

## ABSTRAK

Kajian ini akan mencoba menyoroti strategi gerakan *Fashion Revolution* Indonesia dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap isu kualitas hidup buruh di industri pakaian. Perkembangan industri *fashion* memunculkan tren *fast fashion* yang memungkinkan produksi massal pakaian dalam waktu singkat dengan harga terjangkau. Akan tetapi, rendahnya harga jual pakaian produk *fast fashion* berasal dari ditekannya pembiayaan fasilitas penunjang kualitas hidup buruh yang diberikan oleh perusahaan garmen. Akibat dari fasilitas yang buruk tersebut acapkali berujung pada ambruknya gedung-gedung pabrik yang kemudian menewaskan para pekerjanya. Meski demikian, peristiwa yang seolah-olah baru bisa dianggap mengguncang dunia *fashion* ialah tragedi Rana Plaza yang menyebabkan sebanyak 1.134 buruh meninggal dunia. *Fashion Revolution* Indonesia kemudian hadir sebagai respons dalam bentuk gerakan sosial baru yang berupaya membangun kesadaran masyarakat terhadap isu kualitas hidup buruh yang bekerja di industri pakaian.

Untuk menganalisis strategi yang digunakan oleh gerakan *Fashion Revolution* Indonesia dalam mencapai tujuannya tersebut, penulis menggunakan teori dan konsep gerakan sosial baru untuk mendefinisikan *Fashion Revolution* Indonesia sebagai gerakan dalam penelitian ini serta strategi gerakan untuk menentukan strategi yang digunakan oleh *Fashion Revolution* Indonesia. Dalam menganalisis strategi dari *Fashion Revolution* Indonesia, penulis tidak hanya mengidentifikasi bentuk strategi yang digunakan. Tetapi juga melihat unsur-unsur yang dapat mendukung strategi gerakan supaya berjalan dengan efektif yakni unsur peran aktor dalam pergerakan, arena aksi, dan taktik gerakan.

Kajian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa sumber bukti antara lain dokumentasi, rekaman arsip, wawancara dengan sasaran informan penelitian serta pemanfaatan perangkat fisik atau kultural.

Temuan pada kajian ini menunjukkan bahwa *Fashion Revolution* Indonesia menggunakan Strategi Kerjasama yang merupakan bagian dari konsep Keterlibatan Kritis. Strategi Kerjasama dipilih karena memungkinkan gerakan membangun relasi dengan berbagai pihak dalam kaitannya dengan isu kualitas hidup buruh pakaian, baik berjejaring dengan pihak yang banyak berkecimpung di dunia *fashion* maupun yang tidak. Bentuk strategi tersebut juga memungkinkan gerakan *Fashion Revolution* Indonesia untuk bekerjasama dengan agen negara yang kemudian mengantarkannya pada akses terhadap sumber daya baru.

**Kata kunci:** gerakan sosial baru, strategi gerakan, *Fashion Revolution* Indonesia, kualitas hidup buruh, industri pakaian

## ABSTRACT

This study will try to highlight the social movement strategy of Fashion Revolution Indonesia on building public awareness with the ongoing issues on life qualities of clothing industry workers. The developing fashion industry has created trends of fast fashion, which centered on handling the mass production of clothing on short amount of time with affordable prices. However, the low prices of fast fashion products came from the extreme budgetting on facilities for the workers given by garment industries. Those poor work life conditions often lead to factory building collapsing and resulted on death of their workers. Yet the event that recently considered shaking the entire world of fashion was Rana Plaza tragedy that cause the passing of 1,134 workers. Fashion Revolution Indonesia then came forward as a response in the form of new social movement for the purpose of building public awareness on the issues of this clothing industries worker life qualities.

To analyze the movement strategy that being used by Fashion Revolution Indonesia on achieving their goals, I used concepts and theories of new social movement on defining Fashion Revolution Indonesia as a movement on this study along with the movement strategy to determine the strategy that is being used by Fashion Revolution Indonesia. On analysis, I am not only identifying the strategy but also observing elements that would help the movement strategy work effectively. That is the element on role of collective actors, the arena of action, and the tactics.

This is a qualitative research using case study as the method. To collect the appropriate data that is needed, I used various sources of evidence like documents, archival records, interviews with target informant for the research along with physical artifacts.

The findings on this study shows that Fashion Revolution Indonesia uses Cooperation Strategy which is a part of Critical Engagement concept. Cooperation Strategy was chosen to be used because it enables the movement to build relation with various party on connection to the garment worker's quality of life issue, including the networking effort with parties that had or had not been involved with fashion world itself. This strategy also enables Fashion Revolution Indonesia to cooperate with state agent that later help them to the access of new resources.

**Keywords:** new social movement, movement strategy, Fashion Revolution Indonesia, workers' quality of life, clothing industry