

Analisis Green Criminology terhadap Greenwashing pada Koleksi Pakaian Berkelanjutan dalam Industri Fast Fashion = Green Criminology Analysis of the Sustainable Collection in the Fast Fashion Industry

Cornelia Ingrid Setiawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920523908&lokasi=lokal>

Abstrak

Tugas Karya Akhir ini membahas tentang tindakan greenwashing yang dilakukan oleh industri fast fashion melalui koleksi pakaian berkelanjutan, dengan berfokus pada koleksi dari H&M Conscious. Dengan menggunakan metode pengumpulan data existing statistics reseach dan metode content analysis, penulis menggunakan data dari buku, artikel jurnal, laporan tahunan terkait keberlanjutan yang dikeluarkan oleh H&M, laporan dari NGO, dan beberapa artikel berita untuk melakukan analisis. Lebih lanjut, penulis juga mengidentifikasi peran video promosi dan media daring milik H&M dalam tindakan greenwashing. Dengan menggunakan perspektif green criminology, hasil analisis menunjukkan bentuk tindakan greenwashing yang dilakukan oleh perusahaan H&M dalam proses produksi dan penggunaan bahan yang menyebabkan terjadinya environmental harm. Dalam hal ini, perusahaan kemudian memanfaatkan media daring yang dimiliki oleh perusahaan untuk membangun citra dan meyakinkan konsumen.

.....This Final Assignment discusses the greenwashing practices done by the fast fashion industry through sustainable clothing collections by focusing H&M Conscious collection. Using existing statistics research data collection method and content analysis method, the author utilized data from books, journal articles, H&M's annual sustainability reports, reports from NGOs, and several news articles for analysis.

Furthermore, the author also identified the role of H&M's promotional videos and online media in greenwashing practices. By applying a green criminology perspective, the analysis revealed forms of greenwashing conducted by H&M in the production process and the materials used that result in environmental harm. In this regard, the company then leverages its online media platforms to maintain its image and convince consumers.