangi limbah tekstil melalui konsep *reuse* dan bahkan merupakan salah satu bentuk perlawanan terhadap budaya konsumen *fast fashion*. Tren *thrifting* atau membeli pakaian bekas nampaknya bisa menjadi jawaban fenomena *fast fashion*. Selain karena tumbuhnya kesadaran masyarakat akan isu lingkungan, harga serta kualitas yang ditawarkan pada barang *second hand* tersebut juga bisa menjadi salah satu alasan mereka menggandrungi tren *thrifting* (Khamim, 2023).

Di Indonesia, fenomena *thrifting* baru saja *booming*, meski sebenarnya eksistensi jual beli pakaian bekas ini telah lama ada. Kondisi fenomena *thrifting* di Indonesia sedikit berbeda dengan fenomena *thrifting* yang terjadi di luar negeri. Isu lingkungan bukanlah yang menjadi penyebab meluasnya *trend thrifting* ini, melainkan hal ini menjadi sebuah gaya hidup masyarakat kelas menengah ke bawah yang lebih memilih untuk memakai pakaian bekas impor karena latar belakang ekonomi, atau dilakukan karena kegemarannya mengoleksi barang-barang *vintage* yang hanya keluar pada kurun waktu tertentu (Gafara, 2023).

Pendekatan yang digunakan adalah perubahan perilaku yang berfokus pada perubahan proses berpikir dan didasarkan pada model kognitif sosial (Sanyata, 2012). Model *fear appeal* menjelaskan bahwa budaya *fast fashion* menjadi penyumbang banyak sampah/limbah tekstile yang akhirnya akan menimbulkan *global warming*. Dampak negatif ini akan diserukan untuk menimbulkan *fears appeals* mengenai dampak *fast fashion* di masa depan. Munculnya *fears*

appeals, para pengguna *fast fashion* diharapkan akan mengubah perilakunya dan beralih ke budaya *thrifting* (Lestari & Asmarani, 2021).

2. Metode

Bentuk intervensi yang dilakukan adalah dengan membuat poster yang disebarluaskan melalui tiga platform media sosial, yaitu instagram, twitter, dan whatsapp. Tiga platform ini masing-masing menggunakan akun milik anggota. Akun instagram menggunakan milik RM, twitter menggunakan akun AD, dan whatsapp milik B. Penggunaan berbagai media sosial diharapkan dapat menjangkau berbagai kalangan, sehingga dapat memperluas audien (Sanyata, 2012). Kelompok akan membuat beberapa poster yang akan dibagikan secara berkala dalam kurun waktu satu minggu. Waktu pengunggahan adalah dua kali dalam seminggu, yaitu hari Selasa dan Jum'at. Poster dibuat beberapa agar pembaca tidak bosan dengan satu poster saja dan diunggah serempak di tiga platform media sosial tersebut di atas. Poster kampanye terdiri atas materi tentang bahaya *fast fashion* dan penggunaan *thrifting* sebagai pencegahan limbah tekstil (Sujarwo dkk, 2014).

Kampanye ini ditargetkan kepada individu-individu yang berada dalam masa remaja akhir dan masa dewasa awal. Target dipilih karena mereka sudah mampu untuk memilih atau membeli kebutuhan pakaian mereka sesuai dengan keinginan mereka. Remaja pada usia ini juga cenderung sangat aktif dalam sosial media, sehingga tujuan kampanye ini lebih mudah dicapai.

Program ini dievaluasi didasarkan pada jumlah *like*, jumlah *viewer*, dan testimoni yang diberikan oleh para *viewer*. Testimoni itu berasal dari komentar yang diberikan *viewer* pada setiap unggahan poster di platform media sosial. Selanjutnya penulis fokus pada komentar yang diberikan, agar *viewer* lebih bisa mengungkapkan pendapatnya. Dari komentar-komentar itu dapat diketahui bagaimana respon target terhadap program ini. Respon ini digunakan sebagai bahan evaluasi program.

3. Hasil dan Pembahasan

Intervensi yang direncanakan sebelumnya, dengan melakukan kampanye di beberapa media sosial telah dilakukan. Kampanye yang dilaksanakan berdurasi selama satu minggu dengan mengunggah poster informatif mengenai dampak dari *fast fashion* serta sisi positif dari melakukan *thrifting* untuk lingkungan. Dari poster yang telah diunggah, para pembaca bisa langsung memberi tanggapan di kolom komentar masing-masing media sosial yang digunakan untuk melakukan kampanye. Twitter yang digunakan oleh kelompok sendiri memiliki sekitar 150 orang pengikut, Instagram sebanyak 316 orang pengikut. Sementara untuk *whatsapp* sendiri terdapat sekitar 200 orang kontak. Kelompok sendiri mendapatkan respon berupa 35 *retweet* dan 56 *likes* pada sosial media twitter. Sementara pada instagram didapatkan 105 *likes* dan sekitar 51 komentar.

Beberapa pembaca menanyakan hal-hal yang kurang dimengerti, sedangkan sebagian lagi memberi tanggapan lain.

“Berarti *trifting* itu pakaian bekas, ya? Apa aman kalau dipake sama orang lain?” “Wah, bagus nih. Bisa ngurangi limbah tekstil sekaligus lebih hemat juga.”

“Udah beberapa tahun ini ngelakuin trifting, tapi nggak nyangka kalo efeknya sebagus itu buat lingkungan. Mantap.”

Dari tanggapan tanggapan yang telah diberikan oleh pembaca, peneliti menggunakannya sebagai bahan evaluasi untuk program yang telah dilaksanakan. Tanggapan-tanggapan yang telah diterima merupakan cerminan dari program kampanye “*Thrift*ing sebagai Upaya Pencegahan Limbah Tekstil Akibat *Fast Fashion*”. Sebagian besar tanggapan yang diberikan merupakan komentar positif, dan beberapa lainnya adalah kritik dan masukan dari pembaca.

“Awalnya aku masih ragu buat trifting, abis liat poster ini jadi nggak ragu lagi. Cusbesok berangkat...”

“Posternya udah bagus, tapi penjelasannya kurang lengkap aja sih. Mungkin bisa dijelasin di bagian captionnya”

Tanggapan serta komentar-komentar mengenai kampanye yang masuk merupakan timbal balik pembaca mengenai budaya *thrift*ing dan *fast fashion*. Masyarakat Indonesia sendiri dapat dikatakan sudah cukup familiar dengan budaya *thrift*ing. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Asmarani (2021) mengenai budaya *thrift*ing di Indonesia selama masa pandemi covid-19. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa pada masyarakat secara umum sudah terbiasa dengan konsep *thrift*ing ini, banyak faktor yang dapat mempengaruhinya, diantaranya adalah rasa hemat, serta keinginan untuk tampil unik dan berbeda.

Karena sebagian besar tanggapan yang diberikan oleh pembaca merupakan tanggapan positif, maka program ini dapat dikatakan cukup sukses. Diharapkan dengan adanya program ini masyarakat bisa mengenal *thrift*ing dan lebih peduli dengan lingkungan. Sedangkan tanggapan-tanggapan berupa kritik dan saran akan digunakan sebagai bahan evaluasi program. Sehingga program ini menjadi lebih sempurna lagi untuk dibagikan pada masyarakat.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil program yang dilakukan, peneliti menarik kesimpulan bahwa: 1) Masyarakat sudah cukup familiar dengan budaya *thrift*ing terutama yang berada di Indonesia, namun masyarakat belum mengetahui bahwa *thrift*ing dapat menjadi salah satu cara untuk melestarikan lingkungan. 2) Program ini memberikan edukasi kepada masyarakat terkait salah satu cara mengurangi limbah tekstil. Bagi peneliti selanjutnya dapat mempelajari mengenai sampah tekstil dan *thrift*ing lebih jauh lagi sehingga akan memungkinkan untuk menemukan cara-cara intervensi yang lebih berdampak dan membangkitkan *awareness* masyarakat mengenai limbah ini.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas apresiasi dan perhatian yang diberikan kepada jurnal penulis, “*Thrift*-ing sebagai Pencegahan Limbah Textile Fast

Fashion." Penulis sangat senang mengetahui bahwa penelitian penulis diakui dan bernilai bagi komunitas ilmiah. Terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam penulisan jurnal ini. Harapan penulis adalah bahwa temuan dan ide-ide dalam jurnal penulis dapat memberikan manfaat dalam mempromosikan praktik thrift-ing sebagai cara efektif untuk mengurangi limbah tekstil dari industri *fast fashion*. Penulis berharap penelitian penulis dapat menjadi sumber inspirasi bagi orang lain yang tertarik dengan isu lingkungan dan mode berkelanjutan. Terima kasih sekali lagi atas penghargaan yang diberikan.

Daftar Rujukan

- Christiani, Y. (2021). How Fast Fashion Industry Creates Human and Environmental Damage. <https://greeneration.org/en/publication/green-info/>
- Gafara, G. (2023). *A Brief History Of Thrifting*. <https://ussfeed.com/a-brief-history-of-thrifting/pop-culture/>
- Isabela, M. A. C. (2022). *Jumlah Penduduk Indonesia*. <https://nasional.kompas.com/read/2022/04/27/03000051/>
- Iswara, A. J. (2021). *AS Penyumbang Sampah Plastik Terbesar di Dunia, Melebihi Gabungan Se-Eropa*. Via kompas.com
- Khamim, M. F. (2023). Thrifting: Solusi Sederhana Atasi Dampak Buruk Fast Fashion. <https://www.its.ac.id/news/2023/04/04/>
- Lestari, F. A., & Asmarani, R. (2021). *Thrifting Culture during the Covid-19 Pandemic and Its Impact on the Environment*. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 317, p. 01006). EDP Sciences.
- Mahyudin, R, P. (2014). Strategi pengelolaan sampah berkelanjutan. *EnviroScienteeae*, 10: 33-44.
- Rachman, A. (2023). Faktor yang Memengaruhi Jenis dan Jumlah Sampah. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/03/14/200000269/>
- Safitri, K. (2022). Kurangi Limbah Tekstil, Bappenas Ajak Industri Terapkan Konsep Fashion Sirkular. <https://money.kompas.com/read/2022/02/24/083300926>
- Sanyata, S. (2012). Teori dan aplikasi pendekatan behavioristik dalam konseling. *JurnalParadigma*, 14(7), 1-11.
- Sujarwo., Trisanti., dan Widyaningsih. (2014). *Pengelolaan Sampah Organik & Anorganik*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Utami, S. F. (diunduh 2023). "Bulk Store: Toko Dengan Konsep Zero Waste Lifestyle." Zero Waste, <https://zerowaste.id/zero-waste-lifestyle/toko-dengankonsep-zero-waste-lifestyle/>.