

**TRANSNASIONAL DIGITAL ACTIVISM : ANALISIS
STRATEGI KAMPANYE DIGITAL FASHION REVOLUTION
#WHOMADEMYCLOTHES**

SKRIPSI

Oleh

**Fionna Abigail Jacob
2270750021**



**PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

JAKARTA

2026

**TRANSNASIONAL DIGITAL ACTIVISM : ANALISIS
STRATEGI KAMPANYE DIGITAL FASHION REVOLUTION
#WHOMADEMYCLOTHES**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia

Oleh

Fionna Abigail Jacob
2270750021



**PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026**



PERNYATAAN KEASLIAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fionna Abigail Jacob
NIM : 2270750021
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Peminatan : Pembangunan Berkelanjutan dalam Lingkungan Global
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis tugas akhir yang berjudul “Transnasional
Digital Activism : Analisis Strategi Kampanye Digital Fashion Revolution
#WhoMadeMyClothes” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 15 Juni 2026


10000
- METRAI
TEMPEL
8B24EAOX040077887

(Fionna Abigail Jacob)



PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Transnasional Digital Activism : Analisis Strategi Kampanye Digital Fashion Revolution #WhoMadeMyClothes

Oleh:

Nama : Fionna Abigail Jacob
NIM : 2270750021
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Peminatan : Pembangunan Berkelanjutan dalam Lingkungan Global

telah dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir dan sudah diperiksa dan disetujui guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 25 Juni 2024

Menyetujui:

Pembimbing

(Dr. Verdinand Robertus, S.Sos.,
M.Soc.Sc.)

NIP : 0314038602

Ketua Program Studi
Ilmu Hubungan Internasional

NIP/NIDN : 1714800312018601



PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 15 Juni 2026 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : **Fionna Abigail Jacob**
NIM : 2270750021
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Peminatan : Pembangunan Berkelanjutan dalam Lingkungan Global
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "*Transnasional Digital Activism : Analisis Strategi Kampanye Digital Fashion Revolution #WhoMadeMyClothes*" OLEH TIM PENGUJI YANG TERDIRI DARI:

	Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1	Riskey Oktavian, S.IP., M.A.	Sebagai Ketua	
2	Ellya Dameria Enesca, S.Sos, M.Sc	Sebagai Anggota	
3	Dr. Verdinand Robertua, S.Sos., M.Soc.Sc.	Sebagai Anggota	

Jakarta, 15 Juni 2026



PERSETUJUAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Nama : Fionna Abigail Jacob
NIM : 2270750021
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional
Peminatan : Pembangunan Berkelanjutan dalam Lingkungan Global
Judul Skripsi : Transnasional *Digital Activism* : Analisis Strategi Kampanye
Digital Fashion Revolution #WhoMadeMyClothes

Telah memperbaiki Skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada tanggal 15 Juni 2026.

Jakarta, 29 JUNI 2026

Menyetujui:

Ketua Sidang/Penguji I

(Riskey Oktavian, S.IP., M.A.)

Penguji II

(Ellya Dameria Enesca,
S.Sos, M.Sc)

Penguji III

(Dr. Verdinand Robertua,
S.Sos., M.Soc.Sc.)

Ketua Program Studi
Ilmu Hubungan Internasional

(Arthur Jefferson Maya S.Sos,
M.A.)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

Pernyataan dan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fionna Abigail

NIM : 2270750021

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program : Hubungan Internasional

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Judul : Transnasional *Digital Activism* : Analisis Strategi Kampanye
Digital Fashion Revolution #WhoMadeMyClothes

Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Non-eksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di Jakarta
Pada Tanggal 28 Juni 2026
Yang menyatakan



(Fionna Abigail Jacob)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas segala rahmat, bimbingan, serta perlindungan-Nya yang tak pernah putus. Berkat penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Transnasional *Digital Activism* : Analisis Strategi Kampanye Digital Fashion Revolution #WhoMadeMyClothes” dengan baik. Keberhasilan dalam menyelesaikan seluruh proses penulisan karya ilmiah ini merupakan wujud nyata dari mukjizat dan kasih penyertaan-Nya yang senantiasa menguatkan penulis melewati setiap tahapan akademik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun dari para pembaca akan sangat penulis hargai. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat akademis bagi Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Kristen Indonesia serta menjadi inspirasi bagi perkembangan ilmu pengetahuan bagi seluruh pembaca. Dengan penuh kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah menyertai dan memberikan hikmat kepada penulis dari awal pembuatan skripsi hingga selesai. Karena tanpa Tuhan Yesus dan usaha dari penulis, skripsi ini tidak akan selesai sampai dititik ini.

2. Terimakasih untuk kedua orang tua penulis, Agustinus K Jacob dan Nancy S Patty terhadap doa, dukungan, perhatian, dan kasih sayang yang tiada henti disepanjang studi penulis.
3. Terima kasih untuk adik satu-satunya penulis, Filemon N Jacob yang selalu hadir untuk membantu penulis dalam setiap proses studi penulis.
4. Tante penulis, Anita R Jacob dan Veronique Patty yang selalu mendukung, menasehati, mendoakan penulis selama studi penulis.
5. Teruntuk mendiang Sintiche E.D (Mimmy) Kowel, penulis mengucapkan terima kasih yang sangat mendalam karena beliau sudah menjadi inspirator untuk penulis, dan sudah membantu mengarahkan dan meyakini bahwa penulis bisa menyelesaikan studi ini dengan baik dan bisa melanjutkan perjalanan dari beliau. Penulis menjadikan tugas akhir ini sebagai dedikasi untuk mengingat perjuangan beliau menjadi aktivis buruh dan mengabdikan hidupnya untuk memperjuangkan hak-hak pekerja dan keadilan dalam dunia kerja.
6. Saudari penulis, Gabriela Gavarel Gondo dan Jessica Barbara Eugenie Patty yang terus memberikan semangat dan motivasi selama studi penulis.
7. Liliana Elisabeth selaku sahabat, penulis berterima kasih karena selalu senantiasa menjadi tempat berbagi keluh kesah selama proses penelitian berlangsung dalam memberikan dukungan, nasihat, serta doa yang tulus kepada penulis, juga turut menghibur di saat penulis merasa tertekan dalam menyusun penelitian ini.

8. Kepada sahabat-sahabat sejurusan, yaitu Cheryll Clairise, Susi Azriel, Chelsea Michaela, Tiara Claurady, Ariel Bitinia, dan Nichole Josepha, yang telah terjalin rasa saling mendukung dan menguatkan di antara mereka, sehingga mampu menyelesaikan skripsi secara bersama-sama.
9. Kresno Wicaksono Aryo Putro, selaku teman baik yang membantu dari awal studi penulis sampai pada akhir penulisan tugas akhir ini.
10. Ka Firly, Ka Nana, dan Mba Wiewie sebagai teman baik yang menemani penulis dan mendukung sampai penulis menyelesaikan tugas akhir.
11. Ibu Prof. Angel Damayanti, S.IP., M.Si., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia yang telah memberikan motivasi kepada penulis semenjak awal penulis memulai studi di Universitas Kristen Indonesia sampai bisa menyelesaikan penulisan tugas akhir.
12. Bapak Dr. Verdinand Robertua, S.Sos., M.Soc., Sc., selaku Dekan FISIPOL Universitas Kristen Indonesia dan juga dosen pembimbing penulis yang telah membantu serta membimbing penulis, dan meluangkan waktu serta menuntun dengan penuh kesabaran untuk memberikan bimbingan, arahan terhadap penelitian ini serta motivasi demi kesempurnaan skripsi ini.
13. Bapak Adrianus Lengu Wene, S.Sos., M.Si. selaku dosen PIKEMA dan juga dosen pembimbing seminar proposal penulis yang sudah membimbing dengan kesabaran dan ketulusan hati sampai dititik penulisan tugas akhir ini dari awal studi penulis.
14. Bapak Arthuur Jeverson Maya, S.Sos., M.A, selaku Kepala Program Studi Hubungan Internasional Universitas Kristen Indonesia.

15. Tidak lupa penulis sampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh dosen Program Studi Hubungan Internasional yang telah senantiasa membagikan ilmu pengetahuan yang mendalam serta membekali penulis dengan nilai-nilai akademis yang tak ternilai harganya sepanjang masa studi.

16. Kepada seluruh pihak dan orang-orang yang telah membantu, mendoakan, serta berkontribusi dalam bentuk apapun, meskipun tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis ucapkan terima kasih atas terselesaikannya tugas akhir ini.



Jakarta, 15 Juni 2026

Fionna Abigail Jacob

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR SINGKATAN.....	xx
ABSTRAK.....	xxi
ABSTRACT.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4. 1. Manfaat Akademis.....	12
1.4. 2. Manfaat Praktis	14
1.5 Sistematika Penulisan	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN	19
2.1 Tinjauan Pustaka.....	21
2.2 Kerangka Teoritik.....	53
2.2.2 Teori Digital Campaign.....	63
2.2.3 Teori Triple Bottom Line oleh John Elkington.....	69
2.3 Kerangka Alur Pemikiran	78
2.4 Hipotesis Penelitian	80
2.5 Metode Penelitian.....	81
2.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	82
2.5.2 Bentuk dan Tipe Penelitian.....	87
2.5.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	88
2.5.4 Teknik Validasi Data.....	92

2.5.5 Teknik Analisis Data	99
BAB III	107
PROFIL, DINAMIKA GERAKAN, DAN PERAN MEDIA SOSIAL FASHION REVOLUTION	
DALAM GERAKAN #WHOMADEMYCLOTHES.....	107
3.1 Profil Fashion Revolution, Sejarah dan Dinamika Gerakan #WhoMadeMyClothes.....	108
3.2 Peran Media Sosial dalam Fashion Revolution.....	115
3.2.1 Media Sosial yang Digunakan oleh Fashion Revolution sebagai Alat Utama	
Kampanye Digital (Instagram dan TikTok).....	115
3.2.2 Interaksi antara Media Sosial dan Gerakan Transnasional	126
3.3 Strategi Kampanye Digital #WhoMadeMyClothes.....	130
3.3.1 Tagar <i>Activism</i> sebagai <i>Trigger</i> Naratif	131
3.3.2 Model Argumentasi Berbasis Contoh	133
3.3.3 Strategi Visual dan Naratif di Instagram dan TikTok	135
3.3.4 Fashion Transparency Index Dari Wacana ke Data Terukur.....	138
BAB IV GERAKAN #WHOMADEMYCLOTHES PADA TIKTOK DAN INSTAGRAM	143
4.1 Gerakan #WhoMadeMyClothes pada <i>platform</i> TikTok.....	143
4.1.1 Tuntutan Transparansi (Transparency Demand)	147
4.1.2 Kerangka Keadilan Buruh (Labor Justice Frame)	148
4.2 Gerakan #WhoMadeMyClothes pada <i>platform</i> Instagram	154
4.2.1 Fashion Revolution Australia	156
4.2.2 Fashion Revolution Malaysia	158
4.2.3 Fashion Revolution Brasil	160
4.2 Hasil Analisis Komentar Pada <i>Platform</i> TikTok dan Instagram.....	165
4.3 Perbandingan Pengaruh Kampanye Offline dan Digital.....	178
4.4 Kritik Terhadap Peran Negara, dan Keterbatasan dari Gerakan #WhoMadeMyClothes	
Fashion Revolution	180
BAB V.....	183
PENUTUP.....	183
5.1 Kesimpulan.....	183
5.2 Saran dan Rekomendasi	185
DAFTAR PUSTAKA	188

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1	Kerangka Alur Pemikiran.....	79
------------	------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Dampak *fast fashion* Terhadap Lingkungan Kerja.....2



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan Tinjauan Pustaka.....	46
Tabel 2. 2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	90
Tabel 3. 1 Profil Akun Media Sosial Fashion Revolution di Berbagai Negara (2026).....	116
Tabel 4.1 Tabel Keterangan Konten TikTok Fashion Revolution.....	143
Tabel 4.3.1 Perbandingan Konten Pertama dan Kedua pada <i>Platform</i> TikTok.....	166
Tabel 4.3.2 Perbandingan Konten Fashion Revolution Australia, Malaysia, Brasil pada <i>Platform</i> Instagram.....	170

DAFTAR SINGKATAN

COP26	Conference of the Parties ke-26 (UN Climate Change Conference 2021)
CSR	Corporate Social Responsibility
EPA	Environmental Protection Agency (AS)
ESG	Environmental, Social, and Governance
FRI	Fashion Revolution Indonesia
ILO	International Labour Organization
LSM	Lembaga Swadaya Masyarakat
MNC	Multinational Corporation
NGO	Non-Governmental Organization
P2P	Peer-to-Peer
RIM	Role-Ideal Model
TBL	Triple Bottom Line
UNEP	United Nations Environment Programme
WMMC	Who Made My Clothes
WWF	World Wildlife Fund

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masalah eksploitasi buruh, degradasi lingkungan, dan ketidaktransparanan rantai pasok dalam industri *fast fashion* global bernilai lebih dari 1,3 triliun dolar AS, khususnya pasca-tragedi Rana Plaza tahun 2013 yang menewaskan lebih dari 1.100 pekerja, dengan kampanye digital #WhoMadeMyClothes oleh Fashion Revolution menjadi respons penting terhadap perusahaan seperti H&M, Zara, dan Shein, namun efektivitasnya dalam mendorong perubahan nyata masih perlu dianalisis secara mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kampanye digital Fashion Revolution dalam gerakan transnasional #WhoMadeMyClothes, serta mengungkap pengaruhnya terhadap kesadaran konsumen, tekanan publik, transparansi rantai pasok, kondisi kerja pekerja garmen, dan keberlanjutan lingkungan industri *fast fashion* global. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif-analitis, kerangka teori *Transnational Advocacy Networks* (Keck dan Sikkink), Teori *Digital Campaign*, dan *Triple Bottom Line* (Elkington), serta mengumpulkan data melalui analisis dokumen, Fashion Transparency Index, dan analisis konten serta komentar publik pada platform TikTok dan Instagram (akun global serta regional Australia, Malaysia, dan Brasil). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye ini berhasil meningkatkan kesadaran konsumen dan tekanan publik melalui narasi emosional serta visual *storytelling*, terutama di TikTok yang lebih efektif membangun empati, sementara Instagram lebih kuat mendorong tuntutan transparansi dan akuntabilitas merek, meskipun perubahan struktural masih bersifat parsial karena tantangan *greenwashing*, *slacktivism*, dan resistensi korporasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi kampanye digital Fashion Revolution melalui #WhoMadeMyClothes efektif sebagai jembatan aktivisme transnasional dalam meningkatkan kesadaran dan tekanan publik, meskipun diperlukan dukungan regulasi yang lebih kuat serta integrasi aksi *offline* untuk mewujudkan transformasi keberlanjutan yang mendalam dan sistemik di industri *fast fashion*.

Kata Kunci: *Fast Fashion*, Fashion Revolution, Gerakan *Transnational*, Kampanye Digital, Transparansi Rantai Pasok, #WhoMadeMyClothes

ABSTRACT

This study is motivated by the issues of labor exploitation, environmental degradation, and lack of supply chain transparency in the global fast fashion industry valued at more than 1.3 trillion USD, particularly following the 2013 Rana Plaza tragedy that killed more than 1,100 workers. The digital campaign #WhoMadeMyClothes launched by Fashion Revolution has become an important response to these problems, targeting companies such as H&M, Zara, and Shein; however, its effectiveness in driving real change still needs to be analyzed in depth. This research aims to analyze the digital campaign strategy of Fashion Revolution in the transnational movement #WhoMadeMyClothes, as well as to reveal its influence on consumer awareness, public pressure, supply chain transparency, garment workers' working conditions, and environmental sustainability in the global fast fashion industry. This study employs a qualitative approach with a descriptive-analytical case study design, using the theoretical frameworks of Transnational Advocacy Networks (Keck and Sikkink), Digital Campaign Theory, and Triple Bottom Line (Elkington). Data were collected through document analysis, the Fashion Transparency Index, and content and public comment analysis on TikTok and Instagram platforms (global accounts and regional accounts from Australia, Malaysia, and Brazil). The findings show that the campaign has successfully increased consumer awareness and public pressure through emotional narratives and visual storytelling particularly on TikTok, which is more effective in building empathy while Instagram is stronger in encouraging demands for transparency and corporate accountability, although structural changes remain partial due to challenges such as greenwashing, slacktivism, and corporate resistance. This study concludes that the digital campaign strategy of Fashion Revolution through #WhoMadeMyClothes is effective as a bridge for transnational activism in enhancing awareness and public pressure, although stronger regulatory support and integration with offline actions are still needed to achieve deep and systemic sustainability transformation in the fast fashion industry.

Keywords: Digital Campaign, Fast Fashion, Fashion Revolution, Transnational Movement, Supply Chain Transparency, #WhoMadeMyClothes