

INTISARI

Pengaruh *Modest Fashion* terhadap Budaya Konsumtif dalam Tinjauan Teori Masyarakat Konsumen Jean Baudrillard

Kemajuan teknologi memberikan kemudahan yang menjadi salah satu penopang berkembangnya dunia *fashion*. Kemunculan berbagai platform internet memicu munculnya sebuah tren dalam dunia *fashion*, hal ini tentu akan menimbulkan peralihan tren *modest fashion* yang sangat dinamis. Masyarakat berlomba-lomba untuk memenuhi akan kebutuhan *modest fashion*, demi dapat terus mengikuti tren *modest fashion*. Tanpa disadari ini menjadi alasan masyarakat menciptakan budaya konsumtif. Faktor pemicu lain dalam munculnya budaya konsumtif didasarkan atas terjadi pergeseran nilai guna dalam *modest fashion*. Saat ini *modest fashion* memiliki makna tanda yang diyakini sebagai media untuk mempresentasikan diri dimana hal ini menjadi tolak ukur kelas dan kedudukan sosial individu dalam masyarakat. Penelitian ini berupaya untuk memberikan penjelasan terkait apa nilai substansial dalam *modest fashion* dan mengetahui bagaimana pengaruh *modest fashion* terhadap budaya konsumtif masyarakat ditinjau dari teori masyarakat konsumen Jean Baudrillard.

Metode penelitian menggunakan hermeneutika filosofis dengan unsur-unsur metodis deskripsi, induksi dan deduksi, koherensi intern, holistika dan komparasi.

Hasil penelitian yang dicapai dalam penelitian ini yakni: pertama, *modest fashion* memiliki nilai substansial yang dianggap sebagai sebuah tanda. Kedua, daur hidup produk *modest fashion* yang berjalan dengan cepat memberikan pengaruh dalam perilaku konsumtif masyarakat. Selanjutnya adanya pengaruh hiperrealitas yang terjadi dalam industri iklan mempengaruhi logika sosial konsumsi dalam masyarakat.

Kata Kunci: *Modest Fashion*, Budaya Konsumtif, Tanda, Hiperrealitas,

Logika Sosial Konsumsi

ABSTRACT

The Influence of Modest Fashion on Consumer Culture in the View of Jean Baudrillard's Consumer Society Theory

Technological advancement has provided convenience that becomes one of the supporting factors for the development of the fashion industry. The emergence of various internet platforms triggers the emergence of a trend in the fashion world, this of course will cause a very dynamic shift in fashion trends. People are competing to fulfill their needs for modest fashion to keep up with the trend. Unknowingly, this has become the reason why society creates a consumerist culture. Another trigger factor for the emergence of this consumerist culture is based on the shift in values of modest fashion. Currently, modest fashion has a symbolic meaning that is believed to be a medium for self-presentation, which becomes a benchmark for an individual's social status and class in society. This research aims to explain the substantial value in modest fashion and to find out how modest fashion influences society's consumptive culture in terms of Jean Baudrillard's theory of consumer society.

The research method used in this study is philosophical hermeneutics with methodical elements such as description, induction and deduction, internal coherence, holistics, and comparison.

The research findings show that modest fashion has substantial value, which is considered as a sign. The fast-paced product lifecycle of modest fashion influences the consumerist behavior of society. Furthermore, the influence of hyperreality in the advertising industry affects the social logic of consumption in society.

Keywords: Modest Fashion, Consumer Culture, Sign, Hyperreality, Social Logic of Consumption