

HUBUNGAN PENGETAHUAN DENGAN PERILAKU PENGGUNA KOSMETIK PEMUTIH WAJAH SPECIAL UV WHITENING DI DESA CENGAL KABUPATEN OKI TAHUN 2014

Nike Ardila, Tedi, Sarmadi

ABSTRAK

Keinginan untuk tampil cantik ataupun menarik dengan warna kulit putih bagi wanita sudah merupakan kodrat, hal tersebut membuat orang menggunakan kosmetik pemutih, adanya efek samping kosmetik pada kulit sudah sejak lama ditemukan. Menurut Tzank (1955) sebanyak 7% dari semua kasus kerusakan kulit di sebuah klinik di Paris adalah akibat kosmetik.

Penelitian ini menggunakan metode survey analitic dengan pendekatan cross-sectional yaitu suatu penelitian untuk mempelajari dinamika analisis antara faktor-faktor dengan efek, dengan cara pendekatan, observasi atau pengumpulan data sekaligus pada satu saat. Dimana variabel yang diteliti variabel dependen adalah pengetahuan dan variabel independen adalah perilaku pengguna Kosmetik Pemutih Wajah Special UV Whitening.

Berdasarkan analisa statistik korelasi menggunakan spearman maka didapatkan nilai $R = 0.319$ yang menandakan ada hubungan yang sedang angka korelasi menunjukkan nilai positif artinya hubungan yang terjadi searah, dengan nilai sig $0.012 <$ menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pengetahuan dengan perilaku pengguna kosmetik pemutih wajah Special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI, sedangkan dengan menggunakan tabel crosstabs uji chi square didapatkan χ^2 hitung $(4.942) >$ χ^2 tabel 3.938 yang dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan proporsi kejadian yang artinya sejalan antara pengetahuan dengan perilaku pengguna kosmetik pemutih wajah, dengan nilai sig $(0,026 < 0.05$ menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pengetahuan dengan perilaku pengguna kosmetik pemutih wajah Special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI.

Distribusi frekuensi responden yang berpengetahuan tinggi dalam menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 35 (57,4%) dan yang berpengetahuan rendah sebanyak 26 responden (42,6%), responden yang berperilaku dengan baik dalam menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 42 (68,9%) dan yang berperilaku kurang baik sebanyak 19 responden (31,1%). Dari hasil analisis menunjukkan bahwa ada hubungan antara pengetahuan dengan Kabupaten OKI Tahun 2014 nilai $p\text{-value} = 0.026 < 0.05$

Kata kunci: Pemutih, pengetahuan, perilaku.

PENDAHULUAN

Bagi banyak wanita mode atau trend baru yang muncul sangat mempengaruhi penampilannya dan sering kali yang menjadi perhatian adalah kulit, terutama kulit wajah. Hal tersebut membuat orang menggunakan berbagai kosmetik pemutih sebagai jalan pintas yang menjanjikan. Kulit sehat akan memberikan kesan segar sehingga wajah terlihat bersinar dan bersih. Berbagai kosmetik pemutih wajah dengan aneka merek, jenis, dan iklan menggiurkan pun bermunculan seperti jamur di musim hujan. Hal ini sesuai dengan penelitian lain yang dilakukan bahwa 70%-80% perempuan di Asia (yaitu : Cina, Thailand, Taiwan, dan Indonesia) ingin mempunyai kulit yang lebih putih. Sedangkan di Indonesia dari 85% penduduk wanita yang berkulit gelap sebanyak 55% diantaranya ingin agar kulitnya menjadi lebih putih (Nandiyasari, 2009).

Dalam jangka waktu lama cream pemutih memang dapat menghilangkan atau mengurangi hiperpigmentasi pada kulit. Berkurangnya hiperpigmentasi, maka kulit akan terlihat lebih putih. Zat pengubah pigmen seperti ini tentu dapat

menimbulkan dampak dikemudian hari, sebab ada proses fisiologis normal yaitu pembentukan pigmen yang diganggu. Penggunaan terus-menerus justru akan menimbulkan pigmentasi dengan efek permanen. Akhirnya, kulit bisa menjadi lebih hitam dari pada sebelumnya (warna alami) (Hastono, 2011).

Efek samping kosmetik pada kulit sudah sejak lama ditemukan. Beberapa peneliti telah melakukan berbagai penelitian mengenai hal tersebut. Menurut Tzank (1955) sebanyak 7% dari semua kasus kerusakan kulit di sebuah klinik di Paris adalah akibat kosmetik. Sidi (1956) memperkirakan bahwa untuk seluruh Perancis angka ini mencapai 20%, di Jerman sekitar 10% dari semua kontak dermatitis disebabkan oleh preparat kosmetik (Tranggono dkk, 2007).

Penelitian yang dilakukan di Akademi Kebidanan Hafsa Medan oleh Deviana (2009) menunjukkan hasil bahwa dari 74 mahasiswa diperoleh bahwa 36,49% menyatakan mereka pernah menggunakan kosmetik pemutih wajah walaupun kosmetik yang digunakan tidak memiliki izin dari BPOM, 35,14% menyatakan pernah menggunakan salah satu kosmetik yang mengandung merkuri (Hg), dan 32,43% menyatakan pernah menggunakan

kosmetik yang dilarang peredarannya oleh BPOM, serta 55,41% responden membeli produk di tempat penjualan kosmetik yang tidak resmi.

Umumnya masalah kesehatan, seperti halnya efek samping penggunaan kosmetik pemutih, dipengaruhi oleh faktor faktor perilaku. Faktor perilaku ini mempunyai pengaruh yang besar terhadap status kesehatan individu maupun masyarakat. Perilaku adalah hasil dari segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Selain itu perilaku adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmojo, 2007).

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan di atas, maka telah dilakukan penelitian tentang hubungan pengetahuan dengan perilaku pengguna Kosmetik Pemutih Wajah Special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI Tahun 2014.

Tujuan Penelitian

Tujuan umum

Untuk mengidentifikasi hubungan pengetahuan dengan perilaku pengguna Kosmetik Pemutih Wajah Special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI Tahun 2014.

Tujuan Khusus

- Untuk mengidentifikasi distribusi frekuensi pengetahuan masyarakat tentang kosmetik pemutih Wajah Special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI Tahun 2014.
- Untuk mengidentifikasi distribusi frekuensi perilaku penggunaan kosmetik pemutih Wajah Special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI Tahun 2014
- Untuk mengidentifikasi hubungan antara pengetahuan dengan perilaku penggunaan kosmetik pemutih Wajah Special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI Tahun 2014

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah penelitian survey analitic dengan pendekatan cross-sectional adalah suatu penelitian untuk mempelajari dinamika analisis antara faktor-faktor dengan efek, dengan cara pendekatan, observasi atau pengumpulan data sekaligus pada satu saat (Notoatmodjo, 2010). Dimana variabel yang diteliti variabel dependen adalah pengetahuan dan variabel independen adalah perilaku pengguna Kosmetik Pemutih Wajah Special UV Whitening.

Pelitian ini dilakukan pada bulan Mei - Juni 2014 di Desa Cengal Kabupaten OKI

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah wanita yang menggunakan kosmetik pemutih Wajah Special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI Tahun 2014 berjumlah 410 orang.

Sampel

Sampel digunakan sebanyak 15% dari total populasi 410 orang, seperti uraian berikut :

$$\frac{15 \times 410}{100} = 61,5 \text{ dibulatkan menjadi } 61 \text{ orang.}$$

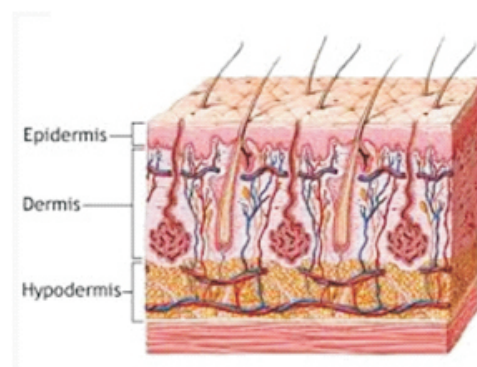
Pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan peneliti (kriteria inklusi), yaitu :

- Wanita usia 18–40 tahun
- Menggunakan kosmetik pemutih “UV Whitening”
- Bersedia mengisi kuesioner

Variabel penelitian

- Variabel independen (bebas) dalam pengetahuan ini adalah tentang kosmetik pemutih wajah Special UV Whitening
- Variabel Dependen (terikat) dalam perilaku adalah pengguna kosmetik Pemutih Wajah Special UV Whitening

Korelasi Spearman berfungsi untuk menentukan besarnya hubungan dua variabel yang berskala ordinal. Uji ini dipilih karena variabel bebas dan terikat berskala katagorial. Pengujian menggunakan tingkat significant 0,05 dengan menggunakan program SPSS versi 17 for windows.



Gambar 1
Struktur Kulit (Robin, 2005)



Gambar 2
Kosmetik UV Whitening (Ratnasari, 2013)

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini disajikan dalam bentuk table dan kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis Korelasi Spearman (Spearman Rank Order Correlation).

Tabel 1
Distribusi frekuensi Pengetahuan pengguna Kosmetik Pemutih Wajah Special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI Tahun 2014

No	Pengetahuan Pengguna Kosmetik pemutih Wajah	Frekuensi	Persentase
1	Tinggi	35	57.4
2	Rendah	26	42.6
Jumlah		61	100

Ket : 1. Tinggi, jika skor jawaban >70%
2. Rendah, skor jika jawaban <70%

Berdasarkan tabel 1 di atas menunjukkan bahwa dari 61 responden yang memiliki pengetahuan yang tinggi sebanyak 35 (57,4%) dan yang memiliki pengetahuan rendah sebanyak 26 responden (42,6%).

Tabel 2
Distribusi frekuensi Perilaku Pengguna Kosmetik Pemutih Wajah Special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI Tahun 2014

No	Perilaku Pengguna Kosmetik pemutih Wajah	Frekuensi	Persentase
1	Baik	39	63.9
2	Kurang Baik	22	36.1
Jumlah		61	100

Ket: 1. Baik, jika skor jawaban >70%
2. Kurang Baik, skor jika jawaban <70%

Berdasarkan table 2 di atas menunjukkan bahwa dari 61 responden yang memiliki berperilaku dengan baik terhadap penggunaan kosmetik pemutih wajah sebanyak 39 (63,9%) dan yang berperilaku kurang baik sebanyak 22 responden (36,1%).

Tabel 3
Korelasi antara pengetahuan dengan Perilaku Pengguna Kosmetik Pemutih Wajah Special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI Tahun 2014

No	Pengetahuan	Perilaku Pengguna Kosmetik Pemutih Wajah				Total		P Value	OR
		Baik		Kurang Baik		N	%		
		N	%	n	%				
1	Tinggi	27	77,1	8	22,9	35	100	0,026	3.938
2	Rendah	12	46,2	14	53,8	26	100		
Total		39		22		61	100		

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa responden yang berpengetahuan yang tinggi ada 27 yang berperilaku baik dalam penggunaan kosmetik pemutih wajah sedangkan responden yang berpengetahuan yang rendah ada 12 yang berperilaku baik. Setelah dilakukan uji chi-square diperoleh $p\text{-value} = 0.026 < 0.05$. dengan demikian ada hubungan antara pengetahuan dengan perilaku pengguna kosmetik pemutih wajah special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI Tahun 2014

Hasil OR (Odd Ratio) sebesar 3.938, dengan demikian pada responden yang memiliki pengetahuan tinggi berpeluang 3.938 kali berperilaku baik dalam penggunaan kosmetik pemutih wajah dibandingkan dengan responden yang berpengetahuan rendah.

Tabel 4
Perbandingan hubungan pengetahuan dengan Perilaku Pengguna Kosmetik Pemutih Wajah Special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI Tahun 2014

Korelation		Chi Square		
R	Sig.	X ² Hitung	X ² Tabel	Sig.
0.319	0.012	4.942	3.938	0.026

Berdasarkan analisa statistik korelasi menggunakan spearman maka didapatkan nilai $R = 0.319$ yang menandakan ada hubungan yang sedang angka korelasi menunjukkan nilai positif artinya hubungan yang terjadi searah, dengan nilai $\text{sig } 0.012 <$ menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pengetahuan dengan perilaku pengguna kosmetik pemutih wajah Special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI, sedangkan dengan menggunakan tabel crosstabs uji chi square didapatkan χ^2 hitung (4.942) $>$ χ^2 tabel 3.938 yang dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan proporsi kejadian yang artinya sejalan antara pengetahuan dengan perilaku pengguna kosmetik pemutih wajah, dengan nilai $\text{sig } (0,026 < 0.05$ menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pengetahuan dengan perilaku pengguna kosmetik pemutih wajah Special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI.

Pembahasan

Dari tabel 1 dapat dilihat lebih banyak responden yang berpengetahuan baik sebanyak 35 responden (57,4%) sedangkan yang bepengetahuan dengan kurang baik sebanyak 26 responden (42,6%).

Menurut Nototamodjo (2007) pengetahuan adalah hasil “tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan tindakan terhadap suatu objek tertentu yang terjadi melalui penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (overt behavior).

Pengetahuan tertentu tentang kesehatan mungkin penting sebelum suatu tindakan kesehatan pribadi terjadi, tetapi tindakan kesehatan yang diharapkan mungkin tidak akan terjadikecuali apabila seseorang mendapat isyarat yang cukup kuat untuk memotivasinya bertindak atas dasar pengetahuan yang dimilikinya.

Dari tabel 2 dapat dilihat lebih banyak responden yang berperilaku baik terhadap penggunaan kosmetik pemutih wajah sebanyak 42 (68,9%) sedangkan yang berperilaku kurang baik sebanyak 19 responden (31,1%).

Notoatmodjo (2007), merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Oleh karena perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme

tersebut merespon, maka teori Skinner ini disebut teori “S-O-R” atau Stimulus-Organisme-Respon. Skinner membedakan adanya dua respon.

Pengetahuan responden juga dipengaruhi oleh faktor pendidikan yang dimiliki jika pendidikan responden rendah maka pengetahuannya yang dimiliki juga rendah dan jika pendidikannya tinggi maka pengetahuan yang dimiliki juga tinggi. Hal ini dapat dilihat pada hasil penelitian bahwa responden yang berpendidikan SD sebanyak 22 (36,1%), berpendidikan SMP sebanyak 13 (21,3%), yang berpendidikan SMA sebanyak 25 (41,0%) dan yang berpendidikan perguruan tinggi sebanyak 1 orang (1,6%). Dari hasil penelitian tersebut diketahui bahwa mayoritas responden berpendidikan rendah (SD dan SMP).

Dari hasil penelitian responden mayoritas mengetahui tentang manfaat dari kosmetik, zat kimia yang berbahaya dalam kosmetik dan efek dari penggunaan kosmetik, adanya kulit wajah yang menghitam saat dihentikan penggunaan kosmetik. Dari seluruh pertanyaan yang ada pengetahuan sekaligus alasan menggunakan kosmetik pemutih wajah special UV Whitening di desa Cengal Kabupaten OKI adalah bila penggunaan kosmetik tersebut dihentikan maka efeknya wajah terlihat menghitam. Jika sudah demikian siapa saja tidak akan sulit berhenti karena efek dari pemakaian kosmetik tersebut membuat wajah tidak menarik dan cantik lagi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian

Saputri (2010) pada 80 responden yang berpengetahuan baik sebanyak 41 orang (51.3%), yang mempunyai pengetahuan kurang baik sebanyak 39 orang (48.8%).

Berdasarkan table 3 dapat dilihat bahwa ada hubungan antara pengetahuan dengan perilaku pengguna kosmetik pemutih wajah special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI dengan nilai p-value = 0.014. Hasil OR (Odd Ratio) sebesar 3.938, dengan demikian pada responden yang memiliki pengetahuan tinggi berpeluang 3.938 kali berperilaku baik dalam penggunaan kosmetik pemutih wajah dibandingkan dengan responden yang berpengetahuan rendah.

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa hasil analisis dengan korelasi dengan sig 0.001 yang dapat disimpulkan ada hubungan antara pengetahuan dengan perilaku pengguna kosmetik pemutih wajah special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI yang menunjukkan ada hubungan yang sedang

Kesimpulan

Secara umum kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Distribusi frekuensi pengetahuan responden yang berpengetahuan tinggi dalam menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 35 (57,4%) dan yang memiliki pengetahuan yang rendah dalam menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 26 responden (42,6%).
2. Distribusi frekuensi responden yang memiliki berperilaku dengan baik dalam menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 42 (68,9%) dan yang berperilaku kurang baik dalam menggunakan kosmetik pemutih wajah sebanyak 19 responden (31,1%).
3. Ada hubungan antara pengetahuan dengan perilaku pengguna kosmetik pemutih wajah special UV Whitening di Desa Cengal Kabupaten OKI Tahun 2014 nilai p-value = 0.026 < 0.05

Saran

Berikan informasi tentang kesehatan kulit dan bahan-bahan kosmetik yang berbahaya karena hal ini sangat penting bagi kesehatan masyarakat sebab jika hal ini tidak ditanggulangi sejak dini maka kosmetik yang berbahaya akan tetap dijual bebas dan masyarakat yang menjadi korban.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1997. *Prosedur Penelitian Suatu Praktik*. Ed. Revisi IV. Rineka Cipta. Jakarta.
- Deviana, Nina. 2009. Pengetahuan, Sikap Dan Tindakan Mahasiswa Mengenai Kosmetik Mengandung Merkuri (Hg) di Akademi Kebidanan Hafsyah Medan. Skripsi, FKM USU, Medan

Ratnasari, Dhea. 2013, Integumen Kulit². Available at: <http://dhearatnasari.blogspot.com> diakses tanggal 7 Maret 2013

Hastono, R. 2011. Khasiat Serum Vitam C dan E bagi W a j a h . A v a i l a b l e a t : www.serumkosmetik.wordpress.com diakses tanggal 29 Januari 2014

Imron.Moch. 2010. *Metodologi Penelitian Bidang Kesehatan*. CV. Sagung Sego. Jakarta.

Kemenkes RI. 2011. *Pedoman Pembinaan Industri Kosmetika Bagi Petugas*. Jakarta.

Nandityasari, I. 2009. Hubungan Antara Ketertarikan Iklan Pond's di Televisi Dengan Keputusan Membeli Produk Pond's Pada Mahasiswa. Skripsi. Surakarta : Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Available from : www.muhammadiyah.or.id/ diakses tanggal 28 Januari 2014

Notoatmodjo, S. 2003. *Kesehatan masyarakat Ilmu dan Seni*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

_____. 2007. *Kesehatan masyarakat Ilmu dan Seni*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Purnamawati, S.S., 2009. Perilaku Pekerja Perempuan Penyapu Jalan Terhadap Kosmetik Pemutih di Kota Medan Tahun 2009. Tesis. Medan : Program Studi Magister Ilmu Kesehatan Masyarakat Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara Medan. Available from : <http://www.repositoryusu.com/> diakses tanggal 28 Januari 2014.

Purwanto, Andi. 2009. Analisis Kesesuaian Iklan Produk Kosmetik Dengan Kep.Men.Kes RI No: 386/Men.Kes/Sk/Iv/1994 Pada Lima Media Cetak Yang Beredar Di Kota Surakarta Periode Bulan Februari-April 2009. Skripsi. Surakarta: Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Robin, G.B. 2005. *Dermatologi*. Alih Bahasa, M. Anies Z. Ed. 8. Erlangga : Jakarta.

Tranggono, Retno & Latifah, Fatma, 2007. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. PT Gramedia Putaka Utama, Jakarta.

Wasitaatmadja, Sjarif, 2002. *Penuntun Ilmu Kosmetik Medik*. Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.