

UPAYA GREENPEACE DALAM MENGURANGI LIMBAH PLASTIK DI INDONESIA

Yasmin Nadhifah Sunardi¹

Abstract: *Plastic waste is an environmental issue that is being discussed due to the harm it is causing to the environment, particularly the oceans. This is due to society's way of life, the amount of plastic waste produced is increasing, but it is not being balanced by good waste management. The purpose of this research is to discover what Greenpeace's efforts, as an international organization that works on environmental issues, reduce plastic waste in Indonesia. The descriptive research method was used, as well as secondary data obtained from literature, reports, books, and a valid website. Social Movement Theory and International Organizations were used as analysis tools in this study. The results of the study demonstrated Greenpeace's efforts to reduce waste in Indonesia by conducting research on plastic waste in Indonesia, negotiating with Fast Moving Consumer Goods (FMCG) companies, monitoring and identifying plastic waste, and initiating a campaign called #PantangPlastik.*

Keywords: *Greenpeace, Plastic Waste, Indonesia*

Pendahuluan

Meningkatnya perekonomian serta pertumbuhan populasi dan urbanisasi berkontribusi terhadap permasalahan lingkungan khususnya sampah plastik. Tingginya tingkat konsumsi manusia sehingga sampah yang dihasilkan juga semakin terus bertambah. Adapun dampak negatif yang ditimbulkan, sampah plastik yang tidak dikelola dengan baik, menyebabkan pencemaran lingkungan. Menurut *United Nation Environment Programme* (UNEP) terdapat sekitar 80% sampah plastik yang berada di laut berasal dari darat dan pada akhirnya mengancam keberlangsungan spesies laut. Selain berdampak pada spesies laut, hal ini juga akan berdampak pada manusia.

Pertama kali produksi plastik secara global pada tahun 1950-an dan menghasilkan 2 juta ton per tahunnya, kemudian pada tahun 2015 meningkat hingga menjadi 381 juta ton (Roser, 2018). Plastik sendiri memiliki peranan penting dan menjadi pilihan alternatif bagi perindustrian sebagai bahan baku untuk produk kebutuhan sehari-hari seperti bahan mengemas baik produk pangan ataupun produk perawatan tubuh, dan bahan untuk perabotan rumah tangga karena ketersediaan sumber daya yang tidak lagi mampu memenuhi kebutuhan yang terus meningkat. Bahan baku plastik dianggap lebih efektif karena sifat dan fungsinya yang mudah diproses dan dapat bertahan lama meski dapat digunakan berkali-kali, serta harganya yang relatif murah.

Namun hal ini tidak diimbangi dengan pengelolaan sampah yang baik, di ASEAN, masalah sampah plastik menjadi permasalahan dikarenakan 90% masih kurang dalam fasilitas pembuangan dan pengelolaan sampah yang memadai seperti di Filipina, Vietnam, Thailand, Malaysia dan Indonesia. Indonesia menjadi negara terbesar dalam menyumbang limbah ke laut, sebanyak 1,15 juta hingga 2,41 juta ton sampah plastik memenuhi lautan setiap tahunnya (Adebayo, 2018). Dari seluruh pantai di

¹ Mahasiswa Program S1 Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. E-mail : yasminns2108@gmail.com.

Indonesia, terdapat sampah plastik sekitar 57% dan diperkirakan sebanyak 46 ribu sampah plastik yang mengapung di lautan (Ayub, 2018). Tingginya penggunaan plastik di Indonesia bukan lagi sebuah hal yang baru pasalnya hal ini dapat dijumpai khususnya di kota-kota besar, seperti di pulau Jawa, Sumatera, Sulawesi dan beberapa provinsi di Indonesia.

Pengelolaan sampah di Indonesia masih menggunakan proses manual, yaitu menggunakan sistem *land disposal* atau penyingkiran limbah ke dalam tanah yang disertai dengan penimbunan di TPA atau *land filling*. Namun, sistem pengelolaan sampah tersebut tidak sesuai karena timbunan sampah semakin meningkat dan tidak didukung oleh peningkatan kinerja dan infrastruktur pengelolaan sampah. Sebagian besar sampah di Indonesia hanya ditimbun di TPA jika dibandingkan dengan sampah yang dikelola, yaitu sekitar 69% ditimbun dan hanya 7% yang dikelola. Selain sistem pengelolaan yang masih kurang, prinsip 3R (*reduce, reuse, recycle*) belum terimplementasi dengan baik karena sistem manajemen sampah secara umum belum dapat memilah sampah organik dan anorganik.

Berbagai upaya dilakukan Indonesia untuk mengurangi jumlah sampah plastik, yaitu dengan adanya Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 yang mana kebijakan ini mengedepankan strategi pengurangan timbunan sampah dan penanganan sampah yang sulit terurai dan pada tahun 2017 diterbitkan Rencana Aksi Nasional (RAN) untuk menangani sampah laut. Namun, hingga kini penerapan dari UU tersebut masih kurang sehingga tingkat sampah yang dihasilkan tetap terus meningkat.

Penanganan masalah sampah khususnya sampah plastik bukan hanya menjadi tugas pemerintah namun tanggung jawab seluruh komponen di dalam masyarakat. Hal ini harus dimulai dari setiap anggota masyarakat, institusi pemerintah dan bisnis, serta lembaga-lembaga non-pemerintah seperti Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Selama ini salah satu lembaga swadaya masyarakat lokal yang aktif dalam mengurangi plastik yaitu, Aliansi Zero Waste Indonesia (AZWI) dan Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik. Selain LSM lokal adanya organisasi internasional non-pemerintah seperti Greenpeace yang juga berkontribusi dalam mengurangi sampah plastik.

Greenpeace adalah organisasi lingkungan yang telah melakukan berbagai upaya dalam permasalahan lingkungan secara global. Keberadaan Greenpeace di Indonesia sendiri bukanlah hal yang baru, Greenpeace telah hadir di Indonesia dalam kampanye-kampanye sebelumnya seperti masalah iklim dan energi, deforestasi hutan, air, dan kelautan.

Dan saat ini permasalahan sampah plastik menjadi perhatian Greenpeace karena sampah plastik telah menjadi kekhawatiran masyarakat internasional dan dampaknya yang berpotensi mengganggu keberlangsungan makhluk hidup. Untuk itu sebagai bentuk kepedulian terhadap jumlah sampah plastik Greenpeace melakukan upaya untuk mengurangi limbah plastik karena tingginya sampah plastik yang dihasilkan khususnya di Indonesia bersamaan dengan adanya *global movement* dimana Greenpeace sebagai salah satu organisasi internasional yang ikut serta dalam gerakan tersebut.

Kerangka Teori

Social Movement

Social Movement dapat diartikan sebagai entitas sosial informal yang terorganisir, dan berorientasi untuk menggerakkan sosial yang terlibat dalam konflik ekstrainstitusional. Tujuan-tujuan dari *social movement* dapat ditujukan untuk perubahan sosial dalam masyarakat. *Social movement* adalah interaksi tindakan

kolektif yang terorganisir secara independen untuk menghasilkan perubahan masyarakat.

Dalam memahami suatu Gerakan sosial perlu adanya peran *networks* atau jaringan sosial. Jaringan sosial mempengaruhi dalam sebuah aksi kolektif. Jaringan sosial meningkatkan peluang individu untuk ikut terlibat dan memperkuat aktivis-aktivitis untuk memajukan upayanya. Dalam prosesnya, *networks* memiliki hubungan hirarki yang berbeda, yaitu (Mario Diani and Doug McAdam, 2003):

- a. Komunikasi, merupakan dasar untuk membagikan informasi terkait dengan peristiwa yang sedang terjadi.
- b. *Influence*, merupakan dasar bagi suatu aktor dalam mempengaruhi opini atau tindakan aktor lain.
- c. *Joint action*, yang dapat dianggap sebagai hal yang ekstrim dari *influence* dimana aktor-aktor berkumpul untuk membuat keputusan dan tindakan bersama.

Informasi dan *influence* atau pengaruh mengalir melalui jejaringan sosial (*social networks*). Namun, dalam ‘menghubungkan’ para aktor, setidaknya terdapat tiga dimensi kedekatan jaringan yang relevan dengan *Social Movement*, yaitu:

1. Spatial/sosial, yaitu sebuah tindakan yang terkait pada ruang. Misalnya, orang-orang yang sering berkumpul di tempat yang sama pada waktu yang sama untuk bertindak bersama.
2. *Movements/organization*, partisipan dalam sebuah tindakan tertentu biasanya memiliki ikatan tambahan satu sama lain di luar dari sebuah kedekatan. Diantara ruang-ruang, sebuah tindakan dapat dikoordinasikan melalui ikatan politik atau gerakan antar organisasi gerakan (*movements organization*).
3. Relational/sosial, organisasi gerakan mungkin memiliki sebuah ikatan dengan non-anggota melalui hubungan sosial dan keanggotaan ‘lain’ anggotanya. Ikatan yang dimaksud ialah, ikatan kekerabatan dan persahabatan, pekerjaan di tempat yang sama, atau keanggotaan di beberapa asosiasi sekunder yang tidak memiliki hubungan langsung dengan gerakan.

Kemudian Partisipasi dalam *social movement* tidak hanya terbatas pada keanggotaan dalam organisasi tertentu. Karena jaringan sosial yang bersifat informal dimana jaringan menyediakan struktur gerakan sosial atau ruang bebas untuk saling memperkuat solidaritas dan bereksperimen. Dalam ruang lingkungannya jumlah total partisipan dalam sebuah aksi kolektif, sering dipahami bahwa difusi jaringan menjangkau hingga ke individu-individu. Namun, jika demikian dapat dipertimbangkan ‘ukuran’ cakupan masing-masing aktor yaitu dari jumlah orang yang dimobilisasi.

Untuk itu organisasi juga memiliki peran penting, dalam gerakan sosial berfungsi untuk mengelola dan mengkoordinasi kontribusi, mengumpulkan sumber daya; memilih, melatih dan mengganti anggota, mendefinisikan tujuan organisasi. Oleh karena itu, organisasi dalam *social movement* harus mengerahkan sumber daya yang ada di lingkungan sekitarnya, baik dalam bentuk uang atau kerja sukarela yang bertujuan untuk pengembangan program.

Organisasi Internasional

Organisasi internasional didefinisikan sebagai organisasi antar pemerintah yang merupakan fenomena baru dalam hubungan internasional. Menurut Clive Archer, organisasi internasional memiliki peranan yang mana organisasi internasional sebagai alat atau instrumen. Dalam hal ini untuk mencapai kesepakatan serta menyelaraskan

tindakan. Kemudian, sebagai forum, dalam pembuatan keputusan serta organisasi internasional sebagai aktor yang dimana pelaku yang bertindak dalam pelaksanaan kepentingan (Clive Archer, 2001).

Adapun fungsi dari organisasi internasional, yaitu:

1. Artikulasi dan agregasi kepentingan nasional suatu negara
2. Menghasilkan norma-norma
3. Rekrutmen
4. Sosialisasi
5. Pembuatan Keputusan
6. Penerapan Keputusan
7. Penyelarasan Keputusan
8. Tempat memperoleh informasi
9. Operasionalisasi

Kemudian berdasarkan keanggotaannya serta sifat hukum yang mengatur terhadap organisasi maka penggolongan organisasi internasional adalah:

1. *Inter-Governmental Organization* (IGO)
2. *Non-Governmental Organization* (NGO-INGO)

Non-Government Organization (NGO) merupakan organisasi yang bukan bagian dari pemerintah dan merupakan gerakan sosial yang dibuat oleh masyarakat sipil secara luas. Adapun karakteristik dari NGO, yaitu NGO dibentuk bukan sebagai partai politik, dipahami sebagai organisasi yang mengatur diri sendiri atau mandiri yang tujuannya tidak untuk mencari keuntungan dan dilakukan secara sukarela dalam arti keterlibatan sukarela dalam mengelola (Selin Varol, 2013).

NGO adalah aktor ketiga yang berfokus dan berperan aktif dalam pembangunan, hak asasi manusia, aksi kemanusiaan, pelestarian budaya dan lingkungan (David Lewis, 2010). Adapun istilah-istilah dari NGO menurut Snehlata Chandra, yaitu :

1. Organisasi Sukarela, yang bertujuan untuk misi sosial yang didorong oleh komitmen untuk nilai-nilai bersama.
2. Pelayanan Publik Kontraktor, yang berorientasi pada pasar bisnis yang melayani tujuan publik.
3. Organisasi Rakyat, yang merupakan mewakili anggota, kepentingan, minat dan memiliki anggota kepemimpinan yang bertanggungjawab dan secara substantial mandiri.
4. Lembaga Non Pemerintahan, yang berfungsi sebagai alat kebijakan pemerintah.

Dalam kaitannya dengan struktur NGO sendiri sangat bervariasi, mereka bisa menjadi hierarki global dengan salah satu relatif yang kuat akan otoritas pusat atau pengaturan federal, formal atau informal. NGO dalam sifat keanggotaannya tidak sebagai perwakilan pemerintah yang secara langsung dari negara-negara dalam organisasi yang bersangkutan.

Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif atau *Case Study* untuk menggambarkan bagaimana upaya Greenpeace mengurangi limbah plastik di Indonesia, dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui telaah Pustaka (*library research*), baik dari buku, jurnal, laporan dan melalui akses internet yang berisikan data dan informasi relevan yang berkaitan yang dibahas oleh penulis.

Hasil Penelitian

Riset Tentang Sampah Plastik

Permasalahan pencemaran sampah plastik di laut Indonesia menjadi perhatian dan belum dapat diselesaikan. Namun, informasi mengenai masalah plastik masih minim sehingga Greenpeace melakukan upayanya dengan melakukan penelitian atau riset. Tujuan dilakukannya riset ini untuk menambah informasi mengenai masalah sampah plastik, menginvestigasi kategori jenis sampah dan mengungkap merek produk apa saja yang berpotensi mencemari pantai di lokasi penelitian.

Untuk itu, pada tahun 2016 Greenpeace melakukan sebuah riset mengenai sampah plastik, yaitu "*Plastic Debris Research*" dengan menggunakan metode yang mengacu pada *National Oceanic and Atmospheric Administration* (NOAA). Riset ini dilakukan oleh *Greenpeace* bersama dengan komunitas-komunitas seperti Osiji Club, Sea Soldier, Srikandri Diver, Save Mugo, GEMA hingga siswa-siswi dari SMP 216 dan SMA 68 Jakarta.

Dalam melakukan riset ini Greenpeace melakukan pengumpulan sampel untuk mengidentifikasi jenis dan kategori sampah serta laju akumulasi atau timbulan sampah. Untuk pemilihan lokasi pengambilan sampel, dilakukan serangkaian survei di beberapa lokasi yang berbeda di pantai DKI Jakarta, yaitu di Kepulauan Seribu lebih tepatnya di 3 pulau seperti Pulau Bokor, Pulau Karang Congkak, dan Pulau Air. Kegiatan ini dilakukan pada bulan September hingga November.

Dari hasil riset yang dilakukan, jumlah keseluruhan timbulan sampah mencapai 22.603 buah yang didominasi oleh kategori sampah plastik. Kategori sampah plastik paling banyak ditemukan di Pulau Bokor terutama pada bulan November tahun 2016 yaitu terdapat 3.339 buah atau sekitar 24,22% dari total kategori sampah plastik. Kemudian kategori sampah terbanyak selain plastik juga ada sampah botol plastik, pada bulan September tahun 2016 yaitu 743 buah ([Greenpeace Indonesia, 2016](#)).

Riset ini baru dilakukan di DKI Jakarta khususnya Kepulauan Seribu. Mengingat sampah yang dihasilkan Jakarta per-harinya sekitar 6.500-7.000 ton, berdasarkan data tahun 2016. Untuk itu pada tahun 2017, Greenpeace kembali melakukan riset dalam rangka memperingati Hari *Coastal Cleanup* sedunia, yaitu *International Coastal Cleanup* yang dilakukan pada 16 September tepatnya di Pulau Bokor, Kepulauan Seribu, Jakarta dan diikuti oleh masyarakat lokal sekitar Pulau Bokor, selain itu riset ini juga diikuti oleh *Volunteer Greenpeace Youth* Jakarta, *Ocean Defender* Indonesia, beserta LSM seperti Aliansi Zero Waste Indonesia (AZWI) yang merupakan kumpulan organisasi lingkungan di Indonesia.

Hasil pengumpulan sampel di Pulau Bokor, sampah yang didapatkan dibagi menjadi 3 kategori yaitu pembungkus makanan (42%), produk perawatan diri (11%), dan produk rumah tangga (47%). Selain itu jumlah sampah juga dikategorikan berdasarkan merek dan tanpa merek yang dimana jumlah sampah tanpa merek lebih banyak yaitu 51% jika dibandingkan dengan sampah bermerek 49%.

Berdasarkan hasil yang ditemukan tersebut, penyumbang sampah terbanyak di Pulau Bokor ialah, Unilever yaitu sebanyak 4.22%, dan Wings sebagai produsen terbanyak kedua setelah Unilever yaitu 3.25%, kemudian disusul oleh produsen lainnya seperti Indofood (2.92%), Danone (2.50%), dan Orang tua (2.05%). Dari hasil data yang diperoleh dapat dilihat bahwa perusahaan FMCG Unilever yang paling banyak teridentifikasi berkontribusi dalam pencemaran limbah plastik di Indonesia ([Greenpeace Indonesia, 2017](#)).

Oleh karena itu, Greenpeace mendorong perusahaan-perusahaan FMCG dalam mendesain ulang kemasan produknya karena dari hasil riset yang dilakukan produsen-produken konsumen yang berkontribusi pada pencemaran laut. Greenpeace dan beberapa perusahaan FMCG sepakat untuk menandatangani komitmen plastik global. Komitmen plastik global merupakan rencana untuk bertanggung jawab terhadap target pengurangan penggunaan plastik sekali pakai. Adapun target-target yang Greenpeace minta kepada perusahaan-perusahaan FMCG, sebagai berikut ([Greenpeace Indonesia, 2018](#)):

1. Menentukan target yang ambisius dan bertanggung jawab untuk mengurangi plastik sekali pakai.
2. Segera bertindak untuk menghilangkan kemasan plastik yang berlebihan dan bermasalah.
3. Memprioritaskan investasi dalam penggunaan kembali atau *reuse* dan sistem pengiriman alternatif.
4. Menerapkan transparansi dan melaporkan jejak plastik mereka (perusahaan FMCG) setiap tahun.

Namun dari kesepakatan yang dibuat perusahaan-perusahaan FMCG hanya beberapa perusahaan FMCG yang menerapkan transparansi serta melaporkan produk plastik, seperti Coca Cola, Pepsi Co, Nestle dan Danone.

Sosialisasi

Selain menjadi sarana informasi, Greenpeace juga berfungsi sebagai agen sosialisasi, yang dimana dapat mempengaruhi sistem atau pola perilaku secara langsung baik terhadap individu maupun kelompok melalui sosialisasi.

a. Monitoring dan Identifikasi Sampah Plastik

Setelah dilakukannya sebuah riset, Greenpeace melakukan kegiatan *Beach Clean Up* atau audit sampah plastik, yang merupakan upaya lanjutan dari kegiatan sebelumnya. Kegiatan ini merupakan salah satu peran jaringan sosial, yaitu: *Influence* dan *Joint Action*. Dalam hal ini, Greenpeace yang memiliki pengaruh mengajak masyarakat sekitar bersama dengan komunitas lokal untuk memberikan penyadaran kepada masyarakat terhadap fenomena sampah plastik di Indonesia yang semakin meningkat.

Adapun audit sampah ini yang dilakukan dengan mengidentifikasi, menghitung, dan mendokumentasikan merek, kemudian dikumpulkan untuk membantu mengidentifikasi perusahaan-perusahaan yang harus bertanggung jawab atas limbah yang telah mencemari lingkungan. Kegiatan ini dilakukan pada bulan September tahun 2018, yang baru dilaksanakan di beberapa pantai di Indonesia, yaitu Pantai Kuk Cituis (Tangerang), Pantai Pandansari (Yogyakarta), dan Pantai Mertasari (Bali).

Berdasarkan hasil audit sampah yang dilakukan di 3 pantai yang berbeda Greenpeace mengumpulkan 10.594 sampah plastik dan terdapat 797 merek sampah plastik, diantaranya merek makanan dan minuman sebanyak 594 merek, perawatan tubuh 90 merek, kebutuhan rumah tangga 86 merek dan lainnya 27 merek. Berikut adalah identifikasi jenis produk kemasan yang mendominasi dari 3 lokasi ([Greenpeace Indonesia, 2018](#)):

Tabel 1.1 Jenis Produk Kemasan

	Tangerang	Bali	Yogyakarta
Merek	Santos	Danone	Indofood
	P&G	Dettol	Unilever
	Wings	Unilever	Wings

Sumber: Greenpeace Indonesia

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil audit sampah plastik yang dilakukan di 3 lokasi yang berbeda, merek *Unilever* dan *Wings* yang paling dominan. Dari hasil kegiatan audit sampah yang dilakukan ini, kemudian akan dipublikasikan, dan diharapkan dapat menjadi acuan untuk pemerintah dalam menetapkan aturan mengenai pengurangan sampah plastik sekali pakai secara signifikan oleh produsen dalam proses produksinya.

b. Kampanye Lingkungan

1. Networks

Greenpeace menggalakkan kampanye #PantangPlastik yang dilakukan melalui media. Penggunaan media dalam Gerakan sosial merupakan alat yang efektif untuk memobilisasi khalayak, berkomunikasi, *networking* atau membangun sebuah jaringan yang ditujukan dalam bentuk petisi daring. Dalam hal ini, Greenpeace membangun upaya persuasif melalui *website* resmi (<https://www.greenpeace.org>), dengan mengumpulkan petisi dari masyarakat. Tujuan dari petisi ini sendiri untuk mendorong pemerintah Indonesia dalam memperbaiki kebijakan mengenai pengelolaan limbah khususnya plastik dan memberlakukan kebijakan untuk para produsen dalam mengambil tindakan yang bertanggungjawab atas dampak yang ditimbulkan akibat sampah plastik yang mencemari lautan.

Selain melalui *website* resmi, upaya tersebut dilakukan melalui media sosial seperti Twitter, Instagram atau Facebook. Hal ini sebagai bentuk komunikasi dan alat untuk menggerakkan masyarakat untuk lebih *aware* terhadap masalah plastik. Greenpeace mengajak masyarakat untuk mengubah kebiasaan dalam penggunaan produk plastik sekali pakai, dengan mulai menggunakan produk alternatif lainnya yang dapat digunakan kembali atau *reuse*.

Dalam kampanye #PantangPlastik juga bekerja sama dengan Lembaga Pemuliaan Lingkungan Hidup dan Sumber Daya Alam Majelis Ulama Indonesia (LPLHSDAMUI) yang dilakukan pada bulan Ramadhan yang dilakukan sejak tahun 2018. Greenpeace dan LPLHSDAMUI melakukan diskusi-diskusi ke masyarakat terkait perubahan negatif yang terjadi pada bulan puasa terkait dengan masalah plastik. Selain diadakannya diskusi, Greenpeace membagikan takjil di jalanan tanpa menggunakan plastik, mereka lebih menggunakan daun pisang sebagai materi pembungkus makanan.

Dilakukannya kampanye pada bulan puasa karena jumlah sampah yang dihasilkan meningkat hingga 289 ton per harinya menurut Dinas Lingkungan Hidup Jakarta ([Ochi Amanaturrosyidah, 2018](#)). Peningkatan jumlah sampah yang dihasilkan terjadi karena perubahan pola konsumsi masyarakat. Masyarakat lebih memilih menggunakan plastik sekali pakai, seperti kantong plastik atau *kressek* pada saat

membeli makanan atau minuman untuk berbuka. Dalam kampanye yang dilakukan pada bulan puasa Greenpeace berharap kegiatan ini dapat mengedukasi masyarakat dan lebih peduli terhadap lingkungan sekitar.

2. *Participation*

Greenpeace mengkampanyekan pengurangan limbah plastik dengan ikut berpartisipasi dalam sebuah gerakan yang peduli pada permasalahan sampah plastik, yaitu *#BreakFreeFromPlastic*. *#BreakFreeFromPlastic* atau BFFP merupakan gerakan global yang menginginkan masa depan yang bebas dari sampah plastik. Dalam melakukan kegiatannya BFFP membersihkan pantai, sungai dan lingkungan dari sampah plastik. Kegiatan ini diikuti oleh 42 negara di 6 benua yang dilakukan secara serempak. Pertama kali kegiatan ini dilakukan pada tahun 2017 di *Freedom Island*, Filipina. Kemudian pada akhir 2017, dilakukan kegiatan serupa di Indonesia. Hasil dari kegiatan ini, *volunteers* berhasil mengumpulkan lebih dari 180.000 sampah plastik.

Dari hasil temuan tersebut, BFFP menyoroti 3 besar perusahaan FMCG yang berkontribusi dalam permasalahan sampah plastik, yaitu PepsiCo, *Perfetti van Melle*, dan Unilever. Untuk itu, Greenpeace bersama aliansi BFFP yang termasuk didalamnya, mendesak ulang produk yang menimbulkan mikroplastik, termasuk *microbeads* dan *microfiber*. Namun, dari hasil data tersebut masih terdapat produsen yang belum memprioritaskan pengurangan, mereka baru akan mengeluarkan peraturan mengenai daur ulang plastik dan melakukan beberapa inovasi-inovasi untuk kemasan produk, tetapi masih kurang efektif.

Akan tetapi, pemerintah khususnya DKI Jakarta telah melakukan regulasi aturan tentang larangan kantong plastik sekali pakai. Yaitu dengan dikeluarkannya Peraturan Gubernur (Pergub) No. 142 Tahun 2019 tentang Kewajiban Penggunaan Kantong Belanja Ramah lingkungan. Tidak sampai disitu, kampanye lingkungan yang dilakukan guna mengajak masyarakat untuk mengurangi penggunaan plastik terutama plastik sekali pakai, yang saat ini mulai menggunakan sedotan *stainless* dan mengganti botol plastik dengan *tumbler* yang dapat digunakan kembali.

Kesimpulan

Dalam menangani permasalahan sampah plastik, Greenpeace sebagai organisasi internasional berperan sebagai sarana informasi yang dimana dalam upayanya Greenpeace melakukan sebuah riset tentang sampah plastik di Indonesia yang bertujuan untuk memberikan informasi, menginvestigasi dan mengungkap merek yang berpotensi mencemari lautan. Selain itu, Greenpeace juga berperan sebagai agen sosialisasi yaitu dengan memberikan penyadaran kepada masyarakat melalui kegiatan monitoring dan mengidentifikasi sampah plastik yang dilakukan di beberapa daerah di Indonesia.

Greenpeace melakukan kampanye lingkungan yang bertajuk *#PantangPlastik*, sebagai bentuk upaya untuk mengubah dan memberi penyadaran terhadap bahaya dari limbah plastik yang memiliki dampak jangka panjang bagi lingkungan. Kampanye ini juga bertujuan untuk mendorong pemerintah dalam melakukan regulasi dalam pengelolaan sampah plastik dan aturan terhadap para produsen atau perusahaan FMCG. Selain itu, mendesak perusahaan FMCG dalam melakukan inovasi untuk mengurangi dan mendesain ulang produk kemasannya.

Daftar Pustaka

- Archer, C. (2001). *International Organizations 3rd Edition*. New York: Routledge.
- Cary Anne Cadman, et. al. (2018). *Laporan Sintesis : Hotspot Sampah Laut Indonesia*. Jakarta: World Bank
- Diani, D.D. (2003). *Social Movements and Networks: Relational Approaches to Collective Actions*.
- Varol, S. (2013). *The Role Non-Government Organization in Institutional Processes*. Netherlands: Tilburg University.
- Greenpeace, I. (2016). *Technical Report Plastic Debris Research* . Jakarta Selatan: Greenpeace Indonesia .
- Greenpeace, I (2017). *Technical Report International Coastal Cleanup* . Jakarta: Greenpeace Indonesia.
- Greenpeace, I (2018). *Greenpeace Menemukan Lebih dari 700 Merek Sampah Plastik dari Tiga Lokasi*. Dalam <https://www.greenpeace.org/indonesia/siaran-pers/1052/greenpeace-menemukan-lebih-dari-700-merek-sampah-plastik-dari-tiga-lokasi/>
- Greenpeace, I. (2018). *Coca-Cola, Nestle, Danone, Mars, Pepsi, dan Unilever Menandatangani Komitmen Plastik Global Tetapi Masih Belum Memprioritaskan Pengurangan*. Dalam <https://www.greenpeace.org/indonesia/siaran-pers/1011/coca-cola-nestle-danone-mars-pepsi-dan-unilever-menandatangani-komitmen-plastik-global-tetapi-masih-belum-memprioritaskan-pengurangan/>
- Lewis, David. (2010). *Non-Governmental Organizations, Definition and History*. Dalam https://www.researchgate.net/publication/302391474_Nongovernmental_Organizations_Definition_and_History
- Adebayo, Z. (2018). *New Road Material Reducing Plastic Pollution In Indonesia*. Dalam <https://borgenproject.org/tag/plastik-pollution-in-indonesia/>
- Amanaturrosyidah, O. (2018). *Selama Bulan Ramadhan Jumlah Sampah di Jakarta Meningkatkan 4 Persen*. Dalam <https://kumparan.com/kumparannews/selama-bulan-ramadhan-jumlah-sampah-di-jakarta-meningkat-4-persen/full>
- Ayub, A. F. (2018). *Laut Indonesia dan Ancaman Sampah Plastik* . Dalam Detik News: <https://news.detik.com/kolom/d-4056107/laut-indonesia-dan-ancaman-sampah-plastik>
- Roser, H. R. (2018). *Plastic Pollution*. Dalam <https://ourworldindata.org/plastic-pollution>
- Team, O. P. (2018). *Marine Plastics*. Dalam <https://ocean.si.edu/conservation/pollution/marine-plastics>