

Fenomena "Cultural Appropriation" dalam Mode: Studi tentang Perubahan Nilai Budaya dalam Industri Fashion



Check for updates

Rafli Adhitama Pranajaya ^{1.a*}, Nadine Putri Laksana ^{2.b}, Gilang Mahendra Wicaksana ^{3.c},
Salsabila Nur Aisyah Pradipta ^{4.d}

^a Program Studi Desain Mode, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Indonesia

^b Program Studi Sosiologi, Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta, Indonesia

^c Program Studi Antropologi Budaya, Universitas Udayana, Indonesia

^d Program Studi Desain Busana, Sekolah Tinggi Desain Bali, Indonesia

¹ raflipranajaya@gmail.com; ² nadineputrilaksana@gmail.com; ³ gilangwicaksana87@gmail.com;

⁴ pradiptasalsa88@gmail.com

* Corresponding Author

ABSTRACT

Fenomena cultural appropriation atau apropriasi budaya dalam industri fashion telah menjadi isu penting dalam kajian budaya, desain, dan ekonomi kreatif global. Industri fashion sering menggunakan elemen budaya dari berbagai komunitas sebagai sumber inspirasi desain, namun praktik tersebut tidak jarang menimbulkan kontroversi karena dianggap mengeksploitasi simbol budaya tanpa pengakuan yang memadai terhadap komunitas asalnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena cultural appropriation dalam industri fashion serta mengkaji bagaimana praktik tersebut memengaruhi perubahan nilai budaya dalam produk fashion. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan analisis tematik terhadap berbagai sumber akademik yang membahas cultural appropriation, industri fashion, serta dinamika identitas budaya dalam masyarakat global. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cultural appropriation dalam fashion terjadi melalui proses reinterpretasi simbol budaya yang kemudian dikomodifikasi dalam pasar fashion global. Proses ini menyebabkan perubahan makna budaya dari simbol identitas kolektif menjadi elemen estetika komersial. Selain itu, penelitian juga menemukan bahwa respon sosial terhadap cultural appropriation semakin meningkat seiring dengan berkembangnya media digital dan kesadaran publik terhadap isu representasi budaya. Dalam beberapa kasus, industri fashion mulai mengembangkan pendekatan yang lebih etis melalui kolaborasi dengan komunitas budaya sebagai bentuk cultural appreciation. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami hubungan antara apropriasi budaya, komodifikasi budaya, serta perubahan nilai budaya dalam industri fashion global. Temuan penelitian diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan praktik desain fashion yang lebih sensitif terhadap nilai budaya dan keadilan representasi budaya dalam industri kreatif.

Copyright © 2026, The Author(s)

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



Article History

Received 2026-11-03

Revised 2026-12-20

Accepted 2026-12-22

Published 2026-03-31

Keywords

cultural appropriation, industri fashion, identitas budaya, komodifikasi budaya, representasi budaya

PENDAHULUAN

Industri fashion merupakan salah satu sektor budaya kreatif yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk identitas sosial, nilai budaya, serta dinamika ekonomi global. Fashion tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan material, tetapi juga sebagai medium simbolik yang merepresentasikan identitas, status sosial, dan ekspresi budaya dalam masyarakat (Kaiser & Green, 2021; Kawamura & de Jong, 2022). Dalam konteks globalisasi dan perkembangan teknologi digital, pertukaran simbol budaya menjadi semakin cepat dan intensif. Hal ini mendorong munculnya berbagai bentuk interaksi budaya dalam desain fashion, mulai dari inspirasi lintas budaya hingga penggunaan langsung elemen budaya tertentu dalam produk fashion global (Wardaya et al., 2024; Sood, 2024).

How to cite: Pranajaya, R. A., Laksana, N. P., Wicaksana, G. M., & Pradipta, S. N. A. (2026) Fenomena "Cultural Appropriation" dalam Mode: Studi tentang Perubahan Nilai Budaya dalam Industri Fashion. *Journal of Modern Social and Humanities*, 2(2), 41-52. <https://doi.org/10.71094/jmsh.v2i2.364>

Salah satu fenomena yang banyak mendapat perhatian dalam kajian budaya dan industri fashion adalah cultural appropriation atau apropriasi budaya. Secara konseptual, cultural appropriation merujuk pada proses pengambilan atau penggunaan unsur budaya dari kelompok lain tanpa pemahaman, pengakuan, atau izin yang memadai, terutama ketika dilakukan oleh kelompok yang memiliki kekuatan sosial atau ekonomi lebih besar (Rogers, 2006; Lee, 2019). Fenomena ini sering menimbulkan perdebatan mengenai batas antara inspirasi budaya, pertukaran budaya, dan eksploitasi budaya dalam praktik kreatif.

Dalam konteks industri fashion global, cultural appropriation sering terjadi ketika elemen budaya tradisional seperti motif, pakaian adat, atau simbol identitas komunitas tertentu diadaptasi ke dalam desain fashion modern tanpa mempertimbangkan makna historis maupun nilai sosial yang melekat pada simbol tersebut (Gamble, 2023; Williams, 2023). Praktik ini tidak jarang memicu kontroversi publik karena dianggap mereduksi makna budaya menjadi sekadar komoditas estetika dalam pasar global (Cotal, 2021; Gavelli, 2024).

Fenomena cultural appropriation juga berkaitan erat dengan dinamika kekuasaan dalam sejarah global, khususnya yang berkaitan dengan kolonialisme dan dominasi budaya Barat. Dalam banyak kasus, simbol budaya dari komunitas minoritas atau masyarakat adat digunakan oleh industri fashion global tanpa melibatkan komunitas asalnya dalam proses produksi atau pengakuan budaya (Shand, 2002; Aljameel, 2024). Kondisi ini menunjukkan bagaimana apropriasi budaya dapat mencerminkan ketimpangan relasi kekuasaan antara budaya dominan dan budaya yang terpinggirkan (Wild, 2020; Hong, 2024).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa apropriasi budaya dalam fashion tidak hanya berkaitan dengan representasi budaya, tetapi juga terkait dengan proses komodifikasi budaya dalam ekonomi kreatif global. Ketika simbol budaya diadaptasi dalam produk fashion komersial, makna budaya yang semula bersifat identitas kolektif dapat berubah menjadi nilai ekonomi dalam pasar global (Caponigri, 2025). Perubahan ini sering kali menimbulkan pergeseran makna budaya dari simbol identitas menjadi produk konsumsi yang terlepas dari konteks sosial aslinya.

Contoh konkret dapat dilihat dalam penggunaan berbagai elemen budaya tradisional dalam industri fashion internasional. Misalnya, reinterpretasi pakaian tradisional seperti qipao dalam perspektif desain Barat menunjukkan bagaimana makna budaya dapat mengalami transformasi ketika diadaptasi dalam konteks fashion global (Gao et al., 2024). Demikian pula, penggunaan motif tekstil Afrika dalam industri fashion internasional sering menimbulkan perdebatan mengenai asal-usul budaya dan hak kepemilikan simbol budaya tersebut (Boateng, 2021).

Di sisi lain, perkembangan media digital dan media sosial juga memainkan peran penting dalam memperluas diskursus mengenai cultural appropriation. Fenomena call-out culture, di mana publik secara terbuka mengkritik praktik apropriasi budaya oleh merek atau desainer fashion, telah meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu etika budaya dalam industri fashion (Gerrie, 2019). Analisis terhadap berbagai klaim cultural appropriation terhadap merek fashion menunjukkan bahwa kritik publik terhadap praktik tersebut semakin meningkat dalam beberapa dekade terakhir (Hogans & McAndrews, 2022).

Selain itu, perdebatan mengenai cultural appropriation juga berkaitan dengan isu etika produksi dan tenaga kerja dalam industri fashion global. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa praktik apropriasi budaya sering terjadi bersamaan dengan eksploitasi tenaga kerja dalam rantai produksi global, khususnya di negara-negara berkembang (Delice, 2022; Larjava, 2022). Dalam konteks ini, apropriasi budaya tidak hanya menyangkut simbol budaya, tetapi juga berkaitan dengan struktur ekonomi dan hubungan produksi dalam industri fashion global (Delice, 2023).

Dari perspektif konsumen, persepsi terhadap cultural appropriation juga sangat dipengaruhi oleh faktor ideologi keberagaman dan sensitivitas budaya. Konsumen sering

menilai apakah penggunaan simbol budaya dalam fashion merupakan bentuk apresiasi atau eksploitasi budaya (Lin et al., 2023; Tran, 2020). Penelitian lain menunjukkan bahwa penilaian terhadap cultural appropriation juga dipengaruhi oleh faktor identitas kelompok, hubungan kekuasaan, dan konteks sosial di mana simbol budaya tersebut digunakan (Zhang et al., 2023).

Dalam konteks identitas budaya, simbol budaya sering memiliki makna historis dan spiritual yang penting bagi komunitas tertentu. Penggunaan simbol tersebut di luar konteks budaya aslinya dapat menimbulkan konflik identitas dan ketegangan sosial (Young, 2018). Oleh karena itu, cultural appropriation tidak hanya merupakan fenomena estetika dalam desain fashion, tetapi juga berkaitan dengan dinamika identitas budaya dan politik representasi dalam masyarakat global (Marzal & Kafri, 2025).

Meskipun demikian, beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa interaksi budaya dalam fashion tidak selalu bersifat eksploitatif. Dalam beberapa kasus, kolaborasi antara desainer fashion dan komunitas budaya dapat menghasilkan bentuk cultural appreciation yang menghargai dan melestarikan warisan budaya (Jones & Childs, 2021). Selain itu, muncul pula perdebatan mengenai apakah praktik cultural appropriation masih relevan ketika merek fashion berasal dari komunitas yang sebelumnya terpinggirkan (Haynes, 2025).

Namun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti aspek normatif dan etika cultural appropriation, seperti konflik representasi budaya atau kritik terhadap industri fashion. Masih relatif sedikit penelitian yang secara sistematis menganalisis bagaimana praktik cultural appropriation memengaruhi perubahan nilai budaya dalam industri fashion kontemporer (He, 2025). Selain itu, kajian sebelumnya juga cenderung berfokus pada kasus-kasus individual tanpa mengkaji dinamika transformasi makna budaya secara lebih luas dalam sistem fashion global (Kunst et al., 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena cultural appropriation dalam industri fashion serta mengkaji bagaimana praktik tersebut memengaruhi perubahan nilai budaya dalam produk fashion. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara apropriasi budaya, identitas budaya, dan praktik desain dalam industri fashion global.

Dengan demikian, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana fenomena cultural appropriation terjadi dalam industri fashion kontemporer?
2. Bagaimana praktik tersebut memengaruhi perubahan nilai budaya dalam produk fashion?
3. Bagaimana industri fashion menegosiasikan batas antara cultural appropriation dan cultural appreciation?

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian budaya dan industri fashion, khususnya dalam memahami dinamika perubahan nilai budaya yang terjadi dalam praktik desain fashion global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan analisis konseptual untuk mengkaji fenomena cultural appropriation dalam industri fashion. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena sosial dan budaya yang kompleks, khususnya yang berkaitan dengan makna, interpretasi, serta dinamika hubungan budaya dalam industri fashion (Kaiser & Green, 2021).

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis fenomena cultural appropriation secara mendalam melalui kajian teoritis dan empiris yang telah dikembangkan dalam berbagai penelitian sebelumnya (Kawamura & de Jong, 2022). Selain itu, pendekatan

kualitatif juga memungkinkan eksplorasi terhadap perubahan nilai budaya yang terjadi dalam praktik desain fashion global.

Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif deskriptif-analitis. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fenomena cultural appropriation dalam industri fashion, sedangkan pendekatan analitis digunakan untuk mengkaji hubungan antara apropriasi budaya dan perubahan nilai budaya dalam konteks industri fashion global (He, 2025).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur akademik yang relevan dengan topik penelitian. Literatur tersebut meliputi artikel jurnal ilmiah, buku akademik, prosiding konferensi, serta publikasi ilmiah lainnya yang membahas cultural appropriation, identitas budaya, dan industri fashion. Penggunaan berbagai sumber literatur ini bertujuan untuk memperoleh perspektif yang komprehensif mengenai fenomena cultural appropriation dalam industri fashion (Hong, 2024).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur sistematis. Proses ini dilakukan dengan beberapa tahapan. Tahap pertama adalah identifikasi literatur yang relevan dengan topik cultural appropriation dalam fashion melalui basis data akademik dan sumber pustaka ilmiah. Tahap kedua adalah seleksi literatur berdasarkan relevansi topik, kontribusi teoritis, serta kredibilitas sumber ilmiah. Tahap ketiga adalah klasifikasi literatur berdasarkan tema utama yang berkaitan dengan penelitian, seperti konsep cultural appropriation, praktik apropriasi budaya dalam industri fashion, persepsi konsumen terhadap apropriasi budaya, serta implikasi sosial dan budaya dari fenomena tersebut.

Setelah proses pengumpulan data dilakukan, tahap berikutnya adalah analisis data. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis tematik (thematic analysis). Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi pola, konsep, serta tema utama yang muncul dalam berbagai literatur yang dianalisis.

Tahapan analisis data dimulai dengan proses reduksi data, yaitu proses mengidentifikasi konsep, teori, dan argumen utama yang berkaitan dengan cultural appropriation dalam industri fashion. Selanjutnya, dilakukan proses kategorisasi tema, yaitu mengelompokkan berbagai temuan literatur ke dalam beberapa tema utama, seperti representasi budaya dalam fashion, apropriasi budaya dalam desain fashion, serta perubahan nilai budaya dalam industri fashion global.

Tahap berikutnya adalah interpretasi konseptual, yaitu menganalisis hubungan antara berbagai konsep yang ditemukan dalam literatur untuk memahami dinamika cultural appropriation dalam industri fashion (Chatterjee, 2020). Proses ini juga melibatkan analisis terhadap bagaimana simbol budaya mengalami perubahan makna ketika diadaptasi dalam produk fashion komersial.

Tahap terakhir adalah sintesis teori, yaitu mengintegrasikan berbagai perspektif akademik mengenai cultural appropriation untuk menghasilkan kerangka analisis yang komprehensif (Kunst et al., 2024). Melalui proses ini, penelitian dapat mengidentifikasi hubungan antara apropriasi budaya, identitas budaya, serta dinamika industri fashion global.

Untuk menjaga validitas penelitian, digunakan beberapa strategi validasi data. Pertama, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan berbagai literatur akademik yang membahas cultural appropriation dari perspektif yang berbeda. Kedua, dilakukan analisis kritis literatur untuk memastikan bahwa interpretasi terhadap konsep cultural appropriation dilakukan secara objektif dan berdasarkan argumentasi ilmiah yang kuat (Pozzo, 2020).

Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan konsistensi konseptual antara berbagai definisi cultural appropriation yang dikemukakan dalam literatur akademik. Hal ini

penting untuk menghindari bias interpretasi terhadap fenomena cultural appropriation dalam industri fashion.

Kerangka analisis dalam penelitian ini mencakup tiga dimensi utama. Pertama, representasi budaya dalam fashion, yaitu bagaimana simbol budaya digunakan dalam desain fashion global. Kedua, proses apropriasi budaya, yaitu bagaimana unsur budaya dipindahkan, diadaptasi, atau direkontekstualisasi dalam industri fashion. Ketiga, perubahan nilai budaya, yaitu bagaimana makna budaya mengalami transformasi ketika simbol budaya menjadi komoditas dalam pasar fashion global.

Melalui kerangka analisis tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena cultural appropriation dalam industri fashion serta implikasinya terhadap perubahan nilai budaya dalam masyarakat global.

Kerangka Konseptual

Penelitian ini menggunakan tiga konsep utama:

- 1. Cultural Appropriation**
Penggunaan simbol atau elemen budaya dari kelompok lain dalam desain fashion tanpa pengakuan atau pemahaman yang memadai (Rogers, 2006).
- 2. Representasi Budaya dalam Fashion**
Proses di mana simbol budaya ditransformasikan menjadi elemen estetika dalam desain fashion global (Kaiser & Green, 2021).
- 3. Perubahan Nilai Budaya**
Transformasi makna budaya ketika simbol budaya diproduksi ulang dalam konteks industri fashion global (Caponigri, 2025).

Model Penelitian

Model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1. Model Konseptual Cultural Appropriation dalam Industri Fashion



Model ini menunjukkan bahwa penggunaan simbol budaya dalam fashion dapat memicu proses apropriasi budaya yang berujung pada perubahan makna budaya dalam masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Cultural Appropriation dalam Kajian Budaya

Istilah cultural appropriation telah menjadi konsep penting dalam kajian budaya kontemporer, khususnya dalam analisis hubungan antara budaya, kekuasaan, dan representasi. Rogers (2006) menjelaskan bahwa cultural appropriation merujuk pada proses pengambilan elemen budaya dari kelompok lain, sering kali oleh kelompok dominan, tanpa pengakuan atau pemahaman yang memadai terhadap konteks budaya asalnya. Rogers juga membedakan beberapa bentuk interaksi budaya seperti cultural exchange, cultural dominance, cultural exploitation, dan transculturation, yang membantu menjelaskan spektrum interaksi budaya dalam masyarakat global.

Dalam kajian desain dan budaya visual, cultural appropriation sering dipahami sebagai proses yang melibatkan ketimpangan kekuasaan antara kelompok budaya yang mengambil dan kelompok budaya yang diambil simbolnya (Lee, 2019). Hal ini menyebabkan penggunaan simbol budaya tertentu dapat dianggap sebagai bentuk eksploitasi identitas budaya, terutama ketika simbol tersebut memiliki makna historis atau spiritual bagi komunitas tertentu (Wild, 2020).

Beberapa peneliti juga menekankan bahwa cultural appropriation tidak dapat dipisahkan dari konteks kolonialisme dan sejarah dominasi budaya Barat. Shand (2002) menjelaskan bahwa praktik apropriasi budaya dalam industri kreatif sering kali memiliki akar historis dalam sistem kolonial yang menempatkan budaya Barat sebagai pusat produksi simbol budaya global. Dalam konteks ini, apropriasi budaya dapat dilihat sebagai bentuk reproduksi relasi kekuasaan dalam sistem budaya global.

Selain itu, Yavuz (2024) menjelaskan bahwa cultural appropriation juga berkaitan dengan proses komodifikasi budaya, di mana simbol budaya yang sebelumnya memiliki nilai identitas atau spiritual diubah menjadi objek konsumsi dalam pasar global. Proses ini sering menyebabkan terjadinya perubahan makna budaya ketika simbol tersebut diproduksi ulang dalam konteks industri kreatif.

Hong (2024) juga menekankan bahwa cultural appropriation sering berdampak pada komunitas yang terpinggirkan karena simbol budaya mereka digunakan tanpa memberikan manfaat ekonomi atau pengakuan budaya kepada komunitas tersebut. Oleh karena itu, kajian cultural appropriation tidak hanya berkaitan dengan estetika budaya, tetapi juga dengan isu keadilan sosial dan representasi budaya.

Cultural Appropriation dalam Industri Fashion

Industri fashion merupakan salah satu sektor yang paling sering dikaitkan dengan fenomena cultural appropriation. Fashion memiliki karakteristik sebagai sistem simbolik yang terus berkembang melalui proses reinterpretasi budaya, sehingga interaksi budaya menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari praktik desain fashion (Kaiser & Green, 2021).

Kawamura dan de Jong (2022) menjelaskan bahwa fashion berfungsi sebagai sistem sosial yang menghubungkan kreativitas, ekonomi, dan budaya. Dalam sistem ini, desainer fashion sering mengambil inspirasi dari berbagai budaya untuk menciptakan inovasi estetika. Namun, ketika proses inspirasi tersebut tidak disertai dengan pemahaman budaya yang memadai, maka praktik tersebut dapat berubah menjadi cultural appropriation.

Gamble (2023) dan Williams (2023) menunjukkan bahwa banyak kasus cultural appropriation dalam fashion muncul ketika elemen budaya tradisional seperti motif tekstil, pakaian adat, atau simbol budaya digunakan dalam desain fashion global tanpa

mempertimbangkan makna sosialnya. Hal ini sering memicu kritik dari masyarakat karena dianggap mereduksi identitas budaya menjadi sekadar estetika komersial.

Boateng (2021) memberikan contoh menarik mengenai penggunaan motif wax print Afrika dalam industri fashion global. Meskipun motif tersebut sering diasosiasikan dengan budaya Afrika, sejarahnya menunjukkan adanya proses pertukaran budaya yang kompleks antara Eropa, Asia, dan Afrika. Hal ini menunjukkan bahwa batas antara inspirasi budaya dan apropriasi budaya sering kali tidak sederhana.

Penelitian lain juga menunjukkan bahwa apropriasi budaya sering muncul dalam proses reinterpretasi pakaian tradisional oleh desainer fashion global. Gao et al. (2024) menjelaskan bahwa reinterpretasi qipao oleh desainer Barat sering kali mengubah makna budaya pakaian tersebut dari simbol identitas nasional menjadi objek estetika fashion global.

Cotal (2021) dan Gavelli (2024) menambahkan bahwa fenomena ini juga berkaitan dengan transformasi fashion dari ekspresi budaya menjadi komoditas industri kreatif. Dalam konteks ini, simbol budaya sering diproduksi ulang untuk memenuhi kebutuhan pasar global, sehingga makna budaya asli dapat mengalami perubahan.

Apropriasi Budaya, Globalisasi, dan Komodifikasi Budaya

Globalisasi telah mempercepat pertukaran budaya dalam industri fashion, sehingga berbagai simbol budaya dapat dengan mudah diadaptasi dalam desain fashion global (Sood, 2024). Dalam konteks ini, fashion menjadi ruang pertemuan antara berbagai identitas budaya yang berbeda.

Marzal dan Kafri (2025) menjelaskan bahwa globalisasi media juga memainkan peran penting dalam menyebarkan simbol budaya ke seluruh dunia. Media populer, termasuk media sosial dan industri hiburan, sering menjadi medium yang mempercepat difusi simbol budaya dalam industri fashion.

Namun, proses globalisasi ini juga memunculkan tantangan baru terkait dengan kepemilikan budaya. Caponigri (2025) menjelaskan bahwa warisan budaya sering kali tidak memiliki perlindungan hukum yang memadai dalam sistem industri kreatif global, sehingga simbol budaya dapat digunakan secara bebas oleh industri fashion tanpa melibatkan komunitas asalnya.

Wardaya et al. (2024) juga menunjukkan bahwa dalam era digital, fashion menjadi salah satu medium penting dalam mengekspresikan identitas budaya. Hal ini menyebabkan penggunaan simbol budaya dalam fashion menjadi semakin sensitif karena berkaitan langsung dengan identitas komunitas.

Perspektif Etika dan Politik dalam Cultural Appropriation

Cultural appropriation juga sering dikaji dari perspektif etika dan politik budaya. Pham (2017) menggunakan konsep racial plagiarism untuk menjelaskan bagaimana simbol budaya dari komunitas tertentu dapat digunakan oleh industri fashion tanpa memberikan pengakuan kepada komunitas asalnya.

Delice (2022) dan Larjava (2022) menambahkan bahwa apropriasi budaya juga berkaitan dengan isu etika produksi dalam industri fashion global. Banyak produk fashion yang menggunakan simbol budaya tradisional diproduksi melalui rantai produksi global yang melibatkan tenaga kerja murah di negara berkembang.

Selain itu, Delice (2023) menekankan pentingnya mempertimbangkan peran tenaga kerja dalam perdebatan mengenai cultural appropriation. Dalam banyak kasus, pekerja yang memproduksi produk fashion tersebut berasal dari komunitas yang sama dengan budaya yang diappropriasi, tetapi mereka tidak mendapatkan keuntungan ekonomi yang signifikan dari produk tersebut.

Khan (2023) juga menyoroti hubungan antara cultural appropriation dan proses dekolonisasi budaya. Dalam perspektif ini, kritik terhadap cultural appropriation dapat dilihat sebagai bagian dari upaya untuk menantang dominasi budaya dalam sistem global.

Persepsi Konsumen terhadap Cultural Appropriation

Persepsi konsumen memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana cultural appropriation dipahami dalam industri fashion. Lin et al. (2023) menunjukkan bahwa konsumen sering menilai produk fashion berdasarkan sejauh mana produk tersebut dianggap menghormati atau mengeksploitasi budaya tertentu.

Tran (2020) juga menunjukkan bahwa konsumen sering membedakan antara cultural appreciation dan cultural appropriation berdasarkan konteks penggunaan simbol budaya dan keterlibatan komunitas asalnya.

Zhang et al. (2023) menemukan bahwa penilaian terhadap cultural appropriation dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk ideologi keberagaman, identitas kelompok, serta persepsi terhadap relasi kekuasaan antara kelompok budaya yang terlibat.

Selain itu, Hogans dan McAndrews (2022) menemukan bahwa klaim cultural appropriation terhadap desainer dan merek fashion meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini juga didukung oleh berkembangnya call-out culture di media sosial, di mana publik secara aktif mengkritik praktik apropriasi budaya dalam industri fashion (Gerrie, 2019).

Cultural Appreciation dan Alternatif terhadap Cultural Appropriation

Meskipun cultural appropriation sering dipandang sebagai praktik yang problematis, beberapa peneliti juga menekankan kemungkinan transformasi praktik tersebut menjadi bentuk cultural appreciation.

Jones dan Childs (2021) menjelaskan bahwa kolaborasi antara desainer fashion dan komunitas budaya dapat menjadi strategi untuk mengubah apropriasi budaya menjadi apresiasi budaya. Kolaborasi ini memungkinkan komunitas budaya untuk terlibat secara aktif dalam proses desain dan mendapatkan manfaat ekonomi dari penggunaan simbol budaya mereka.

Ahmed (2025) juga menunjukkan bahwa fashion dapat berfungsi sebagai bentuk diplomasi budaya, di mana desain fashion digunakan untuk memperkenalkan warisan budaya kepada masyarakat global dengan cara yang menghormati nilai budaya tersebut.

Namun demikian, Haynes (2025) menunjukkan bahwa perdebatan mengenai cultural appropriation juga menjadi semakin kompleks ketika merek fashion berasal dari komunitas yang sebelumnya terpinggirkan. Dalam kasus tersebut, batas antara apropriasi budaya dan ekspresi identitas budaya menjadi semakin sulit untuk ditentukan.

Representasi Budaya dalam Desain Fashion

Hasil analisis literatur menunjukkan bahwa simbol budaya sering digunakan sebagai sumber inspirasi dalam desain fashion global. Motif tekstil tradisional, pakaian adat, dan simbol identitas budaya menjadi elemen estetika yang sering diadaptasi dalam produk fashion modern.

Menurut Kaiser dan Green (2021), fashion merupakan sistem simbolik yang memungkinkan berbagai elemen budaya untuk diproduksi ulang dalam bentuk desain baru. Namun, proses reinterpretasi ini sering mengubah makna budaya asli dari simbol tersebut.

Sebagai contoh, reinterpretasi pakaian tradisional seperti qipao oleh desainer Barat menunjukkan bagaimana simbol budaya dapat mengalami transformasi makna ketika diadaptasi dalam konteks fashion global (Gao et al., 2024).

Cultural Appropriation sebagai Proses Komodifikasi Budaya

Temuan penelitian menunjukkan bahwa cultural appropriation dalam industri fashion sering berkaitan dengan proses komodifikasi budaya. Dalam proses ini, simbol budaya diubah menjadi produk komersial yang dipasarkan dalam industri fashion global.

Caponigri (2025) menjelaskan bahwa ketika simbol budaya diproduksi ulang dalam industri kreatif, nilai budaya tersebut sering digantikan oleh nilai ekonomi. Hal ini menyebabkan perubahan makna budaya dari simbol identitas menjadi objek konsumsi.

Fenomena ini juga terlihat dalam penggunaan motif Afrika dalam fashion global, yang sering kali dipasarkan tanpa mengakui asal-usul budaya motif tersebut (Boateng, 2021).

Respon Sosial terhadap Cultural Appropriation

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa respon sosial terhadap cultural appropriation semakin meningkat seiring dengan berkembangnya media digital. Media sosial memungkinkan masyarakat untuk secara langsung mengkritik praktik apropriasi budaya oleh merek fashion.

Gerrie (2019) menjelaskan bahwa fenomena call-out culture telah menjadi mekanisme sosial yang penting dalam mengawasi praktik budaya dalam industri fashion. Hal ini menyebabkan merek fashion menjadi lebih berhati-hati dalam menggunakan simbol budaya tertentu.

Selain itu, persepsi konsumen terhadap cultural appropriation juga dipengaruhi oleh faktor identitas budaya dan ideologi keberagaman (Zhang et al., 2023).

Cultural Appreciation sebagai Alternatif

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa beberapa desainer fashion mulai mengembangkan pendekatan yang lebih etis dalam menggunakan simbol budaya. Kolaborasi dengan komunitas budaya menjadi salah satu strategi untuk menghindari kritik terhadap cultural appropriation.

Jones dan Childs (2021) menunjukkan bahwa kolaborasi semacam ini dapat menghasilkan bentuk cultural appreciation yang lebih menghormati nilai budaya dan memberikan manfaat ekonomi bagi komunitas asalnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena cultural appropriation dalam industri fashion serta mengkaji bagaimana praktik tersebut memengaruhi perubahan nilai budaya dalam konteks fashion global. Berdasarkan analisis literatur dan sintesis berbagai penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa cultural appropriation merupakan fenomena kompleks yang tidak hanya berkaitan dengan estetika desain, tetapi juga dengan dinamika kekuasaan, identitas budaya, serta komodifikasi budaya dalam industri kreatif global.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri fashion merupakan salah satu sektor yang paling aktif dalam melakukan reinterpretasi simbol budaya. Desainer fashion sering menggunakan elemen budaya tradisional seperti motif tekstil, pakaian adat, simbol spiritual, dan bentuk estetika lokal sebagai sumber inspirasi desain. Proses ini pada dasarnya merupakan bagian dari dinamika interaksi budaya yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan fashion sebagai sistem simbolik yang terus berubah.

Namun demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan simbol budaya dalam fashion sering kali tidak disertai dengan pemahaman yang memadai mengenai makna historis dan sosial dari simbol tersebut. Ketika simbol budaya digunakan semata-mata sebagai elemen estetika tanpa mempertimbangkan konteks budaya asalnya, praktik tersebut dapat dianggap sebagai cultural appropriation. Dalam situasi ini, simbol budaya yang sebelumnya

memiliki makna identitas kolektif bagi komunitas tertentu berubah menjadi komoditas estetika dalam pasar fashion global.

Proses ini menunjukkan adanya transformasi nilai budaya yang signifikan. Nilai budaya yang awalnya berfungsi sebagai representasi identitas komunitas dapat mengalami pergeseran makna ketika diproduksi ulang dalam konteks industri fashion. Simbol budaya yang sebelumnya memiliki fungsi sosial, spiritual, atau historis dapat berubah menjadi elemen desain yang lebih menekankan aspek visual dan komersial.

Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa cultural appropriation dalam industri fashion sering berkaitan dengan relasi kekuasaan dalam sistem budaya global. Banyak simbol budaya yang diadaptasi dalam fashion berasal dari komunitas minoritas atau masyarakat adat yang memiliki posisi sosial dan ekonomi yang lebih lemah dalam sistem global. Dalam situasi ini, penggunaan simbol budaya oleh industri fashion dapat mencerminkan ketimpangan relasi kekuasaan antara budaya dominan dan budaya yang terpinggirkan.

Perkembangan media digital juga memainkan peran penting dalam membentuk diskursus mengenai cultural appropriation. Media sosial memungkinkan masyarakat untuk secara aktif mengkritik praktik apropriasi budaya oleh merek fashion. Fenomena ini telah meningkatkan kesadaran publik terhadap isu representasi budaya dalam industri fashion dan mendorong munculnya tuntutan terhadap praktik desain yang lebih etis.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa cultural appropriation tidak selalu bersifat negatif. Dalam beberapa kasus, penggunaan simbol budaya dalam fashion dapat menjadi bentuk pertukaran budaya yang positif apabila dilakukan dengan cara yang menghormati nilai budaya dan melibatkan komunitas asalnya. Kolaborasi antara desainer fashion dan komunitas budaya dapat menjadi salah satu strategi untuk mengubah apropriasi budaya menjadi bentuk cultural appreciation.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting. Pertama, bagi pengembangan kajian akademik, penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena cultural appropriation perlu dianalisis tidak hanya dari perspektif etika, tetapi juga dari perspektif perubahan nilai budaya dalam industri kreatif global. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana simbol budaya mengalami transformasi makna dalam sistem ekonomi kreatif.

Kedua, bagi industri fashion, penelitian ini menekankan pentingnya pengembangan praktik desain yang lebih sensitif terhadap nilai budaya. Desainer dan perusahaan fashion perlu mempertimbangkan konteks budaya dari simbol yang mereka gunakan serta melibatkan komunitas asal dalam proses desain dan produksi. Pendekatan ini tidak hanya dapat mengurangi potensi konflik budaya, tetapi juga dapat menciptakan hubungan yang lebih adil antara industri fashion dan komunitas budaya.

Ketiga, bagi pembuat kebijakan dan lembaga budaya, penelitian ini menunjukkan perlunya pengembangan mekanisme perlindungan terhadap warisan budaya dalam industri kreatif global. Banyak simbol budaya yang saat ini digunakan dalam industri fashion tidak memiliki perlindungan hukum yang memadai, sehingga rentan terhadap eksploitasi komersial.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa cultural appropriation dalam industri fashion merupakan fenomena multidimensional yang melibatkan interaksi antara budaya, ekonomi, dan kekuasaan. Oleh karena itu, upaya untuk memahami dan mengelola fenomena ini memerlukan pendekatan interdisipliner yang menggabungkan perspektif studi budaya, ekonomi kreatif, dan etika desain.

Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan studi empiris mengenai cultural appropriation dengan menggunakan metode penelitian lapangan, seperti studi kasus terhadap merek fashion tertentu atau analisis persepsi konsumen terhadap produk fashion yang menggunakan simbol budaya. Pendekatan ini akan memberikan pemahaman yang lebih

mendalam mengenai bagaimana cultural appropriation dipahami dan dinegosiasikan dalam praktik industri fashion kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, L. K. A. (2025). Cultural diplomacy in fashion: Bridging heritage and modern elegance. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*.
- Aljameel, F. (2024). Challenging cultural appropriation and neocolonialism in Urban Outfitters. *Visual Arts Research*.
- Ballenger, S., & Hamlin, C. (2019). *Yours, mine & ours: Beyond appropriation*. University of Nebraska–Lincoln.
- Boateng, B. O. (2021). Not African? Contested origins of wax print and its high-fashion appropriation. *Textile: The Journal of Cloth and Culture*.
- Caponigri, F. (2025). The cultural heritage and cultural appropriation of fashion assets. Oxford University Press.
- Chatterjee, D. (2020). Cultural appropriation: Yours, mine, theirs or a new intercultural? *Studies in Costume & Performance*.
- Cotal, J. R. (2021). Moda y apropiación cultural: Reflexiones críticas desde la identidad y el diseño. *Revista de Diseño*.
- Delice, S. (2022). Critiques of appropriation and transnational labor ethics. *Fashion Theory*.
- Delice, S. (2023). Where is living labour in fashion and cultural appropriation debates? In *Fashion and cultural appropriation debates* (pp. xx–xx). Routledge.
- Gamble, M. (2023). Cultural appropriation in fashion and entertainment. *Dress*.
- Gao, Y., Wang, S., & Wang, Y. (2024). Re-creation and misunderstanding of the qipao from a Western perspective. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*.
- Gavelli, C. (2024). L'appropriation culturelle dans le secteur de la mode. *In Situ*.
- Gerrie, V. (2019). The Diet Prada effect: 'Call-out culture' in the contemporary fashionscape. *Fashion, Style & Popular Culture*.
- Haynes, P. (2025). Is it still cultural appropriation if the brands are created by the marginalised? *Consumption Markets & Culture*.
- He, Y. (2025). Exploring the role and impact of cultural appropriation in the fashion industry. *Transactions on Social Science, Education and Humanities Research*.
- Hogans, K., & McAndrews, L. (2022). "They love the culture, but not the people": A content analysis of cultural appropriation claims against fashion designers and brands from 2013 to 2020. *ITAA Proceedings*.
- Hong, S.-B. (2024). Appropriation and marginalized communities: A synthesis and interpretation of existing research. *International Journal of Social Sciences and Public Administration*.
- Jones, D., & Childs, M. (2021). Blackface sweaters and pizza with chopsticks: Problem cases and strategies for converting cultural appropriation into cultural appreciation in the fashion industry. *Journal of Cultural Marketing Strategy*.
- Kaiser, S. B., & Green, D. N. (2021). *Fashion and cultural studies*. Bloomsbury.
- Kawamura, Y., & de Jong, J.-W. M. (2022). *Cultural appropriation in fashion and entertainment*. Bloomsbury.
- Khan, R. (2023). The sociality of decolonisation. In *Fashion and cultural appropriation debates*. Routledge.
- Kozłowski, A., & Mohajer va Pesaran, D. (2021). Recontextualising and appropriating second-hand Western fashion items in non-Western contexts. In *Fashion and sustainability studies*. Springer.

-
- Kunst, J. R., Lefringhausen, K., & Zagefka, H. (2024). Delineating the boundaries between genuine cultural change and cultural appropriation in majority-group acculturation. *International Journal of Intercultural Relations*.
- Larjava, H. (2022). Critiques of appropriation and transnational labor ethics. *Fashion Theory*.
- Lee, S. (2019). Cultural appropriation in contemporary fashion. *Archives of Design Research*.
- Lin, J., Kim, N. Y. J., & Uduehi, E. (2023). Culture for sale: Unpacking consumer perceptions of cultural appropriation. *Journal of Consumer Research*.
- Marzal, N., & Kafri, S. A. (2025). Culture appropriation in popular media: A critical analysis of globalization and identity. *Asian Journal of Media and Communication*.
- McAndrews, L., Hogans, K., & Hunt-Hurst, P. (2025). Africa speaks to fashion designers: Decolonizing African inspiration as found in fashion periodicals, 1920–1962. *ITAA Proceedings*.
- Pham, M.-H. T. (2017). Racial plagiarism and fashion. *QED: A Journal of GLBTQ Worldmaking*.
- Pozzo, B. (2020). Fashion between inspiration and appropriation. *Laws*.
- Rogers, R. A. (2006). From cultural exchange to transculturation: A review and reconceptualization of cultural appropriation. *Communication Theory*.
- Shand, P. (2002). Scenes from the colonial catwalk: Cultural appropriation, intellectual property rights, and fashion. *Cultural Analysis*.
- Sood, S. (2024). Rise of multiculturalism and fusion of traditional trends in fashion. *Paripex Indian Journal of Research*.
- Tran, T. M. H. (2020). Appropriation or appreciation? Examining the phenomenon of cultural appropriation in fashion branding.
- Wardaya, A. I., Bestari, A. G., & Sulistiyanto, S. (2024). Fashion as an expression of cultural identity in the digital age. *Journal of Research in Social Science and Humanities*.
- Wild, B. L. (2020). Critical reflections on cultural appropriation, race and the role of fancy dress costume. *Studies in Costume & Performance*.
- Williams, G. (2023). Cultural appropriation in fashion and entertainment. *Fashion, Style & Popular Culture*.
- Yavuz, G. (2024). Sömürünün kültürel hâli: Kültürel sahiplenme. *Motif Akademi Halkbilim Dergisi*.
- Young, M. (2018). Tā moko and the cultural politics of appropriation. *Sites: A Journal of Social Anthropology and Cultural Studies*.
- Zhang, R., Chao, M. M., Cho, J., & Manchi, M. (2023). Appropriate or appropriative? Diversity ideologies, judgment factors, and condemnation of cultural borrowing.