

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat Indonesia khususnya perempuan sudah banyak yang memperhatikan kesehatan dan kecantikan kulit, hal tersebut meningkatkan produksi kosmetik, sehingga banyak perusahaan – perusahaan kosmetik yang bermunculan baik produk buatan dalam negeri maupun produk kosmetik yang di impor dan dipasarkan di Indonesia. Produk kosmetik yang beredar dipasaran baik produk kosmetik dalam negeri maupun luar negeri, dikhawatirkan tidak jelas keamanannya. Produk kosmetik tidak aman yang beredar di Indonesia tidak memiliki badan keamanan produk dan perlindungan konsumen seperti tidak terdapat label BPOM, tidak terdaftar di Dinas Kesehatan, tidak terdapat kode produksi, tidak terdapat tanggal kadaluarsa, dan dari badan internasional khusus untuk kosmetik seperti Cruelty Free PETA, Cruelty Free CCIC Leaping Bunny dan Cruelty Free International. Logo Cruelty Free tersebut terdapat pada kemasan produk kosmetik yang mendaftarkan perusahaannya tidak menggunakan tes uji hewan.

Untuk keamanan penggunaan produk kosmetik bagi konsumennya, produsen produk kosmetik akan melalui uji coba produk melalui laboratorium dengan menggunakan metode-metode tertentu salah satunya yaitu uji coba terhadap hewan. BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) merupakan lembaga milik pemerintah Indonesia sebagai lembaga pengawasan obat dan makanan. BPOM memberikan aturan produk kosmetik atau perawatan kulit masuk dalam kriteria keamanan, mutu, penandaan, dan klaim yang telah ditetapkan oleh BPOM. Jadi apabila produk-produk kosmetik atau perawatan kulit dari dalam maupun luar negeri menggunakan BPOM produk tersebut tentunya aman digunakan. Produk kosmetik yang melalui uji coba BPOM akan mendapatkan nomor BPOM dan nomor tersebut tertera pada kemasan produknya.

Metode uji coba untuk keamanan produk yang dilakukan di laboratorium pada umumnya menggunakan hewan sebagai objek uji coba. Metode uji coba terhadap hewan ditentang oleh organisasi Internasional yang memiliki konsentrasi

melindungi hewan dari dampak negatif tindakan laboratorium. Salah satu organisasi Internasional yang menolak metode uji coba terhadap hewan yaitu People For The Ethical Treatment of Animals (PETA). PETA merupakan organisasi hak asasi hewan yang berpusat di Amerika Serikat dan berdiri dari Tahun 1980. Memiliki 1,6 juta anggota dan pendukung. PETA merupakan organisasi Internasional yang melindungi hewan dan memberikan jaminan produk tanpa menggunakan metode uji coba hewan kepada konsumen produk tertentu yang peduli terhadap kehidupan hewan melalui pemberian label Cruelty Free pada produk yang produsennya tidak melakukan uji coba terhadap hewan dan mendaftarkan produknya pada organisasi PETA.

PETA memiliki program Beauty Without Bunnies dengan beberapa logo berdasarkan kategori seperti Animal Test Free, PETA Approved, Cruelty Free dan Cruelty Free and Vegan (Peta.org 2022). Melalui program Beauty Without Bunnies dari organisasi PETA perusahaan yang mendaftar dan melakukan perjanjian pada program tersebut dianggap sebagai produk yang memiliki jaminan Cruelty Free (bebas kekejaman), organisasi ini menggunakan slogan Cruelty Free (bebas kekejaman) untuk menunjukkan perusahaan yang tidak menguji produknya pada hewan (Peta.org 2022). PETA mengatur sebuah perusahaan tidak hanya harus melarang tes hewan tetapi juga menolak untuk menggunakan bahan yang berasal dari hewan, seperti madu, lilin lebah, atau *carmine*, dalam produk-produknya (Peta.org 2022). Logo Cruelty Free menggunakan ikon kelinci berdasarkan pada data hewan kelinci lebih banyak digunakan untuk uji coba produk kosmetik. Melalui proyek konsumen peduli dengan slogan Cruelty Free organisasi PETA bertujuan untuk membujuk perusahaan yang memproduksi kosmetik dan produk rumah tangga agar menghentikan pengujian pada hewan.



Gambar I. 1 Logo Cruelty Free People For The Ethical Treatment of Animals (PETA)
Sumber: <https://crueltyfreeinternational.org/leapingbunny>
(Diakses pada 05/05/2022)

Di Indonesia, logo Cruelty Free pada kemasan produk kosmetik tidak dipahami oleh perempuan pengguna kosmetik sebagai label jaminan produk kecantikan yang tidak melakukan uji coba terhadap hewan dan juga aman digunakan, ketidakfahaman ini dikarenakan sebagian besar produk kosmetik dan perawatan wajah lebih banyak menginformasikan Cruelty Free pada kejahatan uji coba terhadap hewan bukan keamanan produknya. Hal ini yang perlu diperhatikan dan dipahami perempuan Indonesia. Di Indonesia sendiri belum ada lembaga seperti PETA, namun Indonesia memiliki lembaga pengawasan produk, karena tidak semua produsen produk kosmetik dalam negeri maupun luar negeri menggunakan label Cruelty Free pada produk kosmetik atau perawatan kulit yang tidak menggunakan uji coba terhadap hewan. Pengganti dari metode uji coba terhadap hewan sudah dilakukan oleh perusahaan-perusahaan kosmetik, seperti menggunakan kultur sel manusia atau jaringan manusia yang ditumbuhkan di laboratorium. Selain itu, kulit yang sepenuhnya sintesis, seperti *MatTek's EpiDerm*, dapat digunakan untuk menguji reaksi produk kosmetik. Beberapa merek yang telah menggunakan teknik ini antara lain: Avon, Unilever dan Procter & Gamble (Price 2020).

Pemerintah Indonesia melalui BPOM apabila dilihat dari peraturan mengenai DIP (Dokumen Informasi Produk) yaitu peraturan mengenai kriteria keamanan, kemanfaatan, mutu, penandaan, dan klaim dalam Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.03.1.23.12.10.12123 Tahun 210 Tentang Pedoman Dokumen Informasi Produk Dengan Rahmat Tuhan Yang Maha Esa Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia nampaknya belum secara spesifik menetapkan adanya bebas uji coba terhadap hewan, namun dalam pengajuan izin BPOM tertera bahwa produk kosmetik harus

melampirkan hasil uji laboratorium produk yang dari klaim gizi, zat yang diklaim pada label, uji kimia, cemaran mikrobiologi dan cemaran logam. Hasil analisa lab tersebut berlaku selama enam bulan.

Selain permasalahan tersebut, dari media informasi mengenai Cruelty Free yang sudah ada seperti yang sudah disinggung diatas, belum fokus pada informasi pentingnya memperhatikan keberadaan label Cruelty Free pada produk-produk kosmetik. Juga permasalahan-permasalahan bagaimana informasi mengenai Cruelty Free divisualisasikan fokus terhadap perlindungan hewan bukan keamanan produknya.

Female Daily Network sebagai media yang memiliki fokus perhatian terhadap fenomena kosmetik, kesehatan dan kecantikan perempuan, memiliki perhatian terhadap permasalahan perempuan Indonesia yang tidak memahami pentingnya logo Cruelty Free khususnya dari organisasi PETA yang terdapat pada produk kosmetik. Female Daily Network ingin memberikan informasi kepada perempuan di Indonesia terhadap pentingnya logo Cruelty Free pada produk kosmetik, dan meningkatkan kesadaran perempuan terhadap fungsi logo Cruelty Free dari PETA melalui strategi visual yang kreatif dan menarik juga mudah dipahami oleh perempuan Indonesia.

.

I.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang diatas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- Sebagian besar informasi mengenai Cruelty Free lebih menekankan pada kejahatan terhadap hewan yang dijadikan sebagai objek uji coba untuk bahan-bahan kosmetik, bukan pada keamanan produknya walau tanpa menggunakan metode uji coba hewan.
- Media informasi mengenai Cruelty Free yang sudah ada, belum memuat informasi mengenai fungsi logo Cruelty Free pada produk-produk kosmetik.
- Media informasi masih menggunakan visualisasi horor yang memperlihatkan dampak-dampak dari hewan yang dijadikan sebagai objek uji coba

- Belum ada informasi mengenai produk kosmetik yang berlogo Cruelty Free merupakan produk yang aman karena tidak menggunakan metode uji coba hewan apalagi logo untuk Cruelty Free *vegan*.

I.3 Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang sudah diidentifikasi didapatkan rumusan masalah yaitu Bagaimana memberikan informasi mengenai Cruelty Fee pada produk kosmetik dan dengan penekanan pentingnya keberadaan logo Cruelty Free pada produk kosmetik sebagai produk yang aman digunakan terhadap perempuan Indonesia yang dikeluarkan oleh Female Daily Network sebagai *mandatory* dengan strategi Desain Komunikasi Visual?

I.4 Batasan Masalah

Dari apa yang telah didapatkan mengenai uraian kosmetik Cruelty Free di Indonesia memiliki batasan masalah sebagai berikut:

- **Objek Permasalahan**

Media Permasalahan dibatasi pada informasi mengenai Cruelty Free yang belum fokus pada pemahaman mengenai Cruelty Free khususnya yang dikeluarkan oleh organisasi PETA.

- **Waktu Perancangan**

Pelaksanaan pengumpulan informasi data, analisis data yang sudah didapat dan pembuatan media perancangan sebagai solusi dilakukan mulai dari bulan Oktober 2021 sampai bulan Agustus 2022.

- **Lokasi Permasalahan**

Permasalahan yang terjadi terkait informasi Cruelty Free dibatasi pada permasalahan yang terjadi di wilayah Indonesia.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

I.5.1 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat ditentukan tujuan perancangan ini sebagai berikut:

- Membuat informasi mengenai Cruelty Free melalui media yang dapat diakses melalui jaringan internet khususnya media sosial dengan menggunakan strategi kreatif yang sesuai dengan kaidah desain komunikasi visual.
- Membuat informasi bermuatan pengetahuan mengenai Cruelty Free khususnya untuk perempuan dengan penekanan pada pentingnya keberadaan logo Cruelty Free pada produk kosmetik sebagai produk yang aman digunakan.

I.5.2 Manfaat Perancangan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan ini diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

- Manfaat Teoritis
 - a) Perancangan informasi mengenai Cruelty Free diharapkan dapat menambahkan sumbangan ilmu di bidang Desain Komunikasi Visual.
 - b) Perancangan informasi mengenai Cruelty Free diharapkan dapat memperkaya keilmuan Desain Komunikasi Visual.
- Manfaat Praktisi
 - a) Perancangan informasi mengenai Cruelty Free diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi keilmuan bagi akademisi maupun praktisi khususnya di bidang Desain Komunikasi Visual.
 - b) Visualisasi hasil perancangan informasi mengenai Cruelty Free diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan visual bagi akademisi maupun praktisi khususnya di bidang Desain Komunikasi Visual.