

# ANALISIS PERAN LEVI STRAUSS & CO. DALAM MENYEBARKAN NILAI-NILAI IDEOLOGIS AMERIKA SERIKAT

Oleh: Faiz Farisi  
([faiz2farisi@gmail.com](mailto:faiz2farisi@gmail.com))

Dosen Pembimbing: Dr. Umi O. Retnaningsih., MA

Bibliografi: 10 Buku, 7 Jurnal, 1 Laporan, 3 Dokumen, 2 Video, 99 Web

Jurusan Hubungan Internasional  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru  
28294  
Telp/Fax. 0761-63277

## **Abstract**

*The company's activism got its name with the rising awareness of young consumers around the world. This new maneuver differs from traditional maneuvers such as corporate social responsibility and corporate political activity. One of the companies that has implemented this activism most intensively is Levi Strauss & Co. Through its rich history of American-inspired activism and corporate values, Levi Strauss & Co. has been recognized as a symbol of American culture. This study will discuss how the strategy carried out by Levi Strauss & Co. in spreading American cultural values.*

*To answer the questions, the writer will analyze the documents from secondary data such as books, journals, news in newspapers, websites and other relevant data. The collected data will be processed using qualitative methods. This study uses Horkheimer's critical theory as a theoretical basis and Alexander Wendt's constructivism as a perspective.*

*The results show that today's companies have more power, in their finances and marketing, to influence and shape society as desired. Trends/fashion adjustments are adapted to existing issues such as gender equality, democratic apathy, and armed violence. In this case, Levi Strauss & Co. as an American company that grew up based on American ideals has struggled to bring American society to life closer to their values such as equality and freedom.*

**Keyword(s):** *Levi's, LS & Co., american values, corporate activism*

## PENDAHULUAN

Amerika Serikat (AS) merupakan negara yang dibentuk oleh demokrasi dan berbagai nilai-nilai yang terkandung dalam masyarakatnya. Amerika Serikat lahir berdasarkan keyakinan rakyatnya bahwa seluruh manusia adalah setara dan memiliki hak dan tanggung jawab untuk menentukan sendiri hidupnya. Keyakinan ini tertuang dalam konstitusi yang kemudian menjadi landasan dalam kehidupan bernegara dan bermasyarakat. Keyakinan ini juga dikenal dengan ideologi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ideologi adalah himpunan nilai, ide, norma, kepercayaan, dan keyakinan yang dimiliki seseorang atau sekelompok orang yang menjadi dasar dalam menentukan sikap terhadap kejadian dan masalah politik yang dihadapinya dan yang menentukan tingkah laku politik.

Namun dalam praktiknya, nilai-nilai ideologis yang telah menjadi citra AS di mata dunia tidak berjalan dengan semestinya. Nilai-nilai yang menjadi dasar pergerakan kemerdekaan ternyata tidak terwujud sepenuhnya dan menimbulkan isu-isu sosial. Perilaku rasisme dan tindakan diskriminatif masih umum terjadi diantara masyarakat AS. Tindakan diskriminasi tersebut dapat berupa stereotip hingga tersusun secara sistematis dan umumnya dilakukan terhadap komunitas minoritas seperti, kaum negro dan LGBT.

Sebuah studi tahun 2002 yang dilakukan oleh Biro Riset Ekonomi Nasional mengirimkan hampir 5.000

resume yang identik, setengah dengan nama umum Afrika-Amerika dan setengah lainnya dengan nama Kaukasia umum. Temuan tersebut menunjukkan tingkat panggilan balik 50% lebih rendah untuk nama yang terdengar Afrika-Amerika. Perbedaan dalam tingkat panggilan balik setara dengan tambahan 8 tahun pengalaman yang relevan.<sup>1</sup> Pada 2019, orang Afrika-Amerika dua kali lebih mungkin daripada orang kulit putih Amerika untuk menganggur dan memperoleh hampir 25 persen lebih sedikit ketika dipekerjakan di pekerjaan yang sama.<sup>2</sup>

Kaum LGBT juga menjadi kelompok sasaran diskriminasi. Lebih dari 1 dari 3 LGBT Amerika menghadapi diskriminasi dalam beberapa bentuk pada tahun 2020.<sup>3</sup> Dari total 50 negara bagian di AS, hanya 21 negara bagian yang telah memiliki aturan hukum negara yang melindungi orang dari diskriminasi atas dasar orientasi seksual dan identitas gender da-

---

<sup>1</sup> Bertrand, Marianne and Sendhil Mullainathan. "Are Emily And Greg More Employable Than Lakisha And Jamal? A Field Experiment on Labor Market Discrimination," *American Economic Review*, 2004, v94, 991-1013,

<https://www.nber.org/papers/w9873.pdf>, accessed April 2019

<sup>2</sup> Francis, David R., "Employers' Replies to Racial Names", *The National Bureau of Economic Research*, <https://www.nber.org/digest/sep03/w9873.html>, accessed May 2019.

<sup>3</sup> Dikutip dari

<https://www.americanprogress.org/article/state-lgbtq-community-2020/> pada tanggal 20 Desember 2021 pukul 20.57 WIB

lam pekerjaan, perumahan dan akomodasi publik.<sup>4</sup>

Isu lain yang muncul ialah apatisisme demokrasi. Sikap apatis ini didasari oleh kurangnya kepercayaan masyarakat bahwa suara mereka berperan atau memiliki dampak pada hasil pemilu. Berdasarkan survei dari *The Washington Post*, pada pemilihan presiden tahun 2016 tingkat partisipasi pemilih hanya 60.1% dari total penduduk yang memenuhi syarat. Pada pemilihan presiden 4 tahun sebelumnya, angka tersebut lebih rendah, yakni 58,6%.<sup>5</sup> Pemilih berusia muda memiliki tingkat partisipasi yang lebih rendah. Pada pemilihan presiden tahun 2016 hanya sekitar 46% dari jumlah populasi yang berusia 18-29 tahun ikut memilih.<sup>6</sup>

Isu - isu sosial dan politik diatas memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi karena terdapat pro dan kontra di dalamnya. Masyarakat AS, baik yang mendukung maupun yang menentang, kemudian membentuk berbagai organisasi sosial untuk wadah bagi gerakannya. Namun, menariknya, ada pihak lain yang ikut serta dalam menanggapi isu sosial tersebut, yakni perusahaan swasta atau korporasi.

---

<sup>4</sup> Dikutip dari

<https://freedomforallamericans.org/states/> pada tanggal 20 Desember 2021 pukul 20.51 WIB

<sup>5</sup> Dikutip dari

<https://www.washingtonpost.com/graphics/2020/elections/voter-turnout/> pada tanggal 30 November 2021 pukul 11.10 WIB.

<sup>6</sup> Dikutip dari

<https://www.nytimes.com/2020/10/08/upshot/youth-voting-2020-election.html> pada tanggal 30 November 2021 pukul 09.50 WIB.

Keterlibatan perusahaan dalam hal ini menimbulkan fenomena baru yang disebut *Corporate Sociopolitical Activism* (CSA). CSA adalah kegiatan demonstrasi publik suatu perusahaan (pernyataan dan/atau tindakan) untuk mendukung atau menentang satu sisi dari isu sosiopolitik partisan.<sup>7</sup> Fenomena CSA ini mulai meningkat dengan munculnya media sosial besar seperti Facebook yang berdiri pada tahun 2004, Twitter pada tahun 2006, dan Instagram pada tahun 2010. Selain itu, juga teknologi *big data* yang membuat informasi semakin mudah diakses. Teknologi yang sama juga memungkinkan para aktivis memobilisasi dukungan massa untuk perubahan sosial.

Faktor lainnya yang memicu perusahaan terlibat dalam isu sosial ialah generasi milenial. Kesadaran sosial kaum milenial adalah bagian dari kehidupan kerja mereka karena mereka dibesarkan dengan internet dan media sosial. 79% karyawan milenial setia pada perusahaan yang peduli dengan pengaruhnya terhadap masyarakat. Mereka percaya bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah kunci untuk mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan hasil kehidupan.<sup>8</sup> Selain itu, kaum milenial juga merupakan konsumen yang potensial karena

---

<sup>7</sup> Bhagwat, Yashoda, et al. "Corporate Sociopolitical Activism And Firm Value." *Journal of marketing* 84.5 (2020): 1.

<sup>8</sup> Dikutip dari

<https://www.forbes.com/sites/margueritacheng/2019/06/19/8-characteristics-of-millennials-that-support-sustainable-development-goals-sdgs/?sh=164f11c929b7> pada tanggal 27 Januari 2022 pukul 20.21 WIB

daya beli mereka yang tinggi dan pengeluaran yang tinggi bertahun-tahun di depan mereka dan mereka juga dikenal karena memengaruhi keputusan pembelian orang tua mereka.<sup>9</sup>

Hal ini membuat perusahaan bersaing untuk menarik perhatian kaum milenial dengan cara menyatak sikap terhadap isu-isu sosial yang menjadi perhatian kaum milenial. Kesamaan pandangan suatu perusahaan dan kaum milenial terhadap suatu isu sosial dapat meningkatkan dukungan dan loyalitas kaum milenial terhadap perusahaan tersebut.

Keterlibatan perusahaan terhadap isu yang kontroversial juga dipengaruhi oleh merek (*brand*) dari perusahaan itu sendiri. Menurut American Marketing Association, Merek adalah nama, istilah, desain, simbol, atau fitur lain apa pun yang mengidentifikasi barang atau jasa seorang penjual sebagai pembeda dari barang atau jasa penjual lainnya.<sup>10</sup> Brand yang dimiliki suatu perusahaan berasal dari proses branding. Branding adalah proses memberi makna pada organisasi, perusahaan, produk, atau layanan tertentu dengan menciptakan dan membentuk merek di benak konsumen. Ini adalah strategi yang

dirancang oleh organisasi untuk membantu orang dengan cepat mengidentifikasi dan merasakan merek mereka. Tujuannya adalah untuk menarik dan mempertahankan pelanggan setia dan pemangku kepentingan lainnya dengan menyediakan produk yang selalu selaras dengan janji merek.

Salah satu perusahaan AS dengan *brand* yang kuat adalah Levi Strauss & Company (LS & Co.) Kekuatan brand perusahaan ini berasal pada produk utama mereka yakni celana jeans yang bermerek Levi's®. Kekuatan brand Levi's® telah mencapai level dimana mereka dikenal sebagai ikon atau simbol dari negara Amerika Serikat. Hal ini disebabkan karena LS & Co. adalah perusahaan yang memegang teguh nilai-nilai korporasi mereka yakni empati, orisinalitas, integritas, dan keberanian.<sup>11</sup> Status ikon yang dimiliki LS & Co. saat ini juga terbentuk dari serangkaian proses sosio-kultural yang panjang antara perusahaan tersebut dengan Amerika Serikat sehingga identitas keduanya melebur menjadi satu kesatuan.

Upaya *branding* yang panjang hingga menjadi representasi dari nilai-nilai Amerika serta kepercayaan masyarakat yang telah terbentuk terhadapnya membuat LS & Co. giat dalam perjuangan mempromosikan nilai-nilai tersebut dalam berbagai isu-isu sosial yang terjadi di AS saat ini.

---

<sup>9</sup> Shetty, A. Shivakanth, Nagendra Belavadi Venkataramaiah, and Kerena Anand. "Brand activism and millennials: an empirical investigation into the perception of millennials towards brand activism." *Problems and perspectives in management* 17.4 (2019): 163.

<sup>10</sup> Dikutip dari <https://www.thebrandingjournal.com/2015/10/what-is-branding-definition/> pada tanggal 21 Desember 2021 pukul 16.54 WIB

---

<sup>11</sup> Dikutip dari <https://www.levi'strauss.com/who-we-are/company/> pada tanggal 21 Desember 2021 pukul 17.27 WIB

## KERANGKA TEORI

Penulis menggunakan perspektif konstruktivisme dalam penelitian ini. Kaum konstruktivis memberikan perhatian besar kepada identitas dan kepentingan dalam studi hubungan internasional. Mereka memandang bahwa identitas dan kepentingan tidak didasarkan secara objektif akan tetapi merupakan hasil dari gagasan dan konstruksi sosial. Dengan kata lain, makna dari suatu objek sesungguhnya berasal dari hasil interpretasi manusia. Maka, hal-hal yang dianggap sebagai sesuatu yang pasti, sebenarnya merupakan sesuatu yang dikonstruksikan dan bersifat tidak tetap. Sudut pandang kaum konstruktivis melampaui realitas material dengan mengikutsertakan efek ide dan keyakinan pada politik dunia. Ini juga mensyaratkan bahwa realitas selalu berkembang, yang membuka prospek pada perubahan. Dengan kata lain, maknanya tidak tetap tetapi dapat berubah seiring waktu tergantung pada ide dan keyakinan yang dianut oleh para aktor.<sup>12</sup>

Teori Kritis dalam arti sempit merujuk kepada pendapat beberapa generasi filsuf Jerman dan ahli teori sosial dalam tradisi Marxis Eropa Barat yang dikenal sebagai Mazhab Frankfurt. Teori-teori ini bertujuan untuk menjelaskan dan mengubah semua keadaan yang memperbudak manusia, banyak “teori kritis” dalam arti yang lebih luas telah dikembangkan. Mereka muncul sehubungan dengan ban-

yaknya gerakan sosial yang mengidentifikasi berbagai dimensi dominasi manusia pada masa kini. Teori kritis memberikan dasar deskriptif dan normatif untuk penyelidikan sosial yang bertujuan untuk mengurangi dominasi dan meningkatkan kebebasan dalam segala bentuknya.

Teori Kritis pada awalnya mengacu pada Mazhab Frankfurt yang dimulai dengan Horkheimer dan Adorno dan meluas ke Marcuse dan Habermas, pendekatan filosofis apa pun dengan tujuan praktis serupa juga dapat disebut “teori kritis”, termasuk feminisme, teori ras kritis, dan beberapa bentuk kritik pasca-kolonial.

Menurut Horkheimer sebuah teori dapat disebut teori kritis jika memenuhi tiga kriteria: teori itu harus jelas, praktis, dan normatif. Artinya, ia harus menjelaskan apa yang salah dengan realitas sosial saat ini, mengidentifikasi aktor untuk mengubahnya, dan memberikan norma yang jelas untuk kritik dan tujuan praktis yang dapat dicapai untuk transformasi sosial.<sup>13</sup>

Kebudayaan, atau dalam bahasa Inggris: *Culture*, secara umum dapat dimaknai sebagai cara hidup masyarakat. Dalam bahasa Latin, kata *culture* dihubungkan dengan kata-kata seperti “*agriculture*”, “*cultivate*” dan “*cultivation*”. Raymond Williams, menjelaskan bahwa kata budaya sebagaimana dipahami dalam bahasa Jerman,

---

<sup>12</sup> Stephen Mcglinchey, Rosie Walters & Christian Scheinpflug, *International Relations Theory*. Bristol, E-International Relations Publishing, 2017, 37.

---

<sup>13</sup> Dikutip dari <https://plato.stanford.edu/archives/spr2021/entries/critical-theory/> pada tanggal 23 Juni 2021 pukul 08.20 WIB.

digunakan dalam arti menjadi "diolah" atau "beradab" dan sebagai deskripsi dari proses universal pembangunan manusia atau "peradaban".<sup>14</sup> Pernyataan ini menggambarkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kebudayaan dan peradaban manusia. Kebudayaan dapat dimaknai sebagai hasil dari proses pengembangan pola pikir manusia dan kemajuan peradaban.

Kebudayaan dalam penjabarannya dapat dibedakan kedalam dua bentuk yaitu budaya material dan budaya non-material. Budaya material mengacu pada bentuk fisik seperti benda atau barang yang diciptakan oleh masyarakat. Kebudayaan non-material, sebaliknya, terdiri dari gagasan, sikap, dan kepercayaan masyarakat.<sup>15</sup> Budaya material dan budaya non-material memiliki keterkaitan yang kuat, dimana didalam budaya material terdapat gagasan akan nilai dari suatu masyarakat itu sendiri.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Amerika Serikat merupakan negara yang dibentuk demokrasi dan berbagai nilai-nilai yang terkandung dalam masyarakatnya. Amerika Serikat lahir berdasarkan keyakinan rakyatnya bahwa seluruh manusia adalah setara dan memiliki hak dan

tanggung jawab untuk menentukan sendiri hidupnya. Keyakinan ini tertuang dalam konstitusi yang kemudian menjadi landasan dalam kehidupan bernegara dan bermasyarakat. Keyakinan ini juga dikenal dengan ideologi. Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ideologi adalah himpunan nilai, ide, norma, kepercayaan, dan keyakinan yang dimiliki seseorang atau sekelompok orang yang menjadi dasar dalam menentukan sikap terhadap kejadian dan masalah politik yang dihadapinya dan yang menentukan tingkah laku politik.<sup>16</sup>

Namun dalam praktiknya, nilai-nilai ideologis yang telah menjadi citra AS di mata dunia tidak berjalan dengan baik di dalam negara AS. Nilai kesetaraan yang menjadi dasar pergerakan kemerdekaan ternyata tidak terwujud sepenuhnya. Terbukti dengan masih adanya perilaku diskriminatif dan rasisme terhadap kelompok minoritas, apatisme terhadap demokrasi dan ketidakbebasan bersuara.

Adanya isu-isu diatas membuat masyarakat terpolarisasi menjadi dua kubu; kubu pro dan kubu kontra. Selain itu, tidak hanya masyarakat maupun kelompok sosial yang terlibat dalam isu tersebut, tapi juga korporasi. Keterlibatan perusahaan dalam hal ini menimbulkan fenomena baru yang disebut *Corporate Sociopolitical Activism* (CSA). CSA adalah kegiatan demonstrasi publik suatu perusahaan (pernyataan dan/atau tindakan) untuk

---

<sup>14</sup> Schoenmakers, H. 2012.

The Power of Culture:

A Short History of Anthropological Theory about Culture and Power. Gronigen: University of Gronigen. Hal. 10

<sup>15</sup> BCCampus, "Introduction to Sociology", diakses dari

<https://opentextbc.ca/introductiontosociology/chapter/chapter3-culture/> pada tanggal 5 November 2019 pukul 15.29 WIB

---

<sup>16</sup> Dikutip dari <https://kbbi.web.id/ideologi> pada tanggal 23 Mei 2021 pukul 06.59 WIB

mendukung atau menentang satu sisi dari isu sosiopolitik partisan.<sup>17</sup>

Fenomena CSA ini mulai meningkat dengan munculnya media sosial besar seperti Facebook yang berdiri pada tahun 2004, Twitter pada tahun 2006, dan Instagram pada tahun 2010. Selain itu, juga teknologi *big data* yang membuat informasi semakin mudah diakses. Teknologi yang sama juga memungkinkan para aktivis memobilisasi dukungan massa untuk perubahan sosial.

Faktor lainnya yang memicu perusahaan terlibat dalam isu sosial ialah generasi milenial. Kesadaran sosial kaum milenial adalah bagian dari kehidupan kerja mereka karena mereka dibesarkan dengan internet dan media sosial. 79% karyawan milenial setia pada perusahaan yang peduli dengan pengaruhnya terhadap masyarakat. Mereka percaya bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah kunci untuk mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan hasil kehidupan. Mereka mengekspresikan jiwa sosial mereka secara online melalui aplikasi media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram, antara lain, dan ini memungkinkan mereka untuk berbagi dan menerima informasi, menjadikan milenial sebagai generasi yang paling terhubung.<sup>18</sup> Selain itu, kaum milenial

juga merupakan konsumen yang potensial karena daya beli mereka yang tinggi dan pengeluaran yang tinggi bertahun-tahun di depan mereka dan mereka juga dikenal karena memengaruhi keputusan pembelian orang tua mereka.<sup>19</sup>

Selain itu, perusahaan juga memiliki potensi lain yaitu merek (*brand*). Menurut American Marketing Association, Merek adalah nama, istilah, desain, simbol, atau fitur lain apa pun yang mengidentifikasi barang atau jasa seorang penjual sebagai pembeda dari barang atau jasa penjual lainnya.<sup>20</sup> Brand yang dimiliki suatu perusahaan berasal dari proses branding. Branding adalah proses memberi makna pada organisasi, perusahaan, produk, atau layanan tertentu dengan menciptakan dan membentuk merek di benak konsumen. Ini adalah strategi yang dirancang oleh organisasi untuk membantu orang dengan cepat mengidentifikasi dan merasakan merek mereka. Tujuannya adalah untuk menarik dan mempertahankan pelanggan setia dan pemangku kepentingan lainnya dengan menyediakan produk yang selalu selaras dengan janji merek.

Salah satu perusahaan AS dengan brand yang kuat adalah Levi Strauss & Company (LS & Co.)

---

<sup>17</sup> Bhagwat, Yashoda, et al. "Corporate Socio-political Activism And Firm Value." *Journal of marketing* 84.5 (2020): 1.

<sup>18</sup> Dikutip dari <https://www.forbes.com/sites/margueritacheng/2019/06/19/8-characteristics-of-millennials-that-support-sustainable-development-goals-sdgs/?sh=164f11c929b7> pada tanggal 27 Januari 2022 pukul 20.21 WIB

---

<sup>19</sup> Shetty, A. Shivakanth, Nagendra Belavadi Venkataramaiah, and Kerena Anand. "Brand activism and millennials: an empirical investigation into the perception of millennials towards brand activism." *Problems and perspectives in management* 17.4 (2019): 163.

<sup>20</sup> Dikutip dari <https://www.thebrandingjournal.com/2015/10/what-is-branding-definition/> pada tanggal 21 Desember 2021 pukul 16.54 WIB

Kekuatan brand perusahaan ini berasal pada produk utama mereka yakni celana jeans yang bermerek Levi's®. Kekuatan brand Levi's® telah mencapai level dimana mereka dikenal sebagai ikon atau simbol dari negara Amerika Serikat. Hal ini disebabkan karena LS & Co. adalah perusahaan yang memegang teguh nilai-nilai korporasi mereka yakni empati, orisinalitas, integritas, dan keberanian.<sup>21</sup> Status ikon yang dimiliki LS & Co. saat ini juga terbentuk dari serangkaian proses sosio-kultural yang panjang antara perusahaan tersebut dengan Amerika Serikat sehingga identitas keduanya melebur menjadi satu kesatuan.

LS & Co. adalah perusahaan yang didirikan pada tahun 1853 di San Francisco, California oleh Levi Strauss yang merupakan imigran Yahudi asal Jerman. LS & Co. adalah perusahaan pertama yang memproduksi celana jeans. LS & Co. meraih hak paten untuk celana jeans pada tahun 1873 dan melalui produk celana jeans-nya, telah berkali-kali terlibat dalam pergeseran sosial di Amerika Serikat, seperti emansipasi wanita, gerakan hak sipil, *counter culture*, dan lainnya.

LS & Co. hingga saat ini masih aktif terlibat dalam isu-isu yang terjadi di Amerika Serikat. Adapun isu sosial dimana LS & Co. gencar melakukan kegiatan CSA nya ialah: apatisme demokrasi, kesetaraan gender, dan kontrol senjata api.

---

<sup>21</sup> Dikutip dari <https://www.levistrauss.com/who-we-are/company/> pada tanggal 21 Desember 2021 pukul 17.27 WIB

## Levi's VOTE

Setiap warga negara AS yang telah memenuhi syarat memiliki hak untuk memilih calon presiden pilihannya. Namun, masih banyak masyarakat AS yang tidak menggunakan hak pilihnya. Berdasarkan *The Washington Post*, pada pemilihan presiden tahun 2016 tingkat partisipasi pemilih hanya 60.1% dari total penduduk yang memenuhi syarat. Pada pemilihan presiden 4 tahun sebelumnya, angka tersebut lebih rendah, yakni 58,6%.<sup>22</sup>

Kondisi tersebut kemudian menarik perhatian LS & Co. untuk membuat perubahan dan memberantas apatisme politik dalam pemilihan sela tahun 2018 melalui Kampanye Levi's VOTE.

Kampanye ini secara resmi dimulai pada tanggal 24 September 2018 dimana Levi's melalui televisi nasional menyiarkan video iklan masyarakat. Di kanal Youtube resminya, Levi's® juga mengunggah video iklan layanan masyarakat (*public service announcement*) tersebut dengan judul 'Levi's® "Use Your Vote"<sup>23</sup> agar dapat dilihat oleh masyarakat dunia. Selain itu Levi's juga mengunggah postingan yang mengajak masyarakat AS untuk menggunakan hak suaranya saat pemilihan di media

---

<sup>22</sup> Dikutip dari <https://www.washingtonpost.com/graphics/2020/elections/voter-turnout/> pada tanggal 30 November 2021 pukul 11.10 WIB.

<sup>23</sup> Levi's®. (2018, September 24). Use Your Vote – by Levi's®. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UwbeVwZjjjE>

sosial lainnya seperti Instagram dan Facebook.

Diawal kampanye, LS & Co. bersama 100 perusahaan Amerika lainnya, mengumumkan komitmen bersama dalam bentuk gerakan non-partisan yang bernama Time to Vote pada tanggal 23 September 2018. Dalam tempo 2 tahun gerakan ini mengalami peningkatan jumlah anggota yang signifikan dan mencapai 1.800 perusahaan per 3 November 2020.<sup>24</sup> Gerakan yang diinisiasi oleh kalangan bisnis ini bertujuan untuk berkontribusi pada perubahan budaya yang diperlukan untuk meningkatkan partisipasi pemilih dalam pemilu di Amerika. Adapun yang dilakukan perusahaan anggota termasuk memberikan akses dan informasi kepada karyawan tentang pemungutan suara awal atau opsi pemungutan suara melalui surat, menawarkan waktu libur berbayar pada Hari Pemilihan atau menjadikannya hari tanpa rapat.<sup>25</sup>

Upaya yang LS & Co. lakukan tidak hanya sebatas himbauan dan dispensasi namun juga ikut serta berperan dalam prosedur pemilihan. Dalam hal ini LS & Co. bekerjasama dengan organisasi non-profit Rock the Vote untuk membantu calon pemilih memeriksa status pendaftaran mereka, mendaftar untuk memilih, dan mendaftar untuk pengingat hari pemilihan. LS & Co. juga berdonasi ke

Rock the Vote untuk mendukung upaya mereka memastikan setiap orang dapat menggunakan hak pilihnya pada Hari Pemilihan. LS & Co. juga menyediakan stasiun pendaftaran pemilih di toko-toko tertentu dan menjual kaus edisi terbatas dengan tulisan "VOTE" di bagian depan untuk mendukung kesadaran pemilih dan jumlah pemilih.<sup>26</sup>

### **Levi's Pride**

LS & Co. merupakan perusahaan yang sangat memegang erat prinsip kesetaraan. Prinsip tersebut terwujud dalam berbagai keterlibatan LS & Co. dalam isu-isu segregasi dan diskriminasi di AS sepanjang sejarahnya dimana jeans Levi's® sering kali tampil sebagai simbol kaum minoritas. Levi's® berhasil memberikan pengaruh besar terhadap kesetaraan wanita dan kaum negro melalui fleksibilitas produknya, dan kini Levi's® kembali memperjuangkan kembali hak minoritas yang semakin gencar disuarakan di AS; kaum LGBT. Di tahun 2003, Yayasan Kampanye Hak Asasi Manusia memberi Levi Strauss & Co. skor sempurna yakni 100 persen untuk caranya memperlakukan karyawan, konsumen dan investor gay, lesbian, biseksual dan transgender. Levi Strauss & Co. telah mempertahankan Skor 100 persen untuk setiap tahun berikutnya.

---

<sup>24</sup> Dikutip dari <https://cheddar.com/media/time-off-to-vote-levi-strauss-election-day> pada tanggal 1 Desember 2021 pukul 08.49 WIB.

<sup>25</sup> Dikutip dari <https://www.maketimetovote.org/> pada tanggal 30 November pukul 10.36 WIB.

---

<sup>26</sup> Dikutip dari <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2018/09/24/1575008/0/en/THE-LEVI-S-BRAND-LAUNCHES-CAMPAIGN-TO-INCREASE-VOTER-TURNOUT-ON-ELECTION-DAY.html> pada tanggal 30 November 2021 pukul 15.24 WIB.

Pada tahun 2007, Levi's® memulai mengadvokasikan dukungan terhadap kaum LGBT dengan mengajukan *amicus brief* ke Mahkamah Agung California untuk mendukung pernikahan sesama jenis dan menjadi satu-satunya perusahaan di California yang melakukan hal tersebut.

Pada tahun 2014, Levi's untuk pertama kalinya merilis koleksi pakaian yang bertema LGBT dalam rangka perayaan *Pride Month* yang berlangsung pada bulan Juni. Perilisan pakaian bertema LGBT tersebut kemudian terus dilakukan pada bulan Juni setiap tahun kedepannya.

Pada tanggal 5 Maret 2015 Levi Strauss & Co. menandatangani *amicus curiae* briefing dengan 378 pengusaha dan organisasi pengusaha lainnya, mendesak Mahkamah Agung AS untuk mempertimbangkan beban pengusaha dan karyawan dari lingkungan hukum yang terfragmentasi karena kurangnya aturan yang seragam untuk pernikahan sesama jenis.<sup>27</sup>

Kemajuan besar terhadap gerakan kesetaraan LGBT terjadi pada tanggal 26 Juni 2015 dimana Mahkamah Agung AS memutuskan untuk melegalkan pernikahan sesama jenis di 50 negara bagian.<sup>28</sup> Pada 2016,

---

<sup>27</sup> Dikutip dari <https://www.levistrauss.com/2015/03/05/lsc-o-signs-same-sex-marriage-amicus-brief-in-supreme-court-case/> pada tanggal 2 Desember 2021 pukul 18.47 WIB.

<sup>28</sup> Dikutip dari <https://www.npr.org/sections/thetwo-way/2015/06/26/417717613/supreme-court-rules-all-states-must-allow-same-sex->

bersama dengan HRC dan perusahaan terkemuka lainnya, Levi's menandatangani surat yang meminta pencabutan penuh RUU DPR Mississippi 1523 dan undang-undang anti-LGBT Carolina Utara, RUU DPR 2. Sebagai bagian dari upaya yang lebih besar ini, perusahaan memperbarui hibah \$25.000 untuk Project One America dari Human Rights Campaign, yang berfokus pada perluasan kesetaraan LGBT di Selatan melalui kampanye permanen di Mississippi, Alabama, dan Arkansas.<sup>29</sup> Hal ini dilakukan berdasarkan fakta bahwa masih banyak terdapat aturan-aturan yang melegalkan perlakuan diskriminasi terhadap kaum LGBT di beberapa negara bagian.<sup>30</sup>

Di tahun 2019, LS & Co. untuk ketiga kalinya kembali bergabung dengan HRC dan 160 perusahaan pendukung lainnya dalam menyerukan Senat untuk mengizinkan pemungutan suara pada Undang-Undang Kesetaraan, yang akan melarang diskriminasi LGBT. Undang-Undang Kesetaraan, yang disahkan oleh Dewan Perwakilan Rakyat AS pada tahun 2019 tersebut dan belum diambil oleh Senat AS, akan memberikan perlindungan eksplisit terhadap diskriminasi

---

marriages pada tanggal 3 Desember 2021 pukul 19.21 WIB.

<sup>29</sup> Dikutip dari <https://www.levistrauss.com/2016/06/10/moving-forward-with-pride/> pada tanggal 2 Desember 2021 pukul 12.26 WIB

<sup>30</sup> Dikutip dari [https://www.huffpost.com/entry/LGBTQ-state-bills-discrimination\\_n\\_570ff4f2e4b0060ccda2a7a9](https://www.huffpost.com/entry/LGBTQ-state-bills-discrimination_n_570ff4f2e4b0060ccda2a7a9) pada tanggal 2 Desember 2021 pukul 12.32 WIB.

bagi orang-orang LGBT di bidang-bidang seperti pekerjaan, perumahan, kredit, pendidikan, program yang didanai federal dan ruang dan layanan publik.

Selama lebih dari 30 tahun, Levi's® juga telah menyumbangkan lebih dari \$70 juta dalam bentuk donasi untuk organisasi HIV/AIDS di lebih dari 40 negara, menjadikan perusahaan sebagai pendukung korporat terlama yang berkelanjutan dalam memerangi HIV/AIDS.<sup>31</sup> Kebijakan tersebut diawali oleh semakin maraknya kasus HIV/AIDS pada dekade 1980 terutama pada kelompok LGBT.

Dilegalkannya pernikahan sesama jenis secara federal pada tahun 2015 menjadi inspirasi kreatif untuk koleksi Levi's® Pride 2015 dan membantu mendidik konsumen dan memicu percakapan tentang asal usul gerakan LGBT bersama dengan Stonewall Community Foundation. Selain itu, merupakan kehormatan bagi Levi's® untuk menyumbangkan hasil bersih dari koleksi tersebut ke Stonewall Community Foundation untuk mendukung pekerjaan organisasi dalam melibatkan komunitas, memberdayakan para pemimpin, dan berinvestasi di organisasi LGBT akar rumput di seluruh Kota New York.<sup>32</sup>

### Levi's Gun Control Initiatives

---

<sup>31</sup> Dikutip dari <http://www.businessfor2030.org/levi-strauss-co> pada tanggal 1 Desember 2021 pukul 11.29 WIB.

<sup>32</sup> Dikutip dari <https://www.levistrauss.com/2015/12/02/stonewall-community-foundation-levi's/> pada tanggal 8 Desember 2021 pukul 08.05 WIB.

Senjata api adalah salah satu benda yang telah melekat dengan masyarakat Amerika Serikat. Hal ini dikarenakan AS adalah negara yang melegalkan kepemilikan senjata api bagi masyarakatnya. Aturan tersebut tertuang dalam Amandemen Kedua Konstitusi AS yang menyatakan: "Milisi yang diatur dengan baik, yang diperlukan untuk keamanan Negara yang bebas, hak rakyat untuk memiliki dan membawa senjata, tidak boleh dilanggar."<sup>33</sup> Berdasarkan survei dari Gallup, Tiga puluh dua persen orang dewasa AS. mengatakan bahwa mereka secara pribadi memiliki senjata api, sementara persentase yang lebih besar, 44%, melaporkan bahwa mereka tinggal di rumah tangga yang terdapat senjata api.

AS hanya memiliki 4% populasi dunia tetapi memiliki sekitar 40% senjata milik sipil secara global, menurut laporan tahun 2018 dari Small Arms Survey (SAS) yang berbasis di Swiss. SAS memperkirakan bahwa warga sipil Amerika memiliki 393 juta senjata api, menjadikan AS peringkat nomor satu dalam senjata api per kapita.<sup>34</sup> Tingginya jumlah senjata api di tengah-tengah kehidupan sipil ini kemudian menimbulkan kekhawatiran bagi sebagian masyarakat AS. Hal ini dikarenakan tingginya angka kematian

---

<sup>33</sup> U.S. Const. amend. II.  
<https://constitution.congress.gov/constitution/amendment-2/#:~:text=A%20well%20regulated%20Militia%2C%20being,Arms%2C%20shall%20not%20be%20infringed.>

<sup>34</sup> Dikutip dari <https://wamu.org/story/20/09/18/how-many-people-in-the-u-s-own-guns/> pada tanggal 12 Desember 2021 pukul 10.20 WIB.

penduduk sipil AS akibat senjata api. Terdapat lebih dari 100 orang Amerika tewas perharinya dengan senjata api dan lebih dari 200 ditembak dan terluka, dengan rata-rata sekitar 38.826 jiwa tewas pertahunnya.

Asal mula keterlibatan LS & Co. dalam isu ini dimulai ketika terjadi insiden penembakan yang terjadi di salah satu tokonya dimana seorang konsumen secara tidak sengaja menembak dan melukai dirinya sendiri saat sedang mencoba celana jeans. Insiden ini direspon serius oleh CEO Levi's, Chip Bergh. Melalui akun LinkedIn-nya, Ia menulis surat terbuka kepada konsumen agar tidak membawa senjata api ke dalam setiap toko Levi's yang ada di AS meskipun beberapa negara bagian mengizinkannya.<sup>35</sup> Surat terbuka ini kemudian menjadi awal dari upaya advokasi Levi's® terhadap perlunya kontrol terhadap senjata api di AS.

Pada tahun 2018, Levi's® secara resmi memulai advokasinya untuk mendukung prevensi kekerasan senjata api dengan membentuk Safer Tomorrow Fund yakni penggalangan dana hingga \$1 juta sebagai sumbangan dari LS & Co. selama empat tahun ke depan untuk mendorong pekerjaan organisasi nirlaba dan aktivitas pemuda yang bekerja untuk mengakhiri kekerasan senjata di Amerika. Lembaga sosial yang menerima pendanaan tersebut ialah

Live Free, Giffords, Everytown for Gun Safety, Cities United, GP, Youth Over Guns, Community Justice Action Fund, dan The Trace.

Pada tanggal 12 Februari 2019, LS & Co. dan Trace, meluncurkan program "Since Parkland" sebuah proyek unik yang diluncurkan hari ini yang didukung oleh pelaporan lebih dari 200 jurnalis remaja dan menceritakan kisah lebih dari 1.100 anak yang terbunuh oleh kekerasan senjata di AS selama setahun terakhir. Organisasi berita nirlaba The Trace bekerja dengan jurnalis pelajar untuk menjelaskan anak-anak muda yang kehilangan nyawa mereka karena senjata selama 12 bulan terakhir, mulai dari korban penembakan di sekolah hingga anak-anak yang tewas dalam insiden yang mencakup kekerasan dalam rumah tangga, penembakan terkait narkoba, peluru nyasar dan penembakan yang tidak disengaja.<sup>36</sup>

Di sisi lain, LS & Co. juga bekerjasama dengan Everytown for Gun Safety dan eksekutif dari komunitas bisnis, termasuk Michael Bloomberg, untuk membentuk koalisi pemimpin bisnis yang percaya bahwa bisnis memiliki peran penting untuk dimainkan dan kewajiban moral untuk melakukan sesuatu terhadap epidemi kekerasan senjata di AS.<sup>37</sup> Koalisi

---

<sup>35</sup> Dikutip dari <https://www.linkedin.com/pulse/open-letter-customers-our-weapons-policy-chip-bergh/> pada tanggal 13 Desember 2021 pukul 09.23 WIB.

---

<sup>36</sup> Dikutip dari <https://www.levistrauss.com/2019/02/12/since-parkland-shines-light-young-victims-gun-violence/> pada tanggal 11 Januari 2022 pukul 01.18 WIB.

<sup>37</sup> Dikutip dari <https://www.levistrauss.com/2019/06/05/the-facts-behind-our-gun-violence-prevention->

yang bernama Everytown Business Leaders for Gun Safety ini bertujuan untuk mengajak dan meningkatkan kesadaran para pelaku bisnis di AS untuk bersama-sama mengambil sikap dalam isu kekerasan senjata api.

Setahun berikutnya pada tanggal 25 Februari 2019, Presiden dan CEO Levi Strauss & Co., Chip Bergh bergabung dengan empat CEO perusahaan lain dalam menyatakan dukungan mereka untuk H.R. 8, Undang-Undang Pemeriksaan Latar Belakang Bipartisan tahun 2019, yang mewajibkan pemeriksaan latar belakang pada semua penjualan senjata. Surat itu ditandatangani bersama oleh CEO lain yang telah mengambil sikap dalam pencegahan kekerasan senjata, termasuk CEO TOMS, Blake Mycoskie, Ketua dan CEO RXR Realty, Scott Rechler, dan CEO Barang Olahraga Dick, Edward Stack.<sup>38</sup> Beberapa bulan kemudian, pada tanggal 12 September 2019 Chip Bergh kembali bergabung dengan lebih dari 140 CEO lainnya dalam mengirim surat ke Senat AS meminta mereka untuk mengambil tindakan terhadap keamanan senjata dengan mengesahkan undang-undang yang akan memerlukan pemeriksaan latar belakang dan perintah perlindungan risiko ekstrem (juga disebut hukum bendera merah).<sup>39</sup>

---

efforts/ pada tanggal 13 Desember 2021  
pukul 14.17 WIB

<sup>38</sup> Dikutip dari

<https://www.levistrauss.com/2019/02/25/ceos-sign-letter-supporting-background-checks/>  
pada tanggal 13 Desember 2021 pukul 14.07  
WIB

<sup>39</sup> Dikutip dari

<https://www.ceosforgunsafety.org/pages/lett>

## PENUTUP

LS & Co. berhasil memberikan kontribusi dalam melawan berbagai stigma dan stereotipe yang bertentangan dengan nilai Amerika seperti, rasisme, patriarki, apatisisme demokrasi dan lainnya di berbagai momentum sejarah. LS & Co. selalu berani mengambil sikap demi mewujudkan apa yang menurut nilainya benar meskipun harus menghadapi resiko seperti kerugian finansial, kehilangan pelanggan dan tekanan dari kelompok sosial lain. Sejarah panjang aktivisme yang dilakukan LS & Co. kemudian menjadi bagian dari budaya perusahaan dimana setiap karyawan selalu didukung untuk aktif dalam berbagai kegiatan sosial.

Hasil nyata dari kegiatan aktivisme LS & Co. dalam isu apatisisme demokrasi di Amerika Serikat terlihat dari hasil survey yang menunjukkan peningkatan partisipasi pemilih sebanyak 6,2% di pemilihan presiden 2020. Selain itu, indikator positif lainnya terlihat dari peningkatan jumlah anggota korporasi yang bergabung dalam gerakan nonpartisan Time to Vote yang awalnya hanya berjumlah 100 perusahaan di tahun 2018, menjadi 1.800 perusahaan dalam tempo dua tahun.

Pada kegiatan aktivisme dalam isu kesetaraan gender, LS & Co. bersama mitranya berhasil memberikan dorongan kepada pemerintah dengan disahkannya undang-undang pernikahan sesama jenis di Amerika Serikat yang berlaku secara federal. Mes-

---

er pada tanggal 13 Desember 2021 pukul  
15.20 WIB

kipun demikian, masih ada beberapa aturan berskala lokal maupun negara bagian yang masih bersifat diskriminatif terhadap gender tertentu. Dengan begitu, usaha yang dilakukan LS & Co. masih terus berjalan demi menciptakan kehidupan yang benar-benar setara untuk semua kelompok masyarakat.

Dalam isu kontrol terhadap senjata api, hasil yang signifikan masih belum dapat diraih karena masih banyak terdapat hambatan dari pihak-pihak yang mendukung kebebasan bersenjata api. Hal ini juga menjadi alasan bagi LS & Co. dan mitranya untuk memfokuskan kampanye mereka kepada generasi muda akan pentingnya kontrol terhadap senjata api sehingga dibutuhkan waktu yang lama untuk dapat mengubah pola pikir masyarakat AS dan mengurangi hambatan dari pihak penentang gagasan kontrol terhadap senjata api.

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa LS & Co., sebagai sebuah korporasi yang lahir dan berkembang dari nilai-nilai Amerika, telah memiliki andil dalam menyebarkan ideologi negara Amerika Serikat dengan indikasi berupa peningkatan jumlah partisipasi masyarakat dalam pemilu, perubahan kebijakan pemerintah yang semakin sesuai dengan nilai-nilai kesetaraan, dan peningkatan kesadaran masyarakat dan korporasi di AS akan pentingnya kontrol terhadap senjata api.

## DAFTAR PUSTAKA

"Company - Levi Strauss & Co". *Levi Strauss & Co*, 2021, <https://www.levistrauss.com/who-we-are/company/>

"LGBTQ Americans Aren't Fully Protected from Discrimination In 29 States". *Freedom For All Americans*, 2021, <https://freedomforallamericans.org/states/>.

"What Is Branding?". *The Branding Journal*, 2021, <https://www.thebrandingjournal.com/2015/10/what-is-branding-definition/><sup>1</sup> Dikutip dari <https://www.levistrauss.com/who-we-are/company/> pada tanggal 21 Desember 2021 pukul 17.27 WIB

"CEOs for Guns Safety." *CEOs for Gun Safety*, <https://www.ceosforgunsafety.org/pages/letter>. Diakses pada 13 Desember 2021

"Levi Strauss & Co." *BUSINESS FOR 2030*, The United States Council for International Business, <http://www.businessfor2030.org/levi-strauss-co>. Diakses pada 1 Desember 2021

"The Levi's® Brand Launches Campaign to Increase Voter Turnout on Election Day." *GlobeNews-wire News Room*, Levi Strauss &

- Co., 24 Sept. 2018, <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2018/09/24/1575008/0/en/THE-LEVI-S-BRAND-LAUNCHES-CAMPAIGN-TO-INCREASE-VOTER-TURNOUT-ON-ELECTION-DAY.html>. Diakses pada 30 November 2021
- “Time to Vote.” *Time To Vote*, Time to Vote, <https://www.maketimetovote.org/>. Diakses pada 30 November 2021
- Bendery, Jennifer, and Michelangelo Signorile. “Everything You Need to Know about the 100+ Anti-LGBT Bills Pending in States.” *HuffPost*, HuffPost, 23 Sept. 2016, [https://www.huffpost.com/entry/lgbt-state-bills-discrimination\\_n\\_570ff4f2e4b0060ccda2a7a9](https://www.huffpost.com/entry/lgbt-state-bills-discrimination_n_570ff4f2e4b0060ccda2a7a9). Diakses pada 2 Desember 2021
- Bergh, Chip. “An Open Letter to Customers: Our Weapons Policy.” *LinkedIn*, LinkedIn, 30 Nov. 2016, <https://www.linkedin.com/pulse/open-letter-customers-our-weapons-policy-chip-bergh/>. Diakses pada 13 Desember 2021
- Bertrand, Marianne dan Sendhil Mulainathan. “Are Emily And Greg More Employable Than Lakisha And Jamal? A Field Experiment on Labor Market Discrimination,” *American Economic Review*, 2004, v94, 991-1013, <https://www.nber.org/papers/w9873.pdf>
- Bhagwat, Yashoda, et al. “Corporate Sociopolitical Activism and Firm Value.” *Journal of marketing* 84.5 (2020): 1.
- Bohman, James. “Critical Theory.” *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, Stanford University, 8 Mar. 2005, <https://plato.stanford.edu/archives/spr2021/entries/critical-theory>.
- Chappell, Bill. “Supreme Court Declares Same-Sex Marriage Legal in All 50 States.” *NPR*, NPR, 26 June 2015, <https://www.npr.org/sections/two-way/2015/06/26/417717613/supreme-court-rules-all-states-must-allow-same-sex-marriages?t=1640752378425urt-case%2F>. Diakses pada 3 Desember 2021
- Cheng, Marguerita. “8 Characteristics of Millennials That Support Sustainable Development Goals (Sdgs).” *Forbes*, Forbes Magazine, 30 June 2021, <https://www.forbes.com/sites/ma>

- rgueritacheng/2019/06/19/8-characteristics-of-millennials-that-support-sustainable-development-goals-sdgs/?sh=164f11c929b7.
- Dunn, Lisa. "How Many People in the U.S. Own Guns?" *WAMU*, American University, 18 Sept. 2020, <https://wamu.org/story/20/09/18/how-many-people-in-the-u-s-own-guns/>. Diakses pada 12 Desember 2021
- Francis, David R., "Employers' Replies to Racial Names", The National Bureau of Economic Research, <https://www.nber.org/digest/sep03/w9873.html>, accessed May 2019.
- Francis, David R., "Employers' Replies to Racial Names", The National Bureau of Economic Research, <https://www.nber.org/digest/sep03/w9873.html>, accessed May 2019.
- Gruberg, Sharita et al. "The State of The LGBTQ Community In 2020". *American Progress*, 2020, <https://www.americanprogress.org/article/state-lgbtq-community-2020/>.
- Gruberg, Sharita et al. "The State of The LGBTQ Community In 2020". *American Progress*, 2020, <https://www.americanprogress.org/article/state-lgbtq-community-2020/>.
- Levi's®. (2018, September 24). Use Your Vote – by Levi's®. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UwbeVwZjjjE>
- McGlinchey, Stephen, et al. *International Relations Theory*, E-International Relations, Bristol, 2017.
- Rabinowitz, Kate, et al. "2020 Turnout Is the Highest in over a Century." *The Washington Post*, WP Company, 8 Dec. 2020, <https://www.washingtonpost.com/graphics/2020/elections/voter-turnout/>. Diakses pada 30 November 2021
- Schoenmakers, Hans. *The Power of Culture: A Short History of Anthropological Theory about Culture and Power*, University of Groningen, Globalisation Studies Groningen, Groningen, 2012.
- Setiawan, Ebta. "Arti Kata Ideologi." *kbbi.web.id*, 2021, <https://kbbi.web.id/ideologi>.
- Shetty, Shivakanth, Venkataramaiah, and Kerena Anand. "Brand activism and millennials: an empirical investigation into the per-

ception of millennials towards brand activism." Problems and perspectives in management 17.4 (2019): 163.

Symonds, Alexandria. "Why Don't Young People Vote, and What Can Be Done About It?" *The New York Times*, The New York Times, 8 Oct. 2020, <https://www.nytimes.com/2020/10/08/upshot/youth-voting-2020-election.html>. Diakses pada 30 November 2021

The Constitution of the United States. amend. II. <https://constitution.congress.gov/constitution/amendment-2/#:~:text=A%20well%20regulated%20Militia%2C%20being,Arms%2C%20shall%20not%20be%20infringed.>

Unzipped Staff. "A (Rainbow) Connection: Stonewall Community Foundation + Levi's®." *Levi Strauss & Co*, Levi Strauss & Co, 2 Dec. 2015, <https://www.Levi'strauss.com/2015/12/02/stonewall-community-foundation-Levi's/>. Diakses pada 8 Desember 2021

Unzipped Staff. "CEOS Sign on to Letter Supporting Background Checks." *Levi Strauss & Co*, Levi Strauss & Co, 25 Feb. 2019, <https://www.Levi'strauss.com/2019/02/25/ceos-sign-letter-supporting-background-checks/>.

19/02/25/ceos-sign-letter-supporting-background-checks/. Diakses pada 13 Desember 2021

Unzipped Staff. "LS&Co. Signs Same-Sex Marriage Amicus Brief in Supreme Court Case." *Levi Strauss & Co*, Levi Strauss & Co, 5 Mar. 2015, <https://www.Levi'strauss.com/2015/03/05/lscosigns-same-sex-marriage-amicus-brief-in-supreme-court-case/>. Diakses pada 2 Desember 2021

Unzipped Staff. "Moving Forward with Pride." *Levi Strauss & Co*, Levi Strauss & Co, 10 June 2016, <https://www.Levi'strauss.com/2016/06/10/moving-forward-with-pride/>. Diakses pada 2 Desember 2021

Unzipped Staff. "Since Parkland Shines a Light on Young Victims of Gun Violence." *Levi Strauss & Co*, Levi Strauss & Co, 30 May 2019, <https://www.levistrauss.com/2019/05/30/since-parkland-shines-light-young-victims-gun-violence/>.

Unzipped Staff. "The Facts behind Our Gun Violence Prevention Efforts." *Levi Strauss & Co*, Levi Strauss & Co, 5 June 2019, <https://www.Levi'strauss.com/2019/06/05/the-facts-behind-our-gun-violence-prevention-efforts/>.

gun-violence-prevention-efforts/.  
Diakses pada 13 Desember 2021

Vuocolo, Alez. "Time off to Vote: Q&A with Levi's Spokesperson Kelly Mason." *Cheddar*, Cheddar, 3 Nov. 2020, <https://cheddar.com/media/time-off-to-vote-levi-strauss-election-day>. Diakses pada 1 Desember 2021

Vyain, Sally, et al. *Introduction to Sociology 1st Canadian Edition*, BCcampus.  
<https://opentextbc.ca/introductiontosociology/chapter/chapter3-culture/>.