

**UPAYA THE BODY SHOP DALAM MENYEBARLUASKAN
KAMPANYE AGAINST ANIMAL TESTING
DI AMERIKA SERIKAT**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



**JULIYANI
07041381722190**

**PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG
2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI
UPAYA THE BODY SHOP DALAM MENYEBARLUASKAN
KAMPANYE AGAINST ANIMAL TESTING
DI AMERIKA SERIKAT**

SKRIPSI

Disusun oleh:

**JULIYANI
07041381722190**

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing tanggal, 15 Maret 2021

Pembimbing I



Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D.
NIP. 196504271989031003

Pembimbing II



Muhammad Yusuf Abror, S.I.P., M.A
NIP. 199208272019031005

**Disetujui oleh,
Ketua Program Studi,**



Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D.
NIP. 196504271989031003

HALAMAN PESETUJUAN TIM PENGUJI

**UPAYA THE BODY SHOP DALAM MENYEBARLUASKAN KAMPANYE
AGAINST ANIMAL TESTING DI AMERIKA SERIKAT**

SKRIPSI

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Pada Tanggal 24 Maret 2021
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

TIM PENGUJI SKRIPSI

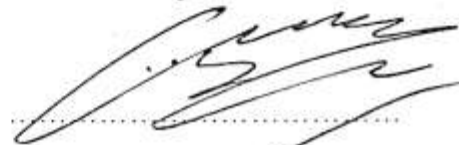
Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D.

NIP. 196504271989031003



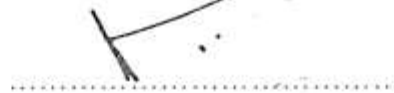
Muhammad Yusuf Abror, S.I.P., M.A

NIP. 199208272019031005



Dr. Andries Leonardo, S.IP., M.Si

NIP. 197905012002121005



Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si

NIP. 198708192019031006

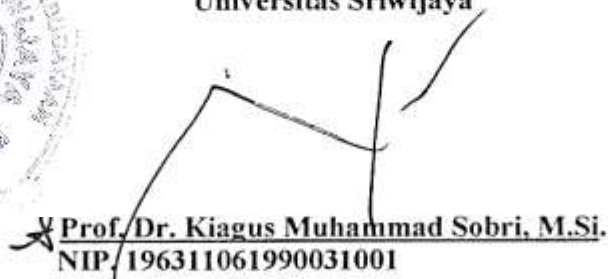


Palembang, 24 Maret 2021

Mengesahkan,

Dekan.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si.
NIP. 196311061990031001

ABSTRAK

Mayoritas perusahaan kosmetik di dunia ini masih menggunakan hewan sebagai tahap uji coba pada produk kosmetiknya, hal ini ternyata mampu membawa permasalahan lingkungan secara global. Peran dari suatu perusahaan kosmetik dalam mengubah kebijakan pada suatu wilayah dapat terlihat dalam Kampanye *Against Animal Testing* oleh The Body Shop salah satunya di negara Amerika Serikat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan oleh The Body Shop dalam menyebarluaskan Kampanye *Against Animal Testing* di Amerika Serikat. Dengan adanya penelitian ini, masyarakat mampu menyadari dampak-dampak buruk yang akan terjadi apabila *animal testing* terus berlangsung. Metode yang digunakan adalah teknik analisa data kualitatif dengan analisis konten untuk membentuk ide dalam membantu menguraikan data yang tekstual agar dapat menemukan data yang paling umum yang diungkap dalam upaya-upaya The Body Shop baik secara langsung terjun ke dalam masyarakat ataupun melalui media sosial dalam menyebarluaskan kampanye ini di Amerika Serikat. Peneliti menggunakan teori konstruktivisme untuk mengetahui bagaimana cara The Body Shop membuat suatu perubahan dengan menciptakan gagasan-gagasan bersama. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa The Body Shop membentuk *support team*, bekerjasama dengan *influencer* serta senator di negara bagian Amerika Serikat agar kampanye ini bisa tersebar luas dan mendapatkan dukungan dari masyarakat guna melawan *animal testing* di Amerika Serikat.

Kata kunci: Amerika Serikat, Kampanye *Against Animal Testing*, The Body Shop

ABSTRACT

The majority of cosmetic companies in the world are still using animals as a testing stage for their cosmetic products, this is apparently capable of causing global environmental problems. The role of a cosmetic company in changing policy in a region can be seen in the Against Animal Testing Campaign by The Body Shop in the United States. This study aims to determine the efforts made by The Body Shop in disseminating the Against Animal Testing Campaign in the United States. With this research, the public is able to realize the bad effects that will occur if animal testing continues. The method used is qualitative data analysis techniques with content analysis to form ideas to help decipher textual data in order to find the most common data revealed in The Body Shop's efforts either directly in the community or through social media in disseminating campaign in the United States. The researcher used constructivism theory to find out how The Body Shop makes a change by creating shared ideas. The results of this study indicate that The Body Shop has formed a support team, collaborating with influencers and senators in the state of the United States of America, so that this campaign can be widely spread and get support from the public to fight animal testing in the United States.

Keyword: Against Animal Testing Campaign, The Body Shop, United States

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana dalam bidang Ilmu Hubungan Internasional pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D.V, selaku dosen pembimbing 1 yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
2. Muhammad Yusuf Abror, S.I.P., M.A, selaku dosen pembimbing 2 yang selalu memberikan dukungan serta arah dan telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran dalam penyusunan skripsi ini;
3. sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Palembang, 15 Maret 2021

Juliyani

07041381722190

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TIMPENGGUJI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGHANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kerangka Teori/Landasan Konseptual.....	17
2.3 Hipotesis/Argumen Utama.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Desain Penelitian.....	23
3.2 Definisi Konsep.....	24
3.3 Fokus Penelitian.....	25
3.4 Unit Analisis.....	26
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	26

3.5.1 Jenis Data.....	27
3.5.2 Sumber Data.....	27
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	27
3.8 Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	29
4.1 Sejarah The Body Shop.....	29
4.2 Logo The Body Shop	33
4.3 Nilai-Nilai Perusahaan The Body Shop	34
4.4 Visi dan Misi The Body Shop	38
4.4.1 Visi The Body Shop	38
4.4.2 Visi The Body Shop	38
4.5 Pencapaian yang telah diraih The Body Shop	38
4.6 Perjalanan Kampanye <i>Against Animal Testing</i>	41
4.7 Struktur Perusahaan The Body Shop	44
4.8 Dampak Kampanye <i>Against Animal Testing</i> Terhadap Indonesia..	47
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
5.1 The Body Shop Bekerjasama dengan Influencer.....	53
5.2 The Body Shop Bekerjasama dengan Support Team.....	62
5.3 The Body Shop Bekerjasama dengan Senator.....	65
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
6.1 Kesimpulan	72
6.1 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Bahan Kosmetik yang diambil secara paksa dari hewan.....	1
--	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo The Body Shop.....	33
Gambar 5.1 Contoh kalimat konstruksi The Body Shop.....	31
Gambar 5.2 Contoh kalimat konstruksi The Body Shop.....	32

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan secara pesat di dunia yang modern ini terutama pada dunia perindustrian ternyata mampu membawa permasalahan sosial dan lingkungan hidup secara global. Hal tersebut membuat satu-satunya makhluk hidup di dunia yang berakal budi mulai mengamati lalu mempelajari setiap permasalahan yang timbul satu per satu di karenakan permasalahan tersebut akan tidak secara langsung mengganggu kehidupan mereka (azlazalia, 2017).

Untuk pelaku yang berada di dunia perindustrian sendiri, masih banyak yang menggunakan “*animal testing*” atau percobaan pada hewan terkhususnya untuk industri kosmetik. Suatu kosmetik dapat dikatakan aman dan bermanfaat apabila produk tersebut telah berhasil melewati tahap uji coba. Sebenarnya, apa yang dilakukan oleh pelaku industri kosmetik tidaklah salah, namun cara uji cobanya yang dinilai tidak patut untuk dilakukan, hal ini di karenakan dari mereka melakukan uji coba ke beberapa jenis hewan yang dikatakan mirip dengan manusia yaitu tikus dan kelinci, namun ada pula hewan yang tidak wajar (satwa liar) yang sering kali jadi bahan percobaan juga seperti kadal, lalat, anjing, ikan, kucing, dan lain sebagainya. Alhasil, bagi produk kosmetik yang tidak aman hewan-hewan tersebut akan mati (azlazalia, 2017).

Tabel 1.1 Bahan Kosmetik yang diambil secara paksa dari hewan

No.	Hewan	Bagian Tubuh Hewan	Kegunaan
1.	Lendir siput	Lendir	<i>Anti-aging</i>
2.	Sapi	asam lemak jenuh	Memutihkan

3.	Hiu	Minyak hati hiu	Melindungi dari UV
4.	Serangga	Getah	Produk kuku dan rambut
5.	Domba	Minyak bulu domba	Lipstik

Sumber: (IDN TIMES, 2016)

Hal ini sangat jelas akan mengganggu ekosistem alam yang ada. Data statistik menerangkan bahwasannya terdapat 50% dari pengujian kosmetik terhadap hewan yang digunakan akan mengalami kematian dalam kurun waktu 2-3 minggu setelah dilakukannya percobaan (Goaldigger, 2019). Hampir 100.000-200.000 hewan yang menderita dan meninggal setiap tahunnya akibat dari percobaan ini (Beautynesia, 2018) . Seorang peneliti yang berasal dari Amerika Serikat dalam laporannya menyatakan bahwa masih terdapat 66% orang yang setuju untuk melakukan *animal testing* guna keperluan medis dan 47% orang setuju melakukan *animal testing* untuk tujuan apa saja yang di peroleh dari survei yang dilakukan oleh the U.K. Department for Business, Innovation & Skills (BIS) terhadap 1000 remaja (Mervis, 2014). Hal ini membuktikan masih kurangnya kesadaran masyarakat dunia yang didukung dengan adanya sekitar 80% perusahaan kosmetik di dunia ini yang masih melakukan uji coba terhadap hewan ini karena masih belum ada aturan mengenai *animal testing* di negara tersebut. (Nadiladara, 2017) .

Salah satu perusahaan kosmetik ternama di dunia sadar serta peduli untuk menghentikan kegiatan *animal testing* ini dan sejak pertama kali perusahaan ini dibentuk mereka selalu melakukan penelitian serta percobaan produk kosmetik dengan cara yang

benar dan tepat tanpa menggunakan hewan sebagai uji coba produk kosmetiknya melainkan menggunakan teknologi-teknologi alternatif yaitu The Body Shop.

The Body Shop merupakan salah satu perusahaan kosmetik yang sangat terkenal dalam industri-industri kosmetik dunia (Asyari, Persepsi Publik Terhadap Positioning The Body Shop, 2010). The Body Shop merupakan salah satu perusahaan kosmetik yang memelopori *green marketing*. *Green marketing* sendiri merupakan sebuah proses *marketing* yang terfokus pada lingkungan, di mana dari proses tersebut sangat ramah lingkungan.

Produk-produk dari yang diproduksi dengan metode *green marketing* sendiri pastinya telah ramah lingkungan dan produk yang bebas dari bahan yang dapat meracuni lingkungan. *Green marketing* sendiri dinilai jauh lebih menarik di mata para pelanggan, terutama bagi orang-orang yang memiliki tingkat kesadaran yang tinggi mengenai lingkungan. Metode ini juga bisa menghemat biaya produksi dan pemasaran karena bisa menekan harga untuk kemasan, transportasi, serta biaya penggunaan energi lingkungan. Dengan menerapkan metode *green marketing* akan tercipta juga *loyalty brand* (kesetiaan pada produk) (Firdiansyah, 2020).

Produk-produk kecantikan yang diproduksi dari industri kosmetik merupakan produk yang tergolong unik, hal ini di karenakan selain produk tersebut memiliki kemampuan untuk memenuhi kecantikan manusia (terutama wanita) berupa kebutuhan yang paling mendasar seperti untuk perawatan kulit pada manusia. Produk-produk kecantikan sebenarnya juga menimbulkan resiko pada saat pemakaian sehingga pada penggunaanya perlu memperhatikan dan mengingat apa saja kandungan yang terdapat dalam produk kecantikan yang digunakan, adapun bahan-bahan berbahaya seperti bahan-bahan kimia yang sangat tidak baik bagi kesehatan kulit pada manusia yang bisa menyebabkan penyakit seperti kanker. Selain itu produk-produk kecantikan juga tidak

akan selalu memberi efek yang sama pada setiap konsumen, hal ini dikarenakan jenis kulit setiap orang di dunia ini berbeda-beda, Jadi para pengguna kosmetik harus memilih kualitas produk kosmetik yang akan digunakan.

Produk-produk kecantikan dari The Body Shop sangat berbeda karena perusahaan ini menawarkan produk kecantikan dengan bahan-bahan yang sangat alami, ramah lingkungan, serta tidak ada unsur hewan di setiap produknya mulai dari bahan baku hingga tahap akhir produksi (Fabricant, Stacey M. & Stephen Gould, 1993).

Sejak awal berdirinya perusahaan The Body Shop, mereka telah memiliki prinsip-prinsip dasar yang ramah lingkungan. The Body Shop lahir dari adanya ide-ide untuk menggunakan kembali, mendaur ulang, mengisi ulang apa yang biasa manusia pakai. Peranan bisnis yang besar dapat digunakan sebagai acuan penentu arah untuk membuat suatu perubahan yang tercermin dari pendekatan "*tripe bottom lines*", dengan artian bahwa bisnis tersebut dapat diukur keberhasilannya dari tiga pilar pendukungnya yaitu *profit*, *people* dan *planet*. Sehingga suatu perusahaan yang menjalankan bisnis, keberhasilannya tidak hanya dikur dari seberapa besar keuntungannya saja, melainkan ada faktor lain yang juga penting yaitu dampak bisnis perusahaannya terhadap manusia, apakah menimbulkan dampak buruk pada kesehatan manusia, apakah aman untuk digunakan oleh manusia serta dampak bisnisnya terhadap lingkungan, seperti apakah bisnis tersebut bisa merusak lingkungan atau bahkan membuat sumber daya alam terkuras dan tidak menggunakan sumber daya alam berkelanjutan yang tentunya akan sangat merugikan lingkungan serta manusia. Dengan demikian keuntungan bukanlah satu-satunya sumber energy bagi keberhasilan dan keberlangsungan hidup suatu perusahaan, apabila tanpa memperhentikan aspek sosial (*people*) dan aspek lingkungan (*planet*). (Fabricant, Stacey M. & Stephen Gould, 1993).

Green product merupakan produk yang memiliki wawasan mengenai lingkungan yang memiliki makna bahwas suatu produk yang telah dirancang serta diproses dengan tujuan untuk mengurangi dampak-dampak buruk yang bisa mencemari lingkungan, baik dalam proses produksi, pendistribusian, hingga ke tahap pengkonsumsianya. Pada tahun 2015, Badan Pusat Statistik melakukan Survei Perilaku Peduli Lingkungan di 33 provinsi Indonesia dengan responden sebanyak 3.254 penduduk. Hasil dari survey yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik tersebut menyatakan bahwa sebagian besar penduduk di perkotaan telah memiliki pengetahuan secara umum mengenai lingkungan yang memadai dengan menggunakan produk yang ramah terhadap lingkungan (Jati Waskito, Banu Witono, 2014). Hal ini menyatakan bahwa tingkat kesadaran masyarakat mengenai betapa pentingnya menggunakan produk-produk kecantikan yang menggunakan bahan alami dan tidak ada dampak yang menyebabkan kerusakan pada lingkungan dan alam.

The Body Shop merupakan suatu perusahaan manufaktur dan retail global dalam bentuk Perseroan Terbatas (Ltd.) yang menghasilkan produk-produk kecantikan serta kosmetik yang terinspirasi dari alam dan semua produk yang dihasilkan di produksi dengan tata cara yang benar sejak perusahaan ini dibentuk. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1976 oleh seorang wanita yang bernama Dame Anita Roddick yang bertempat di Inggris. The Body Shop bisa dikatakan merupakan suatu perusahaan yang menganut sistem kapitalis. (Novaliery, 2017).

Menurut J.M. Romein, kapitalisme merupakan sistem ekonomi yang memiliki tujuan utama yaitu terdapat suatu kegiatan produksi yang berorientasi untuk menghasilkan keuntungan (Nugraha, 2020). Namun, ada sedikit perbedaan yang terjadi di perusahaan The Body Shop ini, memang benar bahwa mereka menjual berbagai macam produk kosmetik untuk mendapatkan keuntungan, tetapi mereka juga bersifat sosialis dalam kegiatan bisnis. Sejumlah keuntungan yang mereka peroleh dialihkan untuk kegiatan sosial

seperti kampanye *Against Animal Testing* ini, dan masih banyak lagi kegiatan sosial yang dilakukan oleh The Body Shop melalui keuntungan yang telah dihasilkan dari penjualan produk karena menurut Budi Cahyo dan Reno Wikandaru sosialisme adalah sebuah ideologi yang selalu beranggapan bahwa kepemilikan akan sesuatu secara bersama-sama adalah cara hidup yang paling baik. (Budi Cahyo , Reno Wikandaru, 2016).

Hingga saat ini, perusahaan ini telah memiliki lebih dari 2400 toko di 61 negara seluruh dunia dan salah satunya di Indonesia dengan 148 gerai di kota-kota besar di Indonesia (Yulistara, 2018). Sejak awal didirikan semua produk The Body Shop telah bebas dari *animal testing* dan sangat ramah lingkungan. Selama 31 tahun *brand* kosmetik ini berkecimpung di dunia, The Body Shop telah menjalankan 5 kampanye di antara lain, *Support Fair Trade, Activate Self Esteem, Against Animal Testing, Protect The Planet,* dan *Defend Human Rights*. Adapun tujuan utama dari kampanye tersebut yaitu untuk menciptakan produk kosmetik dengan cerminan dari kecantikan yang alami. (Geraldine, Bagaimana peran dari kampanye The Body Shop mengenai Animal Testing di United States, 2018).

Kampanye yang mereka jalankan ini telah menggugah masyarakat seluruh dunia dan *Against Animal Testing* merupakan kampanye yang paling terkenal terkhususnya di Korea Selatan. Korea Selatan merupakan negara produsen kosmetik yang telah mendunia dan berfokus pada *cruelty free* atau tidak adanya penggunaan hewan pada produk kosmetik, di mana hal tersebut merupakan pengaruh dari Kampanye *Against Animal Testing* dari The Body Shop di Korea Selatan sejak tahun 2016 (Larasati, Peran Kampanye *Against Animal Testing* The Body Shop di Korea Selatan , 2018) .

Saat ini kesadaran perusahaan kosmetik internasional untuk tidak menggunakan hewan telah banyak meningkat. (Navisa, 2019). The Body Shop merupakan salah satu *pioneer* bagi perusahaan kosmetik internasional yang melarang dengan keras adanya

penggunaan hewan untuk menguji coba produk kosmetik sebuah perusahaan kosmetik dan terus menghimbau perusahaan - perusahaan kosmetik untuk menerapkan standar kosmetik untuk manusia salah satunya dengan menghentikan uji coba terhadap hewan. Arti penting dari menjaga lingkungan ini telah disadari oleh masyarakat Uni Eropa yang telah memiliki regulasi terhadap pelarangan anial testing di setiap wilayah negara anggotanya (Winar, 2015).

The Body Shop membuka gerainya di Indonesia pertama kali di Pondok Indah Mall (PIM) pada tanggal 12 Desember 1992 dan hingga saat ini terus berkembang di berbagai wilayah di Indonesia, yang dipimpin oleh Toha Azhary sebagai *Operation Director* The Body Shop di Indonesia dan Suzy Hutomo CEO dari The Body Shop di Indonesia (Amadea, 2016).

Pada tahun 2006, People For The Ethical Treatmens Of Animals (PETA) telah memberikan sebuah penghargaan apresiasi untuk The Body Shop karena konsistensinya sebagai The Best Cruelty Free Cosmetics. Pada tahun 2017, The Body Shop juga telah menerima penghargaan sebagai The Best Coorporate Social Marketing Majalah MIX Marcomm untuk kedua kalinya. Dengan berbagai penghargaan yang telah diraih, pada tahun 2018 The Body Shop mengajukan permohonan kepada Persatuan Bangsa-Banga untuk mendukung kampanye *Animal Testing* mereka dan berharap semua negara anggota yang ada dapat mengikuti aturan yang dikeluarkan nantinya. Hingga saat ini The Body Shop telah berhasil menarik perhatian dan mendapatkan dukungan dari masyarakat dunia mulai dari negara India sampai New Zealand hingga ke negara Korea (Norton, 2017), dengan berhasil mengumpulkan 8.000.000 tanda tangan untuk melawan *Animal Testing* sejak tahun 2013. Pada saat di negara Amerika Serikat The Body Shop memiliki cara tersendiri untuk menyebarkan kampanye tersebut hingga membuat 79% warga negara Amerika turut mendukung kampanye ini (Cat, 2019).

The Body Shop juga bekerjasama dengan organisasi internasional yaitu Cruelty Free International untuk membuat petisi – petisi yang nantinya akan di tandatangani untuk menghentikan kegiatan *animal testing*, salah satunya petisi *Against Animal Testing* yang bisa ditandatangani oleh masyarakat dunia di toko-toko The Body Shop ataupun dengan mengunjungi di *website* resmi dari The Body Shop. Untuk Indonesia sendiri terdapat 95 toko yang menggalang tanda tangan ini, dan untuk meningkatkan promosi kampanye ini The Body Shop membuat hashtag *#ForeverAgainstAnimalTesting* agar dapat mendapatkan dukungan dari masyarakat yang luas di sosial media. Masyarakat yang ingin mengikuti kampanye ini bisa juga berfoto dan mempostingnya di media sosial mereka dengan menunjukkan pose foto layaknya hewan kelinci yang sedang melambangkan Cruelty Free.

Banyak sekali pro dan kontra yang terjadi mengenai *animal testing*, kelompok yang mendukung mengatakan bahwa adanya pengujian pada hewan jelas terbukti dapat mencegah suatu racun atau zat kimia terhadap manusia dan monyet memiliki kesamaan gen sebesar 99% dengan manusia, sehingga tingkat akurasinya sangatlah tinggi. Sedangkan untuk kelompok kontra atau yang menentang *animal testing* mengatakan bahwa pengujian terhadap hewan seperti tikus, kelinci, dan monyet merupakan perbuatan yang sangat tidak manusiawi yang memberikan dampak buruk bagi hewan tersebut, pihak kontra ini juga menyatakan dengan kemajuan teknologi yang modern perusahaan dalam beralih ke alternative tersebut. Kelompok-kelompok yang menentang *animal testing* mulai bermunculan pada abad ke-20, di mana sosial media dan internet sudah semakin canggih dan dapat diakses kapanpun dan di manapun sehingga mempermudah kelompok kontra untuk melakukan suatu gerakan untuk menjangkau masyarakat luas dalam menumbuhkan keyakinan bahwa *animal testing* tidak pantas untuk dilakukan (Amazine.co, 2021).

Suatu produk kosmetik dikatakan aman apabila telah lulus tahap uji coba, sehingga dibutuhkan sekitar 2000-3000 hewan agar di cap sebagai produk yang lulus tahap

percobaan. Negara Amerika Serikat sendiri menduduki peringkat ke 3 setelah China dan Jepang sebagai negara tertinggi tingkat *animal testing* yaitu sebanyak 15,6 juta hewan pada tahun 2015 serta menjadi negara terbanyak menggunakan monyet sebagai bahan percobaan dalam industri kosmetik. (Internasional, 2018). Kampanye *Animal Testing* ini sudah bermula sejak perusahaan The Body Shop ini dibentuk sehingga membuatnya menjadi perusahaan pertama yang mengambil tindakan untuk menghentikan percobaan produk kosmetik terhadap hewan, dengan ini pula pada tahun 2013 The Body Shop mendapatkan dukungan dari Uni Eropa dengan melarang *animal testing*, sehingga banyak perusahaan kecantikan lebih fokus kepada *ingredients cruelty free*. (Monica, 2017).

Produk-produk dari The Body Shop sendiri telah teruji aman bagi kulit dan kesehatan manusia karena telah melewati tahap-tahap pengujian ekstensif untuk memastikan keamanannya, keefektifannya, serta produk ramah lingkungan. The Body Shop menggunakan metode pengujian utama yang melibatkan computer dan jaringan yang dibuat sama dengan manusia di laboratorium dan semua perusahaan kosmetik di dunia dapat mengikuti metode pengujian yang bebas dari hewan ini.

- Analisis in-silico (berbasis komputer) menggunakan data yang sudah ada dan tersedia untuk membantu perusahaan kosmetik menilai kesesuaian bahan serupa melalui ekstrapolasi.
- Kulit yang diproduksi di laboratorium tumbuh dari sel kulit manusia. Hal ini memungkinkan perusahaan kosmetik untuk melakukan pemeriksaan keamanan pada sel yang bereaksi dengan cara yang hampir sama seperti kulit manusia, tanpa membahayakan orang atau hewan.
- Terakhir, untuk memastikan toleransi yang baik pada orang-orang, The Body Shop akan sering menguji produk perusahaan kosmetik menggunakan

pengujian tambahan. Ini melibatkan menempatkan sejumlah kecil produk pada kulit seseorang untuk memastikannya aman dan efektif, biasanya pada tahap akhir pengujian formula baru.

- The Body Shop juga akan melakukan uji coba pengguna terkontrol di mana orang-orang menguji produk perusahaan kosmetik untuk kompatibilitas kulit dan keefektifan kosmetik, di bawah pengawasan ahli medis bila diperlukan (International T. B., 2021).

Setelah petisi ini telah diajukan ke Perserikat Bangsa-Bangsa pada tahun 2018 ,petisi *Against Animal Testing* telah selesai dan resmi ditutup setelah mencapai target bahkan lebih dari target yaitu 8.000.000 tanda tangan dari seluruh masyarakat di dunia dan salah satunya adalah negara Amerika Serikat yang masyarakat internalnya sendiri telah mendukung perubahan hukum di negara Amerika mengenai *animal testing*, dan sejauh ini sudah terdapat 3 negara bagian yaitu California, Illinois, dan Nevada yang bebas dari *animal testing* (Cat, 2019). Lalu tanda tangan itu akan diserahkan ke PBB guna meminta dukungan serta barang bukti bahwa banyak orang yang setuju dan peduli mengenai keberlangsungan hewan dan melarang adanya *animal testing* di kemudian hari.

The Body Shop telah berhasil membuat para konsumen bahkan masyarakat luas khususnya warga negara di Amerika Serikat untuk berpikir lebih dalam lagi melalui informasi yang dilahirkan berdasarkan tujuan dan relevansi dalam pesan yang ada dalam kampanye *Against Animal Testing* (Cat, 2019).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana upaya yang dilakukan The Body Shop dalam menyebarkan kampanye *Against Animal Testing* di Amerika Serikat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis upaya apa saja yang dilakukan oleh The Body Shop dalam menyebarluaskan kampanye *Against Animal Testing* di Amerika Serikat guna menganalisis Undang-Undang Kosmetik untuk mengakhiri pengujian kosmetik pada hewan di seluruh Amerika Serikat.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara teoritis penulis berharap bahwa penelitian ini dapat menyajikan informasi secara menyeluruh mengenai bagaimana upaya yang dilakukan oleh The Body Shop dalam menyebarluaskan kampanye *Against Animal Testing* di Amerika Serikat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aleksei, Jana, Irina, Anna, Igor and Nastia. (2020). *THE BODY SHOP LOGO*. Retrieved from 1000 LOGOS: <https://1000logos.net/contact-us/>
- Amazine.co. (n.d.). *Amazine* . Retrieved from Animal Testing: 8 Pros & Cons of Testing in Animals: <https://www.amazine.co/22218/animal-testing-8-pro-kontra-atas-pengujian-pada-hewan/>
- Annisa, T. (2020, September 15). *Ekrut Media*. Retrieved from 6 macam metode analisis data yang perlu diketahui: <https://www.ekrut.com/media/macam-macam-metode-analisis-data>
- Asyari, R. (2010). *PERSEPSI PUBLIK TERHADAP POSITIONING THE BODY SHOP*. Surakarta: UNIVERSITAS SEBELAS MARET.
- Ayuningrum, S. (2020). ANALISIS CITRA MEREK KOSMETIK THE BODY SHOP DI KOTA PADANG. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 1.
- azlazia. (2017). 4 Alasan Animal Testing Harus Ditinggalkan. *Female Daily*.
- Beautynesia, E. (2018, Januari 19). *Mungkin Kamu Gak Sadar, Ternyata Ini Sisi Kelam Di balik Produk Kosmetik!* Retrieved from Beautynesia: <https://www.beautynesia.id/berita-b-talk/mungkin-kamu-gak-sadar-ternyata-ini-sisi-kelam-di-balik-produk-kosmetik/b-91375>
- Budi Cahyo , Reno Wikandaru. (2016). *LANDASAN ONTOLOGIS SOSIALISME*.
- Cat. (2018, Juni 3). *Cruelty Free International*. Retrieved from Governor Steve Sisolak has signed The Nevada Cruelty Free Cosmetics Act into law.
- Cat. (2019, June 3). *Cruelty Free Internasiona*. Retrieved from <https://www.crueltyfreeinternational.org/what-we-do/breaking-news/nevada-you->

did-it: <https://www.crueltyfreeinternational.org/what-we-do/breaking-news/nevada-you-did-it>

Cat. (2019, November). *Cruelty Free International*. Retrieved from The Body Shop joins us in celebrating introduction of new Humane Cosmetics Act: <https://www.crueltyfreeinternational.org/what-we-do/latest-news-and-updates/us-one-step-closer-ending-animal-testing-cosmetics>

Cat. (2019, August 13). *Illinois ends sale of animal-tested cosmetics!* Retrieved from Cruelty Free International: <https://www.crueltyfreeinternational.org/what-we-do/breaking-news/illinois-ends-sale-animal-tested-cosmetics>

Cat. (2019, September 12). *New poll reveals US united against cosmetics animal tests.* Retrieved from Cruelty Free International: <https://www.crueltyfreeinternational.org/what-we-do/latest-news-and-updates/new-poll-reveals-us-united-against-cosmetics-animal-tests>

Cat. (2019, Maret 28). *Representative receives award for work to end cosmetics testing on animals.* Retrieved from Cruelty Free International: <https://www.crueltyfreeinternational.org/what-we-do/breaking-news/hawaii-state-representative-chris-lee-our-legislator-month>

Chesters, A. (2011). *A brief history of The Body Shop*. Fashion Blog.

Claire, M. (2019, February 26). *Meet Marie Claire's Prix d'Excellence Beauty award winners for 2019.* Retrieved from marie claire: <https://www.marieclaire.co.uk/news/beauty-news/prix-awards-2019-shortlist-643122>

Copp, L. T. (2018). *How to know if activism is right for your beauty brand.* Cosmetics Busniess.

Dini. (2013). *The Body Shop Ajak Kurangi Sampah Plastik.* Kompas.com.

- Fabricant, Stacey M. & Stephen Gould. (1993). Women's Make Up Careers: An Interpretive. *Psychology and Marketing*, 10, 531-548.
- Firdiansyah, A. (2020). *Green Marketing, Prinsip Pemasaran Berkelanjutan yang Menguntungkan*. glints.
- Geraldine, L. L. (2018). *Bagaimana peran dari kampanye The Body Shop mengenai Animal Testing di United States*. Bandung: Bagaimana peran dari kampanye The Body Shop mengenai Animal Testing di United States. Retrieved from <http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/8356/Bab5-Daftar%20Pustaka-3314087sc-p.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Geraldine, L. L. (2018). *Peran The Body Shop dalam Kampanye Against Animal Testing di Korea Selatan*. Universitas Parahyangan, Bandung. Retrieved Oktober 18, 2020
- Goaldigger. (2019). *Animal Testing, Like It or Not ?* Retrieved from Yonulis: <https://yonulis.com/2019/08/23/animal-testing-like-it-or-not/>
- Hayati, R. (2019, Juli 4). *Pengertian Teknik Analisis Data, Jenis, dan Cara Menulisnya*. Retrieved from Penelitian Ilmiah.com: <https://penelitianilmiah.com/teknik-analisis-data/>
- Internasional, C. F. (2018). *Facts and figures on animal testing*. United Kingdom: Cruelty Free International.
- International, C. F. (2019). *US is one step closer to ending animal testing for cosmetics*. United Kingdom.
- Kusumawati, D. P. (2009). *Gambaran Umum The Body Shop*. Jakarta: Univertas Indonesia.
- Kusumawati, D. P. (2009). *Gambaran Umum The Body Shop*. Jakarta: Universitas Indonesia.

- L. J. Shrum, John A. McCarty and Tina M. Lowrey . (1995). Byer Characteristic of Green Customer and Their Implication for Advertising Strategy . *Green Advertising*, 71-82.
- Larasati, L. (2018). *Peran The Body Shop di Korea Selatan*. Bandung.
- Lee, W. (2019). *Berkeley's Body Time, once known as the Body Shop, closes*. San Fransisco: San Francisco Chronicle.
- Limited, T. B. (2018). *Our History*. Singapore: RAMPAI-NIAGA SDN. BHD.
- Limited, T. B. (2020, February 11). *The Body Shop British Rose dan Komitmen Berkelanjutan untuk Dunia*. Retrieved from The Body Shop: <https://www.thebodyshop.co.id/blog/the-body-shop-british-rose-dan-komitmen-berkelanjutan-untuk-dunia>
- Limited, T. B. (2020). *Forever Against Animal Testing*. Indonesia: A THE BODY SHOP FRANCHISE OWNED AND OPERATED UNDER LICENSE BY PT. MONICA HIJAULESTARI.
- Limited, T. B. (2021). *THE BODY SHOP WINS MARIE CLAIRE'S PRIX D'EXCELLENCE AWARD, "BEAUTY GIVES BACK"*. United Kingdom: Watersmead.
- Marketing, T. S.-D. (n.d.). *How The Body Shop Works with Influencers to Drive Both Social Change and Product Sales*. Retrieved from traackr: <https://www.traackr.com/blog/how-the-body-shop-works-with-influencers-to-drive-social-change-and-sales>
- MENNEN, M. (2003). *The Body Shop Strategic Business Management*. 14.
- Mervis, J. (2014, September 5). *How much does the public support animal research? Depends on the question*. Retrieved from Science MAG: <https://www.sciencemag.org/news/2014/09/how-much-does-public-support-animal-research-depends-question#>

- Monica, D. (2017, 7 30). *Tentang Animal Testing dan Cruelty Free*. Retrieved from Desmon's Journal: <https://deasymonica.com/2017/07/30/alasan-kenapa-kamu-harus-menggunakan-produk-cruelty-free/>
- Muchta, A. (2019, Juni 17). *Auto Exposes*. Retrieved from 9 Definisi Metode Penelitian Kualitatif Menurut Para Ahli: <https://www.autoexpose.org/2019/06/definisi-metode-penelitian-kualitatif.html>
- Mushlihin, S. M. (2012, September 5). *Pengertian Unit Analisis dalam Penelitian*. Retrieved from Referensi Makalah.: <https://www.referensimakalah.com/2012/09/pengertian-unit-analisis-dalam-penelitian.html>
- Nadiladara. (2017, 6 1). *Masih Wajibkah Animal Testing dalam Uji Coba Kosmetik?* Retrieved from Femaledaily: <https://editorial.femaledaily.com/blog/2017/06/01/masih-wajibkah-animal-testing-dalam-uji-coba-kosmetik/>
- Norton, S. (2017, June 2). *The Body Shop is calling for global ban on animal testing – here's why it matters*. Retrieved from <https://inews.co.uk/news/environment/body-shop-calls-global-ban-animal-testing-69679>
- Nugraha, A. C. (2016, Desember). *Dame Anita Lucia Roddick : Pendiri Perusahaan Kosmetik The Body Shop*. Retrieved from Dictio: <https://www.dictio.id/t/dame-anita-lucia-roddick-pendiri-perusahaan-kosmetik-the-body-shop/3185>
- Nugraha, J. (2020). *merdeka.com*. Retrieved from Mengenal Apa Itu Kapitalisme dan Ciri-cirinya, Wajib Dipahami: <https://www.merdeka.com/jateng/mengenal-apa-itu-kapitalisme-dan-ciri-cirinya-wajib-dipahami-klm.html?page=all>
- Nurjihan, A. (2020). *The Body Shop*.

- Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. S. (2010, Oktober 15). *GEMA*. Retrieved from
 Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif: <https://www.uin-malang.ac.id/r/101001/triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html>
- Ruri Anggraeni, L. ., (2019, Oktober). ANALISIS PEMANFAATAN SOCIAL MEDIA
 MARKETING TERHADAP. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas
 Ekonomi UNIAT*, 04, 5.
- Samsa, G. (2017). *Kinerja Menurun, L'Oreal akan Jual The Body Shop*2. *Warta Ekonomi* .
- Sergey, Elena, Vladimir, Alba, Grigory, Oksana, Zakhari. (2020, Desember 2020). *Logos
 World*. Retrieved from The Body Shop Logo: <https://logos-world.net/contact-us/>
- Shafira Ayuningrum, Surya Dharma, Lindawati Lindawati. (2020). ANALISIS CITRA
 MEREK KOSMETIK THE BODY SHOP DI KOTA PADANG. *Abstract of
 Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 1.
- Shatzman, C. (2017, June 15). *How The Body Shop Uses Content to Drive Social Change*.
 Retrieved from Insights.Newscred: <https://insights.newscred.com/body-shop-content-marketing-social-change/>
- Shop, T. B. (2017). *THE BODY SHOP® RAIH PENGHARGAAN INDONESIA'S BEST
 SOCIAL CORPORATE INITIATIVES 2017*. Retrieved from The Body Shop:
<https://www.thebodyshop.co.id/blog/the-body-shop-raih-penghargaan-indonesia-s-best-social-corporate-initiatives-2017>
- Shop, T. B. (2020). *FOREVER AGAINST*. Retrieved from The Body Shop:
<https://www.thebodyshop.co.id/stories/forever-against-animal-testing>
- Shop, T. B. (n.d.). *Men's Products*. Retrieved from
<https://www.thebodyshop.co.id/products/mens.html>

- SWAOnline. (2013, September 6). *swa*. Retrieved from The Body Shop Lanjutkan Kampanye Against Animal Testing: <https://swa.co.id/swa/business-strategy/the-body-shop-lanjutkan-kampanye-against-animal-testing>
- The Body Shop*. (2020). Retrieved from Our History Welcome To The Body Shop: <https://www.thebodyshop.com/en-au/about-us/our-story/a/a00002>
- TRUST, W. L. (2019). *THE BODY SHOP WINS SUSTAINABILITY AWARD FOR BIO-BRIDGES MISSION*. WORLD LAND TRUST.
- UKEssays. (2018, November). *The Body Shop*. Retrieved from UKEssays: <https://www.ukessays.com/essays/business-strategy/body-shop-strategy.php?vref=1>
- Undip. (n.d.). *BAB II*. Retrieved from http://eprints.undip.ac.id/75313/3/BAB_II.pdf
- Utami, K. W. (2013). *Kampanye Body Shop "Againts Animal Testing"*. Kompas.com.
- Utami, K. W. (2013). *Kampanye Body Shop "Againts Animal Testing"*. Kompas.com.
- W, A. A. (2009, Februari 8). *Konstruktivisme Dalam Pembelajaran Hubungan Internasional*. Retrieved from awanxhi's blog: <https://awanxhi.wordpress.com/2009/02/08/konstruktivisme-dalam-pembelajaran-hubungan-internasional/>
- Yuzar, T. A. (2016). *Implementasi Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Universitas Prof.Dr.Moestopo.
- Yuzar, T. A. (2016). *Implementasi Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Universitas Prof. Dr. Moestopo.
- Zakky. (2018, Oktober 22). *Zona Referensi* . Retrieved from Pengertian Globalisasi Menurut Para Ahli dan Secara Umum [Lengkap]: <https://www.zonareferensi.com/pengertian-globalisasi/>