

## **Program Literasi Kosmetik : Peningkatan Pemahaman Remaja Terhadap Resiko Produk *Skincare* Overklaim**

**Ririn Suharsanti<sup>1</sup>, Erlita Verdia Mutiara<sup>2</sup>, Yustisia Dian Advistasari<sup>3</sup>, Lilies Wahyu Ariani<sup>4</sup>, Wahyu Wulandari<sup>5</sup>**

*<sup>1,2,3,4,5</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Farmasi Yayasan Pharmasi Semarang, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Ririn Suharsanti

**E-mail:** [ririnsuharsanti@stifar.ac.id](mailto:ririnsuharsanti@stifar.ac.id)

### **Abstrak**

Remaja menjadi target utama berbagai merk *skincare* yang menawarkan berbagai manfaat seperti mencerahkan kulit, menghilangkan jerawat, dan memperbaiki tekstur kulit. Tidak semua produk yang dipasarkan memiliki klaim yang benar dan sesuai dengan regulasi, sehingga banyak produk yang overclaim atau memberikan janji berlebihan tanpa dasar ilmiah yang kuat. Kurangnya literasi kosmetik membuat mereka rentan terhadap produk yang mengandung bahan berisiko atau tidak memiliki izin edar yang sah. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan program edukasi yang dapat meningkatkan pemahaman remaja mengenai literasi kosmetik secara komprehensif. Program literasi ini menyangkut beberapa kegiatan antara lain penyuluhan langsung kepada remaja di sekolah-sekolah atau komunitas mengenai dasar-dasar pemilihan *skincare* yang tepat, pelatihan membaca label dan komposisi produk, simulasi pengecekan legalitas produk menggunakan website BPOM, serta diskusi interaktif dalam kelompok kecil serta pembuatan konten edukasi kosmetik overklaim. Kegiatan berlangsung dengan target 52 siswa jurusan Farmasi SMK Nusapersada Tenganan kelas X dan XI. Pada akhir kegiatan, hasil yang dicapai dari pelaksanaan program ini, diperoleh beberapa hasil positif, antara lain peningkatan pengetahuan peserta berdasarkan rata-rata skor pemahaman peserta dari 60% menjadi 83,2%. Program Literasi Kosmetik memberikan dampak positif yang nyata bagi masyarakat sasaran.

**Kata kunci** - literasi, kosmetik, overklaim, remaja, regulasi

### **Abstract**

Teenagers are the primary target of various *skincare* brands that offer various benefits such as brightening skin, eliminating acne, and improving skin texture. Not all marketed products have valid claims and comply with regulations, resulting in many products overclaiming or making excessive promises without a strong scientific basis. The lack of cosmetic literacy makes them vulnerable to products containing risky ingredients or lacking valid distribution permits. To address this problem, an educational program is needed that can comprehensively improve adolescents' understanding of cosmetic literacy. This literacy program involves several activities, including direct counseling for adolescents in schools and communities on the basics of selecting the right *skincare*, training in reading product labels and ingredients, simulations of checking product legality using the BPOM website, as well as interactive discussions in small groups and the creation of educational content on cosmetic overclaims. The activity targeted 52 Pharmacy students from SMK Nusapersada Tenganan in grades X and XI. At the end of the activity, the program achieved several positive results, including an increase in participant knowledge based on an average participant understanding score of 60% to 85%. The Cosmetic Literacy Program has had a real positive impact on the target community.

**Keywords** - literacy, cosmetics, overclaims, teenagers, regulation

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri kosmetik dan *skincare* di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Remaja, sebagai salah satu segmen pasar terbesar, menjadi target utama berbagai merk *skincare* yang menawarkan berbagai manfaat seperti mencerahkan kulit, menghilangkan jerawat, dan memperbaiki tekstur kulit. Beberapa sekolah juga telah melakukan Razia kosmetik untuk melindungi siswanya terhadap bahayanya produk *skincare* (Wibawa, 2019). Terdapat perbedaan pendapat mengenai siswa yang menggunakan dan membawa *skincare* ke sekolah, yang pertama berpendapat bahwa siswa seharusnya tidak perlu membawa *skincare* ke sekolah, namun pihak lainnya menganggap bahwa *skincare* merupakan bagian dari kebersihan diri yang baik. Akses remaja pada media sosial dan platform digital saat ini membuat remaja sering kali mendapatkan informasi tentang *skincare* dari *influencer* atau iklan yang belum tentu akurat dan berdasarkan fakta ilmiah. Tidak semua produk yang dipasarkan telah memiliki klaim yang benar dan sesuai dengan regulasi yang ada (BPOM RI, 2022a), sehingga banyak produk yang *overclaim* atau memberikan janji berlebihan tanpa dasar ilmiah yang kuat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *overclaim* produk tidak berpengaruh dan signifikan terhadap intensi membeli ulang namun kesadaran merk berpengaruh dan signifikan, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan tidak signifikan, loyalitas konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi membeli ulang produk Skincare (BPOM RI, 2021; Ramli et al., 2024). Menurut penelitian lain, banyak produk *skincare* yang memasarkan klaim berlebihan seperti "mencerahkan dalam 7 hari" atau "menghilangkan jerawat dalam semalam" tanpa adanya bukti ilmiah yang valid (Johnson et al., 2019). Produk dengan klaim seperti ini sering kali mengandung bahan aktif yang tidak sesuai atau dalam kadar yang tidak direkomendasikan untuk penggunaan jangka panjang (Liu & Wang, 2021). Penggunaan kalimat *overclaim* yang digunakan dalam pengiklanan produk *skincare* mengakibatkan bertentangan dengan regulasi yang berlaku, seperti hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, Pasal 3 ayat (2) Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022, dan Pasal 3 Peraturan BPOM Nomor 32 Tahun 2021. (BPOM RI, 2022b; Kuncoro & Syamsudin, 2024).

Dalam observasi awal dan diskusi dengan pihak sekolah serta komunitas remaja, ditemukan beberapa permasalahan utama terkait dengan pemahaman mereka terhadap produk *skincare* antara lain kurangnya pemahaman tentang bahan aktif dalam produk *skincare*, tingginya ketertarikan terhadap produk dengan klaim berlebihan (*overclaim*), minimnya pengetahuan tentang regulasi dan legalitas produk kosmetik, kurangnya edukasi mengenai efek jangka panjang penggunaan produk yang tidak sesuai, serta kurangnya sumber informasi yang kredibel dan terpercaya.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan program edukasi yang dapat meningkatkan pemahaman remaja mengenai literasi kosmetik secara komprehensif. Oleh karena itu, program literasi kosmetik: peningkatan pemahaman remaja terhadap risiko produk *skincare* *overclaim* melalui program penyuluhan dan konten edukasi merupakan salah satu solusi. Program ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada remaja mengenai cara memilih dan menggunakan produk *skincare* yang aman, sesuai dengan kebutuhan kulit, dan berdasarkan informasi yang valid. Dengan adanya program ini, diharapkan remaja dapat lebih kritis dalam memilih produk *skincare* yang mereka gunakan, memahami risiko dari produk *overclaim*, dan memiliki keterampilan untuk menilai keamanan suatu produk berdasarkan informasi yang benar. Program ini juga dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya literasi kosmetik di masyarakat secara lebih luas.

## METODE

Kegiatan dilaksanakan selama 4 minggu di SMK Nusapersada Tenganan Jawa Tengah. Siswa-siswi jurusan farmasi kelas X dan XI berjumlah 52 orang menjadi target pada program literasi kali ini. Pelaksanaan program pengabdian ini menggunakan metode edukasi partisipatif, di mana peserta (remaja) tidak hanya menerima materi tetapi juga terlibat aktif dalam berbagai kegiatan interaktif. Tahapan pengabdian kepada Masyarakat secara rinci dapat dituliskan sebagai berikut :

1. Tahap persiapan

Pada tahap persiapan dilakukan survei awal untuk mengidentifikasi tingkat literasi kosmetik pada remaja di SMK Nusapersada Tenganan Jawa Tengah, penyusunan materi edukasi berbasis regulasi BPOM dan studi ilmiah, pembuatan media edukasi berupa video interaktif, dan koordinasi dengan sekolah untuk pelaksanaan kegoatan inti.

2. Tahap pelaksanaan kegiatan inti

Program literasi ini menyangkut beberapa kegiatan antara lain penyuluhan langsung kepada remaja di sekolah mengenai dasar-dasar pemilihan *skincare* yang tepat dan penjelasan tentang overclaim kosmetik meliputi pengertian, ciri-ciri, regulasi, dan dampaknya pada Masyarakat; pelatihan membaca label, komposisi, dan klaim beberapa produk *skincare*; simulasi pengecekan legalitas produk menggunakan website BPOM di <https://cekbpom.pom.go.id/>, serta diskusi interaktif dalam kelompok kecil serta pembuatan konten edukasi kosmetik overklaim.

3. Tahap evaluasi

Pada tahapan evaluasi, survei pre dan post test dilakukan untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan terlaksana, diskusi reflektif dengan peserta dan guru terkait efektivitas program, serta penyusunan laporan hasil kegiatan dan publikasi di jurnal pengabdian masyarakat.

Alat dan bahan yang disiapkan antara lain laptop dan proyektor untuk presentasi penyuluhan, kertas kerja dan alat tulis untuk pre dan post test serta workshop interaktif, smartphone dan internet untuk simulasi pengecekan produk di aplikasi BPOM, kamera atau perekam untuk dokumentasi kegiatan. Sedangkan bahan yang diperlukan antara lain materi edukasi literasi kosmetik berbasis regulasi BPOM dan studi kasus kosmetik overklaim, petunjuk cara membaca label produk, serta contoh video edukatif tentang kosmetik aman dan regulasi BPOM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa metode yaitu sosialisasi dan seminar Penyampaian materi secara interaktif mengenai kosmetik aman, cara membaca label, serta memilih produk yang sesuai jenis kulit, workshop praktik sederhana: melakukan cek terhadap produk kosmetik yang ada di pasaran seputar nomor registrasi dan mengidentifikasi apakah kosmetik tersebut overklaim atau tidak, serta pembuatan konten edukasi kosmetik untuk disebarluaskan di media sosial. Diskusi dan sesi tanya jawab pada sesi workshop sangat membantu mitra untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam terkait masing-masing produk kosmetik. Untuk menggali pemahaman dan memberikan solusi atas permasalahan yang dialami peserta.

Pada tahapan kegiatan inti, setelah pembukaan, kegiatan dilanjutkan dengan kegiatan pre test. Pre test mencakup soal yang berhubungan dengan pengetahuan kosmetik overklaim. Hasil pre test yang diikuti oleh 52 peserta sudah cukup baik walaupun tidak semua pertanyaan dijawab dengan benar oleh peserta. Pertanyaan yang sama akan ditanyakan pada post test di akhir acara. Setelah proses pre test, kegiatan selanjutnya adalah penyampaian materi Program Literasi Kosmetik : Peningkatan Pemahaman Remaja Terhadap Resiko Produk Skincare Overklaim oleh tim pengabdian. Materi yang disampaikan antara lain terkait dengan :

1. Pengertian klaim kosmetik
2. Ciri - ciri kosmetik yang overclaim
3. Dampak overklaim, serta
4. Bagaimana mengetahui kosmetik yang overklaim

Peserta juga diajak untuk study kasus berupa iklan kosmetik dan menganalisis apakah termasuk dalam kosmetik overklaim atau tidak. Perwakilan siswa diminta maju untuk mengemukakan pendapatnya mengenai iklan kosmetik merk Garnier sebagai bahan diskusi. Pemateri menjelaskan bahwa iklan tersebut tidak termasuk dalam kategori overklaim karena telah teruji secara klinis dan

produk telah terdaftar di BPOM (terregistrasi). Penyampaian materi dan interaksi dengan peserta tampak pada gambar 1.



Gambar 1.

Penyampaian Materi Dan Interaksi Dengan Peserta

Tahapan kegiatan setelah pemaparan materi dilanjutkan dengan pembagian kelompok kecil dan praktek mengidentifikasi beberapa produk kosmetik sesuai materi yang disampaikan. Produk kosmetik yang disediakan berupa serum wajah dan pelembap wajah. Kelompok sasaran dibagi menjadi 4 dan diberikan beberapa produk kosmetik. Kegiatan pada tiap kelompok dapat dilihat pada gambar 2. Pada tiap kelompok diberikan tugas dan materi diskusi sesuai pada (Rahmawati, 2023) berupa :

1. Cek klaim pada kemasan
2. Cek apakah produk telah teruji secara klinis
3. Cek nomor registrasi BPOM RI
4. Cek komposisi berbahaya pada produk
5. Diskusikan seluruh produk kosmetik
6. Pembuatan video konten edukasi untuk dilombakan antar kelompok

Pada kegiatan pembuatan konten edukasi tiap kelompok peserta memulai dengan merancang konten yang akan dibuat. Terdapat 1 kelompok terbaik yang mampu membuat video konten edukasi dalam waktu singkat.



Gambar 2.

Diskusi Kelompok Kecil Cek Produk Kosmetik

Pada akhir kegiatan, hasil yang dicapai dari pelaksanaan program ini, diperoleh beberapa hasil positif, antara lain peningkatan pengetahuan peserta: Berdasarkan pre-test dan post-test, terjadi peningkatan rata-rata skor pemahaman peserta dari 60% menjadi 83,2%. Tingginya partisipasi masyarakat terbukti dengan kegiatan diikuti oleh 52 peserta siswa kelas X dan XI SMK Nusapersada Tenganan. Kesadaran akan produk legal meningkat dengan mulai terbiasanya peserta memeriksa

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

nomor BPOM, tanggal kedaluwarsa, dan kandungan produk sebelum membeli kosmetik. Adanya rencana tindak lanjut beberapa peserta menyatakan minat untuk menjadi agen edukasi kosmetik aman di lingkungan mereka.

Dampak jangka panjang program ini diharapkan memberi kontribusi dalam mendorong pola konsumsi kosmetik yang lebih aman dan sehat, mengurangi kasus penggunaan kosmetik ilegal yang berdampak negatif pada kesehatan kulit, membentuk komunitas sadar kosmetik yang dapat menyebarkan informasi literasi kosmetik ke masyarakat yang lebih luas. Menurut penelitian oleh (Park & Kim, 2020), program penyuluhan yang interaktif dan berbasis komunitas terbukti efektif dalam meningkatkan literasi masyarakat mengenai kosmetik dan skincare. Penyuluhan yang melibatkan tenaga ahli, simulasi, serta materi edukatif berbasis digital dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran target audiens secara signifikan.

## KESIMPULAN

Program Literasi Kosmetik memberikan dampak positif yang nyata bagi masyarakat sasaran. Melalui edukasi yang menyeluruh dan kegiatan interaktif, peserta menjadi lebih sadar akan pentingnya memilih produk kosmetik yang aman dan terdaftar resmi. Keberhasilan program ini menjadi dasar untuk pelaksanaan kegiatan serupa di wilayah lain di masa mendatang. Saran kegiatan selanjutnya dapat mengadakan kelas edukasi online via media sosial ke sasaran yang lebih luas serta kampanye melalui media sosial dengan tema “hindari kosmetik overklaim”.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh hormat dan rasa syukur, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada LPPM Sekolah Tinggi Ilmu Farmasi (STIFAR) Yayasan Pharmasi Semarang atas dukungan pendanaan dan kepercayaan yang telah diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh pihak terkait.

## DAFTAR PUSTAKA

- BPOM RI. (2021). *Peraturan BPOM Nomor 32 Tahun 2021 tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika*.
- BPOM RI. (2022a). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika*.
- BPOM RI. (2022b). *Regulasi Kosmetik di Indonesia*. BPOM.
- Johnson, T., Smith, R., & Lee, A. (2019). Overclaim in Skincare Advertising: A Consumer Perspective. *Journal of Dermatological Research*, 15(2), 45–60.
- Kuncoro, A. A. P., & Syamsudin, M. (2024). Perlindungan Konsumen terhadap Overclaim Produk Skincare. *Prosiding Seminar Hukum Aktual*, 2(3), 73–84.
- Liu, X., & Wang, Y. (2021). Long-term Effects of Unregulated Skincare Products. *International Journal of Cosmetic Science*, 20(3), 120–13.
- Park, J., & Kim, H. (2020). Public Awareness Campaigns and Their Impact on Cosmetic Literacy. *Asian Journal of Health Education*, 25(1), 78–92.
- Rahmawati, D. (2023). Evaluasi Kesadaran Konsumen terhadap Kosmetik Ilegal di Indonesia. *Jurnal Farmasi Indonesia*, 10(1), 22–35.
- Ramli, R. A. L., Hisyam, M., & Mahfuza, A. (2024). Pengaruh Overclaim Produk, Kesadaran Merck, Kepuasan Konsumen, LOyalitas Konsumen Terhadap Intensi Membeli Ulang Produk Skincare Skintific Pada Mahasiswa Aktif Program Studi Manajemen Universitas Riau Kepulauan. *Jurnal BENING*, 11(1), 25–35. <https://doi.org/10.33373/BENING.V11I1.6319>
- Wibawa, S. W. (2019). *Viral Razia Skincare oleh OSIS, Dokter Kulit Berkomentar*. <https://sains.kompas.com/read/2019/08/14/123500423/viral-razia-skincare-oleh-osis-dokter-kulit-berkomentar>