

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN  
KOSMETIK PEMUTIH WAJAH PADA SISWI  
DI SMA PASUNDAN 1 BANDUNG****Rika Harini<sup>1\*</sup>, Saurmian Sinaga<sup>2</sup>, Risti Apriani<sup>3</sup>**<sup>1-2</sup>Sekolah tinggi Ilmu Kesehatan Bani Saleh<sup>3</sup>Sekolah tinggi Ilmu kesehatan Immanuel

Email Korespondensi : rika,@stikesbanisaleh.ac.id

Disubmit: 26 Juli 2022

Diterima: 25 Agustus 2022

Diterbitkan: 01 November 2022

DOI: <https://doi.org/10.33024/mnj.v4i11.7326>**ABSTRACT**

*Facial whitening cosmetics are a mixture of chemicals or other ingredients that can whiten the skin. Facial whitening cosmetics are often used by young women to achieve instant beauty. Many face whitening cosmetics are dangerous that can pose risks to young women such as: irritation, acne, and black spots on the face. was to identify the factors that influence the use of facial whitening cosmetics in female students. The factors raised by the researchers were knowledge, attitudes, beauty clinics, beauty salons, shopping centers, affordability of purchasing cosmetics, peer support, and mass media support. used in this research is quantitative analytic using a cross sectional approach and the sampling technique is using proportional stratified random sampling with a total of 36 respondents. showed that as many as 24 people (66.7%) used facial whitening cosmetics and a small portion of 12 people (33.3%) did not use facial whitening cosmetics. The relationship between knowledge factors, peer support, and mass media support with the use of facial whitening cosmetics was found to be v-palue <0.05 Ha accepted, while other factors: attitude factors, beauty clinics, beauty salons, shopping centers, affordability of purchasing cosmetics were found to be v- Palue >0.05 Ha was rejected, and the determinant factor in the use of facial whitening cosmetics was knowledge. It is hoped that this research can be information and input for SMA Pasundan 1 Bandung so that it can increase knowledge in terms of the use of facial whitening cosmetics.*

**Keywords:** *Facial Whitening Cosmetics, Young Women***ABSTRAK**

Kosmetik pemutih wajah merupakan campuran bahan kimia atau bahan lainnya yang mampu memutihkan kulit. Kosmetik pemutih wajah sering digunakan oleh remaja putri untuk mencapai kecantikan secara instan. Banyak kosmetik pemutih wajah berbahaya yang dapat memberikan risiko bagi remaja putri seperti : Iritasi, jerawat, dan flek hitam pada wajah. untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan kosmetik pemutih wajah pada siswi. adapun faktor yang diangkat oleh peneliti adalah faktor pengetahuan, sikap, klinik kecantikan, salon kecantikan, pusat perbelanjaan, keterjangkauan pembelian kosmetik, dukungan teman sebaya, dan dukungan media massa. yang digunakan dalam penelitian ini adalah *kuantitatif analitik*

dengan menggunakan pendekatan *cross sectional* dan teknik pengambilan sampel menggunakan *Proportionate Stratified Random sampling* dengan jumlah 36 responden. menunjukkan bahwa sebanyak 24 orang (66,7%) menggunakan kosmetik pemutih wajah dan sebagian kecil 12 orang (33,3%) tidak menggunakan kosmetik pemutih wajah. Hubungan faktor pengetahuan, dukungan teman sebaya, dan dukungan media massa dengan penggunaan kosmetik pemutih wajah didapatkan *v-value* <0,05 Ha diterima, sedangkan faktor lain : faktor sikap, klinik kecantikan, salon kecantikan, pusat perbelanjaan, keterjangkauan pembelian kosmetik didapatkan *v-value* >0,05 Ha ditolak, dan faktor determinan dalam penggunaan kosmetik pemutih wajah adalah pengetahuan. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi dan masukan bagi pihak SMA Pasundan 1 Bandung sehingga dapat meningkatkan pengetahuan dalam hal penggunaan kosmetik pemutih wajah.

**Kata Kunci:** Kosmetik Pemutih Wajah, Remaja Putri

## PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan masa peralihan antara kanak-kanak dan masa dewasa, yang dimulai pada saat terjadinya kematangan seksual yaitu antara umur 10-18 tahun untuk anak perempuan dan untuk anak laki-laki 12-20 tahun (Soetjiningsih,2004).

Perbedaan masa perubahan pada kemampuan fisik dan psikologis yang terkait dengan kelenjar seksual, dan mengalami perubahan-perubahan pada aspek psikologis, seperti kognitif, sosial, dan moral antara masa kanak-kanak menjadi dewasa (Hurlock,2004). Perubahan dari masa kanak-kanak menuju ke masa dewasa dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah faktor lingkungan. Faktor lingkungan telah banyak membuat remaja kehilangan kepribadiannya. Hal ini dibuktikan dengan munculnya masalah di kehidupan remaja sehari-hari sekarang, dari cara berpakaian dan berdandan seperti selebritis yang sedang populer.

Pada masa remaja penampilan fisik merupakan hal yang paling sering diperhatikan karena dengan penampilan fisik yang baik maka akan

memudahkan para remaja menarik perhatian dari lawan jenisnya. Biasanya untuk tampil sempurna sering diartikan dengan memiliki kulit wajah putih, oleh karena itu tidak heran jika saat ini banyak produk kosmetik pemutih wajah beredar di pasaran baik itu melalui media cetak ataupun elektronik (Kartika,2012).

Kosmetik Pemutih wajah merupakan campuran bahan kimia yang mampu memutihkan kulit, keberadaan logam berat dalam kosmetik pemutih wajah sangat berbahaya.

Hasil Studi yang dilakukan oleh 12 dokter spesialis kulit di Amerika pada tahun 1977-1983 menunjukkan dari 13.216 pasien terdapat 713 pasien dengan keluhan penyakit yang diakibatkan oleh efek samping penggunaan kosmetik pemutih wajah dan termasuk didalamnya adalah remaja (WHO dalam Damanik, et al. 2011). Dibeberapa negara Afrika efek samping atau dampak negatif penggunaan kosmetik sudah merupakan keluhan kesehatan masyarakat yang sulit untuk diatasi, bahkan di Swedia tahun 1989-1994 dilaporkan 191 kasus efek samping penggunaan kosmetik terjadi dari 253 jenis

kosmetik yang beredar di pasaran (Nurwulan, 2009).

Remaja yang menggunakan kosmetik pemutih wajah di Amerika Serikat lebih dari 85 %, karena dengan menggunakan kosmetik pemutih wajah dapat membuat mereka merasa menjadi lebih percaya diri untuk tampil di muka umum (Damanik, et al. 2011). Kosmetik yang beredar di Indonesia juga memiliki jumlah dan jenis yang sangat banyak. Sepanjang tahun 2005-2008 ditemukan 376 jenis kosmetik beredar dan hasil pengawasan sepanjang tahun 2014 ditemukan lebih dari 68 jenis kosmetik berbahaya di Indonesia (BPOM, RI 2014)

Pada tahun 2009 temuan kosmetik berbahaya di Jawa barat mencapai 1,49%, pada tahun 2010 mencapai 0,86%, pada tahun 2011 mencapai 0,56%, dan pada tahun 2012 mencapai 0,54%. Total penemuan produk pada tahun 2012 yang digunakan oleh remaja mencapai 58 jenis produk kosmetik yang berbahaya. Hasil studi pendahuluan di Kota Bandung, dari 1547 sampel kosmetik setelah di uji, sebanyak 1350 sampel (87.26%) tidak memiliki persyaratan yang baik untuk uji test laboratorium, uji yang dilakukan antara lain uji bahan yang dilarang karena berbahaya seperti raksa, asam retinoat, merkuri sintesis, hidrokuinon, dan lain-lain Hasil Survey awal yang dilakukan di SMA Pasundan 1 Bandung pada pertengahan bulan Maret hingga awal bulan April ditemukan sebanyak 56,8% siswi dengan usia antara 16-17 tahun menggunakan kosmetik, baik itu kosmetik pemutih wajah yang legal dengan kandungan yang aman dan tercantum nomor registrasi BPOM ataupun kosmetik pemutih wajah yang tidak

tercantum nomor registrasi BPOM , dan kosmetik yang diberikan atas racikan dokter Spesialis kulit. Dari 56,8% siswi yang menggunakan kosmetik pemutih wajah 48,34% diantaranya mengalami dampak negatif dari penggunaan kosmetik pemutih wajah seperti iritasi, berjerawat, dan flek hitam pada kulit wajah.

Hasil wawancara dari 10 siswi di SMA Pasundan 1 Bandung didapatkan hasil, 4 orang siswi mengatakan menggunakan kosmetik pemutih wajah seperti krim pagi, siang, dan malam, 4 orang siswi mengeluh karena mendapatkan dampak negatif dari penggunaan kosmetik pemutih wajah seperti iritasi, dan berjerawat, 1 orang siswi mengatakan tidak merasa percaya diri dengan jerawat yang dialami, dan 1 orang siswi mengatakan menggunakan kosmetik pemutih wajah karena saran yang dianjurkan dari dokter spesialis kulit.

Berdasarkan uraian diatas menunjukkan tingginya tingkat penggunaan dan dampak negatif dari kosmetik pemutih wajah. Hal ini berkesinambungan dengan teori Lawrence Green, (1980) yang menyatakan bahwa kesehatan individu atau masyarakat dipengaruhi oleh dua faktor pokok antara lain, faktor perilaku dan berbagai faktor diluar perilaku, selanjutnya faktor perilaku ini ditentukan oleh tiga kelompok faktor, antara lain berbagai faktor predisposisi (predisposing factor), faktor pendukung (enabling factor), dan faktor pendorong (reinforcing factor) (Kartika,2012).

Berdasarkan latar belakang diatas maka penting dilakukan penelitian mengenai “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada Siswi di SMA Pasundan 1 Bandung”.

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada Siswi di SMA Pasundan 1 Bandung.

Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah:

- a. Mengidentifikasi Pengetahuan dalam Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada siswi di SMA Pasundan 1 Bandung.
- b. Mengidentifikasi Sikap dalam Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada siswi di SMA Pasundan 1 Bandung.
- c. Mengidentifikasi Keberadaan klinik kecantikan dalam Penggunaan Kosmetik Pemutih pada siswi di SMA Pasundan 1 Bandung.
- d. Mengidentifikasi Keberadaan salon kecantikan dalam Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada siswi di SMA Pasundan 1 Bandung.
- e. Mengidentifikasi keberadaan pusat perbelanjaan dalam Penggunaan Kosmetik Pemutih wajah pada siswi di SMA Pasundan 1 Bandung.
- f. Mengidentifikasi keterjangkauan pembelian kosmetik pemutih wajah dalam Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada siswi di SMA Pasundan 1 Bandung.
- g. Mengidentifikasi dukungan teman sebaya dalam Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada siswi di SMA Pasundan 1 Bandung.
- h. Mengidentifikasi dukungan media massa dalam penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah di SMA Pasundan 1 Bandung.
- i. Menganalisis pengaruh Pengetahuan dalam Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada Siswi di SMA Pasundan 1 Bandung
- j. Menganalisis pengaruh Sikap dalam Penggunaan Kosmetik

Pemutih Wajah pada Siswi di SMA Pasundan 1 Bandung

- k. Menganalisis pengaruh Keberadaan Klinik kecantikan dalam Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada Siswi di SMA Pasundan 1 Bandung
- l. Menganalisis pengaruh Keberadaan Salon kecantikan dalam Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada Siswi di SMA Pasundan 1 Bandung
- m. Menganalisis pengaruh Keberadaan Pusat perbelanjaan dalam Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada Siswi di SMA Pasundan 1 Bandung
- n. Menganalisis pengaruh Keterjangkauan pembelian kosmetik pemutih wajah dalam Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada Siswi di SMA Pasundan 1 Bandung
- o. Menganalisis pengaruh Dukungan teman sebaya dalam Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada Siswi di SMA Pasundan 1 Bandung
- p. Menganalisis pengaruh Dukungan Media massa dalam Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada Siswi di SMA Pasundan 1 Bandung.
- q. Menganalisis faktor determinan dan faktor risiko yang mempengaruhi penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada Siswi di SMA Pasundan 1 Bandung

## KAJIAN PUSTAKA

### Definisi Konseptual

Siswi SMA merupakan seorang remaja putri yang tumbuh menjadi dewasa, berkisar antara 11-12 tahun bahkan sampai 20-21 tahun yang berada pada masa perubahan pada kemampuan fisik dan psikologis yang terkait dengan kelenjar seksual, dan mengalami perubahan-perubahan dalam aspek psikologis seperti kognitif, sosial,

dan moral antara masa kanak-kanak menjadi dewasa (Hurlock, 2004).

Kosmetik pemutih wajah merupakan produk yang mengandung bahan aktif yang dapat menekan atau menghambat melanin yang sudah terbentuk sehingga akan memberikan warna kulit yang lebih putih (Tranggono, 2014).

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (overt behavior) (Tranggono, 2014).

Sikap merupakan reaksi atau respons yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu stimulus atau objek. Sikap itu masih merupakan reaksi tertutup, bukan merupakan reaksi terbuka untuk bereaksi terhadap objek di lingkungan tertentu sebagai suatu penghayatan terhadap objek (Tranggono, 2014).

Klinik kecantikan adalah klinik yang menawarkan pelayanan jasa di bidang perawatan dan kesehatan kulit (Tranggono, 2014).

Salon kecantikan adalah ruangan khusus untuk merawat kecantikan wanita dari mulai rambut, wajah, kulit, kuku, dan sebagainya. Salon kecantikan merupakan fasilitas untuk mempercantik diri dalam waktu yang relatif cepat (Tranggono, 2014).

Pusat Perbelanjaan merupakan tempat pedagang eceran atau retail yang lokasinya digabung dalam satu bangunan atau kompleks, dengan kata lain pusat perbelanjaan merupakan bangunan yang terdiri dari beberapa toko eceran yang umumnya dengan satu atau lebih toko serba ada, toko

grosir, dan tempat parkir (Miftahur & Gde Putu, 2013).

Dukungan teman sebaya adalah dukungan penuh seorang teman sebagai teman dekat secara emosional yang dapat mempengaruhi tanggapan dan penilaian terhadap dirinya sendiri (Sumiati, et al. 2009)

Dukungan Media Massa adalah dukungan dari alat transfer informasi yang berbentuk penyampaian informasi mengenai kosmetik pemutih wajah baik itu melalui media cetak ataupun elektronik (Sumiati, et al. 2009)

**Pengetahuan:** Hal-hal apa saja yang diketahui oleh siswi mengenai kosmetik pemutih wajah

**Sikap** adalah reaksi atau respons yang masih tertutup dari siswi terhadap penggunaan kosmetik pemutih wajah

#### **Keberadaan Klinik Kecantikan:**

Ada tidaknya klinik kecantikan dengan jarak < 5 kilometer dari sekitar responden

#### **Keberadaan Salon Kecantikan:**

Ada tidaknya salon kecantikan dengan jarak < 5 kilometer dari sekitar responden

#### **Keberadaan Pusat Perbelanjaan :**

Ada tidaknya pusat perbelanjaan dengan jarak < 5 kilometer dari sekitar responden

**Keterjangkauan Jarak Pembelian Kosmetik :** Jarak yang ditempuh < 5 kilometer dari sekitar responden untuk membeli kosmetik pemutih wajah.

#### **Dukungan Teman Sebaya :**

Dukungan teman sebaya adalah dukungan penuh seorang teman sebagai teman dekat secara emosional yang dapat

mempengaruhi tanggapan dan penilaian terhadap dirinya sendiri.

#### **Dukungan Media Massa :**

Dukungan Media Massa adalah dukungan dari alat transfer informasi yang berbentuk penyampaian informasi mengenai kosmetik pemutih wajah baik itu melalui media cetak ataupun elektronik.

#### **Penggunaan Kosmetik :**

Segala jenis kosmetik pemutih wajah yang digunakan selama > 1 bulan, dan digunakan sehari 3 kali oleh siswi di SMA Pasundan 1 Bandung.

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

Jenis Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif analitik dengan menggunakan pendekatan cross sectional. Penelitian untuk melihat kolerasi antara variabel bebas dan variabel terikat, data akan dikumpulkan dalam waktu yang bersamaan (*point time approach*). Variabel *independent* dalam penelitian ini yaitu faktor Pengetahuan, Sikap, Keberadaan Klinik Kecantikan, Keberadaan Salon Kecantikan, Keberadaan Pusat Perbelanjaan, Keterjangkauan dalam pembelian kosmetik, Dukungan Teman Sebaya, dan Dukungan Media massa. Variabel *dependent* penelitian yaitu penggunaan kosmetik pemutih wajah. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswi kelas X, XI IPA dan IPS di SMA Pasundan 1 Bandung yang berjumlah 394, baik yang menggunakan kosmetik pemutih

wajah ataupun tidak. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 36 orang siswi yang ada di kelas X, XI IPA dan IPS di SMA Pasundan 1 Bandung, dengan kriteria : Bersedia menjadi reponden, tidak sedang libur. Penelitian ini dilakukan di SMA Pasundan 1 Bandung, Dimulai tanggal 16-17 Juni 2015.

#### **Alat Pengumpul Data**

Data terkait dengan variabel independen dan dependen menggunakan kuesioner. Uji validitas dilakukan pada 35 orang siswi kelas X, Xi IPA dan IPS di SMA Pasundan 7 Bandung pada tanggal 05 Juni 2015. Pertanyaan dinyatakan valid karena hasil  $r$  hitung  $\geq 0,361$  sehingga pertanyaan di ambil semua, Sedangkan uji Reliabilitas untuk masing-masing variabel Pengetahuan, Sikap, Keberadaan Klinik Kecantikan, Keberadaan Salon Kecantikan, Keberadaan Pusat Perbelanjaan, Keterjangkauan dalam pembelian kosmetik, Dukungan Teman Sebaya, Dukungan Media massa, dan penggunaan kosmetik pemutih wajah yang telah dinyatakan valid, didapatkan hasil  $\geq$  alpha (0,6

#### **Teknik Analisa Data**

Analisis rumus *Chi Square*. Analisis Multivariat, digunakan untuk mengetahui faktor determinan dan faktor risiko yang mempengaruhi penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah pada Siswi di SMA Pasundan 1 Bandung Rumus yang digunakan untuk analisis uji regresi logistik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Distribusi Pengetahuan Penggunaan Kosmetik

Variabel	%
Penggunaan Kosmetik Pemutih	66,7
Pengetahuan Sikap	58,3
Keberadaan Klinik Kecantikan	47,2
Keberadaan Salon Kecantikan	55,6
Keberadaan Pusat Perbelanjaan	63,9
Keterjangkauan Pembelian Kosmetik	86,1
Dukungan Teman Sebaya	58,3
Dukungan Media Massa	69,4

**Penggunaan Kosmetik Pemutih wajah**

Hasil analisis univariat penggunaan kosmetik pemutih wajah menunjukkan bahwa sebagian besar siswi menyatakan menggunakan kosmetik pemutih wajah, yakni sebanyak 24 orang atau 66,7%.

Kosmetik Pemutih wajah merupakan campuran bahan kimia yang mampu memutihkan kulit, keberadaan logam berat dalam kosmetik pemutih wajah sangat berbahaya. Penggunaan kosmetik pemutih wajah yang cukup tinggi dikalangan siswi SMA, perlu ditindak lanjuti dan diberikan pengawasan yang lebih intensif, karena banyak sekali dari penggunaan kosmetik wajah yang terlalu dipaksakan akan menimbulkan dampak negatif bagi kulit seperti kulit menjadi iritasi, berjerawat, dan menimbulkan flek pada wajah sebelum waktunya (Rostamailis, 2005)

**Pengetahuan**

Hasil analisis univariat pengetahuan menunjukkan bahwa sebagian besar siswi memiliki pengetahuan yang tidak baik tentang penggunaan kosmetik pemutih wajah, yakni sebanyak 21 orang atau 58,3%.

**Tabel 2** : sikap hasil analisis univariat sikap menunjukkan bahwa sebagian besar siswi memiliki sikap yang tidak mendukung atau 52,8%.

Hasil dalam penggunaan kosmetik pemutih wajah, yakni sebanyak 19 orang

**Keberadaan klinik kecantikan**

Hasil analisis univariat keberadaan klinik kecantikan menunjukkan bahwa sebagian besar siswi menyatakan adanya klinik kecantikan, yakni sebanyak 20 orang atau 55,6%.

**Keberadaan salon kecantikan**

Hasil analisis univariat keberadaan salon kecantikan menunjukkan bahwa sebagian besar siswi menyatakan adanya salon

kecantikan, yakni sebanyak 23 orang atau 63,9%.

#### Keberadaan Pusat perbelanjaan

Hasil analisis univariat keberadaan pusat perbelanjaan

#### Keterjangkauan pembelian kosmetik

Hasil analisis univariat keterjangkauan pembelian kosmetik menunjukkan bahwa sebagian besar siswi menyatakan mudahnya keterjangkauan dalam pembelian kosmetik pemutih wajah, yakni sebanyak 21 orang atau 58,3%.

#### Dukungan Teman Sebaya

Hasil analisis univariat dukungan teman sebaya menunjukkan bahwa sebagian besar

menunjukkan bahwa sebagian besar siswi menyatakan adanya pusat perbelanjaan, yakni sebanyak 31 orang atau 86,1%.

siswi menyatakan adanya dukungan teman sebaya dalam penggunaan kosmetik pemutih wajah, yakni sebanyak 25 orang atau 69,4%.

#### Dukungan Media Massa

Hasil analisis univariat dukungan media massa menunjukkan bahwa sebagian besar siswi menyatakan adanya dukungan media massa dalam penggunaan kosmetik pemutih wajah, yakni sebanyak 25 orang atau 69,4%.

**Tabel 2 Pengetahuan terhadap Penggunaan Kosmetik**

Variabel	P-Value	OR (95% CI)
Pengetahuan	0,001	19 (3,1116,0)
Sikap	0,30	2 (0,5-10,01)
Keberadaan Klinik Kecantikan	0,906	1 (0,3-5,6)
Keberadaan Salon Kecantikan	1,000	1 (0,1-3,5)
Keberadaan Pusat Perbelanjaan	1,000	1 (0,2-0,9)
Keterjangkauan Pembelian Kosmetik	0,071	4 (1,0-21,5)
Dukungan Teman Sebaya	0,002	14 (2,5476,9)
Dukungan Media Massa	0,02	7 (1,45-33,6)

#### Pengetahuan terhadap Penggunaan Kosmetik

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa dari 21 responden yang memiliki pengetahuan tidak baik sebagian besar menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 19 orang (90,5%). Sedangkan dari 15

responden yang memiliki pengetahuan yang baik sebagian besar tidak menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 10 orang (66,7%).

Hasil analisis *Chi Square*, diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,001. Dikarenakan nilai  $p < 0,05$  maka artinya terdapat hubungan



yang signifikan antara faktor pengetahuan dengan penggunaan kosmetik pemutih wajah, terlihat dari hasil penjelasan di atas bahwa semakin tidak baik pengetahuan yang dimiliki siswi maka akan semakin tinggi penggunaan kosmetik pemutih wajah, namun jika semakin baik pengetahuan yang dimiliki siswi maka semakin sedikit siswi yang

#### **Sikap terhadap penggunaan Kosmetik**

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa dari 19 responden yang menyatakan sikap yang mendukung sebagian besar menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 13 orang (76,5%), dan dari 19 orang yang tidak mendukung sebagian besar bahwa walaupun sikap siswi mendukung ataupun tidak mendukung akan tetapi angka penggunaan kosmetik pemutih wajah tetap dalam angka yang tinggi. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Eka Utami, (2015) di kalangan siswi Universitas Hasanudin Makassar, dengan hasil sikap yang tidak berhubungan dengan penggunaan kosmetik pemutih wajah dengan nilai ( $p$  value  $>0,05$ ).

#### **Keberadaan Klinik Kecantikan terhadap penggunaan Kosmetik**

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa dari 16 responden yang menyatakan adanya klinik kecantikan sebagian besar menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 14 orang (70,0%), dan dari 20 orang yang menyatakan tidak adanya klinik kecantikan sebagian besar menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 10 orang (62,5%).

Hasil analisis uji *Chi Square*, diperoleh nilai  $p$ -value sebesar 0,906. Dikarenakan nilai  $p >0,05$  maka artinya tidak terdapat

menggunakan kosmetik pemutih wajah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Musthafefi, (2013) di SMK Pasundan Cimahi, dengan hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara pengetahuan dengan penggunaan kosmetik pemutih wajah.

menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 11 orang (57,9%).

Hasil analisis uji *Chi Square*, dengan diperoleh nilai  $p$ -value sebesar 0,30. Dikarenakan nilai  $p >0,05$  maka artinya tidak terdapat hubungan yang bermakna antara faktor sikap dengan penggunaan kosmetik pemutih wajah, terlihat dari hasil penjelasan di atas

hubungan yang bermakna antara faktor keberadaan klinik kecantikan dengan penggunaan kosmetik pemutih wajah, terlihat dari hasil penjelasan di atas bahwa walaupun siswi menyatakan ada dan tidaknya keberadaan klinik kecantikan bervariasi, akan tetapi angka penggunaan kosmetik pemutih wajah tetap dalam angka yang tinggi.

Berdasarkan konsep Rostamailis, klinik kecantikan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi siswi menggunakan kosmetik pemutih wajah, namun bukan berarti hal tersebut dapat memiliki hubungan yang bermakna dengan penggunaan kosmetik pemutih wajah itu sendiri.

#### **Salon Kecantikan terhadap penggunaan kosmetik**

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa dari 13 responden yang menyatakan adanya salon kecantikan sebagian besar menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 15 orang (65,2%), dan dari 23 orang yang menyatakan tidak adanya salon

kecantikan sebagian besar menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 9 orang (69,2%). Hasil analisis uji *Chi Square*, diperoleh nilai *p-value* sebesar 1,000. Dikarenakan nilai  $p > 0,05$  maka artinya tidak terdapat hubungan yang bermakna antara faktor keberadaan salon kecantikan dengan penggunaan kosmetik pemutih wajah, terlihat dari hasil penjelasan di atas bahwa walaupun siswi menyatakan ada dan tidaknya keberadaan salon kecantikan bervariasi, akan tetapi angka penggunaan kosmetik pemutih wajah tetap dalam angka yang tinggi.

Berdasarkan konsep Rostamailis, salon kecantikan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi siswi menggunakan kosmetik pemutih wajah, namun bukan berarti hal tersebut dapat memiliki hubungan yang bermakna dengan penggunaan kosmetik pemutih wajah itu sendiri.

#### **Pusat Perbelanjaan terhadap penggunaan kosmetik**

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa dari 31 responden yang menyatakan adanya pusat perbelanjaan sebagian besar menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 21 orang (67,7%), dan dari 5 orang yang menyatakan tidak adanya pusat perbelanjaan sebagian besar menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 3 orang (60,0%).

Hasil analisis uji *Chi Square*, diperoleh nilai *p-value* sebesar 1,000. Dikarenakan nilai  $p > 0,05$  maka artinya tidak terdapat hubungan yang bermakna antara faktor keberadaan pusat perbelanjaan dengan penggunaan kosmetik pemutih wajah, terlihat dari hasil penjelasan di atas bahwa walaupun siswi menyatakan ada dan tidaknya keberadaan pusat

perbelanjaan bervariasi, akan tetapi angka penggunaan kosmetik pemutih wajah tetap dalam angka yang tinggi.

#### **Keterjangkauan pembelian kosmetik terhadap penggunaan kosmetik**

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa dari 21 responden yang menyatakan mudah menjangkau pembelian kosmetik pemutih wajah sebagian besar menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 17 orang (81,0%), dan dari 15 orang yang menyatakan sulit menjangkau pembelian kosmetik pemutih wajah sebagian besar menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 7 orang (46,7%).

Hasil analisis uji *Chi Square*, diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,071. Dikarenakan nilai  $p > 0,05$  maka artinya tidak terdapat hubungan yang bermakna antara faktor keterjangkauan pembelian kosmetik dengan penggunaan kosmetik pemutih wajah, terlihat dari hasil penjelasan di atas bahwa walaupun siswi menyatakan mudah dan sulitnya keterjangkauan pembelian kosmetik bervariasi, akan tetapi angka penggunaan kosmetik pemutih wajah tetap dalam angka yang tinggi.

#### **Dukungan teman sebaya terhadap penggunaan kosmetik**

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa dari 25 responden yang menyatakan mendapatkan dukungan teman sebaya untuk menggunakan kosmetik pemutih wajah sebagian besar menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 21 orang (84,0%), dan dari 11 orang yang menyatakan tidak mendapatkan dukungan teman sebaya untuk menggunakan kosmetik pemutih wajah sebagian besar tidak

menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 8 orang (72,7%).

Hasil analisis *Chi Square*, diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,002. Dikarenakan nilai  $p < 0,05$  maka artinya terdapat hubungan yang signifikan antara faktor dukungan teman sebaya dengan penggunaan kosmetik pemutih wajah, terlihat dari hasil penjelasan di atas bahwa semakin adanya dukungan teman sebaya terhadap siswi maka akan semakin tinggi hubungan antara dukungan teman sebaya dengan penggunaan kosmetik pemutih wajah.

#### Dukungan Media massa terhadap penggunaan kosmetik

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa dari 25 responden yang menyatakan mendapatkan dukungan media massa untuk menggunakan kosmetik pemutih wajah sebagian besar menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak sebanyak 20 orang (80,0%), dan dari 11 orang yang menyatakan tidak mendapatkan dukungan media massa untuk menggunakan kosmetik pemutih wajah sebagian besar tidak menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak sebanyak 7 orang (63,6%).

Hasil analisis *Chi Square*, diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,02. Dikarenakan nilai  $p < 0,05$

penggunaan kosmetik pemutih wajah, tetapi semakin sedikitnya dukungan yang diberikan teman sebaya terhadap siswi maka semakin sedikit pula siswi yang menggunakan kosmetik pemutih wajah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Indarti, (2013) pada mahasiswi jurusan manajemen di perguruan tinggi swasta di Malang, dengan hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara faktor dukungan media massa dengan penggunaan kosmetik pemutih wajah, terlihat dari hasil penjelasan di atas bahwa semakin adanya dukungan media massa yang diterima oleh siswi maka akan semakin tinggi penggunaan kosmetik pemutih wajah, tetapi semakin sedikitnya dukungan yang diberikan media massa terhadap siswi maka semakin sedikit pula siswi yang menggunakan kosmetik pemutih wajah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Annisa, (2013) pada mahasiswi Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah Surakarta, dengan hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara dukungan teman sebaya dengan penggunaan kosmetik pemutih wajah.

Tabel 3. Analisis Multivariat

Variabel	Wald	OR (95% CI)
Pengetahuan	6,564	13 (1,83-95,2)

#### Hasil Analisis Multivariat

Hasil analisis multivariat dari kedelapan variabel yang dapat mempengaruhi penggunaan kosmetik pemutih wajah pada siswi di SMA pasundan 1 Bandung, faktor

determinan dan faktor resiko yang memiliki peluang paling besar bagi siswi di dalam penggunaan kosmetik pemutih wajah dibandingkan dengan variabel yang lain adalah pengetahuan dengan

peluang 13 kali dibandingkan dengan siswi yang memiliki pengetahuan baik.

#### **Keterbatasan Penelitian**

Pengambilan data dari penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang diisi oleh siswi, sehingga data yang diperoleh tidak dapat di gali secara mendalam. Terkait dengan kelemahan penelitian diatas, maka hal-hal tersebut menjadi rekomendasi untuk peneliti selanjutnya.

#### **KESIMPULAN**

kesimpulan sebagai berikut: Penggunaan kosmetik pemutih wajah pada siswi di SMA pasundan 1 Bandung masih dalam angka yang pengetahuan siswi mengenai kosmetik pemutih wajah. Tujuan dari saran tersebut agar dapat meningkatkan lagi pengetahuan siswi SMA Pasundan 1 Bandung dalam hal pengetahuan yang berhubungan dengan kosmetik pemutih wajah.

Penggunaan kosmetik pemutih wajah saat ini sedang marak terjadi bahkan sudah menjadi trend terutama dikalangan remaja. Remaja mendapatkan rasa ketertarikan menggunakan kosmetik pemutih wajah didasarkan karena adanya dukungan dari teman sebaya yang kapan saja bisa mereka dapatkan disekolah, karena intensitas bertemu yang sering mengharuskan siswi saling berkomunikasi anantara satu dengan yang lainnya. Disitulah transfer suport dari teman sebaya biasanya lebih diperhatikan oleh para siswi untuk melakukan hal-hal tertentu salah satunya dalam hal penggunaan kosmetik pemutih wajah. Begitu pula untuk faktor dukungan media massa, siswi lebih sering menghabiskan waktu di rumah dibandingkan di sekolah,

tinggi. Pengetahuan siswi mengenai penggunaan kosmetik pemutih wajah masih dalam keadaan yang tidak baik. Sikap siswi tidak mendukung terhadap penggunaan ksometik pemutih wajah.

#### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang ada, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

#### **Bagi SMA pasundan 1 Bandung**

Pengetahuan sebagian besar dari faktor yang berhubungan pada perhatian guru sebagai pengajar di kelas dan juga tenaga kesehatan sekitar lingkungan sekolah yang bertanggung jawab dalam memberikan penyuluhan kesehatan yang dapat meningkatkan dengan demikian peran orang tua sangat dituntut untuk lebih mengawasi dan memperhatikan putri mereka terutama dalam hal pemanfaatan media massa untuk melakukan suatu tindakan ataupun perilaku terutama dalam penggunaan kosmetik pemutih wajah.

#### **Bagi Institusi Pendidikan**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah referensi dan literatur terutama bagi pihak perpustakaan kampus agar mahasiswa dapat lebih memahami mengenai kosmetik pemutih wajah, membuka pemikiran mahasiswa terutama mahasiswa keperawatan dalam ruang lingkup garapan pekerjaan, bahwa sanya perawat dapat membuka praktik mandiri mengenai skin care, dan diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi pertimbangan Institusi STIK Immanuel Bandung di dalam mengadakan kelas peminatan mengenai tata cara pembukaan klinik perawatan kulit atau skin care karena peluang nya lebih besar

dibandingkan dengan klinik yang lainnya.

#### Bagi peneliti selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian ini disarankan untuk peneliti selanjutnya meneliti terkait beberapa faktor yang tidak terdapat hubungan yang signifikan seperti Faktor Sikap, Faktor Ada tidaknya Klinik Kecantikan, Faktor Ada tidaknya Salon Kecantikan, Faktor Ada tidaknya Pusat Perbelanjaan, Faktor keterjangkauan dalam pembelian kosmetik pemutih wajah terhadap penggunaan kosmetik pemutih wajah di SMA Pasundan 1 Bandung dilakukan penelitian dengan desain penelitian kualitatif agar diperoleh data yang lebih mendalam terkait faktor-faktor yang tidak terdapat hubungan yang signifikan tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ardayani, Tri. (2012). Kesehatan Reproduksi. Bandung : Cakra.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bpom, Ri. (2014). Penemuan Kosmetik Berbahaya. Diunduh Pada Tanggal 30 Maret 2015 Pukul 11:00 Wib Dalam [Http://www.Pom.Go.Id /Mobile/](http://www.pom.go.id/mobile/)
- \_\_\_\_\_ (2048). Prevalensi Pengguna Kosmetik Pemutih Wajah. Diunduh Pada Tanggal 03 April 2015 Pukul 10:00 Wib Dalam [Http://www.Pom.Go.Id /Mobile/](http://www.pom.go.id/mobile/)
- Canagara, Hafied. (2016). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo
- Damanik, Et Al. (2011). Persepsi Remaja Putri Di Kota Ambon Tentang Risiko Terpapar Kosmetik Berbahaya Dan Perilakunya Dalam Memilih Dan Menggunakan Kosmetik. Vol.27, No. 1, Maret 2011. Jurnal Kedokteran Masyarakat.
- Depkes Ri. (2012). Profil Kesehatan Kota Bandung Tahun 2012. Diunduh Pada Tanggal 28 Februari 2015 Pukul 12:45 Dalam [Http://Dinkes.Bandung.Go.Id/Wp-Content/uploads/2013/10/Bab - li - Profil - Kesehatan - Kota - Bandung-Tahun-12.Pdf](http://dinkes.bandung.go.id/Wp-Content/uploads/2013/10/Bab-li-Profil-Kesehatan-Kota-Bandung-Tahun-12.Pdf)
- Effendy, & Uchjna, O. (2014). Ilmu Komunikasi (Komunikasi & Praktik). Bandung : Pt. Remaja Rosdakarya.
- Handayani, Y. (2013). Kecenderungan Remaja Menggunakan Kosmetik Pemutih Wajah Pada Mahasiswi Fakultas Kedokteran Universitas Muslim Indonesia Makassar. Makassar : Universitas Muslim Indonesia Makassar. .
- Kaiba M. (2011). Pengetahuan Dan Sikap Remaja Putri Tentang Resiko Kehamilan Remaja Di Smk 55 Asia Afrika Bandung. Bandung: Stik Immanuel Bandung.
- Kartika. (2012). Maraknya Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah. Jakarta: Egc
- Miftahur & Gede, Putu . (2013(. Pola Spatial Pusat Perbelanjaan Modern Di Surabaya Berdasarkan Probabilitas Kunjungan . Vol.2, No. 2, (2013) Issn: 2337-3539 (2301-9271 Print).
- Musthafefi, M. (2013). Hubungan Pengetahuan Dengan Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah Pada Remaja Putri Di Smk Pasundan Tahun 2013. Bandung : Stikes Unjani Bandung
- Nurlina. (2012). Gambaran Pengetahuan Dampak Penggunaan Kosmetik Pemutih Terhadap Kesehatan Kulit Pada Ibu-Ibu Di Medan. Medan: Universitas Sumatera Utara

- Nurudin. (2012). Pengantar Komunikasi Massa. Bandung : Pt. Raja Grafindo
- Nurwulan, Dwi. (2013).Efek Samping Kosmetik Dan Penangannya. Universitas Muhammadiyah Malang : Staff Pengajar Fakultas Kedokteran
- Nursalam. (2013). Konsep Dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan. Jakarta : Salemba Medika
- Risandi, Annisa. (2013). Pengaruh Iklan Televisi Kosmetik Pemutih Kulit Terhadap Sikap Dan Praktik Pemakaiannya Pada Mahasiswi Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Riyanto, A. (2014). Aplikasi Metodologi Penelitian Kesehatan. Yogyakarta : Nuha Medika
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods).Bandung : Alfabeta
- Sumiati, Et Al. (2012). Kesehatan Jiwa Remaja Dan Konseling. Jakarta : Trans Info Media.
- Tranggono, Retno & Latifah, F. (2014). Pegangan Dasar Kosmetodologi. Jakarta: Sagung Seto
- Utami, Eka. (2015). Pengetahuan Dan Sikap Mahasiswi Fakultas Kedokteran Universitas Hasanudin Makassar Angkatan 2014 Terhadap Isu Kosmetik Pemutih Berbahaya Pada Kesehatan Kulit. Makassar: Universitas Hassanudin Makassar
- Yasril, & Kasjono, S. (2016). Analisis Multivariat. Yogyakarta : Mitra Cendekia