

SMART BEAUTY EDUCATION: EDUKASI PEMILIHAN KOSMETIK PEMUTIH BAGI REMAJA PUTRI MELALUI BUKU CERITA INTERAKTIF

Tamara Gusti Ebtavanny^{1*}, Favian Rafif Firdaus², Valentina Yurina³,
Efta Triastuti⁴, Hananditia Rachma Pramestutie⁵, Mey Ritha Putri Rossari⁶,
Nabila Nashwa Azzahra⁷, Mohammad Arfan Nur Faadhillah⁸,
Rachmad Tri Wahyudi⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}Departemen Farmasi, Universitas Brawijaya, Indonesia
tamara.gusti@ub.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Maraknya penggunaan krim pemutih ilegal di kalangan remaja putri menimbulkan risiko kesehatan akibat kandungan bahan berbahaya seperti merkuri dan hidrokuinon. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan kesadaran remaja SMA di Kota Malang mengenai kosmetik yang aman sesuai ketentuan BPOM melalui media buku cerita interaktif “Cantik dan Sehat dengan Apoteker Remy.” Metode meliputi penyuluhan, diskusi kelompok, serta distribusi buku interaktif kepada 161 siswi dari 16 SMA/K. Evaluasi dilakukan menggunakan pre-test dan post-test dengan 20 butir pertanyaan terkait definisi, bahan aktif, keamanan, dan legalitas produk kosmetik. Hasil menunjukkan peningkatan skor pengetahuan dari 73,13 menjadi 78,17 (kenaikan 6,8%) dengan peningkatan kategori “Baik” dari 40% menjadi 55%. Uji Wilcoxon menghasilkan $p=0,000$ yang menunjukkan perbedaan signifikan. Program ini terbukti efektif meningkatkan literasi kosmetik remaja dan berpotensi direplikasi melalui pendekatan train-the-trainer untuk mencetak duta literasi kosmetik di sekolah.

Kata Kunci: Edukasi; Kosmetika; Remaja Putri; Buku Cerita Interaktif; Pencerah Kulit; Literasi Kesehatan.

Abstract: The widespread use of illegal whitening creams among teenage girls poses serious health risks due to harmful ingredients such as mercury and hydroquinone. This community engagement aimed to improve cosmetic literacy among high school students in Malang through an interactive storybook titled “Beautiful and Healthy with Pharmacist Remy.” The program included counseling, group discussions, and the distribution of the storybook to 161 female students from 16 schools. Evaluation was conducted using pre- and post-tests with 20 questions covering cosmetic definitions, active ingredients, safety, and legality. Results showed an increase in average knowledge scores from 73.13 to 78.17 (6.8% improvement) and a rise in the “Good” category from 40% to 55%. The Wilcoxon test revealed a statistically significant difference ($p = 0.000$). The intervention effectively enhanced students’ understanding of safe cosmetic use and has potential for replication using a train-the-trainer model to create cosmetic literacy ambassadors in schools.

Keywords: Education; Cosmetics; Teenager; Interactive Storybook; Whitening Agents; Health Literacy.



Article History:

Received: 05-11-2025
Revised : 18-12-2025
Accepted: 20-12-2025
Online : 01-02-2026



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Standar kecantikan di Indonesia saat ini masih sangat dipengaruhi oleh budaya populer dan media yang sering mengaitkan kecantikan dengan kulit putih dan bersih. Persepsi ini mendorong banyak remaja, khususnya remaja putri, untuk menggunakan produk kosmetik pemutih kulit seperti krim pemutih wajah (Saraharah & Ningtyas, 2023). Penelitian di Surabaya menunjukkan bahwa sebagian besar remaja memandang kulit putih sebagai cerminan kecantikan dan kesehatan. (Zumarthana et al., 2024). Sehingga warna kulit menjadi salah satu variabel penting yang memengaruhi perilaku penggunaan kosmetik pemutih.

Kontruksi sosial mengenai “cantik = putih” semakin diperkuat oleh maraknya iklan dan konten media sosial yang menampilkan kulit putih sebagai simbol kecantikan, kesuksesan, dan status sosial (Gustine et al., 2025). Paparan visual dan narasi semacam ini membentuk persepsi remaja tentang citra tubuh ideal, sekaligus mendorong perilaku konsumtif terhadap berbagai produk pemutih yang beredar di pasaran. Dengan demikian, media dan budaya populer menjadi variabel lingkungan yang berperan besar dalam membentuk preferensi dan keputusan penggunaan kosmetik pemutih.

Masa remaja sendiri merupakan tahap penting pembentukan identitas diri, ketika individu sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial, teman sebaya, dan eksposur media digital. Ketika masyarakat menganggap bahwa cantik berarti berkulit putih, remaja dengan warna kulit sawo matang atau gelap cenderung merasa kurang percaya diri. Sebanyak 73,1% perempuan Indonesia menganggap bahwa kulit putih bersih dan glowing adalah definisi cantik (Purnomo et al., 2021). Pengaruh teman sebaya dan media sosial juga berperan besar terhadap keputusan remaja menggunakan produk pemutih tanpa memperhatikan aspek keamanan (Trisnawati et al., 2017; Zumarthana et al., 2024). Sehingga variabel psikososial seperti tekanan teman sebaya dan konstruksi sosial kecantikan menjadi determinan penting perilaku mereka.

Di lapangan, termasuk pada mitra sasaran remaja putri SMA di Kota Malang, permasalahan utama yang muncul adalah tingginya minat menggunakan krim pemutih yang cepat memberikan hasil, tetapi rendahnya perhatian terhadap keamanan, legalitas, dan kandungan bahan aktif (Nurmedina et al., 2025). Remaja cenderung lebih fokus pada klaim “cepat putih” dan testimoni di media sosial, dibandingkan membaca label, nomor notifikasi BPOM, atau memperhatikan kandungan berbahaya (Ebtavanny et al., 2023; Kucharczuk et al., 2022). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan akan penampilan sesuai standar kecantikan populer dengan kemampuan melakukan penilaian kritis terhadap produk pemutih yang digunakan.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa peredaran kosmetik pemutih ilegal yang mengandung bahan berbahaya masih menjadi masalah serius. Banyak produk pemutih mengandung hidrokuinon, asam retinoat, dan merkuri dalam kadar yang tidak aman (Charkiewicz et al., 2025; Trisnawati

et al., 2017). Data BPOM RI melaporkan sekitar 170.000 produk kosmetik diduga mengandung merkuri (BPOM, 2018). Hal ini mencerminkan tingginya permintaan kosmetik pemutih, terutama pada kelompok usia 16–25 tahun yang terdiri atas remaja dan dewasa muda (Zumarthana et al., 2024), dan sekaligus memperkuat risiko paparan bahan berbahaya di kelompok usia ini.

Penelitian mengenai literasi kosmetik di kalangan remaja juga menunjukkan hasil yang mengkhawatirkan. Studi di SMAN 1 Sidrap menemukan bahwa sebagian besar remaja memiliki pengetahuan terbatas terkait penggunaan krim pemutih (Ryanda et al., 2023). Penelitian lain menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan berbanding lurus dengan ketelitian remaja dalam memilih produk pemutih (Rusdaman et al., 2023). Namun, temuan di Jember memperlihatkan hubungan yang lemah antara tingkat pengetahuan dan ketepatan dalam memilih produk pemutih, yang menandakan adanya faktor lain seperti pengaruh sosial, tren kecantikan, dan peran influencer dalam pengambilan keputusan remaja (Wulandari et al., 2022). Artinya, pengetahuan saja belum cukup untuk mengubah perilaku, karena masih dipengaruhi variabel eksternal yang kuat.

Dari sisi dampak kesehatan, penelitian di Makassar melaporkan bahwa kadar merkuri pada rambut remaja pengguna krim pemutih tiga kali lebih tinggi dibandingkan non-pengguna, dengan gejala awal berupa kekakuan otot dan gangguan koordinasi (Abbas et al., 2020). Paparan merkuri jangka panjang dapat menyebabkan kerusakan ginjal, gangguan saraf, dan efek toksik pada sistem reproduksi (Charkiewicz et al., 2025). Temuan ini menguatkan urgensi intervensi edukatif yang tidak hanya menambah pengetahuan, tetapi juga menumbuhkan kesadaran risiko dan kemampuan menolak produk ilegal meskipun secara sosial dianggap “tren” atau “kekinian”.

Sayangnya, sebagian besar program edukasi yang pernah dilakukan terkait pemilihan kosmetik aman masih bersifat konvensional, seperti ceramah atau penyuluhan satu arah, yang kurang menarik bagi remaja dan belum mampu mendorong perubahan perilaku secara bermakna (Wulandari et al., 2022; Zumarthana et al., 2024). Di sisi lain, belum banyak penelitian maupun kegiatan pengabdian masyarakat yang mengembangkan strategi edukasi kreatif dan interaktif yang sesuai dengan karakteristik remaja sebagai generasi digital, padahal remaja cenderung lebih mudah menyerap pesan melalui media visual, naratif, dan interaktif dibandingkan teks biasa. Kondisi ini menunjukkan adanya celah dalam pemilihan pendekatan dan media edukasi yang relevan bagi remaja.

Kegiatan “*Smart Beauty Education*: Strategi Edukasi Kreatif Pemilihan Kosmetik Pemutih yang Aman bagi Remaja Putri Sekolah Menengah Atas melalui Buku Cerita Interaktif” dirancang untuk mengisi celah tersebut. Program ini bertujuan meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan sikap kritis remaja putri terhadap kosmetik pemutih yang aman sesuai ketentuan

BPOM, sekaligus mendorong perilaku bijak dalam memilih produk. Melalui pendekatan edutainment dengan media buku cerita interaktif, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan literasi kosmetik aman, memperkuat kemampuan remaja untuk menolak kosmetik ilegal yang berbahaya, dan menanamkan pemahaman bahwa kecantikan sejati bukan hanya tentang kulit yang putih, tetapi tentang kesehatan dan keamanan diri.

B. METODE PELAKSANAAN

1. Pra Kegiatan

Kegiatan ini ditujukan untuk siswa SMA sederajat kelas X–XII di Kota Malang. Penentuan responden dilakukan dengan membagi Kota Malang menjadi lima kecamatan: Kecamatan Sukun, Kecamatan Lowokwaru, Kecamatan Blimbing, Kecamatan Klojen, dan Kecamatan Kedungkandang, dan digunakan metode *clustered random sampling*. Sekolah yang bersedia berpartisipasi diminta mengirimkan 10 - 15 siswinya untuk mengikuti kegiatan edukasi, diharapkan dengan adanya perwakilan sekolah mampu meneruskan informasi kepada teman-temannya di sekolah. Kegiatan dilakukan dalam satu waktu di Fakultas Kedokteran Universitas Brawijaya pada hari Sabtu, 13 September 2025.

2. Pelaksanaan Kegiatan

a. Penyuluhan (Edukasi)

Kegiatan penyuluhan direncanakan berupa edukasi terkait kosmetik untuk meningkatkan pengetahuan remaja putri terkait kosmetik. Pemberian materi akan dilakukan oleh staf pengajar Departemen Farmasi FKUB dan praktisi dari industri kosmetik. Materi yang akan disampaikan yaitu definisi kosmetik dan sediaan pemutih kulit, aspek legalitas dan keamanan kosmetik pemutih, serta DAGUSIBU sediaan kosmetik. Setelah sesi edukasi, peserta diberi kesempatan untuk bertanya jika mereka belum memahami materi.

b. *Pre test*

Pengetahuan responden akan diukur menggunakan kuesioner pengetahuan yang memilih jawaban benar atau salah dengan jumlah pertanyaan 20 butir mengenai definisi kosmetik, bahan aktif, cara penggunaan, cara penyimpanan, cara pembuangan, efek samping dan cek legalitas dengan BPOM, membaca label, serta klaim pada produk kosmetik pemutih. Pengujian pertama dilakukan melalui *Pre test*. Instrumen pengetahuan yang digunakan telah divalidasi sebelumnya melalui telaah pakar dengan indeks validitas konten (CVI = 1). Data yang didapatkan kemudian dianalisis menggunakan uji beda *pre-post*. Untuk data berdistribusi normal digunakan uji paired t-test; untuk data non-normal digunakan uji Wilcoxon.

c. Pemberian edukasi melalui buku cerita interaktif

Media edukasi yang akan diberikan pada peserta berupa buku cerita interaktif. Maraknya penggunaan krim pemutih ilegal di kalangan remaja menuntut adanya intervensi literasi kosmetik yang mudah dipahami, kontekstual, dan menarik. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, dikembangkan media edukasi berbasis narasi berupa buku cerita interaktif yang bertujuan meningkatkan pemahaman remaja tentang perbedaan kosmetik dan obat, keamanan bahan aktif pencerah, serta cara memverifikasi legalitas produk. Cerita ini mengikuti tokoh utama bernama Kinara, siswi SMA yang mengalami iritasi akibat penggunaan krim pemutih tanpa izin, kemudian memperoleh edukasi dari guru dan maskot “Apoteker Remy” mengenai konsep dasar kosmetik, mekanisme pembentukan melanin (eumelanin dan pheomelanin), serta daftar bahan berbahaya yang sering ditemukan dalam kosmetik ilegal seperti merkuri, hidrokuinon, dan asam retinoat. Selain itu, narasi juga memperkenalkan bahan pencerah yang aman seperti vitamin C, niasinamida, dan alpha-arbutin, disertai pelatihan keterampilan praktis untuk memeriksa izin edar BPOM, memahami prinsip DAGUSIBU kosmetik, dan membaca simbol PAO pada kemasan. Pada bagian akhir, peserta didorong menjadi *duta literasi kosmetik* di sekolah melalui kampanye bertema “Kulit Sehat Itu Cantik”, yang menanamkan pesan bahwa kecantikan sejati terletak pada kesehatan dan keamanan kulit, bukan pada warna kulit semata. Media edukasi ini juga telah mendapatkan HAKI dengan nomor EC002025135364. Berikut adalah beberapa tampilan dari media edukasi yang diberikan:



Gambar 1. Media Edukasi Buku Cerita Interaktif

3. Evaluasi Kegiatan

Kegiatan *post-test* dilaksanakan setelah seluruh rangkaian edukasi selesai, yaitu setelah peserta mengikuti sesi seminar mengenai pemilihan kosmetik pemutih yang aman dan mendapatkan penjelasan serta eksplorasi singkat buku cerita interaktif. Pada tahap ini, seluruh siswi diminta mengerjakan kuesioner *post-test* yang berisi 20 butir pertanyaan yang sama dengan instrumen *pre-test*.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pra Kegiatan

Kegiatan diawali dengan tahap persiapan, meliputi penyebaran undangan ke 30 sekolah di lima kecamatan Kota Malang, koordinasi dengan tim dosen maupun mahasiswi serta penyiapan media edukasi yang akan diberikan kepada siswi SMA yang berpartisipasi.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Peserta pada kegiatan sebanyak 161 siswi yang berasal dari sekolah yang diundang, dimana setiap sekolah mengirimkan 10 - 15 perwakilan. Kegiatan pengmas diawali dengan sambutan yang diberikan ketua pelaksana yaitu Tamara Gusti Ebtavanny. Acara kemudian dilanjutkan dengan pemaparan materi (I) Definisi kosmetik dan sediaan pemutih kulit oleh Efta Triastuti, materi (II) Aspek legalitas dan keamanan kosmetik pemutih yang disampaikan pihak industri kosmetik Nimas Rizqi Firdausy Haq, serta materi (III) DAGUSIBU sediaan kosmetik oleh Hananditia Rachma Pramestutie. Adapun beberapa dokumentasi kegiatan tersebut adalah sebagaimana terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Penyampaian Materi dan Diskusi dengan Narasumber

Sesi diskusi berjalan dengan sangat interaktif. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi selama sesi tanya jawab. Misalnya, salah satu peserta menanyakan alasan masih beredarnya kosmetik berbahaya di Indonesia serta upaya yang dapat dilakukan masyarakat untuk mencegahnya. Pertanyaan lain terkait jenis bahan kosmetik yang aman bagi kulit sensitif menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya mengenali komposisi bahan kosmetik dan legalitas produk sebelum penggunaan.

3. Pemberian Media Edukasi berupa Buku Cerita Interaktif

Penggunaan media edukatif berbasis cerita terbukti tidak hanya meningkatkan literasi kosmetik, tetapi juga membentuk persepsi positif terhadap konsep kecantikan alami di kalangan remaja. Sebagian besar peserta kegiatan menyatakan perubahan pandangan, bahwa kecantikan tidak selalu identik dengan kulit putih, melainkan dengan kulit yang sehat,

bersih, dan bebas bahan berbahaya. Edukasi kosmetika aman dapat menggeser orientasi persepsi kecantikan remaja dari warna kulit menuju aspek kesehatan kulit (Isnaini et al., 2024; Mahmudah et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa strategi edukasi kreatif menggunakan media buku cerita interaktif efektif dalam menstimulasi minat belajar dan pemahaman remaja mengenai kosmetik yang aman. Hasil ini sejalan dengan temuan Suharsanti et al. (2025) dalam *Program Literasi Kosmetik* yang melaporkan bahwa penggunaan media visual dan naratif dapat meningkatkan pemahaman remaja terhadap kosmetik aman hingga 80%. Selain itu, penelitian Nur et al. (2025) juga membuktikan bahwa edukasi langsung dengan pendekatan partisipatif mampu meningkatkan kesadaran remaja terhadap bahaya kosmetik bermerkuri dan mendorong perilaku pemilihan produk yang lebih aman.

4. Evaluasi Kegiatan

Pre-test dan *post-test* dilakukan untuk mengetahui tingkat pengetahuan peserta tentang penggunaan kosmetik pemutih. Tingkat pengetahuan siswi SMA yang menjadi partisipan kemudian diklasifikasi sesuai dengan klasifikasi yang dibuat oleh Arikunto yang terdiri dari tingkat pengetahuan baik, cukup dan kurang (Arikunto, 2010). Analisa yang dilakukan meliputi:

- a. Menghitung persentase jumlah jawaban benar

$$\% \text{ Jawaban benar} = \frac{\text{Jumlah Jawaban Benar}}{\text{Jumlah Total Soal}} \times 100\%$$

- b. Klasifikasi tingkat pengetahuan

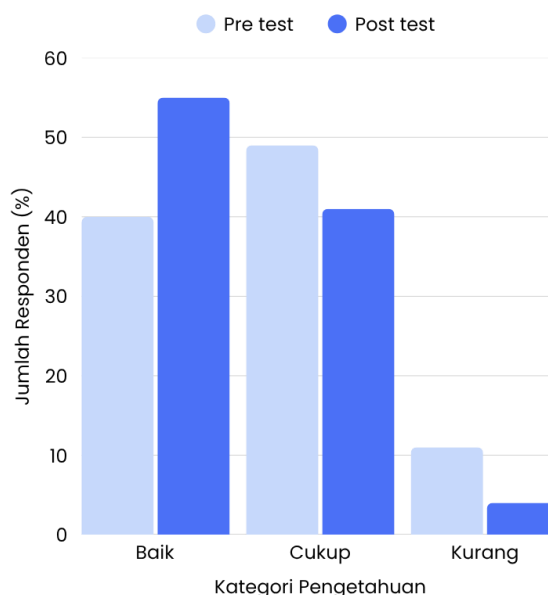
Tabel 1. Klasifikasi tingkat pengetahuan (Arikunto, 2010)

Kategori Tingkat pengetahuan	Skor/Nilai
Baik	76-100%
Cukup	60-75%
Kurang	< 60%

- c. Perhitungan persentase tingkat pengetahuan peserta

$$\% \text{ Tingkat pengetahuan} = \frac{\text{Jumlah peserta pada satu kategori}}{\text{Jumlah peserta total}} \times 100\%$$

Hasil pretest dan posttest menunjukkan peningkatan nilai rata-rata pengetahuan peserta sebesar 6,8 persen. Nilai peserta dengan tingkat pengetahuan "Baik" meningkat sebesar 40% menjadi 55%, nilai peserta dengan tingkat pengetahuan "Cukup" turun secara signifikan dari 49% menjadi 41%, dan nilai peserta dengan tingkat pengetahuan "Kurang" turun secara signifikan dari 41% menjadi 40%. Rekapitulasi tingkat pengetahuan peserta dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil *Pre* dan *Post test* Tingkat Pengetahuan

Hasil uji normalitas menggunakan uji Shapiro-Wilk menunjukkan nilai (sig. 0.000) atau $p < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Kemudian dilakukan analisa beda dengan Wilcoxon. Hasil uji Wilcoxon menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara nilai pre-test dan post-test ($p < 0,05$), dengan peningkatan rata-rata skor pengetahuan sebesar 6,8% setelah diberikan intervensi berupa seminar edukatif dan buku cerita interaktif “Cantik dan Sehat dengan Apoteker Remy”. Temuan ini menunjukkan bahwa edukasi berbasis narasi visual efektif dalam meningkatkan literasi kosmetik remaja putri. Media edukasi interaktif dan digital mampu meningkatkan literasi kesehatan remaja karena melibatkan elemen visual, naratif, dan partisipatif yang memperkuat retensi informasi (Mancone et al., 2024; Rahmatia et al., 2025). Dengan demikian, hasil peningkatan pengetahuan ini tidak hanya menggambarkan keberhasilan intervensi dari sisi kognitif, tetapi juga menunjukkan bahwa media edukasi berbasis cerita dapat menjadi strategi komunikasi kesehatan yang menarik dan berkelanjutan bagi remaja.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Program edukasi kelas yang dipadukan dengan media cerita interaktif pada 161 siswi dari 16 SMA/K di Kota Malang meningkatkan pengetahuan tentang pemilihan kosmetik pemutih yang aman, dengan rerata skor naik dari 73,13 menjadi 78,17 dan proporsi kategori “Baik” meningkat dari 40% menjadi 55%. Hasil ini mendukung penggunaan model literasi berbasis media interaktif sebagai strategi peningkatan pengetahuan kosmetik aman pada remaja, dengan potensi pengembangan lebih lanjut melalui pendekatan train-the-trainer di tingkat sekolah. Program “Smart Beauty Education” berhasil menjangkau 161 siswi dari 16 SMA/K sederajat di Kota Malang melalui edukasi kelas dan buku cerita interaktif. Intervensi meningkatkan

pengetahuan peserta tentang pemilihan kosmetik pemutih yang aman: rerata skor naik dari 73,13 (*pre-test*) menjadi 78,17 (*post-test*) atau setara peningkatan 6,8%; proporsi kategori “Baik” bertambah dari 40% menjadi 55%, sementara “Kurang” menurun dari 11% menjadi 4%. Secara keseluruhan, model literasi berbasis buku cerita interaktif yang dipadukan dengan sesi edukasi tatap muka terbukti layak, menarik bagi remaja, dan efektif memperbaiki pengetahuan awal terkait penggunaan kosmetik. Sebagai penguatan dampak, peningkatan skala disarankan melalui model *train-the-trainer* (duta sekolah).

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Kedokteran Universitas Brawijaya atas hibah dari BPPM FKUB dengan Nomor SPK 7171/UN10.F0701/B/PM.01.01.1/2025. Kami juga berterima kasih kepada semua sekolah di Kota Malang yang telah berpartisipasi dalam kegiatan.

DAFTAR RUJUKAN

- Abbas, H. H., Sakakibara, M., Sera, K., Nurgahayu, & Andayanie, E. (2020). Mercury exposure and health problems of the students using skin-lightening cosmetic products in Makassar, South Sulawesi, Indonesia. *Cosmetics*, 7(3), 1–10. <https://doi.org/10.3390/COSMETICS7030058>
- Charkiewicz, A. E., Omeljaniuk, W. J., Garley, M., & Nikliński, J. (2025). Mercury exposure and health effects: what do we really know? *International Journal of Molecular Sciences*, 26(5), 2326.
- Ebtavanny, T. G., Firdauzia, D., Pramestuti, H. R., Lawuningtyas, A., & Illahi, R. K. (2023). Hubungan Antara Tingkat Pengetahuan dan Ketepatan Apoteker Dalam Mengelola Obat Sisa, Obat Rusak, dan Obat Kedaluwarsa di Apotek Malang Raya. *Pharmaceutical Journal of Indonesia*, 9(1), 48-53.
- Gustine, Y. A., Saputra, S., & Indasari, F. (2025). Pengaruh Beauty dan Fashion Influencer Media Sosial Tiktok terhadap Perilaku Remaja (Studi Sekolah Menengah Kejuruan Mandiri Palembang). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 13060–13072. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.26915>
- Isnaini, N., Prajaputra, V., & Ulfa, S. (2024). Edukasi Kosmetika Aman: Upaya Meningkatkan Pengetahuan Warga Gampong Kopelma Darussalam. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 7(4), 1–5.
- Kucharczuk, A. J., Oliver, T. L., & Dowdell, E. B. (2022). Social media's influence on adolescents' food choices: A mixed studies systematic literature review. *Appetite*, 168, 105765.
- Mahmudah, R., Akib, N. I., & Akib, N. H. (2025). Edukasi Penggunaan Skincare Dan Kosmetik Yang Aman Untuk Remaja Di Pondok Putri Annisa Kendari. *Mosiraha: Jurnal Pengabdian Farmasi*, 3(1), 61–64. <https://doi.org/10.33772/mosiraha.v3i1.80>
- Mancone, S., Corrado, S., Tosti, B., Spica, G., & Diotaiuti, P. (2024). Integrating digital and interactive approaches in adolescent health literacy: a comprehensive review. *Frontiers in Public Health*, 12(October). <https://doi.org/10.3389/fpubh.2024.1387874>
- Nur, A., Patandean, D., Nasrullah, N., Swarjana, I. K. D., Salahuddin, N., Armidayanti, A., & Furqan, M. (2025). Edukasi Penggunaan Skincare dan Kosmetik yang Aman. *Idea Pengabdian Masyarakat*, 5(02), 182–187. <https://doi.org/10.53690/ipm.v5i02.401>

- Nurmedina, S. A., Sagita, D., & Hidayat, S. (2025). Persepsi Remaja Perempuan pada Produk Pemutih Niacinamide. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (JRIME)*, 3(1), 253–264.
- Purnomo, C. D., Yanti, M., & Widyassari, P. W. (2021). Pemilihan Produk Skincare Remaja Milenial Dengan Metode Simple Additive Weighting. *Jurnal Ilmiah Intech : Information Technology Journal of UMUS*, 3(01), 32–41.
- Rahmatia, A., Awang, H. S., & Bura, A. Y. (2025). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Literasi Digital: Kajian Literatur Dan Studi Kasus. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 8(1), 61–70.
- Rusdian, R., Hashary, A. R., & Putri, A. E. (2023). Kualitas Pengetahuan tentang Penggunaan Kosmetik dikalangan Masyarakat Melalui Virtual Referensi. *Borneo Journal of Pharmascientech*, 7(1), 29–33. <https://doi.org/10.51817/bjp.v7i1.456>
- Ryanda, A., Ibrahim, I., & Adhayanti, I. (2023). Level of Knowledge and Attitude of Senior High School 1 Sidrap Teenagers Regarding the Selection and Usage of Facial Whitening Cream Cosmetics. *Journal of Health and Nutrition Research*, 2(2), 97–101. <https://doi.org/10.56303/jhnresearch.v2i2.90>
- Saraharah, Z. D., & Ningtyas, S. (2023). Change of Beauty Standards in Indonesian Society Through Beauty Product That Improve Lately. *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan*, 18(1), 54–67.
- Suharsanti, R., Mutiara, E. V., Advistasari, Y. D., Ariani, L. W., & Wulandari, W. (2025). Program Literasi Kosmetik: Peningkatan Pemahaman Remaja Terhadap Resiko Produk Skincare Overklaim. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(7), 3210–3214. <https://doi.org/10.59837/jpmmba.v3i7.2903>
- Trisnawati, F. A., Yulianti, C. H., & Ebtavanny, T. G. (2017). Identifikasi Kandungan Merkuri pada Beberapa Krim Pemutih yang Beredar di Pasaran (Studi dilakukan di Pasar DTC Wonokromo Surabaya). *Journal of Pharmacy and Science*, 2(2), 35–40. <https://www.akfarsurabaya.ac.id/ejournal/index.php/jps/article/view/79>
- Wulandari, L., Hidayah, A. N., Rashati, D., & Riskha, D. (2022). Hubungan Pengetahuan Dan Ketepatan Keputusan Pemilihan Produk Kosmetik Pemutih Wajah Pada Remaja Putri Di Desa Sumberpinang Jember. *Jurnal Ilmiah Farmasi Akademi Farmasi*, 5(2), 2615–2756.
- Zumarthana, A. S., Oktaviani, N. K. D., Imelda, V. P., Putri, M. A., Kartikasari, Y., Sari, P. F., Candraningsih, T. E., Rasyada, N. A., Ozora, M. H., Idayati, D. I., Kurniawan, T. T. A., & Yuda, A. (2024). Pengetahuan dan Perilaku terkait Penggunaan Produk Pemutih Kulit pada Remaja Putri di Indonesia. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 11(1), 22–29. <https://doi.org/10.20473/jfk.v11i1.54484>