

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masa remaja adalah fase perkembangan penting dalam kehidupan, di mana individu beralih dari masa kanak-kanak menuju kedewasaan dengan ciri-ciri kebebasan, kemandirian, dan kematangan. *World Health Organization* (2018) mendefinisikan remaja sebagai kelompok penduduk berusia 10 hingga 24 tahun yang belum menikah. Menurut Permenkes RI Nomor 25 Tahun 2014, remaja adalah penduduk yang berada dalam rentang usia 10 – 18 tahun. Pada masa remaja, individu mengalami evolusi psikologis yang mencakup perubahan dalam proses berpikir, pengalaman emosional, interaksi sosial, dan perkembangan moral, yang merupakan langkah penting menuju kedewasaan. Sejalan dengan itu, mereka juga mengalami perubahan dalam status ekonomi, beralih dari keadaan di mana mereka sepenuhnya bergantung pada dukungan orang tua menjadi lebih mandiri secara finansial (Purwana *et al.*, 2023).

Pada umumnya, remaja putri seringkali merasa tidak puas dan tidak percaya diri dengan penampilannya sehingga memunculkan adanya *body image* negatif (Freska, 2022). Mereka akan memiliki perasaan minder ketika membandingkan dirinya dengan orang lain. Biasanya, *body image* negatif dimuai dari pemikiran yang tidak realistis dimana mereka menganggap bahwa penampilannya sangat buruk, padahal kenyataannya penampilan mereka baik-baik saja. Menurut Edmawati (2023) perubahan fisik yang terjadi di masa pubertas, serta tuntutan untuk menyesuaikan diri dengan

perubahan tersebut, dapat menyebabkan remaja memiliki persepsi yang negatif terhadap tubuhnya. Hal ini disebabkan karena adanya kesenjangan antara kondisi fisik yang dimiliki dengan kondisi fisik yang ideal.

Masa pubertas membawa perubahan signifikan bagi remaja, baik positif maupun negatif. Perubahan negatif meliputi peningkatan produksi minyak wajah yang memicu jerawat dan komedo, serta masalah kulit seperti kusam dan warna tidak merata akibat paparan sinar matahari (Hastuti, 2021). Cantik bagi para remaja putri diidentikkan dengan memiliki kulit putih dan wajah *glowing* (Hermansyah *et al.*, 2024). Berdasarkan hal tersebut, remaja seringkali tertarik menggunakan produk-produk kecantikan seperti *skincare* untuk mengubah penampilannya terutama melakukan perawatan kulit dan muka (Wahyuwidowati *et al.*, 2019).

Persepsi remaja terhadap jerawat sangat bervariasi dan memengaruhi kepercayaan diri mereka secara signifikan. Bagi sebagian remaja, jerawat dianggap sebagai bagian alami dari masa pubertas dan tidak menjadi masalah besar. Namun, bagi remaja lain yang merasa jerawat adalah aib, hal ini dapat memicu stres dan upaya keras untuk menghilangkannya (Wardani *et al.*, 2023). Sebagai upaya mengatasi jerawat, produk kecantikan seperti krim jerawat (*acne cream*) menjadi sangat populer di kalangan remaja. Penggunaan krim jerawat ini seringkali meningkat seiring dengan masuknya remaja ke usia dewasa, yang ditandai dengan aktivasi hormon kewanitaan (Listari *et al.*, 2020).

Di era modern dengan perkembangan pesat industri kosmetik, minat remaja terhadap produk kecantikan, khususnya krim jerawat, melonjak

signifikan. Hal ini mendorong remaja untuk lebih selektif dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi kulit mereka (Tarigan *et al.*, 2023). Keputusan pembelian tidak lagi sekadar mengikuti tren, tetapi juga mempertimbangkan kualitas, harga, dan terutama keamanan bagi kesehatan kulit. Kesalahan dalam pemilihan produk kosmetik, seperti krim jerawat, dapat menimbulkan berbagai masalah kulit, mulai dari iritasi ringan hingga reaksi alergi yang parah. Pertimbangan matang dan penelitian yang cermat menjadi kunci dalam memilih krim jerawat yang tidak hanya efektif mengatasi masalah kulit, tetapi juga aman untuk penggunaan jangka panjang (Ningsih, 2021).

AMC *Skin Care*, sebuah klinik di Giri, Banyuwangi, menjadi salah satu penyedia krim jerawat yang populer, terutama di kalangan remaja. Data dari klinik tersebut menunjukkan bahwa sekitar 85% pelanggan mereka adalah remaja berusia 14-19 tahun, dengan beragam latar belakang pendidikan dan pekerjaan, mulai dari siswa SMP, SMA, mahasiswa, hingga mereka yang sudah bekerja. Sementara itu, 15% pelanggan lainnya didominasi oleh ibu. Peningkatan permintaan akan krim pencerah wajah juga tercatat di AMC *Skin Care*, dengan data pengiriman yang terus meningkat dari bulan Oktober hingga Desember 2018. Dalam kurun waktu tiga bulan, klinik ini berhasil mengirimkan 124 krim pencerah wajah ke berbagai kota, baik di dalam maupun di luar Banyuwangi. Hal ini menunjukkan bahwa produk perawatan kulit dari AMC *Skin Care* memiliki daya tarik yang luas di berbagai kalangan, termasuk siswa, mahasiswa, dan pekerja.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti, alasan penggunaan *acne cream* bagi para pelanggan AMC *Skin Care* mengungkapkan beragam motivasi. Beberapa merasa tidak percaya diri dengan jerawat yang mereka miliki, sementara yang lain menghadapi masalah jerawat yang membandel dan sulit diatasi. Ada pula yang mengaku menggunakan *acne cream* karena mengikuti tren atau rekomendasi dari teman. Fenomena ini menunjukkan bahwa faktor sosial dan psikologis, seperti tekanan teman sebaya dan keinginan untuk tampil menarik, turut memengaruhi keputusan remaja dalam menggunakan produk perawatan kulit.

Berbagai faktor mempengaruhi keputusan remaja dalam menggunakan krim jerawat, seperti yang terlihat dari banyaknya pelanggan remaja di klinik AMC *Skin Care*. Beragam latar belakang dari para pelanggan tidak menjadi penghalang bagi mereka untuk secara rutin membeli ulang *acne cream* ketika persediaan habis. Hal tersebut menunjukkan tingkat kepuasan dan ketergantungan yang tinggi. Klinik AMC *Skin Care* melayani rata-rata 2-4 pelanggan setiap hari bahkan hingga 15 transaksi pada hari-hari tertentu, dengan mayoritas pelanggan adalah remaja putri, baik yang datang langsung maupun membeli secara *online*. Hal inilah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi peneliti untuk meneliti faktor yang mempengaruhi remaja putri dalam menggunakan *acne cream* wajah di AMC *Skin Care*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas maka peneliti ingin mengetahui apakah ada faktor-faktor yang mempengaruhi remaja putri dalam

menggunakan *acne cream* wajah dengan mengambil tempat penelitian di Klinik AMC *Skin Care*?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi tingkat perilaku remaja putri dalam menggunakan *acne cream* wajah.

2. Tujuan khusus

Tujuan khusus pada penelitian ini yaitu untuk:

- a. Menggambarkan pengetahuan remaja putri dalam penggunaan *acne cream* wajah.
- b. Menggambarkan media massa yang diakses remaja putri dalam penggunaan *acne cream* wajah.
- c. Menggambarkan motivasi remaja putri dalam penggunaan *acne cream* wajah.
- d. Menggambarkan perilaku remaja putri dalam penggunaan *acne cream* wajah.
- e. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku remaja putri dalam penggunaan *acne cream* wajah.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi masyarakat umum

Penelitian ini bertujuan untuk memahami alasan remaja putri menggunakan *acne cream* wajah agar mereka lebih memahami diri

sendiri dan kondisi mereka. Selain itu, penelitian ini juga ingin memberikan informasi kepada masyarakat agar lebih memahami dan berempati terhadap remaja putri.

2. Bagi perawat

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam kepada para profesional Kesehatan khususnya perawat, mengenai cara remaja putri memilih dan menggunakan *acne cream* wajah. Dengan pemahaman ini, diharapkan para perawat dapat memberikan edukasi yang lebih efektif tentang produk perawatan kulit yang aman dan sesuai untuk remaja putri.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan hasil temuan dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi utama dalam penyusunan tugas akhir, karya tulis ilmiah, maupun rancangan penelitian yang mengusung tema yang memiliki keterkaitan.