

Peran Fashion Revolution Dalam Mengatasi Dampak Fast Fashion di Indonesia Tahun 2022

Shania Rahma Shalshabila¹

¹Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau

*Corresponding Email: shania.rahma5038@student.unri.ac.id

Article Info:

Submitted: 06/09/2025
Revised: 22/09/2025
Accepted: 28/09/2025
Volume: 02
Issue: 01

Abstract:

Fast fashion has become a dominant trend in the global fashion industry, including in Indonesia, bringing about various negative impacts such as environmental pollution and labor exploitation. This study aims to analyze the role of Fashion Revolution Indonesia in addressing the impacts of fast fashion in 2022. Utilizing the Transnational Advocacy Network (TAN) theory and a group-level unit of analysis, this research examines how Fashion Revolution Indonesia acts as a transnational advocacy actor. The methodology employed is library research based on secondary sources. The findings indicate that Fashion Revolution Indonesia actively raises public awareness through social campaigns and cross-sector collaborations to promote change within the fashion industry.

Keywords:

Fast Fashion; Fashion Revolution; TAN; Advokasi; Industry Mode.

Pendahuluan

Fast Fashion merupakan sebuah strategi bisnis yang dilakukan untuk menanggapi kebutuhan pasar akan mode fesyen yang dinamis (Aprliani n.d). Fenomena fast fashion telah menjadi bagian tak terpisahkan dari industri pakaian global dalam beberapa dekade terakhir. Indonesia merupakan negara dengan populasi terbesar nomor 4 di dunia atau 279.476.346 jiwa yang tak lepas dari isu lingkungan akibat penumpukan sampah yang dihasilkan para warga (The World, 2022). Berdasarkan Databoks selaku portal data statistik di Indonesia, tercatat bahwa ada sepuluh negara penghasil sampah terbanyak di dunia pada tahun 2020 dan Indonesia menjadi salah satu diantaranya dengan total sampah yang dihasilkan sebesar 65.2 juta ton (Ahdiat, 2023).

Fashion Revolution adalah organisasi global asal Inggris yang didirikan oleh Carry Somers dan Orsola de Castro setelah tragedi runtuhnya Rana Plaza di Dhaka, Bangladesh, pada 24 April 2013, yang menewaskan lebih dari 1.100 pekerja dan mengungkap



buruknya kondisi kerja serta kurangnya transparensi dalam industri fesyen. Di Indonesia, gerakan ini diwujudkan melalui *Fashion Revolution Week* yang menjadi platform untuk mengatasi dampak negatif fast fashion melalui edukasi, kolaborasi, dan pemberdayaan komunitas. Melalui berbagai program, termasuk pada tahun 2022, *Fashion Revolution Indonesia* terus mendorong terciptanya industri fesyen yang lebih berkelanjutan, adil, dan transparan, sekaligus meningkatkan kesejahteraan pekerja dan kesadaran konsumen.

Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan fokus pada peran *Fashion Revolution* dalam mengatasi dampak fast-fashion di Indonesia melalui program *Fashion Revolution Week*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan anggota dan pengurus *Fashion Revolution Indonesia*, peserta program, serta ahli terkait, disertai observasi partisipatif pada kegiatan *Fashion Revolution Week*. Dokumentasi seperti laporan kegiatan, artikel media, dan publikasi resmi juga dianalisis secara deskriptif-analitis untuk memperoleh gambaran komprehensif dan mendalam mengenai efektivitas program.

Penelitian ini juga menggunakan teknik *library* dan *desk research*. *Library research* dilakukan dengan mengkaji literatur berupa buku, jurnal ilmiah, dan laporan penelitian untuk memperkuat landasan teori, sementara *desk research* dilakukan dengan menganalisis data sekunder dari situs resmi *Fashion Revolution*, artikel berita, laporan kegiatan, dan media sosial. Teori yang digunakan adalah *Transnational Advocacy Networks* (TAN) dari Margaret E. Keck dan Kathryn Sikkink (1998), yang menjelaskan bagaimana jaringan advokasi lintas negara bekerja memengaruhi kebijakan dan mendorong perubahan sosial.

Hasil dan Pembahasan

Fashion Revolution Week 2022 menjadi momentum penting dalam penguatan gerakan menuju sistem fesyen yang lebih adil, transparan, dan berkelanjutan. Diselenggarakan pada 18–24 April 2022, kampanye ini menekankan urgensi pembenahan struktur industri fesyen yang masih didominasi praktik tidak etis dan ketimpangan. Berdasarkan hasil kajian literatur dan analisis data sekunder, terlihat bahwa *Fashion Revolution Week* tidak hanya berfungsi sebagai kampanye tahunan, tetapi juga sebagai

ruang konsolidasi berbagai actor: mulai dari konsumen, komunitas, hingga pelaku industry, untuk mendorong perubahan sosial dalam rantai pasok fesyen di Indonesia (Fashion Revolution Index 2022).

Temuan penelitian ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam keterlibatan publik terhadap isu keberlanjutan, tercermin dari pertumbuhan komunitas daring Fashion Revolution yang mencapai 860.000 pengikut pada tahun 2022, meningkat pesat dari 287.000 pengikut pada 2018. Berbeda dengan temuan penelitian sebelumnya yang umumnya menyoroti efektivitas kampanye hanya dari sisi visibilitas atau kesadaran publik, penelitian ini menekankan bahwa peningkatan partisipasi juga menunjukkan semakin kuatnya posisi Fashion Revolution Week sebagai gerakan advokasi global. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperluas pemahaman bahwa kampanye tersebut bukan sekadar kampanye media, tetapi telah berkembang menjadi gerakan advokasi transnasional yang memiliki pengaruh nyata dalam mengubah pola konsumsi dan persepsi masyarakat terhadap fast fashion (The Textile Map, 2022).

a. Strategi dan Kampanye Fashion Revolution di Indonesia

Fashion Strategi dan kampanye Fashion Revolution di Indonesia pada tahun 2022 menunjukkan pendekatan yang kolaboratif, partisipatif, dan berbasis edukasi publik. Meski secara global Fashion Revolution Week berlangsung pada 18–24 April, Fashion Revolution Indonesia memulai rangkaian kegiatannya lebih awal, yakni pada 13–14 April 2022, melalui acara luring di Jakarta yang melibatkan berbagai mitra strategis seperti Jakarta Fashion Hub, Asia Pacific Rayon, Hollit International, dan sejumlah pemangku kepentingan di sektor fesyen berkelanjutan. Kampanye ini diperkuat dengan kolaborasi inovatif bersama Zero Waste Indonesia melalui pop-up #TukarBaju, yang berfungsi sebagai ruang edukasi dan aksi kolektif untuk mendorong konsumsi fesyen yang lebih sadar. Slogan “Who Made My Clothes?” menjadi inti strategi advokasi, mengajak konsumen mempertanyakan transparansi rantai pasok serta menyoroti kondisi kerja para pekerja garmen. Selain melibatkan komunitas, Fashion Revolution Indonesia juga membangun kerja sama dengan pemerintah, UMKM dan brand lokal, LSM, serta institusi pendidikan untuk memperluas jangkauan serta efektivitas kampanye. Kolaborasi luas ini diwujudkan melalui kegiatan bersama Closed Loop Fashion, Asia Pacific Rayon, SDGs Academy Indonesia, Tanoto Foundation, dan mitra lainnya, yang secara kolektif memperkuat dampak kampanye keberlanjutan dan mempertegas posisi Fashion Revolution sebagai gerakan advokasi fesyen terbesar di Indonesia.

Gambar 1. Kampanye #WhoMadeMyClothes



Sumber: Cloosed Loop Fashion 2022

Terdapat empat kunci utama dalam transformasi sistem industri fesyen yakni industri, kebijakan, budaya, dan gerakan sosial membentuk sebuah ekosistem perubahan yang saling terhubung dan saling memengaruhi. Masing-masing memiliki peran strategis yang unik, namun dampaknya hanya akan maksimal apabila keempat elemen ini bergerak secara selaras dan kolaboratif (Fashionrevolution.org, 2025).

Gambar 2. Skema Strategi Transformasi Industri Fesyen



Transformasi sistem fesyen global membutuhkan perubahan menyeluruh pada industri, kebijakan publik, dan budaya konsumsi, yang saling berkaitan dalam menciptakan sistem yang lebih adil dan berkelanjutan. Industri fesyen sebagai aktor utama memegang peran sentral karena mereka menentukan bagaimana pakaian dirancang, diproduksi, hingga didistribusikan. Untuk mewujudkan perubahan sistemik, industri harus meninggalkan praktik eksploratif seperti upah rendah, kondisi kerja tidak aman, dan penggunaan bahan berbahaya, serta beralih pada model bisnis berbasis transparansi, upah layak, material ramah lingkungan, dan produksi sirkular. Namun,

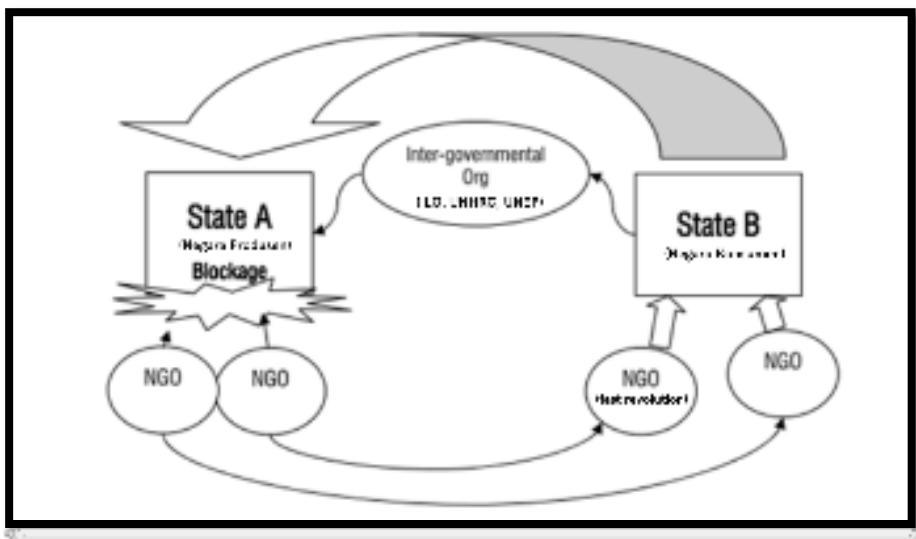
industri tidak akan berubah tanpa dorongan kuat dari regulasi pemerintah. Oleh karena itu, kebijakan publik berfungsi sebagai fondasi yang menetapkan standar kerja, upah, perlindungan lingkungan, dan transparansi rantai pasok. Pemerintah juga berperan sebagai fasilitator dengan menyediakan dukungan riset, pendidikan, dan insentif bagi praktik berkelanjutan. Dalam konteks rantai pasok yang bersifat global, regulasi nasional harus diperkuat melalui kerja sama lintas negara agar keadilan sosial di seluruh proses produksi dapat terjamin.

Selain industri dan kebijakan, budaya konsumsi berperan penting dalam mendorong perubahan dari bawah. Fenomena fast fashion tumbuh dari budaya yang memandang pakaian sebagai barang murah yang mudah dibuang, sehingga mengubah pola pikir dan kebiasaan konsumen menjadi kunci pergeseran yang lebih luas. Melalui edukasi, kampanye publik, dan representasi media, masyarakat perlu diarahkan untuk mulai mempertanyakan asal-usul pakaian serta dampaknya terhadap pekerja dan lingkungan. Di sinilah gerakan sosial seperti Fashion Revolution menjadi penggerak utama dalam menghubungkan seluruh elemen tersebut. Gerakan ini meningkatkan kesadaran publik, membangun jaringan solidaritas lintas negara, mendorong akuntabilitas industri, serta menjembatani dialog antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku industri. Dengan kampanye, advokasi, dan riset independen, gerakan sosial memberikan tekanan moral dan politik sekaligus menciptakan ruang partisipasi bagi individu yang ingin berkontribusi dalam perubahan. Sinergi antara industri, kebijakan, budaya, dan gerakan sosial inilah yang menjadi fondasi utama dalam membangun sistem fesyen yang lebih etis dan berkelanjutan (Kevin, 2019).

b. Posisi Fashion Revolution dalam Advokasi Jaringan Transnasional

Sebagai bagian dari jaringan transnasional, Fashion Revolution tidak hanya hadir sebagai gerakan sosial lokal, tetapi juga sebagai simpul penting dalam arsitektur Transnational Advocacy Networks (TAN) yang menghubungkan isu-isu global dengan dinamika lokal. Di tingkat internasional, Fashion Revolution berperan sebagai penggerak perubahan normatif dalam industri fesyen, dengan fokus pada isu transparansi, keadilan sosial, dan keberlanjutan lingkungan.

Gambar 3. Skema Teori Boomerang



Pola *boomerang* dalam teori Transnational Advocacy Networks (TAN) dapat diamati secara nyata dalam dinamika gerakan Fashion Revolution. Di banyak negara produsen pakaian seperti Bangladesh atau Kamboja pekerja garmen dan organisasi masyarakat sipil lokal kerap mengalami hambatan struktural untuk menyuarakan tuntutan mereka terhadap negara. Pemerintah cenderung tidak responsif atau bahkan berpihak pada kepentingan industri, sehingga saluran advokasi domestik tertutup. Dalam situasi seperti ini, aktor lokal membentuk aliansi dengan jaringan internasional, termasuk Fashion Revolution Global dan NGO mitra seperti Clean Clothes Campaign dan Fair Wear Foundation, yang berbasis di negara konsumen (State B) seperti Inggris, Belanda, atau Jerman. Melalui hubungan ini, terbentuklah jaringan advokasi transnasional yang mampu membawa isu lokal ke panggung internasional. Melalui kemitraan strategis dengan NGO internasional seperti Clean Clothes Campaign, Fair Wear Foundation, dan Environmental Justice Foundation, Fashion Revolution memanfaatkan mekanisme tekanan lintas batas yang dikenal sebagai boomerang pattern menurut pemikiran Keck dan Sikkink (2019).

Jaringan ini mengandalkan kekuatan kampanye global seperti *#WhoMadeMyClothes* dan *Fashion Transparency Index* sebagai alat tekanan moral dan reputasional terhadap perusahaan dan pemerintah di negara produsen. Selain itu, tekanan normatif diarahkan ke organisasi antar-pemerintah seperti ILO (*International Labour Organization*) dan UNEP (*United Nations Environment Programme*), guna memperkuat legitimasi isu dan mendorong reformasi kebijakan di tingkat global. Dari titik ini, tekanan berbalik ke negara produsen dan korporasi multinasional, memaksa

mereka untuk merespons tuntutan mengenai hak pekerja, transparansi rantai pasok, dan dampak lingkungan. Di sisi lain, Fashion Revolution Indonesia, sebagai aktor lokal di negara konsumen, memainkan peran penting dalam memperkuat tekanan tersebut melalui edukasi publik, advokasi UMKM, dan pelibatan masyarakat dalam kampanye global. Dengan begitu, gerakan ini tidak hanya menjadi saluran penerjemah norma global ke dalam konteks lokal, tetapi juga berkontribusi memperkuat tekanan internasional secara kolektif terhadap sistem fesyen global yang eksploratif.

Melalui pola boomerang yang dijalankan dalam kerangka jaringan advokasi transnasional, Fashion Revolution menunjukkan bagaimana tekanan terhadap industri fesyen tidak harus selalu datang dari dalam negara produsen, tetapi justru dapat dibangun dari luar melalui solidaritas lintas negara, kekuatan opini publik, dan kampanye konsumen global. Dalam konteks ini, posisi Indonesia sebagai negara konsumen memberikan ruang strategis bagi Fashion Revolution Indonesia untuk turut memperkuat narasi dan tekanan global melalui pendekatan lokal yang kontekstual. Namun demikian, efektivitas strategi ini tentu tidak terlepas dari berbagai tantangan yang dihadapi di lapangan, baik secara struktural maupun kultural. Oleh karena itu, bagian selanjutnya akan mengulas secara kritis capaian dan keterbatasan peran Fashion Revolution dalam mengatasi dampak *fast fashion* di Indonesia, sebagai upaya untuk melihat sejauh mana gerakan ini mampu mendorong perubahan yang bersifat transformatif dan berkelanjutan.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Fashion Revolution Indonesia berperan signifikan sebagai aktor dalam jaringan advokasi transnasional (TAN) yang mendorong praktik fesyen berkelanjutan di Indonesia melalui kampanye publik, kolaborasi lintas sektor, dan pemberdayaan komunitas. Melalui strategi seperti Fashion Revolution Week dan kampanye #WhoMadeMyClothes, organisasi ini berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai dampak negatif fast fashion serta pentingnya transparansi dalam rantai pasok fesyen. Namun, efektivitas gerakan ini masih dihambat oleh keterbatasan sumber daya, jangkauan kampanye yang belum merata, dan resistensi sebagian pelaku industri. Dengan demikian, keberhasilan advokasi jangka panjang bergantung pada penguatan kolaborasi, dukungan kebijakan pemerintah, dan meningkatnya partisipasi publik dalam mendorong transformasi industri fesyen menuju sistem yang lebih adil, transparan, dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Ahdiat. (2023). *10 negara penghasil sampah terbesar di dunia, ada Indonesia*. Databoks Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/26/10-negara-penghasil-sampah-terbesar-di-dunia-ada-indonesia>
- Apriliani, T. (n.d.). *Hubungan kerja dalam industri fast fashion: Analisis isi terhadap fenomena eksplorasi (Studi kasus film The True Cost dan Nike Sweatshops)*. Central Intelligence Agency.
- Central Intelligence Agency. (2022). *The World Factbook: Indonesia*. <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/indonesia/>
- Fashion Revolution. (2025). *Theory of change: Fashion Revolution*. <https://www.fashionrevolution.org/about/theory-of-change/>
- Fashion Revolution. (2022). *Fashion transparency index 2022* (pp. 1–107). https://issuu.com/fashionrevolution/docs/fashiontransparencyindex_2021
- Fashion Revolution. (2022). *Impact report 2021–2022*.
- Keck, M. E., & Sikkink, K. (2019). *Activists beyond borders*. Cornell University Press. <https://doi.org/10.7591/9780801471292>
- Tan, K. (2019). *Audience concern of eco-fashion by Fashion Revolution Indonesia through marketing communication in Jakarta*. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 5(2), 81. <https://doi.org/10.37535/101005220186>
- View. (2022, April 24). *Partisipasi Indonesia dalam Fashion Revolution Week 2022 di Jakarta Fashion Hub*. The Textile Map. <https://thetextilemap.com/2022/04/24/partisipasi-indonesia-dalam-fashion-revolution-week-2022-di-jakarta-fashion-hub/>