

ABSTRAK

ELMA ASSYIVA PUTRI, *Pengetahuan Digital Native Terhadap Produk Fast Fashion*. Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta, 2018. Dosen Pembimbing M.Noerharyono, M.Pd dan Dra. Harsuyanti RL, M.Hum.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pengetahuan generasi *digital native* tentang produk *fast fashion*.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah pengunjung mall Grand Indonesia yang menjadi konsumen produk *fast fashion*, dengan sampel 100 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif. Instrumen penelitian berupa soal tes yang terdiri dari 27 butir soal. Skala yang digunakan adalah skala *guttman*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital native* memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk *fast fashion*, yang diukur berdasarkan 6 indikator yaitu: pengetahuan, pemahaman, aplikasi, analisis, sintesis dan evaluasi. Persentase tertinggi tingkat pengetahuan *digital native* tentang produk *fast fashion* berada pada indikator pengetahuan (C1), dan indikator dengan presentase terendah adalah evaluasi. Sedangkan secara keseluruhan pengetahuan *digital native* terhadap produk *fast fashion* berada pada kategori pengetahuan “kurang”.

Kata kunci: Pengetahuan, Digital Native, Produk Fast Fashion

