

ORIGINAL ARTICLE

Pengetahuan dan Perilaku terkait Penggunaan Produk Pemutih Kulit pada Remaja Putri di Indonesia

Athallah Syauqi Zumarthana¹, Ni Kadek Dita Oktaviani¹, Viola Puspa Imelda¹, Marsya Aretha Putri¹, Yaasmiin Kartikasari¹, Pepi Febrilia Sari¹, Talitha Elysia Candraningsih¹, Najmi Amrina Rasyada¹, Mochammad Hakim Ozora¹, Dihan Isro' Idayati¹, Thea Tifara Aisha Kurniawan¹, Ana Yuda^{2*}

¹Mahasiswa Program Studi Sarjana Farmasi, Fakultas Farmasi, Universitas Airlangga

²Departemen Farmasi Praktis, Fakultas Farmasi, Universitas Airlangga

Gedung Nanizar Zaman Joenoes Kampus C, Jl. Ir. Soekarno, Surabaya, 60115, Indonesia

*E-mail: ana-y@ff.unair.ac.id

<https://orcid.org/0009-0004-4252-3106> (A. Yuda)

ABSTRAK

Remaja diketahui mengalami perubahan fisik dan mental yang mendorong mereka untuk merawat diri dan menutupi kekurangan fisiknya, salah satunya dengan menggunakan produk pemutih kulit. Namun, masih terdapat produk pemutih ilegal yang beredar serta mengandung bahan berbahaya seperti merkuri, hidrokuinon, dan asam retinoat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengetahuan, dan perilaku penggunaan produk pemutih kulit pada remaja putri di Indonesia. Penelitian ini didesain sebagai penelitian observasional dan *cross-sectional* dengan teknik *accidental sampling*. Penelitian dilaksanakan dengan metode survei *online* menggunakan *Google Form*. Responden dalam penelitian adalah remaja putri berusia 17–24 tahun dan tidak memiliki latar belakang pendidikan kesehatan. Dari sebanyak 362 responden berpartisipasi pada survei ini, hampir separuh responden (44%) memiliki persepsi bahwa kulit yang putih terlihat lebih cantik dan sehat. Tingkat pengetahuan mayoritas responden tentang produk pemutih tergolong tinggi (93,6%). Lebih dari 60% responden berperilaku baik dengan tidak pernah dan sangat jarang membeli produk pemutih yang berefek instan serta terbiasa memeriksa legalitas produk di *website* BPOM. Meski begitu, beberapa responden tidak mengetahui regulasi BPOM tentang bahan penyusun pemutih berbahaya beserta efek sampingnya. Selain itu, sekitar 40% responden mendapatkan informasi dari media sosial maupun membeli produk pemutih di toko *online*. Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan, dan perilaku terkait produk pemutih kulit dari remaja putri Indonesia masih perlu ditingkatkan sehingga edukasi khususnya terkait bahan berbahaya dalam produk pemutih perlu dilakukan.

Kata Kunci: Kesehatan Masyarakat, Pemutih Kulit, Pengetahuan, Perilaku.

ABSTRACT

Teenagers are known to experience physical and mental changes which motivate them to take care of themselves and hide their physical insecurities, one of which is by using skin-whitening products. However, there are illegally circulated skin-whitening products which contain harmful ingredients such as mercury, hydroquinone, and retinoic acid. The purpose of this study was to identify knowledge and behaviors associated with skin-whitening product use in female Indonesian teenagers. The study was designed as an observational, cross-sectional study with an accidental sampling technique. The survey was conducted using a Google Form survey. Respondents in this study were female teenagers aged 17–24 years and did not have health related educational background. From 362 respondents who participated in the survey almost half of them have perception that fair skin looks more beautiful and healthier. Majority of respondents (93.6%) had high level of knowledge. More than 60% of respondents had favorable behavior by never and rarely buying skin-whitening products which promise instant effects or inclined to check the legality of products with the help of Indonesian FDA website. However, some respondents did not have sufficient knowledge regarding Indonesian FDA's regulation of harmful ingredients used in skin-whitening products and their side effects. Additionally, roughly 40% of respondents receive information concerning skin-whitening products from social media or purchase them from online markets. From this study, it could be concluded that knowledge and behavior of female teenagers in Indonesia associated with skin-whitening product use still can be improved especially regarding product containing harmful substances and the dangerous effects. Therefore, education with regard to this topic was still very much needed.

Keywords: Public Health, Skin Whitening, Knowledge, Behavior.

PENDAHULUAN

Remaja adalah fase dalam kehidupan manusia yang terletak di antara anak-anak dan dewasa (Sawyer et al., 2018). Umumnya, masa remaja dikelompokkan menjadi tiga tahap, yaitu remaja awal (10–13 tahun), remaja tengah (14–17 tahun), dan remaja akhir (18–21 tahun) (Steinberg, 2013). Individu pada rentang usia tersebut, baik remaja putra maupun putri, mengalami perubahan fisik dan mental yang signifikan. Berubahnya kerangka dan proporsi tubuh serta matangnya fungsi seksual terjadi pesat, terutama pada remaja awal. Di saat yang sama, perhatian terhadap citra tubuh diamati pada remaja, yang didorong oleh rasa ketertarikan dengan lawan jenis dan rasa untuk disukai serta diterima oleh kawan sebaya (konformitas). Akibatnya, mereka kerap merasa cemas atau tertekan jika ada yang kurang dari penampilannya dan akan berusaha untuk menutupi kekurangan tersebut dengan berbagai cara (Diananda, 2019). Di sisi lain, salah satu standar kecantikan yang dianut masyarakat Indonesia adalah kulit putih. Survei yang diadakan oleh MarkPlus, Inc. & ZAP Clinic (2021) menemukan bahwa 73,6% perempuan Indonesia mendefinisikan perempuan cantik sebagai perempuan yang memiliki kulit putih, bersih, dan cerah.

Konstruksi kulit putih sebagai salah satu kriteria kecantikan ideal di Indonesia adalah hasil dari masuknya budaya populer dari negara-negara Asia Timur, seperti Korea Selatan, Jepang, dan Cina. Hal ini tercermin dari perubahan wacana iklan produk perawatan kulit (*skin care*) antara dekade 1990–2000 dan 2001–sekarang (Puspitasari and Suryadi, 2020). Iklan yang tayang pada awal 1990-an mempromosikan produk yang masih berorientasi pada kenyataan bahwa kulit wanita Indonesia berwarna kecoklatan. Namun, sejak milenium baru, film, drama, dan musik asal Jepang dan Korea Selatan banyak diminati khalayak. Aktris dan idol yang membintangi drama dan grup musik tersebut umumnya memiliki kulit putih dan cerah (Mutmainah, 2021). Alhasil, iklan kosmetik pada era tersebut pun mulai menekankan pada kulit putih sebagai standar kecantikan ideal bagi wanita Asia Tenggara (Arsitowati, 2018). Persepsi tersebut mendorong wanita Indonesia menghabiskan sumber daya yang dimiliki untuk membeli berbagai produk kecantikan (Sari, 2016).

Berdasarkan survei yang diadakan oleh Rapyd.net (2020), sebanyak 62% responden Indonesia telah membeli produk kecantikan, kosmetik, dan produk kesehatan secara daring pada tiga bulan terakhir. Kebutuhan tersebut menempati posisi kedua teratas setelah kategori pakaian, sepatu, dan aksesoris. Dengan konsumsi yang tinggi, maka tidak mengejutkan apabila frekuensi penggunaan produk pemutih oleh tiap individu juga tinggi. Peltzer and Pengpid (2017) mendapati bahwa sebanyak 30,7% mahasiswa Indonesia menggunakan pemutih setidaknya sekali, sedangkan 9,1% responden menggunakan pemutih setidaknya sepuluh kali dalam jangka setahun. Dari keseluruhan responden, perempuan lebih banyak

menggunakan pemutih daripada laki-laki (Peltzer and Pengpid, 2017).

Produk pemutih kulit, baik dalam bentuk losion, krim, serum, sabun, dan *scrub*, dapat diklasifikasikan sebagai produk perawatan diri (*personal care*) karena tingginya minat dan penggunaan masyarakat terhadap produk tersebut. Produk perawatan diri adalah produk yang bertujuan sebagai perawatan diri konsumen dari segi kebersihan diri maupun estetika sehingga digunakan secara rutin (Azmi, 2019). Industri kosmetik pun tidak kalah saing dalam memasarkan pemutih sebagai bagian esensial dari perawatan kulit. Pemasaran produk pemutih kulit tersebut terbukti berhasil di Asia-Pasifik, dibuktikan oleh jumlah konsumen dari wilayah tersebut berkontribusi hingga 56,4% dari pasar dunia (Liu, 2018). Namun, masuknya produk pemutih secara masif ke pasar Indonesia menghadirkan isu legalitas dan keamanan. Sepanjang 2018, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menemukan produk kosmetik ilegal dan/atau mengandung bahan berbahaya yang setara dengan 112 miliar rupiah. Kosmetik ilegal yang ditemukan tersebut didominasi oleh produk yang mengandung merkuri, hidrokuinon, dan asam retinoat (BPOM, 2018).

Maraknya produk pemutih kulit yang tidak aman mendorong perlunya identifikasi pengetahuan, dan penggunaan produk pemutih kulit pada kelompok yang paling rentan menggunakan pemutih maupun produk perawatan diri lain yaitu remaja putri. Hasil dari penelitian akan digunakan untuk menyusun program edukasi tentang bahaya penggunaan produk pemutih pada remaja putri serta pemilihan produk pemutih yang aman.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian

Penelitian ini menggunakan metode observasional dengan desain *cross-sectional*. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah *non-probability sampling*. Secara spesifik, metode sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan tautan *Google Form*[®] melalui media sosial yang meliputi Instagram, Twitter, dan WhatsApp. Pengambilan data dilaksanakan selama delapan hari pada 13–20 September 2022.

Populasi dan sampel penelitian

Populasi penelitian ini mencakup seluruh remaja putri di Indonesia. Kriteria responden penelitian adalah sebagai berikut: (1) remaja putri berusia 17–24 tahun yang dipastikan dengan pertanyaan tahun kelahiran di kuesioner; (2) tidak sedang/pernah menempuh pendidikan rumpun ilmu kesehatan di tingkat menengah (Sekolah Menengah Kejuruan/Madrasah Aliyah Kejuruan) maupun tinggi (Diploma/Sarjana); dan (3) bersedia menjadi responden penelitian yang dibuktikan dengan pengisian *informed consent*.

Batas bawah usia inklusi 17 tahun dipilih karena remaja pada usia tersebut dikategorikan sebagai dewasa politik (memiliki hak pilih dalam pemilu) oleh negara

sehingga dianggap mampu bertanggung jawab terhadap pilihannya. Sementara itu, usia 24 tahun dipahami secara internasional sebagai batas usia atas untuk klasifikasi pemuda (*youth*). United Nations (2013) mengartikan pemuda sebagai periode transisi dari masa anak-anak yang masih bergantung pada orang tua ke masa dewasa yang independen. Definisi ini merupakan analog dari arti remaja oleh Sawyer *et al.* (2018).

Eksklusi siswa dan mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di rumpun ilmu kesehatan bertujuan meminimalisasi bias terhadap hasil survei akibat pengetahuan dan keterampilan seputar kesehatan yang diperoleh melalui pendidikan formal. Adapun rumpun ilmu kesehatan di penelitian ini meliputi 12 kelompok tenaga kesehatan menurut Undang-Undang No. 36 Tahun 2014 Pasal 11 Ayat 1.

Variabel penelitian

Variabel yang diteliti adalah demografi responden, pengetahuan, dan perilaku penggunaan produk pemutih kulit. Terdapat data tambahan yaitu tentang pendapat atau persepsi responden mengenai kulit yang cerah (putih). Data demografi terdiri dari usia, pekerjaan, asal provinsi, dan pengalaman pernah atau tidak dalam menggunakan produk pemutih. Data tentang pendapat/persepsi mengenai kulit yang cerah (putih) terdiri dari tujuh pernyataan yang menggambarkan berbagai pendapat umum tentang kulit putih. Untuk variabel ini, responden dapat memilih lebih dari satu opsi. Variabel pengetahuan terdiri dari 20 pernyataan dengan perincian pernyataan *favorable* berjumlah 13 dan pernyataan *unfavorable* sebanyak 7. Sementara itu, variabel perilaku terdiri dari sembilan pertanyaan dan hanya diisi oleh responden yang pernah atau sedang memakai produk pemutih kulit.

Instrumen survei

Instrumen penelitian adalah kuesioner daring yang disusun dengan *platform Google Form*[®]. Instrumen terdiri dari tiga bagian, yaitu penjelasan penelitian, *informed consent*, dan daftar pertanyaan. Penjelasan penelitian berisi identitas dan kontak peneliti, judul dan tujuan penelitian, kriteria responden, dan jaminan kerahasiaan serta hak responden dalam penelitian. Sementara itu, *informed consent* meliputi pernyataan kesediaan untuk terlibat dalam penelitian dan menyelesaikan kuesioner. Pernyataan kesediaan berada pada bagian bawah penjelasan penelitian. Calon responden dapat memilih “Bersedia” agar dapat mengisi kuesioner atau “Tidak bersedia” untuk menuju halaman akhir survei.

Uji validitas

Uji validitas survei penelitian yang dilakukan meliputi validasi isi dan rupa. Validitas isi menunjukkan sejauh mana pertanyaan, tugas, atau butir dalam suatu instrumen mampu mewakili secara keseluruhan dan proporsional perilaku sampel yang dikenai tes tersebut (Matondang, 2009). Setiap butir pernyataan dalam kuesioner disusun berdasarkan acuan dari pustaka yang relevan dan dimodifikasi sesuai tujuan penelitian. Pernyataan pendapat/persepsi tentang kulit yang putih

disadur dari publikasi oleh Dlova *et al.* (2013), pernyataan pengetahuan merupakan modifikasi dari publikasi oleh Fadhila *et al.* (2020), sedangkan pertanyaan perilaku diadaptasi dari Amodu *et al.* (2018).

Uji validitas rupa menunjukkan efektivitas dari suatu alat untuk mengukur suatu gejala (Rianse dan Abdi, 2009). Pada validasi rupa, yang dinilai adalah tampilan/rupa dari kuesioner serta kejelasan kata-kata dan instruksi yang digunakan. Pada penelitian ini, uji validitas rupa dilakukan dengan melakukan uji coba pada individu yang memenuhi kriteria inklusi responden. Uji validitas juga digunakan untuk mengukur rata-rata durasi pengisian kuesioner oleh responden.

Analisis data

Data penelitian ini diolah secara deskriptif dan ditampilkan dalam bentuk frekuensi dan persentase. Pada variabel pengetahuan, jika responden memilih opsi ‘benar’ di pernyataan *favorable* maka jawaban responden dinilai tepat dan diberi skor 1. Sementara itu, apabila responden menjawab memilih opsi ‘benar’ di pernyataan *unfavorable* maka jawaban responden dinilai tidak tepat dan diberi skor 0. Pengetahuan responden kemudian dikategorikan ‘rendah’ jika memiliki skor kumulatif 0–7, ‘sedang’ jika skor sebesar 8–14, dan tinggi jika skor mencapai 15–20.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 362 orang. Sebagian besar responden berada pada rentang usia 17–21 tahun, dengan jumlah terbanyak pada usia 20 tahun, yaitu 122 orang (33,7%). Dari total responden, 64 orang (17,68%) pernah atau sedang menggunakan pemutih. Status pekerjaan mayoritas responden adalah mahasiswa, yaitu sebesar 274 orang (75,69%). Responden tersebar di 19 provinsi, dengan mayoritas berasal dari Jawa Timur (71,3%). Demografi responden tercantum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Demografi Responden (n=362)

Kategori	Sub Kategori	n (%)
Usia	17 Tahun	46 (12,7)
	18 Tahun	43 (11,9)
	19 Tahun	56 (15,5)
	20 Tahun	122 (33,7)
	21 Tahun	67 (18,5)
	22 Tahun	14 (3,9)
	23 Tahun	7 (1,9)
Pekerjaan	Pelajar	57 (15,8)
	Mahasiswa	274 (75,7)
	Karyawan	16 (4,4)
	Wiraswasta	3 (0,8)
	Mengurus rumah tangga dan belum bekerja	12 (3,3)
Provinsi asal	Jawa Timur	258 (71,3)
	Jawa Barat	25 (6,9)
	Jawa Tengah	14 (3,9)
	DKI Jakarta	13 (3,6)
	Lampung	12 (3,3)
	Lainnya	40 (11,0)
Sedang/pernah menggunakan pemutih		64 (17,7)

Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 158 responden (43,6%) memiliki persepsi bahwa kulit yang putih akan terlihat lebih cantik dan sehat, sedangkan 90 responden (24,9%) setuju bahwa kulit putih dapat meningkatkan kepercayaan diri. Tabel 2 memuat pendapat/persepsi responden terhadap kulit yang putih.

Tabel 2. Pendapat/Persepsi tentang Kulit yang Putih (n=362)

Pernyataan	n (%)
Kulit putih terlihat lebih cantik dan sehat	158 (43,6)
Kulit putih meningkatkan kepercayaan diri	90 (24,9)
Kulit putih menyiratkan bahwa pemiliknya tergolong dalam kelas sosial yang tinggi	12 (3,3)
Kulit putih membantu mendapatkan pekerjaan yang lebih baik	5 (1,4)
Kulit putih meningkatkan peluang untuk menikah	1 (0,3)
Pria menganggap wanita dengan kulit putih lebih cantik	38 (10,5)
Tidak memiliki persepsi apapun	58 (16,0)

Menurut Robinson (2011), pemahaman terhadap persepsi yang cenderung menyukai kulit yang putih atau cerah diperlukan untuk mengerti motivasi yang melatarbelakangi praktik penggunaan produk pemutih kulit oleh responden. Penelitian yang dilakukan oleh Rusmadi, *et al.* (2015) menunjukkan bahwa persepsi paling umum yang dimiliki oleh mahasiswi berumur 20–30 tahun di Malaysia adalah kulit putih meningkatkan kepercayaan diri (53,8%) dan kulit putih terlihat lebih cantik dan sehat (51,9%).

Pendapat/persepsi bahwa kulit putih berkaitan dengan karakteristik positif seperti cantik, sehat, dan percaya diri yang dimiliki oleh responden dari Asia Tenggara menggambarkan efek kolonialisme. Hampir seluruh negara di Asia Tenggara pernah dijajah oleh bangsa Barat. Kolonialisme Barat yang dilegitimasi oleh ideologi supremasi bangsa kulit putih (*white supremacy*) mendominasi cara pandang masyarakat terhadap dunia, salah satunya adalah persepsi bahwa mereka yang berkulit putih lebih superior dan dapat diterima secara sosial (Oktaviani, 2022 dan Largis, 2014). Hal ini diperparah dengan pembagian kelas sosial oleh bangsa Barat yang mengklasifikasikan manusia kulit putih sebagai pihak yang lebih unggul. Akibatnya, rasa ingin meniru (mimikri) karakteristik para penjajah yang termasuk ras kulit putih ditemui pada negara-negara bekas jajahan seperti India (Wardhani, *et al.*, 2017).

Persepsi kulit putih sebagai standar kecantikan masyarakat Indonesia dan negara Asia Tenggara secara umum kembali diteguhkan dengan adanya gelombang penayangan serial drama Korea di televisi swasta Indonesia yang marak pada tahun 2000-an. Tidak hanya serial drama, musik Korea (*Korean Pop*) yang dibintangi oleh penyanyi dengan kulit yang putih menjadi salah satu daya tarik bagi masyarakat Indonesia. Korea Selatan terbukti sukses menarik perhatian masyarakat Indonesia, terlebih kaum wanita, untuk mengikuti budaya populer yang mereka miliki.

Akibatnya, model pakaian, gaya rambut, aksesoris, hingga pola hidup para artis Korea banyak ditiru oleh remaja Indonesia (Arsitowati, 2018). Hal ini dimungkinkan memengaruhi persepsi remaja putri Indonesia terkait wajah dan kulit yang putih. Puspitasari and Suryadi (2020) menyebut fenomena ini sebagai *easternization*, yaitu proses meniru gaya hidup masyarakat dari negara-negara Asia Timur, seperti Korea Selatan, Jepang, dan Cina.

Pengetahuan responden tentang produk pemutih dijelaskan pada Tabel 3. Pada sub bagian pengetahuan umum tentang produk pemutih, lebih dari 84% responden sudah menjawab 7 pertanyaan dengan tepat. Hal ini dapat menunjukkan bahwa sebagian besar responden sudah memahami regulasi BPOM tentang produk pemutih kulit sehingga tingkat kesadaran responden terhadap keamanan produk pemutih tinggi. Namun, masih ada jawaban responden tidak tepat pada beberapa pertanyaan kritis. Salah satunya, 7,2% responden tidak mengetahui adanya *website* resmi dari BPOM untuk memastikan keamanan produk pemutih kulit. Padahal, terdapat kemungkinan bahwa produk yang digunakan tidak terdaftar di BPOM sehingga tidak terjamin keamanannya.

Selain itu, 5,8% responden menganggap bahwa produk pemutih yang baik adalah produk yang memiliki efek instan. Efek produk pemutih kulit yang instan dapat dikaitkan dengan penggunaan bahan kimia berbahaya seperti merkuri. Merkuri diketahui menghambat produksi melanin dan digunakan sebagai bahan aktif krim pemutih kulit karena murah dan menghasilkan efek cepat (Abbas & Sakakibara, 2019).

Pada sub bagian pengetahuan responden terkait bahan kimia yang digunakan dalam produk pemutih, mayoritas responden (79,0%) belum mengetahui jika asam retinoat dapat menyebabkan hiperpigmentasi. Asam retinoat dapat menimbulkan risiko berbahaya lainnya, di antaranya menimbulkan peradangan pada kulit seperti rasa terbakar, menyengat, kemerahan, eritema, dan pengerasan kulit. Potensi karsinogenik asam retinoat juga diamati pada hewan coba mencit (Boudreau, 2010).

Sebanyak 38,1% responden mengira bahwa merkuri masih bisa digunakan dalam produk pemutih kulit. Pada awalnya, krim yang mengandung merkuri memang memberikan hasil instan berupa kulit yang tampak putih dan sehat. Namun seiring berjalannya waktu, kulit dapat mengalami hiperpigmentasi dan menyebabkan jerawat parah. Selain itu, pemakaian merkuri jangka panjang dapat mengakibatkan kanker kulit, kanker payudara, kanker leher rahim, kanker paru-paru, dan berbagai jenis kanker lainnya (Retno, 2014).

Sementara itu, hidrokuinon dalam pemutih dapat menyebabkan efek samping berupa iritasi, kulit menjadi merah (eritema) dan rasa terbakar (BPOM, 2015). Namun, terdapat 24,3% responden mengira bahwa hidrokuinon bebas digunakan dalam produk pemutih.

Menurut BPOM, terdapat sejumlah produk pemutih yang mengandung bahan berbahaya seperti merkuri dan hidrokuinon di luar izin BPOM. Selama tahun 2018, BPOM menemukan 112 miliar rupiah kosmetik ilegal dan/atau mengandung bahan

dilarang/bahan berbahaya. Kosmetik ilegal yang ditemukan tersebut didominasi oleh produk kosmetik yang mengandung merkuri, hidrokuinon, dan asam retinoat. Oleh karena itu, BPOM menerbitkan *public warning* yang melampirkan 113 produk kosmetik yang berbahaya (BPOM, 2018).

Pada penelitian ini, sebagian besar responden memiliki pengetahuan tinggi tentang produk pemutih yang ditunjukkan dengan 340 responden (93,6%) menjawab tepat lebih dari 14 soal dari 20 soal yang diberikan. Temuan ini dapat dipengaruhi oleh fakta bahwa mayoritas responden adalah mahasiswi yang berasal dari pulau Jawa. Mudahnya akses terhadap internet dan sumber informasi lain dari pulau Jawa ditambah umur dan pekerjaan responden sebagai generasi Z dan mahasiswi menyebabkan responden tidak lagi asing untuk mengedukasi diri terkait produk pemutih dan konsekuensi penggunaannya melalui internet atau sumber lain. Namun, temuan ini memiliki kelemahan karena tidak adanya opsi "Tidak tahu" di setiap pertanyaan sehingga terdapat kemungkinan responden menjawab tepat secara kebetulan.

Responden yang pernah atau sedang menggunakan pemutih sejumlah orang diminta mengisi kuesioner tentang perilaku penggunaan pemutih kulit. Perilaku responden terkait produk pemutih kulit yang dapat dilihat di Tabel 4. Banyak responden (43,7%) memilih media sosial sebagai sumber informasi yang mereka gunakan untuk membeli produk pemutih kulit. Sementara itu, mayoritas

responden (42,3%) menyatakan toko *online* sebagai tempat pembelian produk pemutih.

Mayoritas (70,3%) dari total 64 responden yang pernah atau sedang menggunakan produk pemutih, tidak melaporkan efek samping, sedangkan sebesar 28,2% responden mengalami iritasi (kemerahan) dan jerawat dengan lama penggunaan rata-rata 1–6 bulan. Di sisi lain, sebesar 1,6% responden mengalami flek hitam dengan penggunaan selama 7–12 bulan.

Efek kosmetik terhadap kulit merupakan sasaran utama dalam menerima berbagai pengaruh dari penggunaan kosmetika. Ada dua efek atau pengaruh kosmetika terhadap kulit, yaitu efek positif dan efek negatif. Yang diharapkan adalah efek positifnya, sedangkan efek negatifnya tidak diinginkan karena dapat menyebabkan kelainan-kelainan kulit (Tranggono, 1996). Meskipun efek samping produk pemutih dapat diminimalisasi oleh pengecekan izin edar melalui aplikasi dan *website* CEK BPOM, tidak menutup kemungkinan tetap timbul efek samping dari produk pemutih yang digunakan karena perbedaan tipe kulit dari setiap responden. Pemakaian kosmetika yang sesuai dengan jenis kulit akan berdampak positif terhadap kulit, sedangkan pemakaian kosmetika yang tidak sesuai dengan jenis kulit akan berdampak negatif bagi kulit. Efek samping dari pemakaian kosmetika dapat dicegah diantaranya dengan mencoba terlebih dahulu jenis produk baru yang akan digunakan untuk melihat cocok tidaknya produk tersebut bagi kulit kita (Pangaribuan, 2017).

Tabel 3. Profil Pengetahuan tentang Produk Pemutih (n=362)

Pernyataan	Tepat (%)	Tidak Tepat (%)
Pengetahuan Umum		
Sebagai konsumen, pengecekan kandungan pada produk pemutih kulit tidak diperlukan*	84,2	15,8
Seluruh situs penjualan online yang menjual produk pemutih kulit telah terjamin keamanan produknya*	94,2	5,8
Sudah terdapat <i>website</i> resmi dari BPOM untuk memastikan keamanan produk pemutih kulit.	92,8	7,2
Produk pemutih kulit harus memiliki izin edar BPOM.	99,2	0,8
Cara mengetahui produk yang aman adalah melalui <i>website</i> atau aplikasi CEK BPOM.	98,1	1,9
Produk pemutih kulit yang baik adalah produk yang memiliki efek instan*	94,2	5,8
Jika kulit memerah atau gatal, produk pemutih kulit dapat tetap digunakan*	97,2	2,8
Pengetahuan Bahan		
Hidrokuinon adalah bahan kimia yang bebas digunakan dalam bahan produk pemutih kulit*	75,7	24,3
Produk pemutih kulit yang mengandung hidrokuinon dapat menyebabkan iritasi kulit.	87,8	12,1
Hidrokuinon banyak disalahgunakan dalam produk pemutih kulit.	93,7	6,3
Kandungan hidrokuinon pada produk pemutih kulit menghambat pembentukan melanin (pigmen hitam kulit).	87,0	13,0
Produk pemutih kulit yang mengandung hidrokuinon memiliki batas aman kandungan tidak lebih dari 2%.	86,5	13,5
Penggunaan hidrokuinon yang berlebihan dapat menyebabkan oookronosis (kulit berbintil seperti pasir dan berwarna coklat kebiruan, dan terasa gatal dan terbakar).	96,1	3,9
Asam retinoat dapat menyebabkan hiperpigmentasi (flek hitam).	21,0	79,0
Produk pemutih kulit yang mengandung asam retinoat dapat menyebabkan kecacatan pada janin.	8,2	21,8
BPOM melarang penggunaan merkuri untuk produk pemutih kulit.	97,0	3,0
Penggunaan produk pemutih kulit yang mengandung merkuri secara terus-menerus akan memicu kanker kulit.	99,2	0,8
Merkuri dapat digunakan dalam produk pemutih kulit dengan jumlah kecil*	61,9	38,1
Produk pemutih yang mengandung merkuri membuat kulit menjadi putih secara instan.	92,3	7,7
Produk pemutih kulit yang mengandung merkuri lama-kelamaan dapat menimbulkan flek hitam.	95,9	4,1

*pernyataan *unfavorable*

Tabel 4. Profil Perilaku dalam menggunakan pemutih (n=64)

Pernyataan/Pertanyaan	Distribusi	n (%)
Membeli produk pemutih kulit yang memiliki efek instan.	Tidak pernah	20 (31,3)
	Sangat jarang	23 (35,9)
	Jarang	14 (21,9)
	Sering	5 (7,8)
	Sangat sering	2 (3,1)
Melakukan CEK KLIK (Cek Kemasan, Label, Izin edar, dan Kadaluwarsa) pada produk pemutih kulit yang digunakan.	Tidak pernah	3 (4,7)
	Sangat jarang	6 (9,4)
	Jarang	13 (20,3)
	Sering	20 (31,3)
	Sangat sering	22 (34,4)
Jenis produk pemutih yang digunakan (pilih lebih dari satu)	Krim/losion badan	28 (43,8)
	Krim wajah	26 (40,6)
	Sabun	6 (9,4)
	Serum	8 (12,5)
	Scrub badan	1 (1,6)
Lama penggunaan produk pemutih kulit	Kurang dari 6 bulan	41 (64,0)
	7 bulan–1,5 tahun	15 (23,5)
	Lebih dari 1,5 tahun	8 (12,5)
Frekuensi penggunaan produk pemutih kulit dalam sehari	Satu kali	33 (51,5)
	Dua kali	29 (45,3)
	Lebih dari dua kali	2 (3,1)
Alasan penggunaan produk pemutih kulit (pilih lebih dari satu)	Memutihkan kulit	32 (50,0)
	Mengatasi kulit belang	4 (6,2)
	Mengikuti tren media sosial	6 (9,4)
	Mengikuti saran dokter/teman/keluarga	6 (9,4)
	Tuntutan pekerjaan	1 (1,5)
	Menjaga kebersihan kulit	3 (4,7)
	Menjaga kesehatan kulit	6 (9,4)
	Melembabkan kulit	5 (7,8)
	Lain-lain	4 (6,2)
Sumber informasi produk (pihak yang memengaruhi/merekomendasikan untuk menggunakan pemutih)	Keluarga/kerabat/teman	15 (23,4)
	Dokter/dermatologis	7 (10,9)
	Apoteker	2 (3,1)
	Televisi	3 (4,7)
	Internet	9 (14,1)
	Media sosial	28 (43,7)
Tempat pembelian produk pemutih kulit	Apotek	3 (4,7)
	Toko kosmetik	14 (21,9)
	Agen distributor	5 (7,8)
	Pasar	1 (1,6)
	Klinik kecantikan	9 (14,1)
	Toko online	29 (42,3)
	Swalayan	3 (4,7)
Efek samping yang pernah dialami saat menggunakan produk pemutih kulit	Tidak ada efek samping	45 (70,3)
	Flek hitam	1 (1,6)
	Iritasi (kemerahan)	9 (14,1)
	Jerawat	9 (14,1)

KESIMPULAN

Tingkat pengetahuan mengenai produk pemutih dan bahan penyusun berbahaya pemutih pada remaja putri di Indonesia tergolong tinggi, dengan 339 responden (93,6%) memperoleh skor tinggi. Sebagian besar remaja putri di Indonesia juga memiliki persepsi bahwa kulit yang putih terlihat lebih cantik dan sehat. Hal ini merupakan persepsi yang kurang benar karena kulit putih belum tentu menjadi parameter kulit yang sehat. Oleh karena itu, persepsi ini harus dihilangkan dengan penggalakan edukasi lanjutan. Sebagian besar

responden dalam penelitian ini menghindari membeli produk pemutih yang berefek instan dan terbiasa melakukan Cek KLIK (Kemasan, Label, Izin edar, dan Kadaluwarsa) pada produk pemutih yang digunakan. Dari sejumlah responden yang pernah atau sedang menggunakan pemutih, diketahui bahwa mereka menggunakan produk tersebut 1–2 kali sehari selama 1–6 bulan. Produk pemutih yang digunakan diakui tidak menimbulkan efek samping. Mayoritas dari mereka mendapatkan informasi dari media sosial dan membelinya di toko *online* dengan jenis produk losion badan atau krim.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Farmasi Universitas Airlangga yang telah memberikan izin persetujuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, H. H., and Sakakibara, M. (2019) 'Problem of Illegal Cosmetics Containing Mercury In Indonesia.', *Internasional Conference on Health Science in Developing Country (I-CHEDEPY) Indonesia: Universitas Muslim Indonesia*.
- Amodu, M.O., Bolori, M.T., Bolori, B.U., Kuchichi, A.B., ngoshe, I.M., Bukar, F.L., Arshad, S., Mohamed, S.G., and Ahmed, H.R. (2018) 'Knowledge, Attitude and Practice of Skin Whitening among Female University Students in Northeastern Nigeria', *Open Access Library Journal*, 05(4), pp. 1-14. doi: 10.4236/oalib.1104501
- Arsitowati, W. H. (2018) 'Kecantikan wanita Korea sebagai konsep kecantikan ideal dalam iklan new pond's white beauty: what our brand ambassadors are saying.', *HUMANIKA*, 24(2), pp. 84-97.
- Azmi, U. (2019) 'Dampak Korean Wave (Hallyu) Terhadap Perilaku Konsumen Pada Mahasiswa Stie Nobel Indonesia Makassar.', *Disertasi. Sulawesi Selatan: Institut Teknologi dan Bisnis Nobel*.
- Boudreau, M.D (2010) 'Photocarcinogenesis in Skh-1 Mice (Simulated Solar Light and Topical Application Study) National Toxicology Program.', *National Toxicology Program*, 553(7), pp. 35-97.
- B POM RI. (2018) 'Temuan Kosmetik Ilegal dan Mengandung Bahan Dilarang/Bahan Berbahaya serta Obat Tradisional Ilegal dan Mengandung Bahan Kimia Obat.', <https://www.pom.go.id/new/view/more/pers/443/Temuan-Kosmetik-Ilegal-dan-Mengandung-Bahan-Dilarang-Bahan-Berbahaya-serta-Obat-Tradisional-Ilegal-dan-Mengandung-Bahan-Kimia-Obat.html>.
- Diananda, A. (2019) 'Psikologi Remaja Dan Permasalahannya.', *Journal ISTIGHNA*, 1(1), 116-133. doi:10.33853/istighna.v1i1.20.
- Dlova, N., Hamed, S. H., Tsoka-Gwegweni, J., Grobler, A., and Hift, R. (2014) 'Women's perceptions of the benefits and risks of skin-lightening creams in two South African communities.', *Journal of cosmetic dermatology*, 13(3), pp. 236-241. doi: 10.1111/jocd.12104
- Fadhila, K.R., Ningrum, D.R., Rahmawati, A.F., Muntari, D., Iarasati, A., Java, A.M., Wijayanto, A., Wahyudi, F., Ningrum, D., Azzahrya, A., Agustin, R., Putri, D., Sarah, S., Bowolaksono, R.W., Nita, Y. (2020) 'Pengetahuan Dan Penggunaan Produk Pemutih Dan Pencerah Di Kecamatan Sukolilo Surabaya.', *Jurnal Farmasi Komunitas*, 7 (2), pp. 56-62. Doi : 10.20473/jfk.v7i2.21806
- Largis, E. B. (2014) 'Dampak Penindasan Pada Perempuan Poskolonial India dalam Colorism dan Aktivitas Skin-Bleaching.', *Disertasi. Surabaya: Universitas Airlangga*.
- Liu, M. (2018) 'Skin whiteners are still in demand, despite health concerns.', *CNN Health*. <https://edition.cnn.com/2018/09/02/health/skin-whitening-lightening-asia-intl/index.html>.
- Matondang, Z. (2009) 'Validitas Dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian.', *Journal Tabularasa PPS UNIMED*, 6(1), pp. 87-97.
- MarkPlus, Inc. & ZAP Clinic. (2021) 'Zap Beauty Index. ZAP Clinic.', <https://zapclinic.com/zapbeautyindex/2021>.
- Mutmainah. (2021) 'Pengaruh Korean Wave Terhadap Maraknya Produk dan Tren Kosmetik Korea Selatan (K-Beauty) di Indonesia Periode 2017-2020.', *Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Oktaviani, J. (2022) 'Fenomena 'Colorism' sebagai Bentuk Stratifikasi Sosial di Kawasan Asia Tenggara.', *Dinamika Global: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 7(01), pp. 54-83. doi: 10.36859/jdg.v7i01.1037
- Pangaribuan, L. (2017) 'Efek Samping Kosmetik dan Penanganannya Bagi Kaum perempuan.', *Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera*, 15(2), pp. 20-28. doi: 10.24114/jkss.v15i2.8771
- Peltzer, K., and Pengpid, S. (2017) 'Knowledge about, attitude toward, and practice of skin lightening products use and its social correlates among university students in five Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) countries.', *International Journal of Dermatology*, 56(3), pp. 277-283. doi:10.1111/ijd.13518.
- Puspitasari, D., and Suryadi, Y. (2020) 'Discourse on the shifting of local beauty: Concepts in an Easternization era.', *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 33(1), pp. 36-46. doi:10.20473/mkp.v33i12020.36-46.
- Rapyd.net. (2020) 'Asia Pacific eCommerce and Payments Guide 2020.', *Rapyd, Ltd*. <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/5246303/Asia%20Pacific%20eCommerce%20and%20Payments%20Guide%202020.pdf>.
- Rianse, U. and Abdi, S.P. (2009) 'Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi.', *Bandung: Alfabeta*.
- Robinson, P. A. (2011) 'Perceptions of beauty and identity: the skin bleaching phenomenon in Jamaica.', *Proceedings of the Adult Education Research Conference (AERC'11). Texas A&M University*
- Rusmadi, S. Z., Syed Ismail, S. N., and Praveena, S. M. (2015) 'Preliminary study on the skin lightening practice and health symptoms among female students in Malaysia.', *Journal of environmental and public health*. 2015(591790). doi: 10.1155/2015/591790
- Sari, W. P. (2016) 'Konflik Budaya Dalam Konstruksi Kecantikan Wanita Indonesia (Analisis

- Semiotika Dan Marxist Iklan Pond's White Beauty Versi Gita Gutawa).', *Jurnal Komunikasi*, 7(2), pp. 198–206. doi:10.24912/jk.v7i2.18
- Sawyer, S. M., Azzopardi, P. S., Wickremarathne, D., and Patton, G. C. (2018) 'The age of adolescence',. *The Lancet Child & Adolescent Health*, 2(3), pp. 223–228. doi:10.1016/s2352-4642(18)30022-1.
- Steinberg, L. D. (2013). *Adolescence* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Professional.
- Suhartini, S., Fatimawali., and Citraningtyas, G. (2013) 'Analisis asam retinoat pada kosmetik krim pemutih yang beredar di pasaran kota manado', *Jurnal Ilmiah farmasi*, 2(01), pp. 1–8. doi: 10.35799/pha.2.2013.879
- Undang-Undang (2014) 'Undang – Undang No. 36 Tahun 2014 tentang Tenaga Kesehatan (Indonesia).
- United Nations. (2013) 'Definition of Youth. United Nations.', <https://www.un.org/esa/socdev/documents/youth/fact-sheets/youth-definition.pdf>.
- Wardhani, B., Largis, E., and Dugis, V. (2017). Colorism, Mimicry, and Beauty Construction in Modern India. *Jurnal Hubungan Internasional*, 6(2), pp. 235-246. doi:10.18196/hi.62118