

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dalam bab ini, dapat disimpulkan bahwa *global fast fashion industry* memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap budaya konsumerisme generasi muda di Kota Padang. Pengaruh ini dapat diamati melalui tiga aspek utama dalam kerangka teori praktik sosial Pierre Bourdieu: habitus, modal (yang mencakup modal ekonomi, budaya, sosial, dan simbolik), serta *arena* sosial.

Melalui aspek habitus, terlihat bahwa generasi muda Kota Padang telah menginternalisasi budaya konsumerisme yang menjadikan *fast fashion* sebagai bagian dari gaya hidup sehari-hari. Data menunjukkan bahwa hampir separuh responden secara rutin membeli pakaian *fast fashion* setiap bulan, dan sebagian besar melakukan pembelian bukan karena kebutuhan esensial, melainkan keinginan untuk terus memperbarui penampilan. Hal ini mencerminkan terbentuknya habitus konsumerisme yang diperkuat oleh eksposur terhadap tren global, pemasaran digital yang agresif, serta pengaruh budaya populer yang berkembang di media sosial.

Melalui sisi modal, dapat dilihat bahwa seluruh kategori modal memainkan peran dalam mendorong konsumsi *fast fashion*. Modal ekonomi menjadi faktor pendukung melalui keterjangkauan harga yang memungkinkan kelompok kelas menengah mengakses produk *fast fashion* secara rutin. Modal budaya mengalami pergeseran signifikan, dimana media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi sumber utama dalam mengenal dan mengikuti tren *fashion*,

menggantikan peran institusi formal. Selanjutnya, modal sosial terbentuk melalui praktik konsumsi yang memperkuat hubungan sosial dan status dalam kelompok sebaya, dengan media sosial menjadi ruang utama dalam menampilkan identitas diri. Terakhir, modal simbolik sangat jelas terlihat dari dominasi *brand* terkenal dalam keputusan pembelian, yang menciptakan asosiasi langsung antara *brand fast fashion* dengan status sosial, selera global, dan legitimasi gaya hidup modern.

Kemudian dalam konteks arena sosial, *fast fashion* telah menciptakan ruang kompetisi baru yang berlangsung secara digital melalui platform *e-commerce* dan media sosial. Arena ini tidak hanya mengatur pola konsumsi, tetapi juga membentuk norma-norma sosial mengenai siapa yang dianggap lebih modis atau bergaya. Pemilihan *brand*, frekuensi pembelian, serta kemampuan mengikuti tren menjadi alat bagi individu untuk memperoleh pengakuan sosial dalam komunitasnya. Dengan demikian, *fast fashion* tidak sekadar menjadi pilihan konsumsi, melainkan juga medan pertempuran simbolik dalam pencarian posisi sosial di tengah arus globalisasi budaya.

Fast fashion telah melampaui fungsinya sebagai produk komoditas untuk menjadi agen budaya yang membentuk identitas, preferensi, serta posisi sosial generasi muda Kota Padang. Fenomena ini sekaligus memperlihatkan bagaimana globalisasi industri *fashion*, yang difasilitasi oleh perkembangan teknologi digital dan budaya populer, telah mentransformasi pola konsumsi anak muda menjadi lebih simbolik, dinamis, dan kompetitif.

5.2 Saran

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan maupun penelitian yang dilakukan. Namun peneliti berharap,

penelitian ini dapat menjadi gambaran bagaimana pengaruh *global fast fashion industry* terhadap generasi muda terkhususnya Kota Padang. Melihat besarnya pengaruh *fast fashion* terhadap pola konsumsi dan pembentukan identitas generasi muda di Kota Padang, penulis memberikan beberapa saran berikut:

1. Bagi Generasi Muda Kota Padang

Diharapkan generasi muda lebih kritis dalam menyikapi tren global, khususnya dalam praktik konsumsi produk *fast fashion*. Konsumerisme yang berorientasi pada simbolik status sosial dan identitas gaya hidup perlu disikapi dengan kesadaran reflektif agar tidak terjebak dalam pola konsumsi yang berlebihan atau tidak berkelanjutan. Peningkatan literasi kritis terhadap budaya populer global dapat menjadi strategi untuk membentuk habitus konsumtif yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

2. Bagi Pemerintah Daerah dan Institusi Pendidikan

Pemerintah daerah, khususnya Dinas Pendidikan dan Dinas Kebudayaan, dapat mengintegrasikan edukasi tentang dampak budaya global terhadap gaya hidup dan pola konsumsi ke dalam kurikulum atau kegiatan literasi budaya. Lembaga pendidikan diharapkan lebih aktif dalam membentuk arena yang mendorong modal budaya dan sosial anak muda, sebagai penyeimbang terhadap dominasi modal simbolik yang ditawarkan industri *fast fashion*.

3. Bagi Pelaku Industri dan UMKM Lokal

Industri lokal dan pelaku UMKM di bidang *fashion* perlu memanfaatkan peluang ini dengan menciptakan produk *fashion* yang mengangkat nilai budaya lokal namun tetap mengikuti selera pasar anak muda. Ini tidak hanya menjadi strategi ekonomi, tetapi juga bentuk resistensi terhadap dominasi budaya global

melalui penguatan habitus konsumsi lokal yang berbasis nilai-nilai kultural masyarakat Minangkabau.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan dari sisi cakupan geografis dan pendekatan data yang digunakan. Untuk itu, peneliti selanjutnya dapat memperluas kajian ini dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang lebih mendalam, seperti wawancara mendalam atau etnografi digital, guna menggali lebih rinci konstruksi identitas konsumtif generasi muda. Penggunaan teori lain seperti teori konsumsi Baudrillard atau *cultural imperialism* juga dapat dijadikan pembanding dalam analisis budaya global.

