

PERANCANGAN ZINE UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN TERKAIT *FAST FASHION* DALAM MENGATASI PERSOALAN LIMBAH LINGKUNGAN

Yesa Nurul Hawa¹, Idhar Resmadi² dan Asep Kadarisman³

^{1,2,3}Desain Komunikasi Visual, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1, Bandung Terusan Buahbatu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257
yesanhw@student.telkomuniversity.ac.id, idharresmadi@telkomuniversity.ac.id,
kadarisman@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Industri *fast fashion* dengan produksi cepat dan massal tren terkini pada harga rendah secara signifikan meningkatkan limbah tekstil, berdampak negatif bagi lingkungan. Dengan 92 miliar pakaian yang berakhir di TPA setiap tahun dan proyeksi peningkatan, terdapat kekurangan informasi komprehensif dan kesadaran publik, khususnya di kalangan anak muda Bandung, tentang bahaya lingkungan ini. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, menciptakan akses informasi, dan menyediakan media zine yang efektif bagi kaum muda. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan konsumen *fast fashion*, pengguna zine, dan kreator zine, serta kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun ada kesadaran, pembelian impulsif yang didorong oleh harga, tren, dan media sosial seringkali menutupi isu mode berkelanjutan. Zine edukatif yang dihasilkan menampilkan visual menarik, kreatif, dan narasi informatif mengenai dampak *fast fashion*, yang disesuaikan dengan gaya komunikasi anak muda. Zine ini berfungsi sebagai alat penting untuk menjembatani kesenjangan informasi, mendorong pemikiran kritis, dan membentuk budaya konsumsi fesyen yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan, mempromosikan konsep seperti *slow fashion*, *thrifting*, dan *upcycling*, sehingga mengatasi persoalan limbah tekstil dan dampaknya bagi lingkungan.

Kata Kunci: Fast Fashion, Lingkungan, Limbah Tekstil, Mode Berkelanjutan, Zine.

Abstract: The fast fashion industry's rapid, mass production of trends at low prices significantly increases textile waste, harming the environment. With 92 billion garments ending up in landfills annually, projected to rise, there's a critical lack of comprehensive information and public awareness, especially among young people in Bandung, about these environmental dangers. This research aims to address this by increasing awareness, creating accessible information, and providing an effective zine media for youth. Employing a qualitative approach with descriptive methods, data was collected through observations, interviews with fast fashion consumers, zine users, and creators, and questionnaires. The findings highlight that while some awareness exists, impulsive buying driven by price, trends, and social media often overshadows sustainable fashion concerns.

The resulting educational zine features attractive, creative visuals and informative narratives about the impacts of fast fashion, tailored to young people's communication style. This zine serves as a vital tool to bridge the information gap, foster critical thinking, and encourage a more responsible, sustainable fashion consumption culture, promoting concepts like slow fashion, thrifting, and upcycling, thereby addressing the problem of textile waste and its impact on the environment.

Keywords: Environment, Fast Fashion, Sustainable Fashion, Textile Waste, Zine.

PENDAHULUAN

Industri *fast fashion* merupakan model bisnis yang mendominasi pasar global dengan ciri khas produksi cepat dan massal tren fesyen terbaru pada harga yang relatif murah. Strategi ini secara tidak langsung menstimulasi masyarakat, khususnya generasi muda, untuk terus memperbarui pakaian mereka demi mengikuti tren terkini, sehingga membentuk pola pikir konsumsi impulsif. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada gaya hidup, namun juga memiliki konsekuensi serius terhadap lingkungan, salah satunya adalah peningkatan limbah tekstil yang berdampak negatif bagi lingkungan. Dikutip dari earth.org, setiap tahun, dari 100 miliar pakaian yang diproduksi, 92 miliar di antaranya berakhir di tempat pembuangan sampah (TPA), dan jumlah ini diperkirakan akan melonjak hingga 134 ton per tahun pada akhir dekade ini jika tren konsumsi saat ini berlanjut. Limbah tekstil, khususnya bahan sintesis seperti poliester dan nilon yang umum digunakan dalam *fast fashion*, memerlukan ratusan tahun untuk terurai dan dapat melepaskan mikroplastik yang mencemari air dan tanah.

Di Indonesia, khususnya di Kota Bandung, tren *fast fashion* semakin menguat seiring dengan berkembangnya gaya hidup konsumtif masyarakat muda urban. Bandung, sebagai kota dengan basis industri kreatif, pusat ritel, dan destinasi wisata belanja fesyen, menjadi lahan subur bagi pertumbuhan bisnis *fast fashion* karena banyaknya *factory outlet*, distro, hingga *marketplace online* yang menjual produk fesyen murah. Meskipun sebagian besar responden dalam studi sebelumnya menyadari bahwa industri *fast fashion* dapat berdampak pada

lingkungan, hal ini belum sepenuhnya diterjemahkan dalam perilaku konsumsi yang lebih bertanggung jawab. Banyak masyarakat yang masih memprioritaskan aspek harga dan tren dibandingkan aspek keberlanjutan dan etika produksi. Gaya hidup yang dipengaruhi media sosial, budaya selebritas, dan keinginan untuk tampil relevan dalam pergaulan turut memperkuat fenomena konsumerisme di kalangan anak muda, dengan kecenderungan tinggi untuk membeli pakaian dalam jumlah banyak demi memenuhi kebutuhan estetika dan eksistensi diri, bahkan tanpa diperlukan, didorong oleh *Fear of Missing Out* (FOMO). Menurut (United Nations, 2015), fenomena isu *fast fashion* dan solusi keberlanjutan ini berkaitan erat dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs), terutama tujuan ke-12 yaitu *Responsible Consumption and Production*, serta selaras dengan SDGs ke-13 (*Climate Action*) dan ke-4 (*Quality Education*).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam perancangan zine ini berupa pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Fokus penelitian adalah merancang strategi media cetak grafis berupa zine untuk audiens berusia 18-25 tahun yang memiliki ketertarikan dengan *fast fashion* ataupun dengan zine.

1. Melakukan **observasi** dengan cara mengamati seberapa cepatnya tren fashion ini berganti, serta secara tidak langsung dengan mengakses berbagai sumber informasi seperti internet. Observasi dilakukan di beberapa lokasi di Kota Bandung, seperti di Tempat Pembuangan Sementara (TPS), mall, pasar pakaian bekas, serta area jalanan kota.
2. **Wawancara** ditujukan kepada konsumen *fast fashion*, pengguna zine, dan pencipta zine.

3. Pengumpulan data **kuesioner** ini ditujukan kepada para konsumen *fast fashion* dan konsumen yang gemar membeli barang bekas dengan rentan usia 18-25 tahun.
4. **Studi pustaka** dilakukan dengan mengkaji teori-teori relevan mengenai media informasi, media zine, serta desain komunikasi visual. Sumber yang digunakan yaitu jurnal ilmiah, buku, dan artikel.

HASIL DAN DISKUSI

Zine yang dirancang dalam penelitian ini bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai dampak fast fashion terhadap lingkungan dengan pendekatan visual yang menarik. Zine dikembangkan dengan memperhatikan prinsip—prinsip desain komunikasi visual seperti kesatuan, kontras, keseimbangan, dan tipografi. Konten zine terdiri narasi, ilustrasi, data grafis, serta ajakan perubahan perilaku konsumsi. Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden merasa media seperti zine dapat meningkatkan minat mereka terhadap isu lingkungan dan lebih mudah dipahami dibandingkan media konvensional.

Berdasarkan hasil analisis dan data yang menunjukkan bahwa pesan informatif bertujuan untuk meningkatkan pemahaman audiens terhadap isu yang diangkat. Informasi yang disajikan berisikan definisi fast fashion, proses produksi, cara menanggulangi, serta dampak negatif yang ditimbulkan seperti limbah tekstil dan pencemaran lingkungan.

Media utama yang dipilih adalah zine cetak dengan ukuran A5, full color, 46 halaman, yang memuat kombinasi teks, ilustrasi, dan fotografi. Media pendukung yang digunakan berupa poster, infografis, banner, stiker, gantungan kunci, pin, 3D visual, dan kotak barter baju.

Konsep kreatif menggabungkan visual kolase dan warna-warna cerah untuk mencerminkan isu limbah pakaian, dipadu dengan tipografi sans serif yang

modern dan simpel. Warna yang digunakan yaitu biru, oranye, merah muda, kuning ke hijauan, hitam, dan putih.

Hasil Perancangan



Gambar 1 Hasil Perancangan Zine

KESIMPULAN

Fast fashion memiliki dampak yang serius terhadap lingkungan, khususnya melalui limbah tekstil yang sulit terurai. Kurangnya kesadaran anak muda terhadap isu ini dapat diatasi melalui media informasi kreatif seperti zine. Zine yang dirancang dalam penelitian ini menyediakan elemen visual yang menarik dan narasi informatif. Perancangan ini diharapkan dapat menjadi kontribusi nyata dalam mendorong konsumsi *fashion* yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. (2015). *Fotografi Instagram*. Buana Komunikasi.
- Ajour, A. (2025). *Composition, Lighting, And Perspective In Practice*. AJour Photography.
- Akbar, A. M. (2020). Eksistensi zine sebagai media alternatif bagi Komunitas Lingkaran Solidaritas Surabaya dalam pendekatan ruang publik. *Commercium*, 3(2).
- Azis, H. (2019). *Pengertian, jenis-jenis dan karakteristik bahan ajar cetak: Brosur, leaflet, flyer, poster, dan wallchart* [PDF]. Academia.edu.

- Barnes, L., & Lea-Greenwood, G. (2006). *Fast fashioning the supply chain: Shaping the research agenda. Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 10(3), 259–271.
- Basiroen, A. S., Muslichah, I., & Mujahidin, E. (2022). Perilaku konsumtif mahasiswa dalam pembelian fast fashion dan dampaknya terhadap lingkungan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 65–78.
- Buschek, D. (2024). *Collage is the new writing: Exploring the fragmentation of text and user interfaces in AI tools. arXiv preprint.*
- Cachon, G. P., & Swinney, R. (2011). *The value of fast fashion: Quick response, enhanced design, and strategic consumer behavior. Management Science*, 57(4), 778–795.
- Canon Asia. (2020, March 31). *5 photography characteristics that made these photos look stunning.* Snapshot Canon Asia.
- Coates, K., & Ellison, A. (2014). *An introduction to information design.* Orion.
- Damayantie, I., Pertiwi, R., & Nugroho, O. F. (2021). Peningkatan pengetahuan masyarakat tentang pemilihan warna pada pendekatan STEAM ditinjau dari psikologi. *Seminar & Call Paper Universitas Esa Unggul Jakarta.*
- Dinas Lingkungan Hidup Kota Bandung. (n.d.). *Tugas dan fungsi DLH Kota Bandung.*
- Fadhlorrohman, I., Setyawardani, T., & Sumarmono, J. (2023). Karakteristik warna (hue, chroma, whiteness, index), rendemen, persentase whey keju dengan penambahan teh hitam orthodox (*Camellia sinesis var. assamica*). *Jurnal Ilmiah Teknologi dan Industri Pangan Unisri*, 8(1).
- Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga. (n.d.). *Pengaruh tren fast fashion terhadap lingkungan.*
- Gunawan, A. P. (2014). *Genre fotografi yang diminati oleh fotografer di Indonesia. Humaniora*, 5(2), 1234–1245.

- Heinich, R., Molenda, M., Russell, J. D., & Smaldino, S. E. (2001). *Instructional media and technologies for learning* (7th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Heru. (2017). *17 Karakteristik media cetak secara umum*. Pakar Komunikasi.
- Hidayati, Y. A. (2021). Media cetak di tengah arus digitalisasi: Studi reflektif. *Jurnal Trilogi Komunikasi*, 3(1), 12–19.
- Indrawati, N. (2022). Dampak industri fast fashion terhadap lingkungan: Perspektif sustainability dalam konsumsi pakaian. *Jurnal Lingkungan dan Pembangunan Berkelanjutan*, 4(2), 45–59.
- Institut Teknologi Sepuluh Nopember. (2022, November 2). *Fast fashion waste: Limbah yang terlupakan*.
- Intergraf. (2023). *Comparing Print and Digital Media*. Brussels: Intergraf.
- Joy, A., Sherry Jr, J. F., Venkatesh, A., Wang, J., & Chan, R. (2012). *Fast fashion, sustainability, and the ethical appeal of luxury brands*. *Fashion Theory*, 16(3), 273–295.
- Kherid, Z. Y. A., Soeteja, Z. S., & Masunah, J. (2023). Visual culture: Reading digital collage art. Dalam *Proceedings of the Fifth International Conference on Arts and Design Education (ICADE 2022)* (hlm. 241–248). Atlantis Press.
- Koessler, F., Laclau, M., & Tomala, T. (2021). Interactive information design. *Mathematics of Operations Research*, 41(1).
- Kusumawati, R. I., & Wibisono, S. (2024). Psikologi warna tata busana untuk penguatan karakter dan busana pada drama TV Antartika. *Jurnal Film dan Televisi*, 1(1).
- Leman, F. M., Soelistyowati, D., & Purnomo, J. (2021). Fast fashion dan masalah lingkungan global. *Jurnal Mode dan Ekologi*, 6(1), 30–42.
- Millsnia, S., Hidayat, S., & Desintha, S. (2022). Perancangan environmental graphic design sebagai media informasi di Pasar Kaulinan Menes. *E-Proceeding of Art & Design*, 8(5).

- Mirza, I. M. M. (2022). Efektivitas implementasi tipografi dalam desain grafis berdasarkan perspektif hak kekayaan intelektual (HAKI) di Indonesia. *Visual Ideas*, 2(2).
- Pahwa, A. (2023). *ATL, BTL, & TTL Marketing – Definition and Examples*. Feedough.
- Photowhoa. (2025). *Types Of Photography | Styles, Genres Techniques & More*. Photowhoa blog.
- Pratiwi, F. Y., & Zulian, I. (2021). Gaya hidup konsumtif remaja dalam konsumsi fast fashion di era digital. *Jurnal Komunikasi dan Sosial*, 5(3), 112–123.
- Prete, M. I. (2015). Below the line communication. In *Wiley Encyclopaedia of Management*, Vol. 9.
- Reddit r/photoclass. (2023). *Lesson 8: Aperture & Depth of Field*. Reddit discussion.
- ResearchGate. (2024). *The Role of Light and Shadow in the Perception of Photographs*. ResearchGate.
- Resmadi, I. (2021). *Analisis media siber Zinetflix sebagai media alternatif tentang film di era digital*. *Jurnal Sosioteknologi*, 20(3), 327–336.
- Sadiman, A., Rahardjo, R., & Haryono, A. (2020). *Media pendidikan: Pengertian, pengembangan dan pemanfaatannya*. Depok: Rajawali Pers.
- Silmobolon, E. Y., Zulkifli, & Sugito. (2021). Penerapan ornamen pada desain totebag ditinjau berdasarkan prinsip-prinsip desain. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 10(1).
- Smith, J. (2022). *The impact of digital media on audience behavior*. *Journal of Media and Communication*, 11(2), 45–60.
- Sontag, S. (2024). Perkembangan fotografi. *Jurnal Imaji*.
- Suhartawan, B., Suprihatin, H., Hammado, N., Yuniarti, E., Suyasa, W. B., Asnawi, I., & Toepak, E. P. (2023). *Pengelolaan limbah padat, limbah industri dan B3*. Get Press Indonesia.
- Sukma, R. (2021). Media ruang publik sebagai strategi komunikasi visual. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(1), 22–30.

- Valention, D. E., & Ramadhan, R. H. U. (2023). Perancangan buku ilustrasi *Partiality of Oprion Kina* dalam upaya memperkenalkan stoikisme. *Wacadesain*, 4(1).
- Wibowo, A. A. (2015). Fotografi tak lagi sekadar alat dokumentasi. *Jurnal Imajinasi*.
- Wikipedia. (2025). *Documentary photography*. Wikipedia.
- Wikipedia. (2025). *Macro photography*. Wikipedia.
- Wu, D.-Y., Le, T.-N.-H., Yao, S.-Y., Lin, Y.-C., & Lee, T.-Y. (2023). *Image collage on arbitrary shape via shape-aware slicing and optimization*. *arXiv preprint*.
- Yanfeng Lu. (2025). *Principles of Subject and Composition*. Yanfeng Lu's Photography Resource.
- Yulius, T., & Pratama, E. (2021). Metode design thinking dalam perancangan media promosi kesehatan berbasis keilmuan desain komunikasi visual. *Jurnal Seni, Desain, dan Budaya*, 6(2).

