

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman kebutuhan manusia semakin bermacam-macam, setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Dalam kehidupan masyarakat modern khususnya wanita sangat mempedulikan segi penampilan, dimana sebagian besar dari mereka berkeinginan untuk selalu tampil cantik. Beberapa tahun belakang ini timbulah trend terbaru yaitu trend penggunaan *skincare* yang bermanfaat untuk perbaikan kulit dari luar (S. Putri, 2022). Penggunaan *skincare* berdasarka survey yang dilakukan *MarkPlus, Inc* dan *ZAP Beauty Index* tahun 2020 menunjukkan data bahwa mayoritas perempuan di dunia memulai konsumsi *skincare* sejak berusia kurang dari 13 tahun (2,1%), kemudian terus meningkat diusia 13 – 18 tahun (31,9%). Survey juga menunjukkan pengguna *skincare* utama adalah konsumen perempuan pada rentang usia 19 – 23 tahun, usia yang masuk pada kategori generasi milenial (Syauki & Amalia Avina, 2020).

Skincare merupakan produk kosmetika yang digunakan untuk melindungi, menutrisi dan meremajakan kulit, baik yang kosmeseutikal (produk kosmetik yang mengandung bahan aktif biologis yang memiliki manfaat terapeutik pada permukaan yang diterapkan)

ataupun yang membutuhkan resep dalam penggunaannya. *Skincare* atau perawatan wajah dapat berupa krim, sabun, lotion ataupun suntikan (Nahai & Miotto, 2022)(Truswell, 2020). Hasil survei yang dilakukan oleh *ZAP Beauty Index* di tahun 2019 kepada 19.889 perempuan Indonesia, hasilnya menunjukkan 76,8% wanita di Indonesia merasa bahwa kesehatan terutama kesehatan pada kulit wajah adalah hal yang paling berharga untuk dimiliki sehingga memutuskan untuk menggunakan produk *skincare* (Andriani & Setiawan, 2020).

Anggapan yang keliru telah banyak ditemukan terkait dengan kondisi kulit yang cantik dan sehat harus cerah atau putih, sehingga para wanita berlomba-lomba menggunakan *skincare* berupa krim pencerah yang menjanjikan hasil demikian tanpa mengetahui faktor resiko yang akan dihadapi (Bazaruddin, Zahroh Shaluhayah, 2019). Padahal sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur`an Surah Al-Waqiah ayat 35-38.

إِنَّا أَنْشَأْنَاهُنَّ إِنْشَاءً (35)

فَجَعَلْنَاهُنَّ أَبْكَارًا (36)

عُرُبًا أَتْرَابًا (37)

لِأَصْحَابِ الْيَمِينِ (38)

Artinya, : “*sesungguhnya Kami telah menciptakan wanita-wanita surga secara langsung, lalu Kami jadikan mereka perawan-perawan, yang penuh cinta dan sebaya umurnya, untuk golongan kanan,*” [Q.S Al-Waqiah 35-38].

Krim pencerah atau krim pemutih umumnya banyak digunakan sebagai produk *skincare* untuk mencerahkan atau memutihkan kulit (Mohammed et al., 2017). Pencerahan kulit adalah penggunaan agen kimia untuk mencerahkan kulit atau memutihkan kulit. Produk krim pencerah biasanya mengandung hidroquinon, merkuri dan timbal yang berbahaya bagi kesehatan (Osei et al., 2018) (Al-Sarraf et al., 2021). Penelitian sebelumnya memperoleh bahwa terdapat produk krim pemutih yang umum diperoleh di toko kosmetik yang melebihi ambang batas penggunaan komposisi kandungan logam berat yang diizinkan oleh WHO dan USFDA, sehingga berbahaya bagi kesehatan manusia (Alqadami et al., 2017).

Penelitian terdahulu, melakukan evaluasi kandungan merkuri dan arsenic pada 15 krim pencerah yang umum digunakan di daerah Trinidad dan Tobago, Karibia. Telah ditemukan bahwa penggunaan skin care berbahaya berupa krim pencerah yang mengandung merkuri dan arsenic di wilayah Karibia sangat tinggi, bukan hanya digunakan oleh perempuan tetapi juga laki-laki dan masih diperjualbelikan secara bebas (Mohammed et al., 2017). Paparan produk perawatan kulit yang sampai masuk ke dalam tubuh dapat menyebabkan kanker prostat, infeksi vagina hingga kanker ovarium jika dibiarkan terus-menerus. Pemakaian merkuri dalam krim pemutih dapat menimbulkan berbagai hal mulai dari perubahan kulit yang akhirnya dapat menyebabkan bintik hitam pada kulit serta iritasi, kerusakan permanen pada susunan

syaraf otak, ginjal, dan gangguan perkembangan janin, dalam jangka waktu yang pendek merkuri dengan dosis tinggi dapat menyebabkan muntah-muntah, dan diare (Yusuf et al., 2019)

Pemerintah Indonesia telah membentuk sebuah badan yang diberikan tugas tertentu dalam hal pengawasan terhadap obat dan makanan yang disebut dengan Badan Pengawas Obat dan Makanan yang disingkat dengan BPOM. Badan inilah yang kemudian berkoordinasi dengan Menteri Kesehatan dan Menteri Kesejahteraan sosial yang diserahkan tugas pengawasan peredaran obat dan makanan di Indonesia dan dibentuk dimasing-masing Provinsi di seluruh Indonesia (Ni'mah, 2021).

Data BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) tahun 2022 mengemukakan penemuan *skincare* ilegal dan mengandung bahan berbahaya di Pulau Jawa sebanyak 595 kemasan, terdiri dari *skincare* tanpa izin edar (TIE) sebanyak 504 kemasan (84,70%), kosmetika kedaluwarsa sebanyak 64 kemasan (10,76 %), dan temuan obat keras sebanyak 27 kemasan (4,54 %). Data dari Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan (BBPOM) 2022 Makassar mengemukakan produk kosmetika mendominasi pelanggaran di wilayah kerja BBPOM Makassar pada triwulan I 2022, ditemukan 724 jenis kosmetika tanpa izin edar dan memiliki kandungan berbahaya (BPOM, 2022).

Faktanya, salah satu persyaratan produk *skincare* resmi untuk diedarkan di pasar harus dilakukan uji lab dan mendapat izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan Indonesia, BPOM bertugas untuk memastikan keamanan suatu produk sebelum digunakan oleh konsumen. Konsumennya masih banyak membeli produk *skincare* yang tidak resmi ini, sehingga menandakan bahwa konsumen tidak menyadari keamanan penggunaan produk *skincare* tidak resmi (Olivia, 2021).

Selain pada orang dewasa, penggunaan *skincare* sudah harus dimulai pada usia remaja, agar menjaga kondisi kulit agar terlihat cantik dan sehat. Akan tetapi cantik sering kali disalah artikan oleh remaja berupa kulit putih dan bercahaya, sehingga para remaja berlomba-lomba menggunakan *skincare* berupa krim pencerah yang menjanjikan hasil demikian tanpa mengetahui faktor resiko yang akan dihadapi. Perilaku tersebut tak lepas dari minimnya pengetahuan remaja putri terhadap efek, bahan-bahan yang terkandung dalam produk kosmetik, dan pengetahuan terkait penggunaan produk kosmetik yang aman membuat remaja putri menggunakannya produk kosmetik perawatan kulit ilegal (Bazaruddin, Zahroh Shaluhayah, 2019).

Kondisi ini semakin parah jika produk kosmetik yang dibeli remaja menggunakan tulisan yang bahasanya sulit mengerti sehingga remaja tidak mengetahui manfaat dan efek dari kosmetik perawatan

kulit tersebut produk. Pengetahuan remaja putri biasanya hanya diperoleh melalui hasil ulasan melalui media social terkait produk yang akan dibeli dan informasi dari orang terdek dengan mereka. Selain itu, remaja beranggapan bahwa penggunaan bahan berbahaya dalam kosmetik tidak akan menimbulkan dampak serius jika penggunaannya sesuai dengan dosis atau dalam jumlah kecil (Bazaruddin, Zahroh Shaluhiah, 2019).

Keinginan agar terlihat cantik dengan kulit putih membuat kalangan remaja mencari *skincare* yang memutihkan namun dengan harga yang dapat dijangkau. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa harga kosmetik perawatan kulit ilegal yang murah dan sangat terjangkau bisa dengan mudah dibeli oleh masyarakat khususnya remaja putri yang mulai beranjak dewasa. Kondisi ini sejalan dengan hasil tanggapan 57,2 persen responden remaja putri menjawab bahwa harga kosmetik perawatan kulit yang digunakan sangat terjangkau sehingga sesuai dengan daya beli responden. Tunjangan rata-rata untuk remaja putri di nganjuk kurang dari 15 ribu per hari sedangkan harga kosmetik perawatan kulit yang beredar adalah 20.000 per krim (Bazaruddin, Zahroh Shaluhiah, 2019).

Factor yang paling memotivasi penggunaan *skincare* pada remaja putri adalah teman sebaya. Penelitian yang dilakukan di Arab memperoleh hasil siswi SMA di Arab menggunakan krim pencerah

atau pemutih karena dipengaruhi oleh faktor lingkungan. Sebanyak 410 siswa dengan usia rata-rata 17,6 tahun, berpartisipasi dalam penelitian ini. Sementara 71,5% siswa menunjukkan bahwa mereka telah didekati oleh kerabat dan teman untuk menggunakan krim pencerah atau pemutih dan 65,6% mengaku benar-benar menggunakannya (Osei et al., 2018).

Akses jarak yang lebih mudah dijangkau oleh remaja putri dengan toko *skincare* mempengaruhi daya beli mereka. Berdasarkan penelitian sebelumnya, di dalam studinya 53,1% remaja putri membeli kosmetik perawatan kulit melalui online atau pasar disekitar tempat tinggal mereka. Jarak yang jauh dari tempat tinggal dengan kota besar membuat mereka mencari alternative lain untuk mendapatkan produk *skincare* (Bazaruddin, Zahroh Shaluhayah, 2019).

Promosi produk *skincare* melalui berbagai media khususnya media social menimbulkan pengaruh dalam memperkenalkan produk baru pada kalangan remaja putri yang hampir semua memiliki media social. Melalui paparan iklan di media social dengan efek cerah secara istan yang sering ditemui oleh remaja putri mengakibatkan rasa penasaran dan keinginan untuk memiliki produk tersebut meningkat. Beberapa media sosial paling populer, dengan lebih dari 100 juta pengguna terdaftar, termasuk Facebook, TikTok, WeChat, dan Instagram kerap kali menjadi sarana mengiklankan produk *skincare* yang dibantu dengan influencer yang membantu menentukan

spesifikasi dan juga memberikan informasi terkait hasil penggunaan produk *skincare* secara langsung (Chantya, 2022).

Perilaku konsumtif akan kebutuhan *skincare* dan trend penggunaan *skincare* yang kian merebak kian mempengaruhi para remaja. Sama halnya dengan remaja putri di Kabupaten Bone yang berlomba-lomba untuk tampil cantik dengan kulit putih, tak terkecuali remaja putri di Kecamatan Awangpone. Berdasarkan data awal di SMP Negeri 1 Awangpone, didapatkan bahwa beberapa remaja putri yang awalnya tidak pernah menggunakan *skincare* sebelumnya tetapi karena teman sekelas dan teman dekatnya banyak yang menggunakan sehingga mereka tertarik menggunakan *skincare*. Selain itu ada juga beberapa remaja putri yang awalnya menggunakan *skincare* yang memiliki izin edar BPOM akan tetapi karena melihat teman sekitarnya yang memiliki wajah putih mulus dengan *skincare* illegal dan harga yang terjangkau sehingga mereka memutuskan menggunakan produk yang sama. Mereka juga cenderung melihat krim yang digunakan oleh orang tua mereka di rumah sehingga merasa tertarik untuk juga ikut menggunakannya. Hal tersebut juga dipengaruhi dengan kurangnya pengetahuan terkait mana saja *skincare* yang aman untuk digunakan sesuai usia. Mereka hanya ingin melihat hasil yang instan dari produk *skincare* yang digunakan untuk menjadikan kulit wajah mereka putih dengan harga terjangkau dan akses untuk mendapatkan produk tersebut mudah tanpa mengetahui

kandungan apa saja yang ada didalamnya dan efek jangka panjang pada kesehatan kulit yang dapat ditimbulkan. Berdasarkan hasil pengamatan tersebut sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor yang Berhubungan dengan Pemilihan *Skincare* BPOM dan Non BPOM pada Remaja Putri di SMP Negeri 1 Awangpone”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah ada hubungan pengetahuan dengan pemilihan *skincare* BPOM dan non BPOM pada remaja putri di SMP Negeri 1 Awangpone tahun 2023?
2. Apakah ada hubungan keterjangkauan harga dengan pemilihan *skincare* BPOM dan non BPOM pada remaja putri di SMP Negeri 1 Awangpone tahun 2023?
3. Apakah ada hubungan teman sebaya dengan pemilihan *skincare* BPOM dan non BPOM pada remaja putri di SMP Negeri 1 Awangpone tahun 2023?
4. Apakah ada hubungan keterjangkauan jarak dengan pemilihan *skincare* BPOM dan non BPOM pada remaja putri di SMP Negeri 1 Awangpone tahun 2023?

5. Apakah ada hubungan media dengan pemilihan *skincare* BPOM dan non BPOM pada remaja putri di SMP Negeri 1 Awangpone tahun 2023?
6. Variabel apakah yang paling berhubungan dengan perilaku pemilihan *skincare* BPOM dan non BPOM pada remaja putri di SMP Negeri 1 Awangpone tahun 2023?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui faktor yang berhubungan dengan pemilihan *skincare* BPOM dan non BPOM pada remaja putri SMP Negeri 1 Awangpone tahun 2023.

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui hubungan pengetahuan dengan pemilihan *skincare* BPOM dan non BPOM pada remaja putri di SMP Negeri 1 Awangpone tahun 2023.
- b. Untuk mengetahui hubungan keterjangkauan harga dengan pemilihan *skincare* BPOM dan non BPOM pada remaja putri di SMP Negeri 1 Awangpone tahun 2023.
- c. Untuk mengetahui hubungan teman sebaya dengan pemilihan *skincare* BPOM dan non BPOM pada remaja putri di SMP Negeri 1 Awangpone tahun 2023.

- d. Untuk mengetahui hubungan keterjangkauan jarak dengan pemilihan *skincare* BPOM dan non BPOM pada remaja putri di SMP Negeri 1 Awangpone tahun 2023.
- e. Untuk mengetahui hubungan media dengan pemilihan *skincare* BPOM dan non BPOM pada remaja putri di SMP Negeri 1 Awangpone tahun 2023.
- f. Untuk mengetahui variabel yang paling berhubungan dengan perilaku pemilihan *skincare* BPOM dan non BPOM pada remaja putri di SMP Negeri 1 Awangpone tahun 2023.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis tentang perilaku pemilihan *skincare* BPOM dan non BPOM serta dampaknya, baik dampak non-psikologis maupun dampak psikologis, dan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan pada penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada siswi SMP agar lebih berhati-hati dalam memilih dan menggunakan *skincare*.

3. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi terkait perilaku peilihan *skincare* yang aman digunakan dan *skincare* bermerkuri yang berbahaya bagi kesehatan agar terhindar dari kerusakan kulit ataupun masalah kesehatan lainnya.