

Konsumerisme Pakaian Abad 21: Studi Kasus Perusahaan Fast Fashion Multinasional di Inggris = Fashion Consumerism in 21st Century: A Case Study from Multinational Fast Fashion Companies in United Kingdom

Humaira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20515069&lokasi=lokal>

Abstrak

Konsumen Inggris memiliki kesadaran tinggi bahwa konsumerisme pakaian dan perusahaan fast fashion multinasional memiliki dampak buruk kepada lingkungan maupun kesejahteraan buruh. Namun di sisi lain, konsumerisme pakaian tetap meningkat tiap waktu dan perusahaan fast fashion multinasional diduga memiliki peran besar dalam melestarikan konsumerisme pakaian ini. Kontradiksi tersebut membawa penulis kepada pertanyaan penelitian mengapa konsumerisme pakaian di Inggris kian tinggi tiap tahunnya saat masyarakatnya memiliki kesadaran tentang dampak negatif dari perilaku tersebut. Dalam mencari jawaban dari pertanyaan penelitian, penulis menggunakan paradigma pos-strukturalisme dengan konsep Libidinal Economy dan Consumer Society untuk mengetahui bagaimana konsumerisme tercipta dan langgeng di Inggris. Sementara untuk mengetahui bagaimana sistem kapitalisme global memanfaatkannya, penulis menggunakan konsep Blok Historis dari konsep Neo-Gramscian. Penelitian ini menemukan bahwa konsumerisme pakaian sudah menjadi fenomena sosioekonomi dalam masyarakat Inggris sejak abad 18. Sementara di abad 21, konsumerisme diakselerasi dengan kehadiran perusahaan fast fashion multinasional yang memiliki kapabilitas untuk menciptakan hiperrealitas konsumen Inggris melalui eksposur produk-produk mereka secara masif menggunakan teknologi informasi serta strategi pemasaran yang terintegrasi. Penelitian ini juga menemukan adanya tanggung jawab yang digantungkan oleh konsumen Inggris kepada perusahaan fast fashion multinasional untuk menyelesaikan dampak yang sudah diperbuat. Penelitian ini bertujuan untuk membahas lebih lanjut tentang diskursus konsumerisme dalam masyarakat yang disebabkan oleh perusahaan multinasional dan diharapkan dapat memberikan sumbangsih kepada Studi Hubungan Internasional terutama dalam konsep relasi kuasa.

.....have negative impacts to the environment and garment workers' welfare. Yet on the other hand, fashion consumerism continues to increase over the time while multinational fast fashion companies are presumed to have big roles in preserving this consumerism. This contradiction leads the author to the research question of why British fashion consumerism is getting higher every year while Brittons have high awareness of the negative impacts from this behavior. In seeking answers to research questions, authors applied post-structuralism paradigm of the Libidinal Economy and Consumer Society concepts to find out how consumerism was created and lasted in the UK. Meanwhile, to find out how the global capitalist system took advantage of it, the authors applied the Historical Bloc concept from the Neo-Gramscian concept. This research finds that fashion consumerism has been a socioeconomic phenomenon in British society since the 18th century. Meanwhile in the 21st century, this phenomenon accelerated by the presence of multinational fast fashion companies that had capabilities to massively indoctrinate British consumers through the exposure of their products using information technology and integrated marketing strategies. This study aims to further discuss the discourse of consumerism in society caused by multinational companies and is expected to contribute to International Relations study, especially in the concept of power

relations.