



ISSN 0216-0773

MEDIA DERMATO-VENEREOLOGICA INDONESIANA

Editorial: Ragam terkini dalam dermatologi, venerologi, dan estetika: Perspektif klinis dan bukti ilmiah

Hubungan pemahaman mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara terhadap klaim "*Dermatologically Tested*" dengan perilaku pemilihan produk perawatan kulit

Pioderma gangrenosum dengan koinfeksi MRSA

Folikulitis *Malassezia* dalam berbagai kondisi klinis: Kasus serial dengan beragam faktor predisposisi

Iktiosis lamelar ekstensif dan terlambat diagnosis: Sebuah laporan kasus

Benign fibrous histiocytoma multipel pada regio lengan bawah dengan konfirmasi histopatologi: Sebuah laporan kasus

Laporan kasus: Pertimbangan tata laksana kondiloma akuminata pada kehamilan

Keberhasilan terapi *secukinumab* pada pasien lanjut usia dengan psoriasis vulgaris derajat berat: Laporan kasus

Perkembangan terkini pemeriksaan diagnostik untuk frambusia

Terapi eksosom pada melasma: Bukti terkini dan aplikasi klinis

MDVI	Vol. 53	No. 3	Hal. 145–198	Jakarta Juli–Sept 2026	ISSN 0216-0773
------	---------	-------	--------------	---------------------------	----------------

DAFTAR ISI

Editorial: Ragam terkini dalam dermatologi, venerologi, dan estetika: Perspektif klinis dan bukti ilmiah <i>Tia Febrianti</i>	145
---	-----

ARTIKEL ASLI

Hubungan pemahaman mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara terhadap klaim “ <i>Dermatologically Tested</i> ” dengan perilaku pemilihan produk perawatan kulit <i>Tika Permata Sari, Arridha Hutami Putri*</i>	146–150
--	---------

LAPORAN KASUS

Pioderma gangrenosum dengan koinfeksi MRSA <i>Claudia Tari Rumondang*, Eka Komarasari, Prima Kartika Esti</i>	151–155
--	---------

Folikulitis <i>Malassezia</i> dalam berbagai kondisi klinis: Kasus serial dengan beragam faktor predisposisi <i>Evy Ervianti*, Linda Astari, Trisiswati Indranarum, Hasnikmah Mappamasing, Medhi Denisa, Regitta Indira, M. Kharis Khamdan</i>	156–161
---	---------

Iktiosis lamelar ekstensif dan terlambat diagnosis: Sebuah laporan kasus <i>Nuriasani Yukendri*, Dina Evyana, Rizki Hanriko</i>	162–166
--	---------

<i>Benign fibrous histiocytoma</i> multipel pada regio lengan bawah dengan konfirmasi histopatologi: Sebuah laporan kasus <i>Sukmawati Tansil Tan*, Cornelia Kartika Matthew, Fanny Chandra, Dayanto Indro Utomo</i>	167–171
---	---------

Laporan kasus: Pertimbangan tata laksana kondiloma akuminata pada kehamilan <i>Umi Miranti*, Clarisa Izza Gelsanda, Vanya Oxalita Asan Putri, Fitri Intani Mahsin, Sepdiana Warda Nur Rohmah, Roikhanatul Jannah, Naufal Ahmad Syafiqi Attabriizi</i>	172–177
--	---------

Keberhasilan terapi <i>secukinumab</i> pada pasien lanjut usia dengan psoriasis vulgaris derajat berat: Laporan kasus <i>Winne Irene Putri Yulian*, Shannaz Nadia Yusharyahya, Lili Legiawati, Rinadewi Astriningrum, Christie Hamdali, Inosensia Diajeng Kusumo</i>	178–182
---	---------

TINJAUAN PUSTAKA

Perkembangan terkini pemeriksaan diagnostik untuk frambusia <i>Faiqueen Dhia Salsabila Firlana Adnan*, Windy Keumala Budianti, Erdina H. D. Pusponegoro, Yudo Irawan, Mufqi Handaru Priyanto</i>	183–190
---	---------

Terapi eksosom pada melasma: Bukti terkini dan aplikasi klinis <i>Joice Rumondang*, Nelva Karmila Jusuf</i>	191–198
--	---------

RAGAM TERKINI DALAM DERMATOLOGI, VENEREOLOGI, DAN ESTETIKA: PERSPEKTIF KLINIS DAN BUKTI ILMIAH

Media Dermato-Venereologica Indonesiana (MDVI) edisi ke-3 yang terbit di bulan September 2026 ini memuat sembilan artikel yang terdiri atas satu artikel asli, dua tinjauan pustaka, dan enam laporan kasus.

Edisi ini menampilkan artikel penelitian adanya hubungan pemahaman mahasiswa salah satu fakultas kedokteran terhadap klaim “*dermatologically tested*” dengan perilaku pemilihan produk perawatan kulit. Seiring dengan meningkatnya penggunaan eksosom saat ini, edisi ini juga membahas tinjauan pustaka yang mengevaluasi peran dan efektivitas terapi eksosom pada melasma.

Pemeriksaan diagnostik dan tata laksana untuk penyakit infeksi bakteri, jamur, serta virus dibahas dalam edisi ini. Artikel perkembangan terkini pemeriksaan diagnostik frambusia diharapkan dapat menjadi acuan dalam usaha eradikasi frambusia di Indonesia. Selain itu juga dalam edisi ini terdapat laporan kasus serial yang membahas manifestasi klinis, diagnosis dan tata laksana *Mallasezia* folikulitis. Laporan kasus lainnya menyoroti pentingnya pertimbangan klinis dan pemilihan terapi kondiloma akuminata pada kehamilan.

Beberapa laporan kasus menarik lain terkait penyakit dermato-imunologi dengan kondisi khusus yaitu

keberhasilan terapi secukinumab pada pasien lanjut usia dengan psoriasis vulgaris, serta tantangan diagnosis dan terapi pioderma gangrenosum dengan koinfeksi *Methicillin resistant Staphylococcus aureus* (MRSA).

Kasus lainnya menunjukkan pentingnya deteksi dini, terapi suportif dan pendekatan psikososial pada kasus iktiosis lamelar agar tidak berdampak pada kualitas hidup dan kesehatan psikologis. Selain itu juga terdapat laporan kasus histiositoma fibrosa jinak multipel yang diagnosis definitif ditegakkan melalui pemeriksaan histopatologis.

Semoga artikel yang cukup variatif pada edisi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan menjadi referensi keilmuan di bidang dermatologi, venerereologi, dan estetika.

Tia Febrianti
Tim Editor MDVI

HUBUNGAN PEMAHAMAN MAHASISWA FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA TERHADAP KLAIM “*DERMATOLOGICALLY TESTED*” DENGAN PERILAKU PEMILIHAN PRODUK PERAWATAN KULIT

*Tika Permata Sari, Arridha Hutami Putri**

*Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

ABSTRAK

Pendahuluan: Klaim “*Dermatologically Tested*” sering digunakan dalam produk *skincare* untuk menunjukkan keamanan, namun belum ada regulasi yang jelas mengenai klaim ini. Mahasiswa kedokteran, sebagai calon tenaga medis, perlu memahami klaim tersebut untuk membuat keputusan pembelian yang lebih kritis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara pemahaman mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara terhadap klaim “*Dermatologically Tested*” dengan perilaku pemilihan produk perawatan kulit. **Metode:** Penelitian ini menggunakan desain deskriptif analitik dengan pendekatan *cross-sectional*, melibatkan 129 mahasiswa. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan uji *Fisher’s Exact Test* untuk mengetahui hubungan antar variabel. **Hasil:** Sebagian besar mahasiswa (82,2%) memiliki pemahaman sedang terhadap klaim “*Dermatologically Tested*”. Dalam hal perilaku pemilihan produk, 81,4% mahasiswa menunjukkan perilaku tidak impulsif. Hasil uji bivariat menunjukkan adanya hubungan signifikan antara tingkat pemahaman dengan perilaku pemilihan produk ($p=0,005$). **Simpulan:** Terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pemahaman mahasiswa Fakultas Kedokteran UMSU terhadap klaim “*Dermatologically Tested*” dengan perilaku pemilihan produk perawatan kulit.

Kata kunci: *dermatologically tested*, mahasiswa kedokteran, perilaku pemilihan produk, produk perawatan kulit

THE RELATIONSHIP BETWEEN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA MEDICAL STUDENTS’ UNDERSTANDING OF THE “*DERMATOLOGICALLY TESTED*” CLAIM AND THEIR SKINCARE PRODUCT SELECTION BEHAVIOR

ABSTRACT

Introduction: The “*Dermatologically Tested*” claim is commonly used in skincare products to indicate safety, but there are no clear regulations on this claim. Medical students, as future healthcare professionals, need to understand this claim for more critical purchasing decisions. This study aims to analyze the relationship between medical students’ understanding of the “*Dermatologically Tested*” claim and their skincare product selection behavior. **Methods:** This descriptive analytical study used a cross-sectional approach involving 129 students. Data were collected via a questionnaire and analyzed using Fisher’s Exact Test to determine relationships between variables. **Results:** The majority of students (82.2%) had a moderate understanding of the claim. Regarding product selection behavior, 81.4% exhibited non-impulsive behavior. Bivariate analysis showed a significant relationship between understanding and product selection behavior ($p=0.005$). **Conclusions:** There is a significant relationship between the level of understanding of UMSU medical students regarding the “*Dermatologically Tested*” claim and their skincare product selection behavior.

Masuk : 23 Februari 2026
Revisi : 27 September 2026
Publikasi : 30 September 2026

*Korespondensi:

Jl. Flamboyan 1 Komplek Golden Estate
No E1, Kota Medan, 20134
No telepon: +62 852-7000-0616
Email: arridhahutamiputri@umsu.ac.id

Keywords: *dermatologically tested*, medical students, product selection behavior, skincare products

PENDAHULUAN

Industri *skincare* merupakan salah satu sektor kosmetik yang berkembang pesat, baik secara global maupun di Indonesia. Pada tahun 2025, pasar *skincare* nasional diproyeksikan mencapai pendapatan sebesar US\$2,94 miliar, menunjukkan meningkatnya kebutuhan dan ketertarikan masyarakat terhadap produk perawatan kulit.¹ Perkembangan ini sangat dipengaruhi oleh media sosial seperti Instagram dan TikTok, yang berperan besar dalam membentuk persepsi konsumen, terutama melalui konten *beauty influencer* dan tren kecantikan digital.^{2–6} Pengaruh media sosial tersebut tidak hanya terjadi pada masyarakat umum, tetapi juga pada mahasiswa kedokteran yang memiliki pengetahuan dasar mengenai kesehatan tetapi tetap terpapar promosi kosmetik secara intensif.

Salah satu klaim produk yang banyak ditemukan pada kemasan *skincare* dan sering memengaruhi keyakinan konsumen adalah klaim “*Dermatologically Tested*”. Klaim ini umumnya diartikan sebagai jaminan bahwa produk aman dan telah diuji oleh dokter kulit.^{7–9} Namun, secara ilmiah klaim ini tidak memiliki standar regulasi global yang baku terkait metode pengujian, jumlah peserta, kriteria evaluasi, maupun tingkat keamanan yang diwakili.¹⁰ Dalam literatur sebelumnya, klaim ini dikategorikan sebagai *omission claim*, yaitu klaim yang terdengar ilmiah tetapi tidak menjelaskan secara rinci proses pengujiannya, sehingga berpotensi menyesatkan konsumen.^{11,12} Kondisi ini menimbulkan kesenjangan pemahaman bahkan di kalangan mahasiswa kedokteran, yang sebagian masih menyamakan klaim tersebut dengan rekomendasi langsung dari dermatolog.

Mahasiswa kedokteran sebagai calon tenaga kesehatan diharapkan memiliki tingkat literasi ilmiah yang baik dalam mengevaluasi klaim produk kesehatan dan kecantikan. Namun, perilaku pembelian mereka tetap dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti tren media sosial, citra merek, dan promosi visual.¹³ Mahasiswa sering kali menafsirkan klaim keamanan kosmetik secara dangkal dan tidak sepenuhnya memahami konteks ilmiahnya.¹³ Pemahaman yang tidak memadai dapat mendorong perilaku impulsif, sedangkan literasi yang baik dapat memperkuat keputusan pembelian yang lebih rasional.^{14,15}

Minimnya regulasi mengenai klaim dermatologis dan tingginya paparan pemasaran digital menegaskan perlunya pemahaman lebih dalam mengenai bagaimana mahasiswa kedokteran menilai klaim “*Dermatologically Tested*” dan bagaimana pemahaman tersebut memengaruhi perilaku pemilihan produk *skincare*. Pemahaman yang baik diduga berperan dalam mengurangi perilaku impulsif serta meningkatkan kemampuan konsumen dalam menilai keamanan dan manfaat produk secara objektif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara tingkat

pemahaman mahasiswa FK UMSU terhadap klaim “*Dermatologically Tested*” dengan perilaku pemilihan produk perawatan kulit. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan literasi kosmetik, pengembangan program edukasi berbasis bukti, serta mendukung peran mahasiswa kedokteran sebagai agen edukasi kesehatan di masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain analitik dengan pendekatan *cross-sectional*, di mana seluruh variabel diukur pada satu waktu untuk menilai hubungan antara tingkat pemahaman mahasiswa terhadap klaim “*Dermatologically Tested*” dan perilaku pemilihan produk perawatan kulit. Penelitian dilaksanakan di Fakultas Kedokteran Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pada bulan Agustus hingga Oktober 2025. Populasi penelitian terdiri dari seluruh mahasiswa aktif angkatan 2022–2024, dan penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik *consecutive sampling*. Sebanyak 129 mahasiswa memenuhi kriteria inklusi, yaitu pernah menggunakan *skincare* minimal satu bulan dalam tiga bulan terakhir serta mengetahui atau pernah melihat klaim “*Dermatologically Tested*” pada produk *skincare*. Responden yang tidak bersedia berpartisipasi dikeluarkan dari penelitian.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner daring yang terdiri atas tiga bagian, yaitu karakteristik responden, tingkat pemahaman mengenai klaim dermatologis, dan perilaku pemilihan produk *skincare*. Kuesioner pemahaman berisi sepuluh pernyataan dengan skala Likert empat tingkat dan mencakup item positif serta *reverse scoring*. Skor total kemudian dikategorikan menjadi pemahaman rendah, sedang, dan tinggi. Sementara itu, kuesioner perilaku pemilihan produk juga terdiri dari sepuluh pernyataan dengan skala Likert empat tingkat yang mengukur kecenderungan impulsif atau tidak impulsif dalam memilih produk *skincare*. Sebelum digunakan, kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya pada kelompok uji coba dan seluruh item dinyatakan valid dengan nilai *r* hitung di atas *r* tabel (0,296), serta reliabel berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,7.

Prosedur penelitian diawali dengan pemberian penjelasan kepada responden dan pengisian *informed consent*. Selanjutnya, mahasiswa diminta mengisi kuesioner melalui tautan *Google Form*. Analisis data dilakukan menggunakan program SPSS. Analisis univariat digunakan untuk menggambarkan distribusi setiap variabel, sedangkan analisis bivariat menggunakan uji *Fisher's Exact Test* untuk menilai hubungan antara tingkat pemahaman mahasiswa dan perilaku pemilihan produk *skincare*. Uji *Fisher's Exact Test* dipilih dibandingkan uji *Chi-square* karena terdapat frekuensi harapan (*expected*

Tabel 1. Distribusi karakteristik subjek

Karakteristik	Frekuensi	Presentasi
Jenis Kelamin		
Laki-laki	24	18,60%
Perempuan	105	81,40%
Angkatan		
2022	65	50,40%
2023	49	38,00%
2024	15	11,60%
Tingkat pemahaman klaim “Dermatologically Tested”		
Rendah	0	0%
Sedang	106	82,20%
Tinggi	23	17,80%
Perilaku Pemilihan Produk Perawatan Kulit		
Impulsif	24	18,60%
Tidak Impulsif	105	81,40%
Total	129	100%

Tabel 2. Hasil analisis bivariat

Tingkat pemahaman terhadap klaim “ <i>Dermatologically Tested</i> ”	Perilaku pemilihan produk perawatan kulit				<i>p Value</i>
	Impulsif		Tidak impulsif		
	n	%	n	%	
Sedang	24	22,6	82	77,4	0,005
Tinggi	0	0	23	100	
Total	24	18,6	105	81,4	

count) yang kecil pada tabel kontingensi, terutama karena salah satu kategori tingkat pemahaman memiliki jumlah responden yang relatif sedikit dan terdapat sel dengan frekuensi nol. Oleh karena itu, *Fisher's Exact Test* digunakan sebagai alternatif yang lebih sesuai untuk memperoleh nilai probabilitas yang akurat pada ukuran frekuensi sel yang kecil. Hubungan dinyatakan signifikan apabila nilai $p < 0,05$.

HASIL

Sebanyak 129 mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berpartisipasi dalam penelitian ini. Karakteristik responden disajikan pada Tabel 1. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (81,4%) dan berasal dari angkatan 2022 (50,4%). Sebagian besar responden memiliki tingkat pemahaman sedang terhadap klaim “Dermatologically Tested” (82,2%), sedangkan perilaku pemilihan produk didominasi oleh kategori tidak impulsif (81,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa populasi penelitian umumnya berada pada tingkat literasi produk yang moderat dengan kecenderungan pengambilan keputusan yang lebih terkontrol.

Analisis bivariat dengan uji *Fisher's Exact Test* dilakukan untuk menilai hubungan antara tingkat pemahaman dan perilaku pemilihan produk *skincare*. Hasil analisis dirangkum dalam Tabel 2. Pada kategori pemahaman sedang, 22,6% responden menunjukkan perilaku impulsif, sedangkan 77,4% bersikap tidak impulsif. Sementara itu, seluruh responden pada kategori pemahaman tinggi (100%) menunjukkan perilaku tidak impulsif.

Tingkat pemahaman mahasiswa terhadap klaim “Dermatologically Tested” sebagian besar berada dalam kategori sedang (82,2%), sedangkan 17,8% berada pada kategori tinggi. Tidak terdapat responden dengan tingkat pemahaman rendah. Sementara itu, perilaku pemilihan produk menunjukkan bahwa kebanyakan mahasiswa memiliki perilaku tidak impulsif (81,4%), sedangkan perilaku impulsif hanya ditunjukkan oleh 18,6% responden.

Nilai signifikansi uji *Fisher's Exact Test* menunjukkan $p = 0,005$ sehingga terdapat hubungan yang bermakna secara statistik antara tingkat pemahaman mengenai klaim “Dermatologically Tested” dan perilaku pemilihan produk *skincare* ($p < 0,05$). Secara inferensial, pola ini mengindikasikan bahwa peningkatan pemaha-

man mahasiswa berasosiasi dengan pergeseran perilaku pembelian menuju kategori yang lebih rasional dan tidak impulsif.

DISKUSI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Fakultas Kedokteran UMSU memiliki tingkat pemahaman sedang terhadap klaim “*Dermatologically Tested*”, yaitu sebesar 82,2%, sementara pemahaman tinggi ditemukan pada 17,8% responden. Tidak adanya responden dengan pemahaman rendah mengindikasikan bahwa seluruh mahasiswa memiliki paparan dasar terhadap konsep dermatologis, meskipun kedalaman pemahamannya tidak merata. Temuan ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa mahasiswa umumnya memahami istilah keamanan kosmetik secara umum, namun seringkali tidak memiliki pemahaman mendalam tentang konteks ilmiah dan proses pengujian yang mendasari klaim tersebut.¹³

Perilaku pemilihan produk *skincare* pada penelitian ini didominasi oleh perilaku tidak impulsif (81,4%). Proporsi ini menggambarkan bahwa mayoritas mahasiswa cenderung melakukan pengambilan keputusan yang lebih rasional dan terkontrol, meskipun kelompok impulsif tetap ditemukan (18,6%). Hasil ini sejalan dengan literatur yang menjelaskan bahwa individu dengan latar belakang pendidikan kesehatan cenderung lebih berhati-hati dalam memilih produk yang berkaitan dengan kesehatan kulit. Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa konsumen dengan tingkat literasi yang lebih tinggi akan lebih mengutamakan aspek manfaat fungsional dan keamanan produk dibandingkan dorongan promosi atau visual *branding*.¹⁵

Uji *Fisher’s Exact Test* menunjukkan bahwa tingkat pemahaman memiliki hubungan signifikan dengan perilaku pemilihan produk ($p = 0,005$). Seluruh responden yang memiliki tingkat pemahaman tinggi menunjukkan perilaku tidak impulsif (100%), sementara kelompok dengan pemahaman sedang memiliki variasi perilaku yang lebih luas. Temuan ini memperkuat teori *consumer literacy*, yang menyatakan bahwa pemahaman terhadap istilah teknis dan klaim ilmiah dapat meningkatkan kapasitas konsumen dalam melakukan evaluasi kritis terhadap produk. Penelitian sebelumnya juga menekankan bahwa pengetahuan dan kemampuan interpretasi klaim menjadi faktor internal yang penting dalam membentuk perilaku pembelian yang lebih rasional.¹⁶

Hubungan signifikan yang ditemukan menunjukkan bahwa pemahaman terhadap klaim “*Dermatologically Tested*” berfungsi sebagai mekanisme protektif terhadap perilaku pembelian impulsif. Mahasiswa dengan pemahaman tinggi cenderung mengaitkan klaim tersebut den-

gan aspek ilmiah, metodologi pengujian, dan keterbatasan klaim, sehingga mereka tidak mudah dipengaruhi oleh strategi pemasaran. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya, yang menjelaskan bahwa klaim dermatologis sering dikategorikan sebagai *omission claims*, yakni klaim yang tidak menjelaskan secara detail proses dan bukti ilmiah yang mendasarinya, sehingga rawan menimbulkan interpretasi keliru pada konsumen yang memiliki literasi rendah.¹¹

Selain faktor pemahaman, penelitian lain menunjukkan bahwa perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh promosi visual, media sosial, dan *influencer*. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa paparan *influencer* berperan besar dalam mendorong keputusan pembelian emosional, terutama pada produk *skincare*.^{19,20} Namun, pada kelompok dengan literasi ilmiah yang lebih baik seperti mahasiswa kedokteran pada penelitian ini, pengaruh tersebut dapat diminimalkan sehingga perilaku tidak impulsif menjadi lebih dominan.

Temuan adanya hubungan antara tingkat pemahaman terhadap klaim “*Dermatologically Tested*” dan perilaku pemilihan produk dapat dipahami melalui perspektif *health literacy* dan *consumer behavior*. Dalam konteks kesehatan, *health literacy* tidak hanya berkaitan dengan kemampuan memperoleh informasi, tetapi juga mencakup kemampuan memahami, menilai kredibilitas, dan menggunakan informasi tersebut dalam mengambil keputusan berkaitan yang berkaitan dengan kesehatan.²¹ Penelitian menunjukkan bahwa tingkat *health literacy* yang lebih baik berkaitan dengan perilaku kesehatan yang lebih tepat karena individu memiliki kapasitas lebih besar untuk mengevaluasi informasi sebelum menentukan tindakan.²² Dalam hal pemilihan produk *skincare*, kemampuan tersebut memungkinkan mahasiswa untuk tidak menerima klaim “*Dermatologically Tested*” secara langsung sebagai jaminan keamanan, tetapi mempertimbangkan makna, sumber informasi, serta keterbatasan bukti yang mendasari klaim tersebut. Hal ini sejalan dengan perspektif perilaku konsumen yang menempatkan pengetahuan dan evaluasi informasi sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan, sementara persepsi terhadap kredibilitas informasi dan risiko dapat memengaruhi keputusan pembelian.²³

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman terhadap klaim dermatologis merupakan elemen penting dalam membentuk perilaku pemilihan produk *skincare* yang lebih rasional. Semakin baik pemahaman mahasiswa, semakin kuat kemampuan mereka dalam menilai keamanan, efektivitas, serta kredibilitas suatu produk, sehingga mereka tidak mudah dipengaruhi tren kecantikan atau strategi pemasaran komersial.

Dengan demikian, peningkatan literasi ilmiah men-

genai klaim kosmetik perlu menjadi bagian dari edukasi kesehatan, terutama bagi mahasiswa kedokteran yang kelak berperan sebagai penyampai informasi kesehatan kepada masyarakat.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara tingkat pemahaman mahasiswa dan perilaku pemilihan produk perawatan kulit ($p = 0,005$). Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan pemahaman mengenai klaim “*Dermatologically Tested*” berkontribusi pada menurunnya kecenderungan perilaku pembelian impulsif. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa literasi terhadap klaim dermatologis merupakan faktor penting dalam mendorong perilaku pemilihan produk yang lebih rasional pada mahasiswa kedokteran. Penelitian selanjutnya disarankan mengeksplorasi faktor lain yang memengaruhi perilaku pemilihan produk dan mempertimbangkan pendekatan kualitatif atau eksperimental untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang persepsi dan motivasi konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tidak ada.

KONFLIK KEPENTINGAN

Tidak ada.

DAFTAR PUSTAKA

1. Statista. Revenue in the Skin Care Segment in Indonesia. Published online 2022.
2. Mohamed N, Saeed AZ. Analyzing the Impact of Instagram and TikTok Influencers on Gen Z Consumer Purchasing Behavior in Sweden within the Korean Skincare Sector. *DIVA Portal*; 2024.
3. Joshi M, Korrapati NH, Reji F, Hasan A. The Impact of Social Media on Skin Care: A Narrative Review. *Lviv Clin Bull*. Published online 2022.
4. Chrisniyanti A, Fah CT. The Impact of Social Media Marketing on Purchase Intention of Skincare Products Among Indonesian Young Adults. *Eurasian J Soc Sci*. Published online 2022.
5. Brzozowska JM, Gotlib J. Social Media Potential and Impact on Changing Behaviors and Actions in Skin Health Promotion: Systematic Review. *J Med Internet Res*. Published online 2025.
6. Putri N. Consumptive Behavior of Urban Adolescent Girls in Using Skincare Products. *J Int Womens Stud*. Published online 2024.
7. Felix N. Navigating the Beauty Landscape: A Study on Quality Perceptions and Consumer Evaluations of Skincare Products. Published online 2024.
8. Shim J, Woo J, Yeo H, Kang S, Kwon B. The Clean Beauty Trend Among Millennial and Generation Z Consumers: Assessing the Safety, Ethicality, and Sustainability Attributes of Cosmetic Products. *SAGE Open*. Published online 2024.
9. Deubler G, Swaney-Stueve M. Using in-depth interviews to explore perceptions and opinions in men’s skin care. *J Sens Stud*. 2022;37(2):e12716.
10. Jairoun AA, Al-Hemyari SS, Shahwan M, El-Dahiyat F. Development and validation of an instrument to appraise the tolerability, safety of use, and pleasantness of a cosmetic product. *Cosmetics*. 2023;10(1):15.
11. Kozik N. Analysis of Product Claims on Natural Cosmetics Packages. *ResearchGate*. Published online 2024.
12. Iqbal Z, Kaushik M. Safety concern and regulatory status of chemicals used in cosmetics and personal care products. *Dermato*. 2023;3(2):11.
13. Goh ML, Mohd Noor MNB. Understanding Purchase Intention of University Students Towards Skincare Products. *PSU Res Rev*. Published online 2019.
14. Wong CY. Influence of Consumer’s Knowledge in Skincare Product on Purchase Intention. *UTAR ePrints*; 2023.
15. Grădinaru V.; Tănăsescu, C. C. M. Digital Media and Consumer Literacy. *J Media Res*. 2022;15(1):30-44.
16. Nguyen-Viet B, Nguyen ATL. Vietnamese consumer’s perspective on green beauty care products: Exploring the impact of animal welfare concerns and skepticism toward green advertising. *Acta Psychol (Amst)*. Published online 2024.
17. Suminar R. Aggressive Social Media Advertising and Visual Appeal in Skincare Marketing: A Systematic Review on Impulsive Buying. *J Anal dan Manaj Strateg*. Published online 2025.
18. Silveira PD, Chawla Y, Xara-Brasil D. Influencing Consumer Decisions on Instagram: The Differential Impact of Posts and Stories Across the EKB Model. *Commun Today*. Published online 2024.
19. Khwela NP, Msosa SK. Social Media Influencers and Their Role in the Purchase Pattern of Products Among Females. *Bus Ethics Leadersh*. Published online 2024.
20. Limbu YB, Ahamed AFMJ. What influences green cosmetics purchase intention and behavior? A systematic review and future research agenda. *Sustainability*. 2023;15(15):11881.
21. Friis K, Pedersen MH, Aaby A, Lasgaard M, Maindal HT. Impact of low health literacy on healthcare utilization in individuals with cardiovascular disease, chronic obstructive pulmonary disease, diabetes and mental disorders. A Danish population-based 4-year follow-up study. *Eur J Public Health*. Published online 2020.
22. Sukys S, Kuzmarskiene G, Motiejunaite K. Systematic Review of Health Literacy and Health Behavior in Adolescents Research. *Epidemiologia*. 2026;7(1):29.
23. Lee IY, Lee SN. Effects of Beauty Influencer Credibility on Perceived Risks and Purchase Intention of Consumers. *Asian J Beauty Cosmetol*. 2022;20(2):213-225.