

PERAN GREENPEACE DALAM UPAYA SEKURITISASI ISU SAMPAH PLASTIK DI THAILAND

Hidayat Chusnul Chotimah

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas Bisnis dan Humaniora
Universitas Teknologi Yogyakarta
Email: hidayat.chotimah@staff.uty.ac.id

Age Sulistyoningih

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas Bisnis dan Humaniora
Universitas Teknologi Yogyakarta

ABSTRAK

Penggunaan plastik di Thailand akibat meningkatnya urbanisasi juga telah mendorong tingkat konsumsi masyarakat dan membawa negara tersebut pada kondisi darurat sampah plastik. Meningkatnya jumlah polusi plastik di Thailand dari tahun ke tahun belum direspon dengan strategi kebijakan yang tepat dari Pemerintah setempat sehingga mendorong Greenpeace untuk berperan sebagai *securitizing actor* untuk mengangkat isu tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kualitatif melalui wawancara dan studi literatur yang berkaitan dengan isu polusi plastik di Thailand. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identifikasi awal oleh Greenpeace di Thailand menyebutkan bahwa polusi plastik masuk dalam kategori isu *disruption of ecosystem* sebagai ancaman (*existential threat*). Dalam hal ini, laut beserta ekosistem di dalamnya merupakan pihak terancam yang harus dilindungi atau yang disebut sebagai *referent object*. Melalui kegiatan kampanye anti plastik yang telah dilakukan, selain sebagai *securitizing actor*, Greenpeace juga berperan sebagai inisiator pertama kampanye anti plastik di Thailand yang secara khusus menekankan pada perlunya tanggung jawab individu, pemerintah dan korporasi besar, khususnya industri plastik/kemasan, untuk melakukan perubahan dalam mengatasi permasalahan polusi plastik tersebut.

Kata Kunci: Polusi Plastik, Sekuritisasi, Keamanan Lingkungan, Greenpeace, Thailand

ABSTRACT

The increased use of plastic in Thailand as a result of urbanization has also increased public consumption, resulting in a plastic waste emergency. The local government has failed to respond to the increasing amount of plastic pollution in Thailand from year to year, prompting Greenpeace to act as a securitizing actor to raise the issue. Through interviews and literature studies, this study employs a qualitative data analysis approach to the issue of plastic pollution in Thailand. The findings revealed that Greenpeace's initial identification in Thailand stated that plastic pollution was included in the category of ecosystem disruption issues as an existential threat. In this case, the sea and the ecosystem in it are threatened parties that must be protected or referred to as referent objects. Apart from being a securitizing actor, Greenpeace has also acted as the initiator of Thailand's first anti-plastic campaign, which specifically emphasizes the need for individual, government, and large corporate responsibility, particularly the plastic/packaging industry, to make changes in the environment to solve the problem of plastic pollution.

Keywords: Plastic Pollution, Securitization, Environmental Security, Greenpeace, Thailand

PENDAHULUAN

Sejak pertama kali plastik ditemukan pada abad ke-19, eksistensi plastik di berbagai negara terus mengalami perkembangan yang pesat. Produksi plastik dalam beberapa dekade ini bahkan telah mencapai angka 288 juta ton pada tahun 2012. Angka tersebut terus meningkat setiap tahunnya sebanyak 4% seiring dengan masih dipilihnya plastik sebagai alat favorit untuk mengemas produk. Dipilihnya plastik sebagai bahan kemasan utama disebabkan oleh sifat-sifat plastik yang elastis dan fleksibel sehingga cocok menjadi kemasan untuk berbagai jenis produk dengan ukuran yang bervariasi, baiknya daya tahan plastik sehingga tidak mudah rusak seperti kardus atau kertas, serta rendahnya biaya produksi yang dibutuhkan untuk memproduksi kemasan plastik (Ryan, 2015, p. 1).

Sebagai salah satu negara di Indo-Pasifik, Thailand termasuk negara pesisir penghasil polusi plastik yang masif. Pada tahun 2010, Thailand masuk dalam peringkat 10 besar negara dengan sampah plastik salah kelola (*mismanaged plastic waste*) terbanyak di dunia. Sebanyak 1 hingga 5 juta metrikton sampah plastik per tahun yang bermuara ke laut merupakan 3,2% total dari jumlah plastik salah kelola yang dimiliki Thailand (Elias, 2018, p. 135). Jumlah tersebut diakibatkan oleh sedikitnya TPA yang berfungsi dengan baik di Thailand, yakni hanya sebanyak 700 dari 3,000 TPA (Marks, 2018).

Penggunaan plastik di Thailand pun terus bertambah. Meningkatnya penggunaan plastik dalam negeri disebabkan oleh beberapa hal. Pertama, adanya urbanisasi dan kenaikan pendapatan per kapita Thailand. Urbanisasi di Thailand pada periode tersebut meningkat sebanyak 2,5 juta penduduk, dari yang semula hanya 9,3 juta penduduk menjadi 11, 8 juta penduduk. Hal ini berdampak pada perluasan area perkotaan (*urban*) di Bangkok dari 1,900 m² menjadi 2,100 m² dan menempatkan Bangkok sebagai *megacity* dengan area terluas di Asia Tenggara (World Bank Group, 2015). Kehidupan perkotaan yang bergerak serba cepat membuat makanan dan minuman kemasan atau yang siap saji menjadi lebih diminati oleh masyarakat sehingga permintaan produksi plastik untuk kemasan makanan dan melahirkan dependensi masyarakat terhadap penggunaan plastik sebagai alat pengemas pada transaksi jual-beli di tingkat *street food* dan ritel (Marks et al., 2020, p. 5).

Masifnya konsumsi plastik oleh masyarakat ikut mendorong terjadinya impor limbah plastik. Tingginya pengimporan limbah plastik oleh Thailand demi memenuhi permintaan masyarakat membuat Thailand berstatus menjadi salah satu negara pengimpor limbah plastik

terbesar kedua di Asia Tenggara dengan persentase sebanyak 8,1% tepat di bawah Malaysia dengan persentase sebanyak 15,7%. Mayoritas sumber limbah plastik di Thailand berasal dari Jepang, Amerika Serikat, dan Hongkong. Pada tahun 2018, total impor limbah plastik Thailand mencapai hingga 75.000 ton per bulan (Krabang & Korean, 2017, p. 4 to 10). Di satu sisi, industri plastik di Thailand juga memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) sebesar 6,71 % atau sekitar US\$36,9 miliar pada 2018 (World Bank Group, 2021).

Meskipun Thailand telah mengalami berbagai pergantian rezim dari Thaksin Shinawatra (2006), Samak Sundaravej (2008), Yingluck Shinawatra (2011), Niwatthamrong Boonsongpaisan (2014), dan Prayut Chan-o-cha (2014 hingga sekarang), namun tidak ada kebijakan signifikan mengenai lingkungan yang diambil oleh pemerintah. Hanya Perdana Menteri Prayut Chan-o-cha yang akhirnya mengambil kebijakan untuk memerangi sampah plastik pada tahun 2018. Hal ini disebabkan oleh budaya kudeta yang dilakukan oleh kelompok internal pemerintahan dan sejarah pemerintah yang selama ini otoriter yang menyulitkan gerakan lingkungan untuk memiliki kekuatan besar dan dipandang oleh pemerintah dan sektor bisnis. Pemerintah lebih memerhatikan sektor bisnis dan politik dalam negerinya, sehingga gerakan lingkungan sulit mendapatkan ruang di badan legislatif negara.

Oleh sebab itu, Greenpeace sebagai organisasi internasional non-pemerintah sudah mulai mengangkat isu plastik, khususnya *Polyvinyl Chloride (PVC)* ke dalam kampanye Bahan Beracun yang mengancam lingkungan secara general, baik di darat maupun laut (Greenpeace International, 2003). Selain itu, selama beberapa dekade di akhir tahun 90-an kampanye Laut yang telah dilakukan juga lebih menekankan pada perlindungan ikan paus, penangkapan ikan ilegal, polusi limbah tambang minyak dan penangkapan ikan berbahaya yang mengancam kehidupan di bawah laut dibanding mengkaji dampak polusi plastik terhadap ekosistem di bawah laut (Greenpeace International, n.d.-a). Kajian tersebut baru terwujud pada tahun 2006 yang berjudul "*Plastic Debris in the World's Ocean*" yang secara khusus memiliki bahasan terkait dampak polusi plastik terhadap ekosistem laut. Sejak saat itu, kampanye plastik masuk secara spesifik ke dalam spektrum kampanye Laut secara *major campaign* dan *minor campaign* (Greenpeace International, n.d.-b).

Berperannya Greenpeace di Thailand dalam melakukan kampanye atau sosialisasi secara lokal telah menempatkannya pada posisi *securitizing actor* atau aktor sekuritisasi yang mencoba membawa isu polusi plastik kepada publik untuk diperbincangkan dan diperdebatkan, hingga diharapkan terjadi aksi yang dilakukan oleh masyarakat, sebagai audiens, untuk melakukan penekanan pada pemerintah. Oleh sebab itu, penelitian ini akan menggunakan teori sekuritisasi untuk menjelaskan **peran Greenpeace dalam upaya sekuritisasi isu sampah plastik di Thailand beserta dampaknya terhadap perubahan perilaku pemerintah ataupun masyarakat sebagai hasil dari sekuritisasi tersebut.**

KERANGKA PEMIKIRAN

Konsep *International Non-Governmental Organizations*

International Non-Governmental Organizations (INGO) atau organisasi internasional non-pemerintah sejatinya merupakan organisasi nirlaba yang eksis di berbagai negara. INGO umumnya tidak jauh berbeda dengan NGO (*Non-Governmental Organization*). Keduanya hanya berbeda pada tingkatan eksistensi, namun sama-sama memiliki keragaman cakupan bidang yang pelaksanaannya didorong oleh motif dan prinsip yang berbeda, seperti kemanusiaan, pembangunan, lingkungan, dan lain-lain (Walton et al., 2016, p. 8). Sedangkan Union of International Associations (UIA) mendefinisikan INGO sebagai sebuah organisasi formal yang memiliki beberapa karakteristik, yaitu tujuan internasional (*international aim*), keanggotaan dan pendanaan paling tidak di 3 negara, serta struktur formal yang menghendaki adanya perputaran jabatan, kantor pusat yang permanen (*head-quarters*), dan bukti penyelenggaraan kegiatan (Muddle & Winham, n.d., p. 809).

Keberadaan INGO dalam suatu negara dapat memengaruhi kebijakan domestik maupun internasional negara tersebut. Hal ini didorong oleh kemampuannya untuk melakukan kampanye, lobi (*lobbying*), membuat agenda (*agenda-setting*), *monitoring*, dan meningkatkan kesadaran atas suatu isu (Muddle & Winham, n.d., p. 810). Untuk mampu melihat atau mengukur kemampuan tersebut, maka diperlukan pengamatan terhadap jenis dan pola hubungan antara NGO dengan Pemerintah. Menurut Philip Eldridge seperti yang dikutip oleh Fakhri dalam Praja (2009) terdapat tiga model yang menggambarkan jenis hubungan NGO dengan pemerintah, yaitu *High-Level Partnership (Grassroots Development)*, *High-Level Politics (Grassroots Mobilization)*, dan *Empowerment at the Grassroots*. Jenis hubungan *High-*

Level Partnership (Grassroots Development) memandang NGO memiliki kecenderungan bersikap partisipatif, sehingga arah kegiatan yang diadakan tertuju pada upaya pembangunan daripada advokasi dan umumnya tidak terbentur dengan proses politik. Meskipun tidak berbenturan dengan proses politik dan memiliki kegiatan pada bidang pembangunan, NGO pada pola ini tetap memiliki perhatian besar untuk mempengaruhi kebijakan yang diambil oleh pemerintah. Ciri lainnya adalah, NGO pada pola ini biasanya bersifat lokal dan tidak memiliki jumlah keanggotaan yang besar.

Sedangkan pada hubungan *High-Level Politics (Grassroots Mobilization)*, NGO cenderung bersifat advokatif, sehingga dicirikan sebagai NGO yang aktif dalam kegiatan politik. Hal ini disebabkan oleh peran NGO yang digambarkan sebagai aktor yang membela dan memobilisasi masyarakat dalam upaya perlindungan, maupun isu-isu kebijakan yang masuk dalam lingkup perhatiannya. Tujuannya adalah supaya masyarakat atau isu yang diperjuangkan dapat didengar dan menjadi fokus perhatian pemangku kebijakan. Oleh karena itu, biasanya NGO dalam jenis hubungan ini akan sulit bekerja sama dengan pemerintah.

Pada jenis hubungan *Empowerment at the Grassroots*, NGO tidak aktif secara politik maupun berinteraksi dengan pejabat pemerintah. NGO umumnya menganggap bahwa pemberdayaan masyarakat dari akar rumput mengenai hak-haknya, akan meningkatkan kemampuan masyarakat untuk mendorong perubahan. Sehingga, kebijakan yang dibuat oleh pemerintah tidak dianggap menjadi faktor yang mendorong peningkatan kapasitas/perubahan kapasitas dalam masyarakat (Praja, 2009, p. 20 to 21). Pada jenis hubungan, diperlukan pengetahuan atas pola hubungan antara NGO dengan pemerintah untuk menganalisis lebih dalam hubungan antara keduanya. James V. Ryker menyebutkan terdapat lima pola hubungan NGO dengan pemerintah, yakni *autonomous, facilitation, cooptation, collaboration, dan containment*.

Pada pola *autonomous* NGO dianggap sebagai entitas yang bekerja secara independen dan mandiri, sehingga pemerintah tidak menganggapnya sebagai suatu ancaman. Selanjutnya, pada pola *facilitation* pemerintah memberikan dukungan kepada NGO, baik dalam bentuk pendanaan, peraturan, pengakuan secara hukum, dan hal administratif lain. Iklim baik untuk kehidupan NGO yang diciptakan pemerintah disebabkan oleh pandangan pemerintah bahwasannya kegiatan yang dilakukan oleh NGO merupakan pelengkap/komplementer atas kegiatan atau upaya pemerintah.

Berbeda dengan *facilitation* dan *autonomous*, pada pola *cooptation* pemerintah cenderung mengatur kegiatan yang dilakukan NGO. Sehingga NGO perlu memenuhi ketentuan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Kontrol pemerintah atas NGO umumnya bersifat aktif pada pola hubungan ini. Sedangkan pada pola *collaboration* pemerintah akan cenderung bekerja sama dengan NGO karena dinilai membawa keuntungan. Penggabungan potensi dan sinergi antara keduanya diharapkan mampu mencapai tujuan yang sama. Hal ini berbanding terbalik dengan pola hubungan *containment*, dimana NGO dilihat sebagai tantangan hingga ancaman bagi pemerintah, sehingga pemerintah perlu membatasi ruang gerak, bahkan membubarkan NGO (Praja, 2009, p. 26 to 27).

Selaras dengan definisi yang telah dijelaskan di atas, keberadaan Greenpeace yang telah hadir di 40 negara ikut berkontribusi meningkatkan kesadaran publik atas isu-isu lingkungan (Greenpeace UK, n.d.). Di Thailand, Greenpeace hadir untuk mengampanyekan dan meningkatkan kesadaran masyarakat atas polusi plastik dengan gerakan anti-plastik.

Teori Sekuritisasi

Teori sekuritisasi sendiri merupakan bagian dari kajian keamanan yang telah mengalami perkembangan. Balzacq (2011) menyebutkan bahwa sekuritisasi merupakan serangkaian tindakan yang menggunakan metafora, alat kebijakan, analogi, emosi, stereotip, dan lain-lain untuk secara kontekstual digunakan atau dimobilisasi oleh *securitizing actor* dalam rangka mendorong terjadinya kesamaan rasa, pikiran, dan intuisi dalam benak audiens mengenai ancaman keamanan yang dihadapi *referent object* (pihak yang terancam). Kesamaan yang terjadi nantinya membuat audiens ikut tergerak memperjuangkan isu keamanan dan menekan pemerintah agar segera mengambil kebijakan khusus untuk menanganinya (Balzacq, 2011, p. 3).

Sedangkan Ole Waever, Barry Buzan, dan Jaap de Wilde (1998) dalam karyanya yang berjudul '*Security: A New Framework for Analysis*', menyebutkan istilah sekuritisasi sebagai versi ekstrim dari fenomena politisasi, dimana isu non-politis diubah menjadi isu politik yang dipolitisasi sebagai isu keamanan. Artinya, isu non-politis mulanya tidak dianggap sebagai sebuah ancaman sehingga tidak menjadi prioritas yang dapat dimasukkan dalam debat pemangku kebijakan. Namun, setelah melalui proses *speech act* oleh aktor sekuritisasi, isu tersebut masuk ke dalam perdebatan publik sebagai isu keamanan dan melibatkan

pemerintah selaku aktor pengambil kebijakan untuk mengambil keputusan terkait penanganan *existential threat* yang dihadapi (Buzan et al., 1998, p. 23). Jika dibandingkan dengan definisi yang dimiliki Balzacq, Buzan et al mengidentifikasi bahwa sebelum menjadi isu keamanan, suatu isu cenderung bersifat non-politis. Sehingga definisi Buzan et al menekankan pada proses politisasi suatu isu non-politis yang mengubah statusnya menjadi isu keamanan. Sedangkan Balzacq berfokus pada keterlibatan masing-masing aktor yang memengaruhi proses sekuritisasi.

Dengan demikian, merujuk pada Buzan et al. (1998), terdapat 3 aktor yang menjadi kunci dalam sekuritisasi, antara lain *referent objects* (aktor yang terancam), *securitizing actors* (aktor yang melakukan sekuritisasi), dan *functional actors* (aktor yang memengaruhi dinamika isu yang disekuritisasi). Dalam sekuritisasi, *securitizing actor* dapat melakukan konstruksi isu apa saja untuk dijadikan isu keamanan dan mendefinisikan pihak terancam (*referent objects*) yang perlu dilindungi untuk bertahan hidup. Latar belakang *securitizing actor* sendiri tidak terbatas pada tingkat pemerintah, tetapi juga birokrat, pemimpin, *lobbying group*, dan *pressure group* atau kelompok penekan kebijakan (Buzan et al., 1998, p. 35 to 40). Sedangkan *functional actors* adalah aktor yang keterlibatannya dapat memengaruhi proses sekuritisasi. Misalnya, dalam pembuatan atau perumusan kebijakan lingkungan umumnya akan berbenturan dengan industri yang kegiatan operasionalisasinya berkaitan dengan lingkungan, seperti industri agrikultur, kimia, nuklir, penangkapan ikan, atau pertambangan. Sektor industri ini akan merasa dirugikan dari adanya kampanye dan rencana pengambilan kebijakan. Maka, dalam hal ini industri atau aktor ekonomi dikatakan sebagai *functional actors* (Buzan et al., 1998, p. 78 to 79).

Selanjutnya, Buzan et al. dan Balzacq (Balzacq, 2011, p. 3) sepakat bahwa *speech act* umumnya dipengaruhi oleh proses intersubjektif atau kesamaan pemahaman mengenai sebuah ancaman yang dipahami aktor sekuritisasi dan audiens—dalam hal ini adalah masyarakat (Buzan et al., 1998, p. 29 to 31). Selain itu, *facilitating condition* atau prasyarat yang memudahkan juga memengaruhi kesuksesan *speech act*. *Facilitating condition* dibagi menjadi dua, yakni (1) *internal* yang berkaitan dengan penggunaan bahasa, dan (2) *eksternal* yang berkaitan dengan modal sosial aktor sekuritisasi. Sehingga, *facilitating condition* secara ringkas dapat dijelaskan sebagai kondisi terjadinya kombinasi antara penggunaan bahasa

yang baik saat *speech act* dan didukung dengan posisi aktor sekuritisasi yang kuat akan memengaruhi kesuksesan *speech act* (Buzan et al., 1998, p. 31 to 32).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara semi-terstruktur dan studi literatur. Narasumber yang diambil dalam penelitian ini yaitu Plastic Project Leader Greenpeace Thailand yaitu Pichmol Rugrod. Selain itu, penulis juga mengkaji dan menganalisis literatur seperti karya ilmiah, jurnal, surat kabar, internet dan lain-lain sebagai data tambahan. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah metodologi kualitatif eksplanatif untuk menjelaskan upaya sekuritisasi isu lingkungan yang dilakukan oleh Greenpeace Thailand. Penelitian ini memiliki batasan waktu terkait tindakan sekuritisasi yang dilakukan oleh Greenpeace Thailand yaitu dari tahun 2011 hingga tahun 2020.

PEMBAHASAN

Polusi Plastik sebagai Isu *Disruption Of Ecosystems*

Bidang lingkungan menjadi sektor keamanan dengan sejarah pergerakan yang paling singkat, yakni sejak dilaksanakannya United Nations Conference on the Human Environment tahun 1972 hingga kemunculan penelitian-penelitian keamanan lingkungan yang terinstitusi dalam jurnal ilmiah pada dua dekade berikutnya. Sekuritisasi bidang lingkungan masih dilakukan hingga saat ini. Berbagai macam isu telah dibahas oleh banyak peneliti meskipun isu yang muncul beragam. Buzan et al. (1998) mengategorikan isu-isu keamanan lingkungan menjadi 6, yaitu *disruption of ecosystems, energy problems, population problems, food problems, economic problems, dan civil strife*. Dalam penelitian mengenai polusi plastik dan kehidupan bawah laut, maka penulis berfokus pada salah satu aspek isu lingkungan, yakni *disruption of ecosystems* yang mengakomodir isu-isu seperti perubahan iklim, keanekaragaman hayati, deforestasi, penggurunan atau degradasi lingkungan, erosi, menipisnya lapisan ozon, serta polusi (Buzan et al., 1998, p. 74 to 75).

Sekuritisasi bidang lingkungan mengidentifikasi lingkungan sebagai *referent object* atau pihak yang terancam. Hal ini didorong oleh persepsi bahwasannya manusia akan gagal

mencapai peradaban yang direncanakannya jika lingkungan tidak dapat diselamatkan. Terdapat tiga kategori sesuatu dapat dikatakan sebagai ancaman. *Pertama*, ancaman berasal dari alam dan mengancam umat manusia seperti bencana alam banjir atau gempa bumi. *Kedua*, aktivitas manusia yang mengancam alam seperti efek rumah kaca, konsumsi berlebihan yang menyebabkan penumpukan sampah, emisi industri, dan lainnya. *Ketiga*, aktivitas manusia yang berdampak buruk bagi alam namun tidak mengancam umat manusia seperti penggantian bahan baku pada industri, dari tembaga menjadi silikon atau logam menjadi keramik (Buzan et al., 1998, p. 79 to 80).

Sebagai penelitian yang masuk dalam kategori isu *disruption of ecosystems* dengan fokus polusi plastik dan keanekaragaman hayati bawah laut sebagai *referent object*, maka dapat dikatakan bahwa konstruksi logika terhadap ancaman dalam penelitian ini disebabkan oleh kegiatan manusia yang mengancam lingkungan. Kegiatan tersebut berupa penggunaan plastik secara masif yang tidak dibarengi oleh pengelolaan sampah yang baik, sehingga mengancam laut dan kehidupan yang ada di dalamnya.

Sejak pertama kali plastik ditemukan pada abad ke-19, eksistensi plastik di berbagai negara terus mengalami perkembangan yang pesat. Produksi plastik dalam beberapa dekade ini bahkan telah mencapai angka 288 juta ton pada tahun 2012. Angka tersebut terus meningkat setiap tahunnya sebanyak 4% seiring dengan masih dipilihnya plastik sebagai alat favorit untuk mengemas produk. Dipilihnya plastik sebagai bahan kemasan utama disebabkan oleh sifat-sifat plastik yang elastis dan fleksibel sehingga cocok menjadi kemasan untuk berbagai jenis produk dengan ukuran yang bervariasi, baiknya daya tahan plastik sehingga tidak mudah rusak seperti kardus atau kertas, serta rendahnya biaya produksi yang dibutuhkan untuk memproduksi kemasan plastik (Ryan, 2015, p. 1).

Pengetahuan akan isu polusi plastik di dunia sejatinya baru mulai berkembang sejak para ilmuwan melakukan penelitian akan bahaya plastik pada akhir 1960-an yang ditandai dengan fenomena burung laut jenis Laysan Albatrosses yang mengonsumsi plastik di barat laut Kepulauan Hawaii. Setidaknya, 74 dari 100 burung Albatrosses di Kepulauan Hawaii terindikasi mengonsumsi plastik, dengan rata-rata konsumsi sebanyak 2 gram atau sekitar 8 buah plastik per ekor burung. Penelitian tersebut menjadi tonggak awal perkembangan penelitian plastik terhadap binatang-binatang laut dan pesisir pantai yang mengonsumsi plastik pada tahun 1970-an hingga 1990-an. Mayoritas penelitian memberikan kesimpulan bahwa penyebab

binatang laut dan pesisir mengonsumsi plastik diduga karena plastik mengalami fase mengapung. Pada fase tersebut binatang laut dan pesisir, khususnya burung laut, menganggap plastik-plastik tersebut adalah makanan (ikan). Spektrum penelitian mengenai topik ini mulai mengalami perkembangan pada akhir 1990-an dan ketika memasuki abad ke-21 seiring dengan bertambahnya sampah plastik yang bermuara di laut. Peningkatan sampah plastik ini ikut meningkatkan rasa penasaran para peneliti akan dampak sampah plastik terhadap ekosistem bawah laut (Ryan, 2015, p. 2 to 7).

Temuan dalam penelitian mengenai plastik menyebutkan bahwa setidaknya sekitar 80% sampah plastik yang bermuara di laut merupakan jenis kantong plastik, perlengkapan menangkap ikan, serta bungkus makanan dan minuman. Fase pertama plastik mulai masuk ke laut adalah ketika terbawa angin maupun dibuang secara sengaja ke pantai. Sehingga, pada fase kedua plastik akan menjadi *floating debris* atau puing yang mengapung. Butuh waktu, tekanan gelombang, dan pengaruh sinar matahari hingga kemudian plastik masuk pada fase ketiga, yakni tenggelam ke dasar laut akibat pengikisan. Material yang terkikis pada sampah plastik berubah menjadi fragmen-fragmen kecil berukuran kurang dari 2 milimeter atau disebut juga sebagai material mikroplastik pada fase terakhir distribusi sampah plastik di laut. Mikroplastik mampu mengapung dan mencemari seluruh permukaan laut (Galgani et al., 2015, p. 32 to 48).

Identifikasi Awal Mengenai Isu Polusi Plastik Oleh Greenpeace di Thailand

Isu polusi plastik diperkenalkan oleh Greenpeace International, hal ini tidak mengurangi fakta bahwasannya Greenpeace Thailand menjadi inisiator dan penggerak kampanye anti polusi plastik berbasis tanggung jawab individu dan korporasi di Thailand. Greenpeace Thailand merupakan entitas bagian dari Greenpeace International, perwakilan Greenpeace Thailand memahami bahwa isu polusi plastik perlu disosialisasikan secara lokal bukan hanya karena isu ini merupakan agenda wajib dan perintah dari organisasi indukannya, melainkan pula karena isu ini merupakan *transboundary issue* yang telah terjadi secara langsung dan mengancam kehidupan laut di Thailand.

"You know, because the issue that we have is kind of transboundary issue.." (Hasil wawancara dengan Pichmol Rugrod).

Selain itu, kedudukan Thailand termasuk ke dalam 10 besar negara dengan limbah plastik terbanyak di lautan menambah alasan pentingnya isu polusi plastik masuk ke Thailand. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa penyebab polusi plastik yang begitu banyak ini merupakan akibat dari tingginya konsumsi dan kebiasaan *'wrap, eat, and throw away'* (bungkus, makan, buang) yang melekat pada masyarakat Thailand. Melalui kampanye anti plastik inilah Greenpeace mencoba untuk hadir, mengedukasi, dan membuat masyarakat tergerak untuk bertanggung jawab mengubah pola pikir *'wrap, eat, and throw away'* yang belum dilakukan oleh organisasi lingkungan Thailand lain. Perubahan pola pikir masyarakat yang semula mengancam lingkungan menjadi lebih memerhatikan lingkungan penting dilakukan untuk menjadi basis perubahan norma kehidupan dan kebiasaan masyarakat Thailand agar tidak mudah menggunakan plastik sekali pakai (*single-use plastic*) dan kemudian membuangnya.

"So people try to wrap, and eat, and throw away, and eat, and throw away because there is no organization to tell you what is the impact if you throw away your waste. So for this 2 years in Thailand they have so many cases about the marine life got effected from the single use plastic." (Hasil wawancara dengan Pichmol Rugrod).

Hal ini sekaligus menandakan pengidentifikasian polusi plastik, yang merupakan tipe isu *disruption of ecosystem*, sebagai ancaman (*existential threat*), serta laut dengan kehidupan di dalamnya sebagai pihak terancam yang perlu dilindungi (*referent object*). Kategorisasi kampanye anti plastik yang dilakukan oleh Greenpeace Thailand ke dalam tipe isu *disruption of ecosystem* ini sesuai dengan yang didefinisikan oleh Buzan et. al, yakni Greenpeace Thailand menganggap konsumsi plastik yang berlebihan oleh masyarakat membuat plastik masuk sebagai jenis polusi baru yang menimbulkan ancaman serius bagi lingkungan, khususnya kehidupan di bawah laut. Sebagai dampak nyata atas tidak terkendalinya konsumsi plastik masyarakat, berbagai binatang laut di Thailand telah mati, seperti penyu dan ikan paus (Greenpeace Southeast Asia, 2019a).

Selain dari sisi masyarakat, Greenpeace Thailand juga menekankan sektor bisnis, khususnya industri plastik dan kemasan plastik, untuk segera meminimalisir bahan plastik di dalam komposisi produknya untuk mengurangi jumlah bahan plastik yang beredar dan mencemari lingkungan dalam waktu yang lama karena sulit untuk didaur ulang. Tujuannya

adalah untuk menuntut pertanggungjawaban dan akuntabilitas pelaku bisnis yang telah bertahun-tahun membuat produk yang tidak bisa didaur ulang dan merusak lingkungan.

“So, sometimes act in big action, that’s why we put the pressure to the corporate sector to change their way of packaging. Because um.. here the business sector claim that (their) packaging is allowed to have 40% of packaging. So, that’s why in business sector can (should) change that behaviour, it means 40% single-use plastic will out of the market. That’s why we have to (put) pressure (into) the business sector.” (Hasil wawancara dengan Pichmol Rugrod).

Ketika perubahan kebiasaan dari sisi individu dan sektor bisnis telah tercapai, yang ditandai dengan ditinggalkannya plastik sekali pakai dan mulai digunakannya bahan daur ulang, harapannya adalah supaya sampah plastik yang ada dapat berkurang dan mencegahnya bermuara di laut sebagai bahan konsumsi binatang laut. Hal ini selaras dengan hasil wawancara dengan Pichmol Rugrod di bawah ini.

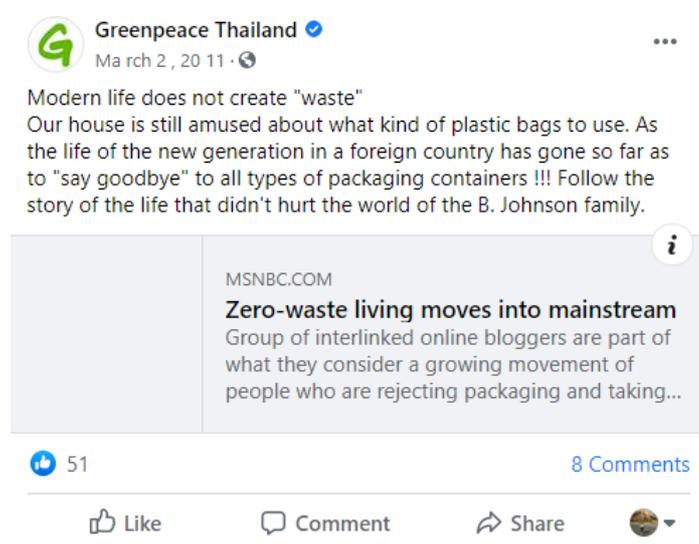
“I think we thinking that in the future we will leave the single-use product behind and we create the new norm that the reusable packaging is our new norm for our life. So we want people to stop the throw away culture. Because we will say that we want the business sector to change from single-use plastic to single-use paper. Because people just buy and eat and throw away, so this is we want to create a program, maybe bigger than the plastic issue. for now we want to stop the throw away culture to have a new norm in our life. Yeah, so we want to remove all the single use (plastic) material product behind.” (Hasil wawancara dengan Pichmol Rugrod).

Proses Sekuritisasi Polusi Plastik oleh Greenpeace di Thailand

Proses sekuritisasi Greenpeace Thailand dapat dilihat dari *securitizing move* yang dilakukan melalui media sosial. Sejak laman Facebook Greenpeace Thailand (@greenpeaceath) pertama kali dibuat pada tahun 2008, laman tersebut kini (21 Agustus 2020) telah memiliki 387,249 pengikut. Sedangkan laman Instagram-nya dengan nama pengguna @greenpeaceath kini menjadi organisasi lingkungan dengan pengikut terbanyak di Thailand, yakni 14,087 pengikut. Pada unggahan pertama Greenpeace (Gambar 1) untuk memperkenalkan isu plastik diawali dengan pernyataan bahwasannya kehidupan modern

semestinya tidak menghasilkan limbah dan bagaimana kehidupan di negara lain telah meninggalkan kebiasaan menggunakan plastik, dimana hal ini berbeda dengan yang terjadi di Thailand yang masyarakatnya masih sibuk memilih jenis plastik yang harus digunakan pada kegiatan sehari-hari. Unggahan ini konsisten dengan tujuan awal kampanyenya, yakni menginginkan masyarakat untuk bertanggung jawab dan mengubah kebiasaannya untuk mengurangi penggunaan plastik. Unggahan yang diunggah pada tanggal 2 Maret 2011 menandai proses awal sekuritisasi yang dilakukan oleh Greenpeace Thailand kepada masyarakat melalui media daring (Greenpeace Thailand, 2011).

Gambar 1. Unggahan Greenpeace Thailand Pertama Terkait Sampah Plastik



Sumber: Halaman Facebook Greenpeace Thailand.

Kampanye Greenpeace Thailand untuk menyebarluaskan isu polusi plastik dilakukan dengan dua cara, yakni melalui kampanye daring dan kampanye langsung dengan tetap menekankan pada nilai-nilai yang dimilikinya, yakni melakukan kampanye secara independen dan kreatif tanpa melakukan kekerasan (Greenpeace Thailand, n.d.). Kampanye daring dan langsung sama-sama penting sebagai cara berkomunikasi Greenpeace Thailand pada audiens, agar audiens mampu menangkap pesan inti dari gerakan Greenpeace (Sievers, 2013, p. 7).

Umumnya, kampanye dilakukan menggunakan media Facebook untuk meningkatkan kesadaran (awareness) masyarakat karena *platform* daring dinilai lebih transparan, mudah disebarluaskan kepada masyarakat lokal maupun internasional, serta alat-alat di dalamnya mampu menjadi alat analisis sejauh mana kampanye mampu menarik perhatian masyarakat

berdasarkan data yang disediakan oleh *platform* tersebut. Alasan lain dipilihnya media daring adalah supaya konten kampanye lain Greenpeace International menjadi lebih aksesibel karena keduanya saling terhubung, sehingga Greenpeace mendapatkan *double engagement* yang lebih mudah (Luxon & Wong, 2017, p. 492 to 493). Selain itu, sifat transparan dan mudah disebarluaskan yang dimiliki oleh *platform* daring membuat pemerintah takut pada masyarakat, karena masyarakat dapat menggunakan media sosial pada *platform* daring sebagai media unjuk rasa (Marks et al., 2020, p. 8).

Secara langsung, Greenpeace telah melakukan aksi bersih-bersih bibir pantai dari sampah plastik pada tanggal 20 dan 21 Agustus 2016. Aksi ini diikuti oleh 50 orang sukarelawan yang terdiri atas masyarakat berusia 15 hingga 23 tahun dan dilaksanakan di Pantai Bang Saen, Provinsi Chonburi. Greenpeace Thailand mengiklankan aksi ini melalui unggahan Facebook, Instagram, dan di laman Camp Hub yang merupakan laman yang menampung informasi terkait acara kemah (*camp*) di Thailand. (Camphub Thailand, 2016).

Aksi bersih-bersih pantai ini dilakukan dengan tujuan agar masyarakat dapat mengumpulkan sampah dan mempelajari secara langsung bahwa sampah yang bermuara di pantai berpotensi menjadi polusi baru bagi lautan. Aksi ini termasuk sebagai aksi politisasi dan pemberdayaan Greenpeace kepada sukarelawan, karena memperlihatkan langsung bahaya dan kengerian polusi plastik yang bermuara di laut dan tidak dapat durai alam, sehingga sukarelawan akan sadar dan mempelajari atau memberdayakan dirinya untuk mengurangi sampah plastik kemudian hari. Sampah-sampah tersebut kemudian dikumpulkan dan menjadi bahan utama karya seni dalam pameran seni yang digelar tahunan. Pameran seni ini pada akhirnya diadakan pada tanggal 14 hingga 17 Februari tahun 2017 dengan judul "*Heart for the Ocean*".

Berbagai instalasi karya seni dengan bahan dasar sampah plastik dipamerkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan mengajak masyarakat untuk berkontemplasi dan membuat perubahan dengan cara mengurangi konsumsi plastik. Pameran seni ini juga diisi dengan acara seminar yang bertujuan sebagai ajang edukasi publik. Edukasi publik merupakan bagian dari strategi kampanye dimana Greenpeace Thailand dituntut untuk mampu berkomunikasi secara langsung kepada audiens dengan menggunakan fakta-fakta, informasi mendalam, dan latar belakang mengapa kampanye dilakukan. Acara tersebut dihadiri berbagai

pembicara yang berkompeten, yakni Anchalee Phipattanawattanakul selaku Sea and Ocean Campaign Coordinator dari Greenpeace Southeast Asia, Sakdadet Sudseng selaku Leader of Trash Hero Network, dan Thitinan Srisathit selaku praktisi pengurangan plastik.

"So, we will say that we invite the individual (keynote speakers) to show the way, and to be our people power (to increase our influence) and we want to show the government and business sector that it's not only Greenpeace to concern on the issue, but also everyone around the world who wanted to take part on it. So, this group of people have so many influence on our campaign, even on the life influence on the... they can convince some.. like decision maker, government decision maker, business decision maker. They can make business sector and government aware of thinking of the image (the campaign we made)." (Hasil wawancara dengan Pichmol Rugrod).

Pengundangan berbagai pembicara yang berkompeten dalam bidang isu plastik memperlihatkan bahwa hal tersebut ditujukan agar masyarakat mendapat informasi yang kredibel dari tokoh-tokoh yang ahli di bidangnya, sehingga masyarakat percaya dan Greenpeace Thailand pada akhirnya akan mendapat sumber daya berupa audiens baru, yang dapat dijadikan kekuatan (*people power*), untuk mendorong pemerintah dan sektor bisnis mengambil kebijakan. Audiens baru tersebut, baik dari dalam Thailand maupun berasal dari negara lain, akan memperkuat kampanye Greenpeace Thailand terkait isu polusi plastik dan menunjukkan kepada pemerintah bahwasannya kekuatan yang dimiliki oleh Greenpeace Thailand patut dipertimbangkan. Ketika pemerintah mempertimbangkan kekuatan Greenpeace Thailand, diharapkan terjadi perubahan kebijakan yang menyelesaikan masalah isu polusi plastik.

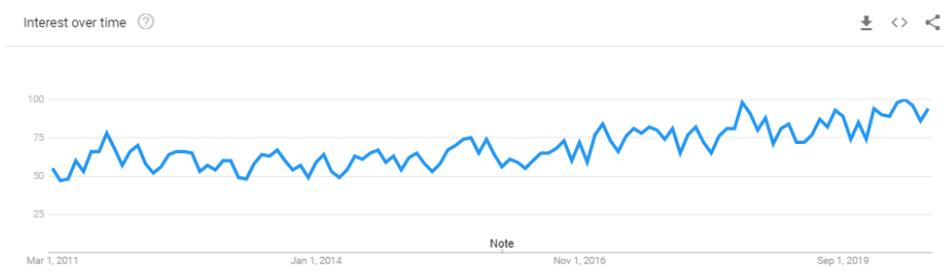
"Because as we believe on the people power, that means that we think people power can create the new world and can put the business sector and the government to change something (particularly in plastic issue). And so that means we can create the new norm to them, our audience. And I think in Indonesia, the organization (Greenpeace Indonesia) can't have a good relation with the government. So, that's why we try to let the government knew that it's not only our act, it's not only us, but it's the people too." (Hasil wawancara dengan Pichmol Rugrod).

Bagi Greenpeace Thailand serangkaian acara pembersihan pantai dilakukan merupakan kegiatan penting, yang mana penulis kategorikan sebagai aksi *speech act* yang dilakukan dalam bentuk aksi dan pameran kesenian. Kegiatan tersebut menghasilkan audiens baru, yang nantinya dikonversikan sebagai *people power* yang menunjang kesuksesan setiap kampanyenya. Tanpa *people power* akan sulit bagi Greenpeace Thailand untuk menyebarkan pesan inti dari kampanyenya kepada masyarakat luas dan mendorong isu plastik kepada pemerintah dan sektor bisnis untuk mengambil kebijakan mengurangi plastik. Audiens baru yang dimaksud dapat berupa *youth* (mahasiswa), *volunteer* (sukarelawan), dan *network* (jejaring kerja sama).

"...we have volunteer group, second the youth/student, and the third is our network. So when we do our campaign, it's not only Greenpeace staff. But it's also the volunteer, the network, the youth can come. It may be the staff who create the objective, the milestone, create the goal. But we can let our volunteer to join us to be the backbone in our activity."
(Hasil wawancara dengan Pichmol Rugrod).

Sejak melakukan sekuritisasi isu plastik pada Maret 2011 hingga kini, khususnya pada media daring, telah menghadirkan perubahan signifikan (Gambar 3). Pencarian masyarakat akan plastik (พลาสติก) terus mengalami peningkatan seiring dengan berkembangnya program-program Greenpeace Thailand. Pencarian kata kunci 'plastik'(พลาสติก) dibarengi dengan topik lain yang berkaitan dengan plastik yang dicari oleh pengguna internet. Topik "*Plastic Bottle*" menduduki peringkat ketiga dan "*Do It Yourself*" berada pada peringkat kelima (Google Inc., 2020). Keduanya merupakan topik yang secara spesifik berkaitan dengan sampah plastik dan kegiatan Greenpeace Thailand yang mengampanyekan kegiatan *do it yourself* yang artinya membuat atau mendekorasi barang oleh diri sendiri, terutama dari barang bekas. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat, khususnya pengguna internet di Thailand mulai mengedukasi dirinya dengan informasi mengenai plastik dan bagaimana cara mendaur ulang barang-barang tidak terpakai, khususnya yang berbahan plastik, agar lebih berguna dan tidak menjadikannya sebagai barang sekali pakai.

Gambar 3. Grafik Google Trends Pencarian Kata Kunci Plastik (พลาสติก) di Thailand (Maret 2011-Agustus 2020)



Sumber: Google Inc., 2020

Pola Hubungan antara Greenpeace dan Pemerintah Thailand

Dalam setiap kampanyenya, Greenpeace Thailand selalu memperlihatkan kegagalan pemerintah dalam mengambil kebijakan yang berpihak pada proteksi lingkungan. Oleh karena itu, Greenpeace Thailand dikenal sebagai organisasi yang berseberangan dengan pemerintah. Greenpeace Thailand bahkan tidak menjalin kolaborasi atau hubungan kerja sama apa pun dengan pemerintah untuk menjaga posisinya sebagai oposisi pemerintah. Greenpeace Thailand berkesempatan untuk berinteraksi dengan pemerintah jika pemerintah mengundang Greenpeace Thailand untuk menyampaikan pendapat terkait kebijakan yang diambil pemerintah. sebaliknya, Greenpeace Thailand tidak melakukan interaksi lain, atau bahkan menerima dana dari pemerintah.

Dengan demikian, jenis hubungan yang dimiliki oleh Greenpeace Thailand dengan pemerintah adalah *Empowering at the Grassroot* dan *High-Politics Level*. Kesimpulan ini didasari oleh 2 hal, yakni 1.) Greenpeace melakukan aksi membersihkan sampah untuk memberdayakan sukarelawan supaya mampu mengurangi sampah plastik (*empowering*), dan 2.) karena melakukan lobi kepada pemerintah agar suara Greenpeace Thailand dapat didengar oleh pemerintah selaku pemangku kebijakan.

Sejauh ini, hubungan antara keduanya hanya terjadi ketika pemerintah mengundang Greenpeace untuk memberikan opini. Setelah itu, Greenpeace dan pemerintah melakukan tugasnya masing-masing tanpa melibatkan satu sama lain. Sehingga, penulis menyimpulkan bahwa pola hubungan antara keduanya tergolong ke dalam pola *autonomous* atau berotonomi, berdiri masing-masing. Pemerintah membiarkan Greenpeace Thailand untuk eksis secara independen dan tidak melihat Greenpeace Thailand sebagai sebuah ancaman.

Penulis melihat bahwa aksi Greenpeace Thailand yang mengacu pada nilai perdamaian dalam melakukan kampanyenya membuat pemerintah bersikap demikian. Pemerintah tidak melihat aksi atau kampanye yang dilakukan Greenpeace sebagai suatu ancaman atau tanda yang mengarah pada hubungan konflikual.

Hasil Sekuritisasi Isu Sampah Plastik di Thailand

Setidaknya, sebelum tahun 2018 masyarakat luas belum sepenuhnya mengerti inti pesan dari kampanye yang dilakukan Greenpeace Thailand. Hanya segelintir orang yang mampu melakukannya. Sehingga, dapat dikatakan bahwa proses perjalanan panjang sekuritisasi yang dilakukan sejak tahun 2011, hingga terjadinya *speech act* melalui aksi membersihkan pantai dan pameran seni pada tahun 2016 oleh Greenpeace Thailand, baru dapat benar-benar memberikan kesadaran bagi masyarakat pada tahun 2018.

"I think compared to the last 2 years, I think until this year people quite understand what we are doing..."

"So before these 2 years, people do not aware of why Greenpeace do this issue because it should be the people's responsibility, but for last year when we work on this issue we try to creating a message and creating the activity." (Hail wawancara dengan Pichmol Rugrod).

Selain perubahan dari segi masyarakat, Greenpeace Thailand kini memiliki jejaring lokal yang lebih luas untuk menekan pemerintah melalui aksi protes. Pada aksi protes mengenai isu polusi plastik terhadap pemerintah negara-negara ASEAN pada acara ASEAN Summit 2019 di gedung Kementerian Luar Negeri. Aksi ini diikuti oleh 50 kelompok organisasi lingkungan bersama dengan Greenpeace Thailand dan pendukungnya untuk mengumpulkan sampah dan menaruhnya di depan gedung Kementerian Luar Negeri (Gambar 4) sebagai upaya langsung kampanye anti plastik melalui demonstrasi (Greenpeace Southeast Asia, 2019b).

Pada tahun 2017, Greenpeace Thailand sudah melakukan hal yang sama, namun hasil yang didapatkan dirasa kurang memberi perubahan. Berbeda dengan aksi pada Juni 2019 yang mendapat lebih banyak dukungan dari masyarakat dan organisasi lokal (Skylar, 2019).

Hal ini menunjukkan Greenpeace Thailand sebagai aktor sekuritisasi kini menyadari bahwa terjadi pertumbuhan dukungan, yang berasal dari masyarakat dan dukungan organisasi lokal lainnya, untuk mengadvokasi isu polusi plastik di Thailand, bahkan dalam forum pertemuan tingkat ASEAN. Pengumpulan massa saat diselenggarakannya pertemuan tingkat ASEAN yang dihadiri kepala negara masing-masing anggota ASEAN ditujukan untuk memberikan tekanan lebih besar kepada pemerintah untuk terus mengawal dan mengkaji kebijakan yang telah diambil.

Gambar 1. Aksi Pengumpulan Sampah di Depan Gedung Kementerian Luar Negeri oleh Greenpeace Thailand



Sumber: Asiantoday.com

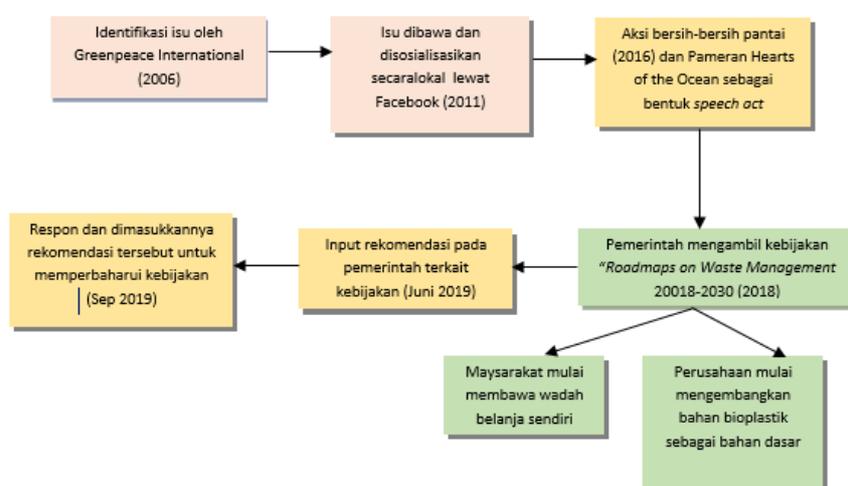
Greenpeace Thailand juga memberikan kritik dan rekomendasi atas kebijakan yang diambil oleh Pemerintah agar kebijakan tersebut lebih efektif untuk mengurangi polusi plastik. Rekomendasi itu diberikan secara terbuka melalui laman Greenpeace Southeast Asia yang ditulis oleh Tara Buakamsri selaku perwakilan Thailand di kantor regional. Rekomendasi yang ditulis oleh Tara menyinggung beberapa hal, salah satunya menghapuskan pajak penggunaan plastik yang dinilai tidak akan membawa pengaruh signifikan terhadap isu polusi plastik (Greenpeace Southeast Asia, 2019b).

Setelah itu pemerintah menghilangkan kebijakan untuk memberlakukan pajak penggunaan sampah plastik dan menggantinya dengan kebijakan pemberhentian pemberian

wadah plastik di *retail store*. Respon ini diberikan pada bulan September 2019 (Wongcha-um & Setboonsarng, 2019). Artinya pemerintah Thailand mendapatkan inti pesan dari rekomendasi yang diberikan Greenpeace Thailand dan mempertimbangkannya, hingga pada akhirnya memasukannya sebagai kebijakan baru dalam *National Plastic Waste Management Roadmap 2018-2030* (World Bank Group, 2021).

Sekuritisasi yang dilakukan oleh Greenpeace Thailand sejak bulan Maret 2011 hingga 2020 merupakan sebuah proses panjang yang menghasilkan perubahan perilaku dari berbagai pihak, baik masyarakat, pemerintah, maupun sekor bisnis (lihat Gambar 5).

Gambar 5. Ilustrasi Proses Sekuritisasi Hingga Hasil Sekuritisas



***Facilitating Condition* yang Mendukung Keberhasilan Greenpeace dalam Sekuritisasi Isu Sampah Plastik di Thailand**

Kemampuan Greenpeace dalam menjangkau audiens baru terkait isu polusi plastik tidak terlepas dari berbagai hal. Adapun faktor-faktor tersebut dipengaruhi oleh adanya *facilitating condition* yaitu Greenpeace Thailand telah memiliki modal kepercayaan dan nama karena merupakan bagian dari Greenpeace International yang telah menjadi organisasi lingkungan yang dipercaya begitu vokal di dunia (Heinz et al., 2007, p. 18). Greenpeace International sendiri telah dikenal memiliki banyak target kampanye untuk mengubah kebijakan, perilaku pemerintah, korporasi, dan individu. Setidaknya terdapat 28 kantor National and Regional Organizations (NRO) di seluruh dunia (Luxon & Wong, 2017, p. 490). Selain itu, Greenpeace

Thailand juga memiliki pengikut terbanyak di media sosial Facebook dan Instagram, dibanding organisasi lingkungan lain di Thailand. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1. di bawah.

Tabel 1. Jumlah Pengikut Organisasi Lingkungan Thailand di Facebook dan Instagram

No.	Nama Organisasi	Pengikut Facebook	Pengikut Instagram
1.	Greenpeace Thailand	387,249	14,087
2.	Save Thailay	8,391	2,575
3.	SOS Earth Thailand	2,812	1,583
4.	Trash Hero Bangkok	7,638	801
5.	Eco Thailand	503 (anggota grup)	292

Sumber: Diolah oleh penulis dari berbagai sumber, seperti facebook.com dan instagram.com.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jangkauan audiens Greenpeace Thailand di internet lebih luas daripada NGO lingkungan lain di Thailand. Kemampuan Greenpeace Thailand dalam mengumpulkan massa melalui konten-kontennya yang persuasif sejak dirinya eksis di Thailand dapat dikatakan efektif dan berjalan dengan baik. Meskipun begitu, Greenpeace Thailand tetap memposisikan dirinya sejajar dan menjalin hubungan baik dengan organisasi lingkungan lokal lain. Greenpeace Thailand terkadang melakukan kerja sama untuk mengadakan proyek bersama, bersinergi dalam suatu isu, serta bertukar informasi dan pendapat untuk memperluas pengetahuan. Salah satu contohnya adalah dengan Trash Hero dalam pameran karya seni *“Heart of the Ocean”* pada tahun 2016.

“We have good relationship with them, because we exchange information and we have seminar with them. So, we try to expand the movement with this (movement) and with this NGO. But, by the way we also have different angle (perspective) to work in Thailand. So, sometimes we work together, sometimes we don’t. But, we are friends. So, we can talk, chat up on the issue often.” (Hasil Wawancara dengan Pichmol Rugrod).

Selain organisasi lokal, Greenpeace Thailand juga tergabung dalam jaringan *Break Free From Plastic* (BFFP). Jaringan ini telah eksis sejak tahun 2016 dan merupakan gerakan global untuk membebaskan dunia dari polusi plastik yang kini mengakomodir 2663 organisasi lokal dan internasional, serta 7912 individu. Para anggota yang tergabung dalam jaringan ini

memiliki nilai bersama terhadap proteksi lingkungan dan bekerja untuk mendorong perubahan sistemik untuk mengurangi polusi plastik (Break Free From Plastic, n.d.).

Selain jejaring yang luas, Greenpeace mampu membuat slogan-slogan yang persuasive. Slogan-slogan tersebut bahkan disebut sebagai '*Greenspeak*' oleh Heinz et al. (2007) sebagai sekumpulan kata persuasif, yang disesuaikan dengan budaya dan budaya masing-masing NRO, yang disusun untuk memposisikan pembaca sebagai agen penyelamat dari lingkungan yang merupakan korban dari kemajuan pembangunan peradaban manusia. Slogan-slogan tersebut dikombinasikan dengan potret dari kerusakan lingkungan yang ingin dikampanyekan dengan tujuan untuk menimbulkan emosi dan membangunkan rasa tanggung jawab audiens yang melihatnya, serta memperlihatkan bagaimana pemerintah gagal melakukan proteksi terhadap lingkungan (Heinz et al., 2007, p. 20 to 31).

KESIMPULAN

Isu polusi plastik yang terjadi di Thailand merupakan isu *transboundary* atau isu yang tak mengenal batas. Greenpeace Thailand di sini berperan dalam melakukan sekuritisasi isu sampah plastik melalui kegiatan sosialisasi isu polusi plastik, baik secara daring maupun langsung. Selain itu, Greenpeace Thailand melakukan aksi bersih-bersih bibir pantai dari sampah dan mengelola serta mengajak masyarakat Thailand sehingga menumbuhkan kesadaran bagi mereka akan bahaya sampah plastik bagi lingkungan sekitar. Melalui peran Greenpeace dalam mensekuritisasi isu sampah plastik di Thailand, masyarakat dan Pemerintah Thailand dapat merasakan dan melihat secara langsung bahwa polusi plastik di Thailand begitu banyak jumlahnya dan sulit diurai oleh alam. Di satu sisi, adanya *facilitating condition* yang dimiliki Greenpeace terkait reputasinya dalam mengelola lingkungan menjadi salah satu faktor yang mendukung keberhasilan Greenpeace untuk mengubah perilaku masyarakat dan Pemerintah Thailand dalam penggunaan plastik.

Pemerintah Thailand telah merespon tekanan tren polusi plastik dari dalam negeri dan luar negeri dengan mengambil kebijakan *Thailand's Roadmap on Plastic Waste Management 2018-2030*. Kebijakan ini mengakui bahwa polusi plastik yang diproduksi Thailand begitu masif, sehingga dibutuhkan tanggung jawab pemerintah, sektor bisnis, dan masyarakat untuk

mengubah perilaku dan konsumsi plastik. Hasilnya, karena terdapat kebijakan yang menjadi payung atas isu ini, membuat perusahaan *retail* dan petrokimia mengubah perilakunya, yakni dengan mencari bahan dasar lain yang mudah diurai dan tidak berbahaya bagi lingkungan, serta berhenti menggunakan plastik sebagai alat kemasan saat berbelanja. Masyarakat juga mulai mengikuti perubahan tersebut dan mulai membawa wadah yaitu tas sendiri untuk mengemas belanjanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Balzacq, T. (2011). *Securitization Theory: How Security Problems Emerge and Dissolve*. Routledge.
- Buzan, B., Waever, O., & Wilde, J. de. (1998). *Security: A New Framework for Analysis*. Lynne Rienner Publishers.
- Break Free From Plastic. (n.d.). *Who We Are*. Retrieved August 10, 2020, from <https://www.breakfreefromplastic.org/about/>
- Camphub Thailand. (2016). *Greenpeace Youth Wavemakers Episode Clean Up the Ocean*. Retrieved August 10, 2020, from <https://www.camphub.in.th/greenpeace-wavemakers/>
- Elias, S. A. (2018). Plastics in the Ocean. In *Encyclopedia of the Anthropocene* (Issue December 2017). Elsevier Inc. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-809665-9.10514-2>
- Galgani, F., Hanke, G., & Maes, T. (2015). Global Distribution, Composition, and Abundance of Marine Litter. In M. Bergmann, L. Gutow, & M. Klages (Eds.), *Marine Anthropogenic Litter* (pp. 29–56). Springer Open.
- Google Inc. (2020). *Google TRends*. Retrieved August 10, 2020, from [https://trends.google.com/trends/explore?date=2011-03-01](https://trends.google.com/trends/explore?date=2011-03-01&geo=TH&q=พลาสติก) 2020-08-01&geo=TH&q=พลาสติก
- Greenpeace International. (2003). *PVC: The Poison Plastic*. Retrieved August 10, 2020, from <https://www.greenpeace.org/usa/wp-content/uploads/legacy/Global/usa/report/2009/4/pvc-the-poison-plastic.html>
- Greenpeace International. (n.d.-a). *An Interactive Timeline of Greenpeace's History, Victories and Successes*. Retrieved August 10, 2020, from http://www.tiki-toki.com/timeline/entry/594418/Greenpeace/#vars!date=1993-09-04_17:44:12!
- Greenpeace International. (n.d.-b). *Explore*. Retrieved August 10, 2020, from <https://www.greenpeace.org/international/explore/>
- Greenpeace Southeast Asia. (2019a). *Greenpeace Recommendations for Thailand's Plastic Management Roadmap to Mitigate the Impacts of Plastic Pollution on Wildlife and Iconic*

- Species*. Retrieved September 3, 2020, from <https://www.greenpeace.org/southeastasia/press/2975/greenpeace-recommendations-on-thailands-plastic-management-roadmap-to-mitigate-the-impacts-of-plastic-pollution-on-wildlife-and-iconic-species/>
- Greenpeace Southeast Asia. (2019b). *Greenpeace Recommendations for Thailand's Plastic Management Roadmap to Mitigate the Impacts of Plastic Pollution on Wildlife and Iconic Species*. Retrieved September 3, 2020, from <https://www.greenpeace.org/southeastasia/press/2975/greenpeace-recommendations-on-thailands-plastic-management-roadmap-to-mitigate-the-impacts-of-plastic-pollution-on-wildlife-and-iconic-species/>
- Greenpeace Thailand. (2011). *Facebook Status*. Facebook. Retrieved August 10, 2020, from https://www.facebook.com/greenpeaceseah/posts/146036735460908?_rdc=1&_rdr
- Greenpeace Thailand. (n.d.). *Greenpeace Core Values*. Retrieved August 10, 2020, from <https://www.greenpeace.org/thailand/values/>
- Heinz, B., Cheng, H. I. (Cynthia.), & Inuzuka, A. (2007). Greenpeace Greenspeak: A Transcultural Discourse Analysis. *Language and Intercultural Communication*, 7(1), 16–36. <https://doi.org/10.2167/laic186.0>
- Krabang, L., & Korean, S. (2017). ขี้ อม ู ลการค ้า ขยะพลาสติก ี กโลก (*Global Plastics Waste Trade*) ึ ี พ . ศ . 2559-2561 และผลกระทบจากนโยบายห ้า มน น ข ้า า ของเส ี ยของจ ี น. 1–15. Retrieved August 10, 2020, from <https://www.greenpeace.org/thailand/publication/5927/global-plastics-waste-trade/>
- Luxon, E. M., & Wong, W. H. (2017). Agenda-setting in Greenpeace and Amnesty: The Limits of Centralisation in International NGOs. *Global Society*, 31(4), 479–509. <https://doi.org/10.1080/13600826.2016.1277190>
- Marks, D. (2018). *What Thailand needs to do to kick its plastic addiction?* Bangkok Post. Retrieved September 3, 2020, from <https://www.bangkokpost.com/opinion/opinion/1587290/what-thailand-needs-to-do-to-kick-its-plastic-addiction>
- Marks, D., Miller, M. A., & Vassanadumrongdee, S. (2020). The Geopolitical Economy of Thailand's Marine Plastic Pollution Crisis. *Asia Pacific Viewpoint*, January. <https://doi.org/10.1111/apv.12255>
- Muddle, D. J., & Winham, G. R. (n.d.). International Non-Governmental Organizations (INGOs). In R. J. B. Jones (Ed.), *Routledge Encyclopedia of International Political Economy, Volume 3*. Routledge.
- Praja, A. N. (2009). *Distorsi Peran Lembaga Swadaya Masyarakat dalam Perspektif Civil Society di Kabupaten Grobongan*. Universitas Diponegoro.
- Ryan, P. G. (2015). A Brief History of Marine Litter Research. In M. Bergmann, L. Gutow, & M. Klages (Eds.), *Marine Anthropogenic Litter* (pp. 1–28). Springer Open. https://doi.org/10.1007/978-3-319-16510-3_15

Sievers, C. (2013). *The Communication of Greenpeace: Campaign Strategies of Non-Profit Organisations and Their Effectiveness Regarding the Public Using the Example of Greenpeace*. University of Gothenburg.

Wongcha-um, P., & Setboonsarng, C. (2019). *Major Thai stores to stop Giving Out Plastic Bags by 2020: Minister*. Reuters. Retrieved September 3, 2020, from <https://www.reuters.com/article/us-thailand-plastic-idUSKBN1W915E>

World Bank Group. (2015). Urbanization in Thailand is Dominated by the Bangkok Urban Area. Retrieved March 11, 2022, from <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2015/01/26/urbanization-in-thailand-is-dominated-by-the-bangkok-urban-area#:~:text=Thailand's urban area grew from,annual growth rate of 1.4%25.&text=Urbanization in the country is,the megacities of the region>

World Bank Group. (2021). *Market Study for Thailand: Plastics Circularity Opportunities and Barriers*. Marine Plastics Series, East Asia and Pacific Region. Washington DC.

Sumber Data Wawancara:

Pichmol Rugrod, Plastic Project Leader, Greenpeace Thailand yang dilwawancarai pada tanggal 19 Maret 2020