

Peran Literasi dalam Pencegahan Risiko Efek Samping *Skincare* di Kalangan Mahasiswa Farmasi

Diana Kurnia Apriani^{1*)}, Agustiqori Al-Mubarak¹, Alya Nur Amilia¹

¹Program Studi Sarjana Farmasi, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Samarinda, Kalimantan Timur, Indonesia

^{*)}E-mail: dnakurniaapriani@gmail.com

ABSTRAK		
Submit	: Mei 2026	Tingginya penggunaan <i>skincare</i> di kalangan mahasiswa meningkatkan risiko efek samping akibat kurangnya pemahaman mengenai keamanan kosmetik. Rendahnya literasi kosmetik dapat memengaruhi kemampuan individu dalam memilih dan menggunakan produk <i>skincare</i> secara aman. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran literasi kosmetik dalam pencegahan risiko efek samping <i>skincare</i> pada mahasiswa farmasi. Penelitian menggunakan metode kuantitatif observasional analitik dengan desain <i>cross-sectional</i>. Sampel penelitian berjumlah 141 mahasiswa sarjana farmasi pengguna <i>skincare</i> yang dipilih menggunakan teknik <i>accidental sampling</i>. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian dianalisis secara deskriptif dan hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden memiliki tingkat pengetahuan (56,74%), persepsi (49,65%), dan perilaku (66,68%) dalam kategori cukup. Hampir seluruh responden (99,3%) menggunakan <i>skincare</i> dan 79,4% menggunakannya setiap hari. Media sosial menjadi sumber informasi utama terkait <i>skincare</i> (45%). Efek samping yang paling banyak dialami meliputi bruntusan atau jerawat (30,2%), kemerahan (19,4%), gatal (14,9%), serta rasa perih atau panas (14,9%). Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi kosmetik berperan dalam membentuk perilaku penggunaan <i>skincare</i> yang aman sehingga dapat membantu mencegah risiko efek samping pada mahasiswa farmasi. Kata Kunci: Literasi kosmetik, <i>Skincare</i>, Efek samping, Mahasiswa farmasi, Perilaku penggunaan kosmetik.
Revisi	: Juli 2026	
Diterima	: Juli 2026	

The Role of Cosmetic Literacy in Preventing The Risk of Skincare Side Effect Among Pharmacy Students

ABSTRACT

Increased use of skincare products among university students has raised the risk of adverse effects due to inadequate understanding of cosmetic safety. Low cosmetic literacy may affect individuals' ability to select and use skincare products safely. This study aimed to analyze the role of cosmetic literacy in preventing the risk of skincare side effects among pharmacy students. This study employed a mixed-methods approach with a cross-sectional and descriptive phenomenological design. A total of 141 undergraduate pharmacy students who used skincare products were selected using accidental sampling. Data were collected through an online questionnaire that had been tested for validity and reliability, then analyzed descriptively and through intervariable relationship analysis. The results showed that the majority of respondents had moderate levels of knowledge (56.74%), perception (49.65%), and behavior (66.68%). Almost all respondents (99.3%) used skincare products, and 79.4% used them daily. Social media was the primary source of skincare information (45%). The most commonly reported side effects included acne or skin bumps (30.2%), redness (19.4%), itching (14.9%), and burning or stinging sensations (14.9%). This study indicates that cosmetic literacy plays an important role in shaping safe skincare use behavior and may help prevent the risk of side effects among pharmacy students.

Keywords: *Cosmetic literacy, Skincare, Side effects, Pharmacy students, Cosmetic use behavior.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan praktik perawatan diri dan estetika dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan bahwa penggunaan produk kosmetik dan *skincare* telah menjadi bagian dari gaya hidup modern, khususnya di kalangan mahasiswa. Penggunaan produk *skincare* tidak lagi dipandang sekedar sebagai rutinitas perawatan kulit, tetapi juga berkaitan dengan pembentukan identitas diri, peningkatan kepercayaan diri, dan pemenuhan standar kecantikan yang berkembang di masyarakat. *Skincare* sendiri merupakan bagian dari produk kosmetik yang digunakan untuk membersihkan, merawat, melindungi, dan mempertahankan kesehatan kulit, khususnya kulit wajah. Dalam regulasi kosmetik, *skincare* dikategorikan sebagai kosmetik perawatan kulit karena penggunaannya ditujukan pada bagian luar tubuh tanpa tujuan utama untuk mengobati penyakit (1). Oleh karena itu, penggunaan *skincare* yang semakin meningkat menyebabkan kebutuhan terhadap literasi kosmetik menjadi semakin penting, terutama dalam memahami keamanan, kandungan bahan aktif, serta ketepatan penggunaan produk untuk meminimalkan risiko efek samping akibat penggunaan kosmetik yang tidak rasional. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan kosmetik di kalangan mahasiswa mencapai 90% (2). Tingginya penggunaan produk kecantikan tersebut turut dipengaruhi oleh media sosial, *beauty influencer*, dan tren digital yang semakin mudah diakses oleh kelompok usia muda (3).

Sejalan dengan fenomena tersebut, industri kosmetik dan *skincare* mengalami perkembangan yang sangat pesat baik secara global maupun nasional (4). Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda memiliki kecenderungan perilaku konsumsi yang dinamis dalam mencoba berbagai inovasi produk kecantikan. Kondisi ini menyebabkan kosmetik dan *skincare* tidak lagi diposisikan sebagai kebutuhan tambahan, melainkan telah menjadi bagian yang melekat dalam kehidupan sehari-hari (5). Namun, tingginya intensitas penggunaan produk *skincare* juga meningkatkan risiko penggunaan produk yang tidak rasional, terutama apabila konsumen tidak memiliki pemahaman yang memadai terkait keamanan dan kandungan produk.

Penggunaan kosmetik khususnya *skincare* yang tidak tepat dapat menimbulkan berbagai risiko kesehatan, seperti reaksi alergi, iritasi, dermatitis kontak, hingga efek samping jangka panjang akibat paparan bahan kimia tertentu (6,7). Oleh karena itu, kemampuan individu dalam memahami keamanan produk, membaca label, mengenali kandungan bahan aktif, serta mengevaluasi risiko penggunaan menjadi aspek penting dalam mendukung praktik penggunaan *skincare* yang aman dan rasional. Dalam konteks ini, literasi kosmetik menjadi bagian penting dari *health literacy* yang mencakup kemampuan memperoleh, memahami, dan mengevaluasi informasi terkait kosmetik dan *skincare* sebelum mengambil keputusan penggunaan produk.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi kosmetik di kalangan mahasiswa masih tergolong rendah meskipun penggunaan *skincare* sangat tinggi. Penelitian sebelumnya melaporkan bahwa sekitar 62,3% mahasiswa menggunakan *skincare* setiap hari, tetapi hanya 28,2%–42% yang secara rutin membaca label produk sebelum membeli (2,8). Selain itu, sebagian besar mahasiswa masih memiliki pemahaman terbatas terkait simbol keamanan kosmetik khususnya *skincare*, kandungan bahan aktif, dan potensi efek samping penggunaan produk (9). Rendahnya perhatian terhadap komposisi bahan juga terlihat dari hanya sekitar 22% mahasiswa yang memeriksa daftar kandungan produk sebelum membeli meskipun sebagian besar mengetahui bahwa kosmetik mengandung bahan kimia tertentu (8). Kondisi ini diperkuat oleh dominasi sumber informasi dari media sosial yang cenderung lebih menekankan hasil estetika dibandingkan aspek keamanan produk (10).

Rendahnya literasi kosmetik khususnya *skincare* berkontribusi terhadap meningkatnya risiko efek samping akibat penggunaan *skincare* yang tidak rasional. Beberapa penelitian melaporkan bahwa sekitar 27,2%–37% mahasiswa pernah mengalami efek samping kosmetik, seperti dermatitis kontak iritan, jerawat, gatal, kemerahan, dan sensasi terbakar pada kulit (6,7). Bahkan, prevalensi global kejadian efek samping akibat pemakaian *skincare* pada mahasiswa dilaporkan mencapai 51,1%, lebih tinggi dibandingkan populasi umum (11). Risiko tersebut cenderung meningkat pada individu yang menggunakan produk tanpa memahami keamanan bahan aktif, tetap menggunakan produk yang telah rusak atau kedaluwarsa, serta mengikuti tren *skincare* tanpa evaluasi yang tepat terhadap kondisi kulit. Meskipun berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa rendahnya literasi kosmetik berkaitan dengan meningkatnya risiko efek samping penggunaan *skincare*, sebagian besar penelitian masih berfokus pada tingkat pengetahuan atau prevalensi kejadian efek samping secara terpisah. Bukti mengenai bagaimana literasi kosmetik memengaruhi persepsi serta perilaku penggunaan *skincare* masih terbatas, khususnya pada mahasiswa farmasi sebagai calon tenaga kesehatan yang secara akademik memiliki pengetahuan lebih baik mengenai keamanan kosmetik. Kondisi ini menunjukkan adanya paradoks antara kemampuan kognitif yang dimiliki dengan perilaku penggunaan *skincare* dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, penelitian yang dapat menjadi dasar penyusunan strategi edukasi kosmetik berbasis bukti pada kelompok mahasiswa farmasi juga masih relatif sedikit. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis hubungan literasi kosmetik, persepsi, dan perilaku penggunaan *skincare* terhadap risiko efek samping pada mahasiswa farmasi.

Mahasiswa farmasi merupakan kelompok yang memiliki keunggulan dibandingkan masyarakat umum karena memperoleh pendidikan formal mengenai obat, keamanan produk

kesehatan, serta menggunakan produk kosmetik dan *skincare* secara rasional. Namun demikian, berbagai penelitian justru menunjukkan bahwa mahasiswa kesehatan masih sering mengalami efek samping akibat penggunaan kosmetik khususnya *skincare*, dan tetap menggunakan produk berdasarkan rekomendasi media sosial, serta belum secara konsisten menerapkan prinsip penggunaan kosmetik yang aman. Kondisi tersebut menunjukkan adanya paradoks antara pengetahuan yang dimiliki dengan perilaku penggunaan *skincare* dalam praktik sehari-hari, sehingga pengetahuan akademik belum tentu diikuti oleh implementasi perilaku yang sesuai.

Secara teoritis, paradoks tersebut dapat dijelaskan melalui hubungan antara pengetahuan, persepsi, dan perilaku penggunaan kosmetik dengan pendekatan *Health Belief Model*, yang menyatakan bahwa pengetahuan akan memengaruhi persepsi individu terhadap risiko kesehatan dan selanjutnya membentuk perilaku penggunaan produk yang lebih aman. Penelitian terdahulu umumnya masih berfokus pada aspek pengetahuan, sikap, atau perilaku secara terpisah tanpa mengintegrasikan ketiga komponen tersebut dalam satu kerangka literasi kosmetik yang komprehensif. Pendekatan tersebut belum mampu menjelaskan bagaimana hubungan ketiga komponen tersebut membentuk literasi kosmetik secara utuh maupun mengapa masih terdapat kesenjangan antara pengetahuan yang dimiliki dengan perilaku penggunaan *skincare* yang diterapkan. Selain itu, penelitian yang secara khusus menginvestigasi fenomena tersebut pada mahasiswa farmasi sebagai kelompok yang memiliki latar belakang pendidikan kesehatan masih sangat terbatas. Padahal, kelompok ini diharapkan memiliki kemampuan literasi kosmetik yang lebih baik dibandingkan masyarakat umum. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran literasi kosmetik yang meliputi aspek pengetahuan, persepsi, dan perilaku penggunaan *skincare* dalam upaya pencegahan risiko efek samping pada mahasiswa farmasi.

2. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif observasional analitik dengan pendekatan *cross-sectional*, yaitu pengumpulan data dilakukan pada satu waktu pengamatan untuk menganalisis hubungan antara tingkat pengetahuan, persepsi, dan perilaku penggunaan *skincare* pada mahasiswa farmasi. Desain ini dipilih karena mampu menggambarkan karakteristik responden sekaligus mengevaluasi hubungan antarvariabel penelitian tanpa melakukan intervensi terhadap subjek penelitian.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling* terhadap 141 mahasiswa dan mahasiswi program studi sarjana farmasi. Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui penyebaran kuesioner menggunakan *Google Form* kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian melalui media sosial yaitu *WhatsApp*. Pengambilan data dilaksanakan selama 14 hari pada 10-23 Mei 2026.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini mencakup mahasiswa dan mahasiswi program Sarjana Farmasi yang menggunakan produk *skincare*. Kriteria responden dalam penelitian

ini meliputi: (1) mahasiswa atau mahasiswi berusia ≥ 17 tahun; (2) menggunakan satu atau lebih produk perawatan kulit secara mandiri dalam kurun waktu minimal tiga bulan terakhir sebelum pengumpulan data; dan (3) bersedia menjadi responden penelitian yang dibuktikan dengan pengisian *informed consent*. Batas bawah usia inklusi ditetapkan pada usia 17 tahun karena pada usia tersebut individu telah memperoleh hak pilih dalam pemilihan umum dan dipandang mampu mengambil serta mempertanggungjawabkan keputusan secara mandiri. Adapun batas usia maksimal 24 tahun mengacu pada klasifikasi International mengenai kelompok pemuda (*youth*).⁽¹²⁾ mendefinisikan pemuda sebagai masa peralihan dari fase anak yang masih bergantung pada orang tua menuju fase dewasa yang lebih mandiri. Pengertian tersebut juga sejalan dengan konsep remaja yang dijelaskan oleh ⁽¹³⁾.

Selain itu, responden yang berstatus mahasiswa dari rumpun ilmu kesehatan ditetapkan sebagai kriteria eksklusi dalam penelitian ini untuk meminimalkan potensi bias pada hasil survey. Kelompok tersebut dinilai memiliki tingkat pengetahuan serta keterampilan kesehatan yang lebih baik akibat paparan pendidikan formal, sehingga berpotensi memengaruhi objektivitas respon yang diberikan. Adapun rumpun ilmu kesehatan dalam penelitian ini adalah tenaga kesehatan bidang farmasi.

Variabel Penelitian

Variabel independen dalam penelitian ini adalah literasi kosmetik yang meliputi aspek pengetahuan, persepsi, dan perilaku penggunaan *skincare*. Penelitian ini juga mengumpulkan data pendukung berupa karakteristik demografi responden yang mencakup usia, jenis kelamin, tingkat semester, lama dan frekuensi penggunaan *skincare*, riwayat efek samping, serta sumber informasi terkait *skincare* untuk mendukung analisis deskriptif penelitian. Sementara itu, variabel dependen dalam penelitian ini adalah risiko efek samping penggunaan *skincare*, yaitu frekuensi kejadian dan jenis keluhan sebagai reaksi kulit yang tidak diinginkan akibat penggunaan produk perawatan kulit. Risiko efek samping tersebut meliputi iritasi, kemerahan, gatal, rasa terbakar, atau timbulnya jerawat setelah penggunaan *skincare* yang diukur berdasarkan riwayat kejadian efek samping yang dialami responden selama menggunakan produk *skincare*.

Analisis Data

Pengujian nilai pH dilakukan dengan diambil sampel sabun sebanyak 20 mL yang kemudian diujikan dengan alat pH meter yang telah dikalibrasi.

Analisis Data

Data dianalisis secara deskriptif dengan menghitung skor pada variabel pengetahuan, persepsi, dan perilaku penggunaan *skincare*. Pada variabel persepsi dan profil pengetahuan, jawaban tepat diberikan skor 1 dan jawaban tidak tepat diberikan skor 0. Sementara itu, pada variabel profil perilaku digunakan skala Likert yang terdiri dari pilihan Tidak Pernah, Sangat Jarang, Jarang, Sering, dan Sangat Sering dengan pemberian skor secara bertingkat sesuai tingkat frekuensi perilaku responden. Skor total dari masing-masing variabel kemudian dikategorikan menjadi kategori kurang (0–55%), cukup (56–75%), dan baik (76–100%).

Seluruh data diolah menggunakan Microsoft Excel dan SPSS untuk analisis univariat dan bivariat. Analisis univariat dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, serta distribusi frekuensi dan persentase untuk menggambarkan karakteristik responden serta profil pengetahuan, persepsi, dan perilaku penggunaan *skincare*. Sementara itu, analisis bivariat dilakukan untuk mengetahui hubungan antarvariabel dalam penelitian dengan metode uji *Chi-Square*, yaitu hubungan antara tingkat pengetahuan, persepsi, dan perilaku penggunaan *skincare* pada mahasiswa/i farmasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Sociodemografi Mahasiswa

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 141 mahasiswa/I Program Studi Sarjana Farmasi. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 123 orang (87,2%), sedangkan laki-laki sebanyak 18 orang (12,8%). Sebagian besar responden berada pada rentang usia 19-20 tahun, yaitu sebanyak 111 orang (78,7%). Berdasarkan tingkat semester, mayoritas responden berasal dari semester 4 sebanyak 102 orang (99,3%) dengan frekuensi penggunaan setiap hari sebesar 79,4%. media sosial menjadi sumber informasi utama terkait *skincare* dengan persentase sebesar 45%. karakteristik sosiodemografi responden tercantum pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Sociodemografi Mahasiswa/i

No.	Variabel	Distribusi	n	%
1.	Jenis Kelamin	Laki	18	12,8
		Perempuan	123	87,2
2.	Usia	17-18 Tahun	2	1,4
		19-20 Tahun	111	78,7
		21-22 Tahun	26	18,4
		>23 Tahun	2	1,4
3.	Semester	3	3	2,1
		4	102	72,3
		5	14	9,9
		6	11	7,8
		7	5	3,5
		8	6	4,3

Karakteristik responden dalam penelitian ini menunjukkan dominasi mahasiswa perempuan, kelompok usia dewasa awal, serta mahasiswa pada semester menengah. Kondisi ini menggambarkan populasi yang sangat relevan dengan penelitian mengenai literasi kosmetik, karena perempuan pada usia dewasa awal umumnya memiliki perhatian yang tinggi terhadap penampilan, kesehatan kulit, dan penggunaan produk *skincare*. Pada fase usia ini, individu juga cenderung aktif mengeksplorasi berbagai produk perawatan diri sekaligus mulai mandiri dalam mengambil keputusan konsumsi. Selain itu, dominasi

mahasiswa semester menengah menunjukkan bahwa responden telah memiliki bekal pengetahuan dasar kefarmasian, sehingga lebih siap untuk memahami informasi terkait komposisi, manfaat, keamanan, dan potensi efek samping produk *skincare*. Kombinasi karakteristik tersebut menjadikan responden sebagai kelompok yang tepat untuk mengevaluasi bagaimana literasi kosmetik berperan dalam mencegah risiko efek samping penggunaan *skincare*.

Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pengguna *skincare* di kalangan mahasiswa didominasi oleh perempuan usia dewasa awal. Penelitian (14) menemukan bahwa mahasiswa, khususnya perempuan, memiliki tingkat penggunaan kosmetik dan *skincare* yang tinggi karena meningkatnya kesadaran terhadap penampilan dan kesehatan kulit. Demikian pula, (15) melaporkan bahwa mayoritas pengguna *skincare* pemutih wajah pada mahasiswa berada pada rentang usia 18–21 tahun, yang merupakan fase eksplorasi identitas dan pembentukan perilaku perawatan diri. Selain itu, studi (7) pada mahasiswa kesehatan, termasuk mahasiswa farmasi, menunjukkan bahwa kelompok usia muda merupakan pengguna *skincare* aktif sekaligus kelompok yang rentan mengalami efek samping akibat kurangnya pengetahuan tentang penggunaan yang tepat. Konsistensi temuan ini menegaskan bahwa mahasiswa perempuan usia dewasa awal merupakan populasi yang sangat relevan dalam penelitian terkait literasi kosmetik dan keamanan penggunaan *skincare*.

Dominasi responden perempuan usia dewasa awal, khususnya pada semester menengah, memberikan implikasi penting terhadap hasil penelitian ini. Kelompok ini umumnya memiliki tingkat paparan yang tinggi terhadap informasi kosmetik khususnya *skincare* melalui media sosial, influencer kecantikan, platform digital, maupun lingkungan pertemanan, sehingga tingkat literasi kosmetiknya berpotensi lebih baik dibandingkan kelompok lain. Namun, tingginya paparan informasi tidak selalu diikuti dengan kemampuan mengevaluasi validitas dan keamanan informasi secara kritis. Kondisi ini menjadikan literasi kosmetik sebagai faktor kunci dalam mencegah risiko efek samping *skincare*, seperti iritasi, alergi, breakout, atau penggunaan produk yang tidak sesuai dengan jenis kulit. Penelitian (16) menunjukkan bahwa paparan informasi digital yang tinggi berhubungan dengan peningkatan minat penggunaan *skincare*, tetapi juga meningkatkan risiko penggunaan produk tanpa evaluasi keamanan yang memadai. Selain itu, penelitian (17) melaporkan bahwa tingkat literasi kosmetik yang baik berperan dalam meningkatkan kemampuan konsumen muda dalam memilih produk yang aman dan terdaftar. Studi oleh penelitian (18)

yang menyatakan bahwa latar belakang pendidikan kesehatan berkontribusi positif terhadap kemampuan memahami komposisi, manfaat, dan potensi efek samping *skincare*. Dengan demikian, dominasi karakteristik responden tersebut dapat memperkuat relevansi hasil penelitian dalam menggambarkan hubungan antara literasi kosmetik dan upaya pencegahan risiko efek samping *skincare* di kalangan mahasiswa farmasi. Di sisi lain, proporsi responden laki-laki yang relatif kecil menunjukkan bahwa interpretasi hasil penelitian akan lebih merepresentasikan perspektif pengguna *skincare* perempuan, yang memang merupakan kelompok pengguna utama dalam konteks kosmetik dan *skincare*.

Uji Validitas & Realibilitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas & Realibilitas

Dimensi	Uji Validitas					Uji Reliabilitas	
	No.	Item.	r hitung	R tabel ($\alpha = 0,05$; $n = 30$)	Kesimpulan	Cronbach's Alpha	N of Items
a. Persepsi	1	P1	0,612	0,361	Valid	0,651	8
	2	P2	0,655	0,361	Valid		
	3	P3	0,698	0,361	Valid		
	4	P4	0,714	0,361	Valid		
	5	P5	0,601	0,361	Valid		
	6	P6	0,582	0,361	Valid		
	7	P7	0,640	0,361	Valid		
	8	P8	0,588	0,361	Valid		
b. Pengetahuan	No.	Item.	r hitung	R tabel ($\alpha = 0,05$; $n = 30$)	Kesimpulan	0,752	10
	1	K1	0,628	0,361	Valid		
	2	K2	0,661	0,361	Valid		
	3	K3	0,702	0,361	Valid		
	4	K4	0,768	0,361	Valid		
	5	K5	0,620	0,361	Valid		
	6	K6	0,593	0,361	Valid		
	7	K7	0,699	0,361	Valid		
	8	K8	0,671	0,361	Valid		
	9	K9	0,606	0,361	Valid		
	10	K10	0,586	0,361	Valid		
c. Perilaku	No.	Item.	r hitung	R tabel ($\alpha = 0,05$; $n = 30$)	Kesimpulan	0,734	10
	1	Pr1	0,614	0,361	Valid		
	2	Pr2	0,653	0,361	Valid		
	3	Pr3	0,699	0,361	Valid		
	4	Pr4	0,721	0,361	Valid		
	5	Pr5	0,607	0,361	Valid		
	6	Pr6	0,590	0,361	Valid		
	7	Pr7	0,645	0,361	Valid		
	8	Pr8	0,668	0,361	Valid		
	9	Pr9	0,612	0,361	Valid		
	10	Pr10	0,598	0,361	Valid		

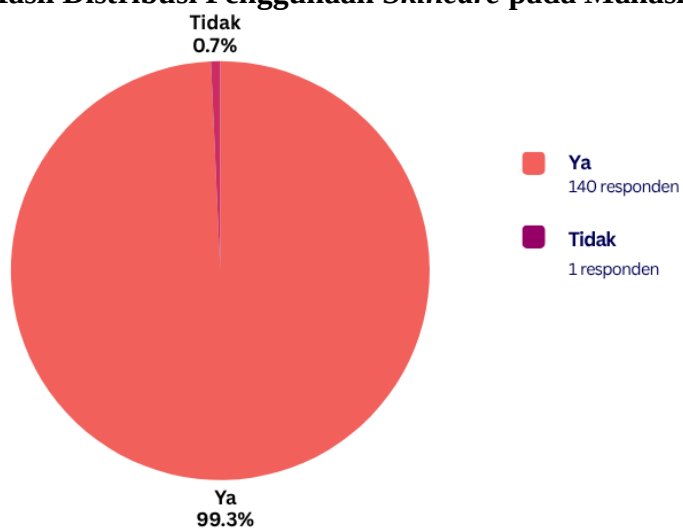
Keterangan: r tabel untuk $n = 30$ pada $\alpha = 0,05$ (dua arah) adalah 0,361, Item dinyatakan valid jika $r \text{ hitung} > 0,361$

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap tiga instrumen penelitian yang mencakup kuesioner tingkat pengetahuan, persepsi, dan perilaku penggunaan *skincare* seperti yang tercantum pada **Tabel 2**. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien korelasi ($r \text{ hitung}$) setiap item dengan nilai $r \text{ tabel}$ sebesar 0,361 pada tingkat signifikansi tertentu. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh item pada ketiga kuesioner memiliki nilai $r \text{ hitung}$ yang lebih besar daripada $r \text{ tabel}$, sehingga seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid dan mampu merepresentasikan konstruk yang diukur.

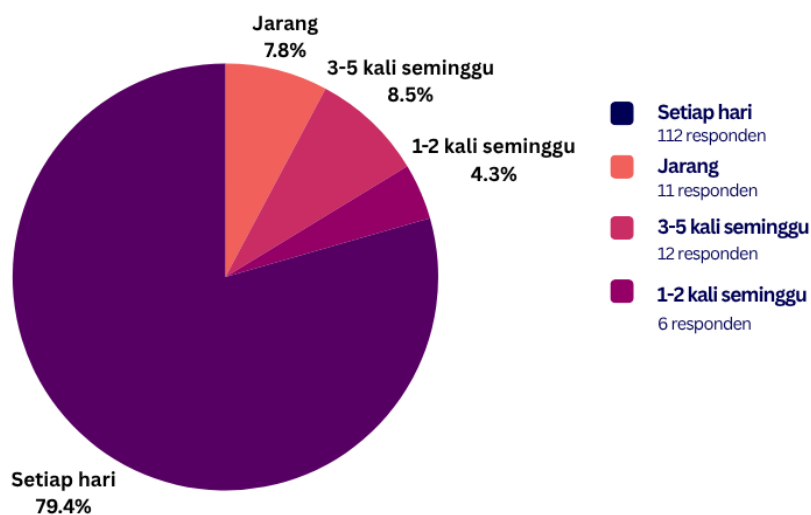
Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach's alpha* untuk menilai konsistensi internal instrumen. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kuesioner tingkat pengetahuan memiliki nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,685, kuesioner persepsi sebesar 0,651, dan kuesioner perilaku sebesar 0,719. Ketiga nilai tersebut berada di atas batas minimal yang dapat diterima, yaitu 0,6, yang mengindikasikan bahwa instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang memadai hingga baik dalam mengukur variabel penelitian. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian telah memenuhi kriteria kelayakan sebagai alat ukur, sehingga dapat digunakan secara konsisten dan akurat dalam proses pengumpulan data pada penelitian ini.

Grafik persentase berikut menyajikan gambaran distribusi jawaban responden terkait penggunaan *skincare*, tingkat pemahaman literasi kosmetik, sumber informasi produk, serta pengalaman efek samping yang dialami oleh mahasiswa farmasi. Penyajian data dalam bentuk persentase bertujuan untuk mempermudah interpretasi karakteristik responden dan kecenderungan perilaku penggunaan *skincare* pada populasi penelitian.

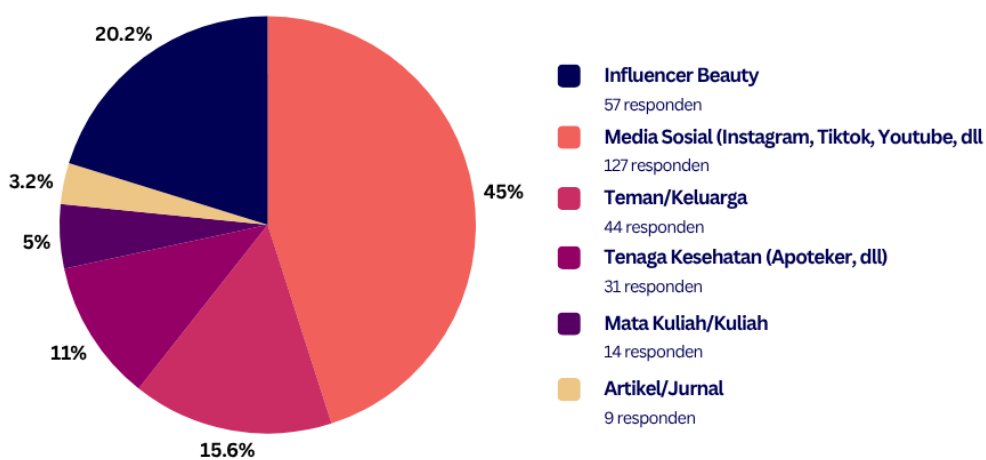
Hasil Distribusi Penggunaan *Skincare* pada Mahasiswa



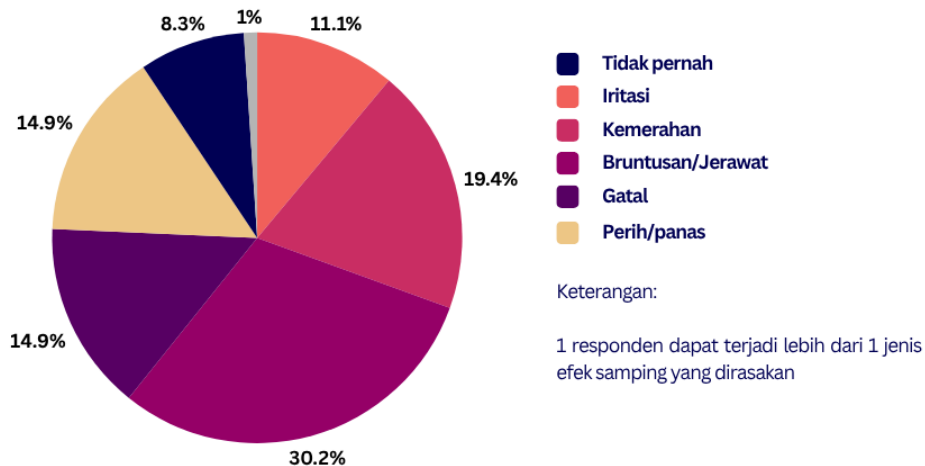
Gambar 1. Penggunaan Produk *Skincare*



Gambar 2. Frekuensi Penggunaan *Skincare*



Gambar 3. Sumber Utama Informasi



Gambar 4. Jenis Efek Samping yang Dirasakan

Berdasarkan grafik jenis efek samping yang dirasakan pada **Gambar 4**, sebagian besar responden melaporkan mengalami bruntusan/jerawat (30,2%), diikuti oleh kemerahan (19,4%), serta gatal dan perih/panas (masing-masing 14,9%). Sementara itu, hanya sebagian kecil responden yang tidak pernah mengalami efek samping (8,3%). Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas mahasiswa farmasi memiliki latar belakang pendidikan kesehatan, kejadian efek samping masih cukup tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa literasi kosmetik yang dimiliki belum sepenuhnya mampu diterapkan secara optimal dalam praktik penggunaan produk. Literasi kosmetik tidak hanya mencakup pengetahuan tentang kandungan, tetapi juga kemampuan dalam menyesuaikan produk dengan jenis kulit serta memahami reaksi kulit terhadap bahan aktif tertentu. Dengan demikian, tingginya angka efek samping ringan seperti jerawat dan iritasi menjadi indikator bahwa peningkatan literasi aplikatif masih diperlukan.

Tingginya kejadian efek samping ringan seperti bruntusan, kemerahan, dan sensasi perih menunjukkan bahwa penggunaan kosmetik dan *skincare* pada mahasiswa belum seluruhnya dilakukan secara rasional dan berbasis pemahaman keamanan produk. Penggunaan beberapa produk *skincare* secara bersamaan tanpa pengetahuan yang memadai mengenai potensi interaksi antar bahan aktif dapat meningkatkan risiko gangguan *skin barrier* serta iritasi kulit. Kondisi ini menjadi perhatian karena mayoritas responden menggunakan *skincare* setiap hari, sehingga paparan bahan aktif berlangsung secara berulang dalam jangka waktu yang panjang. Oleh karena itu, literasi kosmetik tidak hanya perlu difokuskan pada aspek pengetahuan teoritis, tetapi juga pada kemampuan aplikatif

dalam memilih, mengkombinasikan, dan menggunakan produk *skincare* yang aman sesuai dengan kondisi kulit masing-masing individu.

Selanjutnya, pada grafik sumber utama informasi mengenai *skincare*, pada **Gambar 3** terlihat bahwa media sosial (45%) menjadi sumber dominan, diikuti oleh *influencer beauty* (20,2%) dan teman/keluarga (15,6%). Sumber berbasis ilmiah seperti tenaga kesehatan (11%), mata kuliah (5%), dan artikel/jurnal (3,2%) justru memiliki proporsi lebih kecil. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara latar belakang pendidikan responden sebagai mahasiswa farmasi dengan preferensi sumber informasi yang digunakan. Tingginya ketergantungan pada media sosial mengindikasikan bahwa literasi kosmetik responden cenderung bersifat informasional, tetapi belum sepenuhnya kritis. Padahal, informasi yang valid dan terverifikasi mengenai keamanan serta legalitas kosmetik khususnya *skincare* dapat diperoleh melalui sumber resmi seperti website Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) maupun aplikasi mobile BPOM yang menyediakan data produk terdaftar dan izin edar. Menurut penelitian oleh (19) bahwa media sosial dapat meningkatkan *awareness* terhadap *skincare*, namun sering kali menyajikan informasi yang tidak terverifikasi secara ilmiah. Oleh karena itu, kemampuan literasi digital dan evaluasi informasi menjadi komponen penting dalam literasi kosmetik agar individu mampu membedakan antara informasi yang valid dan yang bersifat komersial.

Dominasi media sosial sebagai sumber informasi *skincare* menunjukkan adanya perubahan pola pencarian informasi kesehatan pada generasi muda. Informasi *skincare* kini lebih banyak diperoleh melalui konten digital yang bersifat cepat, visual, interaktif, serta berbasis pengalaman pengguna dan rekomendasi *influencer* dibandingkan sumber ilmiah formal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (20), yang menunjukkan bahwa media sosial menjadi sumber informasi utama terkait *skincare* karena kemudahan akses informasi serta tingginya paparan konten review, rekomendasi produk, dan tren *skincare* yang sedang viral. Kondisi tersebut menyebabkan keputusan penggunaan maupun pembelian *skincare* sering dipengaruhi oleh promosi digital dan pengalaman pengguna lain, sehingga mendorong perilaku konsumtif dan penggunaan produk secara impulsif tanpa pertimbangan rasional yang memadai, hal ini disebut sebagai fenomena *doomspending*. Dalam konteks literasi kosmetik, kemudahan akses informasi tersebut belum selalu diikuti kemampuan evaluasi informasi yang kritis, terutama dalam menilai keamanan, validitas, dan kredibilitas produk *skincare*. Rendahnya literasi kosmetik dapat meningkatkan risiko penggunaan produk yang tidak sesuai dengan kondisi kulit, penggunaan bahan aktif tanpa

pemahaman yang memadai, serta potensi terjadinya iritasi, breakout, maupun efek samping lainnya. Oleh karena itu, literasi kosmetik yang didukung kemampuan *digital literacy* menjadi penting untuk membantu individu, khususnya mahasiswa farmasi sebagai calon tenaga kesehatan, dalam mengevaluasi informasi kosmetik secara kritis dan menggunakan *skincare* secara lebih aman, rasional, dan berbasis bukti ilmiah (21).

Berdasarkan **Gambar 2**, pada grafik frekuensi penggunaan *skincare*, mayoritas responden menggunakan *skincare* setiap hari (79,4%), sementara sisanya menggunakan dengan frekuensi lebih rendah. Intensitas penggunaan yang tinggi ini mencerminkan tingginya kesadaran terhadap perawatan kulit, namun di sisi lain juga meningkatkan risiko paparan bahan aktif secara berulang. Dalam konteks literasi kosmetik, frekuensi penggunaan yang tinggi seharusnya diimbangi dengan pemahaman yang baik mengenai aturan pakai, kombinasi bahan, serta potensi interaksi antarproduk. Penelitian oleh (22) menyebutkan bahwa penggunaan produk *skincare* secara rutin tanpa pemahaman yang tepat dapat meningkatkan risiko iritasi kumulatif, terutama pada produk dengan bahan aktif seperti AHA, BHA, dan retinoid. Dengan demikian, literasi kosmetik berperan penting dalam mengarahkan perilaku penggunaan agar tetap aman meskipun dilakukan secara intensif.

Terakhir, berdasarkan **Gambar 1** yaitu grafik penggunaan produk *skincare* menunjukkan bahwa hampir seluruh responden (99,3%) menggunakan produk *skincare*, yang menegaskan bahwa *skincare* telah menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa farmasi. Tingginya angka penggunaan ini memperkuat urgensi literasi kosmetik sebagai upaya preventif terhadap risiko efek samping. Dalam hal ini, literasi kosmetik tidak hanya berfungsi sebagai pengetahuan dasar, tetapi juga sebagai keterampilan dalam pengambilan keputusan yang rasional dan berbasis bukti (*evidence-based decision making*). Menurut penelitian oleh (2) bahwa tingkat literasi kosmetik yang baik berhubungan signifikan dengan perilaku pemilihan produk yang lebih aman dan sesuai regulasi. Oleh karena itu, meskipun tingkat penggunaan *skincare* sangat tinggi, tanpa didukung literasi yang komprehensif, risiko efek samping tetap tidak dapat dihindari secara optimal.

Hasil Pengukuran, Persepsi, dan Perilaku Penggunaan *Skincare*

Tabel 3. Hasil Pengukuran Profil Pengetahuan

Profil Pengetahuan	Frekuensi	Persentase (%)
Baik	15	10,64
Cukup	80	56,74
Kurang	46	32,62
Total	141	100

Berdasarkan hasil pengukuran profil pengetahuan pada **Tabel 3**, mayoritas responden berada pada kategori cukup (56,74%), diikuti kategori kurang (32,62%), dan hanya sebagian kecil yang memiliki pengetahuan baik (10,64%).

Tabel 4. Profil Pengetahuan tentang Produk *Skincare* (n=141)

Pernyataan	Tepat (%)	Tidak Tepat (%)
Pengetahuan Umum		
<i>Skincare</i> merupakan produk kosmetik yang tidak ditujukan untuk mengobati penyakit kulit.	80 (56,74)	61(43,26)
Semua produk <i>skincare</i> yang dijual secara online telah terjamin keamanan dan legalitasnya.	46 (32,62)	95 (67,38)
Produk <i>skincare</i> yang aman harus memiliki izin edar dari BPOM.	126 (89,36)	15 (10,64)
Keamanan produk <i>skincare</i> dapat diperiksa melalui website atau aplikasi resmi BPOM.	40 (28,37)	101 (71,63)
<i>Skincare</i> yang memberikan hasil instan merupakan indikator produk yang aman digunakan.	94 (66,68)	47 (33,32)
<i>Skincare</i> tetap boleh digunakan meskipun menimbulkan rasa perih atau kemerahan ringan.	37 (24,20)	107 (75,80)
Pengetahuan Bahan <i>Skincare</i>		
Niacinamide merupakan bahan aktif yang berfungsi membantu memperbaiki skin barrier.	80 (56,74)	61 (43,26)
Retinol dapat meningkatkan risiko iritasi jika digunakan tanpa penyesuaian frekuensi dan konsentrasi.	70 (49,65)	71 (50,35)
AHA dan BHA dapat meningkatkan sensitivitas kulit terhadap sinar matahari.	94 (66,68)	47 (33,32)
<i>Centella asiatica</i> berfungsi sebagai agen antiinflamasi dan penenang kulit.	80 (56,74)	61 (43,26)
Penggunaan vitamin C bersamaan dengan bahan eksfoliasi kuat selalu aman dilakukan	46 (32,62)	95 (67,38)
Hyaluronic acid berfungsi utama sebagai agen humektan yang membantu mempertahankan kelembapan kulit.	94 (66,68)	47 (33,32)
<i>Skincare</i> dengan kandungan aktif ganda memiliki risiko iritasi yang lebih tinggi bila digunakan bersamaan tanpa pengetahuan yang cukup.	70 (49,65)	71 (50,35)

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun responden merupakan mahasiswa farmasi, tingkat pemahaman terkait kosmetik khususnya *skincare* belum sepenuhnya optimal. Pengetahuan yang berada pada kategori cukup mengindikasikan bahwa responden telah mengenal konsep dasar seperti fungsi produk dan beberapa kandungan, namun belum mendalam dalam memahami aspek keamanan, efek samping, serta regulasi. Dalam konteks literasi kosmetik, kondisi ini mencerminkan bahwa pengetahuan saja belum cukup jika tidak disertai kemampuan analisis kritis terhadap informasi produk. Menurut penelitian oleh(23) bahwa tingkat pengetahuan yang tidak komprehensif dapat meningkatkan risiko kesalahan

dalam pemilihan dan penggunaan *skincare*, sehingga memperbesar potensi terjadinya efek samping.

Tabel 5. Hasil Pengukuran Persepsi

Persepsi/Pandangan	Frekuensi	Persentase (%)
Baik	37	26,24
Cukup	70	49,65
Kurang	34	24,2
Total	141	100

Pada aspek persepsi, sebagian besar responden juga berada pada kategori cukup (49,65%), diikuti kategori baik (26,24%) dan kurang (24,2%). **Tabel 5** memuat pendapat/persepsi responden tentang *Skincare* yang cukup menunjukkan bahwa responden memiliki pandangan yang relatif positif terhadap pentingnya keamanan kosmetik khususnya *skincare*, namun belum sepenuhnya kuat dalam membentuk sikap yang konsisten. Persepsi berperan sebagai jembatan antara pengetahuan dan perilaku, karena bagaimana individu memandang risiko dan manfaat *skincare* akan memengaruhi keputusan penggunaannya.

Tabel 6. Pendapat/Persepsi tentang *Skincare* (n=141)

Pernyataan	n (%)
<i>Skincare</i> merupakan kebutuhan penting untuk menjaga kesehatan kulit	70 (49,65)
Penggunaan <i>skincare</i> dapat meningkatkan kepercayaan diri seseorang	37 (26,24)
<i>Skincare</i> dengan klaim hasil cepat cenderung lebih menarik untuk digunakan	34 (24,20)
<i>Skincare</i> yang sedang viral di media sosial umumnya lebih efektif dibandingkan produk lain	34 (24,20)
<i>Skincare</i> berbahan alami selalu lebih aman dibandingkan <i>skincare</i> berbahan sintesis	37 (26,24)
<i>Skincare</i> dengan harga mahal umumnya memiliki kualitas dan keamanan yang lebih baik	37 (26,24)
Saya tidak memiliki persepsi khusus terhadap penggunaan <i>skincare</i>	34 (24,20)

Penelitian oleh (24) menyatakan bahwa persepsi risiko yang rendah terhadap kosmetik sering kali menyebabkan individu mengabaikan aspek keamanan, terutama ketika terpengaruh oleh tren atau promosi. Oleh karena itu, literasi kosmetik perlu mencakup penguatan persepsi yang tepat mengenai pentingnya penggunaan produk yang aman, terdaftar, dan sesuai dengan kondisi kulit.

Tabel 7. Hasil Pengukuran Profil Perilaku

Profil Perilaku	Frekuensi	Persentase (%)
Baik	29	20,56
Cukup	94	66,68
Kurang	18	12,76
Total	141	100

Sementara itu, pada **Tabel 7** profil perilaku dalam menggunakan *skincare*, mayoritas responden berada pada kategori cukup (66,68%), diikuti kategori baik (20,56%) dan kurang (12,76%) . Hal ini menunjukkan bahwa praktik penggunaan kosmetik di kalangan responden belum sepenuhnya mencerminkan perilaku yang ideal, meskipun sebagian telah menunjukkan kecenderungan yang cukup baik. Perilaku penggunaan *skincare* yang hanya berada pada tingkat cukup dapat berupa kebiasaan mencoba produk tanpa uji kecocokan, tidak membaca komposisi secara detail, atau mengikuti tren tanpa mempertimbangkan keamanan. Menurut penelitian oleh (25) bahwa perilaku penggunaan *skincare* yang tidak didasarkan pada pengetahuan yang kuat berkontribusi terhadap meningkatnya kejadian efek samping pada pengguna muda. Dengan demikian, perilaku merupakan manifestasi nyata dari tingkat literasi kosmetik yang dimiliki individu.

Perilaku penggunaan *skincare* pada mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan perawatan kulit, tetapi juga oleh faktor sosial dan budaya digital yang berkembang melalui media sosial. Paparan konten *skincare* secara berulang melalui platform digital dapat membentuk konstruksi persepsi bahwa penggunaan berbagai produk *skincare* dan mengikuti tren kecantikan tertentu merupakan bagian dari gaya hidup modern yang ideal. Kondisi ini menyebabkan keputusan penggunaan maupun pembelian produk sering kali didasarkan pada pengaruh review pengguna, rekomendasi influencer, serta tren yang sedang viral dibandingkan pertimbangan ilmiah terkait keamanan dan kesesuaian produk dengan kondisi kulit individu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan dan keputusan pembelian *skincare* pada generasi muda melalui konten digital yang bersifat visual, interaktif, dan persuasif. Tingginya paparan konten tersebut diketahui dapat mendorong perilaku impulsif dalam mencoba produk baru tanpa evaluasi yang memadai terhadap kandungan bahan aktif, legalitas produk, maupun potensi efek samping yang dapat ditimbulkan. Selain itu, dominasi informasi berbasis pengalaman pengguna (*user-generated content*) dan electronic Word of Mouth (*e-WOM*) juga berpotensi meningkatkan

kecenderungan penggunaan *skincare* secara tidak rasional, terutama pada individu dengan kemampuan evaluasi informasi yang rendah (3,26,27).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan dan keputusan pembelian *skincare* pada generasi muda melalui konten digital yang bersifat visual, interaktif, dan persuasif. Tingginya paparan konten tersebut diketahui dapat mendorong perilaku implusif dalam mencoba produk baru tanpa evaluasi yang memadai terhadap kandungan bahan aktif, legalitas produk, maupun potensi efek samping yang dapat ditimbulkan. Selain itu, dominasi informasi berbasis pengalaman pengguna (*user-generated content*) dan electronic Word of Mouth (*e-WOM*) juga berpotensi meningkatkan kecenderungan penggunaan *skincare* secara tidak rasional, terutama pada individu dengan kemampuan evaluasi informasi yang rendah (3,26,27).

Tabel 8. Profil Perilaku dalam Menggunakan *Skincare* (n=141)

Pernyataan/Pertanyaan	Distribusi	n (%)
Saya membaca ingredients label sebelum membeli produk <i>skincare</i> .	Tidak Pernah	18 (12,76)
	Sangat Jarang	29 (20,56)
	Jarang	47 (33,33)
	Sering	35 (24,82)
	Sangat Sering	12 (8,51)
Saya menggunakan <i>skincare</i> berdasarkan rekomendasi influencer di media sosial.	Tidak Pernah	12 (8,51)
	Sangat Jarang	24 (17,02)
	Jarang	56 (39,72)
	Sering	35 (24,82)
	Sangat Sering	14 (9,93)
Saya melakukan pengecekan izin edar produk <i>skincare</i> sebelum digunakan.	Tidak Pernah	9 (6,38)
	Sangat Jarang	18 (12,76)
	Jarang	44 (31,21)
	Sering	50 (35,46)
	Sangat Sering	20 (14,18)
Saya menggunakan lebih dari satu produk <i>skincare</i> dengan kandungan aktif yang serupa dalam satu waktu.	Tidak Pernah	35 (24,82)
	Sangat Jarang	42 (29,79)
	Jarang	38 (26,95)
	Sering	18 (12,76)
	Sangat Sering	8 (5,67)
Saya melakukan uji tempel (<i>patch test</i>) sebelum menggunakan produk <i>skincare</i> baru.	Tidak Pernah	46 (32,26)
	Sangat Jarang	37 (26,24)
	Jarang	31 (21,99)
	Sering	19 (13,48)

	Sangat Sering	8 (4,26)
Saya menghentikan penggunaan <i>skincare</i> apabila muncul tanda iritasi atau reaksi kulit.	Tidak Pernah	6 (4,26)
	Sangat Jarang	12 (8,51)
	Jarang	24 (17,02)
	Sering	58 (41,13)
	Sangat Sering	41 (29,08)
Saya menyesuaikan pemilihan <i>skincare</i> berdasarkan kondisi dan kebutuhan kulit saya.	Tidak Pernah	5 (3,55)
	Sangat Jarang	11 (7,80)
	Jarang	26 (18,44)
	Sering	63 (44,68)
	Sangat Sering	36 (25,53)

Secara keseluruhan, keterkaitan antara pengetahuan, persepsi, dan perilaku menunjukkan bahwa ketiganya saling memengaruhi dalam membentuk literasi kosmetik yang komprehensif. Pengetahuan yang cukup tanpa diikuti persepsi yang kuat dan perilaku yang tepat tidak akan efektif dalam mencegah risiko efek samping. Sebaliknya, literasi kosmetik yang baik harus mencakup pemahaman yang mendalam, sikap yang kritis, serta praktik penggunaan yang aman dan rasional. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh (28) yang menyatakan bahwa literasi kesehatan (termasuk literasi kosmetik) tidak hanya terbatas pada kemampuan memahami informasi, tetapi juga mencakup kemampuan menerapkan dan mengevaluasi informasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, peningkatan literasi kosmetik di kalangan mahasiswa farmasi menjadi sangat penting sebagai upaya preventif untuk meminimalkan risiko efek samping serta mendorong penggunaan produk *skincare* yang lebih aman dan berbasis bukti.

Selain itu, hasil penelitian ini juga perlu dilihat dalam konteks proses pembelajaran di pendidikan farmasi, di mana materi terkait kosmetik umumnya telah diperkenalkan melalui mata kuliah khusus seperti kosmetologi atau dalam topik teknologi sediaan farmasi. Keberadaan mata kuliah ini menjadi salah satu sumber informasi formal yang berperan dalam meningkatkan literasi mahasiswa mengenai kosmetik, terutama dalam aspek keamanan, komposisi, dan penggunaan yang tepat. Hal ini dapat menjelaskan mengapa sebagian besar responden berada pada kategori pengetahuan, persepsi, dan perilaku “cukup”, karena mereka telah memiliki dasar pemahaman, meskipun belum sepenuhnya optimal. Kategori tingkat pengetahuan dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan persentase skor jawaban responden yang mengacu pada klasifikasi yang dikemukakan oleh Notoatmodjo, yaitu kategori kurang ($\leq 55\%$), cukup (56–75%), dan baik (76–100%) (29). Menurut penelitian oleh (18) pendidikan berbasis kesehatan memberikan kontribusi

signifikan terhadap peningkatan pengetahuan dan kesadaran mahasiswa dalam penggunaan produk kosmetik yang aman.

Lebih lanjut, mata kuliah terkait kosmetik berperan dalam membentuk pemahaman konseptual mahasiswa mengenai definisi, fungsi, serta regulasi kosmetik. Pemahaman ini penting dalam mendukung literasi kosmetik, khususnya dalam membedakan produk yang aman dan legal dengan produk yang berisiko. Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa responden masih lebih banyak mengandalkan sumber informasi non-formal seperti media sosial. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun informasi akademik telah diberikan, belum seluruhnya diinternalisasi dalam perilaku sehari-hari. Penelitian oleh (19) juga menyebutkan bahwa paparan informasi digital sering kali lebih dominan dibandingkan pembelajaran formal dalam memengaruhi keputusan penggunaan *skincare*, sehingga diperlukan penguatan integrasi antara pengetahuan akademik dan praktik nyata.

Di sisi lain, pembelajaran mengenai kosmetik khususnya *skincare* juga memberikan pemahaman terkait bahan aktif, potensi interaksi, serta efek samping yang mungkin terjadi. Hal ini sangat relevan dengan temuan penelitian yang menunjukkan masih adanya kejadian efek samping pada responden. Dengan adanya dasar pembelajaran tersebut, seharusnya mahasiswa memiliki kemampuan untuk lebih selektif dalam memilih dan menggunakan produk. Namun, karena sebagian besar masih berada pada kategori perilaku “cukup”, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan yang diperoleh belum sepenuhnya diimplementasikan secara optimal.

Secara keseluruhan, keberadaan mata kuliah terkait kosmetik dapat dianggap sebagai faktor pendukung dalam meningkatkan literasi kosmetik mahasiswa, namun belum menjadi satu-satunya determinan dalam membentuk perilaku yang aman. Literasi kosmetik yang optimal memerlukan integrasi antara pengetahuan akademik, persepsi yang tepat, serta kebiasaan penggunaan yang rasional. Hal ini sejalan dengan konsep literasi kesehatan oleh (28), yang menekankan bahwa literasi tidak hanya mencakup kemampuan memahami informasi, tetapi juga kemampuan menerapkan dan mengevaluasinya dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, penguatan pembelajaran kosmetik yang lebih aplikatif dan kontekstual menjadi penting untuk menjembatani kesenjangan antara pengetahuan dan praktik, sehingga dapat meminimalkan risiko efek samping penggunaan *skincare* di kalangan mahasiswa farmasi.

Dalam struktur kurikulum nasional pendidikan S1 farmasi yang memiliki beban studi sekitar ± 144 –145 SKS, topik kosmetik memang hanya menempati porsi kecil, yaitu

sekitar $\pm 2-4$ SKS atau sekitar 1–3% dari total kurikulum. Hal ini disebabkan oleh orientasi utama pendidikan farmasi yang berfokus pada obat dan pelayanan kesehatan (*drug-oriented* dan *patient care*). Namun demikian, materi kosmetik yang diajarkan meliputi formulasi, keamanan, stabilitas, serta regulasi yang sebenarnya memiliki keterkaitan langsung dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa sebagai pengguna produk *skincare*. Selain itu, meningkatnya tren penggunaan kosmetik serta tingginya paparan informasi dari media sosial menunjukkan bahwa kebutuhan akan literasi kosmetik semakin relevan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun porsi kecil, topik kosmetik memiliki nilai strategis dalam membekali mahasiswa dengan kemampuan memahami dan mengevaluasi produk yang mereka gunakan.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting terhadap pengembangan pendidikan farmasi, khususnya pada materi kosmetik dan *skincare*. Pembelajaran kosmetik dan *skincare* tidak hanya perlu berorientasi pada teori formulasi dan regulasi, tetapi juga perlu diarahkan pada penguatan kemampuan praktis mahasiswa dalam mengevaluasi aspek keamanan dan pengambilan keputusan yang rasional mengenai produk kosmetik dan *skincare* yang beredar di masyarakat. Pendekatan pembelajaran berbasis studi kasus, analisis label produk, interpretasi kandungan aktif, serta edukasi mengenai evaluasi informasi digital dapat menjadi strategi untuk meningkatkan literasi kosmetik mahasiswa secara lebih aplikatif. Dengan demikian, mahasiswa farmasi diharapkan tidak hanya memahami aspek teoritis kosmetik, tetapi juga mampu menjadi sumber edukasi kesehatan yang kredibel di masyarakat. Hal ini penting mengingat hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan, persepsi, dan perilaku mahasiswa masih berada pada kategori “cukup”, sehingga diperlukan pendekatan pembelajaran yang lebih kontekstual untuk menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik. Dengan demikian, kosmetik tidak hanya diposisikan sebagai topik minor, tetapi sebagai bagian penting dalam kompetensi kefarmasian yang adaptif terhadap perkembangan industri dan kebutuhan masyarakat modern.

Hubungan Variabel Tingkat Pengetahuan, Persepsi dan Perilaku Penggunaan Skincare

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	30.000 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	19.918	1	.000		
Likelihood Ratio	19.505	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	29.000	1	.000		
N of Valid Cases	30				

a. 3 cells (75.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .30.

b. Computed only for a 2x2 table

Gambar 5. Hubungan Tingkat Pengetahuan dan Persepsi

Berdasarkan hasil uji hubungan antar variabel, ditemukan adanya keterkaitan antara tingkat pengetahuan dengan persepsi responden terhadap penggunaan kosmetik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengetahuan yang dimiliki, maka kecenderungan persepsi terhadap keamanan dan penggunaan kosmetik juga akan semakin positif dan rasional. Pengetahuan berperan sebagai dasar dalam membentuk cara pandang individu terhadap suatu risiko, termasuk dalam menilai keamanan produk *skincare*. Responden dengan pengetahuan yang lebih baik cenderung lebih mampu memahami potensi efek samping, mengenali kandungan berbahaya, serta menilai pentingnya penggunaan produk yang telah terdaftar secara resmi. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh (30). yang menyatakan bahwa tingkat pengetahuan memiliki hubungan signifikan dengan persepsi mahasiswa terhadap penggunaan kosmetik, di mana individu dengan pengetahuan lebih tinggi menunjukkan sikap yang lebih hati-hati dan kritis dalam penggunaan produk.

Selanjutnya, hubungan antara persepsi dan perilaku juga menunjukkan keterkaitan yang penting. Persepsi yang baik terhadap keamanan kosmetik akan mendorong terbentuknya perilaku penggunaan yang lebih aman, seperti membaca label, melakukan uji coba produk (*patch test*), serta memilih produk yang sesuai dengan jenis kulit. Sebaliknya, persepsi yang kurang tepat dapat menyebabkan perilaku berisiko, seperti mengikuti tren tanpa mempertimbangkan keamanan atau menggunakan produk secara berlebihan. Hal ini didukung oleh penelitian (31) yang menemukan bahwa persepsi dan sikap terhadap kosmetik berhubungan signifikan dengan praktik penggunaan, termasuk dalam hal pemilihan produk dan kesadaran terhadap efek samping. Dengan demikian, persepsi

berfungsi sebagai faktor mediasi antara pengetahuan dan perilaku dalam kerangka literasi kosmetik.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	30.000 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	19.918	1	.000		
Likelihood Ratio	19.505	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	29.000	1	.000		
N of Valid Cases	30				

a. 3 cells (75.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .30.

b. Computed only for a 2x2 table

Gambar 6. Hubungan Persepsi dan Perilaku Penggunaan Skincare

Secara keseluruhan, keterkaitan antara pengetahuan, persepsi, dan perilaku menegaskan bahwa literasi kosmetik merupakan suatu konstruksi yang multidimensional. Pengetahuan yang baik akan membentuk persepsi yang tepat, yang pada akhirnya akan tercermin dalam perilaku penggunaan kosmetik yang aman. Namun, jika salah satu komponen tidak optimal, maka risiko terjadinya efek samping tetap tinggi. Hal ini sejalan dengan konsep literasi kesehatan yang dikemukakan oleh (28), yang menekankan bahwa literasi tidak hanya mencakup kemampuan memahami informasi, tetapi juga kemampuan mengevaluasi dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, peningkatan literasi kosmetik di kalangan mahasiswa farmasi perlu difokuskan secara simultan pada penguatan pengetahuan, pembentukan persepsi yang kritis, serta pembiasaan perilaku penggunaan yang aman dan berbasis bukti.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan dalam menginterpretasikan hasil. Mayoritas responden berasal dari mahasiswa Semester 4 sehingga distribusi sampel antarsemester belum merata. Kondisi tersebut berpotensi membatasi generalisasi hasil penelitian terhadap seluruh mahasiswa Program Studi Farmasi di institusi ini, mengingat tingkat pengetahuan, persepsi, dan perilaku penggunaan *skincare* dapat berbeda sesuai dengan jenjang akademik dan pengalaman pembelajaran yang telah diperoleh. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan distribusi responden yang lebih proporsional pada setiap semester atau menggunakan teknik sampling yang lebih representatif agar hasil yang diperoleh memiliki validitas eksternal yang lebih baik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 141 mahasiswa farmasi, diketahui bahwa mayoritas responden merupakan perempuan (87,2%), berusia 19-20 tahun (78,7%), dan berada pada semester 4 (72,3%). Hampir seluruh responden menggunakan skincare (99,3%) dengan frekuensi penggunaan setiap hari sebesar 79,4%, namun sebagian besar pernah mengalami efek samping seperti bruntusan/jerawat (30,2%), kemerahan (19,4%), gatal (14,9%), dan rasa perih/panas (14,9%). Sumber informasi skincare paling banyak diperoleh dari media sosial (45%) dan influencer beauty (20,2%), sedangkan sumber ilmiah seperti tenaga kesehatan, mata kuliah, serta artikel/jurnal memiliki proporsi yang lebih rendah. Hasil pengukuran menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan responden mayoritas berada pada kategori cukup (56,74%), persepsi cukup (49,65%), dan perilaku penggunaan skincare juga cukup (66,68%). Selain itu, penelitian menemukan adanya hubungan antara pengetahuan, persepsi, dan perilaku penggunaan skincare, yang menunjukkan bahwa semakin baik tingkat pengetahuan mahasiswa maka semakin baik pula persepsi dan perilaku mereka dalam menggunakan produk skincare secara aman. Dengan demikian, penelitian literasi kosmetik memiliki peran penting karena mengintegrasikan aspek pengetahuan, persepsi, dan perilaku dalam satu kerangka literasi kosmetik untuk menjelaskan upaya pencegahan risiko efek samping kosmetik dan skincare pada mahasiswa farmasi. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya menilai salah satu aspek secara terpisah, penelitian ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana literasi kosmetik memengaruhi pola penggunaan kosmetik dan skincare pada kelompok mahasiswa dengan latar belakang pendidikan kesehatan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan strategi edukasi kosmetik yang lebih efektif di lingkungan pendidikan farmasi.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Samarinda atas dukungan akademik, fasilitas, serta kesempatan yang diberikan selama proses pelaksanaan penelitian ini. Penghargaan dan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh mahasiswa/i Program Studi Sarjana Farmasi yang telah bersedia menjadi responden dan berpartisipasi aktif dalam pengumpulan data penelitian. Partisipasi, kerja sama, dan kontribusi yang diberikan sangat membantu dalam penyelesaian penelitian mengenai literasi kosmetik dan pencegahan risiko efek samping skincare di kalangan mahasiswa farmasi.

6. PENDANAAN

Penelitian ini tidak didanai oleh sumber hibah manapun.

7. KONFLIK KEPENTINGAN

Seluruh penulis menyatakan tidak terdapat potensi konflik kepentingan dengan penelitian, kepenulisan (*authorship*), dan atau publikasi artikel ini.

8. DAFTAR PUSTAKA

1. Rachmawati, Putriana. Edukasi Terkait Keamanan Kosmetik Kepada Masyarakat. Mitra Mas: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat. 2023;1(2).
2. Olcer Z, Cal A, Unal N, Oztas B, Oge G. Examining the use of cosmetic products and the awareness of healthy life among University students. Turkish Journal of Dermatology. 2023 Jul 1;17(3):79–87. https://doi:10.4103/tjd.tjd_136_22
3. Putri SA, Siregar JS, Jubaedah L. Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap Perilaku Pemakaian Kosmetik Brand X. Jenny Sista Siregar. 2026;4(1):3026–2925. <https://doi:10.61104/alz.v4i1>
4. Juniantari NMR, Imbayani IGA, Prayoga IMS. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Murni Kosmetik Kota Denpasar. EMAS. 2025 Jun 26;6(6):1388–402. <https://doi:10.36733/emas.v6i6.11263>
5. Senthilvel H, Stephen T, Grace A. Cosmetic usage: Knowledge, attitude and behaviour among female college students in India. Bioinformation: Discovery at the Interface of Physical and Biological Science. 2025 Jul 31;21(07):1937–41. <https://doi:10.6026/973206300211937>
6. Ghamdi HSA, Abukhelaif AEE, Croft M, Yusif M, Ghamdi HA Al, Mangi AA. Assessment of Prevalence, Awareness and Practices Regarding Cosmetics Harmful Effects among Saudi Female University Students of Albaha; Saudi Arabia. J Pharm Res Int. 2020 Aug 6;184–94. <https://doi:10.9734/jpri/2020/v32i1330619>
7. Girish K, Vasundara K, Jyothi R, Arunnair V. Knowledge and Practice Towards Cosmetics and Their Adverse Reactions Among Undergraduate Medical, Pharmacy, and Physiotherapy Students. Asian Journal of Pharmaceutical and Clinical Research. 2022;15:2022. <https://doi:10.22159/ajpcr.2022v15i9.45429>
8. Javvadi J, Syed M, Kambar C, Lella M, Kurli S. A cross-sectional study to assess the knowledge, attitude, and practice of cosmetic use among 2nd-year medical undergraduate students in a tertiary care hospital. Natl J Physiol Pharm Pharmacol. 2023;(0):1. <https://doi:10.5455/njppp.2023.13.09441202326092023>
9. Madugula M, Bajaj R, Atluri SC, Samanthula H. Influence of social media on usage of skincare products among medical students- An observationa study. IP Indian Journal of Clinical and Experimental Dermatology. 2024 Jul 1;10(3):287–90. <https://doi:10.18231/j.ijced.2024.051>
10. Utami TP, Praswati AN. Purchase Intention is More Influenced by Authenticity Than Cosmetic Influencer Content: Social Exchange Theory. Proceedings of the International Conference on Economics and Business Studies. 2024;700–15. https://doi:10.2991/978-94-6463-204-0_58
11. Kumari S, Atem TD, Chaudhary V, Sahu SK, Pal B. Prevalence and risk factors of cosmetic-induced adverse events: A systematic review and meta-analysis. Journal of Applied Pharmaceutical Science. Open Science Publishers LLP Inc.; 2024. p. 252–63. <https://doi:10.7324/JAPS.2024.193512>
12. Commision for Social Development Resolutions. Definition of Youth [Internet]. 2013. Available from: <http://undesadspd.org/Youth.aspxfacebook.com/>
13. Atiqah Azzah Sulhan N, Hafidzah Ardaniah N, Syarif Rahmadi M. Periodisasi Perkembangan Anak Pada Masa Remaja:Tinjauan Psikologi. Jurnal Pendidikan Bimbingan Konseling dan Psikologi. 2024.

14. Hanumningtyas SRN, Mawu FO, Niode NJ. Tingkat Pengetahuan Penggunaan Kosmetik pada Akne Vulgaris serta Sikap dan Perilaku Penggunaan Kosmetik pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Level of Knowledge on Cosmetics Use in Acne Vulgaris, and Attitude and Behavior of Using Cosmetics among Medical Students. *Medical Scope Journal*. 2024;6(2):257–62. <https://doi:10.35790/msj.v6i2.5>
15. Purba CA, Panjaitan RR, Sihombing JR. Description Of Knowledge Level, Attitudes, and Behavior In the Use of Facial Whitening Cosmetics Among Female Students of The Faculty of Medicine, HKBP Nommensen University Medan, 2024. *Jurnal Kedokteran dan Kesehatan : Publikasi Ilmiah Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya*. 2025 Apr 30;12(2):213–8. <https://doi:10.32539/jkk.v12i2.641>
16. Suminingtyas IA, Arisona MD. Gambaran Pengetahuan Perilaku Penggunaan Kosmetika Bahan Alam pada Mahasiswa Farmasi UAA. *Jurnal Ilmiah Farmasi Terapan & Kesehatan*. 2026;4 (1).
17. Amarudin A awal, Azzara AS, Sari EM, Fatimah H, Afifah L. Persepsi Literasi Halal dan Motif Pemilihan Produk Kosmetik Mahasiswa Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*. 2024 Feb 17;2(2):139–50. <https://doi:10.54066/jikma.v2i2.1654>
18. Ningsih W, Shahab A, Sunani S. Evaluasi Persepsi dan Perilaku Mahasiswa dalam Menggunakan Kosmetik Berbahaya Mengandung Merkuri dan Kosmetik Berbahan Alami. *Matano: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*. 2025 Jul 21;1(2):45–52. <https://doi:10.51574/matano.v1i2.3049>
19. Almudimeegh A, Almukhadeb E, Nagshabandi KN, Aldosari O, Aldakhil I, Aldosari Z, et al. The influence of social media on public attitudes and behaviors towards cosmetic dermatologic procedures and skin care practices: A study in Saudi Arabia. *J Cosmet Dermatol*. 2024 Aug 1;23(8):2686–96. <https://doi:10.1111/jocd.16324> PubMed PMID: 38634196
20. Tetelepta NK, Fajar Wulandari Y, Hamid AI. Mengkaji Konten Produk Skincare di Tiktok Dalam Fenomena Doomspending Gen Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 2025;4(3).
21. Anggraini TS, Hak N, Yustati H. Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi, Iklan, Kontrol Diri Dan Fomo Terhadap Pembelian Impulsif Pada Gen Z. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*. 2025 Jan 31;5(1):41–59. <https://doi:10.30739/jpsda.v5i1.3631>
22. Sami Alyahya R, AlHasson MA, Ali Alhsaon MA. Assessing the Adverse Effects and Safety Concerns Related to Cosmetic and Skincare Products: A Systematic Review. *Cureus*. 2025 Apr 5. <https://doi:10.7759/cureus.81759>
23. Fahmi AT, Pardilawati CY, Ulandari AS. Tinjauan Literatur: Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Mahasiswa dalam Penggunaan Kosmetik Pencerah Kulit. *Sains Medisina*. 2026 Feb 28;4(3):359–64. <https://doi:10.63004/snsmed.v4i3.1009>
24. Larasati DA, Fauzia R, Zwagery RV. Hubungan Persepsi Risiko dengan Perilaku Membeli Skincare pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat di Banjarbaru. *Jurnal Kognisia*. 2025 Mar 3;5(1):40. <https://doi:10.20527/kognisia.2022.04.006>
25. Syauqi Zumarthana A, Kadek Dita Oktaviani N, Puspa Imelda V, Aretha Putri M, Kartikasari Y, Febrilia Sari P, et al. Pengetahuan dan Perilaku terkait Penggunaan Produk Pemutih Kulit pada Remaja Putri di Indonesia. *Jurnal Farmasi Komunitas [Internet]*. 2024. Available from: <https://orcid.org/0009-0004-4252-3106>
26. Noviana A, Marwansyah S. Pengaruh Sosial Media Tiktok dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare G2glow. *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*. 2025 Oct 6;2(1):89–97. <https://doi:10.63921/jmaeka.v2i1.247>
27. Agustina T, Liputo MA, Putra I. Pengaruh FOMO, Sales Promotion dan E-WOM Terhadap Impulsive Buying Pada Pengguna Situs Online Shop. *Journal On Teacher Education*. 2024;6(1).
28. Nutbeam D. The evolving concept of health literacy. *Soc Sci Med*. 2008 Dec;67(12):2072–8. <https://doi:10.1016/j.socscimed.2008.09.050> PubMed PMID: 18952344.
29. Notoatmodjo S. *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta; 2014.

30. Udayanga L, Subashini N, Udugama M, Silva P, Ranathunge T. Knowledge, perceptions, and consumption behaviour of cosmetics among undergraduates of Sri Lanka: a descriptive cross-sectional study. *Front Public Health*. 2023;11. <https://doi:10.3389/fpubh.2023.1184398> PubMed PMID: 38288434.
31. Chahine B, Hanna V, Ghandour I, Haydar S, Faddoul L. Knowledge and attitude of Lebanese women about cosmetics: a cross-sectional survey. *Int J Womens Dermatol*. 2023 Aug 4;9(3):E091. <https://doi:10.1097/JW9.0000000000000091>