



Budaya *Fast Fashion* Orang Muda dan Krisis Ekologis: Tantangan Katekese di Era Digital

Jesica Cindini br Sembiring^{1*}, Monica Innanda Chiaralazzo², Intansakti Pius X³
Sekolah Tinggi Pastoral Yayasan IPI, Malang, Indonesia/Pendidikan Keagamaan Katolik

*Penulis Korespondensi: jesciacindinibrsembiring@email.com

Abstract. The rapid advancement of information technology has reshaped modern society, in particular influencing how young individuals express their identities through fashion. The choice of clothing goes beyond mere practical functions, becoming a symbol of social status and values as young people attempt to adapt to rapidly changing trends, driven largely by digital platforms such as social media. These phenomena have simultaneously led to alarming waste production and environmental degradation, reflecting the mismatch between modern lifestyles and theological mandates on the management of creation. The fast-paced fashion industry, characterized by rapid production cycles and high consumerism, exacerbates the ecological crisis by generating large amounts of textile waste and contributing to detrimental practices in global supply chains. The study uses a qualitative approach, emphasizing literature research to analyze relevant literature and synthesize findings into meaningful discourse. Ultimately, it advocates a transformative catechesis that integrates ecological awareness into the formation of young people's faith, leveraging digital spaces to advocate for simplicity and community engagement in sustainable practices. The challenges faced in fostering this ecological awareness include the prevalence of a culture of instant gratification and the gap between knowledge and action, which hinders the alignment of belief with action. Theological reflection further emphasizes the spiritual implications of consumer behavior, placing ecological responsibility as a fundamental aspect of authentic expression of faith. Based on these insights, this paper underscores the importance for the Church to be proactively involved in the fight for ecological preservation, recognizing that true faith is manifested through tangible actions that honor the divine creation.

Keywords: *Digital Age; Fast Fashion; Catechesis; Ecological Crisis; Sustainable Lifestyle.*

Abstrak. Kemajuan pesat teknologi informasi telah membentuk kembali masyarakat modern, khususnya memengaruhi bagaimana individu muda mengekspresikan identitas mereka melalui mode. Pilihan pakaian melampaui sekadar fungsi praktis, menjadi simbol status sosial dan nilai-nilai seiring dengan upaya kaum muda untuk menyesuaikan diri dengan tren yang cepat berubah, yang sebagian besar didorong oleh platform digital seperti media sosial. Fenomena ini secara bersamaan telah menyebabkan produksi limbah yang mengkhawatirkan dan degradasi lingkungan, yang mencerminkan ketidaksesuaian antara gaya hidup modern dan amanat teologis tentang pengelolaan ciptaan. Industri fashion cepat, yang dicirikan oleh siklus produksi yang cepat dan konsumerisme yang tinggi, memperburuk krisis ekologi dengan menghasilkan limbah tekstil dalam jumlah besar dan berkontribusi pada praktik-praktik yang merugikan dalam rantai pasokan global. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan menekankan riset kepustakaan untuk menganalisis literatur yang relevan dan mensintesis temuan ke dalam wacana yang bermakna. Pada akhirnya, hal ini menganjurkan katekese transformatif yang mengintegrasikan kesadaran ekologis ke dalam pembentukan iman kaum muda, memanfaatkan ruang digital untuk mengadvokasi kesederhanaan dan keterlibatan komunitas dalam praktik berkelanjutan. Tantangan yang dihadapi dalam menumbuhkan kesadaran ekologis ini meliputi prevalensi budaya kepuasan instan dan kesenjangan antara pengetahuan dan tindakan, yang menghambat penyelarasan keyakinan dengan tindakan. Refleksi teologis lebih lanjut menekankan implikasi spiritual dari perilaku konsumen, menempatkan tanggung jawab ekologis sebagai aspek mendasar dari ekspresi iman yang otentik. Berdasarkan wawasan ini, makalah ini menggarisbawahi pentingnya bagi Gereja untuk secara proaktif terlibat dalam memperjuangkan pelestarian ekologi, dengan mengakui bahwa iman sejati terwujud melalui tindakan nyata yang menghormati ciptaan ilahi.

Kata kunci: Era Digital; Fast Fashion; Katekese; Krisis Ekologis; Gaya Hidup Berkelanjutan.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan masyarakat modern yang ditandai oleh akselerasi teknologi informasi dan komunikasi telah menghasilkan perubahan mendasar dalam pola hidup dan cara orang muda mengekspresikan identitas dirinya. Cara berpakaian menjadi salah satu pilihan paling

konkret dalam menampilkan identitas dan citra diri di ruang publik. Pilihan busana tidak lagi semata-mata berfungsi sebagai penutup tubuh, melainkan sebagai simbol representasi nilai, selera, bahkan posisi sosial yang ingin ditampilkan kepada orang lain. Mudah-mudahan masyarakat melihat gaya berpakaian yang sedang dipakai oleh banyak orang, menyebabkan masyarakat merasa wajib mengikuti tren mode agar dianggap sebagai manusia modern dan rela mengeluarkan uang sehingga dianggap *fashionable* (Leman et al., 2020). Melalui gaya berpakaian, orang muda membangun narasi tentang siapa diri mereka, kelompok mana yang mereka identifikasi, serta citra seperti apa yang ingin mereka komunikasikan di hadapan komunitasnya. Di tengah budaya visual yang dominan, penampilan menjadi salah satu media utama dalam membangun identitas sosial. Gaya berpakaian tidak lagi sekadar memenuhi kebutuhan fungsional, melainkan menjadi sarana representasi diri, simbol aktualisasi, sekaligus bentuk pengakuan sosial.

Dalam Konteks ini, orang muda menjadi kelompok yang paling responsif terhadap perubahan tren mode. Dengan adanya tren yang terus berkembang maka, banyak juga produk mode yang sudah menjadi tren lama dibuang dan berakhir menjadi limbah yang tidak terurai dan menjadikan masalah bagi lingkungan (Ramadhan, 2024). Praktik konsumsi yang menghasilkan limbah dan merusak keseimbangan lingkungan menunjukkan adanya ketidakharmonisan antara gaya hidup manusia modern dan panggilan teologisnya sebagai pengelola ciptaan. Dalam perspektif teologi penciptaan dunia dipahami sebagai ciptaan Allah yang “sungguh amat baik” (Kej. 1:31) dan dipercayakan kepada manusia untuk diusahakan dan dipelihara (Kej. 1:26). Dengan demikian, relasi manusia dengan alam semesta bukanlah relasi eksploitatif. Relasi tanggung jawab dan pengelola ciptaan Tuhan yang seharusnya dijaga adalah dua hal yang berkaitan erat. Ketika pakaian diproduksi dan dibuang secara tepat tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap keberlanjutan alam, manusia secara tidak langsung mengabaikan mandat pemeliharaan yang telah dipercayakan kepadanya.

Pengabaian terhadap mandat pemeliharaan tersebut tidak terjadi secara tiba-tiba melainkan terbentuk melalui pola hidup yang perlahan dinormalisasikan dalam keseharian orang muda. Situasi tersebut membentuk gaya hidup baru yang ditandai oleh kecenderungan untuk selalu tampil “*up to date*” (Darshan et al., 2025; Del Olmo Arriaga et al., 2025). Media sosial semakin memperkuat dinamika ini, sebab setiap unggahan foto atau partisipasi dalam suatu acara kerap menuntut tampilan yang berbeda. Di tengah tekanan eksistensial sosial dalam ruang sosial digital yang demikian, pembaharuan penampilan menjadi semacam tuntutan sosial yang tidak tertulis sehingga mendorong siklus konsumsi pakaian yang terus berulang dan semakin cepat. Akibatnya pakaian sering kali digunakan bukan berdasarkan kebutuhan jangka

panjang, melainkan demi kepentingan representasi visual sesaat, misalnya untuk satu kali pemotretan atau satu kali kehadiran dalam sebuah peristiwa tertentu.

Budaya berpakaian di kalangan orang muda perlahan bergerak ke arah pola konsumsi cepat dan mudah tergantikan. Rasa cepat bosan terhadap barang yang dimiliki serta dorongan untuk terus mengikuti tren menjadikan pakaian sebagai komoditas yang bersifat sementara. Fenomena ini bukan sekadar persoalan selera atau gaya hidup melainkan mencerminkan terbentuknya mentalitas konsumtif yang dipengaruhi oleh logika pasar digital dan budaya instan masyarakat modern. Platform menyediakan informasi penjual, barang dan/ atau jasa yang dijual secara daring (*online*) sehingga menciptakan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi perdagangan (Langi et al., 2022). Melalui berbagai *platform* digital seperti media sosial dan aplikasi belanja daring, mereka dengan muda mengakses beragam model pakaian yang terus diperbaharui mengikuti arus tren global. Model belanja ini memberikan kemudahan bagi konsumen, khususnya anak muda, karena memungkinkan mereka memperoleh produk hanya dengan mengakses media sosial (Pratiwi et al., 2025). Perubahan model yang begitu cepat bahkan dapat berganti dalam hitungan minggu mendorong lahirnya pola konsumsi yang instan dan repetitif.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa praktik berpakaian di kalangan orang muda tidak lagi dapat dipahami semata sebagai persoalan estetika atau ekspresi diri, melainkan telah berkaitan erat dengan persoalan etis dan tanggung jawab iman dalam merawat ciptaan. Di satu sisi, orang muda berada dalam arus budaya digital yang mendorong konsumsi cepat dan berulang, sementara di sisi lain mereka dipanggil untuk menghidupi nilai-nilai iman yang menekankan tanggung jawab terhadap keberlanjutan lingkungan. Ketegangan ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara praktik hidup sehari-hari dengan kesadaran teologis yang seharusnya dimiliki. Kajian ini menjadi penting untuk menelaah bagaimana gaya berpakaian orang muda dalam budaya digital dapat dipahami dalam terang teologi penciptaan, sekaligus menemukan kemungkinan refleksi kritis yang dapat menuntun pada pola hidup yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami fenomena secara holistik, mendalam, dan kontekstual, bukan untuk mengukur hubungan variabel secara statistik (Fadli, 2021). Metode studi kepustakaan menganalisis berbagai

sumber literatur ilmiah yang relevan, mencakup artikel jurnal bereputasi, buku referensi, dokumen gerejawi, serta publikasi ilmiah lainnya yang berkaitan dengan pembahasan yang berkaitan.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahap: identifikasi sumber-sumber yang relevan dengan topik penelitian, pemilahan dan evaluasi kualitas sumber berdasarkan relevansi dan keilmiahannya, serta interpretasi dan sintesis temuan untuk menghasilkan analisis yang komprehensif. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif-analitis, yakni dengan mendeskripsikan fenomena yang dikaji, menganalisis kaitannya dengan perspektif teologis, dan pastoral, serta merumuskan implikasi bagi praktik katekese (Syahputra, 2024).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

***Fast fashion* sebagai Fenomena Budaya Konsumtif**

Fast fashion merupakan model industri mode yang menekankan produksi massal secara cepat, penetapan harga yang terjangkau dan pembaharuan desain mengikuti siklus tren yang sangat singkat (Brewer, 2019; Diantari, 2021). Strategi bisnis *fast fashion* secara khusus dirancang untuk memperpendek siklus pembelian konsumen dan mempercepat waktu yang dibutuhkan sejak suatu desain diciptakan hingga tersedia di pasaran (Barnes and Leagreenwood, 2006). Sistem ini memungkinkan merek-merek mode merespons tren secara hampir real-time, sehingga menghasilkan koleksi baru yang jauh lebih sering dibandingkan model musiman tradisional.

Dalam konteks budaya digital, fenomena ini semakin menguat melalui peran media sosial sebagai penggerak utama tren. Platform seperti *Instagram* dan *TikTok* tidak hanya mempercepat penyebaran informasi tentang mode, tetapi juga membentuk standar estetika dan gaya hidup yang mendorong individu untuk terus memperbarui penampilan demi memperoleh pengakuan sosial (Aisafitri & Yusriyah, 2020). Faktor psikologis seperti *fear of missing out* (FOMO) terbukti menjadi salah satu determinan utama keputusan pembelian *fast fashion* di kalangan Generasi Z (Fitri et al., 2025). Akibatnya, konsumsi pakaian tidak lagi didasarkan pada kebutuhan fungsional, melainkan pada impuls dan aspirasi sosial.

Penelitian empiris menunjukkan bahwa *fast fashion* memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan perilaku konsumtif, terutama di kalangan generasi muda yang cenderung membeli produk berdasarkan tren ketimbang kebutuhan (Hanifa & Utami, 2024). Hal ini diperkuat oleh temuan Prasetio et al. (2025) yang menyimpulkan bahwa *fast fashion* mendorong konsumsi pakaian dalam frekuensi tinggi dengan masa pakai yang singkat,

sehingga pakaian menjadi barang yang cepat dibuang. Fast fashion menciptakan siklus konsumsi cepat yang menyebabkan pakaian memiliki masa pakai sangat pendek dan berkontribusi terhadap peningkatan limbah tekstil serta kerusakan lingkungan (Amatullah & Sulistiami, 2025). Dari perspektif ekonomi politik, *fast fashion* dapat dipahami sebagai produk dari logika kapitalisme konsumtif yang secara sistematis menciptakan kebutuhan buatan (Zahid, 2023). Dengan demikian, fast fashion bukan sekadar fenomena ekonomi, melainkan bagian dari budaya konsumtif yang berdampak pada krisis ekologis global.

Dampak Ekologis *Fast fashion*

Budaya *fast fashion* tidak hanya menghasilkan persoalan konsumtif, tetapi juga membawa konsekuensi ekologis yang signifikan dan bersifat multidimensional. Siklus produksi yang cepat dan penggunaan yang singkat berkontribusi langsung terhadap peningkatan volume limbah tekstil yang mencemari lingkungan dan tidak mudah terurai secara alami (Amatullah, t.t.; Ramadhan, 2024). Industri fashion secara global diidentifikasi sebagai salah satu sektor dengan jejak karbon dan konsumsi air terbesar, di mana proses pewarnaan dan finishing tekstil menghasilkan limbah kimia berbahaya.

Lebih jauh, persoalan ekologis yang ditimbulkan oleh fast fashion bersifat struktural dan sistemik, bukan sekadar akibat perilaku individu. Ketika jutaan konsumen secara bersamaan mengadopsi pola konsumsi yang sama, dampaknya terhadap ekosistem global menjadi eksponensial (Serrat et al., 2025). Dalam konteks inilah persoalan *fast fashion* perlu dipahami bukan hanya sebagai isu gaya hidup, melainkan sebagai krisis ekologis yang berakar pada sistem produksi dan konsumsi yang eksploitatif. Studi menunjukkan bahwa model bisnis *fast fashion* mendorong peningkatan konsumsi pakaian secara drastis dan menghasilkan dampak lingkungan di seluruh rantai pasok, mulai dari pencemaran air, limbah tekstil, hingga eksploitasi sumber daya alam. Selain itu, karakteristik *fast fashion* yang berbasis produksi massal, siklus hidup produk yang pendek, serta pola konsumsi “pakai-buang” memperkuat sifatnya sebagai masalah struktural yang sistematis (Bick et al., 2018). Persoalan ini menuntut tidak hanya perubahan perilaku individu, tetapi juga respons kolektif serta transformasi struktural dalam sistem produksi dan konsumsi global (Neraimathy & Mariyappanavar, 2024). *Fast fashion* tidak lagi dapat dipahami semata sebagai fenomena gaya hidup konsumtif, melainkan sebagai krisis ekologis global yang berakar pada model produksi dan konsumsi yang eksploitatif. Studi menunjukkan bahwa industri ini menghasilkan dampak lingkungan massif, mulai dari limbah tekstil hingga polusi air dan emisi karbon, yang tersebar di seluruh rantai pasok global (Bick et al., 2018). Oleh karena itu, penanganannya menuntut

respons kolektif lintas sector serta transformasi structural dalam system produksi dan perilaku konsumsi (Bick et al., 2018).

Refleksi Rohani atas Fenomena *Fast Fashion*

Secara rohani, fenomena *fast fashion* memperlihatkan kecenderungan manusia untuk mencari identitas dan makna hidup melalui kepemilikan serta penampilan material. Dalam iman Kristiani, martabat manusia tidak ditentukan oleh apa yang dikenakan melainkan oleh relasinya dengan Allah sebagai gambar dan rupa-Nya (*imago Dei*). Pemahaman tentang teologi penciptaan memberikan landasan yang kokoh bagi tanggung jawab manusia terhadap lingkungan hidup: dunia adalah ciptaan Allah yang baik dan dipercayakan kepada manusia bukan untuk dieksploitasi, melainkan untuk diusahakan dan dipelihara (Kurniawaty et al., 2024).

Konsep *imago Dei* dalam teologi Kristen menegaskan bahwa manusia memiliki relasi fundamental dengan Allah yang bersifat personal dan komunal. Oleh karena itu, Ketika manusia menggeser pusat makna hidup dari relasi dengan Allah menuju konsumsi dan citra diri, terjadi distorsi antropologis yang dalam teologi moral disebut sebagai *disordered desire* (keinginan yang tidak terarah). Dalam konteks ini, *fast fashion* dapat dipahami bukan hanya sebagai praktik industri, tetapi juga sebagai ekspresi dari hasrat manusia yang tidak terarah pada kepenuhan hidup dalam Allah.

Lebih jauh, teologi penciptaan menegaskan bahwa dunia adalah ciptaan Allah yang baik (*good creation*) dan dipercayakan kepada manusia untuk diusahakan serta dipelihara, bukan dieksploitasi secara berlebihan. Dalam perspektif ini, relasi manusia dengan ciptaan bersifat sacramental, yakni menghadirkan jejak kehadiran Allah dalam realitas material. Dengan demikian, kerusakan ekologis akibat industri *fast fashion* tidak hanya merupakan personal teknis, tetapi juga bentuk pelanggaran terhadap tanggung jawab teologis manusia sebagai *co-creator* (rekan kerja Allah dalam menjaga ciptaan).

Dalam ensiklik *Laudato Si'* Paus Fransiskus menegaskan bahwa krisis ekologis tidak semata-mata bersifat teknis, melainkan berakar pada krisis relasional yang lebih mendalam, yaitu rusaknya hubungan manusia dengan Allah, sesama, dan ciptaan. Perspektif ini sejalan dengan konsep *integral ecology* yang menekankan keterkaitan antara dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan (Serrat et al., 2025). Dalam konteks modern, budaya konsumtif yang berlebihan turut memperparah krisis tersebut, sebagaimana ditegaskan bahwa konsumerisme menjadi salah satu penyebab utama degradasi lingkungan dan meningkatnya limbah (Sugar, 2025). Budaya membuang (*throwaway culture*) dan mengganti secara cepat menjadi ciri *fast*

fashion juga menjadi cerminan mentalitas yang kurang menghargai ciptaan sebagai anugerah ilahi. Pertobatan ekologis sebagaimana dirumuskan dalam *Laudato Si'* dengan demikian bukan sekedar perubahan perilaku konsumsi, melainkan transformasi orientasi hidup secara menyeluruh.

Totalitas hidup manusia sebagai gambar Allah yang mencakup iman, mentalitas, perilaku, dan gaya hidup harus tercermin dalam kehidupan orang Kristen yang mengikuti teladan Yesus Kristus: hidup sederhana, mampu mengendalikan diri serta menempatkan kebahagiaan sejati bukan pada kenikmatan material, melainkan pada keselamatan dan kemuliaan yang bersumber dari Allah (Yohanes, 2024). Dengan demikian, pilihan konsumsi bukanlah urusan privat yang netral, melainkan memiliki dimensi moral dan spiritual yang serius (Krogt, 2024). Oleh karena itu, pertobatan ekologis sebagaimana dirumuskan dalam *Laudato Si'* tidak hanya dipahami sebagai perubahan perilaku konsumsi, tetapi sebagai transformasi batiniah yang menyentuh orientasi hidup manusia secara menyeluruh. Pertobatan ini bersifat teologis karena mengembalikan manusia pada relasi yang benar dengan Allah, sesama dan ciptaan.

Pada akhirnya, totalitas hidup manusia sebagai gambar Allah yang mencakup iman, pikiran, kehendak, dan gaya hidup harus diwujudkan dalam spiritualitas Kristen yang meneladani Kristus (Chia & Chishi, 2023). Hidup sederhana, kemampuan mengendalikan diri serta orientasi pada kasih menjadi bentuk konkret dari spiritual yang mencerminkan sejauh mana manusia hidup dalam terang injil.

Strategi Katekese dalam Membangun Kesadaran Ekologis

Menghadapi tantangan yang ditimbulkan oleh budaya *fast fashion*, Gereja dipanggil untuk mengambil langkah pastoral melalui Katekese yang kontekstual dan transformatif. Setidaknya terdapat tiga strategi utama yang dapat dikembangkan.

Pertama, integrasikan isu ekologis dalam kurikulum katekese. Katekese perlu melampaui penyampaian doktrin yang bersifat kognitif, menuju pembentukan habitus iman yang merespons realitas sosial-ekologis secara kritis. Fenomena *fast fashion* perlu dibaca dalam terang iman, sehingga kesadaran ekologis lahir bukan semata-mata dari kepedulian terhadap lingkungan, melainkan dari keyakinan iman yang mendalam tentang tanggung jawab manusia sebagai pengelola ciptaan Allah.

Kedua, pemanfaatan ruang digital sebagai sarana evangelisasi. Di era digital, Gereja perlu hadir di platform yang sama dengan orang muda. Edukasi mengenai gaya hidup sederhana, tanggung jawab konsumsi, dan spiritualitas ekologis dapat dikomunikasikan melalui konten kreatif di media sosial yang relevan dan menarik bagi generasi muda.

Ketiga, mendorong praksis komunitas yang konkret. Iman Kristiani yang otentik selalu terwujud dalam tindakan nyata. Gereja perlu mendorong praksis nyata dan memfasilitasi gerakan-gerakan komunitas yang mencerminkan nilai-nilai kesederhanaan dan kepedulian ekologis, seperti program berbagi pakaian layak pakai, kampanye pengurangan limbah tekstil, atau gerakan hidup sederhana yang berakar pada spiritualitas injili. Dengan ini menegaskan bahwa iman kristiani terwujud dalam tindakan konkret yang menjaga keberlanjutan ciptaan.

Tantangan dalam Mewujudkan Kesadaran Ekologis

Upaya membangun kesadaran ekologis melalui katekese tidak terlepas dari berbagai hambatan yang bersifat struktural maupun kultural. Pertama, kuatnya budaya instan dan hedonisme digital yang secara algoritmik terus menghadirkan stimulasi konsumtif baru. Orang muda hidup dalam ekosistem digital yang dirancang untuk memaksimalkan konsumsi, sehingga ajakan hidup sederhana harus bersaing dengan tekanan sistemik yang jauh lebih kuat.

Kedua, tekanan sosial untuk selalu tampil sesuai standar estetika tertentu menciptakan dilemma eksistensial bagi orang muda. Ajakan untuk hidup sederhana kerap berbenturan dengan kebutuhan akan penerimaan dan pengakuan sosial yang sangat nyata dalam konteks kehidupan mereka. Katekese perlu peka terhadap tegangan ini dan tidak menyederhanakan personal sebagai semata-mata urusan pilihan moral individu (Chia & Chishi, 2023).

Ketiga, terdapat kesenjangan yang signifikan antara pengetahuan dan tindakan (*knowledge-action gap*). Banyak umat yang secara kognitif memahami pentingnya menjaga lingkungan, namun belum mampu mengintegrasikannya ke dalam kebiasaan hidup sehari-hari. Dengan demikian, tantangan terbesar katekese bukan hanya pada penyampaian informasi, melainkan pada pembentukan habitus baru yang mengintegrasikan iman, kesadaran ekologis, dan gaya hidup secara koheren.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Budaya *fast fashion* merupakan fenomena multidimensional yang mencakup aspek ekonomi, sosial-budaya, dan ekologis. Di kalangan orang muda, fenomena ini semakin menguat oleh dinamika media sosial dan tekanan budaya digital yang mendorong konsumsi pakaian secara massif dan berulang. Dampak ekologis yang ditimbulkan berupa peningkatan limbah tekstil dan kerusakan lingkungan menuntut respons serius dari berbagai pihak termasuk Gereja.

Dalam perspektif teologis, krisis ekologis yang ditimbulkan *fast fashion* dapat dipahami sebagai wujud pengabaian terhadap mandate pemeliharaan ciptaan yang dipercayakan Allah kepada manusia. Pertobatan ekologis sebagaimana dirumuskan dalam *Laudato Si'* menjadi

sebuah urgensi pastoral yang nyata. Katekese dipanggil untuk merespons tantangan ini secara kontekstual: mengintegrasikan isu ekologis dalam pembentukan iman, memanfaatkan ruang digital sebagai sarana evangelisasi, dan mendorong praksis komunitas yang mencerminkan ruang digital sebagai sarana evangelisasi, dan mendorong praksis, komunitas yang mencerminkan nilai kesederhanaan dan tanggung jawab terhadap ciptaan. Dengan demikian, kesadaran ekologis, bukan sekedar kepedulian lingkungan, melainkan sebuah ekspresi iman yang otentik.

DAFTAR REFERENSI

- Amatullah, I., & Sulistiami. (2025). "Perilaku Konsumtif terhadap Fast Fashion : Dampak pada Lingkungan , Sosial dan Alternatif Solusi Dalam." *Jurnal Pendidikan Vokasional Kesejahteraan Keluarga*, 02(01). <https://share.google/rUhUdK7iHnGNk2YYg>
- Barnes, & Lea-greenwood, 2006. (2006). *Fast Fashioning the Supply Chain : shaping the research agenda*. 44(0), 1–30.
- Bick, R., Halsey, E., & Ekenga, C. C. (2018). *The global environmental injustice of fast fashion*. 1–4.
- Brewer, M. K. (2019). Slow Fashion in a Fast Fashion World: Promoting Sustainability and Responsibility. *Laws*, 8(4), 24. <https://doi.org/10.3390/laws8040024>
- Chia, P. S., & Chishi, A. (2023). Conformed to The Image of Christ : Evaluating Approaches to Spiritual Formation. *Jurnal Jaffray*, 21(1), 1–36. <https://doi.org/10.25278/jj71.v21i1.790>
- Darshan, D., Soni, A., Godara, A., Rangani, Y., Dhupper, M., Chauhan, R., & Maselena, A. (2025). The Impact of Social Media on Youth Fashion Consumption: Trends, Influencers, and Ethical Shifts. *Greenation International Journal of Law and Social Sciences*, 2(4), 298–307. <https://doi.org/10.38035/gijlss.v2i4.312>
- Del Olmo Arriaga, J. L., Pretel-Jiménez, M., & Ruíz-Viñals, C. (2025). From Fast Fashion to Shared Sustainability: The Role of Digital Communication and Policy in Generation Z's Consumption Habits. *Sustainability (Switzerland)*, 17(18), 1–13. <https://doi.org/10.3390/su17188382>
- Diantari, N. K. Y. (2021). Trend cycle analysis on fast fashion products. *Jurnal of Aesthetics, Design, and Art Management*, 1(1). <https://ejournal.catuspata.com/index.php/jadam>
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Krogt, H. J. van der. (2024). *Iman Kristen dalam Membentuk Etika Konsumerisme : Refleksi Teologis terhadap Tanggung Jawab Sosial dan Ekonomi di Era disruptif Pendahuluan*. 8(1), 55–63.
- Kurniawaty, E., Andi, Langi, L. R., Tanggulungan, A., & Sar, Y. T. (2024). "Teologi Penciptaan dan Tanggung Jawab Lingkungan: *Jurnal Humaniora, Sosial Dan Bisnis*, 2(10), 1494–1505. <https://share.google/UfFpM60HAa6O7e30u>
- Langi, A. S. P., Natsir, M., & Anam, S. (2022). *Analisis Pemanfaatan Platform Media Sosial dalam Universitas*. 18(1), 24–28. <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/vadded/article/download/9629/6207>

- Leman, F. M., Pd, S., Pd, M., Purnomo, J., Fashion, M., & Ciputra, U. (2020). *Fast fashion*. 128–136.
- Neraimathy, M., & Mariyappanavar, S. (2024). *Environmental Impact And Fast Fashion*. 13(2).
- Pratiwi, A. A., Harahap, F. R., & Darmawan, B. (2025). *Thrifting Online Sebagai Tren Fashion Anak Muda di Media Sosial Tiktok*. 02(03), 918–928.
- Ramadhan, A. F. (2024). *Tren fast fashion pakaian masa new normal di Indonesia : Efektivitas konsep sustainable fashion terhadap lingkungan*. 1(2).
- Serrat, N. A., Arribas-ibar, M., & Erdo, G. (2025). *Fast Fashion Sector : Business Models , Supply Chains , and European Sustainability Standards*. 1–40.
- Sugar, F. R. (2025). Consumerism And The Environmental Crisis: A Critical Review of Education and Ecological Spirituality in Pope Francis' Encyclical Laudato Si. *Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen*, 21, 84–100.
<https://doi.org/10.46494/psc.v2https://doi.org/10.46494/psc.v21i2.5671i2.567>
- Syahputra, A. G. I. B. (2024). Analisis Peran Aktor Non-State dalam (Studi Kasus Panti Asuhan di Kota Surabaya). *Indonesian Journal of Political Studies*, 4(2), 133–148.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15642/ijps>.
- Yohanes, H. (2024). Manusia sebagai Citra Allah di Bait Semesta: Tinjauan terhadap Imago Dei, Homo Liturgicus, dan Implikasi terhadap Pendidikan Kristen. *Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani*, 9(1), 247–266. <https://doi.org/10.30648/dun.v9i1.1452>