

**PENGARUH *GLOBAL FAST FASHION INDUSTRY* TERHADAP BUDAYA
KONSUMERISME GENERASI MUDA KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Politik pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*



**DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2025

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh *global fast fashion industry* terhadap budaya konsumerisme generasi muda di Kota Padang dalam konteks globalisasi. Budaya konsumerisme yang disebabkan oleh *global fast fashion industry* semakin meningkat pada era globalisasi ini. *fast fashion industry* saat ini hampir menguasai pasar global dengan ekspansi besar-besaran melalui *online* ataupun *offline store*, termasuk Kota Padang. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan teori praktik sosial Pierre Bourdieu yang mencakup konsep habitus, modal (ekonomi, budaya, sosial, simbolik), dan arena data diperoleh melalui kuesioner kepada 222 responden berusia 18–25 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *fast fashion* membentuk habitus konsumtif di kalangan generasi muda, ditandai dengan frekuensi pembelian tinggi dan dorongan mengikuti tren global. Modal ekonomi berperan melalui keterjangkauan harga, sementara modal budaya dan sosial dimediasi oleh media sosial yang membentuk persepsi gaya hidup dan status. Modal simbolik tercermin dari dominasi *brand* dalam keputusan konsumsi. *Fast fashion* juga menciptakan arena sosial digital yang kompetitif, menjadikan konsumsi sebagai alat ekspresi identitas dan pencapaian posisi sosial. Sehingga dapat dikatakan bahwa, *fast fashion* berperan signifikan sebagai agen budaya global yang mentransformasi pola konsumsi generasi muda Kota Padang menjadi lebih simbolik, *tren oriented*, dan kompetitif.

Kata Kunci: *Fast Fashion*, Generasi Muda, Globalisasi Budaya, Habitus, Konsumerisme, Kota Padang, Modal Budaya, Modal Sosial, Media Sosial, Pierre Bourdieu



ABSTRACT

This study analyzes the influence of the global fast fashion industry on the consumer culture of the young generation in Padang City in the context of globalization. The consumer culture caused by the global fast fashion industry is increasing in this era of globalization. The fast fashion industry currently almost dominates the global market with massive expansion through online or offline stores, including Padang City. Using a descriptive qualitative approach and Pierre Bourdieu's social practice theory which includes the concept of habitus, capital (economic, cultural, social, symbolic), and arena, data was obtained through a questionnaire to 222 respondents aged 18–25 years. The results of the study show that fast fashion forms a consumer habitus among the young generation, characterized by high purchase frequency and the urge to follow global trends. Economic capital plays a role through price affordability, while cultural and social capital are mediated by social media which shapes perceptions of lifestyle and status. Symbolic capital is reflected in the dominance of brands in consumption decisions. Fast fashion also creates a competitive digital social arena, making consumption a means of expressing identity and achieving social position. So it can be said that fast fashion plays a significant role as a global cultural agent that transforms the consumption patterns of the young generation of Padang City to be more symbolic, trend-oriented, and competitive.

Keywords: *Fast Fashion, Young Generation, Cultural Globalization, Habitus, Consumerism, Padang City, Cultural Capital, Social Capital, Social Media, Pierre Bourdieu*

