



Jurnal Hubungan Internasional

Vol. X No. X, Bulan Tahun

***AKTIVISME DIGITAL GREENPEACE DALAM MENGHADAPI GREENWASHING
CONOCOPHILLIPS PADA WILLOW PROJECT***

Achmad Rizal Effendi*

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
achmadrizaleffendi08@gmail.com

Diterima XX Bulan Tahun | Direvisi XX Bulan Tahun | Diterbitkan XX Bulan Tahun

ABSTRACT

This study discusses how Greenpeace, as a non-governmental environmental organization, engages in digital activism using indicators of digital spectator activities and digital transitional activities, in accordance with the concept of digital activism described by Jordana George and Dorothy E. Leidner to combat the greenwashing practices of ConocoPhillips in the Willow project in Alaska. The Willow project is deemed contrary to global efforts to reduce carbon emissions, despite receiving support from the US government on the grounds of enhancing national energy security. This study employs a descriptive qualitative approach using literature review and secondary source documentation as data collection techniques. The findings reveal that Greenpeace actively leverages various digital platforms, including social media, official websites, hashtag campaigns (#StopWillow), online petitions, and collaborations with independent media and global influencers to disseminate information, shape public opinion, and raise international awareness about the negative impacts of the Willow project. Greenpeace's digital activism has proven capable of creating reputational and political pressure on ConocoPhillips and the United States government, despite still facing significant challenges related to the political and economic dominance of the multinational corporation. Conceptually, this study emphasizes the importance of digital strategies as a primary tool for non-governmental organizations (NGOs) in combating greenwashing in the era of global information.

Keywords: *Greenpeace, Greenwashing, ConocoPhillips, Willow project, Digital Activism.*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas bagaimana Greenpeace sebagai organisasi lingkungan non-pemerintah, melakukan aktivisme digital dengan menggunakan indikator aktivitas penonton digital dan aktivitas transional digital, sesuai dengan konsep aktivisme digital yang dijelaskan oleh Jordana George dan Dorothy E. Leidner untuk melawan praktik Greenwashing yang dilakukan oleh ConocoPhillips pada Willow project di Alaska. Willow



Jurnal Hubungan Internasional

Vol. X No. X, Bulan Tahun

project dinilai bertentangan dengan upaya global pengurangan emisi karbon, meskipun mendapatkan dukungan pemerintah Amerika Serikat atas dasar peningkatan ketahanan energi nasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data studi pustaka dan dokumentasi dari sumber-sumber sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Greenpeace* secara aktif memanfaatkan berbagai platform digital, seperti media sosial, website resmi, kampanye tagar (*#StopWillow*), petisi daring, serta kolaborasi dengan media independen dan influencer global untuk menyebarkan informasi, membangun opini publik, serta meningkatkan kesadaran masyarakat internasional terhadap dampak negatif *Willow project*. Aktivisme digital *Greenpeace* terbukti mampu menciptakan tekanan reputasi dan politis kepada *ConocoPhillips* dan pemerintah Amerika Serikat, meskipun masih menghadapi tantangan besar terkait dominasi kekuatan politik dan ekonomi dari perusahaan multinasional tersebut. Secara konseptual, penelitian ini menegaskan pentingnya aktivisme digital sebagai alat utama organisasi non-pemerintah (NGO) dalam melawan *greenwashing* di era informasi global.

Kata kunci: *Greenpeace, Greenwashing, ConocoPhillips, Willow project, Aktivisme Digital.*

PENDAHULUAN

Isu perubahan iklim global semakin mendesak seiring dengan meningkatnya eksplorasi dan ketergantungan dunia terhadap energi fosil. Laporan *Intergovernmental Panel on Climate Change* (IPCC) menegaskan bahwa pembakaran bahan bakar fosil merupakan kontributor utama emisi gas rumah kaca yang mempercepat laju pemanasan global. Dalam konteks ini, *Willow Project* yang digagas *ConocoPhillips* di Alaska menjadi sorotan karena diproyeksikan menghasilkan sekitar 280 juta ton emisi CO₂e dalam kurun waktu tiga dekade. Jumlah tersebut setara dengan tambahan jutaan kendaraan bermotor di jalan setiap tahunnya, sehingga menimbulkan kekhawatiran serius terhadap upaya internasional dalam mencapai target Perjanjian Paris untuk menahan kenaikan suhu bumi di bawah 1,5°C.

Alaska merupakan wilayah yang luas dan terpencil di Pasifik Utara, yang mana daerah ini mempunyai beberapa karakteristik yang membuat Alaska menjadi incaran bagi negara besar seperti Amerika Serikat. Daerah yang strategis dan sumber daya alam yang melimpah menjadikan teluk Alaska menjadi incaran untuk kepentingan negara besar, yang mana Teluk Alaska terletak di antara Amerika Utara dan Asia sehingga jalur tersebut digunakan untuk kepentingan militer dan perdagangan, selain itu Teluk Alaska mempunyai sumber daya alam yang melimpah seperti minyak, gas bumi, mineral, dan kayu, sehingga penyediaan sumber daya alam ini menjadi incaran bagi negara besar untuk menjaga dan mengamankan pasokan energi. dengan begitu, kekayaan alam yang dimiliki oleh alaska memberikan peluang akan Amerika Serikat dalam menjalankan *Willow Project*.

Willow project melakukan pengeboran minyak di 3 lokasi yaitu: pembangunan jalan berkerikil, pusat operasi jalur udara dan ratusan mil jalan es, bahkan Danau Teshekpuk, yang merupakan daerah yang sangat penting dan rawan menjadi opsi lokasi pengeboran minyak tersebut. Secara spesifik, proyek ini mencakup pembangunan dan operasional hingga lima lokasi pengeboran untuk mengekstrak minyak dari bawah permukaan, dengan sekitar 250 sumur vertikal atau lainnya yang akan dibor di seluruh lokasi. Infrastruktur pendukung utama meliputi jalan-jalan lokal di dalam dan antar lokasi, bandar udara khusus, pipa pengangkut minyak bawah tanah, tambang batu koral, serta pulau sementara untuk bongkar muat modul peralatan melalui wilayah permafrost yang membeku permanen dan jalur pantai Alaska.

Proyek ini menimbulkan kontroversi dan penolakan dari berbagai pihak seperti *Greenpeace* yang merupakan salah satu *non-government organization* (NGO) yang menolak

keras dengan dilakukannya proyek pengeboran di Teluk Alaska, proyek ini ditentang keras oleh *Greenpeace* selain memberikan bencana bagi lingkungan Teluk Alaska dan mengancam satwa liar yang ada daerah tersebut selain itu, proyek ini dianggap melanggar kampanye Joe Biden pada tahun 2020 yang berargumen untuk tidak menandatangani proyek pengeboran minyak tersebut. Akan tetapi, *Willow project* yang diusung oleh *ConocoPhillips* mendapatkan kepercayaan yang tinggi baik dari pihak pemerintah maupun masyarakat, yang mana dalam hal ini *ConocoPhillips* melakukan beberapa strategi seperti lobi politik, *greenwashing* dan lain sebagainya, yang mana strategi tersebut cukup memberikan keyakinan yang tinggi terhadap pihak yang memiliki dampak besar untuk keberlangsungan *Willow project*. *Greenwashing* merupakan praktik di mana perusahaan atau organisasi menciptakan kesan palsu bahwa produk, kebijakan, atau operasi mereka ramah lingkungan, meskipun kenyataannya tidak. Istilah ini berasal dari gabungan kata green “lambang lingkungan” dan *whitewashing* “menutupi kesalahan”, menggambarkan upaya perusahaan untuk terlihat lebih berkelanjutan tanpa melakukan perubahan nyata. Fenomena ini menjadi masalah serius karena menyesatkan konsumen yang ingin berbelanja secara bertanggung jawab, menghambat upaya pelestarian lingkungan yang sebenarnya, serta merusak kepercayaan publik terhadap gerakan keberlanjutan.

Disisi lain, *Greenpeace* merupakan organisasi yang berfokus pada lingkungan, deforestasi, polusi dan minyak, organisasi lingkungan global yang didirikan pada tahun 1971, *Greenpeace* telah banyak memberikan kontribusi pada dunia dalam melawan kegiatan-kegiatan yang dapat merusak lingkungan, didirikannya organisasi *greenpeace* yaitu bertujuan untuk menghentikan perubahan iklim, menghentikan pencemaran lingkungan serta mempromosikan energi terbarukan. *Greenpeace* telah berkembang menjadi salah satu organisasi lingkungan terbesar di dunia, dengan dukungan lebih dari 2,8 juta orang dan kehadiran di lebih dari 55 negara melalui 26 organisasi nasional dan regional. *Greenpeace* mempunyai beberapa metode dalam melakukan beberapa kegiatan organisasi tersebut, salah satunya yaitu mengadakan kampanye aksi turun lapangan dengan tidak tindakan kekerasan akan tetapi dengan menarik perhatian media dan publik sehingga, hal tersebut dapat berdampak positif untuk mendukung organisasi *Greenpeace* tersebut dalam menolak program pemerintah yang dapat merusak lingkungan.

Greenpeace merupakan organisasi independen yang tidak bergantung kepada pemasukan pemerintah akan tetapi dana yang dihasilkan merupakan dana yang berasal dari

finansial organisasi *Greenpeace* sendiri, sehingga tidak menerima bantuan pemerintah, partai politik atau pun lain sebagainya, hal ini didasarkan untuk menghindari konflik kepentingan.

Greenpeace yang mencoba beberapa aktivitas untuk menggagalkan proyek tersebut. Akan tetapi, perjuangan *Greenpeace* dalam menolak *Willow project* bukan lah perkara yang mudah, hal ini dikarenakan aktivitas yang dijalankan oleh *ConocoPhillips* dinilai sangat efektif dalam meredam penolakan dan memperkuat legitimasi proyek ini di mata publik dan pemerintah. Salah satu tantangan utama yang dihadapi *Greenpeace* adalah besarnya kekuatan ekonomi dan politik *ConocoPhillips* yang memungkinkan perusahaan ini melobi pemerintah federal Amerika Serikat, termasuk administrasi Presiden Joe Biden, untuk memberikan izin proyek ini, meskipun bertentangan dengan janji kampanye lingkungan pemerintah sebelumnya.

ConocoPhillips membingkai *Willow project* sebagai solusi ketahanan energi nasional dan pendorong pertumbuhan ekonomi lokal, sehingga sebagian masyarakat lokal di Alaska mendukung proyek ini demi alasan lapangan pekerjaan dan pembangunan infrastruktur. Dengan begitu, membuat kampanye yang dilakukan *Greenpeace* tidak efektif dan mendapatkan penolakan dari masyarakat adat Alaska sendiri. Selain itu, Salah satu isu permasalahan yang dihadapi oleh *Greenpeace* adalah *greenwashing* yang dilakukan oleh *ConocoPhillips* terhadap *Willow project*, yaitu praktik korporasi yang menampilkan citra ramah lingkungan secara menyesatkan demi kepentingan bisnis. *Greenpeace* secara aktif membongkar praktik ini melalui laporan, kampanye digital, serta aksi protes untuk mengedukasi publik mengenai ketidaksesuaian antara klaim perusahaan dengan realitas di lapangan. seperti, *Greenpeace* meluncurkan berbagai laporan tentang perusahaan minyak dan gas, termasuk *ConocoPhillips*. Dalam *Willow project*, yang dianggap melakukan *greenwashing* dengan mengklaim proyeknya sejalan dengan tujuan keberlanjutan, padahal pada faktanya berpotensi merusak lingkungan Arktik.

Dengan begitu, *Greenpeace* sebagai organisasi internasional melakukan aktivisme digital dalam menghadapi *Greenwashing ConocoPhillips* semakin tinggi di tengah isu perubahan iklim global yang semakin mengkhawatirkan. Laporan IPCC menunjukkan bahwa aktivitas eksplorasi dan produksi bahan bakar fosil seperti yang dilakukan dalam *Willow project* berdampak signifikan terhadap peningkatan emisi karbon dan percepatan pemanasan global. Oleh karena itu, transparansi korporasi dalam pelaporan dampak lingkungan menjadi krusial sebagai bagian dari akuntabilitas publik dan tanggung jawab terhadap lingkungan.

Kajian terhadap aktivisme digital *Greenpeace* dalam menghadapi *greenwashing ConocoPhillips* tidak hanya penting dalam konteks aktivisme lingkungan, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan literasi publik terhadap praktik manipulatif perusahaan. Ini penting agar masyarakat tidak terjebak oleh klaim semu dan dapat menilai secara kritis kinerja lingkungan suatu korporasi.

KONSEP DIGITAL ACTIVISM

artikel ini berlandaskan pada konsep digital activism yang dikembangkan oleh Jordana George dan Dorothy E. Leidner. Digital activism dipahami sebagai bentuk keterlibatan politik dan sosial yang memanfaatkan teknologi digital untuk menyebarkan informasi, membangun opini publik, serta memobilisasi partisipasi masyarakat dalam isu tertentu

Dalam kerangka ini, terdapat dua dimensi utama:

1. *Digital Spectator Activities*

Dimensi ini mencakup aktivitas digital yang bersifat partisipatif pasif, seperti penyebaran informasi, kampanye melalui tagar (#StopWillow), hingga edukasi publik melalui media digital. Fokusnya adalah menciptakan kesadaran luas di masyarakat mengenai isu yang diangkat.

2. *Digital Transitional Activities*

Dimensi ini mencerminkan bentuk aktivisme digital yang lebih transformatif, karena melibatkan tindakan langsung seperti petisi online, donasi digital, hingga kolaborasi transnasional dengan aktor-aktor lain. Aktivitas ini tidak hanya menumbuhkan kesadaran, tetapi juga mendorong tindakan nyata dalam ranah sosial maupun politik.

konsep ini menjadi dasar dalam menganalisis bagaimana *Greenpeace* memanfaatkan ruang digital dalam menentang praktek *greenwashing ConocoPhillips* pada *Willow Project*.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh artikel berisi bentuk penelitian serta pendekatan dan teknik yang digunakan dalam proses pemecahan masalah untuk mencapai

tujuan penelitian. Metode penelitian harus dideskripsikan secara cukup jelas sehingga orang lain dapat menggunakan atau mengembangkan kembali.

artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam strategi dan praktik aktivisme digital *Greenpeace* dalam menghadapi *greenwashing ConocoPhillips* pada *Willow Project*. Jenis penelitian ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman komprehensif mengenai dinamika kampanye digital yang dilakukan oleh organisasi non-pemerintah. Data penelitian sepenuhnya bersumber dari data sekunder yang diperoleh melalui studi pustaka terhadap literatur akademik terkait *greenwashing*, NGO, dan *digital activism*, dokumentasi laporan resmi *Greenpeace*, serta publikasi media online, artikel berita, dan materi kampanye digital mengenai *Willow Project*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan kerangka digital activism yang dikembangkan oleh George dan Leidner, khususnya melalui dua dimensi, yakni *digital spectator activities* dan *digital transitional activities*. Analisis ini mencakup proses identifikasi pola kampanye digital, strategi komunikasi yang dijalankan, serta evaluasi dampaknya terhadap pembentukan opini publik global.

PEMBAHASAN

A. *Greenwashing ConocoPhillips* pada *Willow Project*

Willow project telah menjadi pembahasan internasional semenjak tahun 2020, yang mana program ini telah disetujui oleh Donald Trump, akan tetapi pada tahun 2021, hakim federal membatalkan persetujuan itu karena kelemahan dalam proses peninjauan lingkungan. Di masa kampanye Joe Biden dengan tegas mengatakan bahwa tidak akan menyetujui program *Willow project*, dikarenakan pada saat itu Amerika Serikat sudah mengeluarkan undang-undang yang kuat untuk melawan perubahan iklim, di sisi lain, Amerika Serikat merupakan salah satu negara yang meratifikasi perjanjian Paris yang berisi tentang pengurangan emisi gas. *Willow project* adalah proyek pengeboran minyak besar yang diinisiasi oleh perusahaan energi *ConocoPhillips* di kawasan *National Petroleum Reserve*, Alaska, Amerika Serikat. Wilayah ini merupakan salah satu area cadangan minyak terbesar yang masih terjaga ekosistemnya di Kutub Utara. *Willow project* diperkirakan dapat menghasilkan hingga 180.000 barel minyak per hari pada puncaknya dan berlangsung selama beberapa dekade.

ConocoPhillips sebagai perusahaan multinasional yang mengusung *Willow project* dengan berargumen bahwa *Willow project* dapat memberikan dampak positif bagi masa depan Amerika Serikat. Dengan memperlancar *Willow project* di Alaska, *ConocoPhillips* menggunakan *Greenwashing* untuk mendapatkan kepercayaan baik dari masyarakat atau pemerintah Amerika Serikat. *Greenwashing* adalah praktik yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi untuk memberikan citra palsu mengenai kepedulian terhadap lingkungan, dengan menyampaikan informasi menyesatkan tentang dampak lingkungan dari produk, kebijakan, atau aktivitas. *Greenwashing* dapat diterapkan ketika perusahaan seperti *ConocoPhillips* menggunakan narasi keberlanjutan atau tanggung jawab sosial untuk mendapatkan dukungan publik dan izin pemerintah, sambil tetap melanjutkan eksplorasi dan produksi bahan bakar fosil yang berpotensi merusak lingkungan. Seperti, perusahaan dapat menyoroti penggunaan teknologi ramah lingkungan atau mengklaim kontribusi terhadap pengurangan emisi karbon, padahal dampak keseluruhan dari proyek tersebut terhadap lingkungan dan perubahan iklim tetap besar dan negatif. Sehingga, *greenwashing* seperti ini dapat menyesatkan masyarakat dan pembuat kebijakan, serta menghambat upaya transisi energi menuju sumber energi terbarukan. *Greenwashing* dalam *Willow Project* juga dapat memperlemah aktivisme lingkungan seperti *Greenpeace* dan memperlambat aksi iklim global, karena memberikan ilusi kemajuan tanpa perubahan nyata.

B. Aktivisme Digital *Greenpeace* dalam Menghadapi *Greenwashing ConocoPhillip*

Greenpeace sebagai organisasi lingkungan non-pemerintah mempunyai beberapa aktivitas dalam menghadapi perusahaan multinasional *ConocoPhillips* yang menggunakan *greenwashing* terhadap *Willow Project*. Dalam melakukan perlawanan terhadap adanya *greenwashing* untuk menjalankan *Willow Project*, *Greenpeace* menggunakan aktivisme digital untuk mengoptimalkan perlawanan tersebut. Aktivisme digital adalah bentuk aktivisme yang memanfaatkan teknologi digital, terutama internet dan media sosial, untuk menyuarakan isu-isu sosial, politik, dan lingkungan. Aktivisme ini memungkinkan organisasi dan individu

untuk menyebarkan informasi, membangun kesadaran publik, serta mengorganisir aksi kolektif secara cepat dan luas tanpa batasan geografis.

Greenpeace secara aktif secara aktif mengadopsi dan memanfaatkan aktivisme digital dalam berbagai kampanyenya. Melalui platform-platform seperti *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, *YouTube*, dan situs web resmi, *Greenpeace* menyampaikan informasi berbasis data, visualisasi menarik, hingga narasi-narasi emosional yang mampu menggugah kepedulian masyarakat terhadap isu lingkungan. Kampanye digital *Greenpeace* tidak hanya bertujuan untuk menyebarkan informasi, tetapi juga untuk mengajak audiens berpartisipasi dalam petisi online, aksi solidaritas digital, donasi, serta menyuarakan tekanan kepada pihak-pihak berwenang dan pelaku industri.

Greenpeace memanfaatkan berbagai strategi digital yang terstruktur untuk mengekspos ketidakjujuran korporasi dan membangun kesadaran publik. Salah satu bentuk aktivisme digital yang digunakan adalah kampanye hashtag di media sosial seperti *#StopWillow*, *#PeopleVsBigOil*, dan *#GreenwashingAlert*. Kampanye ini memanfaatkan kekuatan jejaring sosial untuk menyebarkan informasi secara luas dan memacu partisipasi publik dalam bentuk komentar, unggahan ulang, dan penyebaran konten-konten kampanye. Selain itu, *Greenpeace* juga menginisiasi petisi online melalui platform seperti *Change.org* dan situs resminya sebagai bentuk partisipasi politik digital yang menekan pengambil kebijakan agar menghentikan *Willow project* yang dianggap merusak lingkungan.[1] hal ini dilengkapi dengan penyebaran video viral dan infografis edukatif yang dikemas secara visual dan emosional untuk menjangkau audiens lebih luas, khususnya generasi muda. Pendekatan ini efektif dalam membangun kesadaran kritis publik dan mempermalukan perusahaan secara terbuka di ruang digital. Aktivisme digital tersebut memperlihatkan bagaimana

Greenpeace memanfaatkan potensi teknologi digital sebagai alat perlawanan dalam menghadapi narasi *ConocoPhilips* yang menyesatkan.

C. Analisis Digital Spectator Activities dalam Aktivisme Digital *Greenpeace*

Digital Spectator Activities merupakan bentuk partisipasi pasif dalam aktivisme digital, di mana individu berinteraksi dengan konten aktivisme tanpa terlibat langsung dalam aksi nyata. Dalam konteks aktivisme lingkungan, konsep ini merujuk pada perilaku pengguna media digital yang hanya mengamati, membaca, menyukai, membagikan atau memberikan komentar ringan terhadap kampanye-kampanye lingkungan tanpa melakukan tindakan lebih lanjut seperti menghadiri aksi protes, menandatangani petisi, atau mendonasikan dana. Aktivitas ini penting karena menunjukkan adanya kesadaran dan keterlibatan awal dari masyarakat terhadap isu-isu sosial atau lingkungan.

Bentuk aktivitas *digital spectator activities* yang digunakan oleh *Greenpeace* mencerminkan keterlibatan pasif namun penting dari masyarakat dalam kampanye digital *Greenpeace*. Seperti yang sudah dijelaskan oleh Jordana George dan Dorothy E. Leidner membagi *digital spectator activities* menjadi 3 bagian yaitu:

- a. *Clicktivism*, *clicktivism* merupakan bentuk partisipasi digital yang paling dasar dan mudah diakses hanya dengan menekan tombol *like*, *follow*, atau *upvote* pada konten aktivis, seseorang sudah terlibat dalam gerakan tanpa memerlukan keahlian khusus maupun komitmen waktu yang besar. Meskipun interaksi ini bersifat impersonal dan asinkron, akumulasi sinyal sosial dari klik tersebut memicu algoritma media sosial untuk memprioritaskan dan menyebarluaskan konten, sehingga kampanye

memperoleh legitimasi publik yang lebih tinggi serta menarik perhatian audiens baru. Dengan adanya kegiatan *cliktivism* seperti *like*, *follow*, *upvote* yang dilakukan oleh *spectator digital* terhadap konten terkait penolakan yang di unggah oleh *greenpeace* memberikan dampak besar terhadap adanya penolakan yang dilakukan oleh *Greenpeace*, yang mana, dengan semakin banyaknya *spectator digital* merespon konten yang di unggah oleh *Greenpeace* memberikan bukti bahwa kepedulian masyarakat global terhadap bahayanya *Greenwashing* yang dilakukan *ConocoPhilips* terhadap menjalankan *Willow project*.

- b. *Metavoicing*, aktivitas selanjutnya yaitu *metavoicing* yang merupakan elemen krusial dalam aktivisme digital karena mengubah setiap individu pendukung menjadi agen penyebar pesan aktivisme. Aktivitas ini meliputi *sharing*, *me-retweet* atau *quote tweet*, *reposting*, serta memberikan komentar yang konstruktif pada konten aktivis orang lain. Melalui *metavoicing*, konten kampanye tidak hanya sampai pada lingkup pertemanan atau pengikut langsung, tetapi juga menjangkau teman-teman sekunder yang menghasilkan efek penggandaan yang dapat memperluas cakupan pesan secara eksponensial dalam waktu singkat. efektivitas *metavoicing* juga dipengaruhi oleh waktu dan cara penyebaran: penggunaan *hashtag#* yang tepat, penyertaan ajakan bertindak, serta optimasi waktu posting pada jam-jam puncak aktivitas pengguna akan meningkatkan peluang konten menjadi trending. Organisasi lingkungan perlu menyusun panduan *metavoicing* yang mencakup protokol kualitas pesan, seperti memastikan fakta yang dibagikan akurat dan komentar yang ditambahkan menguatkan narasi kampanye.
- c. *Assertion*, *assertion* dalam konteks aktivisme digital merujuk pada penciptaan konten orisinal baik dalam bentuk tulisan yang meliputi blog post, thread media sosial, artikel opini. Konten original juga meliputi gambar seperti infografik, ilustrasi edukatif, meme. Selain itu video yang meliputi dokumenter singkat, vlog, animasi, atau audio seperti podcast, klip wawancara yang dirancang sendiri oleh aktivis untuk menyampaikan pesan, argumen, atau ajakan aksi. Kegiatan ini meliputi pembuatan postingan asli di platform media sosial, penyusunan surat elektronik atau petisi digital kepada pembuat kebijakan, serta partisipasi dalam konsultasi publik atau forum

e-pemerintahan. Keunggulan assertion terletak pada tingkat otentisitas dan kredibilitas yang tinggi, karena konten tersebut memuat suara dan sudut pandang langsung pembuatnya, serta kedalaman narasi yang mampu memuat analisis dan rekomendasi berbasis data. Dengan demikian, assertion tidak hanya memperkaya spektrum aktivisme digital melalui produksi konten bermutu, tetapi juga efektif mempengaruhi opini publik.

D. Analisis Digital Transitional Activities dalam Aktivisme Digital *Greenpeace*

Digital Transitional Activities merupakan salah satu bentuk partisipasi dalam aktivisme digital yang tidak hanya berhenti pada interaksi daring, tetapi juga mendorong keterlibatan langsung di dunia nyata. Aktivitas ini mencakup tindakan seperti mendaftar untuk aksi protes, menghadiri pelatihan kampanye, mengorganisasi kegiatan komunitas, atau menyumbangkan dana setelah terpapar konten kampanye online. Dalam konteks *Greenpeace*, *Digital Transitional Activities* berperan sebagai mekanisme penting yang menjembatani kesadaran digital dengan aksi kolektif. *Greenpeace* memanfaatkan kekuatan jaringan digital untuk menggalang dukungan yang berdampak langsung terhadap kebijakan dan opini publik. Hal ini menunjukkan bagaimana teknologi digital bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga medium mobilisasi sosial. Dengan mengintegrasikan strategi digital dan fisik, *Greenpeace* mampu memperluas jangkauan dan efektivitas kampanyenya dalam menghadapi isu-isu global seperti *greenwashing* dan krisis iklim.

Aktivitas tersebut sudah dijelaskan oleh Jordana George dan Dorothy E. terkait aktivitas digital yang dilakukan oleh aktivisme lingkungan, yang mana terdapat beberapa aktivitas digital yaitu:

- a. *Political Consumerism*, aktivitas ini merupakan salah satu strategi penting dalam aktivisme digital yang memanfaatkan kekuatan pasar dan teknologi

informasi untuk mendorong perubahan sosial. Melalui taktik boycotting dalam membeli produk dari perusahaan yang selaras dengan nilai gerakan dan boycotting, dalam memboikot merek yang dianggap merusak lingkungan atau melanggar hak asasi. Aktivis digital dapat menyampaikan suara yang kolektif tanpa harus turun ke jalan. Kampanye di media sosial dengan tagar *#Boycott* atau *#BoycottChallenge*, dukungan melalui situs web dan aplikasi Social Media Optimization yang menyediakan database rekam jejak perusahaan, serta fitur ethical shopping di platform *e-commerce*, semuanya memperkuat tekanan publik terhadap kebijakan korporasi. *political consumerism* juga memaksa perusahaan untuk meninjau kebijakan rantai pasok dan memperbaiki praktik bisnis agar tetap kompetitif. Dengan modal sumber daya digital yang relatif rendah namun berdampak luas, konsumerisme politik memantapkan posisinya sebagai pilar konseptual dalam kerangka aktivisme digital modern

- b. *Digital petitions*, petisi digital merupakan salah satu bentuk aktivisme digital yang memanfaatkan infrastruktur daring untuk menghimpun dukungan publik atas isu-isu kebijakan. Dengan membuat permohonan resmi di platform seperti *Change.org*, *WhiteHouse.gov*, atau *petition.parliament.uk*, aktivisme dapat menyusun narasi tuntutan secara terstruktur, kemudian menyebarkannya melalui media sosial dan jaringan surel untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Setiap tanda tangan elektronik tidak hanya menjadi data kuantitatif tekanan politik, karena memenuhi ambang batas sering kali memaksa pemerintah atau korporasi untuk memberikan respons resmi. Meskipun mudah diakses dan memiliki potensi mobilisasi besar, efektivitas petisi digital kerap bergantung pada kualitas verifikasi penanda tangan serta kemauan partisipan untuk terlibat lebih lanjut di luar klik pertama; oleh karena itu, petisi digital idealnya dipadukan dengan inisiatif lain seperti kampanye media sosial, mobilisasi komunitas, dan aksi langsung agar aspirasi publik tidak hanya didengar tetapi juga diaktualisasikan dalam kebijakan nyata.
- c. *Botivism*, Botivisme adalah bentuk aktivisme digital dimana organisasi gerakan sosial memanfaatkan perangkat lunak otomatis bot, untuk memperluas jangkauan komunikasi dan mendorong partisipasi publik. Melalui skrip yang terintegrasi dengan platform media sosial, botivisme secara proaktif mengirim seruan bertindak, menanggapi komentar, serta memfasilitasi penggalangan dana mikro dengan cepat dan konsisten. Pendekatan ini

memungkinkan strategi pemasaran digital dapat menjalankan kampanye selama 24/7 tanpa menambah beban personel, sekaligus menghasilkan data analitik penting untuk mengukur efektivitas pesan. Meskipun efisien dan berskala besar, penerapan botivisme menuntut keahlian teknologi informasi menengah dan kehati-hatian terhadap kebijakan platform agar tidak dianggap spam, serta kepekaan etis agar interaksi tetap transparan dan tidak menimbulkan keterpakuan audiensi terkait pesan atau berita.

Greenpeace memanfaatkan teknologi dari sekadar kesadaran menuju aksi politik yang konkret. Pendekatan utamanya adalah dengan menyediakan *digital tools* yang memungkinkan pendukung *Greenpeace* untuk berperan aktif dalam proses advokasi kebijakan. *Greenpeace* menggunakan *email automation tools* yang memudahkan masyarakat mengirim pesan langsung kepada pembuat kebijakan baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.

- d. *E-funding*, pendanaan digital merupakan salah satu pilar penting dalam aktivisme digital yang memanfaatkan berbagai teknologi daring untuk menggalang dana bagi kampanye atau inisiatif sosial. Mulai dari penempatan tombol *Donate* pada situs web hingga pemanfaatan *plugin* khusus yang terintegrasi dengan *gateway* pembayaran, pendanaan digital memudahkan siapa saja untuk menyumbang secara cepat dan aman. Inovasi selanjutnya adalah donasi berbasis *cryptocurrency*, di mana transfer aset digital tercatat transparan di blockchain publik, sekaligus mengatasi batasan geografis dan biaya konversi tinggi.

e-funding tidak hanya menjadi sarana untuk memperoleh dukungan finansial, tetapi juga menjadi indikator keterlibatan publik yang lebih mendalam terhadap suatu isu. Kegiatan ini bersifat partisipatif dan terdesentralisasi, memungkinkan siapa saja dari berbagai belahan dunia untuk berkontribusi, tanpa batasan geografis. Selain itu, *e-funding* juga umumnya bersifat transparan, dengan pelaporan penggunaan dana sebagai bentuk akuntabilitas kepada publik. *Greenpeace* memanfaatkan *e-funding* dalam menghadapi *greenwashing* oleh *ConocoPhillips* pada *Willow Project*, *Greenpeace* Menggunakan *e-funding* untuk membiayai produksi konten

kampanye digital, advokasi hukum, pelatihan aktivis, dan logistik aksi lapangan. *Greenpeace* secara aktif menyisipkan tautan “*Donate Now*” dalam setiap kampanye digital *Greenpeace* sebagai strategi untuk mendorong partisipasi publik dalam bentuk dana. Dengan demikian, *e-funding* menjadi bukti konkret bagaimana aktivisme digital *Greenpeace* dapat menggerakkan dukungan nyata, sekaligus menunjukkan bagaimana keterlibatan online dapat menjadi kekuatan kolektif dalam menentang praktek *greenwashing* dan mendukung keberlanjutan lingkungan.

Greenpeace tidak semata-mata mengandalkan metrik dangkal seperti jumlah *followers* atau *likes*, melainkan lebih menekankan pada perubahan terhadap aktivitas digital yang dilakukan. Selain itu, aktivitas transisional *Greenpeace* dirancang untuk menghasilkan efek jaringan yang kuat dan potensi viralitas yang tinggi. Sehingga, Setiap individu yang terlibat dalam kampanye digital diupayakan menjadi simpul dalam jaringan yang mampu mengaktivasi komunitasnya sendiri, menciptakan efek domino dalam penyebaran pesan dan aksi. Dengan adanya transisi yang dilakukan oleh *Greenpeace* terhadap kampanye digital, memberikan dorongan terhadap kampanye pasif untuk ikut serta turun kelapangan dalam menyuarakan penolakan terhadap adanya *Willow project*.

Greenpeace sebagai Organisasi lingkungan non-pemerintah mengupayakan beberapa segala kegiatan untuk menghentikan *greenwashing* yang dilakukan *ConocoPhillips* terhadap *Willow project*, dengan menggunakan konsep yang dikemukakan oleh Jordana George dan Dorothy E. Leidner yaitu aktivisme digital. Yang mana, aktivisme digital memiliki 3 indikator yaitu *digital spectator activities*, *digital transition activities* dan *digital gladiator activities*. Akan tetapi, *Greenpeace* tidak menggunakan *digital gladiator activities* terhadap upaya aktivisme digital yang dilakukan, dikarenakan bertentangan dengan nilai-nilai *Greenpeace*, berisiko secara hukum dan etika, serta tidak sesuai dengan pendekatan strategis yang berbasis kesadaran publik dan advokasi damai.

KESIMPULAN

Artikel ini menunjukkan bahwa *Greenpeace* sebagai organisasi lingkungan internasional mampu memanfaatkan aktivisme digital secara efektif untuk melawan praktik *greenwashing* yang dilakukan oleh *ConocoPhillips* dalam *Willow project* di Alaska dengan menggunakan aktivisme digital. Sesuai dengan indikator aktivisme digital yang sudah dijelaskan oleh Jordana George dan Dorothy E. Leidner yaitu digital spectator activities dan digital transition digital. *Greenpeace* berupaya membentuk opini publik, meningkatkan kesadaran masyarakat internasional, dan menekan pengambil kebijakan. Aktivisme digital terbukti efektif dalam membangun tekanan politik dan reputasi terhadap *ConocoPhillips* dan pemerintah Amerika Serikat. Dengan begitu, artikel ini menegaskan pentingnya digitalisasi sebagai alat utama bagi NGO dalam era globalisasi informasi untuk mengimbangi kekuatan korporasi besar yang menggunakan strategi manipulatif seperti *greenwashing*. *Greenpeace* membuktikan bahwa aktivitas digital dapat menjadi bentuk perlawanan yang kuat meskipun tidak memiliki kekuatan ekonomi atau politik yang besar.

DAFTAR PUSTAKA

Ajril Fadli and Hasan Sazali, “Peran Media Sosial Instagram @Greenpeaceid Sebagai Media Kampanye Dalam Menjaga Lingkungan,” *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi* 8, no. 2 (April 5, 2023): 209–222.

Amanda, Azalia, and Berliana, “*Willow project dan Potensi Dampaknya dalam Lingkup Internasional.*”(2023)

Anggito, Albi, and Johan Setiawan. *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.

Djaelani, Aunu Rofiq. "Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif." *Majalah Ilmiah Pawiyatan* 20.1 (2013): 82-92.

“Greenwashing and Public Demand for Government Regulation | Journal of Public Policy | Cambridge Core,” December 12, 2022.

Herdianta Mehaga Sebayang and Davilla Prawidya Azaria, “*International Response to Urge United States’ Carbon Reduction Commitment on Willow project,*” *Jurnal Daulat Hukum* 7, no. 4 (November 27, 2024): 327.

Inda Rizky Putri and Ellya Pratiwi, “Aktivisme Digital Dan Pemanfaatan Media Baru Sebagai Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat Atas Isu Lingkungan,” *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 8, no. 2 (September 1, 2022): 231–246, accessed June 25, 2025,

Jordana J. George and Dorothy E. Leidner, “From Clicktivism to Hacktivism: Understanding Digital Activism,” *Information and Organization* 29, no. 3 (September 2019): 100249, accessed June 24, 2025,

J. Richards and J. Heard. “*European Environmental NGOs: Issues, Resources and Strategies in Marine Campaigns.*” *Environmental Politics*, 14 (2005): 23 - 41.

Khushii Gupta, “*role of media and civil society in shaping public policy,*” *International Journal of Advanced Research* 12, no. 01 (January 31, 2024): 1331–1334.

Lewlandy Lewlandy et al., “*Analisis Perspektif Hukum Internasional Terkait Willow project Yang Berdampak Bagi Iklim Dunia,*” *Journal on Education* 5, no. 4 (April 30, 2023): 16494–16500.

Magali A. Delmas, Vanessa Cuerel Burbano “The Drivers of Greenwashing, 2011,” accessed June 16, 2025, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1525/cmr.2011.54.1.64>.

Prayang Sunny Yulia et al., “*Sosialisasi Dampak Dan Manfaat Willow project Sebagai Pengenalan Teknik Perminyakan Di Sma Yos Sudarso Metro*” 5, no. 2 (2023).

Raka Rayadi Kusnadi Putra and Angga Nurdin Rachmat, “Faktor Hambatan Greenpeace Dalam Menghentikan *Willow project* Di Alaska, Amerika Serikat” vol.02 No. 01 Tahun 2025 (February 27, 2025).

Sophia Roberts, “Stopping the *Willow project* on Social Media: An Exploration of the Social Problems Process in a Sub-Environmental Issue” (2024).

Wan Sima, Maharani, “Efektivitas Advokasi Greenpeace Dalam Memengaruhi Kebijakan Energi Amerika Serikat: Studi Kasus Proyek Willow” (2025).

W. Lance Bennett & Alexandra Segerberg, *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics,*” *International Journal of Communication* (2016).

Ismatus Sholikhah, “*Apa itu Willow project? Inilah Proyek yang Banyak Ditentang oleh Aktivis Lingkungan - Mengerti*”, accessed December 2, 2024, <https://www.mengerti.id/ekonomi-bisnis/6648105672/apa-itu-willow-project-inilah-proyek-yang-banyak-ditentang-oleh-aktivis-lingkungan>.

“*Greenpeace USA among Groups Suing to Stop the Willow Oil Project in Alaska’s Western Arctic*,” *Greenpeace*, last modified October 1, 2024, accessed December 2, 2024, <https://www.Greenpeace.org/usa/Greenpeace-usa-among-groups-suing-to-stop-the-willow-oil-project-in-alaskas-western-arctic/>.

“*Our History*,” *Greenpeace*, accessed December 2, 2024, <https://www.Greenpeace.org/usa/our-history/>.

“*The Willow Project: Koalisi Aktivis Digital*,” *kumparan*, accessed June 19, 2025, <https://kumparan.com/afri-yandy/the-willow-project-koalisi-aktivis-digital-23nf6xUXPbv>.

“*Why Is the ConocoPhillips’ Willow Project Controversial in the US?- Greenly*,” accessed June 21, 2025, <https://greenly.earth/en-gb/blog/ecology-news/why-is-the-conocophillips-willow-project-controversial-in-the-us>.

“*The Willow project and Its Impacts on Indigenous Communities*,” *The Indigenous Foundation*, accessed February 17, 2025, <https://www.theindigenousfoundation.org/articles/the-willow-project-and-its-impacts-on-indigenous-communities>.