

LAMPIRAN

Lampiran A Pedoman Wawancara

1. Bagaimana Greenpeace menilai praktik greenwashing oleh perusahaan fast fashion global seperti H&M, khususnya terkait dampak lingkungan dan sosial di negara-negara produksi di Global South seperti Bangladesh?
2. Berdasarkan kampanye Greenpeace seperti Dirty Laundry, Detox My Fashion, dan kampanye-kampanye selanjutnya, sejauh mana H&M telah menunjukkan peningkatan yang berarti dalam kinerja lingkungan dan praktik rantai pasokannya?
3. Bagaimana Greenpeace menggunakan riset, investigasi, dan bukti kampanye untuk menantang klaim keberlanjutan yang dibuat oleh merek-merek fesyen serta meningkatkan kesadaran publik mengenai isu-isu lingkungan di rantai pasokan mereka?
4. Bagaimana Greenpeace memobilisasi jaringan advokasi transnasional, termasuk kampanye lintas batas, tekanan publik, kolaborasi dengan organisasi masyarakat sipil, dan pelibatan komunitas terdampak, untuk mempengaruhi perilaku perusahaan seperti H&M?
5. Dari perspektif Greenpeace, apa hambatan utama dalam meminta pertanggungjawaban perusahaan fast fashion atas greenwashing, dan bentuk regulasi atau tata kelola lingkungan global seperti apa yang paling dibutuhkan untuk mengatasi tantangan ini?
6. Bagaimana Greenpeace memahami degradasi lingkungan yang terkait dengan industri garmen Bangladesh dalam kerangka keadilan iklim, ketidakadilan lingkungan, atau kolonialisme lingkungan yang lebih luas?

Lampiran B Transkrip Wawancara

Narasumber: Ibar Akbar (Greenpeace Indonesia)

Moderator: Farida Dian

Jabatan: Zero Waste Campaigner Greenpeace Indonesia

Tanggal: 19 Juni 2026

Media: Zoom Meeting

Mas Ibar: Aku di Jakarta sekarang, sudah beberapa tahun belakang pindah di sini. Dulu sih aku lama di Jogja sebenarnya.

Fida (Moderator): Oh gitu, sejak di Greenpeace gitu ya, Mas?

Mas Ibar: Iya, sejak di Greenpeace.

Fida (Moderator): Oke, oke, mungkin Mas Ibar biar kita nggak lama-lama, karena aku janji nya juga 20 menit gitu ya, jadi aku langsung aja masuk. Mas Ibar, thank you so much karena sudah hadir hari ini. Di sini mungkin aku cuma sebagai

moderator ya, Mas, untuk memperkenalkan Mas Ibar juga dengan Adhiko, Natasha, yang gimana seperti kita ketahui agenda hari ini. Mungkin nanti Natasha akan bertanya-tanya terkait skripsinya gitu ya, nanti Natasha boleh untuk share juga teknisnya gimana. Kalau gitu mungkin langsung aku kasih ke Natasha. Silahkan, Natasha.

Natasha: Oke, terima kasih Mbak Fida. Selamat pagi, Mas Ibar. Perkenalkan, saya Muvida Natasya Maulidia. Saya semester akhir di UPN Veteran Jakarta, program studi Hubungan Internasional. Kebetulan saat ini saya sedang menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Peran Greenpeace terhadap Praktik Greenwashing oleh H&M dalam Keberlanjutan Brand Fast Fashion Global di Bangladesh". Jadi secara singkat, penelitian saya ini mengkaji bagaimana praktik greenwashing yang dilakukan oleh H&M itu berkontribusi terhadap ketidakadilan iklim di Bangladesh itu sendiri. Dan saya juga ingin melihat bagaimana peran Greenpeace sebagai NGO transnasional merespons hal tersebut melalui kampanye-kampanye dan juga advokasi globalnya.

Wawancara dengan Mas Ibar pada pagi hari ini sangat penting bagi penelitian saya karena saya ingin melihat Greenpeace memiliki pengalaman langsung dan data lapangan yang tidak bisa saya temukan di literatur saja, Mas. Sebelum kita mulai, saya ingin meminta izin beberapa hal. Yang pertama, apakah Mas Ibar berkenan jika saya merekam percakapan kita hari ini? Karena rekaman ini hanya saya gunakan untuk keperluan transkripsi dan analisis penelitian.

Mas Ibar: Oke, aman, tidak apa-apa.

Natasha: Selanjutnya, pertanyaan kedua, apakah Mas Ibar nyaman jika nama dan posisi Mas saya cantumkan sebagai narasumber dalam skripsi?

Mas Ibar: Ya, tidak apa-apa. Silahkan tetap saja.

Natasha: Oke, baik. Terima kasih banyak, Mas. Kita boleh langsung masuk ke pertanyaan pertama saja ya, Mas?

Mas Ibar: Ya.

Natasha: Oke, untuk memulai saya ingin bertanya secara umum terlebih dahulu, bagaimana Greenpeace menilai praktik greenwashing yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan fast fashion global seperti H&M, khususnya terkait dampak lingkungan dan juga sosial yang terjadi di negara-negara produksi di Global South seperti Bangladesh?

Mas Ibar: Ya, sebenarnya kalau bicara soal fast fashion ini masalah lama dan masih berkembang sampai sekarang, karena memang industrinya banyak, dan kalau kita lihat, ini semacam produk yang terus kita pakai, tapi juga jadi masalah ketika sudah jadi sampah atau ketika proses pembuatannya. Secara bisnis, industri fast fashion ini nature-nya memang merusak, karena produksinya diperbanyak,

transparansinya tidak ada, dan bagaimana mereka mengelola residu atau buangan air dari proses produksi mereka juga dibuang ke lingkungan. Yang jadi masalah adalah ketika menjadi sampah, tanggung jawab itu bukan tanggung jawab industri, tapi dialihkan ke konsumen.

Sebelum ini, produk-produk industri fashion besar ketika jadi sampah tidak mau bertanggung jawab langsung, tapi tanggung jawab itu diberikan ke konsumen. Makanya nggak heran ketika banyak sekali masalah terkait sampah tekstil yang menjamur, itu bukti bahwa sebenarnya ini jadi masalah. Kita bisa melihat sebanyak apa thrifting yang ada sekarang, itu berasal dari beberapa negara yang masuk ke negara kita dengan anggapan sebagai produk yang ramah lingkungan, padahal itu juga bentuk lain dari masalahnya. Makanya bagi kita, klaim tanggung jawab yang mereka sampaikan itu sebenarnya tidak sustain dan nature-nya justru mendorong overproduction. Ketika ada situasi berubah, mereka berubah untuk membuat produk baru, ada event tertentu mereka produksi yang baru, dan sebagainya. Sebenarnya beban itu jadi dobel di masyarakat: kita membeli, tapi kita juga harus bertanggung jawab. Itu yang aku lihat soal industri fashion.

Natasha: Atau justru mulai ada perbaikan, Mas, dalam beberapa tahun terakhir?

Mas Ibar: Sebenarnya kalau bicara perbaikan, sejak kampanye Detox belum keluar, ada beberapa industri atau produsen yang berkomitmen. Tapi kita lihat sekarang, ternyata kalau tidak ada pengawasan, tidak ada penegakannya, ya sama saja bohong. Makanya kita lihat masalah-masalah sampah tekstil semakin banyak, bukan cuma di Indonesia tapi juga di Afrika. Bahkan bertemu teman-teman NGO di Afrika yang cukup mengerti bahwa banyak sekali sampah tekstil dari negara-negara Eropa yang masuk ke negara mereka. Artinya ada relasi antara negara-negara Global North dan Global South, di mana Global North menganggap Global South kekurangan bahan baku untuk tekstil, untuk residu, dan sebagainya. Makanya nggak heran mereka melakukan ekspor limbah tekstil ke negara-negara Global South, bukan cuma tekstil tapi juga sampah. Kita lihat bagaimana negara-negara Global North ini membuang sampah mereka ke Global South dengan modus, misalnya, disebut sebagai kertas daur ulang. Masalah ini masih ada dan menjadi PR kita bersama, tapi pada akhirnya nggak semua NGO atau negara juga melakukan pengawasan terhadap ini. Itu jadi masalahnya.

Natasha: Baik, Mas. Selanjutnya, apakah ada pola tertentu yang Greenpeace temukan dari cara perusahaan fast fashion mengkomunikasikan klaim keberlanjutan mereka?

Mas Ibar: Banyak sih sebenarnya. Misalnya, industri klaim bahwa produk ini berasal dari daur ulang polyester atau sampah plastik, karena sampah dijadikan bahan baku, itu greenwashing sebenarnya, karena tidak mendorong kita untuk melakukan pengurangan, tapi malah melakukan recycling dengan pakai polyester, padahal polyester itu sendiri juga menciptakan mikroplastik ketika dicuci, ketika proses pembuatan, dan butuh air yang banyak juga.

Satu hal lain yang jadi masalah adalah ketika mereka klaim bahwa mereka sustainable, tapi praktiknya mereka masih menggunakan buruh-buruh murah di Asia Tenggara, misalnya di Indonesia, Vietnam, atau Bangladesh. Mereka klaim sebagai industri internasional yang mengembangkan sustainability, tapi praktiknya membenarkan adanya praktik tanpa jaminan kesehatan, tanpa jaminan keamanan, dan kehidupan pekerjaanya juga belum bisa dibilang layak. Itu bukan sustainable, karena mereka juga sama-sama tidak sustainable untuk masyarakat.

Yang kedua, ketika mereka bilang sustainable, tapi masih overproduction. Ketika baju kita rusak, kita nggak bisa memperbaikinya lagi, masyarakat terus membeli baju baru, itu karena industri tidak memberikan opsi baju berkualitas yang long lasting atau bisa diperbaiki. Produk yang bahannya cepat rusak, tidak long lasting, tidak ada opsi perbaikan, itu juga nggak bisa dibilang sustainable.

Yang terakhir soal transparansi. Aku masih ingat dulu ketika kampanye Detox tahun 2011-2012, kita mendorong transparansi kepada perusahaan-perusahaan besar. Transparansi di sini maksudnya kita ingin mereka terbuka soal zat-zat kimia apa saja yang mereka gunakan untuk membuat pakaian, karena zat kimia aditif yang ditambahkan itu banyak sekali dan kita nggak tahu yang mana. Ada beberapa zat kimia yang diatur karena dianggap aman, ada yang diatur dengan batas tertentu, dan ada yang dilarang karena berbahaya. Tapi semua zat kimia itu nggak diungkap oleh industri, jadi kita nggak tahu mana yang pakai zat kimia beracun, mana yang tidak. Mereka nggak mau transparansi, dan ini sebenarnya bukan cuma masalah di industri tekstil saja, hampir semua industri kalau ditanya soal transparansi itu sangat sulit.

Natasha: Dan bagaimana temuan-temuan tersebut kemudian digunakan untuk meningkatkan kesadaran publik?

Mas Ibar: Kita melihat misalnya di Citarum, banyak sekali industri tekstil yang membuang limbah mereka ke Sungai Citarum. Di Bangladesh juga sama, di India juga sama. Kita melihat bagaimana industri-industri besar ini memproduksi lalu membuang limbahnya ke sungai dan ke alam. Kita dokumentasikan langsung temuan itu, kita investigasi langsung ke industrinya, langsung ke pabriknya, dan sebagainya. Kita ingin tahu apa yang sebenarnya terjadi di lapangan, hasilnya kita olah. Selain itu kita juga melakukan testing misalnya waktu H&M mengeluarkan campaign-nya, kita testing limbahnya, pakaiannya, dan sebagainya untuk melihat zat-zat apa saja yang mereka gunakan.

Tapi biasanya sebelum kita melakukan kampanye, sebelum kita rilis laporan atau kajiannya, kita komunikasi langsung ke industri. Kita bilang, kita ada riset, kita ada temuan, silahkan teman-teman dari industri punya hak jawab. Kalau mereka merespons, kita catat responnya, dan kita juga kasih respons balik dari kita, dimasukkan ke dalam laporan. Jadi secara prinsip, kita kasih hak jawab dulu ke industri, baru kita melakukan kampanye biasanya lewat media sosial dan aksi langsung. Tujuannya untuk mengkomunikasikan hasil riset kita ke publik,

khususnya untuk mendorong publik menekan industri langsung, karena industri biasanya melihat dorongan dari konsumen sebagai pemicu perubahan besar.

Natasha: Baik, Mas. Menurut Mas, apakah ada laporan investigatif tertentu yang menurut Mas paling berdampak dalam membongkar greenwashing H&M ini secara spesifik?

Mas Ibar: Sebenarnya kalau laporan investigatif itu ada. Greenpeace Internasional sudah melakukan beberapa laporan, di tahun 2018 juga ada. Landing page soal Detox My Fashion itu juga masih ada di Greenpeace Internasional, walaupun memang nggak spesifik di Bangladesh, tapi mencakup beberapa tempat. Karena kalau ngomongin kampanye Detox, di Indonesia sudah enggak ada lagi kita sudah nggak pakai kampanye itu, hanya beberapa negara saja yang masih pakai kampanye soal fast fashion, seingatku kasusnya di Afrika, Thailand, tapi aku lupa apakah spesifik atau enggak. Pada akhirnya target kampanye juga enggak hanya sebatas H&M, tapi juga Zara dan sebagainya. Untuk laporan investigasi Greenpeace terkait industri fast fashion, sudah ada beberapa, tapi mostly sekitar tahun 2018 sampai 2020, sebelum Covid. Jadi itu kampanye yang sudah cukup lama.

Natasha: Oke, sekarang mungkin kita bisa lanjut ke pertanyaan ketiga, Mas. Kalau bicara lebih spesifik tentang H&M, berdasarkan serangkaian kampanye Greenpeace yang tadi sudah Mas sebutkan, salah satunya Detox My Fashion saya juga sudah cari ada Dirty Laundry, terus Destination Zero, hingga laporan-laporan terbaru. Menurut Mas, sejauh mana pandangan Greenpeace bahwa H&M telah menunjukkan perubahan atau peningkatan yang berarti dalam kinerja lingkungan dan juga praktik rantai pasoknya?

Mas Ibar: Sebenarnya kalau kita lihat dengan H&M, mereka berkomitmen untuk melakukan Detox My Fashion, melakukan eliminasi terhadap beberapa bahan beracun yang mereka gunakan, itu sekitar tahun 2016. Kita mengakui bahwa mereka mau mengakui dan melakukan perubahan. Tapi di Greenpeace, kita punya prinsip: walaupun satu industri atau produsen melakukan perubahan, bukan berarti mereka sudah berhasil, bukan berarti mereka langsung dicap sebagai industri yang bersih. Perlu ada monitoring, pengawasan, dan sebagainya.

Sejak tahun 2016 sampai sekarang, aku sendiri belum tahu apakah H&M masih berkomitmen atau enggak, karena kampanye ini levelnya global, bukan di Indonesia, jadi aku nggak tahu langsung kondisi sekarang. Tapi kalau datanya dari tahun 2018, mereka berkomitmen untuk mengikuti apa yang Greenpeace kampanyekan. Masalahnya, industri fast fashion itu sulit benar-benar berubah karena inti bisnisnya sendiri masih mengejar overproduction, masih mengejar produksi terus. Jadi walaupun mereka berkomitmen atas transparansi bahan-bahan dan sudah detox beberapa zat kimia berbahaya, kalau inti bisnisnya masih fast fashion, masih overproduction, masih menggunakan buruh murah di Asia, dan tidak membuat produk yang long lasting, itu sama saja bukan sustainable, masih jauh dari kata sustain.

Natasha: Salah satu hal yang ingin saya pahami lebih dalam untuk penelitian saya adalah bagaimana Greenpeace membangun dan memobilisasi jaringan advokasi transnasionalnya. Mungkin Mas bisa ceritakan bagaimana Greenpeace mengoordinasikan kampanye lintas batas, tekanan publik, kolaborasi dengan organisasi masyarakat sipil lain, serta pelibatan komunitas yang terdampak langsung untuk mempengaruhi perilaku perusahaan seperti H&M ini, Mas?

Mas Ibar: Sebenarnya kalau bicara soal advokasi transnasional, Greenpeace sekarang hadir di beberapa negara. Contohnya soal fast fashion ini, teman-teman di Greenpeace Afrika berkolaborasi dengan Greenpeace Jerman, karena beberapa industri yang melakukan ekspor limbah lintas batas ke Afrika ternyata berasal dari Jerman. Kita berkolaborasi antar kantor. Sama halnya kalau di Indonesia, kita punya jaringan nasional, ada teman-teman WALHI misalnya. Dulu kampanye kita soal Citarum, soal Detox juga sama, kita berkolaborasi dengan WALHI di Jawa Barat. Ditambah bantuan teman-teman di Asia Tenggara yang punya concern ke soal fast fashion, kita coba koneksikan.

Karena pada akhirnya, selama isu yang sama, walaupun beda negara, beda kasus, itu bisa saling terkoneksi untuk mengangkat isu lintas nasional. Ketika bicara soal isu, ada jaringan sebenarnya. Kalau soal plastik, kita punya jaringan bernama Break Free From Plastic, ada membernya di Indonesia, Filipina, Thailand, Malaysia, Vietnam, India, dan juga global. Artinya selama kampanye plastik, isu itu memang lintas negara. Ngomongin isu lingkungan itu ngomongin lintas negara, nggak cuma isu di satu negara doang. Contohnya kampanye ke Unilever, produknya ada di beberapa negara Filipina, Indonesia, Vietnam, India. Ketika produk ini ada di mana-mana, ada satu kesatuan yang sama untuk menyambungkan kita semua.

Sama halnya dengan kampanye fast fashion. Kita lihat rantai pasoknya pabriknya di mana, supply chain-nya siapa, H&M ambil bahannya dari mana, ambil bahan kimia dari mana, pabriknya di mana. Ketika ketahuan ada di beberapa negara, kita bisa kontak langsung ke NGO lokal, jaringan lokal masing-masing, untuk melihat apakah ada kampanye serupa yang mendorong H&M, dan itu juga nggak terbatas pada isu lingkungan. Misalnya kita menemukan satu NGO di Bangladesh yang mendorong tanggung jawab H&M, ternyata mereka NGO yang bicara soal buruh. Buruh dengan lingkungan mungkin terasa jauh, tapi sebenarnya ada keterkaitannya, dan kita ikut menyambung ke arah sana.

Artinya, kalau bicara soal advokasi transnasional NGO ini, di textbook itu adalah transnational advocacy network, tapi di lapangan itu berkembang antara isu lingkungan, isu buruh, isu ekonomi, semuanya. Ketika punya target yang sama, kita saling terkoneksi, walaupun narasi atau call-in-nya mengikuti konteks lokalnya masing-masing. Kita juga melihat kemauan dari teman-teman NGO lokal, arahnya mau ke mana, sehingga kita tidak mendikte atau menjadi NGO yang superior atau terlalu "Global North" dalam pendekatannya.

Natasha: Oke, baik Mas. Kalau dari pengalaman Greenpeace selama ini, apa saja hambatan utama yang dihadapi dalam meminta pertanggungjawaban perusahaan

fast fashion atas praktik greenwashing mereka? Dan bentuk regulasi atau tata kelola lingkungan global seperti apa yang menurut Greenpeace paling dibutuhkan untuk mengatasi tantangan ini secara lebih efektif?

Mas Ibar: Ya, sebenarnya tantangannya ada beberapa hal. Pertama, soal transparansi produsen nggak mau transparan. Kedua, soal regulasi. Mereka nggak mau transparansi, nggak mau mengubah bisnisnya, karena nggak ada regulasi yang mengatur bagaimana industri fast fashion ini berbisnis. Nggak ada moratorium, nggak ada aturan yang mendorong mereka untuk berhenti atau memperlambat produksi. Ketika nggak ada regulasi yang mengatur itu, industri berpikir, ngapain aku berubah, ngapain aku transparansi, ngapain aku menghentikan atau memperlambat produksi selama nggak ada aturannya.

Selain itu, ketika di suatu negara nggak ada regulasinya, ternyata di level internasional juga sering nggak ada, atau ada konvensinya tapi negara tersebut tidak meratifikasi. Itu juga jadi masalah. Di level global sebenarnya sudah ada aturan soal chemical of concern atau bahan beracun yang tidak boleh digunakan dalam produk, tapi ternyata negara tersebut nggak mau meratifikasi perjanjian itu, sehingga mereka nggak punya kewajiban membuat regulasi yang mengaturnya. Jadi regulasi dari sisi pemerintah dan transparansi dari sisi industri itu saling berkaitan. Makanya kampanye soal perubahan perilaku industri itu sangat panjang prosesnya, karena kampanyenya dua arah kita mendorong perubahan perilaku industri, sekaligus mendorong pemerintah untuk membuat aturannya. Itu salah satu hal yang selama ini menjadi fokus Greenpeace.

Natasha: Oke, Mas. Sekarang mungkin kita langsung masuk ke pertanyaan terakhir ya, Mas. Ini mungkin lebih konseptual. Saya ingin mengetahui bagaimana Greenpeace memahami atau membingkai degradasi lingkungan yang terkait dengan industri garmen di Bangladesh dalam konteks yang lebih luas, misalnya dalam kerangka keadilan iklim, ketidakadilan lingkungan, atau bahkan kolonialisme lingkungan. Apakah perspektif-perspektif tersebut secara eksplisit digunakan dalam advokasi Greenpeace itu sendiri?

Mas Ibar: Ya, sebenarnya kita melihat apa yang terjadi di Bangladesh dengan berbagai masalah yang mereka hadapi, enggak cuma sebatas limbah tekstil tapi juga plastik dan sebagainya. Kita melihat banyak sekali industri global yang masuk ke sana karena mereka melihat ada buruh murah. Ini terjadi ketika mereka menganggap Asia atau negara-negara Global South sebagai sumber komoditas, pasar, sekaligus buruh murah. Makanya kita melihat ada ketidakadilan di situ dibayar dengan murah, tapi produk yang dihasilkan dijual dengan harga mahal. Dan yang menanggung dampak lingkungannya, mereka sendiri.

Kita bisa lihat bagaimana satu kejadian beberapa tahun lalu, ketika ada satu pabrik yang runtuh dan menewaskan ribuan pekerja itu membuktikan bahwa industri melihat satu negara sebagai komunitas yang harus diperas tenaganya, tapi juga menanggung dampak lingkungan yang lebih besar. Ini yang membuat kita melihat bagaimana pandangan industri global terhadap Global South. Bukan cuma

Bangladesh, tapi juga India, Indonesia, Vietnam, Filipina, dan negara-negara lain mereka mengalihkan tanggung jawab dari Global North ke Global South. Kita bisa lihat bagaimana beberapa laporan menyalahkan Global South atas sampah plastik di laut, misalnya. Padahal itu bukan sepenuhnya kesalahan kita, karena ada industri-industri besar global yang punya merek tersebut, yang seharusnya jadi salah satu pihak yang bertanggung jawab. Itu salah satu bentuk ketidakadilan, meremehkan bahwa seolah-olah Bangladesh yang menghasilkan sampah tekstil terbesar di dunia, padahal itu bukan mereka yang menghasilkan, tapi industri yang beroperasi di sana, termasuk industri lokal yang menjadi supplier bagi industri besar.

Ini juga bukan cuma soal tekstil. Beberapa negara Global South juga jadi kritik kita soal skema pendanaan iklim kita hanya dijadikan sebagai objek proyek, tapi suara kita soal apa yang sebenarnya kita butuhkan itu tidak didengar. Banyak sekali NGO atau lembaga donor dari Global North datang ke negara berkembang untuk melakukan proyek, lalu ditinggal begitu saja. Makanya yang kita dorong adalah bagaimana suara-suara dari Global South harus didengar apa yang mereka mau, sistem ekonomi seperti apa yang mereka dorong, dan sebagainya. Bukan sebatas objek untuk diekstrak buruh murah, atau objek pendanaan proyek-proyek iklim. Harus ada posisi sebagai subjek, bukan cuma objek. Karena kalau itu tidak ada, Greenpeace tidak akan diam saja di situ.

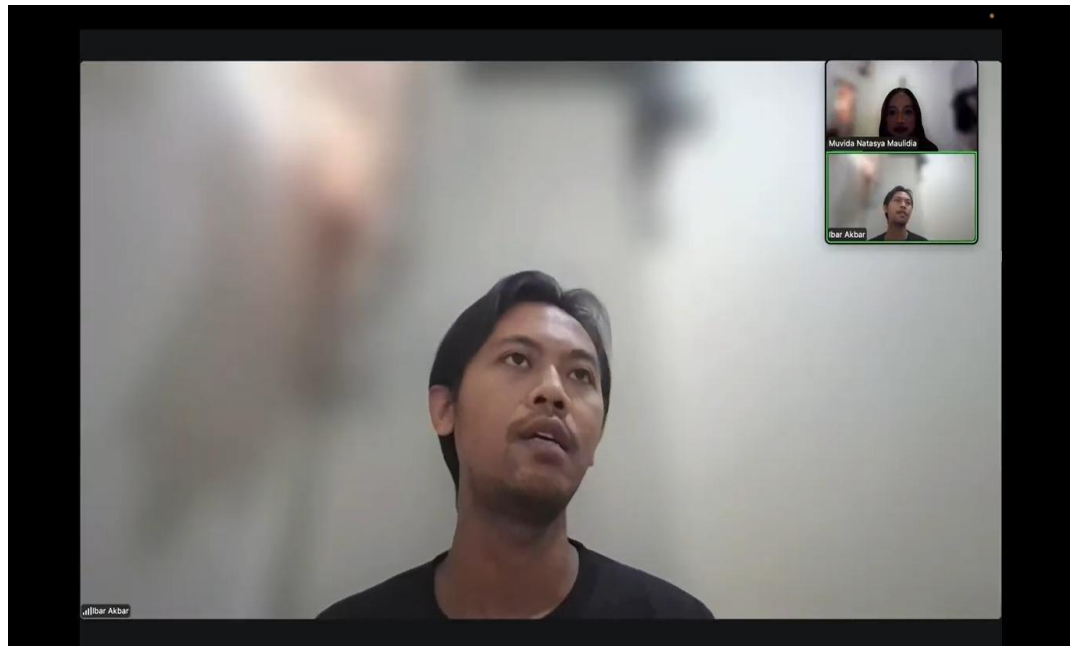
Natasha: Oke, baik Mas Ibar. Saya rasa pertanyaan-pertanyaan utama saya sudah terjawab semua. Terima kasih banyak atas waktu dan wawasan yang sudah Mas Ibar bagikan hari ini, yang benar-benar sangat berharga untuk penelitian saya. Sebelum kita selesai, saya ingin bertanya satu hal terakhir, Mas apakah boleh? Menurut Mas, ada atau tidak laporan, dokumen, atau sumber data dari Greenpeace yang Mas Ibar rekomendasikan untuk saya baca lebih lanjut mengenai topik ini?

Mas Ibar: Bisa, karena untuk Bangladesh dan India itu berada di bawah Greenpeace South Asia. Jadi bisa mengunjungi website Greenpeace South Asia. Greenpeace India sendiri sebenarnya sudah ditutup oleh pemerintah India, jadi tidak ada Greenpeace yang spesifik untuk India atau Bangladesh semuanya berada di bawah Greenpeace South Asia. Untuk bacaan lebih lanjut soal Bangladesh, isunya sekarang lebih banyak masuk ke bagian sosial-ekonomi, jadi nggak cuma soal fashion tapi juga isu sosial-ekonomi yang ada di sana. Itu referensi yang bisa saya sarankan.

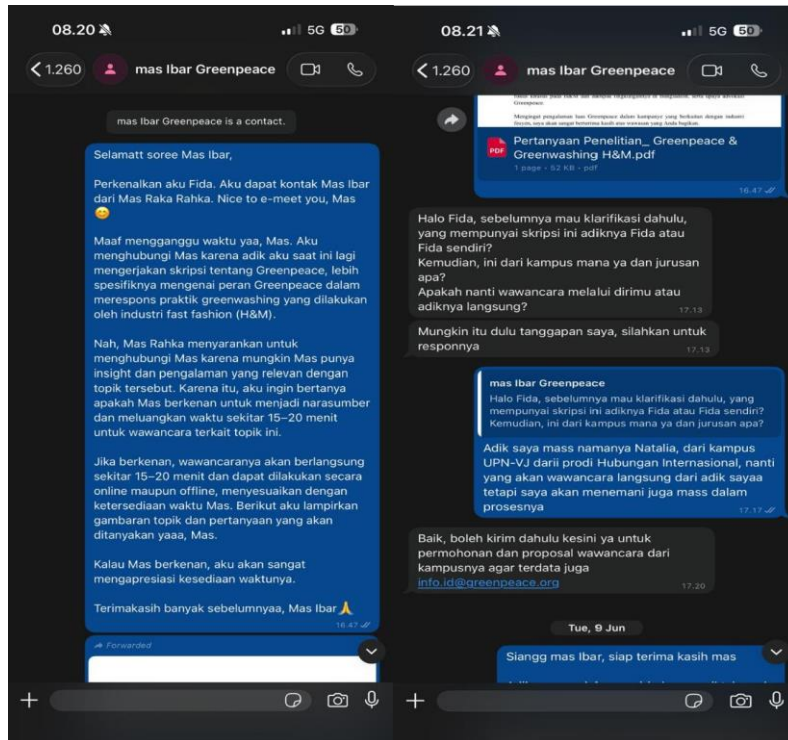
Natasha: Baik, terima kasih Mas. Mungkin ini saya yang akan menutup karena Mas Ibar juga sedang ada meeting selanjutnya. Saya ingin mengucapkan sekali lagi terima kasih banyak untuk Mas Ibar, saya sangat menghargai kesediaan Mas untuk berbagi dalam penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini nantinya juga bisa memberikan kontribusi kecil bagi advokasi lingkungan yang Greenpeace perjuangkan. Terima kasih banyak, Mas. Selamat pagi.

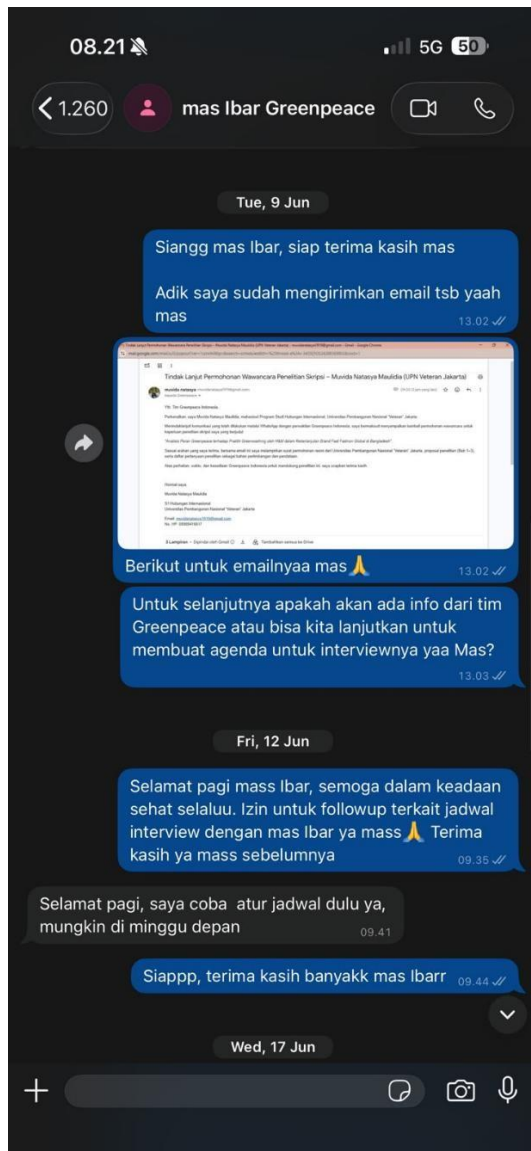
Mas Ibar: Sama-sama.

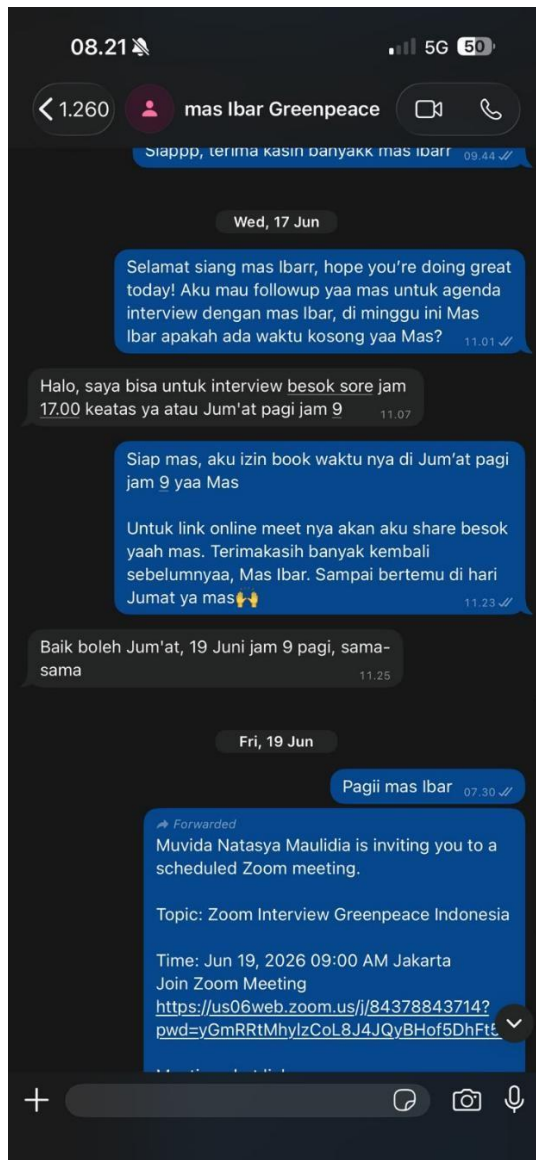
Lampiran C Dokumentasi Wawancara



Lampiran D Bukti Persetujuan Narasumber







08.21

5G 50

< 1.260



mas Ibar Greenpeace



Pagii mas Ibar 07.30 ✓

Forwarded

Muvida Natasya Maulidia is inviting you to a scheduled Zoom meeting.

Topic: Zoom Interview Greenpeace Indonesia

Time: Jun 19, 2026 09:00 AM Jakarta

Join Zoom Meeting

<https://us06web.zoom.us/j/84378843714?pwd=yGmRRtMhYlZCoL8J4JQyBHof5DhFt5.1>

Meeting chat link

<https://us06web.zoom.us/jc/84378843714>

Meeting ID: 843 7884 3714

Passcode: 556965

07.30 ✓

Berikut untuk link zoomnya yaa Mas 07.30 ✓

Oke baik 07.30

Mas Ibar, maaf yah mass aku tadi sambil double meeting sehingga tadi sudah ditutup samaa Natasya. Aku mau mengucapkan terima kasih lagi yaah mas sekali lagi karena sudah mau meluangkan waktu untuk wawancara ini.. Semoga kita bisa berkolaborasi ya mass. Kebetulan aku kerja di Telkom, suka bikin program2 AI untuk masyarakat, misal Greenpeace mauu juga buat acara/program yang berkaitan dengan tech dan green, boleh banget nih mas kita kolaborasi 😊😊 09.36 ✓

Ohya mas Ibar, aku apakah boleh minta alamat mas Ibar untuk adikku kirimkan makanan sebagai terimakasih karena sudah mau menghadiri wawancara hari ini? 09.37 ✓

