

ABSTRAK

PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @SEJAUH_MATA_MEMANDANG TERHADAP KESADARAN (SELF-AWARENESS) UNTUK MENERAPKAN “SUSTAINABLE FASHION”

Oleh

Yovitha Risma Retha Tanjung

Perkembangan industri mode yang pesat telah melahirkan fenomena *fast fashion*, yang memicu peningkatan konsumsi pakaian secara masif dan berdampak negatif terhadap lingkungan. Rendahnya kesadaran masyarakat terhadap isu ini menjadi tantangan dalam upaya mewujudkan praktik konsumsi berkelanjutan (*sustainable fashion*). Media sosial, khususnya Instagram, menjadi platform strategis dalam menyampaikan pesan edukatif dan kampanye keberlanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh terpaan media sosial Instagram @sejauh_mata_memandang terhadap kesadaran (*self-awareness*) pengikutnya dalam menerapkan *sustainable fashion*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan *followers* akun Instagram @sejauh_mata_memandang. Analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana dengan bantuan aplikasi SPSS versi 30. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan media sosial Instagram @sejauh_mata_memandang terhadap kesadaran pengikutnya dalam menerapkan *sustainable fashion*, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai R Square sebesar 0,226. Artinya, terpaan media sosial memberikan kontribusi sebesar 22,6% terhadap kesadaran pengikut, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Temuan ini memberikan implikasi bahwa media sosial dapat menjadi instrumen efektif dalam membentuk kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan, khususnya dalam konteks keberlanjutan di industri *fashion*.

Kata kunci: Instagram, Kesadaran diri, *Sustainable Fashion*, Sejauh Mata Memandang, Terpaan Media Sosial

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF INSTAGRAM @SEJAUH_MATA_MEMANDANG MEDIA EXPOSURE ON SELF-AWARENESS IN IMPLEMENTING SUSTAINABLE FASHION

By

Yovitha Risma Retha Tanjung

The rapid growth of the fashion industry has given rise to the fast fashion phenomenon, which drives massive clothing consumption and negatively impacts the environment. The low level of public awareness regarding this issue poses a challenge in promoting sustainable consumption practices. Social media, particularly Instagram, has become a strategic platform for delivering educational messages and sustainability campaigns. This study aims to determine the extent to which exposure to the Instagram account @sejauh_mata_memandang influences its followers' self-awareness in adopting sustainable fashion. Data collection was conducted through the distribution of questionnaires to 100 respondents who follow the Instagram account @sejauh_mata_memandang. Data analysis employed a simple linear regression test using SPSS version 30. The results showed a significant influence of Instagram media exposure from @sejauh_mata_memandang on followers' awareness of sustainable fashion, with a significance value of $0.000 < 0.05$ and an R Square value of 0.226. This means that media exposure contributes 22.6% to followers' self-awareness, while the remaining percentage is influenced by other factors. These findings imply that social media can serve as an effective instrument in raising public awareness of environmental issues, particularly in the context of sustainability within the fashion industry.

Keywords: *Instagram, Self-awareness, Sustainable Fashion, Sejauh Mata Memandang, Media Exposure*