

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tipe konsumsi pada berbagai arketipe konsumen keberlanjutan yang memiliki tingkat pengetahuan dan aksi yang berbeda dalam konteks industri mode. Dengan meningkatnya kesadaran akan isu-isu lingkungan dan sosial, konsumen semakin kritis dalam memilih produk mode yang berkelanjutan. Penelitian ini mengkaji lebih dalam mengenai perbedaan tipe konsumsi dari tiap arketipe konsumen keberlanjutan. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi arketipe konsumen yang berbeda, memahami motivasi, nilai, dan emosi yang mereka hadapi, serta mengungkap praktik-praktik konsumsi berkelanjutan yang mereka lakukan. Hasil penelitian ini telah menunjukkan bahwa setiap arketipe konsumen keberlanjutan memiliki keunikannya sendiri dalam melakukan konsumsi, khususnya dalam industri mode pakaian berkelanjutan.



Abstract

This research aims to analyze the consumption types of various sustainability consumer archetypes who have different levels of knowledge and action in the fashion industry context. With the increasing awareness of environmental and social issues, consumers are becoming more critical in choosing sustainable fashion products. This study delves deeper into the differences in consumption types among each sustainability consumer archetype. Through a qualitative approach, this research seeks to identify different consumer archetypes, understand their motivations, values, and emotions, and uncover the sustainable consumption practices they engage in. The results of this study have shown that each sustainability consumer archetype has its own uniqueness in consumption, particularly in the sustainable fashion apparel industry.

