

TINGKAT KESADARAN DAMPAK *FAST FASHION* PADA ANGGOTA PERMATA GBKP DEPOK, LENTENG AGUNG

Isaac Gilbert¹

¹Program Studi Sosiologi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

211007761@students.uajy.ac.id

Untuk mengutip artikel ini:

Gilbert, Isaac. (2025). Tingkat kesadaran Dampak *Fast Fashion* pada Anggota PERMATA GBKP Depok, Lenteng Agung. *Jurnal Atma Sosiologika*, Vol. 2(2), 157-172.

ABSTRAK

Industri *fast fashion* mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir dengan menawarkan produk-produk pakaian yang murah, cepat mengikuti tren, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat. Fenomena ini menjadikan *fast fashion* semakin diminati, terutama oleh generasi muda yang cenderung konsumtif terhadap tren mode. Namun, di balik kemudahan dan kecepatan produksi tersebut, industri *fast fashion* memberikan dampak negatif yang signifikan terhadap lingkungan, seperti meningkatnya limbah tekstil, penggunaan air yang berlebihan, serta tingginya emisi karbon dari proses produksi dan distribusi. Kondisi ini menimbulkan urgensi untuk menilai sejauh mana tingkat kesadaran individu, khususnya generasi muda, terhadap dampak yang ditimbulkan oleh *fast fashion*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesadaran terhadap dampak *fast fashion* pada Anggota PERMATA GBKP Depok, Lenteng Agung dengan menggunakan metode analisis kuantitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa tingkat pengetahuan responden mengenai dampak *fast fashion* berada dalam kategori “cukup”, sedangkan sikap dan tindakan mereka tergolong dalam kategori “tinggi”. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, tingkat kesadaran terhadap dampak *fast fashion* pada Anggota PERMATA GBKP Depok, Lenteng Agung berada dalam kategori “cukup”.

Kata Kunci: Dampak *Fast Fashion*; *Fast Fashion*; Tingkat Kesadaran

ABSTRACT

The fast fashion industry has experienced rapid growth in recent years by offering affordable clothing products that quickly follow trends and are easily accessible to various groups in society. This phenomenon has made fast fashion increasingly popular, especially among young people who tend to be more consumptive towards fashion trends. However, behind this convenience and speed of production, the fast fashion industry has significant negative impacts on the environment, such as the increase of textile waste, excessive water usage, and high carbon emissions generated during production and distribution processes. This situation raises the urgency to assess the level of individual awareness, particularly among the younger

generation, regarding the impacts caused by fast fashion. This study aims to determine the level of awareness of the impacts of fast fashion among members of PERMATA GBKP Depok, Lenteng Agung by using a descriptive quantitative analysis method. The results shows that the respondents' knowledge level of the impacts of fast fashion falls into the "moderate" category, while their attitudes and actions are classified as "high." Therefore, it can be concluded that overall, the level of awareness of the impacts of fast fashion among members of PERMATA GBKP Depok, Lenteng Agung is in the "moderate" category.

Keywords: Awareness Level; Fast Fashion; Fast Fashion Impacts

PENDAHULUAN

Industri fashion di Indonesia telah mengalami transformasi signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu perubahan paling mencolok ditandai oleh kemunculan model bisnis *fast fashion*, yaitu sistem produksi dan distribusi pakaian yang cepat, murah, dan mengikuti tren secara dinamis. Model ini memungkinkan produsen untuk merespons permintaan pasar dalam waktu singkat dengan menawarkan produk dalam jumlah besar dan harga terjangkau. Namun, di balik efisiensi dan aksesibilitasnya, *fast fashion* membawa konsekuensi lingkungan yang serius, seperti peningkatan limbah tekstil dan emisi karbon. Pada tahun 2020, tercatat sekitar 18,6 juta ton limbah tekstil dihasilkan secara global, dan *fast fashion* menyumbang sekitar 1,2 miliar ton emisi gas rumah kaca setiap tahunnya (Young, 2020).

Sebagai sebuah komoditas, *fast fashion* memiliki beberapa ciri khas: produksi massal yang cepat, harga relatif murah, desain yang selalu mengikuti tren terkini, ketergantungan pada media sosial dan merek, serta ketersediaan produk dalam waktu singkat (Chang, 2015; Pratiwi, 2022). Ciri-ciri ini menjadikan fast fashion sangat menarik bagi konsumen muda, terutama generasi Z dan milenial, yang memiliki ketertarikan tinggi terhadap mode, identitas visual, dan konsumsi berbasis tren. Menurut laporan Tinkerlust, 63,46% warga Indonesia memilih produk *fast fashion* karena kemudahan akses dan desain yang fashionable (Marsono, 2022). Konsumsi berlebihan akibat fast fashion berpotensi menciptakan masalah baru, khususnya dalam hal keberlanjutan lingkungan.

Kesadaran terhadap dampak fast fashion menjadi hal krusial yang perlu dibangun di kalangan generasi muda. Kesadaran ini tidak hanya mencakup pemahaman kognitif tentang dampak negatif fast fashion, tetapi juga tercermin dalam sikap dan tindakan nyata yang mendukung praktik konsumsi yang lebih etis dan berkelanjutan. Salah satu kelompok yang menarik untuk dikaji adalah anggota PERMATA (Persadan Man Anak Gerejaanta) GBKP

Depok, Lenteng Agung. Kelompok pemuda ini merupakan bagian dari struktur Gereja Batak Karo Protestan yang memiliki perhatian terhadap isu-isu lingkungan, seperti tercermin dalam fokus pelayanan mereka pada tahun 2022 mengenai pelestarian lingkungan. Anggota PERMATA berasal dari berbagai daerah dengan rentang usia 17–32 tahun, menjadikan mereka representatif sebagai konsumen muda yang terpapar fenomena *fast fashion*.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kesadaran terhadap dampak *fast fashion* menjadi faktor penting dalam perilaku konsumsi masyarakat. Priscilla (2024) menemukan bahwa remaja di Kota Bandung memiliki kesadaran terhadap dampak negatif *fast fashion* yang berpengaruh pada keputusan konsumsi dan mendorong minat terhadap produk berkelanjutan. Syamsul (2023) menyatakan bahwa konsumsi *fast fashion* dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kepedulian lingkungan. Sementara itu, Suliyanthini (2022) menunjukkan adanya hubungan antara pengetahuan *fast fashion* dan preferensi pembelian konsumen. Penelitian Papasolomou (2023) menegaskan bahwa pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap isu keberlanjutan masih terbatas karena kurangnya pemahaman tentang *sustainable fashion*. Adapun Situmorang (2021) menemukan bahwa *brand awareness* dan *store atmosphere* berperan penting dalam perilaku pembelian *fast fashion* pada generasi milenial. Melihat berbagai permasalahan yang ditimbulkan oleh industri *fast fashion*, penting untuk memahami bagaimana masyarakat, terutama generasi muda, menyadari dan merespons dampak lingkungan yang diakibatkannya. Tren konsumsi berlebihan terhadap produk *fast fashion* menunjukkan adanya kesenjangan antara minat terhadap mode dan kesadaran akan keberlanjutan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang dapat mengukur tingkat pemahaman, sikap, serta tindakan individu terhadap isu ini.

Dalam konteks tersebut, penelitian ini berupaya menilai sejauh mana tingkat kesadaran anggota PERMATA GBKP Depok–Lenteng Agung terhadap dampak *fast fashion*, sebagai upaya untuk melihat bagaimana generasi muda dalam komunitas keagamaan merespons permasalahan lingkungan yang muncul akibat perilaku konsumtif dalam dunia mode.

KERANGKA KONSEP/TEORI

Kerangka konseptual dalam penelitian ini didasarkan pada dua konsep utama, yaitu dampak *fast fashion* dan kesadaran lingkungan menurut Neolaka (2008). *Fast fashion* dipahami sebagai strategi bisnis yang merespons tren mode secara cepat dan efisien, namun memiliki dampak signifikan terhadap lingkungan. Dampak tersebut mencakup pencemaran air akibat bahan kimia, peningkatan limbah tekstil, dan gaya hidup konsumtif (Gupta, 2018). Sementara

itu, kesadaran lingkungan menurut Neolaka (2008) merupakan kondisi mental yang menunjukkan bahwa individu memiliki pengetahuan yang memadai mengenai isu lingkungan, serta tercermin dalam sikap dan perilaku yang bertanggung jawab. Kesadaran terdiri dari tiga dimensi utama:

1. **Pengetahuan:** sejauh mana individu memahami dampak *fast fashion* terhadap lingkungan dan keberlanjutan.
2. **Sikap:** bagaimana individu menilai pentingnya isu tersebut dan menunjukkan perhatian terhadap keberlanjutan.
3. **Tindakan:** bentuk nyata dari pengetahuan dan sikap, seperti kebiasaan membeli produk berkelanjutan, mendaur ulang pakaian, atau mengurangi konsumsi berlebihan.

Ketiga dimensi ini digunakan sebagai dasar untuk menyusun instrumen penelitian dan menganalisis tingkat kesadaran yang dimiliki oleh anggota PERMATA GBKP Depok–Lenteng Agung terhadap *fast fashion*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan tujuan menggambarkan secara objektif tingkat kesadaran anggota PERMATA GBKP Depok–Lenteng Agung terhadap dampak *fast fashion*. Penelitian kuantitatif deskriptif adalah pendekatan ilmiah yang didasarkan pada pengumpulan data dan analisis data numerik, hal ini dilakukan guna memahami suatu fenomena tertentu (Rustamana, 2024). Metode ini dipilih karena sesuai untuk mengukur variabel melalui data numerik dan menyajikan informasi secara sistematis tanpa manipulasi terhadap objek penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota PERMATA GBKP Depok–Lenteng Agung yang berada pada rentang usia 17 hingga 32 tahun. Rentang usia tersebut ditentukan berdasarkan karakteristik kelompok usia yang dominan di komunitas ini sekaligus relevan dengan kelompok yang paling aktif dalam konsumsi produk *fast fashion*. Karena keterbatasan waktu dan aksesibilitas, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*, yakni teknik pemilihan partisipan berdasarkan ketersediaan dan kemudahan dijangkau oleh peneliti. Walaupun teknik ini tidak bersifat probabilistik dan kurang representatif untuk generalisasi yang luas, namun masih relevan untuk penelitian eksploratif dan kontekstual seperti ini.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan dimensi kesadaran menurut Amos Neolaka, yaitu pengetahuan, sikap, dan tindakan. Instrumen

ini menggunakan Skala Likert 5 poin dengan pilihan respons: 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju. Penyusunan butir pernyataan mengacu pada indikator yang mencerminkan pemahaman individu terhadap dampak lingkungan *fast fashion*, pandangan atau persepsi terhadap isu tersebut, serta tindakan nyata yang dilakukan oleh individu dalam kehidupan sehari-hari.

Sebelum instrumen disebarkan, dilakukan uji validitas dengan menggunakan rumus Pearson's Product Moment untuk melihat korelasi antara skor butir dengan skor total. Pernyataan dikatakan valid jika nilai signifikansi (p) < 0,05 dan nilai r hitung > r tabel. Selain itu, reliabilitas kuesioner diuji menggunakan rumus Cronbach's Alpha untuk mengukur konsistensi antar item. Nilai α > 0,6 menunjukkan bahwa instrumen reliabel dan dapat digunakan dalam pengumpulan data.

Proses pengumpulan data dilakukan secara daring melalui platform Google Form. Sebelum responden mengisi kuesioner, mereka diberi penjelasan mengenai tujuan penelitian, sifat sukarela partisipasi, serta jaminan kerahasiaan data. Penyebaran dilakukan selama dua minggu kepada anggota aktif PERMATA GBKP Depok, Lenteng Agung melalui kanal komunikasi internal seperti grup WhatsApp dan pengumuman saat kegiatan komunitas. Data yang terkumpul kemudian dikompilasi dalam bentuk tabulasi.

Data dianalisis secara deskriptif untuk melihat distribusi dan rata-rata skor dari masing-masing dimensi. Skor tiap responden dijumlahkan dan dirata-ratakan, kemudian diklasifikasikan ke dalam kategori interpretasi berdasarkan interval konversi skala Likert. Kategori ini digunakan untuk menafsirkan hasil dari setiap dimensi, yaitu pengetahuan, sikap, dan tindakan, secara terpisah, serta untuk menyimpulkan tingkat kesadaran responden terhadap dampak *fast fashion* secara keseluruhan. Adapun tabel kategorisasi skor sebagai berikut:

Tabel 1 Kategorisasi Skor Jawaban Responden

Nilai Persepsi	Nilai Interval	Tingkat Kesadaran
1	1,00 – 1,80	Sangat Rendah
2	1,81 – 2,60	Rendah
3	2,61 – 3,40	Cukup
4	3,41 – 4,20	Tinggi
5	4,21 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber: Olahan Penulis, 2025

Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak Microsoft Excel dan SPSS versi 25. Analisis deskriptif dilakukan dalam bentuk tabel frekuensi, persentase, dan nilai rata-rata. Hasil analisis disajikan dalam bentuk naratif dan tabulasi pada bagian hasil dan pembahasan.

TEMUAN & PEMBAHASAN

Profil Responden

Pada bagian ini penulis menjabarkan profil responden mengenai jumlah dan juga persentase yang menjelaskan berapa banyak responden yang mengisi kuesioner sesuai dengan dua jenis kategori yang ada. Yang mana diperoleh data dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 2 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-Laki	40	54,1%
Perempuan	34	45,9%
Total N	74	100,0%

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel di atas, tentang jenis kelamin responden, dapat diketahui bahwa dari total 74 responden yang menjawab, responden dengan jenis kelamin laki – laki merupakan jenis responden yang mempunyai persentase tertinggi yang mengisi kuesioner ini yaitu sebesar 54,1% yang jika dijumlahkan berjumlah sekitar 40 responden. Sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan mempunyai persentase yang lebih rendah yaitu sebesar 45,9% yang jika dijumlahkan sebesar 34 responden. Dengan adanya hasil analisis tersebut, maka dapat

diketahui bahwa responden dengan jenis laki – laki merupakan responden yang paling banyak mengisi kuesioner yang sudah disebar oleh penulis.

Selanjutnya, penulis menjabarkan profil responden yang mengisi kuesioner yang sudah disebar mengenai pendidikan terakhir responden dan juga persentase responden yang mengisi kuesioner ini yang terbagi menjadi 6 kategori yaitu SMP/Sederajat, SMA/Sederajat, Diploma (D1/D2/D3), Sarjana (S1), Magister (S2), Doktor (S3).

Tabel 3 Profil Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase
SMP/Sederajat	1	1,4%
SMA/Sederajat	23	31,1%
Diploma (D1/D2/D3)	9	12,2%
Sarjana (S1)	38	51,4%
Magister (S2)	3	4,1%
Doktor (S3)	0	0,0%
Total	74	100,0%

Sumber: Data Primer, 2025

Sesuai dengan data yang terdapat pada tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang memperoleh persentase paling besar merupakan responden yang pendidikan terakhirnya merupakan Sarjana (S1) sebesar 51,4% yang jika dijumlahkan sebesar 38 responden. Lalu responden yang pendidikan terakhirnya SMA/Sederajat memiliki Persentase sebesar 31,1% yang berjumlah sekitar 23 responden. Lalu responden yang pendidikannya Diploma (D1, D2, D3) memiliki persentase sebesar 12,2% yang jika dijumlahkan berjumlah 9 responden. Lalu responden yang sudah menempuh pendidikan Magister (S2) memiliki persentase sebesar 4,1% yang jika dijumlahkan berjumlah 3 responden. Sedangkan Responden yang pendidikan terakhirnya SMP/Sederajat memiliki persentase sebesar 1,4% yang berjumlah hanya 1 responden saja. Sedangkan tidak ada responden yang menempuh pendidikan Doktor (S3). Dengan adanya pemaparan ini, maka dapat diketahui bahwa responden yang memiliki persentase terbesar sekaligus yang paling banyak mengisi kuesioner ini merupakan responden yang memiliki pendidikan terakhir Sarjana (S1).

Berikutnya, penulis menjabarkan persentase responden yang sudah mengisi kuesioner yang sudah disebarkan berdasarkan pekerjaan. Yang mana pada bagian ini, penulis membuat 8 kategori yaitu Pelajar/Mahasiswa, Pegawai Negeri Sipil, Pegawai Swasta, Wirausaha, Karyawan Lepas, Tenaga Kesehatan, Tenaga Pendidik, Pekerja Informal.

Tabel 4 Profil Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	28	37,8%
Pegawai Negeri Sipil	5	6,8%
Pegawai Swasta	30	40,5%
Wirausaha	1	1,4%
Karyawan Lepas	3	4,1%
Tenaga Kesehatan	1	1,4%
Tenaga Pendidik	2	2,7%
Pekerja Informal	4	5,4%
Total	74	100,0%

Sumber: Data Primer, 2025

Dengan adanya data yang sudah dipaparkan pada tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa responden yang memiliki persentase terbanyak yang mengisi kuesioner ini adalah responden yang bekerja sebagai pegawai swasta dengan persentase sebesar 40,5% dengan jumlah 30 responden. Lalu responden yang masih menjadi pelajar atau Mahasiswa mempunyai persentase sebesar 37,8% dengan jumlah 28 responden. Lalu responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil mempunyai persentase sebesar 6,8% dengan jumlah 5 responden. Lalu responden yang menjadi pekerja informal memiliki persentase sebanyak 5,4% sebanyak 4 responden. Lalu responden yang menjadi pekerja informal memiliki persentase 4,1% sebanyak 3 responden. Sedangkan responden yang bekerja sebagai tenaga pendidik memiliki persentase sebesar 2,7% yang memiliki jumlah 2 responden. Sedangkan responden yang memiliki pekerjaan sebagai tenaga kesehatan ataupun wirausaha sama-sama memiliki persentase sebesar 1,4% dengan jumlah responden sebanyak 1 responden. Dengan adanya pemaparan data ini, maka dapat diketahui bahwa responden yang memiliki persentase terbanyak yang mengisi kuesioner ini merupakan responden yang bekerja sebagai karyawan swasta yang memiliki persentase sebesar 40,5%.

Lebih lanjut, penulis menjabarkan persentase yang telah mengisi kuesioner yang sudah disebarkan berdasarkan usia responden. Yang mana pada bagian ini penulis membagi usia responden berdasarkan 5 kategori, yaitu 16 – 20 tahun, 21 – 24 tahun, 25 – 28 tahun, 29 – 32 tahun dan lebih dari 32 tahun. Adapun data yang diperoleh sebagai berikut.

Tabel 5 Profil Responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
16 – 20 tahun	8	10,8 %
21 – 24 Tahun	28	37,9 %
25 – 28 Tahun	30	40,5%
29 – 32 Tahun	7	9,5 %
Lebih dari 32 Tahun	1	1,4%
Total	74	100,0%

Sumber: Data Primer, 2025

Dari tabel yang sudah ada di atas, maka dapat diketahui bahwa responden yang memiliki persentase terbesar merupakan responden yang berusia 25 – 28 tahun yang memiliki persentase sebesar 40,5% dengan jumlah 30 responden. lalu responden yang berusia 21 – 24 tahun memiliki persentase sebesar 37,9% dengan jumlah 28 responden. Responden yang berusia 16 – 20 tahun memiliki persentase sebesar 10,8% dengan jumlah 8 responden. Responden yang berusia sebesar 29 – 32 tahun memiliki persentase sebesar 9,5% dengan jumlah 7 responden. Sedangkan responden dengan usia lebih dari 32 tahun memiliki persentase paling rendah yaitu 1,4% dengan jumlah 1 responden. Dengan adanya pemaparan data ini dapat diketahui bahwa responden yang memiliki persentase tertinggi yang sudah mengisi kuesioner ini merupakan responden dengan usia 25 – 28 tahun dengan persentase sebesar 40,5%.

Dimensi Pengetahuan

Tabel 6 Tingkat Pengetahuan Responden

No	Pertanyaan	Skor Responden					Skor Total	Rata-Rata
		1	2	3	4	5		
1	Saya mengetahui apa itu <i>fast fashion</i>	3	10	54	148	55	275	3,72
2	Saya mengetahui bahwa <i>fast fashion</i> mempunyai dampak yang negatif terhadap lingkungan dan sosial	3	16	81	80	80	260	3,52
3	Saya memahami bahwa <i>fast fashion</i> memproduksi limbah yang menyebabkan tercemarnya lingkungan	2	18	75	104	60	259	3,5
4	Saya mengetahui alternatif untuk mengurangi dampak <i>Fast Fashion</i> , seperti melakukan <i>thrifting</i>	3	34	63	92	50	242	2,28
5	Saya memahami pentingnya memilih produk <i>Fashion</i> yang <i>sustainable</i>	2	18	57	108	85	270	3,65
6	Saya menyadari bahwa produksi <i>Fast Fashion</i> dengan siklus yang cepat menyebabkan produksi limbah tekstil yang berlebih	1	24	57	104	80	266	3,60
7	Saya mengetahui bahwa bahan kimia yang digunakan dalam produksi <i>Fast Fashion</i> memberikan dampak negatif terhadap lingkungan	12	50	75	0	60	197	2,67
8	Saya menyadari bahwa konsumsi <i>Fast Fashion</i> secara berlebih memberikan dampak yang buruk terhadap lingkungan	1	26	60	100	75	262	3,55
9	Saya memahami bahwa perubahan konsumsi <i>Fast Fashion</i> akan mengurangi dampak negatif kepada lingkungan	0	9	69	104	80	262	3,55
Rata-Rata Total							224,22	3,03

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa dimensi pengetahuan memiliki rata-rata skor 3,03 yang berada dalam kategori Cukup. Pernyataan yang mendapat jawaban dengan nilai rata-rata tertinggi adalah pernyataan pertama yaitu “Saya mengetahui apa itu Fast Fashion” dengan rata-rata 3,72. Sedangkan pernyataan yang memiliki hasil paling rendah adalah pernyataan nomor 7 yaitu “Saya mengetahui bahwa bahan kimia yang digunakan dalam produksi *Fast Fashion* memberikan dampak negatif terhadap lingkungan” yang memperoleh skor sebesar 2,67.

Dimensi Sikap

Tabel 7 Tingkat Sikap Responden

No	Pertanyaan	Skor Responden					Skor Total	Rata-Rata
		1	2	3	4	5		
1	Saya setuju bahwa <i>Fast Fashion</i> menyebabkan masalah lingkungan yang serius	-	16	51	120	95	282	3,82
2	Saya menyetujui bahwa konsumsi <i>Fast Fashion</i> harus dilakukan secara bijak guna mengurangi dampak yang ditimbulkan dari <i>Fast Fashion</i>	-	10	66	100	110	286	3,87
3	Saya tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut tentang dampak yang ditimbulkan dari <i>Fast Fashion</i>	-	18	57	136	60	271	3,67
4	Saya merasa bahwa informasi terkait dampak <i>Fast Fashion</i> penting untuk disebarkan	-	12	51	116	110	289	3,91
5	Saya mendukung kampanye yang mendorong produk <i>Fashion</i> yang lebih <i>sustainable</i>	-	12	90	80	90	272	3,68
6	Saya merasa memiliki tanggung jawab untuk mengurangi konsumsi produk <i>Fast Fashion</i>	2	38	72	72	55	239	3,23
7	Saya memilih untuk mengonsumsi produk <i>Fashion</i> yang lebih <i>sustainable</i>	4	24	54	132	35	250	3,38
Rata-Rata Total							269,85	3,64

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa dimensi sikap memiliki rata-rata skor 3,64 yang termasuk kategori Tinggi. Pernyataan yang memiliki nilai rata-rata skor tertinggi adalah pernyataan nomor 4, yaitu “Saya merasa bahwa informasi terkait dampak Fast Fashion penting untuk disebarakan,” dengan rata-rata sebesar 3,91. Sedangkan pernyataan yang memiliki hasil paling rendah adalah pernyataan nomor 6, yaitu “Saya merasa memiliki tanggung jawab untuk mengurangi konsumsi produk Fast Fashion,” yang memperoleh skor rata-rata sebesar 3,23.

Dimensi Tindakan

Tabel 8 Tingkat Tindakan Responden

No	Pertanyaan	Skor Responden					Skor Total	Rata-Rata
		1	2	3	4	5		
1	Saya memikirkan dan mempertimbangkan dampak lingkungan sebelum membeli pakaian baru	4	24	54	132	35	249	3,37
2	Saya memilih membeli pakaian yang dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama	1	24	69	76	95	265	3,59
3	Saya mulai mengurangi konsumsi <i>Fast Fashion</i>	3	24	72	108	40	247	3,34
4	Saya melakukan <i>thrifting</i> atau membeli pakaian <i>second-hand</i> karena saya mengetahui dampak yang ditimbulkan dari <i>Fast Fashion</i>	1	40	63	116	15	242	3,28
5	Saya memilih membeli pakaian dari merek yang menerapkan nilai-nilai yang lebih berkelanjutan	3	30	57	120	35	245	3,32
6	Saya membiasakan diri untuk mendaur ulang atau mendonasikan pakaian lama saya	1	18	69	104	75	267	3,61
Rata-Rata Total							252,5	3,41

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa dimensi perilaku memiliki rata-rata skor 3,41 yang termasuk kategori Cukup. Pernyataan yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah pernyataan nomor 6, yaitu “Saya membiasakan diri untuk mendaur ulang atau mendonasikan pakaian lama saya,” dengan rata-rata sebesar 3,61. Sedangkan pernyataan yang memiliki hasil paling rendah adalah pernyataan nomor 4, yaitu “Saya melakukan thrifting atau membeli pakaian second-hand karena saya mengetahui dampak yang ditimbulkan dari Fast Fashion,” yang memperoleh skor rata-rata sebesar 3,28.

Hasil Kesimpulan Tingkat Kesadaran

Tabel 9 Tabel Perhitungan Tingkat Kesadaran

No	Aspek penelitian	Skor	Item x Jumlah Responden	NS	Kategori
1	Pengetahuan	2018	$9 \times 74 = 666$	$2018 \div (9 \times 74) = 3,03$	Cukup
2	Sikap	1889	$7 \times 74 = 518$	$1889 \div (7 \times 74) = 3,64$	Tinggi
3	Tindakan	1515	$6 \times 74 = 444$	$1515 \div (6 \times 74) = 3,41$	Tinggi
Rata-Rata Total					3,36

Sumber: Data Primer, 2025

Dengan sudah diketahuinya rata-rata yang ada dari tiap dimensi, maka dapat diketahui bahwa Dimensi Pengetahuan memiliki skor sebesar 3,03. Lalu dimensi Sikap memiliki rata-rata sebesar 3,64. Lalu dimensi tindakan memiliki rata-rata sebesar 3,40. Dengan sudah diketahuinya rata-rata yang terdapat dari tiap dimensi, maka penulis perlu untuk menghitung bagaimana rata-rata skor yang ada. Hal ini dilakukan guna mengetahui berapa skor yang nantinya akan berguna untuk mengategorikan kesadaran dampak *Fast Fashion* yang dimiliki oleh anggota PERMATA GBKP Depok – Lenteng Agung.

Rata-rata ketiga dimensi tersebut diketahui dengan cara menambahkan rata-rata skor yang diperoleh dari ketiga dimensi lalu membagi hasil tersebut dengan 3. Dengan adanya hal ini maka diketahui bahwa rata-rata dari ketiga dimensi tersebut adalah 3,36. Jika rata-rata tersebut dicocokkan dengan kategori nilai yang sudah ada yang berfungsi untuk menentukan tingkat kesadaran, maka dapat diketahui bahwa Tingkat Kesadaran dampak *Fast Fashion* yang

dimiliki oleh Anggota PERMATA GBKP Depok-Lenteng Agung masuk dalam kategori Cukup.

Pembahasan

Penelitian ini berjudul “Tingkat Kesadaran Dampak Fast Fashion pada Anggota PERMATA GBKP Depok – Lenteng Agung” yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesadaran individu terhadap dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh fast fashion. Analisis dilakukan secara kuantitatif deskriptif dengan menggunakan tiga dimensi utama kesadaran, yaitu pengetahuan, sikap, dan tindakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor keseluruhan dari ketiga dimensi tersebut adalah 3,36, yang dikategorikan sebagai “cukup”. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum, anggota PERMATA GBKP Depok – Lenteng Agung memiliki tingkat kesadaran terhadap dampak fast fashion yang berada pada tingkat sedang.

Jika ditinjau lebih lanjut per dimensi, hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan skor yang cukup mencolok. Dimensi pengetahuan memperoleh skor rata-rata 3,03 (kategori “cukup”), sedangkan dimensi sikap dan tindakan masing-masing memperoleh skor 3,64 dan 3,40 (kategori “tinggi”). Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun pengetahuan responden mengenai dampak fast fashion belum tinggi, namun sikap dan tindakan mereka terhadap isu tersebut sudah tergolong positif. Artinya, sebagian besar anggota PERMATA GBKP Depok – Lenteng Agung telah menunjukkan kepedulian dan perilaku nyata untuk mengurangi dampak negatif fast fashion, meskipun belum disertai dengan pemahaman yang mendalam secara konseptual maupun ilmiah.

Temuan ini menarik karena menunjukkan adanya ketidaksesuaian dengan konsep kesadaran menurut Neolaka (2008), yang menyatakan bahwa pengetahuan merupakan dasar terbentuknya kesadaran dan menjadi landasan bagi sikap serta tindakan. Dalam konteks penelitian ini, kesenjangan antara pengetahuan yang “cukup” dengan sikap dan tindakan yang “tinggi” menunjukkan bahwa kesadaran tidak semata-mata dibentuk oleh aspek kognitif. Faktor-faktor lain seperti norma sosial, ajaran agama, serta pengaruh komunitas turut berperan dalam membentuk kesadaran responden. Dalam komunitas keagamaan seperti PERMATA GBKP, nilai-nilai religius dan tanggung jawab moral terhadap lingkungan dapat mendorong individu untuk bersikap dan bertindak positif terhadap isu lingkungan, meskipun tanpa didukung oleh pengetahuan yang mendalam.

Selain itu, hasil ini juga memperlihatkan bahwa sikap dan tindakan positif dapat muncul sebagai bentuk kepatuhan terhadap nilai-nilai moral atau rutinitas normatif yang sudah tertanam

dalam kehidupan berkomunitas. Dengan demikian, kesadaran dalam konteks ini dapat dipahami bukan hanya sebagai hasil dari pengetahuan, melainkan juga sebagai refleksi dari pembiasaan dan nilai-nilai sosial yang dianut oleh individu.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Syamsul (2023) dan Priscilia (2024) yang menunjukkan bahwa kesadaran terhadap isu fast fashion memiliki keterkaitan erat dengan sikap, norma subjektif, dan kepedulian terhadap lingkungan. Dengan adanya kesadaran yang baik—baik yang didorong oleh pengetahuan maupun nilai-nilai sosial—konsumsi fast fashion yang berlebihan dapat ditekan. Oleh karena itu, upaya peningkatan kesadaran lingkungan di kalangan generasi muda perlu mempertimbangkan pendekatan berbasis komunitas dan nilai-nilai sosial yang relevan dengan konteks budaya maupun agama.

PENUTUP

Penelitian yang dilakukan oleh penulis mencoba untuk mencari tahu seberapa tinggi tingkat kesadaran dampak Fast Fashion yang dimiliki oleh anggota PERMATA GBKP Depok, Lenteng Agung. Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan, terdapat beberapa temuan yang dianggap penting. *Pertama*, kesadaran dampak Fast Fashion yang dimiliki oleh anggota PERMATA GBKP Depok – Lenteng Agung berada dalam kategori cukup, di mana penyumbang terbesar merupakan dimensi sikap dengan skor 3,64 yang masuk dalam kategori tinggi, lalu dimensi tindakan yang memiliki skor 3,40 yang masuk dalam kategori tinggi, lalu dimensi pengetahuan memiliki skor 3,03 yang masuk dalam kategori cukup. *Kedua*, temuan yang ada dalam penelitian ini tidak sesuai dengan konsep Kesadaran (Neolaka, 2008) yang mengatakan bahwa pengetahuan merupakan hal terpenting yang membentuk kesadaran, yang kemudian menjadi bagian dari sikap dan tindakan. Karena di penelitian ini Pengetahuan memiliki skor yang masuk dalam kategori “cukup” sedangkan sikap dan tindakan memiliki skor yang masuk dalam kategori “tinggi”.

DAFTAR PUSTAKA

- Chang, H. J. (2015). *Is fast fashion sustainable? The effect of positioning strategies on consumers' attitudes and purchase intentions*. *Social Responsibility Journal*.
- Gupta, S. a. (2018). *Evaluating fast fashion: Examining its micro and the macro perspective. Eco-friendly and Fair*.
- Marsono, A. Z. (2022). *Tinkerlust Impact Report*. *Tinkerlust*.
- Neolaka, A. (2008). *Kesadaran Lingkungan*. Rineka Cipta.

- Papasolomou, I. M. (2023). *The fast fashion vs environment debate: Consumers' level of awareness, feelings, and behaviour towards sustainability within the fast-fashion sector. urnal of Marketing Communications.*
- Pratiwi, R. S. (2022). *Key Success Factors in the Fast Fashion Business: Price, Style, Social Media, and Brand.*
- Priscillia, M. A. (2024). *Kesadaran Tren Fast Fashion pada Remaja di Kota Bandung . Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya.*
- Rustamana, A. W. (2024). *Metode penelitian kuantitatif dalam ilmu sosial. Jurnal Ilmu Sosial.*
- Situmorang, E. L. (2021). *PERILAKU PEMBELIAN MEREK FAST FASHION PADA GENERASI MILENIAL DI INDONESIA. Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen .*
- Suliyanthini, D. M. (2022). *Hubungan Pengetahuan Fast Fashion Dengan Preferensi Pembelian Konsumen.*
- Syamsul, D. I. (2023). *Pengukuran Behavior dan Tingkat Kesadaran akan Environment .*
- Young, E. (2020). *Fibre2Fashion: Fashion Waste Is Rubbish – Yes, But This Is Not The Issue. Retrieved from Fibre2Fashion: <https://www.fibre2fashion.com/industry-article/8736/fashion-waste-is-rubbish-yes-but-this-is-not-the-issue>*