

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, standar kecantikan sering dikaitkan dengan kulit putih dan cerah, rambut lurus, dan bentuk tubuh ideal mengikuti trend artis Korea Selatan yang telah menjadi *stereotype* pemisah antara perempuan yang cantik dan tidak cantik. Persepsi ini sebagian besar dipengaruhi oleh media yang cenderung menggambarkan wanita kulit putih dengan tubuh langsing sebagai lambang kecantikan. Banyak iklan produk kecantikan di Indonesia yang mengagungkan warna putih. Ekspektasi berlebih mengenai standar kecantikan ini sering memunculkan fenomena *body shaming*. Sebelum tahun 2018, banyak produk kecantikan yang membandingkan dua warna kulit, yaitu putih dan sawo matang. Padahal wanita Indonesia memiliki banyak warna kulit karena mereka tinggal di daerah tropis (Saraharah dkk., 2023).

Standar kecantikan ini memengaruhi cara pandang individu terhadap apa yang dianggap indah, yang pada akhirnya turut membentuk identitas dan citra diri. Meskipun sudah banyak *local brand* yang memberikan banyak varian produk menyesuaikan pada kebutuhan berbagai jenis kulit di Indonesia, namun masih banyak wanita Indonesia yang mendambakan kulit putih dan cerah sebagai standar kecantikan tak terkecuali remaja. Media sosial telah menjadi kekuatan dalam membentuk standar kecantikan, terutama bagi remaja yang sering menggunakan platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Pilihan produk kosmetik yang begitu banyak dan eksposur

yang besar terhadap produk kecantikan membuat remaja mencari produk terbaik yang dapat memberikan hasil signifikan terhadap penampilan mereka (Yens dkk., 2025).

Ketidakpuasan terhadap fisik lebih banyak dialami oleh perempuan daripada laki-laki (Muharram dkk., 2020). Penggunaan kosmetik menjadi salah satu penunjang remaja dalam konteks ini remaja siswi SMA untuk menjaga penampilan. Siswi SMA merupakan usia yang tergolong pada remaja akhir dengan rentang usia antara 14-18 tahun (Andini dkk., 2021). Psikososial Erikson menyatakan bahwa remaja pada usia tersebut berada dalam tahapan *identity versus identity confusion* (identitas versus kebingungan identitas). Di masa ini, remaja sangat peka terhadap penilaian orang lain, mudah tersinggung, dan mudah merasa malu. Kurangnya kontrol diri dalam hal mencari citra diri membuat remaja kurang berhati-hati dalam memilih produk kosmetik yang aman untuk kulit (SAFITRI, 2019). Oleh karena itu, penting untuk memahami kriteria produk kosmetik yang aman bagi kulit termasuk kandungan yang dilarang oleh BPOM (Safitri & Rini, 2021).

Kosmetika adalah produk yang diterapkan melalui cara digosok, ditaburkan, atau disemprotkan pada tubuh manusia atau area tertentu dari tubuh manusia yang bertujuan untuk membersihkan diri, menghias diri, meningkatkan pesona diri, atau mengubah penampilan. Paparan kosmetik dan bahan-bahannya pada manusia tersebar luas dan relatif tidak terkendali

sehingga produk-produk ini harus diuji keamanannya sebelum dapat dipasarkan (Bhuvaneswari & Chandan, 2018).

Citra diri digambarkan dengan terlihat cantik dan menarik melalui penggunaan riasan (Elianti & Pinasti, 2018). Citra diri yang positif terbentuk karena adanya kepuasan dari dalam dirinya dari segi penampilan sehingga dapat menumbuhkan kenyamanan dan kepercayaan diri pada individu (Girindra dkk., 2018). Citra diri yang tinggi berdampak pula pada penerimaan diri individu yang meningkat karena ia dapat menerima baik kelebihan maupun kekurangannya (Ramadani dkk., 2023). Citra diri yang rendah dapat terbentuk dari kurangnya kepuasan dari dalam dirinya dari segi penampilan sehingga hal ini dapat mengakibatkan kurangnya rasa nyaman dan percaya diri pada individu (Girindra dkk., 2018).

Keinginan remaja untuk meningkatkan kepercayaan diri dan membentuk citra diri telah mendorong seorang remaja untuk memandang penggunaan produk kosmetik sebagai suatu kebutuhan yang harus dipenuhi (Putri & Setiawan, 2024). Namun, penggunaan produk kosmetik yang semakin tinggi menandakan citra diri (*self image*) yang terbentuk semakin rendah (Tsaniya & Savira, 2022). Gambaran citra diri dari keputusan seseorang dalam menggunakan kosmetik berbahaya dapat dibentuk dari aspek-aspek yang mempengaruhinya meliputi aspek fisik, aspek sosial dan aspek psikologis (Brown, 1998). Aspek fisik mengacu pada suatu realitas fisik untuk memperoleh pengetahuan tentang diri sendiri yang ingin tahu mengenai seberapa baik bentuk tubuh, wajah, gaya, atau bahkan cara

berpakaian. Aspek sosial merujuk pada bagaimana individu dapat melihat dirinya dalam hubungan sosial dan peranan mereka dalam lingkungan sosial. Sementara itu, aspek psikologis berkaitan dengan penilaian atau persepsi individu terhadap kemampuan mereka terutama dalam mengatasi masalah dan menangani emosinya.

Berdasarkan survei ZAP Beauty Index 2020, 45,4 persen perempuan di Indonesia menggunakan *skincare* sebelum usia 19 tahun (Pramita, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa remaja SMA mulai mengenal dan menggunakan produk kosmetik menginjak usia remaja. Kurangnya literasi mengenai produk kosmetik yang akan digunakan membuat remaja mengabaikan hal terpenting dalam pemilihan produk kosmetik yang aman bagi kulit. Remaja mengandalkan produk kosmetik yang mampu memberikan hasil instan dalam memutihkan dan mencerahkan wajah tanpa mengetahui kandungan produk kosmetik tersebut (Dewi dkk., 2022). Banyak yang sudah paham namun mengabaikan dan masih banyak juga remaja yang minim pengetahuan mengenai bahan-bahan berbahaya yang terdapat dalam kosmetik (Sari dkk., 2023).

Penggunaan kosmetik berbahaya dapat menyebabkan masalah kulit, termasuk kanker kulit. Data Globocan (Wedayani dkk., 2022) menunjukkan terdapat 18,1 juta kasus kanker baru pada tahun 2018. Kosmetik berbahaya merupakan isu kesehatan penting yang memerlukan kesadaran masyarakat. Edukasi mengenai pemilihan kosmetik yang aman dan kesadaran akan bahan-bahan yang digunakan dalam produk kosmetik sangat penting untuk

mencegah risiko kesehatan. Banyaknya macam produk kosmetik beredar di pasaran sebenarnya memberikan peluang besar bagi remaja untuk melakukan seleksi dalam memilih kosmetik sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan. Namun seringkali perilaku memilih dan menggunakan kosmetik tidak diimbangi dengan pengetahuan yang cukup untuk memilih kosmetik dengan tepat dan aman (Damanik dkk., 2011).

BPOM menemukan 205.133 *pieces* kosmetik ilegal (4.334 item/varian) dari 91 merek yang beredar. Temuan ini terdiri dari 79,9% kosmetik tanpa izin edar, 17,4% mengandung bahan dilarang atau berbahaya, termasuk *skincare* beretiket biru yang tidak sesuai ketentuan, 2,6% kosmetik kadaluwarsa dan 0,1% merupakan kosmetik injeksi. Mayoritas produk ilegal tersebut merupakan kosmetik impor (60%) yang viral di *online*. Produk kosmetik yang tidak sesuai ketentuan sangat berisiko membahayakan kesehatan. Banyak produk perawatan kulit yang tidak terdaftar mengandung zat-zat kimia yang membahayakan kulit. Bahan berbahaya yang teridentifikasi dalam produk kosmetika tersebut antara lain asam retinoat, hidroquinon, dan merkuri, serta bahan pewarna merah K3 dan merah K10. Bahan-bahan berbahaya tersebut dilarang untuk digunakan dalam pembuatan kosmetika berdasarkan Peraturan Kepala Badan POM RI No. 18 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika. (BPOM, 2025).

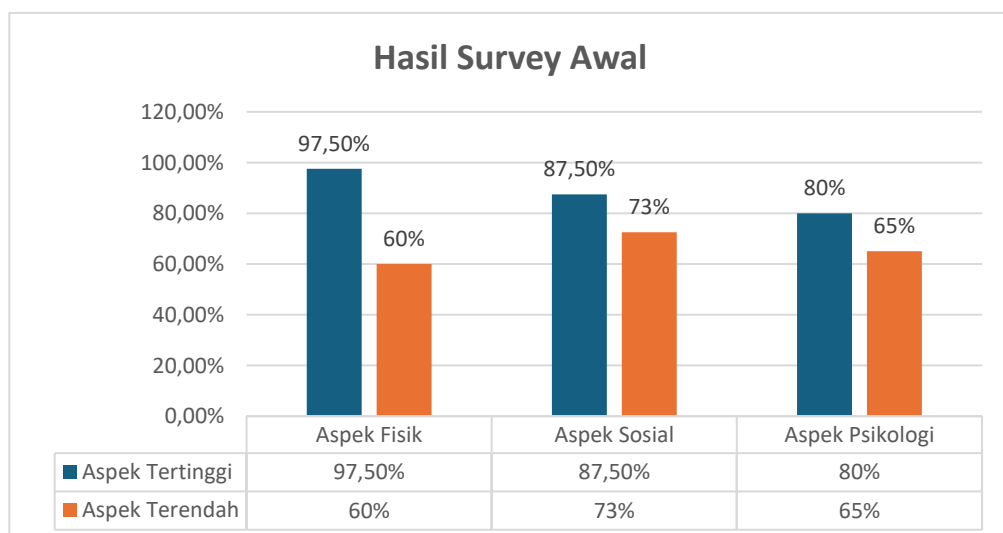
Menurut Subrata & Paryontri (2023), dalam penelitiannya menunjukkan bahwa penggunaan kosmetik berbahaya dipicu oleh sejumlah elemen termasuk tekanan dari teman sebaya, pengaruh media sosial, idola

dari luar negeri, serta ekspektasi dari orang tua. Selain itu, pemakaian produk kosmetik yang berbahaya erat kaitannya dengan keinginan untuk meningkatkan penampilan, kebutuhan akan pengakuan dan penghargaan, serta tingkat pengawasan diri yang tinggi. Responden juga mengalami pandangan rendah terhadap diri mereka, merasa cemas, dan memiliki prinsip diri yang tidak kuat.

Citra diri merepresentasikan cara pandang seseorang atas dirinya sendiri sehingga citra diri dinilai menjadi aspek yang penting dalam personalitas seseorang (Putri & Setiawan, 2024). Citra diri dalam penelitian ini direpresentasikan dalam tiga aspek yaitu aspek fisik, aspek sosial, dan aspek psikologi. Merujuk pada survey awal yang telah dilakukan pada 40 siswi SMA N di Lhokseumawe pada 19 Desember 2024 diperoleh hasil sebagai berikut.

### Gambar 1.1

*Hasil Survey Awal Aspek Fisik, Aspek Sosial, dan Aspek Psikologi*



Hasil survey awal menunjukkan bahwa dalam aspek fisik diperoleh hasil sebanyak 97,5% siswi yang senang menggunakan kosmetik tertentu yang beredar luas di pasaran karena dapat merubah penampilan berdasarkan *review* dan *claim* bahwa produk tersebut dapat memutihkan sehingga membuat mereka percaya diri karena tampil lebih cantik dan 2,5% siswi yang tidak senang menggunakan kosmetik tertentu yang beredar luas di pasaran karena dapat merubah penampilan berdasarkan *review* dan *claim* bahwa produk tersebut dapat memutihkan sehingga membuat mereka percaya diri karena tampil lebih cantik. Sementara itu, 65% siswi tertarik menggunakan kosmetik tertentu untuk mendapatkan kulit yang lebih putih meskipun tidak jarang menimbulkan efek samping karena prioritas mereka adalah hasil dari produk tersebut yang mampu mencerahkan dan memutihkan wajah dan 35% siswi tidak tertarik menggunakan kosmetik tertentu untuk mendapatkan kulit yang lebih putih dengan pertimbangan efek samping yang ditimbulkan.

Pada aspek sosial diperoleh hasil sebanyak 87,5% siswi yang bertanya pada teman-teman mereka mengenai produk kosmetik tertentu sebelum menggunakannya dan 12,5% siswi yang tidak bertanya pada teman-teman mereka mengenai produk kosmetik tertentu sebelum menggunakannya. Sementara itu, 60% siswi akan membeli kosmetik tertentu meskipun tidak dibutuhkan namun tergiur dengan hasil yang terlihat dari teman mereka yang mendapatkan kulit lebih cerah dan lebih putih sehingga mereka tertarik mencoba karena ingin memperoleh hasil yang sama dan 40% siswi tidak akan membeli kosmetik tertentu yang tidak dibutuhkan meskipun tergiur dengan

hasil yang terlihat dari teman mereka yang mendapatkan kulit lebih cerah dan lebih putih sehingga mereka tertarik mencoba karena ingin memperoleh hasil yang sama.

Pada aspek psikologi diperoleh hasil sebanyak 80% siswi yang membandingkan hasil dari beberapa produk kosmetik tertentu untuk membandingkan terkait kualitas dan 20% siswi yang tidak membandingkan hasil dari beberapa produk kosmetik tertentu untuk membandingkan terkait kualitas. Sementara itu, 65% siswi merasa nyaman dengan komentar dari orang lain tentang penampilan mereka akibat penggunaan kosmetika tertentu dalam hal ini terkait pujian yang diberikan atas penampilan mereka sehingga meningkatkan kepercayaan diri karena mendapatkan afirmasi positif dari orang lain dan 35% merasa tidak nyaman dengan komentar dari orang lain tentang penampilan mereka akibat penggunaan kosmetika tertentu.

Dalam hal ini, citra diri erat kaitannya dengan representasi fisik atau penampilan fisik yang merujuk pada bagaimana seseorang akan terlihat dimata orang lain (Agustin dkk., 2018). Dengan kata lain, salah satu upaya dalam membangun citra diri adalah dengan memperbaiki penampilan fisik terutama pada aspek kecantikan (Girindra dkk., 2018). Adapun dalam membangun citra diri yang merujuk pada kecantikan seseorang akan melakukan beberapa cara termasuk mempertimbangkan saran atau rekomendasi produk kecantikan dari orang lain serta mempertimbangkan kualitas produk kecantikan yang diyakini dapat memberikan hasil yang terbaik (Girindra dkk., 2018).



Berdasarkan hasil survey citra diri, mayoritas siswi SMA N di Lhokseumawe memiliki citra diri yang baik setelah menggunakan kosmetik. Namun, mereka mengabaikan efek samping yang ditimbulkan akibat penggunaan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya sementara mereka lebih menginginkan hasil yang cepat untuk mendapatkan kulit yang putih dan cerah dibandingkan keamanan produk kosmetik yang dipakai. Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik lebih lanjut untuk meneliti citra diri yang terbentuk pada siswi SMA yang menggunakan kosmetik berbahaya dengan judul **”Gambaran Citra Diri Pada Siswi SMA yang Menggunakan Kosmetik Berbahaya di Lhokseumawe”**.

## **1.2 Keaslian Penelitian**

Penelitian Subrata & Paryontri (2023) berjudul “Gambaran Konsep Diri Pada Mahasiswi yang Menggunakan Produk Kosmetik Berbahaya”. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Subjek penelitian ini terdiri dari 4 responden remaja perempuan berusia 21-22 tahun. Teknik pemilihan subjek yang digunakan menggunakan *Quota Sampling*. Temuan penelitian ini yaitu penggunaan kosmetik berbahaya dipicu oleh sejumlah elemen termasuk tekanan dari teman sebaya, pengaruh media sosial, idola dari luar negeri, serta ekspektasi dari orang tua. Selain itu, pemakaian produk kosmetik yang berbahaya erat kaitannya dengan keinginan untuk meningkatkan penampilan, kebutuhan akan pengakuan dan penghargaan, serta tingkat pengawasan diri yang tinggi. Responden juga mengalami pandangan rendah terhadap diri mereka, merasa cemas, dan memiliki prinsip diri yang tidak kuat. Perbedaan

antara penelitian ini dan penelitian yang sedang dijalankan oleh peneliti terletak pada pokok bahasan dimana penelitian ini membahas aspek konsep diri sedangkan peneliti berfokus pada aspek citra diri. Selain itu, perbedaan juga terletak pada jenis penelitian yang diterapkan, penelitian ini bersifat kualitatif, sementara penelitian peneliti bersifat kuantitatif.

Penelitian Evangelista dkk. (2022) berjudul “*Usage Patterns and Self-Esteem of Female Consumers of Antiaging Cosmetic Products*”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif *cross-sectional* mencakup sampel 260 wanita, berusia antara 25 dan 64 tahun, yang merupakan pengguna kosmetik anti-penuaan dan/atau perawatan estetika. Hasil analisis regresi mengungkapkan bahwa morbiditas psikologis dan perfeksionisme memberikan kontribusi negatif terhadap harga diri, sedangkan status perkawinan, status profesional, dan persepsi penuaan (konsekuensi positif) memberikan kontribusi positif. Menurut hasil tersebut, program intervensi untuk meningkatkan harga diri wanita harus berfokus pada pengurangan morbiditas psikologis dan peningkatan pola adaptif perfeksionisme serta mengatasi persepsi penuaan. Persepsi yang lebih tinggi tentang khasiat kosmetik dalam meningkatkan penampilan akan meningkatkan harga diri. Orang yang menggunakan produk kosmetik baik untuk menyamarkan atau untuk efek estetika lebih peduli dengan penampilan mereka dan dengan demikian memiliki harga diri yang rendah. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang sedang dijalankan oleh peneliti terletak pada pokok bahasan dimana penelitian ini membahas aspek harga diri pada penggunaan

produk skincare anti penuaan sedangkan peneliti berfokus pada aspek citra diri penggunaan produk kosmetik secara keseluruhan.

Penelitian Husain (2019) berjudul “*A survey on usage of personal care products especially cosmetics among university students in Saudi Arabia*”. Penelitian ini merupakan studi *cross-sectional* yang dilakukan dengan total 106 siswi (perempuan) yang dipilih secara acak di tingkat sarjana. Hasil menunjukkan bahwa prevalensi keseluruhan penggunaan kosmetik (tata rias) dan usia rata-rata pertama kali menggunakan kosmetik ditemukan cukup tinggi. Usia pertama kali penggunaan kosmetik oleh siswi berkisar antara 12 sampai 20 tahun dengan rata-rata 16 tahun yang menunjukkan bahwa usia tersebut merupakan usia awal yang cepat untuk menggunakan produk-produk berbahaya tersebut. Analisis statistik menunjukkan bahwa 69,8% siswi menggunakan kosmetik setiap hari dan 23,6% siswi menggunakan kosmetik dua hingga tiga kali sehari. 82,9% siswi kedokteran perempuan dan yang belum menikah memiliki pengetahuan tentang kosmetik. Demikian pula, 17,1% siswi kedokteran perempuan dan yang sudah menikah memiliki pengetahuan tentang kosmetik. Mayoritas siswi tidak menyadari efek berbahaya atau masalah kulit yang terkait dengan penggunaan kosmetik/makeup secara terus-menerus. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang sedang dijalankan oleh peneliti terletak pada pokok bahasan dimana penelitian ini membahas penggunaan produk kosmetik make up dan peningkatan kesadaran efeknya terhadap kesehatan sedangkan peneliti

berfokus pada aspek citra diri penggunaan produk kosmetik secara keseluruhan.

Penelitian Alexandrina dkk. (2025) berjudul “*The Role of Woman's Peer Group in Enhancing Self-Concept and Self-Image Members To Do Aesthetic Procedures in Jakarta*”. Penelitian ini menginvestigasi peran kelompok sosial perempuan dalam membentuk konsep diri dan citra diri dalam kaitannya dengan bedah estetika di Jakarta, Indonesia. Sampel terdiri dari 4 responden wanita yang telah melakukan operasi kecantikan dan aktif dalam kelompok sosial, ahli bedah plastik, dan psikolog sebagai profesional. Menggunakan metode kualitatif, penelitian ini berfokus pada pendapat dan pengalaman mereka yang telah menjalani bedah kecantikan, yang didukung oleh kelompoknya. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam serta melalui analisis dokumen. Temuan kajian ini memberi wawasan tentang berbagai cara yang dilakukan perempuan di Jakarta menegosiasi kecantikan ideal dan pembentukan identitas dalam konteks globalisasi. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang sedang dijalankan oleh peneliti terletak pada pokok bahasan dimana penelitian ini membahas aspek konsep diri dan citra diri dari bedah kecantikan sedangkan peneliti berfokus pada aspek citra diri penggunaan produk kosmetik.

Penelitian Mafra dkk. (2022) berjudul “*The contrasting effects of body image and self-esteem in the makeup usage*”. Penelitian ini bersifat *cross-sectional* dengan pengumpulan data dari 1.483 wanita Brazil ( $M = 31,08$ ;  $SD = 11,15$ ) tentang citra tubuh (orientasi penampilan dan evaluasi

penampilan), harga diri sosial, harga diri secara umum, dan penggunaan riasan wajah (frekuensi penggunaan riasan wajah, waktu yang dihabiskan untuk merias wajah per hari, dan uang yang dihabiskan untuk riasan wajah per bulan). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya penampilan dan interaksi sosial sangat terkait dengan penggunaan *makeup* pada wanita. Secara keseluruhan, temuan kami menunjukkan bahwa wanita yang lebih mementingkan penampilan dan selalu rapi, lebih sering menggunakan *makeup*, menghabiskan lebih banyak waktu untuk merias wajah, dan menghabiskan lebih banyak uang untuk *makeup*. Wanita dengan evaluasi penampilan yang lebih tinggi, yaitu wanita yang lebih puas dengan penampilan mereka, cenderung menghabiskan lebih sedikit uang untuk *makeup*. Wanita dengan harga diri yang lebih tinggi yang terkait dengan interaksi sosial akan menganggap penampilan mereka lebih penting, yang menghasilkan lebih banyak penggunaan riasan. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang sedang dijalankan oleh peneliti terletak pada pokok bahasan dimana penelitian ini membahas aspek harga diri sedangkan peneliti berfokus pada aspek citra diri melalui penggunaan produk kosmetik.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan yaitu Bagaimana gambaran citra diri pada siswi SMA yang menggunakan kosmetik berbahaya di Lhokseumawe?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan permasalahan diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gambaran citra diri pada siswi SMA yang menggunakan kosmetik berbahaya di Lhokseumawe.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pada tujuan penelitian, maka manfaat penelitian yang sebagai berikut.

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu psikologi pada bidang sosial dan kepribadian.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Pemerintah**

Melalui penelitian ini diharapkan pemerintah dapat menekankan penguatan regulasi yang ada melalui pengawasan kepada produsen dalam penggunaan bahan di dalam produk kosmetik dan peningkatan penegakan hukum produk kosmetik berbahaya.

###### **b. Bagi siswi**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi terhadap siswi SMA, untuk lebih selektif dalam menggunakan produk kosmetik dengan memperhatikan bahan yang terkandung dalam produk tersebut.

c. Bagi Masyarakat

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan untuk lebih memperhatikan dan lebih selektif dalam memilih suatu produk kosmetik.