

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penggunaan bahan aktif retinol dalam produk perawatan kulit, khususnya dalam bentuk pelembap, semakin populer di Indonesia seiring meningkatnya tren perawatan kulit *anti-aging* dan pengobatan jerawat. Popularitas ini turut didorong oleh kemudahan akses informasi serta maraknya promosi di media sosial. Berdasarkan hasil penelusuran database Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) tahun 2023, terdapat lebih dari 500 produk yang mengandung retinol telah terdaftar di Indonesia, dengan sekitar 60% di antaranya berbentuk sediaan krim atau pelembap.

Namun, penggunaan *retinol* berpotensi menimbulkan efek samping seperti iritasi, kemerahan, dan kulit kering, terutama pada awal pemakaian. Oleh karena itu, penggunaan retinol dianjurkan dimulai dengan konsentrasi rendah dan frekuensi bertahap, disertai penggunaan pelembap untuk menjaga *skin barrier* dan *sunscreen* pada siang hari guna mencegah fotosensitivitas. Dengan penggunaan yang tepat, kombinasi *retinol* dan pelembap dapat memaksimalkan manfaat perawatan kulit sekaligus meminimalkan risiko efek samping (Yuliani *et al.*, 2022; Mukherjee *et al.*, 2016; Draelos, 2018).

Keberhasilan penggunaan pelembap berbahan aktif retinol tidak hanya ditentukan oleh kandungan produknya, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan dan perilaku penggunaan penggunanya. Tingkat pengetahuan mencakup pemahaman mengenai fungsi retinol, cara kerja, manfaat, efek samping, serta teknik penggunaan yang tepat. Menurut Bloom (dalam Notoatmodjo, 2012), pengetahuan merupakan domain kognitif yang berperan penting dalam pembentukan tindakan atau perilaku seseorang. Pengetahuan yang baik diharapkan mendorong individu untuk menerapkan perilaku penggunaan yang benar dan aman. Dalam hal ini, Perilaku penggunaan adalah bentuk tindakan individu dalam memanfaatkan suatu produk yang tercermin dari cara, frekuensi, dan intensitas penggunaannya serta dipengaruhi oleh sikap, persepsi, dan pengalaman pengguna (Schiffman & Wisenblit, 2019).

Fenomena yang menjadi fokus dalam penelitian ini terjadi pada karyawan wanita Divisi Marketing (Host Live Streaming) di Perusahaan Kosmetik X. Sebagai host live streaming, karyawan tidak hanya berperan sebagai tenaga pemasaran, tetapi juga sebagai penyampai informasi produk kepada konsumen. Dalam kegiatan live streaming, host dituntut untuk mampu menjelaskan manfaat, cara penggunaan, kandungan, serta keamanan produk secara tepat sehingga dapat menjawab pertanyaan dan keraguan konsumen secara langsung. Hu dan Chaudhry (2020) menjelaskan bahwa host live streaming berperan sebagai *information intermediary*, yaitu perantara informasi yang memberikan demonstrasi produk secara real-time, menjawab pertanyaan teknis konsumen, serta membantu memvalidasi informasi mengenai produk melalui pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, host live streaming perlu memiliki tingkat pengetahuan produk (*product knowledge*) yang memadai agar informasi yang disampaikan akurat, edukatif, dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.



Gambar 1. 1 SOP Guide Kegiatan Live Streaming di Perusahaan Kosmetik X

Hal tersebut sejalan dengan *Standard Operating Procedure (SOP) Update Guide* Perusahaan X yang mewajibkan host *live streaming* untuk menyampaikan *product knowledge* sebagai salah satu materi utama selama sesi siaran langsung. *Product knowledge* merupakan pemahaman yang komprehensif mengenai suatu produk, meliputi kandungan bahan aktif, manfaat, mekanisme kerja, cara penggunaan, aturan pemakaian, efek samping, serta kontraindikasi yang perlu diperhatikan oleh pengguna. Dalam konteks pelembap berbahan aktif retinol, host diharapkan tidak hanya memahami manfaat produk, tetapi juga mampu memberikan edukasi mengenai konsentrasi retinol yang sesuai, frekuensi penggunaan yang dianjurkan, penggunaan pelembap sebagai pendukung untuk menjaga *skin barrier*, pentingnya penggunaan *sunscreen* pada siang hari, serta

langkah-langkah untuk meminimalkan risiko iritasi. Dengan penguasaan *product knowledge* yang baik, host *live streaming* dapat menyampaikan informasi yang akurat, menjawab pertanyaan konsumen secara tepat, serta mengurangi potensi terjadinya kesalahan penggunaan produk oleh konsumen.

Namun, terdapat kesenjangan antara tuntutan perusahaan dan kondisi yang ditemukan di lapangan. Meskipun *Standard Operating Procedure* (SOP) *Update Guide* Perusahaan X mewajibkan host *live streaming* untuk menyampaikan *product knowledge* selama sesi siaran langsung, hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa aktivitas *live streaming* lebih didominasi oleh strategi *hard selling* yang berfokus pada promosi harga dan peningkatan penjualan. Akibatnya, penyampaian informasi mengenai kandungan, manfaat, cara penggunaan, serta keamanan produk, khususnya pelembap berbahan aktif retinol, belum dilakukan secara optimal. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa *product knowledge* yang seharusnya menjadi bagian penting dalam proses edukasi konsumen belum sepenuhnya diterapkan dalam praktik pemasaran.

Indikasi tersebut diperkuat oleh hasil survei awal (*preliminary survey*) yang dilakukan menggunakan Google Form terhadap 14 karyawan wanita Divisi Marketing di Perusahaan Kosmetik X. Hasil survei menunjukkan bahwa penggunaan produk berbahan aktif retinol belum sepenuhnya diikuti oleh tingkat pengetahuan dan perilaku penggunaan yang sesuai. Sebanyak 8 responden (60%) menggunakan produk retinol perusahaan dan memiliki pengetahuan dasar mengenai kosmetik berbahan aktif retinol. Namun, masih terdapat 6 responden (40%) yang telah mengetahui tentang retinol, tetapi belum menerapkan penggunaan sesuai dengan anjuran yang diberikan, seperti memperhatikan frekuensi pemakaian, teknik aplikasi, maupun langkah-langkah untuk meminimalkan risiko efek samping. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan yang dimiliki belum sepenuhnya diwujudkan dalam perilaku penggunaan yang tepat.

Penelitian yang dilakukan oleh Kim *et al.* (2023) mengenai *Health Literacy of Retinol Cream Usage Among Female Students*, menunjukkan hasil bahwa tingkat literasi kesehatan mahasiswa dalam penggunaan krim *retinol* tergolong pada kategori sedang. Penelitian ini menerapkan desain deskriptif analitik dengan

pendekatan kuantitatif, yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 221 mahasiswi usia dewasa awal. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai rata-rata literasi kesehatan responden sebesar 3,117 pada skala 5 atau setara dengan 62,3%. Temuan tersebut menunjukkan bahwa sebagian responden telah memiliki pemahaman dasar mengenai penggunaan *retinol*, namun masih terdapat beberapa aspek yang belum dipahami secara optimal, terutama yang berkaitan dengan keamanan penggunaan.

Penelitian selanjutnya oleh Rahmat *et al.* (2024) yang menganalisis kesalahan penggunaan bahan aktif *retinol* sebagai bahan kosmetika pada pegawai Rumah Sakit Islam Siti Hajar Mataram. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif menggunakan 3 variabel (variabel waktu, variabel tingkat pengetahuan, variabel usia) dengan instrumen kuesioner. Berdasarkan analisis data responden, ditemukan bahwa kesalahan penggunaan *retinol* pada aspek waktu pemakaian mencapai 40%. Selain itu, pada aspek tingkat pengetahuan, sebanyak 44% responden belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai penggunaan *retinol*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kesalahan penggunaan *retinol* paling banyak dipengaruhi oleh rendahnya tingkat pengetahuan. Sebagian besar penelitian belum secara spesifik mengkaji penggunaan *retinol* dalam bentuk pelembap.

Di sisi lain, penelitian terdahulu cenderung lebih berfokus pada perilaku pemilihan atau pembelian produk, bukan pada perilaku penggunaan yang benar (*usage behavior*), seperti cara penggunaan, frekuensi, kepatuhan, serta upaya pencegahan efek samping. Padahal, penggunaan *retinol* memerlukan pemahaman khusus karena berpotensi menimbulkan efek samping jika tidak digunakan dengan tepat (Rahmawati, 2023). Selain itu, penelitian yang menargetkan populasi karyawan wanita masuk terbatas, padahal kelompok ini memiliki karakteristik perilaku konsumsi yang berbeda.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang di atas, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisis hubungan antara tingkat pengetahuan pelembap berbahan aktif *retinol* terhadap perilaku penggunaannya secara lebih spesifik dan kontekstual pada karyawan wanita di Perusahaan Kosmetik X.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Belum diketahui tingkat pengetahuan mengenai pelembap berbahan aktif *retinol* pada karyawan wanita divisi *marketing* di Perusahaan Kosmetik X.
2. Terdapat pengetahuan mengenai pelembap berbahan aktif *retinol* pada pengguna akan tetapi tidak diimplementasikan secara praktik.
3. Terdapat penggunaan pelembap berbahan aktif *retinol* akan tetapi tidak sesuai dengan aturan seperti frekuensi, dosis, dan waktu penggunaan pada karyawan wanita di divisi *marketing* Perusahaan Kosmetik X.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini harus dibatasi untuk menghindari perluasan masalah. Oleh karena itu, penelitian ini dibatasi pada:

1. Hubungan antara pengetahuan pelembap berbahan aktif *retinol* terhadap perilaku penggunaan pelembap *retinol*.
2. Penelitian ini dilakukan pada Karyawan Wanita Divisi *Marketing* (*Host Live Streamer*) di Perusahaan Kosmetik X.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat hubungan antara tingkat pengetahuan pelembap berbahan aktif *retinol* terhadap perilaku penggunaan pelembap *Retinol* pada karyawan wanita divisi *marketing* di Perusahaan Kosmetik X?”.

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data terkait hubungan tingkat pengetahuan pelembap berbahan aktif *retinol* terhadap perilaku penggunaan pelembap *retinol* pada karyawan wanita divisi *marketing* di Perusahaan Kosmetik X.

1.6. Manfaat Hasil Penelitian

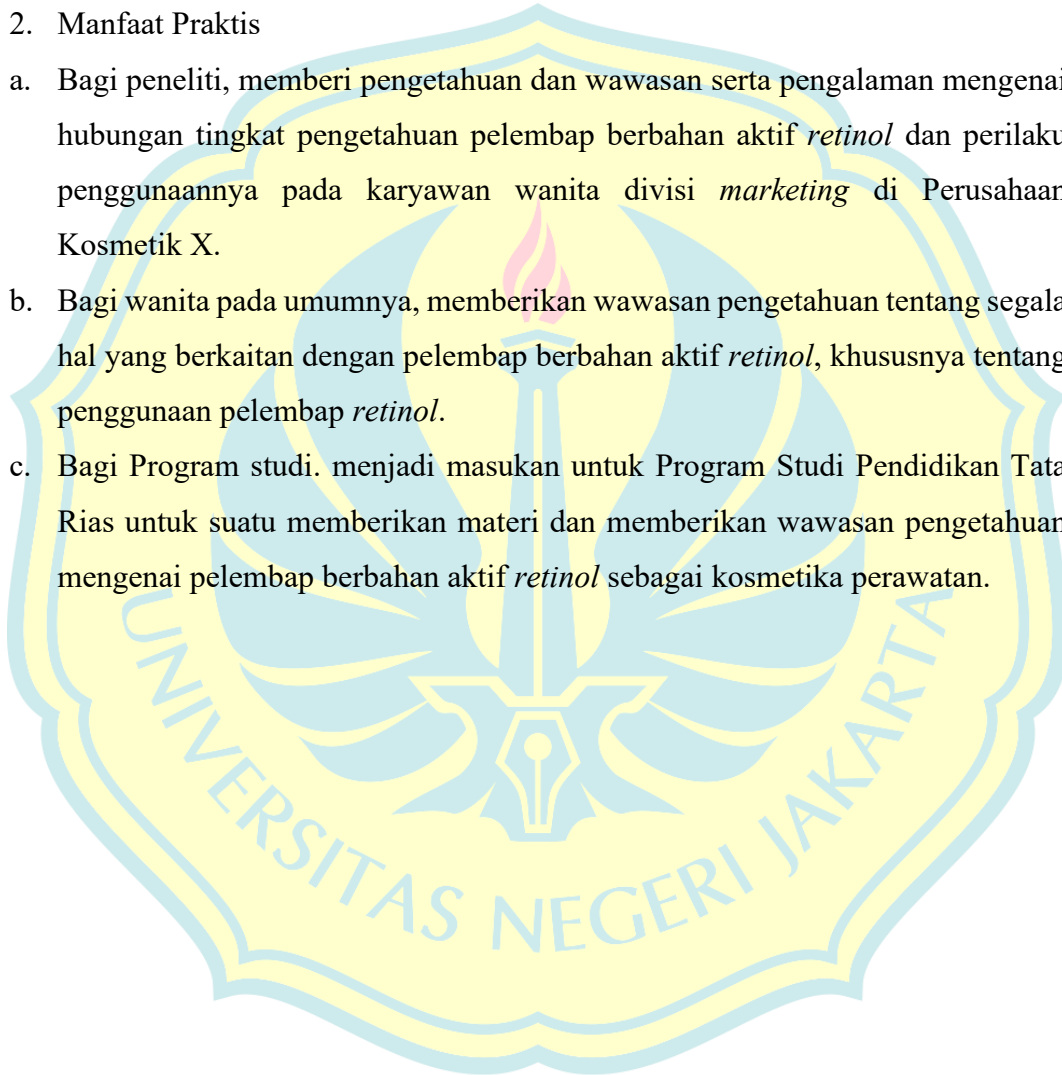
Hasil penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau berguna untuk:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah kajian pengetahuan di bidang tata rias (kosmetika), khususnya terkait dengan tingkat pengetahuan pelembap berbahan aktif *retinol* dan perilaku penggunaan pelembap *retinol*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, memberi pengetahuan dan wawasan serta pengalaman mengenai hubungan tingkat pengetahuan pelembap berbahan aktif *retinol* dan perilaku penggunaannya pada karyawan wanita divisi *marketing* di Perusahaan Kosmetik X.
- b. Bagi wanita pada umumnya, memberikan wawasan pengetahuan tentang segala hal yang berkaitan dengan pelembap berbahan aktif *retinol*, khususnya tentang penggunaan pelembap *retinol*.
- c. Bagi Program studi, menjadi masukan untuk Program Studi Pendidikan Tata Rias untuk suatu memberikan materi dan memberikan wawasan pengetahuan mengenai pelembap berbahan aktif *retinol* sebagai kosmetika perawatan.



Intelligentia - Dignitas