

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Coldplay telah membangun reputasi sebagai salah satu grup band yang berpengaruh pada abad ke-21 ini. Band yang berasal dari United Kingdom ini sempat tidak menjalankan konsernya setelah konser tur album *A Head Full of Dreams*. Hal ini terjadi karena Coldplay memikirkan ekosistem terhadap lingkungan yang sedang mengalami *Climate Crisis* atau krisis iklim. Seperti yang kita ketahui, bahwa *climate change* saat ini sudah menjadi isu global. Coldplay merupakan salah satu band populer yang berasal dari United Kingdom dan mulai aktif pada tahun 1997 hingga saat ini. *Climate change* atau perubahan iklim mengacu pada perubahan iklim yang terjadi di bumi, baik itu disebabkan karena hukum alam itu sendiri atau seiring berjalannya waktu disebabkan oleh kehidupan manusia. Dan untuk saat ini penyebab utama adanya perubahan iklim disebabkan oleh aktivitas manusia dan pelepasan gas rumah kaca ke atmosfer. Terdapat banyak faktor yang mendukung terjadinya *climate change* salah satunya yaitu acara *live music*, seperti konser, dan juga festival. Aktivitas tersebut berkontribusi signifikan terhadap perubahan iklim karena perjalanan yang dilakukan dan konsumsi energi yang terkait dengannya. Pada umumnya festival, diperkirakan setiap orang, baik pekerja maupun pengunjung, dapat menghasilkan jejak sebesar 25 kg karbon dioksida, sehingga menghasilkan volume emisi sekitar 160.000 ton pada tahun 2019 (Labrador, 2023).

Coldplay termasuk ke dalam *British Rock Band* dengan *genre* atau aliran *alternative rock, rock, post-Britpop*. Album studio pertama Coldplay yaitu “*Parachutes*” yang dirilis pada tahun 2000 dinilai sangat sukses. Hal ini dibuktikan dengan kemenangannya pada *Brit Award for British Album of The Year*, nominasi *Mercury Prize*, dan *Grammy Award for Best Alternative Music Album*. Kemudian prestasi dan penghargaan Coldplay berlanjut pada album ke-2 mereka yaitu “*A Rush of Blood to the Head*” tahun 2002 memenangkan penghargaan yang sama dan termasuk “*Clocks*”, yang mendapatkan *Grammy Award* untuk *Record of the Year* (Cao, 2013).

Untuk mengatasi masalah ini, Coldplay sebagai salah satu band yang melakukan tindakan preventif dari climate crisis ini melalui konser yang mereka laksanakan. Di tahun 2019, Coldplay berkomitmen untuk menjalankan tur mereka di masa depan memaksimalkan menjadi lebih lebih bermanfaat bagi lingkungan, yang disertai dengan beberapa macam inisiatif keberlanjutan serta adanya komitmen lingkungan yang komprehensif, termasuk satu pohon yang ditanam untuk setiap tiket yang terjual dan pertunjukan yang didukung oleh 100 persen energi terbarukan. Dalam tur albumnya *Music of The Spheres*, kali ini Coldplay memiliki tujuan untuk memberikan dampak yang baik bagi lingkungan. *Music of The Spheres World Tour* memiliki tujuan untuk memangkas gas emisi karbon dan berkelanjutan. Terdapat 3 prinsip utama yang menjadi panduan dalam konser berkelanjutan ini, ke-3 prinsip tersebut adalah Reduce, Reinvent, Restore (Music of the Spheres World Tour: Sustainability, n.d.).

Selebriti mampu menggunakan *power* nya untuk menggerakkan massa serta meningkatkan kesadaran mengenai isu sosial. Selebritas papan atas dunia pun ikut ambil bagian dalam upaya melawan krisis iklim dunia yang semakin menakutkan. Contohnya seperti Leonardo Dicaprio, Mark Ruffalo, Matt Damon, dan Emma Watson termasuk kedalam selebriti papan atas yang peduli dan melakukan tindakan terhadap lingkungan dan dampak krisis iklim (Komitmen Iklim Indonesia, 2021). Kebanyakan dari mereka memanfaatkan ketenarannya sebagai senjata utama untuk meningkatkan kesadaran masyarakat awam. Diharapkan dengan adanya *public figure* sebagai contoh, mampu menggerakkan massa sebagai langkah utama untuk perubahan. Para selebriti ini melakukannya dengan mendanai beberapa organisasi yang bekerja sama dengan mereka, dan beberapa juga ada yang mendirikan organisasi khusus sendiri yang bergerak di bidang isu sosial.

Coldplay sendiri sebagai *public figure* bekerja sama dengan banyak organisasi dan badan amal yang peduli lingkungan dan sosial yang akan mereka danai. Berdasarkan data yang ada di *website* Coldplay, mereka bekerja sama dengan dengan beberapa organisasi. Organisasi yang digandeng oleh Coldplay adalah ClientEarth, The Ocean Cleanup, One Tree Planted, Global Citizen, The Food Forest Project, Neptune's Pirate, Project Seagrass, Seafields, My Trees, Sustainable Food Trust, Global tech Advocates, Knowledge Pele, Climeworks, Cleaner Seas Group, Conservation Collective. Coldplay juga bekerja sama dengan Earth Percent sebagai donor pendiri (Music of the Spheres World Tour: Sustainability, n.d.). Dari sekian banyak *partnership* ini, yang patut untuk dilihat lebih lanjut sebagai bagian dari kegiatan

philanthropy Coldplay sebagai seorang selebriti adalah *partnership* Coldplay dengan The Ocean Cleanup.

Hal ini cukup menarik karena The Ocean Cleanup bekerja sama dengan Coldplay yang menjadi sponsor alat *Interceptor 005*. The Ocean Cleanup ini merupakan organisasi non-profit internasional yang mengembangkan dan meningkatkan teknologi untuk membersihkan lautan plastik di dunia. Mereka bertujuan untuk mencapai tujuan ini melalui strategi ganda: mencegat sungai untuk menghentikan arus masuk dan membersihkan apa yang telah terakumulasi di laut (The Ocean Cleanup, 2021). Selain melakukan kampanye mereka juga menciptakan solusi berupa alat yaitu *Interceptor Solutions*. Solusi alat yang bernama *Interceptor 005* ini digunakan untuk saluran air. Alat ini ditujukan untuk sungai yang sangat berpolusi di seluruh dunia termasuk Indonesia, Malaysia, Republik Dominika, Vietnam, Amerika Serikat, Jamaika, dan Thailand (The Ocean Cleanup, 2021). The Ocean Cleanup ini didirikan pada tahun 2013 oleh Boyan Slat, The Ocean Cleanup kini mempekerjakan tim multidisiplin yang berjumlah sekitar 140 orang dan yayasan ini berkantor pusat di Rotterdam, Belanda. Kolaborasi Ocean Cleanup dan Coldplay membantu mengambil langkah signifikan lainnya dalam mengatasi 1000 sungai paling berpolusi di dunia (The Ocean Cleanup, 2021).

Terdapat beberapa keterkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan dan telah ada penelitian sebelumnya terkait strategi *philanthropy*. Penelitian yang pertama yaitu yang berjudul “Analisis *Strategic Philanthropy* Big Hit Entertainment: Studi Kasus Kampanye Love Myself BTS-UNICEF” oleh (Alifia, 2023) yang

membahas mengenai *strategic philanthropy* yang digunakan oleh Big Hit Entertainment sebagai bagian dari aktivitas perusahaan melalui Kampanye Love Myself BTS-UNICEF. Kemudian penelitian yang selanjutnya yaitu berjudul “Celebrity Philanthropy: Kederewanan Muslim Kelas Menengah Di Indonesia” oleh (Lyansari, 2023) yang secara garis besar membahas mengenai keterlibatan selebriti hijrah dalam melakukan kegiatan *philanthropy* Islam di Indonesia. Dan yang terakhir yaitu penelitian yang berjudul “Gerakan Lingkungan Dalam Isu Perubahan Iklim : Studi Kasus Gerakan The Big Ask Dalam Mendorong Climate Change Act Di Inggris Pada Tahun 2005-2008” milik (Abdillah, 2014) dalam penelitiannya yang membahas mengenai Gerakan The Big Ask melalui teori gerakan sosial. Sejauh ini, fokus penelitian pada sebuah band terkenal yang menjadi aktor dalam isu lingkungan dan membahasnya dalam *strategic philanthropy* belum banyak. Pada penelitian ini, yang menjadi fokus utama penulis dalam meneliti ini adalah *celebrity philanthropy* yang dilakukan oleh Coldplay sebagai bagian dari aktivitas suatu aktor atau organisasi mengenai isu lingkungan yang melakukan kegiatan-kegiatan sosial dalam kontribusinya terhadap *climate actions* di tahun 2021-2023.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah **“Bagaimana Coldplay melakukan aktivitas *celebrity philanthropy* global melalui “The Ocean Cleanup” pada tahun 2021-2023?”**

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Secara Umum

Tujuan secara umum terkait dengan penelitian ini yaitu untuk memenuhi persyaratan akhir pada pendidikan S1 dengan Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Tujuan lain penelitian pada topik ini adalah sebagai bahan berupa ilmu pengetahuan yang telah didapatkan oleh penulis yang berbentuk penelitian ilmiah dengan jangkauan khalayak awam dan bagi mahasiswa Hubungan Internasional yang ingin memperdalam mengenai ilmu terkait dengan topik yang serupa.

1.3.2 Secara Khusus

Berlandaskan pada latar belakang dan juga rumusan masalah yang telah dipaparkan dan dirumuskan di atas, tujuan penelitian ini secara khusus bertujuan untuk mengetahui serta melihat Coldplay sebagai aktor yang melakukan perubahan pada isu lingkungan bersama organisasi non-profit dalam *celebrity philanthropy* tahun 2021-2023. Selain itu penelitian ini bertujuan guna memberikan referensi terkait dengan topik yang satu linear untuk penelitian di masa yang akan datang.

1.4 Kerangka Pemikiran

1.4.1 *Celebrity Philanthropy*

Beberapa selebriti terlihat menangani banyak isu dan organisasi yang berbeda, dan beberapa yang lain fokus terhadap isu tertentu. Heterogenitas keterlibatan selebriti ditentukan, pertama, oleh konsep selebriti itu sendiri. Seperti yang dikatakan, selebriti tidak hanya dihasilkan di industri hiburan tetapi juga di banyak sektor masyarakat (Bulck, 2018, p. 96). Kebanyakan filantropi disalurkan melalui organisasi yang didirikan untuk menyalurkan dana bagi berbagai proyek dan struktur serta pengoperasiannya sangat bervariasi. Beberapa organisasi filantropi mengandalkan sumbangan publik, sementara yang lain mengambil dana dari satu sumber seperti individu (atau sekelompok kecil individu) atau perusahaan (Youde, 2019, p. 41). Mengingat keberagaman dalam keterlibatan selebriti dalam masyarakat, hal ini menunjukkan bahwa media elit dan populer memperlakukan keterlibatan selebriti secara berbeda-beda, bergantung pada klaim selebriti atas ketenaran, peran, dan isu-isu yang didukung (Panis & Hilde Van Den Bulck, 2014, p. 28). Perubahan iklim dan pemanasan global melampaui batas-batas negara dan oleh karena itu memerlukan upaya aktivis transnasional (Bulck, 2018, p. 34).

Dari banyaknya keterlibatan yang dilakukan oleh selebriti dalam masyarakat, (Bulck, 2018, p. 92) mendefinisikan istilah *celebrity philanthropists* dan aktivis yang sejalan dengan (Panis, 2012) dalam definisinya yaitu (1) individu yang mendapat

pengakuan oleh publik (2) yang dikenal terutama dari bidang lain selain dari bidang keterlibatan sosialnya (3) yang menggunakan ketenarannya (4) untuk menjadi sukarelawan, melakukan advokasi atau melobi, menciptakan kesadaran, dan/atau membantu meningkatkan dana (5) untuk tujuan sosial-politik atau organisasi non-profit, (6) media sasaran, (anggota) organisasi non-profit, pengusaha, pembuat kebijakan dan atau masyarakat umum. Filantropis juga memainkan peran aktif dalam memecahkan masalah sosial di luar dalam mendukung misi organisasi individu (Bulck, 2018, p. 153). Keragaman dalam terminologi tidak hanya mencerminkan pendekatan akademis yang berbeda, tetapi juga menunjukkan fakta bahwa seseorang yang terkenal dapat terlibat dalam isu-isu sosial-politik dengan berbagai cara (Bulck, 2018, p. 91)

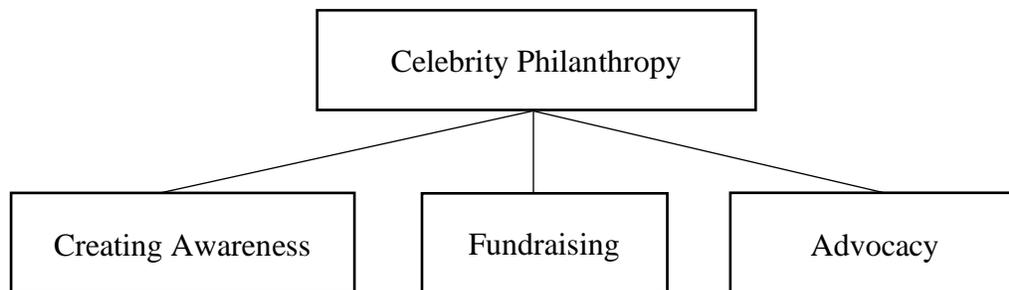
Dalam buku *Celebrity Philanthropy and Activism* (Bulck, 2018, p. 93), menganut 3 tipe aktivisme yang diklasifikasikan menurut Huddart (2005): *creating awareness, fundraising, and advocacy*. Pertama, dalam kegiatan *creating awareness*, selebriti dapat menciptakan kesadaran melalui berbagai kegiatan mulai dari keterlibatan mereka sebagai wajah dari sebuah kampanye hingga keterlibatan yang lebih aktif dan berjangka panjang sebagai juru bicara atau *ambassador* untuk sebuah organisasi (Bulck, 2018, p. 93). Ketika selebriti global menjadi perwakilan menjadi duta atau *ambassador*. Konsep dari *ambassador* yang dilakukan selebriti telah diadopsi oleh banyak organisasi nirlaba lainnya, para selebriti dapat membantu menggalang dana untuk membantu tujuan tertentu. (Bulck, 2018, p. 94)

Kedua, pada kegiatan *fundraising* selebriti dapat mengajak masyarakat untuk menyumbangkan uang dan atau mengambil inisiatif pribadi: mulai dari melelang

barang pribadi dan menyumbangkan keuntungan dari penampilan mereka, hingga secara konsisten membagikan sebagian dari kekayaan mereka (Bulck, 2018, p. 94). Misalnya, kehancuran Pantai Teluk AS pada tahun 2017 yang disebabkan oleh Badai Harvey menyebabkan aktor, komedian dan produser AS Kevin Hart serta bintang olahraga dan selebritas Houston Texas J.J. Watt untuk mengatur kegiatan *fundraising*. Dalam hal ini, selebriti dapat mengatur penggalangan dana, memberikan donasi, dan sumbangan, atau mengundang selebriti dan warga negara lain untuk bergabung (Bulck, 2018, p. 94).

Yang terakhir yaitu advokasi, yang terutama ditujukan untuk memberikan tekanan pada individu, perusahaan atau lembaga untuk mengambil tindakan, dan sering kali berorientasi pada badan dan perwakilan pemerintah (Bulck, 2018, p. 95). Contoh terkenal dari upaya yang terakhir ini yaitu upaya aktor Amerika Serikat George Clooney untuk melobi politisi dengan tujuan untuk menemukan solusi bagi konflik Darfur yang sedang berlangsung di akhir tahun 2000an. Dalam hal ini, terdapat beragam kegiatan dan tingkat komitmen, mulai dari menandatangani petisi, memberikan pidato di tempat umum, hingga melakukan lobi secara konsisten untuk melakukan perubahan struktural (Bulck, 2018, p. 95).

1.5 Sintesa Pemikiran



Grafik 1.1 Sintesa Pemikiran

Sumber: Ilustrasi penulis

Penulis menyusun sintesa pemikiran berdasarkan studi kasus yang diangkat dengan menggunakan kerangka pemikiran yang telah ditulis sebelumnya, yaitu *celebrity philanthropy*. Terdapat 3 tipe aktivisme *celebrity philanthropy* yang meliputi *creating awareness*, *fundraising*, dan *advocacy*. Penulis menggunakan konsep *celebrity philanthropy* digunakan untuk menganalisis implementasi selebriti dalam melakukan *philanthropy*. Ketiga aktivisme tersebut dapat menggambarkan kegiatan *philanthropy* yang dilakukan oleh selebriti.

1.6 Argumen Utama

Coldplay melakukan kegiatan *philanthropy* dalam The Ocean Cleanup sebagai salah satu komitmen mereka terhadap kondisi perubahan iklim di dunia. Dalam menerapkan komitmen tersebut, terdapat tiga aktivisme yang dapat ditemukan dalam kegiatan *philanthropy* Coldplay dengan The Ocean Cleanup . Tiga aktivisme tersebut meliputi *creating awareness*, *fundraising*, dan *advocacy*. Pada *creating awareness*, dibuktikan dengan Coldplay meminimalisir limbah dan

mempromosikan daur ulang bersama dengan The Ocean Cleanup sebagai partner mereka. Pada aktivisme *fundraising* dibuktikan dengan Coldplay memberikan 10 persen dari seluruh keuntungan untuk disalurkan kepada beberapa organisasi termasuk The Ocean Cleanup. Yang ketiga, *advocacy* dibuktikan dengan kegiatan dari Coldplay bersama The Ocean Cleanup di Malaysia yang melibatkan pemerintah disambut baik oleh LLSB (Landasan Lumayan Sdn Bhd) yang ditunjuk langsung oleh Pemerintah Selangor dalam mencegah sampah sungai agar tidak sampai ke laut. Dalam kegiatan *advocacy* ini juga dibuktikan dengan misi mereka yang dilaksanakan di Indonesia dilakukan dengan kerjasama antara Kedutaan Besar Belanda yang didukung oleh Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Republik Indonesia, Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, dan Pemerintah Kabupaten Tangerang dalam misinya di Indonesia. Ketiga aktivisme tersebut, dapat membuktikan bahwa Coldplay merupakan salah satu pegiat *philanthropy* dalam isu lingkungan.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan merupakan penelitian dengan pendekatan deskriptif. Sesuai dengan namanya, jenis penelitian deskriptif digunakan untuk menerangkan kondisi dasar berbagai peristiwa-peristiwa, seperti menyusun teori untuk menjelaskan kaidah hubungan antar peristiwa (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018). Penelitian deskriptif digunakan untuk memahami suatu fenomena secara lebih rinci atau membedakannya dengan fenomena lain dengan cara memberikan suatu penjelasan, informasi, dan validasi mengenai suatu kejadian sosial yang diteliti dan juga menganalisis data-data yang telah ada sodik 8 (Siyoto & Sodik, 2015). Pemilihan pendekatan deskriptif ini didasari untuk menjelaskan dan

menjabarkan Coldplay sebagai selebriti yang melakukan kegiatan philanthropy dengan The Ocean Cleanup.

1.7.2. Jangkauan Penelitian

Untuk membatasi penelitian agar lebih terfokus pada pembahasannya, penelitian ini mengambil rentang waktu tahun 2021-2023. Pemilihan jangka waktu tersebut didasari sejak Coldplay berkomitmen mengenai isu lingkungan serta itu merupakan tahun dimana Coldplay terlibat dengan The Ocean Cleanup. Selain itu, penelitian ini juga terfokus kepada partnership antara Coldplay dan The Ocean Cleanup selama tur *Music of The Spheres*

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data sekunder dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder merupakan data yang sangat penting dalam penelitian, karena dapat membantu peneliti untuk memperoleh informasi yang sudah ada sebelumnya dan dapat mempercepat proses penelitian (Sekaran & Bougie, 2016).

Pada data sekunder, penulis mengumpulkan berbagai data dari berbagai sumber yang tersedia di internet. Penulis menggunakan sumber data sekunder berupa *press release* dan *annual report* Coldplay melakukan kegiatan philanthropy dengan The Ocean Cleanup tahun 2019 sampai 2023 yang didapat dari berita, artikel, maupun jurnal dan website resmi Coldplay dan The Ocean Cleanup.

1.7.4 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif. Dalam hal ini, peneliti memiliki tujuan untuk memberikan gambaran mengenai suatu kejadian yang sesuai fakta dan disertai dengan penafsiran dalam memaknai sebuah perilaku (Mappiare, 2009). Dengan teknik ini peneliti berusaha untuk membahas secara mendalam informasi-informasi baik tertulis ataupun tercetak (Bungin, 2007). Pada penelitian ini nantinya akan menjelaskan mengenai kegiatan

celebrity philanthropy yang dilakukan oleh Coldplay dengan organisasi non-profit The Ocean Cleanup.

1.7.5 Sistematika Penulisan

BAB I berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, sintesa pemikiran, argumen utama, dan metodologi penelitian.

BAB II berisi analisis aktivitas *celebrity philanthropy* oleh Coldplay dengan The Ocean Cleanup berdasarkan aktivisme *creating awareness* dan *advocacy*.

BAB III berisi analisis aktivitas *celebrity philanthropy* oleh Coldplay dengan The Ocean Cleanup berdasarkan aktivisme *fundraising*.

BAB IV berisi analisis yang berbentuk kesimpulan dan saran.