Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat | LPPM UNSERA
Website: https://ejournal.unsera.ac.id/index.php/senama
E-ISSN : 3063-4849

Kolaborasi Kampanye Konsumsi Berkelanjutan untuk Memutus Rantai Fast Fashion

Indrianti Azhar Firdausi[1,*], Azra Nur Azizah[1], Dita Eka Retno[1], Ida Farida[1], Nabila Nurfitriana Ramadhini[1], Nadira Aulia[1]

[1]Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik, dan Ilmu Hukum

Universitas Serang Raya, Kota Serang, Banten

Email penulis korespondensi: indriantiazhar@gmail.com

ABSTRAK

Industri *fast fashion* menjadi salah satu penyumbang kerusakan lingkungan terbesar di dunia sekaligus mendorong pola konsumsi berlebihan di kalangan generasi muda, termasuk di Indonesia dan Malaysia. Kondisi ini mendorong adanya kolaborasi untuk menjalankan kampanye dengan isu yang telah ditentukan oleh kedua pihak yaitu Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Serang Raya (UNSERA) dengan Universiti Teknologi MARA (UiTM) Malaysia dalam kegiatan Kampanye Sustainable Fashion bertema *"Breaking the Fast Fashion Cycle Through Sustainable Consumption"*. Kegiatan secara offline dilaksanakan pada 10 Juni 2026 di kampus UiTM, Shah Alam, Selangor, melibatkan lima peserta dan satu pembimbing dari UNSERA bersama sekitar dua puluh civitas akademika UiTM. Metode pelaksanaan meliputi *workshop* interaktif, diskusi panel lintas budaya, sesi kreatif penyusunan materi kampanye digital, serta presentasi hasil karya secara kolaboratif antar peserta dari kedua negara. Hasil kampanye yang di kolaborasikan beberapa bulan sebelumnya secara online maupun offline menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai dampak *fast fashion*, tersusunnya lima set materi kampanye digital *sustainable fashion* perpeserta, serta terbukanya rintisan kerja sama akademik antara Program Studi Ilmu Komunikasi UNSERA dan UiTM. Kegiatan ini membuktikan bahwa persatuan dan kolaborasi lintas negara mampu memperkuat kampanye *sustainable fashion* sekaligus meningkatkan kompetensi komunikasi lintas budaya peserta.

Kata kunci: *fast fashion*; kolaborasi internasional; komunikasi lintas budaya; *sustainable consumption*

ABSTRACT

The fast fashion industry is one of the world's largest contributors to environmental damage and also fuels excessive consumption patterns among the younger generation, including in Indonesia and Malaysia. This situation has spurred a collaboration to organize a campaign addressing an issue agreed upon by both parties—the Communication Studies Program at Serang Raya University (UNSERA) and Universiti Teknologi MARA (UiTM) in Malaysia—as part of the Sustainable Fashion Campaign themed "Breaking the Fast Fashion Cycle Through Sustainable Consumption." The in-person event took place on June 10, 2026, at the UiTM campus in Shah Alam, Selangor, and involved five participants and one advisor from UNSERA, along with approximately twenty members of the UiTM academic community. The event included interactive workshops, a cross-cultural panel discussion, creative sessions for developing digital campaign materials, and collaborative presentations of the participants' work from both countries. The results of the collaborative campaign—which had been developed over several months through both online and in-person activities—demonstrated an increased understanding among participants regarding the impacts of fast fashion, the creation of five sets of sustainable fashion digital campaign materials per participant, and the establishment of an academic collaboration initiative between the Communication Studies Program at UNSERA and UiTM. This event demonstrated that unity and cross-border collaboration can strengthen sustainable fashion campaigns while enhancing cross-cultural communication competencies.

Keywords: *cross-cultural communication; fast fashion; international collaboration; sustainable consumption*

1. PENDAHULUAN

Industri mode global merupakan salah satu sektor ekonomi terbesar di dunia, namun juga menjadi salah satu penyumbang kerusakan lingkungan yang paling signifikan. Model bisnis *fast fashion* yang mendominasi industri ini mendorong produksi pakaian secara masif dengan harga murah dan siklus tren yang sangat cepat, sehingga memicu budaya konsumsi berlebihan dan pembuangan pakaian yang tidak bertanggung jawab. Menurut *United Nations Environment Programme* (UNEP, 2019), industri *fashion* bertanggung jawab atas sekitar 10% emisi karbon global dan menjadi penyumbang polusi air terbesar kedua di dunia.

Di kawasan Asia Tenggara, termasuk Indonesia dan Malaysia, penetrasi *platform e-commerce* lintas batas dan media sosial telah mempercepat adopsi pola konsumsi *fast fashion* di kalangan generasi muda. Generasi Z dan milenial, sebagai segmen konsumen terbesar, sangat terpengaruh oleh konten influencer dan iklan digital yang mendorong pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosialnya. Kondisi ini menciptakan urgensi untuk mempersatukan generasi muda lintas negara dalam mengampanyekan konsumsi *fashion* yang lebih berkelanjutan *(sustainable consumption)*, sebagai bagian dari upaya pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya SDG 12 tentang Produksi dan Konsumsi yang Bertanggung Jawab (United Nations, 2015).

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Serang Raya memiliki peran strategis dalam membentuk kesadaran publik melalui komunikasi yang efektif. Mahasiswa Ilmu Komunikasi dapat berperan aktif sebagai agen perubahan yang mengampanyekan gaya hidup berkelanjutan, termasuk dalam hal konsumsi *fashion*. Melalui semangat persatuan lintas negara, mahasiswa UNSERA menjalin kolaborasi dengan mahasiswa Universiti Teknologi MARA (UiTM) Malaysia, yang memiliki keunggulan pada bidang desain *fashion,* tekstil, dan industri kreatif. Kolaborasi ini memberikan wadah bagi kedua belah pihak untuk bersatu memperluas wawasan lintas budaya, saling belajar dari praktik terbaik masing-masing negara, sekaligus menghasilkan output komunikasi yang berkontribusi nyata terhadap perubahan perilaku konsumsi masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, bertujuan untuk melaksanakan aktivitas pengabdian bersama mahasiswa UNSERA dan UiTM Malaysia dalam mengampanyekan bahaya *fast fashion* serta mendorong perubahan perilaku konsumsi fashion yang lebih berkelanjutan melalui kolaborasi akademik internasional. Manfaat yang diharapkan adalah meningkatnya kompetensi komunikasi lintas budaya mahasiswa, terbentuknya jejaring akademik antarnegara, serta lahirnya materi kampanye komunikasi yang mendukung kesadaran masyarakat terhadap konsumsi *fashion* yang lebih etis dan ramah lingkungan.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan. Tahap persiapan dimulai sejak April 2026, meliputi seleksi dan pembekalan lima mahasiswa peserta Kelompok Tulip, rapat koordinasi internal tim bersama Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) dan Ketua Program Studi, komunikasi dan finalisasi agenda kegiatan dengan pihak UiTM Malaysia, hingga pengurusan dokumen perjalanan, visa, dan logistik. Pada tahap ini mahasiswa juga menerima pembekalan mengenai SDGs dan *environmental sustainability, public relations campaign, serta cross-cultural communication* sebagai bekal bersatu dan berkolaborasi dengan mahasiswa UiTM di Malaysia.

Metode pelaksanaan kegiatan inti berkolaborasi mempertemukan

mahasiswa kedua negara dalam tiga bentuk kegiatan bersama, yaitu: (1) *workshop* interaktif berbasis proyek mengenai dampak *fast fashion* terhadap lingkungan dan sosial; (2) diskusi panel lintas budaya membahas strategi komunikasi kampanye *sustainable fashion*; dan (3) sesi kreatif penyusunan materi kampanye digital secara berkelompok campuran UNSERA dan UiTM, yang dilanjutkan dengan presentasi dan penilaian bersama oleh tim dosen kedua institusi. Kegiatan puncak dilaksanakan secara luring pada 10 Juni 2026 di kampus UiTM, Shah Alam, Selangor, dengan rangkaian acara berupa orientasi (08.30–10.00), groupwork lintas institusi antara mahasiswa UNSERA dan UiTM (10.45–12.30), pengumuman hasil karya serta pertukaran cendera mata (12.30–13.00).

Setelah kegiatan puncak, mahasiswa melanjutkan implementasi kampanye di lapangan berupa produksi konten media sosial, aksi lingkungan, serta penyebaran kuesioner evaluasi dampak kepada masyarakat sasaran. Seluruh tahapan didokumentasikan dalam logbook harian sebagai bukti pelaksanaan dan bahan evaluasi keberhasilan program bersama.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan kampanye *sustainable fashion* yang dilaksanakan pada 10 Juni 2026 di kampus UiTM Shah Alam, Malaysia, mempersatukan lima peserta dan 1 pendamping dari Program Studi Ilmu Komunikasi UNSERA bersama sekitar dua puluh civitas akademika UiTM Malaysia dalam satu rangkaian kegiatan kampanye *sustainable fashion*. Seluruh rangkaian kegiatan berjalan sesuai jadwal yang direncanakan, mulai dari sambutan dan orientasi, *groupwork* lintas institusi, hingga sesi presentasi dan pertukaran cendera mata. Capaian utama dari kampanye ini meliputi terlaksananya *workshop* dan seminar internasional dengan tingkat kehadiran peserta 100%, tersusunnya lima set materi kampanye digital *sustainable fashion* per mahasiswa berupa poster, infografis, dan konten media sosial, serta terbukanya rintisan kerja sama akademik antara Program Studi Ilmu Komunikasi UNSERA dan UiTM yang ditandai dengan notulen diskusi tindak lanjut kegiatan bersama.



Gambar 1. Presentasi Bersama Mahasiswa UNSERA dan UiTM Malaysia, 10 Juni 2026

Dari sisi pembelajaran, kolaborasi kampanye *sustainable fashion* yang diikuti akademika kedua negara ini menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai industri *fashion global* dan dampak *negatif fast fashion* terhadap lingkungan serta kondisi sosial pekerja, sekaligus mengembangkan kemampuan merancang kampanye komunikasi berbasis isu keberlanjutan. Interaksi langsung oleh peserta kampanye dengan cara kolaborasi juga membuka wawasan peserta tentang persamaan dan perbedaan pola konsumsi *fashion* antara Indonesia dan Malaysia, meskipun kedua negara memiliki kedekatan budaya. Peserta kampanye mengidentifikasi bahwa tekanan konsumerisme dari media sosial dan *platform e-commerce* lintas batas berdampak berbeda pada masing-masing konteks masyarakat, sehingga persatuan lintas budaya ini memperkaya perspektif peserta dalam merumuskan pendekatan komunikasi yang sensitif terhadap perbedaan budaya.



Gambar 2. Evaluasi Kegiatan Kampanye Sustainable Fashion di UiTM Malaysia, 10 Juni 2026

Secara kelembagaan akademika, persatuan yang terjalin melalui kampanye ini berhasil membuka komunikasi formal antara Program Studi Ilmu Komunikasi UNSERA dan Fakultas Komunikasi dan Media UiTM untuk menjajaki kerja sama akademik lebih lanjut, termasuk kemungkinan program *student exchange, joint research*, dan *co-authorship* publikasi ilmiah. Meski demikian, sejumlah kendala untuk melanjutkan kampanye sustainable fashion tersebut antara lain perbedaan kalender akademik yang mempersempit waktu pelaksanaan, keterbatasan akses internet pada beberapa sesi, serta waktu produksi konten kampanye yang relatif singkat sehingga sebagian materi belum optimal dari sisi desain visual. Kendala tersebut telah dimitigasi melalui pembekalan bahasa dan komunikasi lintas budaya sebelum keberangkatan, penyiapan agenda cadangan, serta koordinasi intensif dengan mitra UiTM sehingga persatuan dan kerja sama tetap berjalan efektif hingga akhir kegiatan.



Gambar 3. Diskusi Materi Kampanye antara Mahasiswa UNSERA dan UiTM Malaysia, 10 Juni 2026

4. KESIMPULAN

Kegiatan kampanye *sustainable fashion* bertema *"Breaking the Fast Fashion Cycle Through Sustainable Consumption"* yang mempersatukan mahasiswa Universitas Serang Raya (UNSERA) dan Universiti Teknologi MARA (UiTM) Malaysia telah mencapai seluruh tujuan yang ditetapkan. Kampanye ini terbukti meningkatkan pemahaman peserta mengenai dampak lingkungan dan sosial *fast fashion*, menghasilkan lima set materi kampanye digital *sustainable fashion* per peserta, serta membuka rintisan kerja sama akademik jangka panjang antara Program Studi Ilmu Komunikasi UNSERA dan UiTM. Persatuan dan pengalaman lintas budaya yang diperoleh peserta turut membentuk kemampuan komunikasi yang lebih adaptif terhadap isu-isu keberlanjutan global, sekaligus menegaskan komitmen UNSERA terhadap internasionalisasi dan penguatan kompetensi peserta yang berdaya saing global. Untuk pelaksanaan program serupa berikutnya, disarankan agar durasi kegiatan diperpanjang, disiapkan modul komunikasi lintas budaya pra-keberangkatan, serta ditindaklanjuti dengan penandatanganan *Memorandum of Understanding* (MoU)

formal antara kedua institusi guna memperkuat persatuan dan kolaborasi yang telah terjalin.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Serang Raya, Lembaga Penelitian dan Pengabdian masyarakat (LPPM) Unsera, Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Hukum, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Dosen Pembimbing Lapangan, serta pihak Universiti Teknologi MARA (UiTM) Malaysia atas dukungan dan kerja sama yang diberikan sehingga peserta kedua institusi dapat bersatu menyukseskan kegiatan kampanye ini.

DAFTAR PUSTAKA

Al Adwan, M. N., Hegazy, A., Basha, S. E., Mamdouh, A., El hAjji, M., Alketbi, B., & Fayez, H. (2025). *Investigating the role of public relations campaigns in environment awareness among university students*. *Sustainability*, 17(13), 5675. https://doi.org/10.3390/su17135675

Anwas, O. M. (2011). Kuliah kerja nyata tematik pos pemberdayaan keluarga sebagai model pengabdian masyarakat di perguruan tinggi. Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan, 17(5), 565–575. https://doi.org/10.24832/jpnk.v17i5.49

Budowle, R., Krszjzaniek, E., & Taylor, C. (2021). *Students as change agents for community–university sustainability transition partnerships*. *Sustainability*, 13(11), 6036. https://doi.org/10.3390/su13116036

Del Olmo Arriaga, J. L., Pretel-Jiménez, M., & Ruíz-Viñals, C. (2025). *From fast fashion to shared sustainability: The role of digital communication and policy in Generation Z's consumption habits*. *Sustainability*, 17(18), 8382. https://doi.org/10.3390/su17188382

Lestari, F., Azwar, B., Jonnius, N. A., & Abduh, M. A. (2022). *Partner engagement on university's community service program in Indonesia*. *International Journal of Public Sector Performance Management*, 10(2/3), 396–410. https://doi.org/10.1504/IJPSPM.2022.126241

Sunendar, D., Darmawangsa, D., & Sukmayadi, V. (2021). *Thriving in Indonesian academia: French students' intercultural communication competence in studying abroad*. *Journal of Intercultural Communication*, 21(1), 80–91.

United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. *United Nations*.

United Nations Environment Programme. (2019, March 14). *UN Alliance for Sustainable Fashion addresses damage of 'fast fashion' [Press release]*. UNEP.