PENGARUH IKLAN TELEVISI KOSMETIK PEMUTIH KULIT TERHADAP SIKAP DAN PRAKTIK PEMAKAIANNYA PADA MAHASISWI FAKULTAS FARMASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA TAHUN 2012

SKRIPSI

Oleh :

ANNISA AMBAR RISANDI
K 100 080 109

FAKULTAS FARMASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
SURAKARTA
2013

PENGESAHAN SKRIPSI

Berjudul:

PENGARUH IKLAN TELEVISI KOSMETIK PEMUTIH KULIT TERHADAP SIKAP DAN PRAKTIK PEMAKAIANNYA PADA MAHASISWI FAKULTAS FARMASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA TAHUN 2012

Oleh :
ANNISA AMBAR RISANDI
K 100 080 109

Dipertahankan di hadapan Penguji Skripsi
Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada tanggal : 18 Januari 2013

Mengetahui,
Fakultas Farmasi
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Dekan,

Dr. Muhammad Da'i, M.Si., Apt.

Pembimbing Utama	Pembimbing Pendamping
DR. dr. EM. Sutrisna, M.Kes	Tanti Azizah Sujono, M.Sc., Apt

Penguji:

1. **Dra. Nurul Mutmainah, M.Si., Apt** 1. _____
2. **Tri Yulianti, M.Si., Apt** 2. _____
3. **DR. dr. EM. Sutrisna, M.Kes** 3. _____
4. **Tanti Azizah Sujono, M.Sc., Apt** 4. _____

DEKLARASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka

Surakarta, Desember 2012

Mahasiswa

Annisa Ambar Risandi

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur kami panjatkan Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia dan bimbingan-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Iklan Televisi Kosmetik Pemutih Kulit Terhadap Sikap dan Praktik Pemakaiannya Pada Mahasiswi Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiya Surakarta Tahun 2012".** Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan dalam mendapatkan gelar kesarjanaan Program Studi Ilmu Farmasi Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan dan kekuatan untuk menyelesaikan skripsi ini
2. Bapak Dr. Muhammad Da'i, M.Si., Apt., selaku Dekan dan Pembimbing Akademik Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak DR. dr. EM. Sutrisna, M.Kes dan Ibu Tanti Azizah Sujono, M.Sc., Apt selaku dosen pembimbing.
4. Bapak, Mama, Dhek Fajar, Dhek Kiki, Mas Ridjang dan keluarga besar yg selalu memberi semangat, doa, dan dukungannya.
5. Teman-teman Farmasi angkatan 2008 dan teman-teman main saya di rumah.
6. Dan berbagai pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda atas jasa-jasa besar mereka semua. Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini jauh dari sempurna, namun walaupun demikian penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak lain yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Desember 2012

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

HALAMAN DEKLARASI iii

KATA PENGANTAR iv

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR LAMPIRAN ix

ABSTRAK x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Perumusan Masalah 3

C. Tujuan Penelitian 3

D. Tinjauan Pustaka 3

1. Periklanan 3

a. Definisi Periklanan 3

b. Media Periklanan 4

2. Iklan Kosmetik 4

3. Kulit 7

a. Anatomi Kulit 7

b. Fungsi Kulit 8

4. Kosmetika Pemutih Kulit 8

a. Definisi 8
b. Bahan-bahan aktif yang menimbulkan reaksi negatif dalam kosmetika pemutih kulit 9
5. Sikap 10
a. Pengertian Sikap 10
b. Sikap Terhadap Iklan 11
6. Praktik 12
E. Landasan Teori 12
F. Hipotesis 13
BAB II METODE PENELITIAN.....14
A. Jenis Penelitian.....14
B. Definisi Operasional Penelitian.....14
C. Variabel Penelitian 14
D. Populasi dan Sampel Penelitian 14
E. Cara Pengambilan Sampel 15
F. Tempat Penelitian dan Waktu Penelitian 15
G. Pengumpulan Data 15
H. Alat Penelitian.....16
I. Metode Analisis 16
J. Jalannya Penelitian.....20
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN 21
A. Hasil Uji Validitas Kuesioner 21
B. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner.....21

C. Distribusi Frekuensi Responden.....22

D. Uji Corelation Product Moment Pearson Antara Iklan Televisi Kosmetik Pemutih Kulit Dengan Sikap dan Praktik Pemakaian Kosmetik Pemutih Kulit 24

Bab IV KESIMPULAN DAN SARAN.....27

A. Kesimpulan 27

B. Saran.....27

DAFTAR PUSTAKA 28

LAMPIRAN 31

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kuisioner paparan iklan televisi kosmetik pemutih kulit.....17

Tabel 2. Kategori penilaian tingkat paparan iklan televisi kosmetik pemutih kulit 17

Tabel 3. Kuisioner sikap mengenai iklan televisi kosmetik pemutih kulit 18

Tabel 4. Kategori penilaian sikap mengenai iklan televisi kosmetik pemutih kulit 18

Tabel 5. Kuisioner praktik pemakaian kosmetik pemutih kulit 19

Tabel 6. Kategori penilaian praktik pemakaian kosmetik pemutih kulit 19

Tabel 7. Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi 20

Tabel 8. Distribusi mahasiswi Farmasi Universitas Muhamadiyah Surakarta 22

Tabel 9. Paparan iklan televisi kosmetik pemutih kulit 22

Tabel 10. Sikap mengenai iklan televisi kosmetik pemutih kulit 23

Tabel 11. Praktik pemakaian kosmetik pemutih kulit.....23

Tabel 12. Tabel hasil analisis iklan televisi kosmetik pemutih kulit dengan sikap mahasiswi mengenai iklan kosmetik pemutih kulit 24

Tabel 13. Tabel hasil analisis iklan televisi kosmetik pemutih kulit dengan praktik pemakaian kosmetik pemutih kulit 25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner 31
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas 36
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas 37
Lampiran 4. Distribusi Frekuensi 38
Lampiran 5. Hasil Uji Korelasi 40

INTISARI

Eksistensi iklan di televisi, di satu sisi memberi informasi dan hiburan, di sisi lain memberi dampak negatif, seperti pengaruh perubahan pola pikir, sikap dan perilaku. Kosmetika termasuk produk pemutih kulit adalah sediaan farmasi, maka menjadi tugas seorang farmasis untuk mengendalikannya sehingga pembuatannya mengikuti persyaratan, keamanan, kemanfaatan, dan periklanannya, sesuai Undang-Undang Kesehatan serta Peraturan Pelaksanaannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh iklan kosmetik pemutih kulit terhadap sikap dan praktik pemakaiannya pada mahasiswi Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian survey analitik dengan pendekatan *cross sectional* yang dilakukan di Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Data diperoleh dari kuesioner yang diisi responden. Jumlah sampel sebanyak 213 orang yang kemudian data diolah dengan uji *corelation product moment pearson*.

Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa ada pengaruh positif antara paparan iklan televisi kosmetik pemutih kulit dengan sikap terhadap iklan televisi kosmetik pemutih kulit maupun terhadap praktik pemakaiannya.

Kata kunci : Iklan televisi, Kosmetik pemutih kulit, Sikap, Praktik, Mahasiswi.