



**EVALUASI KEPATUHAN IKLAN PRODUK KOSMETIK
PENCERAH KULIT DI TIKTOK TERHADAP PERATURAN
PENGAWASAN PERIKLANAN KOSMETIKA**

SKRIPSI

PUPUT PUTRI ASIH

2010212006

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

JAKARTA

FAKULTAS KEDOKTERAN

PROGRAM STUDI FARMASI PROGRAM SARJANA

TAHUN 2024



**EVALUASI KEPATUHAN IKLAN PRODUK KOSMETIK
PENCERAH KULIT DI TIKTOK TERHADAP PERATURAN
PENGAWASAN PERIKLANAN KOSMETIKA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Farmasi**

PUPUT PUTRI ASIH

2010212006

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

JAKARTA

FAKULTAS KEDOKTERAN

PROGRAM STUDI FARMASI PROGRAM SARJANA

TAHUN 2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Puput Putri Asih

NRP : 2010212006

Tanggal : 21 Juni 2024

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 19 Juli 2024

Yang Menyatakan



Puput Putri Asih

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Puput Putri Asih

NRP : 2010212006

Fakultas : Kedokteran

Program Studi : Farmasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Evaluasi Kepatuhan Iklan Produk Kosmetik Pencerah Kulit di TikTok Terhadap Peraturan Pengawasan Periklanan Kosmetika

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Juli 2024

Yang menyatakan,


Puput Putri Asih

PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Puput Putri Asih
NIM : 2010212006
Program Studi : Farmasi Program Sarjana
Fakultas : Kedokteran
Judul Skripsi : Evaluasi Kepatuhan Iklan Produk Kosmetik Pencerah Kulit di
TikTok Terhadap Peraturan Pengawasan Periklanan
Kosmetika

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Farmasi (S.Farm) pada Program Studi Farmasi Program Sarjana, Fakultas Kedokteran, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

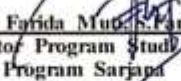

apt. Annisa Farida Muti, S.Farm., M.Sc.
Penguji Utama



Primayani Nurul Hmi, B.Sc. Pharm., M.Sc.
Pembimbing Utama/Penguji I

dr. H. Tanti Fredrik Pasiak, M.Kes., M.Pd.I.
Dekan Fakultas Kedokteran


apt. Riswandy Wasir, S.Farm., M.P.H., Ph.D.
Pembimbing Pendamping/Penguji II


apt. Annisa Farida Muti, S.Farm., M.Sc.
Koordinator Program Studi Farmasi
Program Sarjana

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 21 Juni 2024

EVALUASI KEPATUHAN IKLAN PRODUK KOSMETIK PENCERAH KULIT DI TIKTOK TERHADAP PERATURAN PENGAWASAN PERIKLANAN KOSMETIKA

Puput Putri Asih

Abstrak

Industri kosmetik di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, termasuk produk kosmetik pencerah kulit. Iklan kosmetik di Indonesia salah satunya diatur oleh Peraturan BPOM Nomor 32 Tahun 2021 tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepatuhan iklan produk kosmetik pencerah kulit di TikTok terhadap peraturan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode observasional analitik dengan studi potong lintang. Sampel penelitian adalah 130 iklan produk kosmetik pencerah kulit di TikTok. Data dianalisis menggunakan uji statistik koefisien kontingensi untuk mengetahui hubungan antara izin edar dengan kepatuhan iklan dan didapatkan hasil bahwa rata-rata kepatuhan iklan produk kosmetik pencerah kulit di TikTok adalah 95,84%. Hasil uji statistik didapatkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara izin edar dengan kepatuhan iklan berdasarkan domain umum dengan nilai p sebesar 0,003. Iklan produk kosmetik pencerah kulit di TikTok umumnya patuh terhadap Peraturan BPOM Nomor 32 Tahun 2021 tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika. Namun, masih terdapat 10% produk yang tidak memiliki izin edar dan perlu dilakukan pengawasan yang lebih ketat oleh BPOM.

Kata Kunci: Iklan, Kepatuhan Kebijakan, Kosmetik Pencerah, TikTok

ADVERTISING COMPLIANCE FOR SKIN LIGHTENING COSMETIC PRODUCTS ON TIKTOK WITH COSMETICS ADVERTISING SUPERVISION REGULATIONS

Puput Putri Asih

Abstract

The cosmetics industry in Indonesia has experienced a significant increase, including skin lightening cosmetic products. Cosmetic advertising in Indonesia is regulated by BPOM Regulation Number 32 of 2021 concerning Supervision of Cosmetic Advertising. This research aims to determine the compliance of advertisements for skin lightening cosmetic products on TikTok with these regulations. An analytical observational method was used in this research with a cross-sectional study. The research sample was 130 advertisements for skin lightening cosmetic products on TikTok. The data was analyzed using the contingency coefficient statistical test to determine the relationship between marketing authorization and advertising compliance and the results showed that the average advertising compliance for cosmetic products was 95.84%. Statistical tests showed that there was a significant relationship between distribution permits and advertising compliance based on public domains with a p value of 0.003. Advertisements for skin lightening cosmetic products on TikTok generally comply with regulations. However, there are still 10% of products that do not have a distribution permit and require more protective supervision by BPOM.

Keywords: Advertising, Brightening Cosmetics, Compliance Regulations, TikTok

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini dengan judul “Evaluasi Kepatuhan Iklan Produk Kosmetik di TikTok Terhadap Peraturan Pengawasan Periklanan Kosmetika” berhasil diselesaikan oleh penulis yang dilaksanakan sejak bulan Maret 2024. Skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk dapat memenuhi tugas akhir menempuh Program Studi Farmasi Program Sarjana, Fakultas Kedokteran Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan serta dukungan selama penyusunan skripsi ini, Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. dr. H. Taufiq Fredrik Paisak, M.Kes., M.Pd.I. selaku Dekan Fakultas Kedokteran Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah menyediakan fasilitas sehingga penulis berkesempatan untuk belajar di Program Studi Farmasi Program Sarjana FK UPN “Veteran” Jakarta.
2. Ibu apt. Annisa Farida Muti, S.Farm., M.Sc., Selaku Ketua PSFPS FK UPN “Veteran” Jakarta, serta dosen pembimbing akademik, dan dosen penguji yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, bimbingan, dan motivasi serta support kepada penulis;
3. Ibu Primayanti Nurul Ilmi, B.Sc.Pharm., M.Sc. Selaku dosen pembimbing utama yang dengan sabar dan ikhlas dalam meluangkan waktunya untuk selalu memberikan dukungan serta arahan kepada penulis dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik;
4. Bapak apt. Riswandy Wasir, S. Farm., M.P.H., Ph.D. Selaku dosen pembimbing pendamping yang selalu memberikan waktu, saran serta dukungan semangat untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik;
5. Seluruh dosen pengajar dan staf PSFPS FK UPN “Veteran” Jakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama berkuliah di Program Studi Farmasi Program Sarjana Fakultas Kedokteran Universitas “Veteran” Jakarta;

6. Ani Setyawati selaku validator dalam skripsi ini yang telah meluangkan waktu dan memberikan kontribusi dalam pelaksanaan pengambilan sampel pada penelitian ini sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar;
7. Bapak Syamsudin dan Ibu Prihatini, selaku orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan, dan nasihat, serta selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk pendidikan penulis, sehingga penulis bisa sampai pada penulisan skripsi ini;
8. Tete Pipit, selaku kakak terbaik yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga penulis yakin untuk dapat tetap menjalani proses perkuliahan hingga sampai pada penulisan skripsi;
9. Norma, selaku teman seperjuangan yang selalu mengingatkan dan memberikan dukungan serta support kepada penulis sehingga penulis yakin untuk dapat tetap menjalani proses perkuliahan hingga sampai pada penulisan skripsi;
10. Seluruh teman seangkatan PSFPS FK UPN “Veteran” Jakarta Angkatan 2020 yang sudah berjuang bersama dari awal perkuliahan hingga penulisan skripsi;
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan selama proses perkuliahan hingga sampai pada penulisan skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangannya, serta untuk mengisi kekurangan penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga dapat digunakan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 1 Juni 2024

Penulis

Puput Putri Asih

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR SINGKATAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	2
I.3 Tujuan Penelitian	3
I.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
II.1 Landasan Teori.....	5
II.2 Penelitian Terkait.....	22
II.3 Kerangka Teori	25
II.4 Kerangka Konsep.....	26
II.5 Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
III.1 Jenis Penelitian.....	27
III.2 Subjek Penelitian.....	27
III.3 Populasi dan Sampel	27
III.4 Kriteria Inklusi dan Eksklusi	29

III.5 Waktu dan Tempat Penelitian.....	29
III.6 Variabel Penelitian.....	29
III.7 Definisi Operasional Variabel	29
III.8 Instrumen Penelitian.....	33
III.9 Prosedur Kerja	33
III.10 Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
IV. 1 Hasil Penelitian	38
IV. 2 Pembahasan	49
IV. 3 Keterbatasan Penelitian	62
BAB V PENUTUP.....	63
V.1 Kesimpulan	63
V.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Bentuk Sediaan Kosmetik.....	6
Tabel 2	Media Periklanan.....	13
Tabel 3	Domain Peraturan BPOM Nomor 32 Tahun 2021 tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika	14
Tabel 4	Penelitian Terkait.....	22
Tabel 5	Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 6	Persentase Produk Kosmetik Pencerah Kulit pada Iklan di TikTok yang Tidak Memiliki Izin Edar	38
Tabel 7	Rekapitulasi Persentase Kepatuhan Iklan Kosmetik Pencerah Kulit di TikTok Pada Seluruh Domain.....	39
Tabel 8	Persentase Kepatuhan Iklan produk kosmetik pencerah kulit di TikTok Pada Domain Umum.....	40
Tabel 9	Persentase Kepatuhan Iklan produk kosmetik pencerah kulit di TikTok Pada Domain Pemeran Iklan	40
Tabel 10	Persentase Kepatuhan Iklan produk kosmetik pencerah kulit di TikTok Pada Domain Data Riset dan Statistik	42
Tabel 11	Persentase Kepatuhan Iklan produk kosmetik pencerah kulit di TikTok Pada Domain Testimoni dan Rekomendasi.....	44
Tabel 12	Persentase Kepatuhan Iklan produk kosmetik pencerah kulit di TikTok Pada Domain Lain-Lain	46
Tabel 13	Hubungan Izin Edar dengan Domain Kepatuhan Iklan.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Golongan Sediaan Kosmetik.....	6
Gambar 2	Data Industri Kosmetik.....	8
Gambar 3	Alur Notifikasi Kosmetik	9
Gambar 4	Logo Media Sosial TikTok.....	16
Gambar 5	Pelanggaran Iklan Kosmetik diperankan oleh Tenaga Kesehatan	38
Gambar 6	Pelanggaran Iklan Kosmetik Pemeran Iklan Menggunakan Atribut Profesi Kesehatan.....	38
Gambar 7	Pelanggaran Iklan Kosmetik Memanipulasi Data Efek Produk Kosmetik Dalam Kurun Waktu Tertentu	39
Gambar 8	Pelanggaran Iklan Kosmetik Menyebutkan Manfaat Kosmetik Tanpa Bukti yang Dapat dipertanggungjawabkan	40
Gambar 9	Pelanggaran Pada Domain Testimoni & Rekomendasi.....	41
Gambar 10	Pelanggaran Iklan Produk Kosmetik diiklankan Pada Lokasi yang Berkaitan dengan Profesi Kesehatan.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Riwayat Hidup.....	65
Lampiran 2	Surat Permohonan Sidang Skripsi.....	66
Lampiran 3	Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	73
Lampiran 4	Persetujuan Kaji Etik.....	68
Lampiran 5	Lembar Checklist Observasi Evaluasi Iklan Produk Kosmetik	69
Lampiran 6	Golongan Sediaan Kosmetik.....	76
Lampiran 7	Data Evaluasi Iklan	88
Lampiran 8	Pengolahan Data SPSS Evaluasi Iklan Produk Kosmetik Pencerah Kulit di Tiktok... ..	90
Lampiran 9	Dokumentasi Pengambilan Data.....	98

DAFTAR SINGKATAN

BPOM	= Badan Pengawas Obat dan Makanan
FYP	= <i>For Your Page</i>
FYF	= <i>For Your Feed</i>