

---

## **PROSES ADVOKASI GERAKAN *NO ANIMAL TESTING* DALAM MEMPENGARUHI KEBIJAKAN LARANGAN UJI COBA HEWAN UNTUK INDUSTRI KOSMETIK DI UNI EROPA**

### **Digna Filzah Qonita**

Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Ringroad Barat Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, Indonesia, 55183

Email: [digna.fqonita@gmail.com](mailto:digna.fqonita@gmail.com)

### ***Abstract***

*This research analyze about the advocating process of no animal testing movement by Cruelty Free International, ECEAE, and The Body Shop in making animal testing regulation for cosmetics industry in European Union. This research use model Advokasi Segitiga Koordinasi. Method of this research is quantiutative. The result of this research is that the advocating of no animal testing movement conducted with supporting units, ground works, and front lines. After 20 years, this advocating success to reach their purposes. In 2013, European Union ratified regulation of animal testing ban in testing and marketing cosmetics through Regulation (EC) No 1223/2009.*

***Keywords : Advocation, Animal Testing, Cruelty Free International, ECEAE, The Body Shop, European Union.***

### **Abstrak**

Penelitian ini menganalisis tentang proses advokasi gerakan no animal testing yang dilakukan oleh Cruelty Free International, ECEAE, dan The Body Shop dalam mempengaruhi larangan uji coba hewan untuk industri kosmetik di Uni Eropa. Proses penelitian ini menggunakan model Advokasi Segitiga Koordinasi. Metode penelitian yang digunakan ialah metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa advokasi gerakan *no animal testing* ini dilakukan melalui kerja pendukung, kerja basis, dan kerja garis depan. Setelah proses 20 tahun, advokasi ini berhasil mencapai tujuannya. Pada tahun 2013, Uni Eropa mengesahkan aturan larangan uji coba hewan dalam pembuatan maupun penjualan kosmetik melalui *Regulation (EC) No 1223/2009*.

**Keywords : Advokasi, Animal Testing, Cruelty Free International, ECEAE, The Body Shop, Uni Eropa.**

---

---

## PENDAHULUAN

Uji coba terhadap binatang atau *animal testing* adalah pengujian terhadap hewan, eksperimen hewan, atau penelitian hewan yang digunakan untuk menguji keamanan obat-obatan hingga kosmetik dengan tujuan untuk mengetahui dampaknya bagi manusia (Murnaghan, Background and History of Animal Testing, 2019). Praktik uji coba hewan tidak hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ilmiah saja, tetapi juga digunakan untuk kepentingan penelitian komersil. Diantaranya yaitu penggunaan hewan untuk uji coba bahan kosmetik yang dilakukan oleh banyak perusahaan kosmetik secara umum. Fakta bahwa untuk memproduksi satu produk kosmetik membutuhkan sebanyak 2000 hingga 3000 hewan dalam proses uji coba kosmetik diperparah dengan tidak adanya regulasi tentang pelarangan uji coba hewan di lebih dari 80% negara di dunia. Padahal hewan adalah makhluk hidup yang memiliki hak untuk hidup dan dilindungi, sama seperti manusia (Anisa Widiarni, 2017).

Memasuki era tahun 1980-an, praktik uji coba hewan mulai sering dilakukan oleh perusahaan-perusahaan kosmetik dunia. Kegiatan uji coba hewan disahkan di beberapa negara. Di Amerika Serikat misalnya, setelah insiden seorang wanita yang matanya terbakar setelah menggunakan produk mascara, *the United States Food and Drug Administration* (FDA) mengesahkan UU mengenai makanan, obat-obatan, dan kosmetik. UU tersebut melegalkan praktik uji coba hewan untuk industri kosmetik dengan alasan untuk melindungi kesehatan manusia (Murnaghan, Background and History of Animal Testing, 2019). Di kawasan Uni Eropa, praktik uji coba hewan dalam industri kosmetik juga telah dilakukan oleh banyak perusahaan-perusahaan produsen kosmetik. Merek kosmetik terkenal seperti Pantene, Dove, Chanel juga turut menggunakan uji coba hewan dalam proses produksinya.

Hewan telah dijadikan objek penelitian selama bertahun-tahun tanpa diperhatikan hak-haknya. Padahal hewan tidak dapat menyuarakan hak-haknya. Karena itulah, perlu segelintir orang yang tergugah untuk mewakili hewan dan memperjuangkan hak-hak hewan. Segelintir orang tersebut kemudian bergabung dan membentuk berbagai *Non Government Organization* (NGO) yang secara khusus bergerak untuk memperjuangkan hak-hak hewan. Mereka berkomitmen untuk menyadarkan masyarakat bahwa hewan juga merupakan makhluk hidup yang memiliki hak asasi sebagaimana halnya dengan manusia.

Salah satu aktor yang gencar mengadvokasikan gerakan *no animal testing* ialah Organisasi *Cruelty Free International*. *Cruelty Free International* merupakan salah satu NGO tertua di Inggris. Organisasi ini merupakan salah satu organisasi non Pemerintah yang didirikan oleh Frances Power Cobbe pada tahun 1898. Sejak seabad lalu, *Cruelty Free International* secara konsisten bekerja untuk menciptakan dunia dimana tidak ada yang mau atau percaya bahwa kita perlu bereksperimen pada hewan (International C. F., About Us, 2019). Dalam mengkampanyekan gerakan *no animal testing* di bidang kosmetik, *Cruelty Free International* membentuk koalisi dengan beberapa organisasi hak hewan di seluruh Uni Eropa, yang kemudian disebut *European Coalition to End Animal Experiments* (ECEAE) pada tahun 1990. Tujuan utama ECEAE adalah untuk mengkampanyekan larangan pengujian hewan untuk kosmetik. Tidak hanya membentuk koalisi, *Cruelty Free International* juga berkolaborasi dengan perusahaan *The Body Shop*. *The Body Shop* merupakan perusahaan manufaktur dan retail global yang terinspirasi oleh alam serta menghasilkan produk kecantikan dan kosmetik yang diproduksi

dengan etika. Perusahaan ini didirikan oleh Dame Anita pada tahun 1976 di Inggris (Shop, About Us, 2019). *The Body Shop* mengklaim perusahaannya tidak pernah melakukan uji coba hewan dalam memproduksi kosmetik. Perusahaan ini adalah perusahaan pertama di dunia yang menginisiasi kampanye *no animal testing*, yaitu sejak tahun 1989. *The Body Shop* aktif melakukan kampanye yang kemudian dikenal dengan “*Forever Against Animal Testing*” (Shop, Forever Against Animal Testing, 2019).

Dengan memiliki visi yang sama, *Cruelty Free International*, ECEAE, dan *The Body Shop* kemudian bergabung dan bergerak bersama dalam mengadvokasikan gerakan *no animal testing*, yaitu sebuah gerakan yang menyerukan kepada Pemerintah Uni Eropa untuk mengakhiri uji coba hewan dalam memproduksi kosmetik, serta memiliki tujuan jangka panjang untuk meminta PBB segera mendesak negara-negara di dunia untuk segera merumuskan UU terkait pelarangan uji coba hewan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah metode kualitatif, yang menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas yang telah diteliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah telaah pustaka. Penulis mengumpulkan literatur berupa buku, jurnal ilmiah, dokumen yang diterbitkan oleh instansi pemerintahan, surat kabar dan artikel, ataupun berbagai sumber *online* termasuk *official website*. Data-data tersebut kemudian dianalisa tiap variabelnya yang saling berkaitan untuk memperoleh kesimpulan. Sedangkan untuk menganalisa kasus, penulis menggunakan Model Advokasi Segitiga Koordinasi.

## **KERANGKA BERPIKIR**

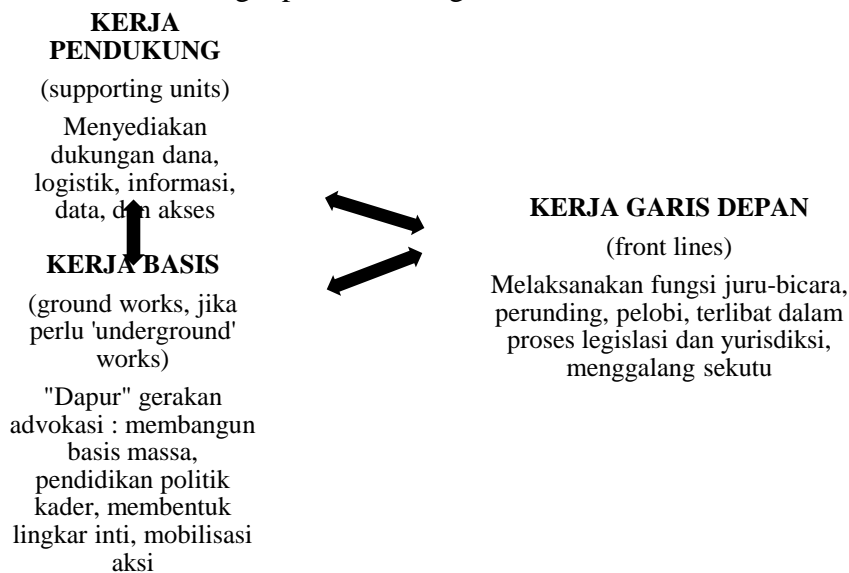
Dalam suatu penelitian ilmiah, kerangka berpikir sangatlah dibutuhkan. Bentuk-bentuk dari kerangka berpikir ini dapat berupa teori, konsep, maupun model. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan Model Advokasi Segitiga Koordinasi. Sebelumnya, dapat kita pahami terlebih dahulu pengertian model menurut Mohtar Mas’oed adalah upaya untuk menyederhanakan situasi yang rumit atau menyederhanakan suatu fenomena. Model dibuat dengan mengabstraksikan ciri-ciri tertentu dalam dunia nyata. Model dapat mengarahkan penelitian tentang suatu fenomena dan mendorong terbentuknya hipotesa, namun tidak bersifat eksplanatif (Mas’oed, 1990).

Dalam buku “Merubah Kebijakan Publik”, Roem Tomatimasang, Mansour Fakhri, dan Toto Raharjo memaparkan bahwa advokasi adalah sebuah upaya untuk memperbaiki atau merubah kebijakan publik agar sesuai dengan kehendak atau kepentingan mereka yang mendesak terjadinya perubahan tersebut. Kata advokasi berasal dari bahasa Inggris *to advocate* yang dapat berarti ‘membela’ (pembelaan kasus di pengadilan – *to defend*), ‘memajukan’ atau ‘mengumumkan’ (*to promote*), berusaha ‘menciptakan’ yang baru yang belum pernah ada (*to create*), atau dapat pula berarti melakukan ‘perubahan’ secara terorganisir dan sistematis (*to change*) (Roem Topatimasang, 2000). Advokasi bukanlah proyek jangka pendek seperti halnya revolusi. Suatu proses advokasi melewati tahapan-tahapan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada terjadinya perubahan kebijakan publik.

Suatu kegiatan advokasi tidak selalu dilakukan oleh satu aktor, namun juga dapat melibatkan banyak aktor yang tergabung dalam suatu jaringan. Aktor-aktor ini bisa saja *Non Government Organization* (NGO), pergerakan sosial lokal, yayasan, pers, perserikatan dagang, organisasi antar pemerintah regional dan internasional, maupun lembaga eksekutif atau pemerintahan (Sikkink M. E., 1998). Banyaknya aktor yang terlibat dalam suatu kegiatan advokasi disebut juga sebagai gerakan advokasi. Gerakan advokasi sama dengan koalisi dalam advokasi. Suatu gerakan atau koalisi advokasi disatukan oleh keyakinan bersama dan tindakan yang terkoordinasi. Tujuan utama gerakan atau koalisi adalah untuk mengubah tindakan pemerintah dan mengarahkan mereka untuk menyelesaikan reformasi kebijakan tertentu (Weible, 2007).

Tidak jarang, kegiatan advokasi juga melibatkan kegiatan kampanye terkait isu yang ingin di munculkan kepada masyarakat. Unsur kampanye ini dapat menjadi hal yang vital apabila mampu dilakukan dengan baik. Kampanye advokasi sulit berhasil apabila hanya dilakukan oleh segelintir orang. Advokasi yang sukses ialah buah upaya kolaboratif yang memadukan banyak sumber daya, waktu, energy, bakat banyak orang, dan organisasi (M. Yasir Alimi, 1999). Advokasi gerakan *no animal testing* di Uni Eropa pun dilakukan secara kolaboratif dan dalam jangka waktu cukup panjang, hingga akhirnya berhasil mempengaruhi pembuatan kebijakan di Uni Eropa.

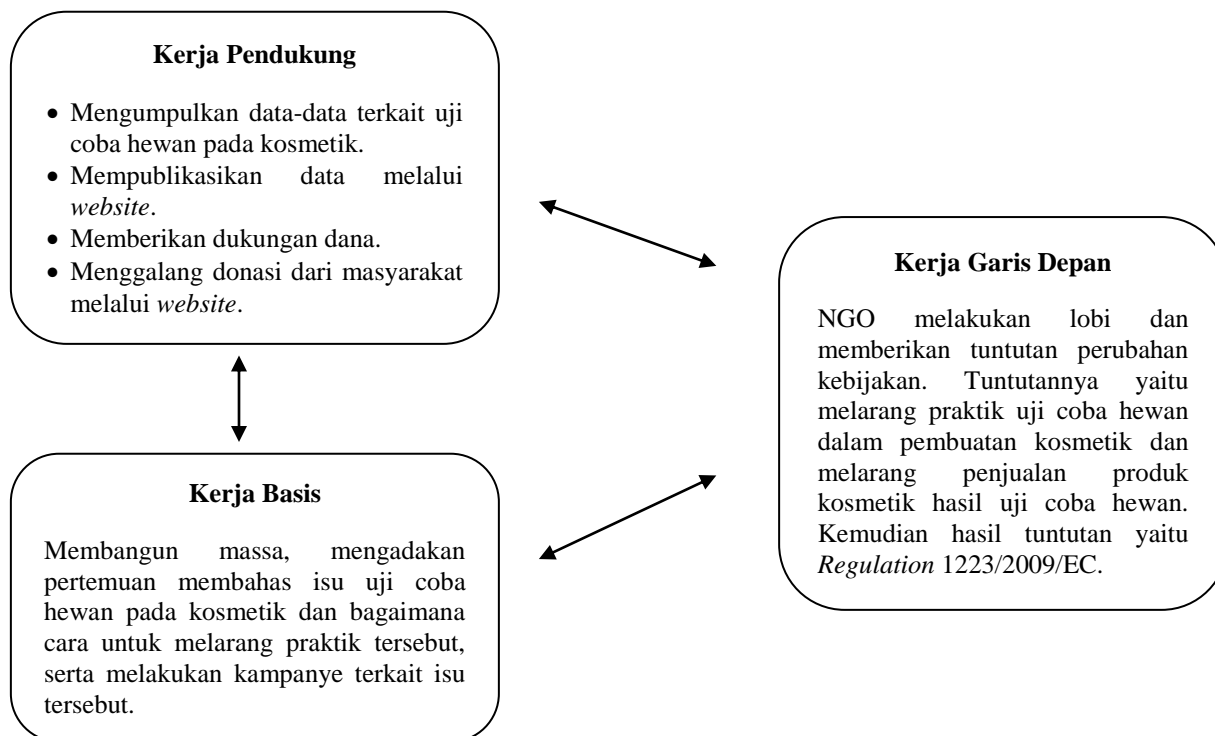
Melakukan suatu kegiatan advokasi bukanlah perkara mudah. Ini karena advokasi tidak hanya sekedar membangkitkan kesadaran masyarakat atas suatu isu, namun juga harus mampu membangkitkan keinginan masyarakat untuk turut berempati. Dengan begitu, perubahan kebijakan publik baru dapat benar-benar terwujud. Demi mencapai keberhasilan dalam advokasi, maka dibutuhkan keterlibatan banyak pihak. Semua pihak yang terlibat memiliki tugas dan spesialisasinya masing-masing. Namun tentu saja semua pihak terlibat harus tetap terorganisir secara sistematis. Berikut ini merupakan Model Advokasi Segitiga Koordinasi yang menggambarkan keterlibatan berbagai pihak atau organisasi dalam advokasi:



**Gambar 1. Model Advokasi Segitiga Koordinasi**

Berdasarkan Model Advokasi Segitiga Koordinasi diatas, pihak yang terlibat dalam suatu gerakan advokasi secara garis besar terbagi menjadi tiga bagian. Ada pihak yang bertindak sebagai penggagas/pemrakarsa advokasi, pihak yang melakukan mobilisasi massa, pihak yang bertindak sebagai penyedia data (biasanya lembaga penelitian), pihak yang bertindak sebagai penyedia dana, pihak yang terlibat dalam proses legislasi maupun pihak yang bertindak sebagai juru bicara dan lobi yang akan membentuk sebuah jaringan gerakan advokasi (Azizah, 2013).

Dalam kegiatan advokasi gerakan *no animal testing* di Uni Eropa juga tidak lepas dari keterlibatan banyak pihak seperti yang ada dalam Model Advokasi Segitiga Koordinasi. Berbagai pihak yang terlibat menjalankan tugas masing-masing, sehingga perubahan kebijakan publik pun semakin mungkin tercapai. Merujuk pada Model Advokasi Segitiga Koordinasi, maka gerakan *no animal testing* di Uni Eropa dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2. Implementasi Model Advokasi Segitiga Koordinasi dalam proses advokasi gerakan *no animal testing* di Uni Eropa.**

Kolaborasi antara *Cruelty Free International*, ECEAE, dan *The Body Shop* menjadi keuntungan tersendiri dalam memudahkan kegiatan advokasi gerakan *no animal testing*. *The Body Shop* sebagai sebuah *Multi National Corporation (MNC)* mampu melakukan Kerja Pendukung dengan memberikan bantuan dana melalui program CSR perusahaan. Sedangkan *Cruelty Free International* sebagai salah satu NGO tertua di Inggris dan dunia dan ECEAE sebagai gabungan dari NGO hak hewan terkemuka di kawasan Uni Eropa, melaksanakan tugas Kerja Garis Depan dengan melakukan lobi kepada para petinggi Uni Eropa. Sementara Kerja Basis dilakukan oleh ketiga aktor.

## HASIL DAN ANALISIS

### Advokasi Gerakan No Animal Testing Melalui Kerja Pendukung

Langkah pertama yang harus dilakukan dalam melancarkan kerja pendukung yaitu mengumpulkan data-data terkait isu yang akan diangkat. Untuk lebih akurat dalam mendapatkan data dan informasi terkait uji coba hewan untuk kosmetik, *Cruelty Free International* (CFI) memiliki anak organisasi bernama *Cruelty Free International Trust* yang bekerja untuk mengumpulkan data dan CFI juga bekerjasama dengan lembaga penelitian di berbagai universitas. Data yang didapatkan oleh CFI yaitu bahwa sebanyak 11.5 juta hewan digunakan untuk dijadikan objek uji coba penelitian di seluruh Eropa selama setahun (*International*, 2018).

Data-data yang didapat kemudian dikumpulkan untuk selanjutnya dikeluarkan dalam bentuk laporan tahunan oleh CFI. Laporan tahunan tersebut dapat diakses oleh masyarakat luas melalui *website* resmi milik CFI, seperti salah satunya ialah laporan yang dirilis oleh CFI bersama dengan *Compassion in World Farming* di tahun 1998 berjudul “*Animal Organs in Humans : Uncalculated Risks and Unanswered Questions*” berisi tentang efek bahan-bahan kimia pada tubuh beberapa spesies hewan. Laporan-laporan yang dirilis ini berguna bagi masyarakat umum untuk memperoleh informasi berkaitan dengan isu uji coba hewan untuk kosmetik. Di samping itu, CFI bekerjasama dengan CCIC untuk meninjau produk-produk kosmetik mana saja yang cruelty free maupun *non-cruelty free*. CFI merilis data yang berisi produk-produk kosmetik berlogo Leaping Bunny atau telah terbukti cruelty free oleh CCIC sebagai lembaga yang berwenang memberikan label *Leaping Bunny*. Data ini dirilis CFI melalui *website* mereka untuk memudahkan masyarakat dalam memilih produk-produk kosmetik cruelty free.

*The Body Shop* juga turut aktif dalam memberikan informasi mengenai uji coba hewan melalui *website* resmi milik mereka. Tidak hanya itu, TBS sebagai sebuah perusahaan kosmetik vegan juga aktif memberikan informasi terkait dengan bahan-bahan alami yang mereka gunakan sebagai bahan dasar pembuatan produk-produk mereka. Konsumen mereka maupun masyarakat umum yang mengakses *website* TBS dapat memperoleh informasi seputar produk kosmetik vegan, jenis bahan-bahan alami yang terkandung dalam produk TBS, manfaat serta keunggulan produk kosmetik vegan. Informasi-informasi tersebut merupakan informasi penunjang untuk mengedukasi masyarakat bahwa produk vegan lebih manusiawi daripada produk-produk kosmetik yang mengandung bahan hewani. Sehingga secara tidak langsung, informasi yang diberikan TBS sekaligus untuk mengajak konsumen mereka dan masyarakat umum untuk mengentikan praktik uji coba hewan dengan menggunakan produk-produk vegan milik TBS.

Untuk dapat menjalani kegiatan operasionalnya, CFI membuka peluang bagi siapa saja yang ingin menjadi donatur. Melalui *website* milik CFI, masyarakat umum dapat mengetahui bagaimana caranya agar dapat memberikan donasi untuk CFI dan untuk apa dana tersebut digunakan oleh CFI. Terdapat beragam cara bagi masyarakat yang ingin memberikan donasi mereka, yaitu transfer melalui kartu debit elektronik atau bekerjasama mengadakan acara penggalangan dana. CFI juga bekerjasama dengan berbagai pihak untuk dapat memperoleh donasi dari masyarakat. Salah satunya CFI bekerjasama dengan mesin pencari “*EveryClick*” untuk memberikan sebagian dana keuntungan yang diperoleh dari masyarakat pengguna mesin

pencari ini. *Amazon Smile* juga menjadi salah satu yang bekerjasama dengan CFI. *Amazon Smile* memberikan 0.5% dana keuntungan hasil penjualan produk-produk tertentu kepada CFI (*International, Give As Your Browse*, 2019). Selain itu CFI juga bekerjasama dengan *Farewill*, sebuah perusahaan jasa konsultasi pembuatan surat wasiat di Inggris. CFI menyediakan potongan harga bagi donatur yang ingin membuat surat wasiat dan menyumbangkan sebagian dana milik mereka untuk diberikan kepada CFI (*International, Leave A Legacy*, 2019).

Sementara itu, TBS juga turut berkontribusi dalam memberikan dana demi kelancaran kegiatan advokasi gerakan no animal testing. Ini sesuai dengan salah satu nilai yang dimiliki oleh TBS, yaitu melawan praktik uji coba hewan dan memastikan semua produk mereka bebas dari uji coba hewan. Oleh karena itu, salah satu program CSR yang dijalani oleh TBS ialah berkampanye melawan uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik. TBS memberikan dana CSR mereka untuk keberlangsungan kampanye ini.

### **Advokasi Gerakan No Animal Testing Melalui Kerja Basis**

#### *1. Forever Against Animal Testing*

*The Body Shop* merupakan perusahaan kosmetik pertama di dunia yang berkampanye melawan uji coba hewan sejak tahun 1989. Program melawan uji coba hewan sebenarnya merupakan bentuk implementasi dari salah satu nilai yang dimiliki oleh TBS. Program ini bahkan dimasukkan sebagai salah satu program CSR perusahaan TBS yang dinamai "*Forever Against Animal Testing*". Tujuan program kampanye ini untuk mengajak konsumen TBS dan masyarakat untuk melawan uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik. Cara yang dilakukan TBS ialah dengan memberikan pamflet kepada para konsumen yang berbelanja di gerai TBS yang berisi informasi tentang kejamnya uji coba hewan. Poster-poster tulisan ajakan melawan uji coba hewan dipajang di dinding-dinding gerai milik TBS. Selain itu, TBS memberikan informasi singkat yang ditulis pada kemasan produk-produk TBS berisi tentang kekejaman uji coba hewan dan bahwa semua produk TBS aman dari kekejaman tersebut (Burlingham, 1990).

#### *2. Leaping Bunny Program*

Sejak tahun 1996, ECEAE bekerjasama dengan CCIC (*Coalition for Consumer Information on Cosmetics*) untuk membuat program "*Leaping Bunny*". Alasan pembuatan program *Leaping Bunny* ialah karena pada tahun 1996, banyak perusahaan kosmetik yang membuat sendiri logo kelinci dalam kemasan produk mereka tanpa adanya partisipasi dari organisasi perlindungan hewan sehingga menimbulkan kebingungan di kalangan konsumen. Untuk membantu para konsumen, ECEAE dan CCIC membuat standar umum mengenai produk dari perusahaan mana saja yang berhak dikategorikan sebagai produk-produk yang bebas uji coba hewan. Produk-produk yang telah memenuhi standar tersebut kemudian berhak ditempelkan logo *Leaping Bunny* pada kemasannya (*Program*, 2019).

#### *3. Memobilisasi massa dalam melaksanakan demonstrasi.*

Pada tahun 1991, CFI memobilisasi para simpatisan mereka untuk mengadakan pawai dengan membawa spanduk bertuliskan penolakan terhadap uji coba hewan. Pawai ini dilaksanakan di Brussels, Belgia, yaitu di depan gedung Parlemen Uni Eropa (BUAV, *History of our campaign to end animal testing for cosmetics in the EU!*, 2015).

Selanjutnya di pada tahun 2008, CFI bersama dengan ECEAE memobilisasi simpatisan mereka untuk mengadakan demonstrasi di depan Ban Jelacic Square, Kroasia. Demonstrasi dilakukan dengan cara mengadakan pertunjukan yang menampilkan kejamnya eksperimen terhadap primata. Tujuan dari demonstrasi ini yaitu untuk mendesak Pemerintah Uni Eropa dan Pemerintah Kroasia untuk melarang praktik uji coba pada primata (Croatia, 2008).

4. Membuat petisi terbuka untuk menolak uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik.

Dalam sebuah kegiatan advokasi, NGO maupun aktor pelaksana advokasi sangatlah membutuhkan dukungan dari masyarakat untuk semakin mendesak pemerintah dalam mewujudkan perubahan kebijakan. Dalam kegiatan advokasi gerakan *no animal testing* di Uni Eropa, CFI dan TBS membuat petisi dalam rangka mengumpulkan suara dari masyarakat Eropa agar segera dibuat aturan pelarangan praktik uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik. CFI maupun TBS membuat petisi di dalam situs mereka masing-masing. Petisi yang dibuat oleh CFI dinamakan petisi “*Say No To Cruel Cosmetics*”, sementara petisi TBS dinamakan petisi “*Forever Against Animal Testing*”. Selain itu, organisasi-organisasi yang tergabung di dalam ECEAE juga membuat petisi terbuka bagi masyarakat di masing-masing negara mereka melalui situs resmi milik mereka maupun situs *platform* pembuat petisi *online* seperti situs *change.org*. Pada tahun 1996, petisi yang dibuat oleh CFI bersama dengan TBS memperoleh keberhasilan dengan menghasilkan 4 juta suara. Petisi ini kemudian diajukan keduanya ke Komisi Uni Eropa.

5. Membuat video dan film pendek tentang uji coba hewan dalam industri kosmetik. Memasuki tahun 1980-an, perkembangan teknologi di Eropa semakin pesat mendorong semakin maraknya penggunaan media informasi. *Cruelty Free International* memanfaatkan ini untuk mengencarkan kampanye melawan uji coba hewan. CFI membuat video iklan pendek yang ditayangkan di bioskop-bioskop di Inggris untuk kampanye “*Choose Cruelty Free*” pada tahun 1989 dengan menjadikan seorang model terkenal sebagai model iklan tersebut. Iklan tersebut menggambarkan manusia yang wajahnya menjadi rusak setelah menggunakan make up, dimana manusia tersebut mencerminkan hewan yang rusak wajahnya setelah diberikan berbagai bahan kimia dalam eksperimen laboratorium (Hub, 2019). CFI pun membuat *channel* BUAV TV di dalam website lama mereka. Channel milik CFI tersebut mempublikasikan video-video yang menggambarkan hasil investigasi rahasia mereka berkaitan dengan uji coba hewan. Di salah satu video yang dipublikasikan pada tahun 2012, CFI berhasil merekam penyiksaan terhadap tikus-tikus putih yang dijadikan objek uji coba bahan-bahan kimia pembuatan botox. Di dalam keterangannya, CFI menuliskan bahwa investigasi rahasia ini dilakukan di laboratorium hewan utama di Inggris. Sejumlah sekitar 74,000 tikus putih mengalami keracunan setelah secara kejam diberikan bahan-bahan botox (BUAV, 2012).

### Advokasi Gerakan No Animal Testing Melalui Kerja Garis Depan

Advokasi gerakan *no animal testing* melakukan Kerja Garis Depan dengan cara melobi Pemerintah Uni Eropa. ECEAE berhasil membangun lobi dengan Pemerintah Uni Eropa melalui pembentukan kerjasama dengan Komisi Uni Eropa dan MEPs (*Member of*



*European Parliament*). Tidak hanya itu, ECEAE pun berhasil menjadi salah satu mitra bagi salah satu agen Komisi Uni Eropa, yaitu ECHA (*European Chemical Agency*). ECEAE diberikan posisi sebagai salah satu pemangku kepentingan yang telah terakreditasi oleh ECHA. Posisi ini memberikan ECEAE kesempatan untuk mengikuti forum diskusi yang diadakan oleh ECHA dan ikut berpartisipasi untuk saling berbagi rencana serta membahas solusi atas suatu isu (ECHA, 2019). Dengan demikian maka ECEAE memiliki peluang melobi Pemerintah Uni Eropa dalam mengadvokasikan larangan uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik.

Di samping itu, para aktor yang terlibat dalam advokasi gerakan *no animal testing* melakukan Kerja Garis Depan dengan cara memberikan tuntutan-tuntutan kepada Komisi Uni Eropa terkait uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik. Berikut adalah tuntutan-tuntutan yang diajukan oleh para aktor yang terlibat dalam advokasi gerakan *no animal testing*:

1. Mendesak Pemerintah Uni Eropa untuk melarang perusahaan-perusahaan kosmetik menggunakan metode uji coba hewan dalam pembuatan produk kosmetik jadi.
2. Mendesak Pemerintah Uni Eropa untuk melarang perusahaan-perusahaan kosmetik menggunakan metode uji coba hewan dalam pembuatan bahan-bahan kosmetik.
3. Mendesak Pemerintah Uni Eropa untuk melarang perusahaan-perusahaan kosmetik dalam menjual produk kosmetik jadi hasil uji coba hewan di kawasan Uni Eropa.
4. Mendesak Pemerintah Uni Eropa untuk melarang perusahaan-perusahaan kosmetik dalam menjual bahan-bahan kosmetik hasil uji coba hewan di kawasan Uni Eropa.
5. Mendesak Pemerintah Uni Eropa untuk segera mengembangkan metode uji coba alternatif non-hewani.

Regulasi mengenai uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik di Uni Eropa dilakukan dalam beberapa tahap. Pada tahun 2003, Amandemen ke-7 dari *Directive 76/768 / EEC* dirumuskan dalam *7th Amendment of the European Cosmetics Directive (2003/15/EC)*. Amandemen ini menambahkan beberapa poin pada *Article 4a* berkaitan dengan uji coba hewan dalam industri kosmetik, di antaranya:

Proses advokasi gerakan *no animal testing* tidaklah berjalan mulus. Dalam prosesnya, advokasi ini diwarnai oleh pertentangan dari pihak-pihak berkepentingan. Pasca disahkannya *7th Amendment of the European Cosmetics Directive (2003/15/EC)*, banyak pihak yang merasa dirugikan atas pemberlakuan aturan tersebut. Beberapa pihak yang berusaha menentang gerakan advokasi *no animal testing* ialah:

#### 1. Prancis

Prancis merupakan salah satu Negara Anggota Uni Eropa yang menentang pemberlakuan larangan uji coba hewan untuk industri kosmetik di Uni Eropa. Sebagai salah satu negara yang terkenal memiliki perusahaan kosmetik ternama, Prancis merasa apabila aturan larangan uji coba kosmetik diberlakukan, maka pihak yang paling dirugikan ialah negara mereka. Setelah Parlemen Uni Eropa mengeluarkan *7th Amendment of the European Cosmetics Directive (2003/15/EC)* seperti yang dituliskan diatas, asosiasi industri kosmetik di Prancis melobi serta menekan Pemerintah Prancis untuk mengajukan pembatalan aturan larangan uji coba hewan untuk industri kosmetik di Uni Eropa. Pemerintah Prancis kemudian mengajukan kasus pengadilan yang menuntut dibatalkannya aturan larangan uji coba hewan ke pengadilan Eropa di Luksemburg. Prancis memberikan alasan

hukum dan teknis sebagai alasan untuk membatalkan larangan uji coba hewan tersebut. Berikut ini adalah alasan yang diberikan oleh Prancis sebagai landasan tuntutan mereka.

- a. Kata-kata yang tertulis didalam aturan larangan uji coba hewan yang termaktub dalam *7th Amendment of the European Cosmetics Directive* (2003/15/EC) dianggap tidak jelas, sehingga berpotensi akan merusak kepentingan bisnis Eropa yang selama ini telah diberlangsungkan. Selain itu, secara hukum aturan tersebut tidak sesuai dengan aturan perdagangan bebas dunia.
  - b. Secara teknis, akan sangat sulit untuk dapat meningkatkan metode alternatif dalam waktu singkat (sejak dikeluarkannya *7th Amendment of the European Cosmetics Directive* (2003/15/EC) pada tahun 2003, hingga 2009 saat diberlakukannya sebagian aturan larangan uji coba hewan). Dengan demikian, maka resiko bahaya bagi kesehatan manusia akan meningkat. Di samping itu, aturan ini juga hanya akan memberikan sedikit dampak bagi peningkatan kesejahteraan hewan (Gentlemen, 2003).
2. *European Federation for Cosmetics Ingredients*  
Koalisi ini terdiri dari perusahaan-perusahaan yang memproduksi bahan-bahan kosmetik. Koalisi ini mewakili 70 perusahaan dari Swiss, Jerman, Belgia, Prancis, dan Italia. *European Federation for Cosmetics Ingredients* mengajukan penentangan pemberlakuan aturan larangan uji coba hewan secara rahasia ke Pengadilan Eropa. Alasan penentangan ini adalah karena aturan larangan uji coba hewan akan merugikan industri kosmetik di Uni Eropa yang selama ini memiliki total penjualan 44 miliar Euro per tahun atau setara dengan 39 miliar USD (Gentlemen, 2003).
3. *Cosmetics, Toiletry, and Fragrance Association*  
Asosiasi ini berpendapat bahwa dengan adanya aturan larangan uji coba hewan, maka akan mempengaruhi penjualan kosmetik. Hal ini disebabkan oleh masih sedikitnya metode alternatif non hewani, sementara tenggat waktu yang diberikan oleh Parlemen terlalu singkat untuk mengembangkan metode alternatif. Selain itu, aturan ini juga akan mengakibatkan perselisihan perdagangan dengan Amerika Serikat dan Jepang sebagai dua negara yang paling banyak bekerjasama dengan Uni Eropa dalam bidang industri kosmetik (Kuehn, 2003).

Pihak-pihak yang melakukan pertentangan tersebut berhasil mencapai kompromi dengan Parlemen Eropa. Parlemen Eropa sepakat untuk memberikan perpanjangan tenggat waktu pemberlakuan penuh larangan uji coba hewan dengan pertimbangan agar lebih banyak waktu dalam mengembangkan metode alternatif untuk uji coba hewan. Namun aturan larangan uji coba hewan tetap diberlakukan di Eropa atas pertimbangan bahwa aturan tersebut sudah sesuai dengan hukum yang berlaku.

Sesuai dengan ketentuan di dalam *7th Amendment of the European Cosmetics Directive* (2003/15/EC), larangan uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik jadi mulai diberlakukan di Uni Eropa setelah mencapai target waktu yang ditentukan, yaitu setahun setelahnya atau pada tahun 2004. Ini diikuti dengan pemberlakuan larangan uji coba hewan dalam pembuatan bahan kosmetik dan larangan memasarkan produk kosmetik jadi yang merupakan hasil uji coba hewan pada tahun 2009. Di tahun yang sama, Uni Eropa mengesahkan *Regulation* (EC) No 1223/2009 yang kemudian menjadi aturan baru berkenaan

dengan kosmetik sekaligus menggantikan aturan sebelumnya yaitu *Directive 76/768/EEC*. Di dalam Peraturan ini, seperangkat aturan baru mengenai larangan uji coba hewan tertulis di dalam Pasal 18 *Regulation (EC) No 1223/2009*.

Di samping *Regulation (EC) No 1223/2009*, Komisi Uni Eropa juga menanggapi tuntutan lainnya dari advokasi gerakan *no animal testing*, yaitu untuk mengembangkan metode uji coba alternatif non-hewani. Pada tahun 2007, Parlemen dan Dewan Uni Eropa mengeluarkan *Regulation (EC) No 1907/2006*, yaitu aturan bagi terbentuknya REACH atau *Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals*. REACH merupakan peraturan Uni Eropa yang bertujuan untuk meningkatkan perlindungan kesehatan manusia dan lingkungan dari resiko yang dapat ditimbulkan dari bahan kimia serta untuk meningkatkan daya saing industri bahan kimia Uni Eropa. Tujuan lain dari REACH yaitu untuk mempromosikan metode uji coba alternatif dalam menilai tingkat bahaya yang dapat ditimbulkan oleh bahan kimia agar dapat mengurangi jumlah tes pada hewan (ECHA, Understanding REACH, 2019). Implementasi REACH diawasi oleh ECHA bersama dengan para pemangku kepentingan, dimana salah satunya ialah ECEAE.

## KESIMPULAN

*Animal testing* atau uji coba hewan sudah dilakukan oleh manusia selama berabad-abad, baik untuk tujuan medis atau pun untuk kemajuan ilmu pengetahuan. Sudah ribuan hewan mati untuk dijadikan objek penelitian ini. Sayangnya, hal ini juga terjadi di dalam industri kosmetik. Selama ini perusahaan-perusahaan kosmetik menguji berbagai bahan kimia komponen kosmetik kepada ribuan hewan. Bahkan untuk menguji satu produk kosmetik, perusahaan membutuhkan 2000 hingga 3000 hewan. Hewan-hewan ini dipaksa menelan bahan-bahan kimia lalu dibiarkan mati begitu saja. Namun fakta kekejaman terhadap hewan dalam uji coba tidak terlalu dipedulikan oleh masyarakat dunia. Ini terbukti dari masih ada 80% negara yang tidak memiliki regulasi mengenai uji coba hewan.

Eropa dikenal oleh masyarakat dunia dengan banyaknya perusahaan-perusahaan kosmetik terkenal di dunia. Ini menjadikan Eropa, khususnya yang tergabung di dalam organisasi Uni Eropa, sebagai salah satu kawasan dengan angka uji coba hewan yang tinggi. Uni Eropa sebenarnya sudah lama memiliki aturan mengenai uji coba hewan, namun belum ada aturan khusus mengenai uji coba hewan untuk industri kosmetik. Hal inilah yang mendorong beberapa pihak untuk melakukan advokasi dalam mempengaruhi kebijakan larangan uji coba hewan untuk industri kosmetik di Uni Eropa. Pihak-pihak yang melakukan advokasi ini diantaranya adalah NGO Cruelty Free International yang kemudian berkoalisi dengan beberapa organisasi hak hewan di Uni Eropa dan kemudian menamakan koalisi ini sebagai ECEAE, serta perusahaan kosmetik *The Body Shop*. Ketiganya kemudian melakukan advokasi gerakan *no animal testing*.

*Cruelty Free International*, ECEAE, dan *The Body Shop* melakukan langkah-langkah advokasi diantaranya dengan mengumpulkan data-data terkait uji coba hewan dalam industri kosmetik lalu mempublikasikan data-data tersebut, menggalang donasi dari masyarakat, membuat video terkait uji coba hewan, mengajak masyarakat dan tokoh-tokoh masyarakat untuk turut berpartisipasi mengkampanyekan larangan uji coba hewan, melakukan debat dengan pihak yang pro terhadap uji coba hewan, mengadakan program sertifikasi produk-produk *cruelty free (Leaping Bunny Program)*, mengumpulkan massa untuk melakukan demonstrasi, membuat petisi larangan uji coba hewan dalam industri kosmetik, serta memberikan tuntutan-tuntutan kepada Pemerintah Uni Eropa agar melarang uji coba hewan untuk industri kosmetik. Tuntutan-tuntutan ini diantaranya meminta kepada Pemerintah Uni Eropa untuk melarang uji coba hewan dalam pembuatan kosmetik, maupun melarang

penjualan produk-produk kosmetik hasil uji coba hewan, serta meminta Pemerintah Uni Eropa untuk mengembangkan metode uji coba alternatif non-hewani.

Advokasi gerakan *no animal testing* dapat dikatakan sebagai kegiatan advokasi yang berhasil, karena telah berhasil mempengaruhi pembuatan kebijakan di Uni Eropa. Advokasi gerakan *no animal testing* akhirnya mencapai tujuannya secara bertahap. Pada tahun 2004, Pemerintah Uni Eropa mengeluarkan aturan larangan uji coba hewan dalam pembuatan produk kosmetik jadi. Ini diikuti dengan pemberlakuan larangan uji coba hewan dalam pembuatan bahan kosmetik dan larangan memasarkan produk kosmetik jadi yang merupakan hasil uji coba hewan pada tahun 2009. Di tahun yang sama, Uni Eropa mengesahkan *Regulation (EC) No 1223/2009* yang kemudian menjadi aturan baru berkenaan dengan kosmetik sekaligus menggantikan aturan sebelumnya yaitu *Directive 76/768/EEC*. Dilanjutkan dengan diberlakukannya larangan memasarkan bahan-bahan kosmetik hasil uji coba hewan pada tahun 2013. Dengan demikian, kini di Uni Eropa telah diterapkan aturan “*tested ban*” dan “*marketing ban*”.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anisa Widiarni, L. H. (2017, September 3). *3000 Hewan Dikorbankan Untuk Uji Coba 1 Produk Kosmetik*. Retrieved Oktober 11, 2019, from viva.co.id: <http://viva.co.id/amp/gaya-hidup/gaya/952748-3000-hewan-dikorbankan-untuk-uji-coba-1-produk-kosmetik>
- Azizah, N. (2013). *Advokasi Kuota Perempuan di Indonesia*. Yogyakarta, Indonesia: LP3M UMY & Jurusan Ilmu Hubungan Internasional.
- BUAV (Director). (2012). *Botox Testing on Animals (BUAV - Investigation)* [Motion Picture]. VeganCentury.com.
- BUAV (Director). (2015). *History of our campaign to end animal testing for cosmetics in the EU!* [Motion Picture].
- Burlingham, B. (1990, Juni 1). *This Woman Changed Business Forever (1990 Profile)*. Retrieved Desember 18, 2019, from Inc.: <https://www.inc.com/magazine/19900601/5201.html>
- Croatia, A. F. (2008). *03/27/08 Zagreb Host to the European Coalition to End Animal Experiments*. Retrieved Desember 20, 2019, from Animal Friends Croatia: <https://www.prijatelj-zivotinja.hr/index.en.php?id=926k>
- ECHA. (2019). *Cooperation with accredited stakeholders*. Retrieved Desember 22, 2019, from ECHA: <https://echa.europa.eu/about-us/partners-and-networks/stakeholders/cooperation-with-accredited-stakeholder-organisations>
- ECHA. (2019). *Understanding REACH*. Retrieved Desember 25, 2019, from ECHA: <https://echa.europa.eu/regulations/reach/understanding-reach>

- Fimela. (2013, Februari 7). *20 Tahun Berkampanye, Uni Eropa Larang Animal Testing*. Retrieved Oktober 11, 2019, from Fimela: <https://fimela.com/lifestyle-relationship/read/3717692/20-tahun-berkampanye-uni-eropa-larang-animal-testing>
- Gentlemen, A. O. (2003, Agustus 19). *Secret French move to block animal-testing ban*. Retrieved Januari 9, 2019, from The Guardian: <https://www.theguardian.com/world/2003/aug/19/eu.businessofresearch>
- Hub, J. A. (2019). *Records of the British Union for the Abolition of Vivisection*. Retrieved Desember 3, 2019, from Jisc Archives Hub: <https://archiveshub.jisc.ac.uk/search/archives/95cda892-783d-3dc4-b0a7-82253658daa1>
- International, C. F. (2019). *About Us*. Retrieved Oktober 11, 2019, from Cruelty Free International: <https://www.crueltyfreeinternational.org/who-we-are/about-us>
- International, C. F. (2018). Facts and Figures on Animal Testing. *Cruelty Free International Student Resource* .
- International, C. F. (2019). *Give As Your Browse*. Retrieved Desember 17, 2019, from Cruelty Free International: <https://www.crueltyfreeinternational.org/what-you-can-do/raising-money-animals/give-as-you-browse>
- International, C. F. (2019). *Leave A Legacy*. Retrieved Desember 17, 2019, from Cruelty Free International: <https://www.crueltyfreeinternational.org/what-you-can-do/raise-money-animals/leave-legacy>
- Kuehn, B. M. (2003, Februari 15). *The EU bans cosmetics testing on animals*. Retrieved Januari 9, 2019, from AVMA: <https://www.avma.org/javma-news/2003-03-01/eu-bans-cosmetics-testing-animals>
- M. Yasir Alimi, d. (1999). *Advokasi Hak-Hak Perempuan : Membela Hak Mewujudkan Perubahan*. Yogyakarta: LKiS.
- Mas'ood, M. (1990). *Ilmu Hubungan Internasional : Disiplin dan Metodologi*. Jakarta: LP3ES.
- Murnaghan, I. (2019, Maret 22). *Background and History of Animal Testing*. Retrieved Oktober 11, 2019, from About Animal Testing: <http://www.aboutanimaltesting.co.uk/background-history-animal-testing.html>
- Murnaghan, I. (2019, Maret 22). *Background and History of Animal Testing*. Retrieved Oktober 11, 2019, from About Animal Testing: <http://www.aboutanimaltesting.co.uk/background-history-animal-testing.html>
- Program, L. B. (2019). *About Leaping Bunny*. Retrieved Desember 21, 2019, from Leaping Bunny Program: <https://www.leapingbunny.org/about/us>
- Roem Topatimasang, M. F. (2000). *Mengubah Kebijakan Publik : Panduan Pelatihan Advokasi*. Yogyakarta, Indonesia: INSISTPress.
- Shop, T. B. (2019). *About Us*. Retrieved Oktober 11, 2019, from The Body Shop: <https://www.thebodyshop.co.id/about-us>

Shop, T. B. (2019). *Forever Against Animal Testing*. Retrieved Oktober 11, 2019, from The Body Shop: <https://www.thebodyshop.co.id/ban-animal-testing>

Sikkink, M. E. (1998). *Activist Beyond Borders : advocacy networks in international*. New York, United States of America: Cornell University.

Sonali K. Doke, S. C. (2013). Alternatives To Animal Testing : A Review. *Saudi Pharmaceutical Journal* , 224.

Weible, P. A. (2007). *Theories of the Policy Process*. Colorado: Westview Press.