



**Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional**

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

**Upaya Greenpeace Dalam Mendorong Perusahaan
Kimberly Clark dalam Kebijakan Ramah
Lingkungannya Melalui Kampanye Kleercut Untuk
Memperhatikan Pelestarian Lingkungan**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Jurusan Ilmu Hubungan Internasional

Oleh:

Juwita Putri Tarigan
2016330064

Bandung
2020



**Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional**

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

**Upaya Greenpeace Dalam Mendorong Perusahaan
Kimberly Clark dalam Kebijakan Ramah
Lingkungannya Melalui Kampanye Kleercut Untuk
Memperhatikan Pelestarian Lingkungan**

Skripsi

Oleh:

Juwita Putri Tarigan
2016330064

Pembimbing

Ratih Indraswari, S.IP., MA.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Hubungan Internasional
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



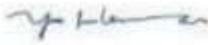
Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Juwita Putri Tarigan
Nomor Pokok : 2016330064
Judul : Upaya Greenpeace Dalam Mendorong Perusahaan
Kimberly- Clark Dalam Kebijakan Ramah
Lingkungannya Melalui Kampanye Kleercut Untuk
Memperhatikan Pelestarian Lingkungan

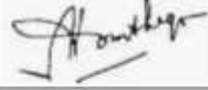
Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Senin, 13 Juli 2020
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

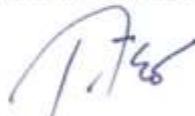
Ketua sidang merangkap anggota

Yulius Purwadi Hermawan, Ph.D : 

Sekretaris
Ratih Indraswari, S.IP., MA : 

Anggota
Dr. Atom Ginting Munthe : 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang beratahand tangan di bawah ini:

Nama : Juwita Putri Tarigan

NPM : 2016330064

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Upaya Greenpeace Dalam Mendorong Perusahaan Kimberly-Clark dalam Kebijakan Ramah Lingkungannya Melalui Kampanye Kleercut Untuk Memperhatikan Pelestarian Lingkungan

Dengan inimenyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandar Lampung, 26 Juni 2020

A handwritten signature in black ink is written over a yellow and green 6000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'KETERANGAN', '6000', and 'ENAM RIBU RUPIAH'. The signature is written in a cursive style.

Juwita Putri Tarigan

ABSTRAK

Nama : Juwita Putri Tarigan

NPM : 2016330064

Judul : Upaya Greenpeace Dalam Mendorong Perusahaan Kimberly- Clark dalam Kebijakan Ramah Lingkungannya Melalui Kampanye Kleercut Untuk Memperhatikan Pelestarian Lingkungan

Kimberly-Clark merupakan sebuah perusahaan manufaktur produk perawatan berbasis kertas. Dalam produksinya Kimberly-Clark tidak memperhatikan konsekuensi produksi terhadap lingkungan. Maka, Greenpeace sebagai organisasi lingkungan membuat sebuah gerakan sosial yang berbentuk kampanye sebagai alat untuk menekan Kimberly-Clark. Kampanye merupakan bagian dari gerakan sosial. Gerakan sosial memiliki dua gelombang yaitu; gerakan sosial lama dan gerakan sosial baru. Dulu dalam Old Social Movement gerakan sosial melakukan kampanye untuk mengangkat isu-isu politik dan ekonomi. Sekarang dalam New Social Movement gerakan sosial melakukan kampanye untuk isu-isu sosial dan budaya. Pembatasan masalah adalah Kampanye Kleercut yang dilakukan di Kanada mulai dari tahun 2004-2009. Aktor yang difokuskan adalah Greenpeace.

Pertanyaan penelitian yang dirumuskan adalah “Bagaimana Greenpeace Melalui Kampanye Kleercut Dapat Menekan Kebijakan Kimberly-Clark Terkait Isu Lingkungan Agar Dapat Berproduksi Dengan Melihat Keselamatan Lingkungan?” Dalam menjawab pertanyaan tersebut digunakan New Social Movement Theory, ada beberapa cara yang digunakan menurut teori ini, yaitu; taktik mengganggu untuk memobilisasi opini publik dan demonstrasi dramatis yang direncanakan dengan representasi simbol untuk menekan Kimberly-Clark. Hasil analisa adalah melalui Kampanye Kleercut yang dilakukan oleh Greenpeace, Greenpeace dapat menekan Kebijakan ramah lingkungan Kimberly-Clark hal tersebut dapat dilihat dari dijalkannya persyaratan yang diberikan oleh Greenpeace kepada Kimberly-Clark yaitu; Kimberly-Clark mengambil 100% (persen) serat kayu untuk produksinya dari sumber yang bertanggung jawab terhadap lingkungan (bahan daur ulang atau memiliki sertifikasi FSC) dan keluar sepenuhnya dari hutan boreal.

Kata Kunci: *New Social Movement Theory*, Kampanye, Kleercut, Kebijakan Ramah Lingkungan, Lingkungan.

ABSTRACT

Nama : Juwita Putri Tarigan

NPM : 2016330064

Title : *Greenpeace's Efforts to Encourage The Kimberly-Clark Company In Its Environmentally Friendly Policies Through the Kleercut Campaign for Environmental Preservation*

Kimberly-Clark is a personal care corporation that produce paper based consumer product. In its production Kimberly-Clark does not pay attention to the consequences of production on the environment. So, Greenpeace as an environmental organization created a social movement in the form of a campaign as a tool to suppress Kimberly-Clark. Campaigns are part of social movements. Social movements have two waves namely; old social movements and new social movements. Previously, in the Old Social Movement, social movements carried out campaigns to raise political and economic issues. Now in the New Social Movement, social movements carry out campaigns for social and cultural issues. Kleercut Campaign which was conducted in Canada from 2004-2009. The focused actor is Greenpeace.

The research question is "How Can Greenpeace Through The Kleercut Campaign Able To Suppress Kimberly-Clark's Policies Regarding Environmental Issues So That It Can Produce By Looking At Environmental Safety?" In answering these questions the New Social Movement Theory uses several methods, namely; troubling tactics to mobilize public opinion and planned dramatic demonstrations with symbolic representations to suppress Kimberly-Clark. The result of the analysis is that through the Kleercut Campaign conducted by Greenpeace, Greenpeace can suppress Kimberly-Clark's environmentally friendly policies, it can be seen from the implementation of the requirements given by Greenpeace to Kimberly-Clark, namely; Kimberly-Clark takes 100% (percent) of wood fiber for its production from environmentally responsible sources (recycled material or FSC certified) and comes out completely from boreal forests.

Key Words: *New Social Movement Theory, Campaign, Kleercut, Environmentally Friendly Policies, Environment.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Upaya Greenpeace Dalam Mendorong Perusahaan Kimberly- Clark dalam Kebijakan Ramah Lingkungannya Melalui Kampanye Kleercut” ini. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat memperoleh gelar akademik Strata 1 (S1) pada Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung. Penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Penulis mengucapkan permohonan maaf atas kekurangan yang ada dalam penelitian ini dan mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun yang dapat membantu membuat penelitian ini menjadi lebih baik.

Bandar Lampung, 26 Juni 2020



Juwita Putri Tarigan

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang banyak membantu selama menjalani studi di Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas FISIP, Universitas Katolik Parahyangan Bandung, hingga proses studi selesai. Ucapan terima kasih paling mendalam saya ucapkan kepada;

1. Tuhan Yesus Kristus, only by His grace and guides I could be where I am today.
2. Mbak Ratih Indraswari selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan membantu penulis untuk dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terimakasih Mba untuk ketegasan, arahan, dan pengingat selama penulisan skripsi ini berlangsung
3. Mamak dan Bapak yang selalu mendokan, memberi kasih sayang dan mensupport baik secara moral dan materil kepada penulis selama hidup penulis. I'm forever grateful for having such parents like you both.
4. Untuk Kak Ulin, selaku kakak terbaik sepanjang masa, could not be here without you, juga kepada Bang Je, Bang Nando, dan Bang Ias selaku abang yang selalu ada memberikan motivasi, doa, dan kasih sayang kepada your forever little sister.
5. Sahabat terdekat penulis yang selalu siap sedia untuk mendengarkan segala keluh kesah penulis bahkan sebelum memulai perjalanan kuliah.
(you know who you are lah ya)

6. Kepada TUFF (hana, ipoh, talita, didil, sabila, tania, nadhifa, ayundha, caca, juga jihan) yang telah menjadi sahabat selama di Bandung teman seperjuangan (senang dan susah, juga susah yang jadi kesenangan) selama di Unpar. Terima kasih sebanyak-banyaknya telah mau menjadi teman saya yang galak tapi penyayang ini. Juga Kepada anak kos BJ4 yang sudah menemani dan menghiasi hari-hari dari pagi sampai pagi. Juga teman-teman lainnya yang saya dapatkan di Bandung kalian telah banyak membantu saya dalam menjalani hari-hari di perantauan.
7. To Marley, who can turn any bad day better just by your being, I miss you buddy, you can come home anytime you want I will forever wait for you.
8. And to whoever stumble upon this writting -accident or not- know that you are doing great and that God is with you through and through (Dancing On The Waves – We The Kingdom).

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| SURAT PERNYATAAN | i |
| ABSTRAK | ii |
| ABSTRACT | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| UCAPAN TERIMAKASIH..... | v |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 4 |
| 1.3 Pembatasan Masalah | 7 |
| 1.4 Perumusan Masalah..... | 8 |
| 1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... | 8 |
| 1.5.1 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.5.2 Kegunaan Penelitian | 8 |
| 1.6 Kajian Literatur | 8 |
| 1.7 Kerangka Pemikiran | 13 |
| 1.8 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data | 19 |
| 1.9 Sistematika Pembahasan | 20 |
| BAB II GREENPEACE SEBAGAI ORGANISASI INTERNASIONAL NON-NEGARA DI BIDANG LINGKUNGAN YANG MENDORONG KEBJAIKAN RAMAH LINGKUNGAN PERUSAHAAN..... | 22 |
| 2.1 Profil Greenpeace | 22 |
| 2.1.1 Peran Greenpeace | 24 |
| 2.1.2 Cara Kerja Greenpeace | 26 |
| 2.2 Greenpeace dan Pencapaiannya..... | 28 |
| 2.2.1 Greenpeace dan Kampanye | 28 |
| 2.2.2 Keberhasilan Greenpeace | 29 |
| BAB III KIMBERLY-CLARK SEBAGAI PERUSAHAAN MULTINASIONAL DAN KOMITMENYA TERHADAP KELESTARIAN LINGKUNGAN..... | 31 |

| | |
|---|-----------|
| 3.1 Profil Perusahaan Kimberly-Clark dan Perannya Sebagai Perusahaan Multinasional | 31 |
| 3.1.1 Komitmen Kimberly-Clark Terhadap Kelestarian Lingkungan | 33 |
| 3.1.2 Standar Bahan Baku Pembuatan Produk Kimberly-Clark..... | 34 |
| 3.2 Kimberly-Clark dan Greenpeace | 36 |
| BAB IV ANALISA UPAYA KAMPANYE KLEERCUT GREENPEACE DALAM MENDORONG KEBIJAKAN RAMAH LINGKUNGAN PERUSAHAAN KIMBERLY-CLARK | 41 |
| 4.1 Upaya Yang Dilakukan Pada Kampanye Kleercut | 42 |
| 4.2 <i>New Social Movement Theory</i> dan Implikasinya pada Kampanye Kleercut44 | |
| 4.2.1 Taktik mengganggu untuk memobilisasi opini publik untuk menekan Kimberly-Clark..... | 45 |
| 4.2.2. Demonstrasi Deramatis dan Direncanakan Dengan Representasi Simbol..... | 50 |
| 4.3 Wajah Baru Kimberly-Clark | 52 |
| 4.3.1 Kerjasama Kimberly-Clark dan Greenpeace | 54 |
| 4.3.2 Kebijakan dan Upaya Baru yang Dibuat oleh Kimberly-Clark..... | 55 |
| BAB V KESIMPULAN | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA | 61 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam dunia yang semakin tidak memiliki batas, masalah-masalah internasional menjadi semakin luas. Sekuritas dan ekonomi negara bukan lagi satu-satunya isu penting studi Hubungan Internasional. Kemunculan bencana lingkungan seperti kekeringan Sahel pada tahun 1970-an dan 1980-an¹ juga peningkatan pemanasan global pada tahun 1980² meningkatkan kesadaran terhadap krisis lingkungan. Lingkungan mencakup seluruh sumber daya alam yang dihasilkan oleh bumi seperti air, udara, tanah, dan lainnya.

Salah satu isu lingkungan yang menjadi perhatian adalah hutan. Semenjak terjadinya revolusi industri penggunaan bahan bakar fosil bertambah banyak. Penggunaan tersebut menyebabkan penambahan karbon dioksida yang menyebabkan terjadinya pengurangan oksigen dan penipisan lapisan ozon yang membuat panas bumi semakin tinggi dan menyebabkan terjadinya pemanasan global dan perubahan cuaca. Memanasnya bumi dapat menyebabkan terjadinya kebakaran hutan. Hal tersebut bisa menjadi sebuah siklus yang memiliki akhir buruk bagi manusia dan makhluk hidup lainnya.

¹ Ben Daley with Rebecca Kent, *Environmental Science and Management* (SOAS University of London, n.d.), https://www.soas.ac.uk/cedep-demos/000_P500_ESM_K3736-Demo/unit1/page_11.htm

² "When Did We Discover Man Made Climate Change," *Theguardian.com*, 11 Maret 2011, <https://www.theguardian.com/environment/2011/mar/02/when-discover-climate-change> (diakses pada 19 agustus 2019)

Salah satu kelompok yang memiliki perhatian pada masalah lingkungan adalah Greenpeace. Organisasi non-profit Greenpeace bekerja di bidang lingkungan dengan misi menjadi saksi, agen peningkat rasa kesadaran publik, dan pengekspos ancaman lingkungan kepada publik yang dalam menjalankan pekerjaannya tidak melakukan kekerasan dan berdiri sendiri.³ Greenpeace melakukan tugasnya melalui kampanye yang disebarluaskan kepada publik agar publik menjadi sadar dan mengerti jika suatu institusi mengeluarkan produk yang tidak hanya baik untuk manusia tetapi untuk alam juga.

Kampanye menurut Carl Rogers merupakan seperangkat kegiatan komunikasi yang direncanakan atau dibuat oleh agen perubahan untuk mencapai perilaku tertentu dari penerima pesan dalam periode tertentu pula.⁴ Kampanye dilakukan agar penerima pesan bisa melakukan apa yang pemberi pesan sampaikan dan penerima melakukan pesan tersebut sampai hasil yang diinginkan oleh pemberi pesan tercapai. Greenpeace melakukan kampanye kepada beberapa perusahaan yang membuat produk tanpa memikirkan pemakaian bahan yang dapat merugikan lingkungan. Tujuannya agar perusahaan dapat mengubah kebijakan yang merugikan itu ke kebijakan yang lebih menguntungkan baik bagi manusia juga lingkungan.

Kebijakan merupakan tindakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan.⁵ Sebuah perusahaan memiliki berbagai kebijakan yang ditetapkan oleh pemimpin

³ “Prinsip Utama,” greenpeace Indonesia, <https://www.greenpeace.org/archive-indonesia/about/Prinsip-Utama/> (diakses pada 19 agustus 2019)

⁴ Everett M. Rogers and Douglas Storey Rogers, *Communication Campaigns* (California, US: Sage New Bury Park, 1987) hal: 819

⁵ M. Nuh Hayat, *Reformasi Kebijakan Publik Makro Dan Mikro* (Jakarta, Indonesia: Peranda Media Group, 2018) hal; 28.

perusahaan untuk ditaati oleh pekerjaannya supaya tercapai tujuannya. Misalnya, dalam membuat produk ada prosedur yang dilakukan seperti perakitan dan pengecekan kelayakan barang untuk dipasarkan. Bagi sebuah perusahaan kebijakan yang dibuat haruslah menguntungkan bagi perusahaan agar perusahaan tersebut bisa mendapatkan keuntungan besar dengan pengeluaran yang sekecil-kecilnya. Dalam praktek pembuatan produk, perusahaan bisa saja melakukan praktek-praktek yang dapat merusak lingkungan. Namun seperti yang sudah disebutkan sebelumnya tujuan perusahaan adalah keuntungan dan keuntungan tersebut berasal dari konsumen. Oleh sebab itu banyak perusahaan yang mulai membuat kebijakan-kebijakan ramah lingkungan untuk menarik lebih banyak pelanggan. Saat sebuah perusahaan melakukan kebijakan ramah lingkungan maka perusahaan tersebut mulai membeli bahan produksi atau layanan hijau dalam praktek-praktek perusahaannya.⁶

Kimberly-Clark merupakan sebuah perusahaan multinasional yang bergerak di bidang manufaktur produk perawatan pribadi berbasis kertas seperti tisu, popok, dan pembalut.⁷ Dalam proses produksinya Kimberly-Clark memerlukan bubur kertas yang berasal dari kayu. Sebagai perusahaan multinasional yang produknya dipasarkan dan digunakan secara global maka produksi massal yang dilakukan membutuhkan banyak kayu. Saat Kimberly-Clark mengambil kayu maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan seperti, pengambilan dan pengolahan kayu

⁶ Nicky Lamarco, "What Are The Benefit Of Going Green For Businesses," Chron, <https://smallbusiness.chron.com/benefits-going-green-business-3225.html> (diakses pada 26 januari 2020)

⁷ "Kimberly-Clark," Forbs, <https://www.forbes.com/companies/kimberly-clark/#459a29e55c23> (diakses pada 3 april 2020)

yang harus memikirkan keberlangsungan lingkungan. Jika hal tersebut tidak diperhatikan maka bisa terjadi peningkatan penggunaan kayu yang tidak bertanggung jawab dan dapat meningkatkan deforestasi yang dapat mengakibatkan perubahan iklim yang dapat membahayakan bumi.

Bagi perusahaan keuntungan merupakan hal yang penting, cara yang dilakukan untuk meningkatkan keuntungan adalah memberikan permintaan yang diminta oleh konsumen. Dalam praktek jual beli yang dilakukan oleh perusahaan jika tidak ada permintaan maka tidak ada penjualan, atau pendapatan penjualan, dan tidak ada keuntungan. Semakin besar permintaan, semakin besar keuntungan.⁸ Sebagai sebuah perusahaan, penting bagi Kimberly-Clark untuk mendengarkan dan merealisasikan permintaan dari konsumen agar keuntungan dapat dicapai. Oleh karena itu, Greenpeace melihat konsumen sebagai sebuah aktor vital perusahaan. Berangkat dari pemikiran tersebut Greenpeace membuat kampanye sebagai alat yang diberikan kepada masyarakat luas. Kampanye yang diberlakukan oleh Greenpeace bisa mengubah pendapatan suatu perusahaan karena konsumen mengurangi pembeliannya dan akhirnya menyesuaikan kebijakan sesuai dengan permintaan para konsumen.

1.2 Identifikasi Masalah

Kimberly-Clark merupakan sebuah perusahaan multinasional yang membuat dan menjual produk perawatan pribadi seperti tisu, *menstrual pads*, juga

⁸ "Customer demand and price," Economics Online, https://www.economicsonline.co.uk/Competitive_markets/Consumer_demand.html (diakses pada 3 april 2020)

popok. Produk yang mereka produksi memerlukan kertas sebagai bahan utamanya. Kertas sendiri berasal dari serat kayu. Salah satu misi Kimberly-Clark adalah untuk membuat produk yang tidak membahayakan lingkungan dan juga berkelanjutan. Dengan salah satu misi tersebut maka Kimberly-Clark seharusnya membeli bahan pokoknya oleh produsen yang benar seperti perusahaan-perusahaan yang memiliki sertifikat CoC (Chain of Custody) dari FSC (Forest Stewardship Council). Sertifikat tersebut penting karena sertifikat tersebut menyatakan bahwa suatu perusahaan mengambil atau menggunakan kayu dari hutan yang dikelola dengan baik, legal, dan lestari. Sertifikat ini membuktikan bahwa produsen penjual bahan primer atau penyedia bahan baku utama dasar mengambil sumber dayanya dari hutan yang layak diambil sumber dayanya.

Kimberly-Clark mengambil bahan baku dari perusahaan Tarrace Bay pulp, perusahaan ini mengambil kayu dari pohon-pohon salah satu hutan di Kanada, yaitu Hutan Kenogami. Hutan Kenogami telah menjadi sebuah hutan yang kepemilikan pengambilan hasilnya berubah-ubah namun Kimberly-Clark selalu menggunakan Kenogami sebagai sumber bahan bakunya meski dengan kepemilikan yang berbeda. Hal yang menjadi masalah adalah penggunaan virgin pulp atau bahan-bahan langsung dari pohon tua yang dimiliki oleh perusahaan Tarrace Bay yang tidak memiliki sertifikat dari FSC. Dengan ketidak adaannya sertifikasi tersebut maka Tarrace Bay Pulp mengambil kayu dari pohon yang tidak seharusnya diambil. Pengambilan bahan baku ini tidak hanya mengurangi pepohonan hutan yang bisa menyebabkan penipisan lapisan ozon tetapi juga mengurangi spesies hewan yang berada dalam hutan tersebut. Pengambilan bahan baku utama Kimberly-Clark yang

berasal dari Tarrace Bay Pulp berbanding terbalik dengan keinginan Kimberly-Clark untuk menggunakan bahan baku yang aman bagi lingkungan.

Pada 2004 Greenpeace mengeluarkan sebuah kampanye bernama Kleercut yang dilakukan di Kanada. Pada tahun 2006 dikeluarkan sebuah laporan mengenai perusahaan Kimberly-Clark. Di dalamnya Greenpeace membuat sebuah data tentang Kimberly-Clark dan apa yang telah mereka lakukan dengan Hutan Kenogami, Kanada, yakni memakai produk fiber dari produsen yang tidak memiliki sertifikat dari FSC (dalam kasus ini perusahaan Tarrace Bay). Menurut data yang diperoleh oleh Greenpeace hampir seluruh produk yang dijual oleh Kimberly-Clark tidak memiliki konten daur ulang, dari 3.7 juta ton tisu yang dijual 3 juta ton kayu yang digunakan berasal dari hutan yang destruktif dan tidak berkelanjutan.

World Wild Fund (WWF) for Nature menyatakan bahwa dari 5 perusahaan tisu terbesar (SCA, Kimberly-Clark, Metsa, Georgia Pacific, dan P&G) Kimberly-Clark mendapatkan nilai 18/100 untuk penilaian ‘tanggung jawab dalam mengambil bahan serat kayu, laporan tersebut membatu laporan Greenpeace.⁹ Artinya produsen tersebut secara langsung mengambil bahan baku tanpa mementingkan keberlangsungan dari hutan atau dengan kata lain perusahaan produsen tersebut melakukan pengambilan hasil hutan dengan tidak sesuai aturan. Isu tersebut menjadi penting karena Greenpeace sebagai organisasi lingkungan merasa bahwa Kimberly-Clark tidak memenuhi janjinya kepada konsumen dan pemangku kepentingan lain karena mengambil bahan baku yang berasal dari produsen yang tidak mengikuti aturan.

⁹ *Paper Trails: From Tree to Trash - The True Cost of Paper* (London, UK: Virgin Books, 2008) hal. 47.

Kampanye Kleercut ini merupakan sebuah alat yang dibuat oleh Greenpeace untuk meningkatkan kesadaran konsumen dan orang-orang lain tentang kerusakan lingkungan yang telah dilakukan oleh Kimberly-Clark. Kampanye ini juga bertujuan untuk menekan Kimberly-Clark agar perusahaan tersebut melakukan apa yang seharusnya dilakukan sesuai dengan komitmen yang telah mereka buat. Kampanye tersebut dilakukan di Kanada dan pada akhirnya berdampak dan menyebar ke beberapa negara lainnya. Kampanye merupakan bagian dari gerakan sosial. Gerakan sosial memiliki dua gelombang yakni gerakan sosial lama dan gerakan sosial baru. Pada gerakan sosial lama gerakan sosial dilakukan untuk isu-isu politik dan ekonomi seperti pada kelas dan status. Sekarang, pada gerakan sosial baru, gerakan dilakukan adalah untuk masalah-masalah *socio-cultural* seperti isu lingkungan.

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis berfokus pada gerakan sosial yang merupakan sebuah kampanye yang dibuat oleh Greenpeace bernama Kampanye Kleercut yang merupakan sebuah alat yang dipakai untuk menaikkan kesadaran konsumen. Selain itu penulis juga melihat keberhasilan apa saja yang didapat dalam melakukan kampanye ini. Area yang difokuskan adalah Kanada. Aktor yang menjadi fokus penelitian ini adalah Greenpeace. Jenjang waktu yang diteliti adalah tahun 2004 saat awal mula kampanye sampai 2009 pada saat Kampanye Kleercut berhenti atau terselesaikan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya maka pertanyaan penelitian yang ingin dicari penulis adalah **“Bagaimana Greenpeace Melalui Kampanye Kleercut Dapat Menekan Kebijakan Kimberly-Clark Terkait Isu Lingkungan Agar Dapat Berproduksi Dengan Melihat Keselamatan Lingkungan?”**

1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis upaya Greenpeace dengan kampanyenya yang mampu membuat Kimberly-Clark sebuah perusahaan produk sehari-hari mengikuti kebijakannya terkait kebijakan ramah lingkungan.

1.5.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini digunakan untuk menyelesaikan studi S1 jurusan Ilmu Hubungan Internasional. Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan-pengetahuan baru bagi pembaca. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan acuan bagi peneliti lain saat meneliti permasalahan atau isu serupa.

1.6 Kajian Literatur

Gerakan sosial merupakan sebuah alat yang digunakan aktor untuk membantu menaruh kepentingan kepada aktor lain. Gerakan sosial dibuat oleh organisasi untuk menanamkan ideologinya kepada sebuah perusahaan melalui

masyarakat agar perusahaan tersebut menjadi ideal dan sesuai atau sejalan dengan keinginan organisasi tersebut. Gerakan sosial juga digunakan untuk mengubah pemikiran publik tentang apa yang seharusnya terjadi, bagaimana sebuah perusahaan seharusnya bergerak sesuai dengan nilai-nilai baik seperti memperdulikan HAM dan lingkungan. Masyarakat merupakan sekelompok pemangku kepentingan yang memiliki peran besar dalam berjalannya bisnis. Menurut Margolis dan Walsh masyarakat memiliki keinginan untuk ikut terlibat dalam inisiatif-inisiatif sosial. Sebelum terlibat dalam gerakan salah satu cara masyarakat dapat mengetahui bahwa terjadi sebuah permasalahan berasal dari gerakan sosial yang diasosiasikan oleh organisasi dan terus berkembang ke pengetahuan masyarakat. Sebuah organisasi harus bisa membuat penafsiran masalah yang baik agar masyarakat dapat mendukung ide-ide yang ditawarkan oleh gerakan-gerakan tersebut, bahkan organisasi bisa membuat strategi sistematis agar ide-idenya dapat diterima dan disetujui dengan baik oleh masyarakat. Jika ide diterima dan masyarakat menyetujui maka akan semakin besar mereka mempengaruhi kegiatan bisnis. Seperti yang sebelumnya dikatakan peran masyarakat dalam kegiatan bisnis sangatlah besar karena masyarakat merupakan pembeli produk atau jasa yang ditawarkan para pelaku bisnis. Oleh karena itu, jika masyarakat sebagai konsumen memiliki ide atau pemikiran tertentu maka kegiatan bisnis bergeser sesuai dengan keinginan masyarakat, agar apa yang ditawarkan oleh bisnis bisa terus diterima atau dikonsumsi oleh masyarakat yang merupakan konsumen.¹⁰

¹⁰ Panayiotis Georgallis, "The Link between Social Movements and Corporate Social Initiatives: Toward a Multi-Level Theory: JBE JBE," 2017, *Journal of Business Ethics* 142 (4) (06): 735-751,

Sebuah bisnis harus dapat memiliki hubungan yang baik dengan konsumennya. Hubungan baik bisa dipaparkan dalam bentuk reputasi perusahaan yang jujur dan etis. Hubungan yang berlandaskan kedua hal tersebut dapat menghasilkan efek reputasi positif dan dapat memaksimalkan hubungan. Kepercayaan yang dapat dihasilkan oleh hubungan baik antara konsumen dan perusahaan dapat menciptakan respon positif, seperti kesetiaan yang diberikan oleh konsumen terhadap barang atau jasa yang dijual oleh perusahaan tersebut. Organisasi non-profit mampu menyebarkan informasi yang menimbulkan ketakutan kepada masyarakat luas tentang isu-isu tertentu. Aksi yang dilakukan oleh organisasi non-profit dapat sangat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu hal. Misalnya, pada permasalahan lingkungan, sebuah organisasi mengindikasikan bahwa perusahaan A melakukan kegiatan produksi yang tidak memikirkan kelestarian lingkungan. Setelah itu terjadi jika organisasi non-profit memobilisasi sebuah kampanye yang mengindikasikan sebuah masalah terhadap perusahaan maka bisa terjadi keretakan pada kepercayaan yang telah dibangun oleh perusahaan tersebut. Artinya, respon atau hasil yang didapat oleh masyarakat atau konsumen menjadi negatif. Oleh karena itu, di dalam jurnal ini berpendapat bahwa kegiatan yang dilakukan oleh organisasi non-profit dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan pembentukan preferensi.¹¹

<https://search.proquest.com/docview/1904071538?accountid=31495> (diakses pada 26 september 2019)

¹¹ Jonathan P. Doh and Terrence R. Guay, , "Corporate Social Responsibility, Public Policy, and NGO Activism in Europe and the United States: An Institutional-Stakeholder Perspective," 2006, *Journal of Management Studies* 43:1, <http://faculty.wvu.edu/dunnc3/rprnts.institutionalstakeholderperspective.pdf> (diakses pada 26 september 2019)

Advokasi dari organisasi non-pemerintah mungkin efektif dalam mengubah atau memperkuat pandangan tentang banyak hal kepada beberapa individu. Pandangan ini kemudian dapat memobilisasi beberapa orang-orang tadi untuk bertindak dengan cara tertentu, dan tindakan ini dapat mengarah pada konsekuensi negatif yang dapat secara langsung mempengaruhi orang lain. Bisa dilihat bahwa organisasi non-profit sebagai penggerak pertama dalam menanamkan pandangan-pandangan tertentu yang bisa mempengaruhi banyak orang. Organisasi non-profit bertujuan untuk meningkatkan keadilan sosial bagi anggota masyarakat juga hal lainnya yang terpinggirkan. Oleh karena itu keputusan yang diambil oleh organisasi non-pemerintah harus mempertimbangkan konsensus pandangan semua orang yang berpotensi terkena dampak kebijakan dan tindakan yang diinginkan oleh organisasi non-profit ini. Karena pengaruhnya yang mampu mempengaruhi banyak individu maka organisasi non profit harus dengan hati-hati dalam melakukan keputusannya, karena yang merasakan akibatnya bukan hanya orang-orang tertentu saja tetapi ada orang atau organisasi lain bisa merasakan efek negatif dari pengaruh organisasi non-profit.¹²

Dari beberapa kajian literatur ini dapat ditarik kesimpulan bahwa sebuah organisasi mampu untuk menekan aktor lain seperti sebuah perusahaan. Salah satu cara sebuah organisasi dapat menekan sebuah perusahaan adalah dengan dilakukannya sebuah gerakan sosial yang diikuti oleh masyarakat luas. Masyarakat menjadi aktor yang sangat penting karena masyarakat merupakan konsumen dari

¹² Jeffrey Unerman and Brendan O'Dwyer, "Theorising Accountability for NGO Advocacy," 2006, *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 19 (3): 349-376, <https://search.proquest.com/docview/211258656?accountid=31495>, (diakses pada 26 september 2019)

produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Selain itu, dalam melakukan bisnis penyedia barang dan pembeli barang haruslah memiliki hubungan yang baik dan juga masyarakat senang untuk dilibatkan ke dalam masalah-masalah sosial yang terjadi. Maka, dalam prakteknya sebuah perusahaan harus mampu melakukan apa yang konsumen inginkan agar tercapai hubungan baik antara keduanya. Dengan cara tersebut salah satu tujuan perusahaan untuk mencari keuntungan bisa tercapai dengan maksimal.

Penulis setuju dengan ketiga literatur yang dicantumkan karena sebuah organisasi non-pemerintah bisa melakukan sebuah gerakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Informasi tersebut membuat masyarakat sadar terhadap isu sosial dan jika menyetujui isu tersebut maka masyarakat memiliki keinginan untuk mengikuti gerakan sosial tersebut. Dalam dunia bisnis masyarakat memegang peran penting karena masyarakat berperan juga sebagai konsumen yang membuat sebuah bisnis dapat terus berjalan. Dengan adanya gerakan sosial yang dibuat oleh organisasi non-negara dan diikuti oleh masyarakat maka sebuah perusahaan menerima tekanan, dari tekanan tersebut perusahaan kemudian melakukan beberapa perubahan untuk menarik masyarakat. Kajian literatur ini dapat membantu penulis dalam analisa, penulis dapat melihat bagaimana organisasi non-pemerintah yang membuat sebuah gerakan kepada sebuah perusahaan multinasional untuk menciptakan perubahan dengan bantuan masyarakat sebagai konsumen.

1.7 Kerangka Pemikiran

Liberalisme sosiologis merupakan sebuah teori yang mengkritik teori realisme yang terlalu fokus kepada hubungan antar negara. Menurut Liberalisme sosiologis hubungan internasional bukan hanya hubungan negara ke negara saja namun juga hubungan transnasional yang dilakukan oleh aktor lain seperti individu, group, dan organisasi yang berasal dari negara yang berbeda. Liberalisme sosiologis menyatakan bahwa hubungan transnasional antar aktor non-negara tersebut lebih kooperatif dan damai dibandingkan hubungan antar pemerintah. John Burton dalam bukunya yang berjudul *World Society* menjelaskan tentang sebuah model relasi transnasional yang bernama *cobweb model*. *Cobweb model* membicarakan tentang dunia yang berjalan dengan adanya kerjasama antar semua aktor internasional yang dapat menciptakan hubungan yang saling menguntungkan.¹³ Hubungan yang saling menguntungkan tersebut terjadi karena efek dari adanya keanggotaan kelompok lintas sektoral yang tumpang tindih antar aktor dari kelompok yang berbeda dan hal tersebut dapat meminimalisir terjadinya konflik antar group dan menciptakan hubungan yang lebih damai dan kurang konflik.

Organisasi non-profit mendedikasikan pekerjaannya untuk isu-isu jangka panjang seperti masalah hak asasi manusia dan perubahan iklim. Dalam buku *Sustainability: Essentials for Business* ada 4 peran penting dari organisasi non-profit yaitu, (1) social development, (2) sustainable community development, (3)

¹³ Robert Jackson, Georg Sorensen, *Introduction to International Relations Theories and Approaches*, (Oxford, UK: Oxford University Press, 2013) hal: 103

sustainable development, and (4) sustainable consumption. Fokus bahasan dalam penelitian ini adalah peranan organisasi non-profit yaitu *sustainable development*, dimana organisasi non-profit mempromosikan pembangunan berkelanjutan di tingkat internasional yang memusatkan perhatian pada dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnis, sebagian dibantu oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Banyak perusahaan multinasional merasakan tekanan dari para aktivis organisasi non-profit tentang cara berjalannya produksi perusahaan jika tidak melakukan cara-cara yang berkelanjutan. Tekanan tersebut muncul dari kegiatan para aktivis yang ditujukan kepada pelanggan perusahaan.¹⁴

Tekanan yang dilakukan oleh organisasi non-profit ini adalah upaya untuk menunjukkan *influence* kepada khalayak luas. Dalam pengimplementasian pengaruhnya organisasi non-profit harus bisa berpikir secara strategis tentang bagaimana cara mereka beroperasi. Misalnya seperti memikirkan tentang masalah apa dikejar dan bagaimana mereka menggunakan sumber daya mereka, selain itu juga organisasi non-profit harus mengetahui siapa yang ingin dipengaruhinya.¹⁵ Organisasi non-profit bisa mengatur protes skala besar yang mampu menjadi *headlines* internasional dan mendapatkan ketenaran.¹⁶ *Headlines* tersebut dapat mempengaruhi para aktor yang terlibat dan hasilnya dapat berupa hasil baik dan buruk.

¹⁴Scott T. Young, Kanwalroop Kathy Dhanda, "Sustainability: Essential for business," https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/52625_ch_9.pdf

¹⁵Margaret P. Karns, Karen A. Mingst, and Kendall W. Stiles, *International Organization*, (Colorado, US:Lynne Rienner Publishers, 2015) hal 269-270

¹⁶ Scott T. Young, Kanwalroop Kathy Dhanda, "Sustainability: Essential for business," https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/52625_ch_9.pdf hal 223

Lingkungan alam merupakan inti dari kehidupan manusia, karena manusia membutuhkan segala ekosistem alam untuk bertahan hidup. Masalah lingkungan belum pernah menjadi perhatian utama studi hubungan internasional. Peningkatan masalah ekologi dari tahun 1970-an memunculkan sub-bidang khusus dari hubungan internasional yang berkaitan dengan kerjasama lingkungan internasional. Seiring dengan berjalanya waktu, manusia menggunakan alam dengan sembarangan dan berlebihan. Gas emisi terus memanas, dan menyebabkan perubahan iklim yang kemudian menjadi sebuah fenomena pada revolusi industri pertama. Setelah itu menjadi perhatian saat Eropa mengalami apa yang dinamakan sebagai *Acid Rain*. Ada sebuah teori yang menyatakan bahwa perubahan iklim merupakan hasil dari perbuatan manusia. Teori itu disebut green theory, para ahlinya berpendapat bahwa bahaya yang dialami bumi sekarang adalah akibat dari cara manusia menggunakan alam. Green theory telah berkembang pesat dengan meningkatnya ketergantungan ekonomi dan ekologi global serta kemunculan masalah ekologis global seperti perubahan iklim. Ketergantungan tersebut menciptakan sebuah siklus yang terjadi antara manusia dan alam, yaitu penggunaan alam berlebih oleh manusia yang dapat membunuh manusia, spesies lain, dan ekosistem bumi lainnya. Jadi karena asumsi penggunaan alam oleh manusia merusak alam, para ahli Green Theory menyatakan salah satu cara untuk membuat dunia aman bagi generasi sekarang dan masa depan yang dibutuhkan adalah perubahan dalam hubungan manusia-alam.¹⁷ Ahli green theory menganut filosofi ekosentris baru yang berupaya menghargai semua bentuk kehidupan yang bukan

¹⁷Cynthia Weber, *International Relation Theory: A Critical Introduction*, 3rd ed (New York, USA: Routledge, 2010) hal. 192.

hanya berangkat dari nilainya untuk manusia. Dari perspektif ekosentris, tata kelola lingkungan harus tentang melindungi tidak hanya kesehatan dan kesejahteraan komunitas manusia yang ada dan generasi mendatang, tetapi juga jaringan kehidupan lainnya seperti lingkungan. Ada empat pilar politik hijau: tanggung jawab ekologis, keadilan sosial, non-kekerasan, dan demokrasi akar rumput.¹⁸

Berangkat dari teori tersebut bisa dilihat bahwa greenpeace yang berperan sebagai sebuah organisasi peduli lingkungan menginginkan adanya perubahan perilaku manusia khususnya di dalam perusahaan tentang cara mengelola alam dengan baik. Penggunaan alam oleh perusahaan masuk kedalam pengambilan bahan baku untuk proses manufaktur pembuatan barang siap jual. Oleh sebab itu, setelah greenpeace meneliti perusahaan Kimberly Clark dan menemukan adanya pelanggaran terhadap lingkungan, greenpeace langsung melakukan sebuah kampanye.

Social Movement Theory menjelaskan tentang gerakan-gerakan sosial yang dibuat oleh sebuah organisasi untuk mencapai tujuan bersama. *Social Movement Theory* lebih didasari pada kelompok tertentu yang berusaha mempengaruhi hasil politik atau mendistribusikan kembali sumber daya materi. Berangkat dari *Social Movement Theory* ada pembaharuan teori yang disebut *New Social Movement Theory*. Teori tersebut memiliki fokus yang lebih baru dimana gerakan yang dilakukan merupakan gerakan-gerakan sosial postmaterialis seperti gerakan Hijau, feminis, dan perdamaian. *New Social Movement Theory* seperti gerakan lingkungan berfokus pada tujuan otonomi, identitas, realisasi diri, dan masalah peningkatan

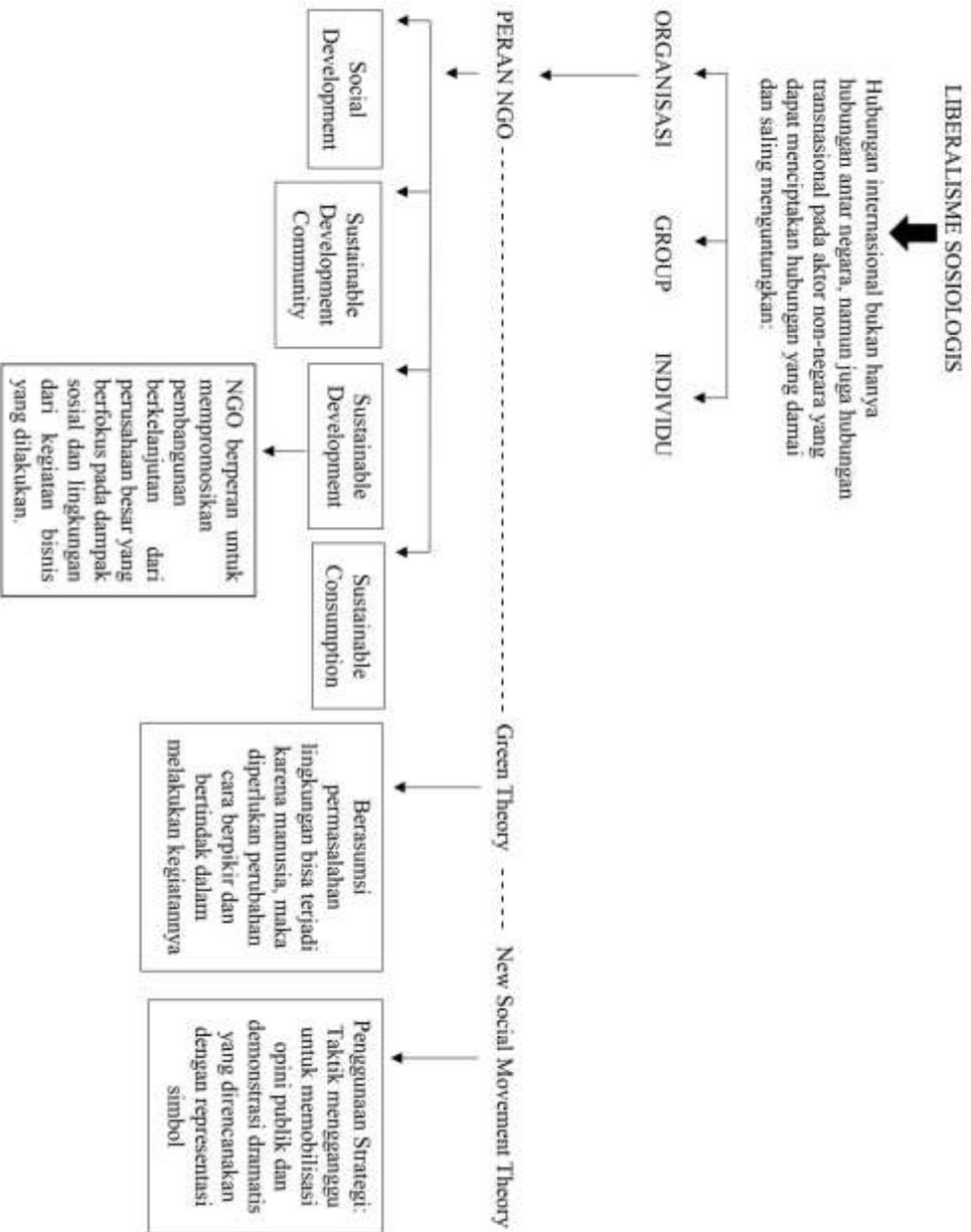
¹⁸ Tim Dunne, dkk, *International Relations Theories: Discipline and Diversity*, 3rd ed (Oxford, UK: Oxford University Press, 2010) hal. 269.

kualitas hidup.¹⁹ Dalam taktiknya *new social movement theory* ingin memobilisasi opini publik dengan menggunakan bentuk demonstrasi yang sangat dramatis dan direncanakan dengan representasi simbol dan kostum.²⁰ Kelompok-kelompok *new social movement theory* umumnya digambarkan sebagai kelompok yang anti-hierarkis, informal, antioligarki, atau sangat partisipatif. Maka, greenpeace menyusun dan melakukan kampanye yang ditujukan kepada Kimberly-Clark untuk mempengaruhi masyarakat atau konsumen agar Kimberly-Clark sebagai sebuah perusahaan bisa memikirkan kembali tindakan produksi apakah dapat merusak lingkungan atau tidak.²¹

¹⁹ William Little, *Introduction to Sociology*, (BC Campus) <https://opentextbc.ca/introductiontosociology/chapter/chapter21-social-movements-and-social-change/#section21.2>. Diakses pada, 20 september 2019,

²⁰ Oman Sukmana, *Konsep dan Teori Gerakan Sosial*, (Malang: Intrans Publishing, 2016) hal 121.

²¹ Bob Edward, *Organizational Style in Middle Class and Poor People's Social Movement Organizations: An Empirical Assessment of New Social Movements Theory*, (The Catholic University of America, 1994) hal. 4.



Berdasarkan skema kerangka pemikiran diatas dapat dilihat bahwa dalam Liberalisme Sosiologis di dalam hubungan internasional aktor bukan negara-sentris namun ada aktor transnasional seperti organisasi internasional dan group seperti perusahaan multi nasional, juga individu. Aktor NGO memiliki beberapa peran antara lain *social development*, *sustainable development community*, *sustainable development*, juga *sustainable consumption*. Penulisan ini lebih menekankan pada salah satu peran NGO yaitu *sustainable development* yang mana NGO berperan untuk mempromosikan pembangunan berkelanjutan perusahaan besar yang berfokus pada dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dari aktifitas bisnis. Mengambil garis yang sama dengan peran NGO, *Green Theory* berperan sebagai alasan mengapa Greenpeace membuat sebuah kampanye untuk menekan kebijakan ramah lingkungan perusahaan Kimberly-Clark sebab menurut *Green Theory* perlu adanya perubahan sikap, berfikir, dan bertindak dalam melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan. Dalam menjelaskan penggunaan upaya yang dilakukan pada saat kampanye *New Social Movement Theory* menjelaskan bahwa ada beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk melakukan sebuah penekanan yaitu; taktik mengganggu dan demonstrasi dengan penggunaan simbol.

1.8 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Penulisan ini menggunakan metode kualitatif dalam pengumpulan datanya. Data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata yang hasilnya bersifat deskriptif dan naratif.²² Penelitian ini diteliti sesuai dengan penemuan makna oleh peneliti. Jenis

²² John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*, 4th ed. (California, US: SAGE Publication, 2013)

teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer terdiri dari laporan langsung dari Greenpeace dan Kimberly-Clark juga data sekunder yaitu laporan yang bukan dari kedua institusi, berita dan juga jurnal akademik dari pihak-pihak yang tidak terkait langsung dengan isu ini.

1.9 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terdiri dari 5 bab. Bab I berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, Kajian literatur, kerangka pemikiran, dan juga metodologi penelitian dan pengumpulan data. Bab II membahas Greenpeace, antara lain visi dan misi, peran, cara kerja Greenpeace, kerjasama-kerjasama yang telah dilakukan, juga keberhasilan yang telah dicapai oleh Greenpeace. Lalu bab III membahas tentang perusahaan Kimberly-Clark yang mencakup profil perusahaan, beberapa kebijakan yang terkait dengan lingkungan, hubungan Kimberly-Clark dan Greenpeace. Lalu bab IV membahas tentang kampanye dan cara-cara apa saja yang dilakukan oleh greenpeace agar kebijakan yang sudah dibuat oleh Kimberly-Clark dapat dilakukan atau diimplementasikan kembali. Bab V berisi kesimpulan terhadap keseluruhan penelitian.