

ABSTRAK

Gaya hidup *Zero Waste* merupakan sebuah gaya hidup alternatif yang memiliki banyak pengikut di seluruh dunia. Berawal dari konsep pengolahan limbah industri, hingga saat ini digunakan untuk mengurangi produksi sampah di rumah tangga. Gaya hidup *Zero Waste* populer setelah dipromosikan melalui internet oleh *blogger* dan *social media influencer*. Di Youtube, banyak *vlogger* yang menggunakan gaya hidup *Zero Waste* sebagai tema *vlog* atau *video blog* di akunnya. Seiring berjalannya waktu, *vlog* gaya hidup *Zero Waste* di Youtube tidak hanya dijadikan sebagai sarana edukasi, melainkan sebagai komoditas untuk keuntungan *influencer* atau kreator. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif serta menggunakan kerangka teori *digital labor* dan *online prosumption* oleh Christian Fuchs. Penelitian ini menjelaskan bagaimana para kreator *vlog* gaya hidup *Zero Waste* menjadi seorang konsumen dan produsen di Youtube, serta menjelaskan proses komodifikasi terhadap atensi yang diberikan penonton pada *vlog* tema gaya hidup *Zero Waste*. Data yang didapatkan melalui wawancara secara daring dengan tiga *vlogger* yang mengunggah *vlog* bertema gaya hidup *Zero Waste*. Selain itu, data didapatkan melalui sumber elektronik dan berbagai literatur pendukung. Temuan dari studi ini memperlihatkan bahwa motivasi kreator *vlog* memproduksi konten bertema gaya hidup *Zero Waste* tidak hanya sebagai misi penyelamatan lingkungan, tetapi digunakan sebagai alat untuk mengakumulasi nilai guna yang memberikan keuntungan bagi kreator yang meningkatkan produktivitas akun. Kreator juga memiliki modal yang mumpuni sehingga mampu untuk memproduksi dan menarasikan konten *vlog* gaya hidup *Zero Waste* sebagai gaya hidup yang mudah. Para kreator mengabdikan waktu luang dan waktu kerja untuk mengembangkan akun Youtube dan mendapatkan keuntungan. Para kreator mengubah akumulasi aktivitas digital berupa like, komentar, dan jumlah penonton menjadi komoditas yang dapat dimanfaatkan untuk keuntungan kreator secara material maupun immaterial.

Kata kunci: *Zero Waste*, gaya hidup, komodifikasi, digital labour, prosumsi

ABSTRACT

The Zero Waste lifestyle is an alternative lifestyle that has a large following around the world. Starting from the concept of industrial waste treatment, it is now used to reduce waste production in households. The Zero Waste lifestyle became popular after being promoted through the internet by bloggers and social media influencers. Many Youtube vloggers use the Zero Waste lifestyle as the theme of their vlogs or video blogs. However, Zero Waste lifestyle vlogs on Youtube are not only used as a means of education, but also as a commodity for the benefit of influencers or creators. This research uses a qualitative method with a descriptive approach and uses the theoretical framework of digital labor and online prosumption by Christian Fuchs. This research explains how Zero Waste lifestyle vlog creators become consumers and producers on Youtube, and explains the commodification process of the attention given by the audience to Zero Waste lifestyle vlogs. Data were obtained through online interviews with three vloggers who uploaded Zero Waste lifestyle-themed vlogs. In addition, data was obtained through electronic sources and various supporting literature. The findings of this study show that the motivation of vlog creators to produce Zero Waste lifestyle-themed content is not only as an environmental rescue mission, but is used as a tool to accumulate use value that provides benefits for creators that increase account productivity. Creators also have qualified capital so that they are able to produce and narrate Zero Waste lifestyle vlog content as an easy lifestyle. creators blur free time and work time to develop Youtube accounts and get profits. The creators turn the accumulation of digital activities in the form of likes, comments, and the number of viewers into commodities that can be utilized for material and immaterial creator benefits.

Keywords: *Zero Waste, lifestyle, commodification, digital labor, prosumption*