

EDUKASI PENGGUNAAN KOSMETIKA AMAN DAN LEGAL DI KALANGAN SISWA SMA

Istianatus Sunnah¹⁾, Agitya Resti Erwiyani²⁾, Sikni Retno Karminingtyas³⁾

^{1,3}Program Studi Profesi Apoteker, Universitas Ngudi Waluyo, Indonesia

²Program Studi Profesi Apoteker, Universitas Ngudi Waluyo, Indonesia,

¹istihizna@yahoo.com, ²agityaresti@gmail.com, ³sikniretno@unw.ac.id

Diterima 15 Mei 2025, Direvisi 6 Juni 2025, Disetujui 7 Juni 2025

ABSTRAK

Persentase penggunaan kosmetika saat ini meningkat tajam. Distributor kosmetika semakin berlomba memberikan diskon sehingga berdampak pada pembelian kosmetika secara *online* serta penggunaan kosmetika ilegal dan palsu. Efek berbahaya dapat timbul akibat penggunaan kosmetik ilegal dan palsu. Oleh karena itu, sangatlah diperlukan persyaratan aman dan legal untuk penggunaan kosmetika. Tujuan pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini untuk menganalisis tingkat pemahaman siswa terhadap pemilihan kosmetik yang aman, legal dan asli secara *online*. Metode yang digunakan yaitu pemberian edukasi, pemberian kuesioner materi terkait dengan kosmetik aman dan legal. Mitra sebagai target pelaksanaan kegiatan PKM ini adalah 150 siswa SMA kelas XII di Kabupaten Semarang. Pretes dan postes dalam bentuk kuesioner tentang 3 materi disampaikan. Hasil kuesioner dianalisis menggunakan statistika SPSS untuk persentase tingkat pemahaman baik, sedang dan kurang. Hasil kegiatan edukasi tentang penggunaan kosmetik yang aman dan legal, diikuti 150 siswa SMA yang terdiri dari 58 siswa dan 92 siswi kelas XII. Berdasarkan hasil kuesioner, sebanyak 92 siswi memiliki kepedulian terhadap penggunaan kosmetik yang aman dan legal. Hasil tingkat pemahaman menunjukkan bahwa siswi memiliki tingkat pemahaman baik (77,17 %), pemahaman cukup (26,30%) dan 6,52% memiliki pemahaman kurang. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa siswi SMA kelas XII di Kabupaten Semarang rata-rata memiliki pemahaman yang baik tentang penggunaan kosmetik aman dan legal.

Kata kunci: *edukasi; kosmetika;siswa;pemahaman*

ABSTRACT

The percentage of cosmetic use is currently increasing sharply. Cosmetic distributors are increasingly competing to provide discounts, which has an impact on online cosmetic purchases and the use of illegal and fake cosmetics. The use of illegal and fake cosmetics can have harmful effects on the body. Therefore, safe and legal requirements for the use of cosmetics are very much needed. The purpose of implementing this activity is to analyze the level of student understanding of choosing safety, legality cosmetics by online. The method used is providing education, providing questionnaires on materials related to safety and legality cosmetics. The partners as the target for implementing this PKM activity are 150 high school students in grade XII in Semarang Regency. Pretests and posttests in the form of questionnaires about 3 materials were delivered. The results of the questionnaire were analyzed using SPSS statistics for the percentage of good, moderate and poor understanding levels. The results of educational activities on the use of safe and legal cosmetics were attended by 150 high school students consisting of 58 male and 92 female students in grade XII. Based on the results of the questionnaire, 92 female students were concerned about the use of cosmetics which are safe and legal. The results of the level of understanding show that female students have a good level of understanding (77.17%), sufficient understanding (26.30%) and 6.52% have poor understanding. Based on these results, it can be concluded that female high school students in grade XII in Semarang Regency on average have a good understanding of the use of safe and legal cosmetics.

Keywords: *education; cosmetics; students; understanding.*

PENDAHULUAN

Semakin tahun perkembangan industri kosmetik semakin berkembang pesat. Tingginya permintaan kosmetik yang semakin meningkat hal tersebut sesuai keinginan konsumen yang ingin tampil selalu awet muda dan menarik. Salah satu produk yang dibutuhkan manusia yang saat ini adalah kesehatan dan kecantikan. Produk kosmetik dibutuhkan untuk digunakan setiap hari. Produk kosmetika tidak hanya untuk wajah dan rambut melainkan seluruh tubuh. Oleh karena itu, kosmetika harus digunakan sesuai dengan jenis kulit, kondisi lingkungan, usia serta cuaca. Frekuensi pemakaiannya pun harus diperhatikan supaya efek berbahaya tidak muncul saat digunakan (Irfani & Aryani, 2022). Oleh karena itu, kemanan penggunaan kosmetika sangat diperlukan. Persentase penggunaan kosmetik yang tinggi harus diimbangi dengan pemahaman tentang kosmetik yang aman dan legal. Dalam penggunaan kosmetik, terdapat 3 syarat yang harus diperhatikan antara lain manfaat, keamanan dan mutu. BPOM mensyaratkan bahwa kosmetik yang beredar dan diproduksi di Indonesia harus memenuhi penggunaan bahan baku sesuai dengan standar dan memenuhi persyaratan mutu (BPOM, 2020). Penggunaan kosmetika di kalangan remaja saat ini cukup tinggi. Remaja memiliki karakteristik untuk mencoba, sehingga saat muncul kosmetika baru, kecenderungan untuk mencoba cukup tinggi. Selain itu, faktor gaya hidup merupakan salah satu faktor remaja untuk menggunakan kosmetika (Lestari and Widayati, 2022).

Saat ini banyak sekali kosmetika yang beredar. Di beberapa penjualan online, ditemukan kosmetika yang illegal bahkan kosmetika berasal dari luar negeri. Pada tahun 2023, BPOM menemukan 43 produk kosmetika yang berbahaya dan merusak kulit (Sagita, 2023). Untuk menjamin keamanan, kemanfaatan dan mutu kosmetik, maka BPOM mensyaratkan kosmetika yang beredar di Indonesia harus memiliki ijin edar (RI, 2023). Permasalahan yang dihadapi saat dalam penggunaan kosmetik di kalangan remaja antara lain remaja memilih kosmetik berdasarkan iklan atau pengalaman dari teman, influencer dan idola mereka tanpa memperhatikan fungsi, kandungan dan keamanan kosmetik yang digunakan. Saat ini siswa SMA di Kabupaten Semarang lebih banyak memilih dan membeli kosmetik secara *online*. Mereka cenderung memilih kosmetik dengan melihat efek secara instan tanpa mengetahui kandungan yang terdapat di dalamnya. Kecenderungan menggunakan kosmetik karena mengikuti *trend* maupun pengaruh teman, iklan dan *beauty blogger* tanpa memperhatikan tipe dan jenis

kulit. Hal ini yang menyebabkan siswa SMA tersebut menggunakan kosmetik secara asal tanpa memperhatikan kosmetik yang kemungkinan mengandung bahan kimia berbahaya yang dilarang. Bahkan pemahaman membedakan kosmetik asli dan palsu belum banyak dipahami oleh remaja. Tujuan dari kegiatan ini untuk menganalisis tingkat pemahaman siswa SMA kelas XII di Kabupaten Semarang terkait dengan penggunaan kosmetika yang aman dan legal.

METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini melibatkan siswa siswi SMA di Kabupaten Semarang yaitu SMA Negeri 1 Tengaran dan SMA Negeri II Kabupaten Semarang. Kegiatan dilaksanakan pada bulan Agustus- September 2024. Metode Pengabdian Kepada Masyarakat yang digunakan yaitu edukasi tentang kosmetika. Sebanyak 150 siswa SMA kelas XII di Kabupaten Semarang menjadi mitra dan dilibatkan dalam segala hal kegiatan. Tahapan kegiatan mulai dari observasi, edukasi, diskusi tentang pemilihan jenis kosmetik, edukasi tentang ciri kosmetik yang asli melalui klik BPOM. Untuk mencegah penggunaan kosmetik illegal dan palsu, maka siswa perlu diberikan edukasi pembelian kosmetik di *e-commerce* yang tepat.

Tahap awal, dilaksanakan observasi untuk menggali permasalahan yang terjadi saat ini. Adanya observasi, maka tim akan dapat menentukan metode edukasi serta evaluasi yang tepat (Notalia, Octaria and Sumarno, 2023). Pada tahap ini ditemukan permasalahan siswa SMA belum memiliki cukup pemahaman tentang kosmetika yang aman dan legal. Siswa SMA cenderung membeli kosmetik karena tergiur oleh iklan, harga murah, efek yang instan. Tahap pemberian edukasi, tim memberikan edukasi tentang jenis kosmetika aman dan legal serta cara mendapatkan kosmetik yang aman dan legal secara online. Pada akhir kegiatan dilaksanakan evaluasi dengan memberikan kuesioner dan melakukan analisis terhadap hasil kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam rangka meningkatkan keamanan dan kemanfaatan penggunaan kosmetika di kalangan remaja, baru-baru ini dilaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat bertema Edukasi Penggunaan Kosmetika Aman dan Legal di Kalangan Siswa SMA. Mitra yang diberikan edukasi merupakan siswa siswi SMA karena siswa SMA merupakan salah satu Masyarakat yang terpelajar. Ciri dari Masyarakat terpelajar yaitu kemudahan untuk menerima edukasi. Siswa SMA merupakan

tahap perkembangan remaja sehingga akan lebih mudah untuk menerima informasi. Saat ini siswa SMA termasuk dalam golongan generasi Z yang sangat familiar dengan teknologi digital. Hampir semua akses informasi secara mudah dan cepat diperoleh melalui informasi digital. Efek negatif penyampaian informasi secara digital yaitu kurang filter informasi tersebut, sehingga kebenaran akan informasi dipertanyakan dan cenderung memberikan informasi palsu (*hoax*). Untuk itu perlu dilakukan penyampaian informasi yang tepat tentang penggunaan kosmetika. Proses penyampaian informasi harus memperhatikan karakteristik peserta karena ketidaktepatan metode pemberian informasi akan menyebabkan proses pemberian informasi gagal dan tidak maksimal (Dewi, 2021).

Kegiatan PKM ini dilaksanakan edukasi secara langsung kepada siswa SMA. Upaya tersebut bertujuan untuk peningkatan pemahaman siswa terhadap kosmetika termasuk informasi seputar kosmetika yang beredar, tentang kebenaran dan legalitas kosmetika. Tahapan awal kegiatan pengabdian dengan melakukan observasi terkait pemahaman siswa tentang pemilihan dan penggunaan kosmetika. Hasil observasi menunjukkan bahwa siswa banyak yang melakukan pembelian kosmetika secara online dan cenderung mengikuti trend. Hal ini yang mendasari dilakukan edukasi tentang pemilihan kosmetika. Pada metode edukasi, informasi disampaikan secara langsung sehingga komunikasi 2 arah antara informan dan responden akan terjadi. Hal ini akan memberikan kemudahan kepada siswa untuk memahami materi yang diberikan. Siswa SMA sebagai masyarakat terpelajar lebih responsif (Estari, 2020). Karakteristik siswa SMA sebagai individu yang mampu menentukan pilihan demi kemajuan dirinya, akan mudah menerima perubahan-perubahan di sekitarnya. Pada tahap ini, merupakan tahap yang strategis untuk siswa dapat berkembang dan maju demi masa depan, sehingga edukasi yang diberikan akan dapat meningkatkan pemahaman dan diaplikasikan dalam proses kehidupannya (Mardiyati and Yuniawati, 2015).

Observasi merupakan tahapan awal dalam pelaksanaan kegiatan PKM. Dalam tahap observasi, ditentukan kesesuaian mitra yang akan diedukasi sehingga akan sejalan dengan tujuan pelaksanaan kegiatan PKM. Pengumpulan data, pengamatan dan pencatatan setiap proses yang dilakukan secara sistematis untuk menentukan tujuan selanjutnya (Syamsudin, 2015). Dasar dari perencanaan dan pelaksanaan kegiatan selanjutnya ditentukan berdasarkan hasil observasi. Tahap selanjutnya yaitu edukasi dengan pemaparan materi dari 3 narasumber. Kegiatan edukasi tentang jenis kosmetika ini perlu dilakukan untuk meningkatkan

pemahaman siswa SMA Kabupaten Semarang tentang apa saja yang termasuk kosmetik, jenis kosmetika yang beredar di pasaran. Tahap terakhir yaitu evaluasi atau monitoring pemahaman materi edukasi yang diberikan. Evaluasi dilakukan dengan memberikan kuesioner yang bertujuan untuk mengevaluasi tingkat pemahaman siswa SMA tentang materi kosmetika.



Gambar 1. Pemberian Edukasi Tentang Kosmetika pada Siswa SMA (Sumber :Dokumentasi Pribadi)



Gambar 2. Diskusi tentang kosmetika aman dan legal (Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Berdasarkan Tabel 1, jenis kelamin pada remaja siswa SMA lebih banyak jenis kelamin perempuan. Perempuan lebih cenderung untuk memperhatikan penampilan sehingga lebih suka bersolek, dan bergaya untuk menunjang penampilan. Berdasarkan penelitian (Syauki and Amalia Avina, 2020), menjelaskan bahwa perempuan merupakan pelaku konsumsi yang berpengaruh terhadap pemasaran produk terutama kosmetik. Selain itu pengaruh tren kecantikan yang menyebabkan perempuan lebih konsumtif karena perempuan memiliki cita-cita untuk memenuhi norma kecantikan di Masyarakat (Hasrin and Sidik, 2023)

Tabel 1. Karakteristik Jenis Kelamin Siswa SMA Negeri 1 Tengar

Jenis kelamin	Jumlah (f)	Persentase (%)
Laki-laki	58	38,67
Perempuan	92	61,33
Total	150	100

Sumber : Data Primer diolah Tahun 2024

Berdasarkan hasil kuesioner yang diedarkan, 100% responden yang mengisi adalah perempuan. Pengalaman, sosial, budaya, dan lingkungan dapat mempengaruhi tingkat pemahaman. Proses pendidikan selama sekolah, penyuluhan maupun seminar oleh tenaga kesehatan dapat meningkatkan pemahaman salah satunya tentang penggunaan kosmetika (Ashiela, Kurniawati and Palimbo, 2023).

Legalitas kosmetika sangat penting dalam pemilihan kosmetika. Beberapa kasus sering terjadi, konsumen membeli kosmetika tanpa memperhatikan keaslian dari kosmetika. Konsumen tergiur dengan adanya harga yang murah. Penjualan kosmetika secara *online* saat ini menduduki peringkat tinggi dibandingkan dengan penjualan secara *offline*. Peran dari *brand ambassador*, atau *beauty blogger* dalam penjualan kosmetika sangat besar. Apalagi para *beauty blooger* atau *brand ambassador* melakukan promosi besar-besaran di sosial media mereka. Hal tersebut yang akan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam pembelian kosmetika (Salsa Bela, Indriati and Sari Wardani, 2024). Konsumen akan berpikir bahwa, semua kosmetika yang dipromosikan tersebut merupakan produk yang legal. Padahal kenyataannya tidak semua produk yang dipromosikan merupakan produk yang legal dan aman (Pradnyandewi, 2023).

Pada kesempatan ini disampaikan tentang cara memilih online store yang aman dan terpercaya, cara mengecek reputasi online store, cara mengantisipasi adanya kecurangan dalam pembelian di online store. Pada akhir kegiatan dilaksanakan pengisian kuesioner untuk menganalisis pemahaman siswa tentang pembelian kosmetika secara online.

Tabel 2. Tingkat pemahaman tentang kosmetika

Sumber : Data Primer diolah tahun 2024

Hasil tingkat pemahaman siswa terhadap penggunaan kosmetika aman dan legal, sebagian

besar siswa memiliki pemahaman yang baik (77,1%). Hal ini disebabkan karena era saat ini adalah digital. Siswa SMA merupakan generasi Z, yang lebih familiar dengan gadget, dan lebih aware terhadap digitalisasi informasinya. Siswa SMA lebih cepat menerima informasi yang disampaikan secara langsung di media sosial, karena kemampuan untuk menyerap informasi lebih cepat. Selain itu, di era digitalisasi informasi ini, semua informasi dapat langsung disampaikan tanpa ada filter. Sehingga apapun informasi yang diberikan akan diterima dan kadang tidak diolah atau disaring terlebih dahulu kebenaran informasi tersebut (Dewi, 2024).

Hasil kuesioner menggambarkan siswa SMA memiliki pemahaman yang baik terhadap jenis, legalitas dan pembelian kosmetika secara online. Hal ini menunjukkan bahwa siswa SMA Kabupaten Semarang sudah terbuka dan cepat menerima informasi kekinian. Meskipun rata-rata tingkat pemahaman tentang kosmetika baik, tetapi masih ada beberapa siswa yang memiliki tingkat pemahaman kurang, sehingga perlu ditingkatkan edukasi tentang kosmetika.

Kategori Pemahaman	Frekuensi	Persentase (%)
Baik	71	77,10
Cukup	15	16,30
Kurang	6	6,52
Total	92	100

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis kuesioner, tingkat pemahaman tentang kosmetika menunjukkan bahwa siswi memiliki tingkat pemahaman baik (77,17 %), pemahaman cukup (26,30%) dan 6,52% memiliki pemahaman kurang. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa siswi SMA di Kabupaten Semarang rata-rata memiliki pemahaman yang baik tentang penggunaan kosmetik aman dan legal.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih atas bantuan pendanaan dari Fakultas Kesehatan Universitas Ngudi Waluyo Ungaran.

DAFTAR RUJUKAN

- Ashiela, Kurniawati, D. and Palimbo, A. (2023) 'Pengaruh Small Group Discussion (SGD) terhadap Tingkat Pengetahuan Siswa MAN 2 Banjarmasin tentang Penggunaan Antibiotik', *Jurnal Integrasi Kesehatan dan Sains (JKS)*, 5(1), pp. 27–32.
- BPOM RI, P.B. (2023) *Berita Negara, Pengawasan Pembuatan dan Peredaran Kosmetik*.

- Dewi, A.C. (2024) 'Peran Teknologi Dalam Meningkatkan Kualitas Hidup Manusia Di Era Digital', *JRGI*, 3(3), pp. 165–170
- Dewi, R.K. (2021) 'Analisis Karakteristik Siswa Untuk Mencapai Pembelajaran yang Bermakna', *Education Journal: Journal Educational Research and Development*, 5(2), pp. 255–262. Available at: <https://doi.org/10.31537/ej.v5i2.525>.
- Estari AW (2020) 'Pentingnya Memahami Karakteristik Peserta Didik dalam Proses Pembelajaran', *Workshop Nasional Penguatan Kompetensi Guru Sekolah Dasar SHEs: Conference Series*, 3(3), pp. 1439–1444. Available at: <https://jurnal.uns.ac.id/shes>.
- Hasrin, A. and Sidik, S. (2023) 'Tren Kecantikan Dan Identitas Sosial: Analisis Konsumsi Kosmetik Dan Objektifikasi Diri Di Kalangan Perempuan Kota Palopo', *Jurnal Analisa Sosiologi*, 12(4). Available at: <https://doi.org/10.20961/jas.v12i4.71618>.
- Lestari, R.D. and Widayati, A. (2022) 'Profil Penggunaan Kosmetika di kalangan Remaja Putri SMK Indonesia Yogyakarta', *Majalah Farmaseutik*, 18(1), p. 8. Available at: <https://doi.org/10.22146/farmaseutik.v18i1.70915>.
- Mardiyati, B.D. and Yuniawati, R. (2015) 'Perbedaan Adaptabilitas Karir Ditinjau Dari Jenis Sekolah (SMA DAN SMK)', *Emphaty*, 3(1), pp. 31–41.
- Notalia, V., Octaria, D. and Sumarno, E. (2023) 'Implementasi Pembelajaran Berdiferensiasi Model PBL untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa SMA Negeri 2 Palembang', *Jurnal Sinar Edukasi*, 04(3), pp. 10–22.
- Pradnyandewi, A.A. (2023) 'Perlindungan Konsumen Terhadap Kosmetik Tidak Terdaftar Bpom Yang Beredar Di E-Commerce', *Jurnal Kertha Desa*, 11(9), pp. 3266–3275.
- Salsa Bela, A., Indriati, R. and Sari Wardani, A. (2024) 'Rancang Bangun Sistem Penjualan Online Skincare', *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(4), pp. 8106–8114. Available at: <https://doi.org/10.36040/jati.v8i4.10654>.
- Syamsudin, A. (2015) 'Pengembangan Instrumen Evaluasi Non Tes (Informal) untuk Menjaring Data Kualitatif Perkembangan Anak Usia Dini', *Jurnal Pendidikan Anak*. Available at: <https://doi.org/10.21831/jpa.v3i1.2882>.
- Syauki, W.R. and Amalia Avina, D.A. (2020) 'Millennial women's perceptions and preferences for using skincare in a marketing communications perspective (Persepsi dan preferensi penggunaan skincare pada perempuan milenial dalam perspektif komunikasi pemasaran)', *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), p. 42.