

HUBUNGAN KONSEP DIRI REMAJA PUTRI DENGAN PERILAKU MENGUNAKAN PRODUK KOSMETIK PEMUTIH WAJAH DI SMKN 1 RANTEPAO

Valentina Saalino¹, Dorkas², Megawati³

Institut Toraja Raya Indonesia^{1,2}, Universitas Andi Sudirman³

Valentsaalino@gmail.com, meghaphutri@gmail.com

Abstrak

Remaja merupakan masa awal seseorang mencari jati diri dan cenderung memiliki keinginan untuk tampil cantik. Konsep diri merupakan pemahaman seseorang terhadap dirinya yang meliputi fisik, pribadi seseorang, keluarga, sosial dan moral etik, emosional, aspiratif dan prestasi yang mereka capai. Perilaku penggunaan produk merupakan perilaku yang ditunjukkan melalui pencarian, pembelian, pengevaluasian, serta penggunaan dan penentuan produk yang diharapkan seseorang untuk memuaskan kebutuhan mereka.

Penelitian ini dilakukan pada bulan juni 2023. Desain penelitian yaitu deskriptif analitik dengan pendekatan cross sectional. Populasi dari penelitian ini adalah remaja putri berusia 15-18 tahun yang ada di SMKN 1 Rantepao berjumlah 93 siswi. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu total sampling, pengumpulan data menggunakan lembar koesioner.

Hasil penelitian ini didapatkan mayoritas responden yaitu konsep diri negatif sebanyak 59 (63,4%) dan positif sebanyak 34 (36,6), mayoritas perilaku menggunakan produk sebanyak 38 (40,9%) dan mayoritas tidak menggunakan produk sebanyak 55 (59,1%). Setelah dilakukan uji analisis dengan menggunakan uji statistic SPSS didapatkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara hubungan konsep diri remaja putri dengan perilaku menggunakan produk kosmetik pemutih wajah dengan nilai $p=0,002$ $p<\alpha$ (0,05).

Kesimpulan penelitian ini yaitu ada hubungan konsep diri remaja putri dengan perilaku menggunakan produk kosmetik pemutih wajah di SMKN 1 Rantepao pada Tahun 2023. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengetahui faktor-faktor lain yang mempengaruhi remaja menggunakan produk kosmetik pemutih wajah.

kata kunci : Konsep Diri, Perilaku Menggunakan Produk

Abstract

Adolescence is the initial period when someone is looking for their identity and tends to have the desire to look beautiful. Self-concept is a person's understanding of themselves which includes a person's physical, personal, family, social and moral ethics, emotional, aspirational and achievements they have achieved. Product use behavior is behavior demonstrated through searching, purchasing, evaluating, as well as using and determining the products that someone hopes will satisfy their needs.

This research was conducted in June 2023. The research design is descriptive analytical with a cross sectional approach. The population of this study was 93 female students aged 15-18 years at SMKN 1 Rantepao. The technique used in this research is total sampling, data collection using questionnaire sheets.

The results of this research showed that the majority of respondents had a negative self-concept of 59 (63.4%) and a positive self-concept of 34 (36.6), the majority of behavior using the product was 38 (40.9%) and the majority did not use the product as much as 55 (59, 1%). After conducting an analysis test using the SPSS statistical test, it was found that there was a significant relationship between the self-concept of young women and their behavior in using facial whitening cosmetic products with a value of $p = 0.002 p < \alpha (0.05)$.

The conclusion of this research is that there is a relationship between the self-concept of young women and their behavior in using facial whitening cosmetic products at SMKN 1 Rantepao in 2023. This research can be a reference for future researchers to find out other factors that influence teenagers using facial whitening cosmetic products.

Keywords: Self Concept, Product Using Behavior

*Correspondent Author :

Email : valentsaalino@gmail.com

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kosmetik merupakan bahan yang dipakai sebagai keterampilan menghias dan mengatur, umumnya digunakan seseorang dengan tujuan sebagai pembersih, kecantikan, serta meningkatkan daya tarik atau mengubah penampilan seseorang. Kosmetik sekarang menjadi prioritas bagi kehidupan seseorang khususnya remaja (Nevia Ajeng, 2021).

Kosmetik pemutih wajah merupakan campuran bahan kimia yang dapat memutihkan kulit dan memucatkan noda hitam pada kulit. Zat berbahaya pada kosmetik pemutih wajah mengandung merkuri, hidrokuinon dan asam retinoat yang merupakan zat aktif yang ditambahkan pada krim pemutih wajah yang memiliki kemampuan dapat menghambat melanin, sehingga didapatkan kulit yang lebih cerah dalam waktu yang singkat. Bahan-bahan tersebut digunakan untuk krim pemutih walaupun dilarang oleh BPOM (Choirotul Jannah, 2021)

Menurut Baiq Rimala Purnawija dan Nevia Ajeng (2021) memakai produk pemutih wajah berbahaya untuk kesehatan kulit dan dapat memberikan berbagai dampak negatif bagi kesehatan dan kecantikan remaja. Penggunaan kosmetik pemutih wajah beresiko terjadinya penyakit kulit pada remaja putri yaitu *akne vulgaris*. *Akne vulgaris* merupakan suatu kondisi terjadinya inflamasi kronik pada unit pilosebaceus yang ditandai dengan adanya komedo, papul, pustule, nodul dan jaringan parut akibat dari kelainan aktif baik yang *hipotrofik* maupun yang *hipertrofik*. Penyakit kulit lain yang bisa muncul akibat produk pemutih wajah yaitu kulit kering, dermatitis kontak, iritasi pada kulit seperti kemerahan dan rasa terbakar, kulit menjadi terkelupas, dan gangguan pada ginjal. Pemakaian jangka panjang akan menyebabkan kulit berwarna biru kehitaman dan dapat memicu munculnya kanker.

Beragam iklan produk kecantikan dimedia cetak maupun elektronik sudah mempengaruhi jutaan wanita didunia untuk berlomba menggunakan kosmetik yang mengandung obat pemutih, tanpa mengetahui dampak yang akan terjadi jika memakai kosmetik pemutih wajah (Herlina Herlina, 2019).

Produk kosmetik pencerah kulit digunakan diseluruh dunia, penggunaannya banyak tersebar luas di Afrika, negara-negara Asia dan Karibia, sekarang diperkirakan bernilai 31,2 milyar. Industri pencerah kulit 50% dari pasar perawatan kulit dan sekarang bernilai 450-535 juta. Produk pencerah kulit yang mengandung merkuri diproduksi di Negara Bangladesh, China, Dominika, Hong Kong, Jamaika, Lebanon, Malaysia, Mekiko, Pakistan, Filipina, Korea, Thailand, dan Amerika Serikat (Nevia Ajeng, 2021).

Beberapa fakta lapangan yang telah ditemukan oleh BPOM RI terkait produk kosmetik pemutih wajah. BPOM menemukan produk pemutih wajah berbahaya dari berbagai merek dan sesudah diuji dilaboratorium sebanyak 100 merek kosmetik yang mengandung bahan berbahaya yang nilainya mencapai Rp. 22,13 milyar pada tahun 2020. Berdasarkan hasil penelitian lapangan yang dilakukan oleh BPOM yang diketahui beredar di berbagai kota di Indonesia antara lain, Jakarta, Depok, Bandung, Makassar, dan Medan. Hampir seluruh toko di semua pasar, terdapat kosmetik berbahaya yang dijual dengan harga berkisar Rp.50.000-300.000 per-paket yang berisi cream malam, cream pagi, toner, dan sabun wajah (BPOM RI, 2020)

World Health Organization (WHO, 2009) menyatakan *akne vulgaris* akibat kosmetik sekitar 80-100% diusia 14-17 tahun pada wanita, Pada tahun 2016 *Global Burden Of Disease* (GBD) menyatakan hasil prevalensi *akne vulgaris* 10-24 tahun 39,319 juta kasus diseluruh dunia akibat kosmetik. Angka kejadian efek samping kosmetik berdasarkan penelitian Sari (2018), 15.000 orang di Jepang mengalami bintik-bintik pada wajah, di Asia 61% perempuan mengalami *akne vulgaris* akibat kosmetik, di Indonesia sendiri 280 kasus efek samping kosmetik yaitu *akne vulgaris* 38% disebabkan oleh krim alas bedak dan 20% karena krim pemutih. Di Lampung terdapat 66 pasien mengalami efek samping kosmetik yaitu *akne vulgaris*, jenis kelamin perempuan (69,7%) dan untuk laki-laki (30,3%). Hal ini menunjukkan perempuan lebih banyak mengalami *akne vulgaris*.

Pemilihan kosmetik dapat dipengaruhi faktor pribadi seperti pengetahuan, sikap dan sosial (Dyah Suryani, 2022). Menurut Simarmata & Nindya Dwiana Putri (2021) menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan kosmetik yaitu, pertama faktor budaya seperti kelas sosial, kedua yaitu faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, keyakinan, sikap dan pembelajaran, ketiga yaitu faktor sosial seperti keluarga, kelompok, peran dan status, dan keempat faktor pribadi seperti umur dan siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, dan konsep diri.

Konsep diri merupakan gambaran dan pandangan seseorang terhadap dirinya yang meliputi kemampuan, karakter, sikap, tujuan hidup, kebutuhan, dan penampilan fisik. Konsep diri seseorang terbentuk melalui proses belajar dan pengaruh dari pengalaman atau lingkungan yang dapat berdampak pada kesejahteraan psikologisnya (Muchlisin dan Riadi, 2020).

Menurut *World Health Organization* (WHO, 2019) usia remaja berada pada rentang usia 10-19 tahun. WHO memberikan pengertian remaja yang konseptual yang mencakup 3 kriteria yaitu biologis, psikologis, dan sosial. Perubahan biologis yaitu perubahan fisik seperti organ seks, tinggi badan, berat badan, perubahan psikologis yaitu mulai tertarik dengan lawan jenis, mulai mencari identitas dirinya dan mampu mengungkapkan keinginannya sendiri, perubahan sosial yaitu pengaruh dari teman sebaya, perilaku sosial, pengelompokan sosial yang baru, nilai-nilai baru dalam memilih teman. Usia remaja dibagi dalam 2 bagian yaitu remaja awal 10-14 tahun dan remaja akhir 15-19 tahun.

Usia remaja akhir merupakan masa awal seseorang mencari jati diri. Mereka cenderung memiliki keinginan untuk tampil cantik, pergaulan remaja agar tidak dikucilkan biasanya remaja berusaha untuk menjadi konformis, yaitu tidak ingin berbeda dengan orang lain dalam kelompoknya. Segala sesuatu diusahakan untuk mendapatkan wajah yang cantik dan memperbaiki apa yang menurut mereka kurang menarik salah satunya dengan membeli dan memakai kosmetik yang mengandung bahan yang berbahaya. Remaja akan terus berusaha mengonsumsi barang-barang baru dengan membeli dan menggunakan tanpa batas, sehingga mengiring remaja untuk tidak hemat dan menjauh dari pola hidup yang sederhana (Husnul Hotimah & Laila meiliyandrie, 2021).

Menurut Musmiah dan Maulani (2019) masa remaja adalah salah satu masa peralihan antara masa anak-anak menuju masa dewasa. Pada masa remaja seseorang mengalami berbagai perubahan, baik secara fisik maupun psikis. Remaja akan berusaha melakukan berbagai cara untuk menjaga dan memperbaiki apa yang menurut mereka kurang menarik. Perubahan tubuh pada remaja bisa menjadi sesuatu yang asing dan ganjil. Perubahan-perubahan fisik yang dialami menghasilkan persepsi yang berbeda, dan hal ini secara tidak langsung akan membangun pola pikir bagaimana defenisi sempurna menurut diri sendiri

Penelitian yang dilakukan oleh Agus Prakoso (2020) tentang hubungan konsep diri dengan perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada remaja putri di Universitas Khatolik Soegijapranata Semarang mendapatkan ada hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada remaja putri di Universitas Katolik Semarang yang artinya semakin tinggi konsep diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada remaja putri, demikian sebaliknya. Hasil penelitian ini sejalan juga dengan hasil penelitian Friska Apriliana (2021) tentang hubungan konsep diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswa Universitas Medan Area dan mendapatkan ada hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik yang artinya semakin rendah konsep diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik begitupun pun sebaliknya.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada 4 (empat) orang remaja di SMKN 1 Rantepao disimpulkan bahwa remaja menggunakan kosmetik karena keinginan sendiri untuk tampil lebih cantik dan untuk menunjang penampilan sehari-hari agar terlihat mewah. Remaja juga memakai produk pemutih karena melihat iklan-iklan yang tayang di media sosial terutama di aplikasi *tiktok shop*.

Remaja juga mengatakan bahwa menggunakan produk kosmetik pemutih wajah karena melihat produk-produk terbaru dan ingin mencoba beberapa produk yang cocok untuk kulitnya mereka juga membeli produk-produk kosmetik dipasar oleh karena harganya murah dan melihat temannya yang memiliki wajah yang cerah karena memakai produk pemutih dipasar seperti produk labella dan temulawak. Pada awal pemakaian mereka merasakan perih dan apabila terkena sinar matahari wajah mereka mengalami kemerahan tetapi mereka tidak peduli dengan hal itu karena menurut mereka pada awal pemakaian mengalami masalah kulit itu adalah hal wajar.

Dari beberapa faktor yang telah diuraikan sebelumnya, salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan kosmetik pemutih wajah dikalangan remaja yaitu konsep diri yang merupakan keyakinan seseorang tentang siapa dirinya yang menggambarkan semua dari kemampuan, sifat seseorang dan menentukan cara perasaan seseorang pada dirinya serta membimbing tindakan seseorang itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk

meneliti tentang “hubungan konsep diri remaja putri dengan perilaku menggunakan produk kosmetik pemutih wajah di SMKN 1 Rantepao.

..

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif analisis dengan pendekatan *cross sectional* yaitu penelitian yang menekankan waktu pengukuran observasi data independen dan dependen hanya satu kali pada suatu saat. Desain penelitian ini diambil penulis untuk mengetahui adanya hubungan konsep diri dengan perilaku menggunakan produk kosmetik pemutih wajah pada remaja putri (Lin Ira Kartika, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Karakteristik Responden

1) Karakteristik responden berdasarkan Umur

Tabel 5.1

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur Remaja Di SMKN 1 Rantepao

Umur	Frekuensi (n)	Persentase (%)
15	31	33,3
16	50	53,8
17	11	11,8
18	1	1,1
Total	93	100,0

Sumber : Data primer 2023

Tabel 5.1 menunjukkan sebagian besar responden yang berumur 16 tahun berjumlah 50 (53,8%), dan responden yang paling sedikit yaitu berumur 18 tahun berjumlah 1 (1,1%).

A. Analisa Univariat

Analisa univariat dilakukan untuk menganalisa variabel-variabel karakteristik individu yang ada secara deskriptif dengan menggunakan distribusi frekuensi dan proposif untuk variabel penelitian.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Konsep Diri

Tabel 5.3

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Konsep Diri Remaja Di SMKN 1 Rantepao

Konsep Diri	Frekuensi	Persentase (%)
Positif	34	36,6
Negatif	59	63,4
Total	93	100,0

Sumber : Data primer 2023

Tabel 5.3 menunjukkan sebagian besar responden yang memiliki konsep diri negatif sebanyak sebanyak 59 (63,4%).

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Perilaku

Tabel 5.4

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Perilaku Menggunakan Produk di SMKN 1 Rantepao

Perilaku	Frekuensi	Persentase (%)
Menggunakan	38	40,9
Tidak Menggunakan	55	59,1
Total	93	100,0

Sumber : Data primer 2023

Tabel 5.4 menunjukkan sebagian besar responden tidak menggunakan produk kosmetik pemutih wajah sebanyak 38 (40,9%) dan responden yang tidak menggunakan produk pemutih sebanyak 55 (59,1%).

B. Analisa Bivariat

Analisa Bivariat adalah untuk menganalisa data hubungan konsep diri remaja putri dengan perilaku menggunakan produk kosmetik pemutih wajah di SMKN 1 Rantepao Tahun 2023. Untuk mengetahui hubungan antara variabel digunakan uji *Chi-square* dengan program computer SPSS yang disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 5.5
Hubungan Konsep Diri Remaja Putri Dengan Perilaku Menggunakan Produk Kosmetik Pemutih Wajah Di SMKN 1 Rantepao

Konsep Diri	Perilaku Menggunakan produk						P value
	Menggunakan		tidak menggunakan		Total		
	N	%	n	%	N	%	
Positif	21	22,6	13	14,0	34	36,6	0,002
negatif	17	18,3	42	45,2	59	63,4	
Total	38	40,9	55	59,1	93	100,0	

Sumber : Data Primer 2023

Odd Ratio : 3,991

Berdasarkan tabel 5.5,sebagian besar responden yang memiliki konsep diri positif dengan perilaku menggunakan produk kosmetik pemutih wajah sebanyak 21 (22%), responden yang memiliki konsep diri negatif dengan perilaku menggunakan produk kosmetik pemutih wajah sebanyak 17 (18,3), responden yang memiliki konsep diri positif dengan perilaku tidak menggunakan produk sebanyak 13 (14,0%) dan responden yang memiliki konsep diri negatif dengan perilaku tidak menggunakan produk sebanyak 42 (45,2%).

Berdasarkan hasil analisa data dan uji Chi-Square test dengan melihat nilai pearson Chi-square diperoleh nilai $p=0,002$ ($\alpha < 0,05$) yang menunjukkan H_a diterima yang artinya ada hubungan konsep diri remaja putri dengan perilaku menggunakan produk kosmetik pemutih wajah di SMKN 1 Rantepao.

Dari analisa yang diperoleh *Odds Ratio* 3,991 yang berarti remaja yang konsep dirinya positif memiliki peluang 3,991 kali lebih besar untuk mrnggunakan produk kosmetik pemutih wajah dan remaja yang memiliki konsep diri negatif memiliki peluang 3,991 kali lebih kecil untuk menggunakan produk kosmetik pemutih wajah.

B. Pembahasan

Setelah data dikumpulkan, diolah dan disajikan, berikut ini pembahasan hasil penelitian sesuai dengan variabel yang diteliti sebagai berikut :

1. Konsep Diri

Tabel 5.3 menunjukkan distribusi responden berdasarkan konsep diri, dimana didapatkan sebagian besar responden memiliki konsep diri negatif sebanyak 59 responden (63,4%), hal ini disebabkan karena responden merasa memiliki banyak kekurangan terutama kekurangan dalam hal fisik dibanding dengan kelebihan yang dimiliki. Kekurangan fisik yang dirasakan responden lebih karena memiliki penampilan fisik yang kurang baik, terkait dengan postur tubuh dan warna kulit yang dimiliki responden. Kondisi tersebut membuat responden merasa pesimis akan kondisi fisiknya dan merasa tidak puas dengan keadaan fisiknya. Kekurangan secara fisik yang dialami responden membuat responden kurang percaya diri saat berinteraksi dengan orang lain atau teman-temannya.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Berzonsky dalam Nurhaini (2018) yang mengatakan bahwa konsep diri terbentuk dari beberapa aspek salah satunya aspek fisik yang merupakan penilaian seseorang terhadap semua yang dimilikinya mulai dari warna kulit, berat badan, tampan, cantik, jelek, dan kondisi badan yang normal maupun

cacat.

Terdapat responden dengan konsep diri baik sebanyak 34 (36,6%), hal ini disebabkan karena adanya penampilan fisik yang baik, memiliki prestasi yang cukup membanggakan disekolah, dan sifat percaya diri dengan apa yang dimiliki responden sehingga responden dapat menerima dirinya dengan segala kekurangan dan kelebihan yang dimiliki serta puas dengan kondisi kehidupan yang dimiliki saat ini.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hurlock dalam Gufron (2018), yang mengatakan bahwa konsep diri merupakan gambaran seseorang mengenai diri sendiri yang merupakan gabungan diri keyakinan fisik, psikologis, sosial, emosional aspiratif dan prestasi yang mereka capai. Konsep diri sebagai suatu produk sosial yang dibentuk melalui proses internalisasi dan organisasi pengalaman-pengalaman psikologis. Pengalaman-pengalaman psikologis ini merupakan hasil eksplorasi individu terhadap lingkungan fisik dan refleksi dari diri sendiri yang diterima dari orang-orang dilingkungannya.

2. Perilaku menggunakan produk kosmetik pemutih wajah

Tabel 5.4 menunjukkan distribusi responden berdasarkan perilaku menggunakan produk kosmetik pemutih wajah. Dimana didapatkan sebagian besar responden tidak menggunakan produk kosmetik pemutih wajah sebanyak 55 (59,1%), hal ini disebabkan karena responden memiliki rasa takut terhadap permasalahan kulit dan memahami bahaya menggunakan produk pemutih. Menurut responden hal tersebut dikarenakan faktor ekonomi yang kurang sehingga kurang mampu untuk melakukan perawatan diri khususnya dalam membeli serta menggunakan produk pemutih. Sebagian besar responden tidak menggunakan produk pemutih karena merasa puas dengan penampilan fisiknya dan memiliki pemahaman tentang bahaya-bahaya menggunakan produk pemutih karena pemberitaan mengenai kosmetik yang berbahaya sehingga responden tidak memiliki minat untuk menggunakan produk.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maida & Yulianti (2021) yang mengatakan bahwa kosmetik pemutih wajah pada awalnya akan memberikan hasil yang memuaskan seperti kulit menjadi putih bersih dalam waktu yang singkat, tetapi penggunaannya yang telah berselang beberapa hari hingga berbulan-bulan dapat memunculkan dampak negatif seperti terjadinya iritasi, kulit menjadi terkelupas, timbul jerawat dan flek-flek hitam pada kulit, hyperpigmentasi dan kulit semakin menipis.

Dalam penelitian ini juga ditemukan responden dengan perilaku menggunakan produk kosmetik pemutih wajah sebanyak 38 (40,9%). Hal ini disebabkan karena responden ingin merubah penampilannya menjadi lebih baik agar terlihat lebih cantik dan menarik. Responden merasa kurang percaya diri apabila tidak menggunakan produk kosmetik pemutih wajah dan responden beranggapan bahwa jika menggunakan produk pemutih sangat berguna untuk memperbaiki penampilan dan mendapatkan penilaian positif dari orang lain.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ajeng Nevia (2021) yang mengatakan bahwa kosmetik berasal dari bahasa Yunani yaitu "*kosmetikos*" yang berarti keterampilan menghias, serta mengatur, kosmetik digunakan pada tubuh manusia dengan tujuan sebagai pembersih, kecantikan serta digunakan untuk meningkatkan daya tarik atau mengubah penampilan seseorang tanpa mempengaruhi struktur dan fungsi tubuh. Resiko penyakit kulit pada remaja putri dalam penggunaan kosmetik pemutih wajah yaitu akne vulgaris yang ditandai dengan adanya komedo, papul, pustule, nodul dan jaringan parut akibat dari kelainan aktif.

3. Hubungan konsep diri remaja putri dengan perilaku menggunakan produk kosmetik pemutih wajah di SMKN 1 Rantepao Tahun 2023

Tabel 5.5 menunjukkan bahwa jumlah responden yang memiliki konsep diri positif tetapi menggunakan produk kosmetik pemutih wajah berjumlah 21 responden (22,6%) responden memiliki konsep diri positif karena responden membeli dan menggunakan produk sesuai dengan kemampuannya dan prestasi disekolah cukup membanggakan sehingga membuat responden percaya diri dan juga memiliki keyakinan diri dalam menyelesaikan masalah dan mengambil keputusan didalam hidup dan lebih mempercayai pendapat diri sendiri daripada pendapat orang lain. Hal tersebut membuat responden yakin bahwa kedepannya juga akan mampu menyelesaikan masalah, responden menggunakan produk kosmetik pemutih wajah karena melihat pemberitaan mengenai kosmetik di iklan-iklan kecantikan sehingga membuatnya tertarik dan ingin mengubah penampilannya agar lebih cantik khususnya dalam membeli dan menggunakan produk serta responden beranggapan

bahwa dengan memakai produk pemutih akan membuatnya semakin lebih menarik dan cantik dimata orang lain.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh M.Prawiro (2020) yang mengatakan bahwa seseorang yang memiliki konsep diri positif akan sangat mudah untuk menyesuaikan diri dengan segala situasi. Individu akan memandang hal-hal buruk yang memiliki hikma bukan sebagai akhir dari segalanya. Seseorang yang memiliki konsep diri positif seseorang akan menganggap orang lain sama seperti dirinya dan memiliki keinginan dan kemampuan dalam memperbaiki dirinya untuk menjadi lebih baik khususnya memakai produk untuk merubah penampilan fisiknya agar menjadi lebih menarik.

Dalam penelitian ini juga ditemukan responden yang memiliki konsep diri negatif sebanyak 42 (45,2%) tetapi tidak menggunakan produk kosmetik pemutih wajah. Hal ini karena responden merasa memiliki banyak kekurangan fisik dan selalu beranggapan negatif tentang dirinya. Kekurangan fisik yang dirasakan responden lebih karena memiliki penampilan fisik yang kurang baik, terkait dengan warna kulit responden yang membuat responden merasa pesimis akan kondisi fisiknya dan adanya pernyataan tidak dapat menemukan kelebihan diri, dan kurang mampu menghargai dan menerima fisik yang dimiliki, dan disisi lain responden tidak menggunakan produk kosmetik pemutih wajah karena takut akan timbul efek samping pada wajah seperti jerawat serta responden memiliki pengetahuan tentang bahaya menggunakan produk pemutih dan sering mendengarkan pemberitaan mengenai produk pemutih yang berbahaya sehingga membuat responden takut untuk menggunakan produk pemutih. Sebagian responden juga tidak menggunakan produk kosmetik pemutih wajah karena faktor ekonomi yang kurang sehingga kurang mampu untuk membeli dan menggunakan produk kosmetik pemutih wajah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh M.Prawiro (2020) yang mengatakan bahwa seseorang yang memiliki konsep diri yang negatif cenderung lebih melihat keburukan dan sulit untuk melihat kesempatan dalam kesulitan. Bahkan mereka mudah menyerah tanpa mencoba. Individu yang memiliki konsep diri negatif selalu berpandangan negatif setiap kali menghadapi persaingan dan mudah tersinggung dengan pendapat orang lain tentang dirinya.

Hal ini juga sejalan dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nevia Ajeng (2021) bahwa resiko penyakit kulit pada remaja putri dalam penggunaan kosmetik pemutih wajah yaitu *akne vulgaris* yang merupakan suatu kondisi terjadinya inflamasi kronis pada unit pilosebaceus yang ditandai dengan adanya komedo, papul, postule, nodul, dan jaringan parut akibat dari kelainan aktif jaringan yang hipotrofik maupun yang hipertrofik.

Dari analisa yang diperoleh *Odds Ratio* 3,991 yang berarti remaja yang konsep dirinya positif memiliki peluang 3,991 kali lebih besar untuk menggunakan produk kosmetik pemutih wajah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Prakoso dan Friska Apriliwana yang berjudul hubungan konsep diri dengan perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada remaja putri dan hubungan konsep diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswa. Dari hasil analisa hubungan kedua variabel diatas dengan menggunakan uji *statistic* SPSS menunjukkan signifikan dari hubungan kedua variabel tersebut nilai $p=0,001$ yang artinya nilai p value lebih rendah dari nilai α maka hasil penelitian ini ada hubungan konsep diri remaja putri dengan perilaku menggunakan produk kosmetik pemutih wajah di Medan Area.

C. Keterbatasan penelitian

Keterbatasan merupakan suatu kelemahan yang dihadapi oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian, antara lain :

1. Kemampuan peneliti masih kurang karena peneliti masih pemula sehingga hasil dari penelitian masih terdapat banyak kekurangan.
2. Instrumen/pengumpulan data dengan kuesioner memungkinkan responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dengan tidak jujur atau tidak mengerti pertanyaan yang dimaksud sehingga hasilnya kurang mewakili secara kualitatif.

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan khusus yang ingin dicapai maka analisa data dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Konsep diri remaja putri di SMKN 1 Rantepao sebagian besar responden dengan konsep diri negatif sebanyak 59 responden (63,4%)

2. Sebagian besar remaja putri di SMKN 1 Rantepao tidak menggunakan produk kosmetik pemutih wajah sebanyak 55 responden (59,1%).
3. Terdapat hubungan yang signifikan antara hubungan konsep diri remaja putri dengan perilaku menggunakan produk kosmetik pemutih wajah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, "Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe," *J. Visioner Strateg.*, vol. 7, no. 2, 2019.
- Agus. PRAKOSO, "Hubungan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Kosmetik pada Remaja Putri," 2020.
- N. Mora, "Studi Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan Kosmetik Pada Siswi SMAN 10 Medan," 2017.
- R. Purnawija, A. Yuliantini, and W. Rachmawati, "Analisis Zat Berbahaya Pada Kosmetik Krim Pemutih dengan Metode AAS dan Spektrofotometri UV-VIS," *JOPS J. Pharm. Sci.*, vol. 5, no. 1, pp. 9–18, 2021.
- Rimala Purnawija, "Analisis Zat Berbahaya Pada Kosmetik Krim Pemutih Dengan Metode AAS Dan SPEKTROFOTOMETRI UV-VIS," 2021.
- Jannah, "Identifikasi Merkuri (Hg) Pada Krim Pemutih Wajah Dengan Merek X, Y, Z," 2021.
- Nurhaini, "Pengaruh konsep diri dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap gadget," *Psikoborneo J. Ilm. Psikol.*, vol. 6, no. 1, pp. 92–100, 2018.
- Dyah. Suryani and D. Apriani, "Faktor-Faktor Penentu dalam Pemilihan Kosmetik Non Merkuri".
- Friska Apriliwana, "Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Mahasiswi Psikologi Universitas Medan Area," 2021.
- F. Sende, A. W. Pramudita, M. G. Salafuddin, and E. P. Yunianto, "Peredaran Kosmetik Pemutih Ilegal di Indonesia dan Upaya Penanggulangannya," *Erud. Indones. J. Food Drug Saf.*, vol. 1, no. 1, pp. 48–62, 2020.
- Herlina and E. Vestabilivy, "Pengaruh Pengetahuan Dan Penggunaan Kosmetik Pemutih Terhadap Kulit Wajah Pada Mahasiswi STIKes Persada Husada Indonesia," *J. Persada Husada Indones.*, vol. 6, no. 20, pp. 30–40, 2019.
- Husnul. HOTIMAH, "Konsep Diri Mahasiswa Pengguna Kosmetik Yang Mengandung Bahan Berbahaya (Studi Kualitatif di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Jember)," 2018.
- H. M. P. Simarmata et al., *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Kartika, Ira Iin. (2017). *Buku Ajar Dasar-dasar Riset Keperawatan dan Pengolahan Data Statistik*. Jakarta : Cv, Trans Info Media.
- L. M. I. Wardani and R. Anggadita, *Konsep diri dan konformitas pada perilaku konsumtif remaja*. Penerbit Nem, 2021.
- Musmiah, Sri Bulan, and Nuryani Y. Rustaman. *Selamat Datang Masa Remaja*. Deepublish, 2019.
- M. Anang, "Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran," *Sleman Deep. Publizer.*, 2018.
- Maryam, E.W. (2018). *Psikologi Sosial*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Maida, A. N., & Yulianti, R. (2021). *Dampak Pemakaian Kosmetik Racikan Pemutih Wajah Terhadap Kesehatan Kulit Pada Ibu-ibu di Kecamatan Pallangga Gowa The Impact of Using Whitening Cosmetics on Skin Health to Mothers in Pallangga Gowa* *Districk*. 16(1), 23-27
- Nindya. D. Putri, "Fakto-faktor Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kosmetika Perawatan Wajah," *J. Tata Rias*, vol. 9, no. 2, pp. 22–31, 2019.
- Nevia. AJENG, "Hubungan Tingkat Pengetahuan Dalam Pemakaian Kosmetik Pemutih Wajah Dengan Resiko Terjadinya Penyakit Kulit Pada Remaja Putri Di Desa Pasuruan RT 01 RW 08 Lampung Selatan Tahun 2021," 2021.
- N. A. B. Sinulingga and H. T. Sihotang, *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*, vol. 1. Iocs Publisher, 2021.
- Notoatmojo, Soekidjo. 2018. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Nursalam. (2011). *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Jakarta : Salemba Medika

- Pangaribuan, L. (2017). *Efek Samping Kosmetik Dan Penanganannya Bagi Kaum Perempuan*. Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera, 15 (2), 2028.<https://doi.org/10.24114/jkss.v15i2.8771>
- R. Andriana, D. I. Anggraini, R. D. Puspita Sari, and D. Mayasari, “Hubungan penggunaan blemish balm cream terhadap kejadian akne vulgaris pada remaja putri di SMA Negeri 10 Bandar Lampung,” *Majority*, vol. 7, no. 2, pp. 122–128, 2018.
- Riadi, Muchlisin. (2020). **Konsep Diri (pengertian, Aspek, Dimensi, Jenis dan Faktor Yang Mempengaruhi).** Diakses pada 5/14/2023, dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/11/konsep-diri.html>
- R. Yulianti, “Pengaruh Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah Racikan Terhadap Kesehatan Kulit Pada Ibu-ibu Desa Kampili Kecamatan Pallangga,” 2020.
- Syahrani, Andi. “pembentukan konsep diri remaja.” (2020).
- Salomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior : Buying, Having, and Being*. In Pearson. Retrieved from <http://www.pearsonmylabandmastering.com>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. 2015. *Dasar Metode Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.
- Veiga, F., & Leite, A. 2016. *Adolescents Self-Concept Short Scale : A Version Of PHSCS*. Procedia : Social and behavior Sciences.
- W. F. Mustika and D. P. Astiti, “Gambaran pengambilan keputusan remaja putri dalam perilaku belanja online,” *J. Psikol. Udayana*, vol. 4, no. 2, pp. 379–389, 2017.
- WHO. (2011). *Mercury in Skin Lightening Products Public Health And environment*. 15.