

ABSTRAK

Tren fesyen di Indonesia belakangan semakin berkembang dan terus muncul berbagai tren yang mempengaruhi gaya berpakaian. Namun dengan meningkatnya daya beli konsumen tentu saja mendorong para produsen fesyen untuk terus memproduksi pakaian secara cepat dan banyak yang disebut dengan *fast fashion*. Tetapi hal tersebut juga menimbulkan dampak yang kurang baik bagi lingkungan karena dapat menyebabkan kerusakan. Disisi lain konsep *sustainable fashion* diharapkan dapat mengurangi dampak kerusakan lingkungan akibat industri *fast fashion*. Sehingga Zero Waste Indonesia sebagai komunitas yang bergerak di bidang lingkungan kemudian mengusungkan suatu kampanye yaitu kampanye #TukarBaju yang diharapkan dapat menjadi solusi akan limbah tekstil dan sampah fesyen yang semakin menumpuk. Oleh karena itu penulis tertarik untuk menganalisis strategi yang digunakan oleh Zero Waste Indonesia dalam mengkampanyekan #TukarBaju. Fokus penelitian ini yaitu strategi komunikasi Zero Waste Indonesia dalam kampanye #TukarBaju. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif karena penulis ingin menjabarkan bagaimana strategi yang digunakan oleh Zero Waste Indonesia dalam mengkampanyekan #TukarBaju. Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan dalam kampanye #TukarBaju sudah berhasil dan memberikan efek kepada khalayak sasaran.

Kata kunci: Strategi komunikasi, kampanye, komunikasi lingkungan, fesyen berkelanjutan, fesyen cepat