

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan norma sosial dan budaya atau modernitas terus berlangsung melalui berbagai cara di seluruh belahan dunia (F. Shinta, 2018, hlm. 62). Perubahan ini meliputi seluruh aspek kehidupan manusia, salah satunya cara seseorang berpakaian. Fungsi berpakaian yang pada mulanya hanya sebagai alat pelindung tubuh, pada era modern saat ini mulai memiliki fungsi lain, seperti sebagai penanda tingginya status sosial (Misbahuddin & Sholihah, 2018, hlm. 114). Barnard (dalam F. Shinta, 2018, hlm. 63) mengatakan bahwa secara etimologi, kata *fashion* berkaitan dengan kata *factio* dari bahasa Latin yang berarti melakukan atau membuat. Arti kata *fashion* sendiri mengacu pada kegiatan yang dilakukan seseorang terkait dengan ide dan *fetish* (Uyun, 2020, hlm. 38). Maka dari itu, *fashion* merupakan komoditi yang paling diinginkan atau dikonsumsi oleh masyarakat (Putri, 2021, hlm. 5).

Modernitas tidak hanya membawa perkembangan pada kehidupan seperti cara berpakaian saja, tetapi berhubungan dengan berkembangnya kapitalisme (Alawiyah & Liata, 2020, hlm. 162). Melihat dunia modern yang ditandai dengan hilangnya tradisi, kerumunan, imitasi atau penulanan, maka kapitalisme industri hadir dan melahirkan *fashion* dalam berbagai aktivitas yang dilakukan oleh manusia sebagai media dari pola sosial yang ada untuk memuaskan kebutuhan akan dukungan sosial dan identitas diri (F. Shinta, 2018, hlm. 63). Hal ini didukung dengan perkembangan teknologi dan hasrat manusia terkait pakaian yang sangat meningkat seiring berjalannya waktu, sehingga dunia kapitalis mengembangkan lagi sebuah strategi model bisnis baru yang disebut sebagai *fast fashion* (Suliyanthini et al., 2022, hlm. 206).

Fast fashion secara lebih rinci merupakan sebuah tren mode yang mengutamakan kuantitas (Galuh, 2020, hlm. 4). Produksi *fast fashion* menekankan kecepatan, jumlah yang banyak, serta mengambil konsep desain dari merek kelas atas saat melakukan peragaan busana (Kornelis, 2022, hlm. 266). Beberapa merek tersebut adalah Uniqlo, H&M, Zara, Bershka, Stradivarius, dan Pull & Bear. Survei menunjukkan bahwa pada tahun 2021 merek Uniqlo memiliki persentase peminat

tertinggi, yaitu sebesar 36,5%, H&M sebesar 24,3%, Zara sebesar 16,2%, Pull & Bear sebesar 13,5%, diikuti dengan Bershka dan Stradivarius pada posisi bawah (Laila, 2021, hlm. 7). Uniqlo mendapatkan persentase tertinggi dikarenakan jenis bahan yang digunakan menyesuaikan Indonesia dengan iklim tropis, sehingga nyaman digunakan oleh semua kalangan meskipun harga yang ditawarkan termasuk tinggi (Nazha et al., 2024, hlm. 169). Posisi kedua terdapat H&M yang menawarkan mode dengan kepribadian *simple, fun-loving, young, trendy, fashionable*, serta harga yang terjangkau (Laila, 2021, hlm. 4).

Merek *fast fashion* dengan peminat tertinggi di Kota Bandung, yaitu Uniqlo dan H&M. Merek-merek ini menyajikan pakaian dengan model yang dapat digunakan berbagai kalangan usia, terutama remaja. Remaja merupakan masa peralihan seseorang dari anak-anak menjadi dewasa yang ditandai dengan pertumbuhan dan perkembangan secara fisik, psikologis, dan intelektual. Erikson (dalam Nauval & Mutiah, 2022 hlm. 70) berasumsi bahwa masa remaja merupakan proses pembentukan identitas diri, dimana mereka mencari ciri khas bagi diri mereka sendiri dan *fashion* sebagai salah satu media untuk pembentukan identitas tersebut. Merujuk pada fakta bahwa peminat *fashion* sebagian besar berasal dari kalangan remaja, peneliti telah melakukan wawancara dan observasi awal pada beberapa remaja di Kota Bandung. Beberapa dari mereka mengatakan bahwa mereka cenderung memilih merek-merek tersebut dikarenakan sesuai dengan *style* dan harga yang terjangkau. Mereka juga tidak selalu membeli karena kebutuhan, tetapi terkadang perasaan ingin memiliki model pakaian kekinian juga mendorong mereka untuk membeli produk-produk tersebut.

Industri *fast fashion* telah mendorong masyarakat seolah harus terus membeli produk keluaran terbaru sebagai bentuk perkembangan zaman (Shinta, 2018, hlm. 65). Ditambah fakta bahwa sebagian besar individu memang berlomba-lomba untuk mengenakan pakaian dengan desain yang berasal dari merek-merek terkenal di dunia untuk meningkatkan status sosial (Humaira & Fitriani, 2021, hlm. 18), membuat industri *fast fashion* dengan harga yang murah dan mode yang serupa sangat digandrungi oleh masyarakat. Dari hubungan tersebut, dapat kita ketahui bahwa gaya hidup dan status sosial mendorong sifat konsumtif terhadap pakaian (Humaira & Fitriani, 2021, hlm. 241).

Konsumtif merupakan perilaku mengonsumsi suatu barang atau jasa yang tidak didasarkan pada kebutuhan, melainkan keinginan semata untuk memenuhi gaya hidup (Octaviana, 2020, hlm. 123). Perilaku ini cenderung dilakukan dalam jangka waktu tertentu atau secara terus menerus sehingga membentuk sebuah pola yang disebut sebagai pola konsumsi (Puspa & Yani Hardiyanti, 2021, hlm. 94). Pola konsumsi tiap individu tentu berbeda-beda, salah satunya didasarkan pada faktor pengetahuan, dimana pengetahuan individu terkait barang atau jasa yang hendak dikonsumsi akan mempengaruhi pola konsumsi individu tersebut (Tarawan et al., 2020, hlm. 57). Dalam penelitian ini, pengetahuan tersebut mengacu pada tren *fast fashion*.

Dari observasi dan wawancara awal, peneliti mendapatkan informasi atau data bahwa sebagian narasumber hanya mengetahui tren *fast fashion* ini dari sisi positif saja, seperti fakta bahwa tren ini berganti mode dengan sangat cepat, serta harga yang murah. Tetapi untuk sisi negatif dari tren ini, tidak semua narasumber mengetahuinya, dan bahkan beberapa narasumber mengatakan akan tetap mengonsumsi produk *fast fashion* tersebut dengan alasan *style* meskipun telah mengetahui sisi negatif dari tren ini. Seperti yang kita ketahui bahwa *fast fashion* menekankan pada kecepatan, kuantitas, dan harga yang terjangkau (Nidia & Suhartini, 2020, hlm. 159), maka berdasarkan informasi dari Film Dokumenter *The True Cost* yang mengambil kajian terkait *fast fashion* di negara produksi Bangladesh, India, tingginya permintaan produksi garmen dengan harga murah oleh negara maju terhadap pekerja di negara berkembang membuat para produsen bersaing dengan menekan biaya produksi dan mengabaikan standar kelayakan tempat bekerja, sehingga menyebabkan insiden runtuhnya Rana Plaza dan menewaskan ribuan pekerja. Selain India, Indonesia juga termasuk sebagai negara pengekspor garmen terbesar ke berbagai belahan dunia. Eksploitasi pada pekerja di Indonesia juga terjadi karena tidak mendapatkan upah yang layak untuk kebutuhan hidup, serta lingkungan pabrik dan tempat tinggal yang kurang sehat (Apriliani, 2016, hlm. 39). Berdasarkan pendapat Primantoro (dalam Juliyanto & Firmansyah, 2024, hlm. 355) pada tahun 2019 industri tekstil di Indonesia menghasilkan 2,3 juta ton limbah, selain itu pada tahun 2018 hampir 280 ton limbah beracun di buang ke Sungai Citarum.

Fast fashion tidak hanya menimbulkan masalah terhadap kesejahteraan manusia, tetapi *fast fashion* juga berdampak pada lingkungan karena *fashion* merupakan salah satu industri penyumbang polusi dan limbah terbesar, serta sulit terurai (Marlianti dan Kurniawan, 2024:61). Sisi gelap dunia *fashion* yang tidak diketahui oleh masyarakat ini membuat isu sosial kemanusiaan dan lingkungan tak kunjung selesai dan semakin mengkhawatirkan, mengingat besarnya kapitalisme yang terus mendorong masyarakat untuk berperilaku konsumtif akan *fashion* (*The True Cost. Directed by Andrew Morgan*). Berdasarkan pemaparan situasi yang terjadi dalam era *fast fashion*, serta hasil dari observasi dan wawancara awal peneliti pada beberapa narasumber, peneliti tertarik untuk meneliti lebih mendalam mengenai seberapa besar kesadaran sosial remaja yang mengonsumsi produk *fast fashion* terkait dampak yang ditimbulkan oleh industri ini, serta apakah preferensi pola konsumsi pakaian *fast fashion* remaja tersebut mengalami perubahan setelah mengetahui dampak yang ditimbulkan oleh industri ini.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka peneliti mendapatkan rumusan masalah utama dalam penelitian yaitu “Seberapa besar kesadaran sosial remaja di Kota Bandung mempengaruhi pola konsumsi pakaian *fast fashion*”. Agar penelitian dapat berfokus pada pokok permasalahan, maka disusun sejumlah rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Seberapa besar kesadaran sosial remaja di Kota Bandung terkait tren *fast fashion*?
2. Seberapa besar pola konsumsi pakaian *fast fashion* remaja di Kota Bandung?
3. Apakah terdapat pengaruh dari kesadaran sosial remaja di Kota Bandung terhadap pola konsumsi pakaian *fast fashion*?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengemukakan dampak tren *fast fashion* terhadap pola konsumsi pakaian pada remaja di Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini, sesuai dengan pembatasan dalam rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, yaitu:

1. Untuk mengetahui seberapa besar kesadaran sosial remaja di Kota Bandung terkait tren *fast fashion*.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pola konsumsi pakaian *fast fashion* remaja di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran sosial remaja di Kota Bandung terhadap pola konsumsi pakaian *fast fashion*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat berkontribusi pada pemikiran ilmiah dan keilmuan baru dalam bidang Sosiologi Modern, dimana perubahan pandangan masyarakat mulai beralih dari era tradisional menuju era modernisasi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan baru bagi penelitian selanjutnya mengenai bagaimana kesadaran seseorang dapat mempengaruhi perilaku, yaitu disini adalah pola konsumsi pakaian *fast fashion*, sehingga mampu membawa dampak positif bagi kesadaran sosial individu, kepedulian sesama manusia, dan keberlangsungan lingkungan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat lebih membuka mata akan realitas kegiatan sehari-hari yang sangat berdampak bagi sesama manusia. Selain itu, melalui penelitian ini masyarakat diharapkan mampu untuk lebih berkesadaran dalam setiap hal yang dilakukan yang menyangkut dengan aspek kehidupan lain.
2. Sehubungan dengan keterkaitan antara permintaan dan produksi, penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat bagi pekerja dalam sektor industri ini sebagai langkah awal yang baik dalam mengurangi dampak negatif dari tren *fast fashion*.

3. Bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi, penelitian ini memberikan informasi mengenai pengaruh kesadaran sosial remaja akan dampak tren *fast fashion* terhadap perubahan pola konsumsi, sehingga membentuk individu-individu yang kritis dan bertanggung jawab.
4. Bagi Pemerintah, penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi dan landasan dalam menentukan kebijakan terkait dampak dari tren *fast fashion*.
5. Bagi Masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat membuat masyarakat lebih berkesadaran dan bijak dalam menghadapi tren *fast fashion*.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Skripsi ini terbagi menjadi lima bab yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya. BAB I sebagai Pendahuluan berisikan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi. BAB II sebagai Kajian Pustaka berisikan mengenai teori dan konsep yang relevan dengan penelitian. BAB III sebagai Metode Penelitian berisikan mengenai bagaimana penelitian akan dilakukan dengan mencantumkan desain penelitian, responden dan lokasi penelitian, instrumen penelitian, teknik analisis dan pengumpulan data. BAB IV sebagai Temuan dan Pembahasan berisikan mengenai hasil temuan dari penelitian dan pembahasan yang ditujukan untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian. BAB V sebagai Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi berisikan tentang penjabaran makna yang didapatkan oleh peneliti dan memberikan rekomendasi dari apa yang telah didapatkan.