

## PENGARUH PENDIDIKAN KESEHATAN MENGGUNAKAN MEDIA VIDEO EDUKASI TERHADAP PENGETAHUAN DAN SIKAP MENGENAI *SKINCARE* BER-BPOM PADA GENERASI Z DI SMKN 6 PEKANBARU

OSI DRAINII<sup>1</sup>, FEBRI GUSTIANINGSIH<sup>2</sup>

Prodi Ilmu Keperawatan STIKes Tengku Maharatu

<sup>1</sup>osiidrainii@gmail.com, <sup>2</sup>ffebriegustianingsih@gmail.com

Correspondence Author: osiidrainii@gmail.com

**Abstract:** Skincare with dangerous ingredients can trigger skin damage or other diseases for consumers who use it. The purpose of this study was to determine the effect of health education using educational video media on knowledge and attitudes in Generation Z regarding BPOM skincare. This research was conducted at SMKN 6 Pekanbaru. The research design used was Quasi Experiment with one group pre-test post test design. The sampling technique used a "purposive sampling" technique with a total of 51 respondents. Data collection tools were using questionnaires that were analyzed univariately and bivariately with the Wilcoxon Non Parametric test. The results of this study showed that the mean level of knowledge before the intervention was given was 8.47. Mean knowledge after being given was 11.24. While the attitude of Generation Z before being given the intervention obtained a mean of 16.90. The mean attitude after the intervention was 22.18. There is an effect of health education using educational video media at SMKN 6 with a p value of 0.000. It is expected that Generation Z can increase knowledge and can change attitudes about BPOM skincare

**Keywords:** BPOM-approved skincare, Knowledge and attitude, Generation Z

**Abstrak:** Skincare dengan kandungan berbahaya dapat memicu kerusakan kulit atau penyakit lainnya bagi konsumen yang menggunakannya. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh pendidikan kesehatan menggunakan media video edukasi terhadap pengetahuan dan sikap pada Generasi Z mengenai skincare ber-BPOM. Penelitian ini dilakukan di SMKN 6 Pekanbaru. Desain penelitian yang digunakan adalah *Quasi Eksperiment* dengan rancangan *one group pre-test post test*. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik "purposive sampling" dengan populasi 105 menggunakan rumus slovin menjadi 51 orang. Alat pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner yang dianalisa secara univariat dan bivariat dengan uji *Non Parametric Wilcoxon*. Hasil penelitian ini didapatkan mean tingkat pengetahuan sebelum diberikan intervensi sebesar 8,47. Mean pengetahuan sesudah diberikan sebesar 11,24. Sedangkan sikap Generasi Z sebelum diberikan intervensi didapatkan mean sebesar 16,90. Mean sikap sesudah diberikan intervensi sebesar 22,18. Ada pengaruh pendidikan kesehatan menggunakan media video edukasi di SMKN 6 dengan p value 0,000. Diharapkan Generasi Z dapat meningkatkan pengetahuan dan bisa merubah sikap mengenai skincare ber-BPOM.

**Kata Kunci:** Skincare ber-BPOM, Pengetahuan dan sikap, Generasi Z

### A. Pendahuluan.

Sejalan dengan perkembangan zaman di era modern ini, kemajuan teknologi semakin canggih dan tidak dapat dihindari. Hal ini dibuktikan bahwa dengan adanya tingkat kemajuan pada industri kosmetik sebagai penyumbang nilai ekspor yang tinggi bagi Negara. Masyarakat terutama kaum wanita, semakin sadar akan pentingnya kosmetik sebagai kebutuhan sehari-hari. (Fawwaz El-Farobie et al., 2022). Produk kecantikan harus sesuai aturan pakai yang benar agar terhindar dari dampak negative kosmetik yang tidak diinginkan. Salah satu produk kosmetik yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah

Skincare. Skincare adalah produk-produk yang dikhususkan untuk merawat kulit seperti sabun pencuci wajah, toner, serum, moisturizer dan sunscreen. (Saputri, 2019). Skincare yang berfungsi untuk memutihkan kulit masih beredar sebagai skincare yang digemari. Skincare yang aman adalah skincare yang sudah memiliki izin dari BPOM dan tidak mengandung bahan yang berbahaya (Putri & Apriani, 2022).

Berdasarkan Peraturan Badan Pengawasan Obat Dan Makanan No. 588/Menkes/Per/XVII/2023 tentang kosmetika yang disebutkan sebagai produk kosmetik yang tidak memiliki izin edar dari BPOM menggambarkan bahwasanya produk tersebut tidak aman untuk digunakan karena tidak melalui tahap uji laboratorium sebagai salah satu tahap untuk memperoleh nomor izin edar (Badan et al., 2023). Skincare yang termasuk dalam kategori bahan berbahaya dapat memicu kerusakan kulit atau penyakit lainnya bagi konsumen yang menggunakannya (Saputri, 2022). Kulit merupakan salah satu parameter yang menjadi ukuran dari suatu kecantikan. Selain menjaga kulit harus tetap sehat, kecantikan dan kesehatan seseorang di lihat dari kondisi kulitnya, sehingga sangatlah penting untuk melakukan perawatan terhadap kulit terutama kulit wajah (Jasmine syabania nofiantri dalam anriana, 2023). Berdasarkan permasalahan kulit wajah yang sering terjadi pada generasi Z yaitu, jerawat yang disebabkan karena berbagai faktor seperti perubahan hormone, stress, pola makan tidak sehat, dan penggunaan produk perawatan kulit yang tidak cocok. Jerawat yang sering muncul berupa komedo, jerawat meradang, atau jerawat cystic. Kulit kering yang disebabkan karena penggunaan teknologi yang berlebihan. Diprediksi pada tahun 2020 akan naik mencapai 263,92 juta jiwa dan pada tahun 2050 menjadi 256,82 juta jiwa. Generasi Z sendiri 30 % dari jumlah penduduk tersebut, terdiri dari pelajar dan mahasiswa, Hellen Indonesia Direktur Eksekutif, Kepala Bisnis Pengawasan, Nielsen Indonesia mengatakan bahwa generasi Z lahir di era digital mereka lebih cenderung fokus pada gadget dan memiliki kebiasaan yang berbeda dari generasi sebelumnya bahkan sangat berpengaruh cukup besar hal itu bisa menyebabkan kerusakan pada kulit akibat penggunaan teknologi yang berlebihan. Selanjutnya kemerahan dan peradangan pada kulit wajah, hiperpigmentasi seperti bintik-bintik gelap atau flek hitam akibat paparan sinar matahari secara berlebihan atau penggunaan teknologi yang tidak diimbangi dengan perlindungan sinar UV. Benjolan kecil berwarna putih yang disebabkan oleh keratin, penuaan dini akibat penggunaan teknologi yang berlebihan dan paparan sinar UV, Dermatitis kontak akibat penggunaan perawatan kulit yang mengandung bahan kimia yang tidak aman bagi kulit dan ditandai dengan kemerahan, gatal, dan iritasi (Mansyuroh, 2020).

Menurut survey online yang dilakukan oleh (ZBI) Zap Beauty Index bersama dengan MarkPlus, Inc (2023) 58,8% wanita Indonesia mengartikan bahwa cantik itu harus memiliki wajah yang bersih dan mulus terutama pada 34,2% generasi Z yang banyak mencari skincare untuk memutihkan kulit wajah. Terdapat data 67,8% wanita generasi Z yang mengaku mengalami body shaming, dengan pemicu utama permasalahan kulit berjerawat. Selain itu juga (50,1%) pada wanita Indonesia sangat merasakan insecure dengan kondisi kulit wajah mereka. Wajah merupakan bagian yang pertama kali dilihat oleh orang lain yang memandangnya dan sangat berdampak pada first impression terhadap wanita. Sehingga permasalahan pada kulit wajah menimbulkan rasa insecure yang tinggi bagi sebagian besar wanita Indonesia (ZAP, 2023). Hal ini dibuktikan dengan temuan ZBI berdasarkan data (CNBC) Consumer News and Business Chanel Indonesia (2023). Permasalahan yang besar pada wanita saat ini adalah dimana kondisi kulit wajah menjadi salah satu alasan tidak memiliki kepercayaan terhadap diri sendiri. Kondisi kulit wajah pada usia generasi Z sangat lah rentan dengan berbagai permasalahan dikarenakan perubahan produksi minyak pada keringat yang diakibatkan oleh produksi hormone. Namun pada dasarnya masih banyak generasi Z yang belum paham mengenai kesehatan

kulitnya. Sehingga kulit pada generasi Z yang tidak di rawat dengan baik akan menimbulkan permasalahan pada kulit dan mengakibatkan beberapa masalah pada kulit seperti munculnya jerawat dan komedo akibat peningkatan produksi minyak dan keringat(Holidah et al., 2022).

Paparan sinar matahari yang berlebihan dan polusi juga bisa membuat kulit menjadi kusam. Permasalahan pada kulit dapat menurunkan rasa percaya diri terutama pada Generasi Z yang sudah mulai mengindahkan penampilan fisiknya. Salah satu usaha untuk pencapaian ukuran kecantikan tersebut dengan dilakukannya pemakaian penggunaan skincare(MA. Hidayat et al., 2022). Terutama pada generasi Z atau generasi pasca milenial adalah generasi yang lahir dalam rentang 1997 sampai 2012 dimana pada generasi ini tumbuh dan berkembang terhadap era digitalisasi diberbagai segala bidang (Milenial & Alfa dalam BPS , 2023). Generasi Z memiliki resiko bahaya yang cukup tinggi mengenai kosmetik dalam penggunaan skincare. Mereka memiliki karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya, seperti milenial, Generasi X, dan baby boomer. Sehingga yang menyebabkan kurangnya pendidikan kesehatan terhadap pengetahuan mengenai skincare ber-BPOM(Desi fitria, 2023).

Pendidikan kesehatan terhadap pengetahuan pada generasi Z mempengaruhi pada penggunaan skincare. Hal ini disebabkan karena kurangnya teliti pada generasi Z dalam membaca label kosmetik, mudah tertarik pada skincare yang murah, dan kurangnya pengetahuan serta jumlah kosmetik yang berbahaya yang semakin beragam. Produk kosmetik yang tidak aman dapat dilihat dari tidak ada nomor registrasi, tidak terdaftar pada Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), mengandung bahan kimia berbahaya(Nurfadhilah Pratiwi et al., 2023). Berdasarkan Penelitian yang telah dilakukan oleh (Dinda dkk., 2022) adapun faktor permasalahan yang mempengaruhinya, dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin baik dan luas pengetahuannya dibandingkan dengan tingkat pendidikan rendah. Pendidikan juga mendorong rasa ingin tahu, mencari pengalaman sehingga ilmu yang diperoleh menjadi pengetahuan(Notoatmodjo, 2010 dalam dinda., dkk 2022). Sehingga hal ini menarik untuk diteliti dikarenakan pada generasi Z ini memiliki rasa ingin tahu yang lebih untuk selalu mencoba akan hal baru mengenai produk Skincare terbaru, berdasarkan informasi yang didapatkan di media sosial maupun penawaran rekomendasi melalui teman dekatnya sendiri. Hal ini dikarenakan aktifitas sehari-hari pada generasi Z banyak yang berhubungan dengan Dunia maya. Sedari kecil generasi ini sudah mengenal namanya teknologi dan familier dengan gadget canggih yang secara tidak langsung sangat berpengaruh pada kepribadian. Tergolong keinginan untuk menjadi kepribadian yang perfect secara fisik yang mendorong mereka menggunakan skincare (Putra, 2016 dalam dinda., dkk 2022). Selain itu juga, prevalensi alergi dikalangan generasi Z baik itu remaja maupun dewasa lebih besar dibandingkan populasi umum(National health post2023.)

Penggunaan skincare yang aman sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan terutama pada generasi Z. atau pasca millennial merupakan generasi yang lahir dalam rentang 1997-2012 (Milenial & alfa dalam BPS., 2023). Berdasarkan Survey awal yang telah dilakukan selama seminggu dari tanggal 30 januari-7 february tahun (2024) melalui wawancara kepada 22 orang siswa di SMKN 6 Pekanbaru maka dapat disimpulkannya bahwa ada 7 siswa yang belum mengerti mengenai Skincare Ber-bpom atau yang aman dan 5 orang siswa yang pernah menggunakan kosmetik non-BPOM, 6 orang pernah mencari tentang apa yang dimaksud dengan Skincare non-BPOM, 4 orang tidak akan menggunakan Skincare non-BPOM jika mengetahui apa itu Skincare non-BPOM, serta dari 22 orang tersebut ada 10 siswa yang memerhatikan label BPOM sebelum membeli skincare. Oleh karena itu, permasalahan ini dapat ditarik oleh peneliti dari hasil pra-survei diatas adalah kriteria yang sangat mendukung dari permasalahan yang akan diteliti sangat relevan pada

sekolah tersebut.

### B. Metodologi Penelitian.

Metode Penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan model penelitian Quasy eksperimen yaitu kegiatan percobaan yang bertujuan untuk mengetahui suatu gejala atau pengaruh yang ditimbulkan (Amari, 2023). Pendekatan yang digunakan peneliti dengan desain One Grup Pretest Posttest. Dalam desain ini sebelum perlakuan diberikan, terlebih dahulu sampel diberi pretest (tes awal) dan sesudah eksperimen sampel diberi posttest (tes akhir). Penelitian ini dilakukan di sekolah SMKN 6 Pekanbaru JL. Seroja, Kulim dengan waktu penelitian yang dilaksanakan pada tanggal 6 Mei-8 Mei 2024. Populasi pada penelitian ini yaitu kelas x pada 3 kelas sebanyak 105 siswa dengan teknik pengambilan *purposive sampling* menggunakan rumus slovin menjadi 51 responden. Ada pun rumus slovin yang digunakan adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan :n = Besar sampel

N = Jumlah Populasi (105) dibulatkan dihasilkan menggunakan rumus slovin menjadi (51)

E = Tingkat Kesalahan (0,1)

Dalam peningkatan pengetahuan peneliti menggunakan pengisian angket/ kuesioner yang berupa per-test sebelum edukasi dan post test setelah edukasi. Kuesioner yang digunakan terdapat 14 pertanyaan mengenai pengetahuan dan 7 pertanyaan mengenai sikap. Dari pertanyaan tersebut kuesioner yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Kuesioner ini berdasarkan dari penelitian terdahulu yang berjudul “ *Knowledge, attitude, and practices regarding skincare in Saudi Arabia* ” oleh alsharif 2021. Dimana edukasi kesehatan yang dilakukan adalah menggunakan video edukasi yang di tampilkan di depan layar melalui *computer*. Dalam penelitian ardhianti 2022 mengemukakan berdasarkan penelitian yang mereka lakukan menunjukkan hasil pembelajaran yang didapatkan meningkatkan kualitas menjadi lebih efektif karena memudahkan pendidik dalam mengajarkan materi secara menyeluruh secara mudah dan didik memahami materi penyusunan yang diberikan.

### C. Hasil dan Pembahasan

#### Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Generasi Z di SMKN 6 Pekanbaru

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur Generasi Z di SMKN 6 Pekanbaru (n=51)

Umur Generasi Z	N	Frekuensi (%)
15 Tahun	3	5,9%
16 tahun	30	58,8%
17 Tahun	12	23,5%
18 Tahun	4	7,8%
20 Tahun	2	3,9%
Total	51	100,0

#### Sumber data : primer 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari 51 responden, mayoritas generasi Z memiliki umur 16 tahun sebanyak 30 orang (58,8%). Umur generasi Z 17 tahun sebanyak 12 orang (23,5%), umur generasi z 18 tahun sebanyak 4 orang (7,85), umur generasi z 15 tahun sebanyak 3 orang (5,9%), umur generasi z 20 tahun sebanyak 2 orang (3,9%). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurfadilah, dkk 2023 dengan judul “Hubungan pengetahuan dengan pemilihan *Skincare* pada remaja putri” didapatkan hasil

bahwa umur Generasi Z 14 tahun sebanyak 43 responden (48,9%), umur 15 tahun sebanyak 30 responden (34,15), dan yang paling sedikit pada kelompok umur 13 tahun sebanyak 15 responden (17%).

Hasil survey *zap beauty index* menunjukkan bahwa hampir seluruh perempuan Indonesia (45,4) menggunakan *skincare* di usia sebelum 19 tahun dan mayoritas perempuan dari generasi Z mulai menggunakan *skincare* dari usia 13 tahun, biasanya hal tersebut dilakukan untuk menutupi jerawat bekasnya. Hal ini sejalan dengan teori yosanova (2023) bahwa 45,4 persen perempuan di Indonesia menggunakan *skincare* sebelum usia 19 tahun. Pada survey ini dari usia 13 tahun para generasi Z sudah memikirkan masalah penuaan dini. Generasi Z memiliki rentang umur 15-20 tahun dimana pada usia tersebut seseorang memiliki suatu keinginan untuk memperbaiki pendiriannya dalam hidup. Pada masa ini seseorang mulai mencari jati diri dan kepercayaan diri melalui penilaian orang lain (Hotimah dalam asyifa 2022). Memiliki kulit yang putih merupakan salah satu yang dapat merubah penilaian orang sehingga akan membuat seseorang cenderung tidak pede untuk menggunakan *Skincare*. Umur yang aman dalam menggunakan *Skincare* adalah 12-17 tahun. Penggunaan *Skincare* sejak dini tanpa adanya pengetahuan mengenai *Skincare* yang ber-BPOM bisa membuat kulit menjadi sensitif dan cepat rusak. Menurut (Hartini & Haqq, 2022) umumnya generasi ini banyak melakukan aktivitas dengan pola perilaku yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Sehingga membuat generasi Z akan lebih cenderung memerhatikan kesehatan kulit, penampilan, begitu juga pada perawatan kulit pada wajah mereka.

#### **Distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin di SMKN 6 Pekanbaru**

Tabel 2. Distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin di SMKN 6 Pekanbaru (n=51)

Jenis Kelamin	Frekuensi
Laki-laki	23,5%
Perempuan	76,5%
Total	100,0

#### **Sumber data : primer 2024**

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa dari 51 responden, mayoritas generasi z jenis kelamin perempuan sebanyak 39 orang (75.5%). Sedangkan generasi z laki-laki memiliki persentase sebanyak 12 orang (23,5%). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Geetha Yohini G, dkk, (2023) dengan judul “*Cosmetovigilance: knowledge, attitude and practice study*“ didapatkan hasil bahwa responden yang paling banyak, yaitu jenis kelamin perempuan (56,1%) sedangkan laki-laki (43,9%). Hal ini berarti bahwa adanya hubungan antara jenis kelamin dengan tingkat pengetahuan dan sikap mengenai *skincare* ber-bpom. Hasil penelitian tersebut sejalan yang dilakukan peneliti dengan judul “Pengaruh pendidikan kesehatan menggunakan media video edukasi terhadap pengetahuan dan sikap mengenai *skincare* ber-BPOM pada generasi Z di SMKN 6 Pekanbaru”.

Menurut Marzela dalam asyifa yan balqis, (2022). Para remaja khususnya kaum hawa sangat lebih cenderung untuk menomorsatukan penampilan fisik seperti tampil cantik dan menarik. Perempuan lebih mementingkan perasaan dari pada logika sehingga hal tersebut membuat mereka menjadi stress dan kepikiran. Hal tersebut bisa membuat munculnya jerawat akibat hormone yang tidak stabil. Rasa tidak puas akan tubuh lebih banyak dialami oleh Generasi Z perempuan dibandingkan laki-laki. Perempuan beranggapan bahwa keputusan untuk menggunakan *Skincare* akan merubah penampilan sehingga standar kecantikan ada serta bisa meningkatkan rasa kepercayaan diri. Sedangkan laki-laki lebih menganggap bahwa beberapa proses perawatan kulit hanya digunakan oleh perempuan, sehingga mereka enggan untuk melakukan perawatan pada kulit kebersihan wajah mereka sendiri. Mereka lebih menjaga penampilannya dengan menata rambut dan

memakai parfum setiap hari atau bahkan menggunakan pakaian modis, ada kemungkinan laki-laki lebih cenderung menggunakan *Skincare*, namun mereka tidak memperhatikan bahwa dengan melakukan perawatan kulit tersebut untuk menjaga kecitraan seorang laki-laki (Byrne dan Milestone 2022).

### **Pengaruh Pendidikan Kesehatan Menggunakan Media Video Edukasi Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Mengenai *Skincare* ber-Bpom Pada Generasi Z Di SMKN 6 Pekanbaru**

Tabel 3. Pengaruh Pendidikan Kesehatan Menggunakan Media Video Edukasi Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Mengenai *Skincare* ber-Bpom Pada Generasi Z Di SMKN 6 Pekanbaru

<b>One Sample Kolmogrov Smirnov Test</b>	<b>Sig</b>
Pretest pengetahuan	0,000
Pretest sikap	0,109
Posttest pengetahuan	0,002
Posttest sikap	0,004

#### ***Sumber data : primer 2024***

Pada uji One Sample Kolmogrov-Smirnov Test diperoleh Sig dengan *p-value* pretest pengetahuan 0,000 dan pretest sikap 0,109 atau pada posttest pengetahuan 0,002 dan pada posttest sikap sebesar 0,004. Dimana dari hasil tersebut ditemukan peningkatan terhadap pengetahuan dan sikap mengenai *skincare* ber-BPOM yang berarti bahwa adanya pengaruh dalam penelitian ini. Hal ini membuktikan bahwasanya terdapat pengaruh edukasi kesehatan melalui video edukasi terhadap peningkatan pengetahuan dan sikap pada siswa dan siswi SMKN 6 Pekanbaru.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lubis *et al.*, (2023) dengan judul “Hubungan pengetahuan dan sikap remaja dengan penggunaan kosmetik pencerah wajah yang legal” didapatkan hasil uji *Chi Square* nilai *p-value*  $0,002 < (\alpha=0,05)$ . Yang berarti bahwa ada hubungan yang signifikan antara pengetahuan mengenai *skincare* ber-BPOM. Pengetahuan merupakan hasil “tahu” dan terjadi setelah penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan merupakan domain penting untuk menentukan tindakan seseorang, karena dari pengalaman dan penelitian membuktikan bahwa perilaku didasari oleh pengetahuan (Oktaria *et al.*, 2023). Media edukasi atau media pendidikan kesehatan adalah suatu alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan kesehatan. Video menumbuhkan rasa keingintahuan atau ketertarikan lebih besar pada responden, sehingga responden memperhatikan informasi yang didapatkan dari video tersebut. Media edukasi kesehatan dapat berupa media cetak, media elektronik, media social, media papan (*billboard*) (Notoadmodjo dalam martina p, 2021). Media video digunakan dalam bentuk meningkatkan pengetahuan menjadi lebih baik (Firsia Sastra Putri, 2022).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Hilmi *et al.*, 2022) dengan judul “*The Correlation Between Knowledge and Attitude Toward the Behavior of Choosing Facial Skincare Through Social Media in One of University in Karawang-West Java' Students*” Didapatkan Hasil uji *statistic Chi Square* diperoleh *p-value*  $0,000 < (\alpha=0,05)$  dengan demikian hipotesis mengatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara tingkat pengetahuan responden mengenai *skincare* BER-BPOM. Sikap merupakan reaksi atau respon yang belum terlihat dari seseorang terhadap suatu rangsangan atau objek tertentu. Sikap seseorang tidak dapat dilihat langsung, namun dapat di tafsirkan terlebih dahulu dari perilaku yang belum terlihat. Pengukuran sikap dapat dilakukan secara langsung dengan berbagai pertanyaan hipotesis, kemudian ditanyakan melalui pendapat responden. (Notoadmodjo dalam marthan p, 2021). Media edukasi atau media pendidikan

kesehatan adalah suatu alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan kesehatan. Video menumbuhkan rasa keingintahuan atau ketertarikan lebih besar pada responden, sehingga responden memperhatikan informasi yang didapatkan dari video tersebut. Media edukasi kesehatan dapat berupa media cetak, media elektronik, media social, media papan (*billboard*) (Notoadmodjo dalam martina p, 2021). Media video digunakan dalam bentuk meningkatkan pengetahuan menjadi lebih baik (Firsia Sastra Putri, 2022).

#### D. Penutup.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka didapatkan kesimpulan ada pengaruh pendidikan kesehatan menggunakan media video edukasi terhadap pengetahuan dan sikap mengenai skincare ber-BPOM pada generasi Z di SMKN 6 Pekanbaru.

#### Daftar Pustaka.

- Adinda Dwilarani, Savira Zanni Dzikra, & Siska Miga Dewi. (2023). Hubungan Pengetahuan dan Sikap Siswa SMK Negeri 3 Kota Padang Terhadap Dampak Penggunaan Krim Pemutih Berbahaya. *Jurnal Tata Rias*, 13(2), 58–64.
- Agustin, dr. S. (2023). *Basic Skincare, 3 Langkah Perawatan Dasar untuk Menjaga Kesehatan Kulit*. Diambil pada 2023. dari <https://www.alodokter.com/basic-skin-care-3-langkah-perawatan-dasar-untuk-menjaga-kesehatan-kuit>.
- Al Mamun, A., Naznen, F., Yang, Q., Ali, M. H., & Hashim, N. M. H. N. (2023). *Modelling the significance of celebrity endorsement and consumer interest on attitude, purchase intention, and willingness to pay a premium price for green skincare products*. *Heliyon*, 9(6), e16765.
- Alsharif, S. H., Alqahtani, S. H., Alqarehi, R. M., Alsayed, M. A., Alzahrani, A. S., Alharthi, A. M., Alruwaili, A. S., & AlFada, M. A. (2022). *Knowledge, Attitudes, and Practices Regarding Skin Care in Saudi Arabia: A Cross-Sectional, Survey-Based Study*. *Cureus*, 14(12).
- Amari, R. O. (2023). *pengaruh pendidikan kesehatan menggunakan media video animasi terhadap pengetahuan ibu hamil tentang kehamilan risiko tinggi di wilayah kerja puskesmas rejosari kota pekanbaru*, Stikes Tengku Mharatu, Pekanbaru.
- Asniar, A., Kamil, H., & Mayasari, P. (2021). Pendidikan dan Promosi Kesehatan. In *Pendidikan dan Promosi Kesehatan*.
- Badan, K., Obat, P., & Makanan, D. A. N. (2023). *Berita negara*. 588, 1–13.
- Biagi satrio widjoseno. (2023). tinjauan yuridis perlindungan konsumen terhadap produk kosmetik berbahaya (Studi Kasus Derma Skin Care). In 2023 (Vol. 4, Issue 1).
- Dewi, I. P., Holiday, D., & Hidayat, M. A. (2022). Peningkatan Pengetahuan Penggunaan Skincare Pada Remaja Melalui Kegiatan Penyuluhan Di SMA Negeri 1 Suboh Situbondo. *E-Prosiding Kolokium Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1, 187–192.
- Dhiba, P. F. (2020). *Pengguna Produk Kecantikan Korea Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*.
- Farhan Bactiar efendi, siti aminah. (2023). *pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skincare skintific*. 8(1), 762–766.
- Fawwaz El-Farobie, S. I. P., Muharir, S. I. P., & Bagus Setiawan, S. I. P. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Produk *Skincare* Terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus Di Klinik Elsha Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 1(2).
- Hartini, T., & Haqq, B. N. (2022). Perancangan Animated Infographics Mengenai Fungsi Niacinamide untuk Kesehatan Kulit untuk generasi Z. *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 7(1), 71–81.

- Hikmasari, R., Widyasih, H., & Saputro, N. T. (2022). Pendidikan Kesehatan Melalui Video Dan Tingkatan Kepatuhan Dalam Mengonsumsi Tablet Besi Pada Ibu Hamil. *Journal of Midwifery Information (JoMI)*, 2(2), 232–240.
- Hilmi, I. L., Rianoor, N. P., & Gatera, V. A. (2022). *The Correlation Between Knowledge and Attitude Toward the Behavior of Choosing Facial Skincare Through Social Media in One of University in Karawang-West Java' Students*. *Jurnal Farmasi Indonesia*, 19(2).
- Iilir, K. P. (2021). Hubungan pengetahuan dan sikap dengan tindakan penggunaan produk pemutih wajah pada ibu-ibu di desa purwasari kecamatan pelepat ilir.
- Jaenudin, J., Susilawati, C., Sari, R. H., & Sonjaya, A. (2022). DSN - MUI Fatwa Number 26 of 2013 and Purchase Decision of The Muslimah Generation Y and Z Against Halal Cosmetic Products. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 6(2), 148–162.
- Khoerul ummah. (2022). Hubungan pengetahuan, sikap, dengan perilaku konsumen generasi milenial dalam pembelian kosmetik dan obat herbal melalui pembelian online di indonesia. In *setya tri handayani* (Issue 8.5.2017, pp. 2003–2005).
- Kirawati, A., Susumaningrum, L. A., Rasni, H., Susanto, T., & Kholida, D. (2021). Hubungan Tingkat Spiritual dan Religiusitas dengan Tekanan Darah pada Lansia Hipertensi. *Jkep*, 6(1), 26–39. <https://doi.org/10.32668/jkep.v6i1.326>.
- Lubis, V. H., Sugiyono, S., & ... (2023). Hubungan Pengetahuan Dan Sikap Remaja Dengan Penggunaan Kosmetik Pencerah Wajah Yang Legal. ... *STIKes IMC Bintaro, VI*, 154–159.
- Lumban, A. M. R., Mahendra, D., & Jaya, I. M. M. (2019). Buku Ajar Promosi Kesehatan *Program Studi Diploma Tiga Keperawatan Fakultas Vokasi UKI*, 1– 107.
- Mansyuroh, F. A. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Terhadap Pembelian Skin Care Tanpa Label Halal Pada Muslim Generasi Z di Banjarmasin. *At- Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 11(1), 46.
- Marbun, E. D., Safitri, A., & Asfianti, V. (2023). Hubungan Tingkat Pengetahuan dan Persepsi Wanita di Desa Lancok Kecamatan Kuala Kabupaten Bireuen Terhadap Sebuah penelitian yang meneliti penggunaan kosmetika pemutih yang dilakukan oleh Syam (2017) Tingkat pengetahuan masyarakat Desa Cenrana Ka. 03, 76– 86.
- Marhamah siregar. (2023). Hubungan pengetahuan dan sikap dengan tindakan penggunaan skincare wajah melalui pembelian online pada siswi sma negeri 1 babalan kabupaten langkat.
- Maria Margareta Hutajulu, *Principium Iuris Patientium Sebagai Perlindungan Terhadap Hak Pasien Yang Terkena Stroke*, *Journal of Global Legal Review Volume 1*, Nomor 1, 2023.
- Martilda, A. (2023). 10 bahan kimia berbahaya dalam produk skincare dan dampak buruknya. Diambil pada 2023. dari <https://www.merdeka.com/sumut/10-bahan-kimia-berbahaya-dalam-produk-skincare-dan-dampak-buruknya-klh.html>
- Milenial, G., & Alfa, G. (2010). *Generasi Z*. 2023.
- Muadifah, A., & Ngibad, K. (2021). Program Pendampingan Cara Pemilihan Produk *Skincare* Aman Untuk Kulit Sehat Bagi Ibu-Ibu Paruh Baya Di Desa Kreet Kecamatan Srengat. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 5(1), 88– 96.
- Murniasih, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Ms Glow di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 140–148.
- Natalia Yustisia. (n.d.). *Teori Generasi*. Diambil pada 2023.dari <https://dosen.perbanas.id/teori-generasi/>
- Notoadmodjo, S. (2012). *Promosi Kesehatan & Prilaku Kesehatan*. In *Jakarta: EGC*.

- Nurfadhilah Pratiwi, Andi Asrina, & Chaeruddin Hasan. (2023). Hubungan Pengetahuan Dengan Pemilihan Skincare pada Remaja Putri di SMP N 1 Awangpone. *Window of Public Health Journal*, 4(4), 630–637.
- Piere rainer. (2023). *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z*. 2023.
- Putri, A. N., & Apriani, R. (2022). Perlindungan Konsumen Atas Predaran Skincare Yang Belum Mendapat Izin Edar Dari Bpom. *Jurnal Justitia: Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 9(3), 1227–1233.
- Putu, N. I., Dharmayanti, D., & Depan, H. S. (2023). pengaruh pendidikan kesehatan terhadap pengetahuan penderita diabete s melitus tentang pencegahan komplikasi ulkus diabetik dipuskesmas II desparabarar.
- Raymond-lezman, J. R., & Riskin, S. (2023). *Attitudes , Behaviors , and Risks of Sun Protection to Prevent Skin Cancer Amongst Children , Adolescents , and Adults*. 15(2), 1–15.
- Riset, J., Prodi, M., Fakultas, M., & Unisma, B. (2019). *Vol. 12. No. 02 ISSN : 2302 - 7061*. 12(02), 221–232.
- Rosa, L. (2021). Penilaian Pengetahuan dan Sikap terhadap Informasi tentang Merkuri yang Ditemukan dalam Produk Kosmetik dan Potensi Risikonya bagi Kesehatan Assessment of Knowledge and attitude towardson Information about Mercury found inCosmetic Products and Their Poten. 3(3), 944–954.
- Rosida, R. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Pembelian Kosmetik Halal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 4(2), 129.
- Saputri, W. (2019). *JURNAL FARMASI Universitas Aisyah Pringsewu Journal Homepage*. 68–74.
- Setiawati, P. (2020). Kebidanan. Pengaruh pendidikan kesehatan menggunakan media audiovisual terhadap pengetahuan sikap dan perilaku ibu nifas di RS Dr.R.HARDJANTO BALIKPAPAN TAHUN 2020, 2–181.
- Sitorus, S., Hidayati, W., Yuliani, M., Marzuki, I., Yunianto, A. E., Susilawaty, A., Puspita, R., Sianturi, E., Yayasan, P., & Menulis, K. (2020). *2020\_Book Chapter\_Book Ilmu KesMas*.
- Sun, X., Zhao, M., Wu, Q., Tian, J., Shen, C., Liang, Y., Wang, S., Jiao, L., Wang, Y., Liu, M., Ma, L., & Ma, X. (2023). *Development and validation of the atopic dermatitis and infant skincare knowledge, attitude, and practice (ADISKAP 1.0) scale*. *Pediatric Investigation*, 7(3), 153–162.
- Susilawati.R., Fika.P., & Yulia.A. (2022). Pengaruh Pendidikan Kesehatan Tentang Dismenorhoe Terhadap Tingkat Pengetahuan Remaja Putri Mengenai Disminorhoe Di Kelas Xi Sma N 2 Banguntapan. *Jurnal Ilmu Kesehatan Mulia Madani Yogyakarta*, III(Ii), 1–18.