



Upaya Peningkatan Pengetahuan Siswa SMK Farmasi Bina Putera Nusantara Mengenai *Skincare* Melalui Aplikasi *Skinowledge*

Lusi Nurdianti^{1*}, Fajar Setiawan², Firdan Gusmara Kusumah³, Rani Rubiyanti⁴

¹⁻³Universitas Bakti Tunas Husada Tasikmalaya Indonesia, ⁴Politeknik Kesehatan Tasikmalaya Indonesia

*Penulis Koresponden, email: lusinurdianti@universitas-bth.ac.id

Diterima: 02-07-2024

Disetujui: 27-08-2024

Abstrak

Penggunaan *skincare* yang tepat sangat penting untuk kesehatan kulit dan dapat mencegah berbagai masalah kulit. Namun, masih banyak masyarakat yang kurang memahami cara memilih dan menggunakan produk *skincare* yang sesuai dengan jenis kulit dan kondisi mereka. Artikel ini membahas manfaat edukasi penggunaan *skincare* melalui aplikasi *Skinowledge*, sebuah platform inovatif yang dirancang untuk memberikan informasi yang akurat dan terpercaya mengenai perawatan kulit. Aplikasi ini menyediakan fitur analisis kulit, rekomendasi produk, dan panduan penggunaan yang dipersonalisasi. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini meliputi penyuluhan dan pelatihan penggunaan aplikasi *skinowledge* dan dievaluasi melalui *pre test* dan *post test*. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa aplikasi *Skinowledge* dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam memilih dan menggunakan produk *skincare* yang lebih baik. Edukasi berbasis teknologi ini diharapkan dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan kualitas kesehatan kulit masyarakat secara luas.

Kata Kunci: Pengetahuan siswa, edukasi *skincare*, aplikasi *skinowledge*, fitur analisis kulit, produk *skincare*

Abstract

Using the right *skincare* is very important for healthy skin and can prevent various skin problems. However, there are still many people who don't understand how to choose and use *skincare* products that suit their skin type and condition. This article discusses the benefits of education on the use of *skincare* through the *Skinowledge* application, an innovative platform designed to provide accurate and reliable information about skin care. This app provides skin analysis features, product recommendations, and personalized usage guidance. The methods used in this service include counseling and training on the use of the *Skinowledge* application and are evaluated through pre-tests and post-tests. The results of the service show that the *Skinowledge* application can increase people's knowledge and skills in choosing and using better *skincare* products. It is hoped that this technology-based education can be an effective solution for improving the quality of skin health in the wider community.

Keywords: Student knowledge, *skincare* education, *skinowledge* application, skin analysis features, *skincare* products

Pendahuluan

Penggunaan produk perawatan kulit atau *skincare* di kalangan remaja, khususnya perempuan, meningkat tajam dalam beberapa tahun belakangan ini (Zuo et al. 2020). *Skincare* adalah suatu produk kosmetika yang digunakan untuk melindungi, menutrisi dan meremajakan kulit, baik yang kosmeseutikal (produk kosmetik yang mengandung bahan aktif biologis yang memiliki manfaat terapeutik pada permukaan yang diterapkan) ataupun yang membutuhkan resep dalam penggunaannya (Nahai and Miota 2022). *Skincare* perawatan wajah dapat berupa sediaan krim, sabun, lotion ataupun suntikan (Truswell 2020). Survei yang dilakukan oleh lembaga riset kecantikan Indonesia melaporkan peningkatan penggunaan *skincare* sebesar 83% dari tahun 2015 hingga 2022 (Syauki and Alvina 2020). Bagi remaja perempuan, 62% menganggap bahwa *skincare* merupakan produk yang sangat penting. Hal ini seiring dengan meningkatnya produktivitas industri kosmetik dalam negeri, dengan pertumbuhan kinerja industri kosmetik sebesar 93% sejak tahun 2020, di mana produk perawatan kulit wajah mendominasi pangsa pasar (Sari 2022).

Peningkatan konsumsi *skincare* di kalangan remaja juga dipengaruhi oleh eksposur mereka terhadap informasi kecantikan dan *skincare* melalui internet dan media sosial. Platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan media digital lainnya dipenuhi dengan konten *skincare* yang mudah diakses dan dikonsumsi oleh remaja setiap harinya (Irwanto and Hariatiningsih 2020). Penelitian menunjukkan bahwa 54% responden mendapatkan informasi dalam memilih produk *skincare* melalui media sosial, lebih tinggi dibandingkan dengan media offline seperti brosur dan koran (Hilmi, Rianoor, and Gatera 2022). Dalam penelitian ini kami mencoba mengembangkan aplikasi edukasi terkait cara penggunaan *skincare* yg baik dan benar melalui aplikasi *Skinowledge* sehingga harapannya selain memudahkan diakses di *play Store* juga disediakan fitur untuk berkonsultasi juga terkait penggunaan dan pemilihan *skincare* serta perawatan kulit yang tepat dan aman.

Sayangnya, melimpahnya informasi ini tidak selalu diiringi dengan kualitas dan kebenarannya. Tingginya penggunaan *skincare* di kalangan remaja justru berbanding terbalik dengan minimnya pemahaman mereka tentang

skincare yang (Balqis, Sholih, and Salman 2022). Survei terhadap 400 siswa SMK di lima kota besar di Jawa Barat mengungkapkan bahwa hanya 29% siswa yang benar-benar memahami manfaat dari produk *skincare* yang mereka gunakan setiap hari, sementara 51% cukup paham, dan 20% tidak paham sama sekali (Irawati and Laksmi 2021). Demikian pula, 52% siswa mengaku asal memilih produk *skincare* tanpa memperhatikan kecocokannya dengan jenis kulit masing masing (Andrini 2023).

Rendahnya literasi *skincare* berisiko mendorong remaja untuk memilih dan menggunakan produk *skincare* tanpa mempertimbangkan keamanan dan manfaatnya. Akibatnya, penggunaan *skincare* yang salah berpotensi merusak kesehatan kulit, menimbulkan berbagai masalah seperti alergi, iritasi, jerawat, kulit kering, hingga hiperpigmentasi (Fadila et al. 2020).

SMK Farmasi Bina Putera Nusantara (BPN) Tasikmalaya merupakan salah satu SMK farmasi di Jawa Barat yang berpotensi besar untuk dijadikan target utama edukasi *skincare*. Sebagai sekolah menengah kejuruan di bidang farmasi, SMK BPN memiliki kebutuhan untuk memberikan edukasi yang mendalam kepada siswa-siswanya tentang produk-produk farmasi dan kesehatan, termasuk *skincare*. Namun, metode pembelajaran konvensional mungkin kurang efektif dalam menyampaikan informasi yang detail dan *up-to-date* tentang produk-produk *skincare* terbaru (Hilmi, Rianoor, and Gatera 2022).

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi *skincare* pada siswa SMK BPN Tasikmalaya melalui aplikasi *Skinowledge*. Aplikasi ini diharapkan dapat menjadi media pembelajaran yang interaktif dan menarik bagi siswa dalam mempelajari produk-produk *skincare*. Melalui aplikasi ini, siswa dapat memperoleh informasi yang lengkap dan terkini tentang manfaat, cara penggunaan, dan komposisi bahan-bahan dalam produk *skincare*. Aplikasi ini juga menyajikan materi dalam bentuk yang menarik seperti gambar, video, animasi, atau simulasi, serta fitur-fitur interaktif seperti kuis, permainan, atau studi kasus.

Dengan adanya aplikasi *Skinowledge*, siswa SMK BPN diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka di bidang *skincare*, yang merupakan salah satu aspek penting dalam bidang farmasi dan kesehatan. Hal

ini akan mempersiapkan mereka untuk memasuki dunia kerja atau melanjutkan pendidikan di bidang yang relevan dengan lebih baik, sehingga dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar tenaga kerja atau pendidikan lanjutan.

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah melalui penyuluhan dan diskusi interaktif terkait manfaat edukasi penggunaan *skincare* melalui penggunaan aplikasi *Skinowledge* dimana kegiatan dilakukan oleh sivitas akademika yang terdiri dari dosen, dan mahasiswa dari Prodi Farmasi, Fakultas Farmasi Universitas Bakti Tunas Husada dengan target sasaran mitra siswa/siswi SMK Farmasi Bina Putera Nusantara.

Kegiatan yang dilakukan dimulai dari sosialisasi yang dilakukan melalui survei awal untuk mengidentifikasi kebutuhan literasi *skincare* pada siswa SMK Farmasi BPN Tasikmalaya. Metode yang dilakukan melalui pelatihan dengan penyuluhan terkait edukasi penggunaan *skincare* yang dilakukan secara komprehensif melalui metode ceramah, diskusi dan praktek langsung penggunaan aplikasi *skinowledge* dengan terlebih dahulu mendownload aplikasi pada handphone android dan membuka fitur yang berkaitan dengan *skincare* dan cara penggunaannya.

Untuk mengukur peningkatan pemahaman siswa setelah penyuluhan maka dilakukan *Pre-test* dan *Post-test* yang diolah menggunakan software SPSS. Total peserta yang termasuk dalam kriteria inklusi dalam kegiatan ini adalah 65 orang. Instrumen yang digunakan terdiri dari 10 pertanyaan melalui *google form* yang berisi mengenai jenis sediaan *skincare* dan cara penggunaannya. Instrument yang digunakan sudah dilakukan uji validitas dan reliabilitasnya. Pada akhir kegiatan dilakukan pembagian paket *skincare* dasar untuk melatih siswa dalam memilih dan menggunakan produk *skincare* dasar melalui pembagian paket *skincare* dasar (*cleanser, toner, moisturizer, dan sunscreen*).

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan telah dilaksanakan pada hari selasa tanggal 30 Juli 2024 yang bertempat di SMK Farmasi Bina Putera Nusantara yang beralamat di Jl.

Sukarindik, di Jln. Sukarindik No. 63A Panyingkiran, Kec Indihiang, Kota Tasikmalaya No. Telpn : 0265 346079 NPSN : 20224523 dengan tema Manfaat Edukasi Penggunaan *Skincare* melalui aplikasi *skinowledge* di SMK Farmasi Bina Putera Nusantara. Kegiatan ini dihadiri oleh sepuluh (12) orang dosen pada prodi S1 Farmasi Universitas BTH dengan mahasiswa sebanyak 6 orang dan peserta yang hadir sebanyak 65 orang dari siswa/siswi SMK Farmasi Bina Putera Nusantara. Materi yang diberikan pada kegiatan penyuluhan adalah berupa Penyuluhan dan diskusi interaktif terkait jenis *skincare*, cara penggunaan dan pengenalan aplikasi *skinowledge* untuk meningkatkan literasi terkait *skincare* yang aman, bermutu dan benar dan tepat dalam pengaplikasiannya.

Gambar 1.
Kegiatan Penyuluhan



Materi penyuluhan ini sangat penting diberikan kepada siswa/siswi SMK Farmasi dan masyarakat pada umumnya mengingat kosmetik seperti *skincare* banyak digunakan mulai dari kalangan remaja sampai orangtua dengan jenis yang beragam dan merk produk yang banyak beredar baik di *offline* atau *online shope* sehingga edukasi terkait penggunaan *skincare* yang baik, jenis *skincare* yang aman dan teregistrasi secara legal dan jelas di BPOM perlu diketahui secara komprehensif sehingga remaja dan masyarakat akan pintar dalam menggunakan dan memilih *skincare* yang tepat untuk jenis kulitnya sehingga terjadinya kosmetik palsu dan tidak aman akan bisa diminimalisir penggunaannya secara maksimal (Nurfadhilah et al. 20230). Pengenalan aplikasi *skinowledge* pada peserta diharapkan membantu sebagai media untuk edukasi yang baik karena fitur-fitur yang tersedia memuat secara komprehensif terkait jenis *skincare* dan manfaatnya. Untuk fitur *skinowledge* dapat dilihat link

[https://play.google.com/store/apps/details?id=com.hadahade.skinowledge
&pcampaignid=web_share](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.hadahade.skinowledge&pcampaignid=web_share)

Gambar 2.
Tampilan Depan Fitur *Skinowledge*



Gambar 3.
Pelaksanaan *Pre-test* dan *Post-Test* dan Pembagian Produk



Gambar 4.
Tim Pengabdian Kepada Masyarakat



Selain pemaparan materi, dilakukan juga *pre-test* serta *post-test*. Perlakuan demikian untuk mengukur pengetahuan peserta mengenai edukasi penggunaan *skincare* yang baik melalui program *skinowledge*. Selanjutnya, dilakukan tanya jawab, pada kesempatan ini peserta mengajukan beberapa pertanyaan dan dilakukan pembagian produk paket produk *skincare* kepada siswa/siswi SMK Farmasi Bina Putera Nusantara.

Kegiatan ini bertujuan untuk mengevaluasi pengetahuan siswa mengenai *skincare* sebelum dan sesudah intervensi pendidikan. Sebanyak 65 siswa berpartisipasi dalam kegiatan ini, dan masing-masing menjawab 10 pertanyaan meliputi tujuan utama fitur informasi *skincare* dalam aplikasi *skinowledge*, manfaat penggunaan toner dan serum dalam perawatan kulit, manfaat utama fitur video dalam aplikasi *skinowledge*, bagaimana memulai fitur chat ahli dalam aplikasi *skinowledge*, pemilihan aplikasi dalam memilih produk *skincare* yang tepat melalui pengetahuan *skincare* pada saat *pre-test* dan *post-test*. Analisis statistik dilakukan menggunakan uji t berpasangan (*paired t-test*) untuk menentukan apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara skor rata-rata *pre-test* dan *post-test*.

Berdasarkan hasil analisis uji t berpasangan, diperoleh nilai t-statistik sebesar -40.755 dengan nilai p sebesar 1.682×10^{-47} . Nilai p yang jauh lebih kecil dari 0.05 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara skor rata-rata *pre-test* dan *post-test*. Hasil ini mengindikasikan bahwa intervensi pendidikan yang diberikan telah berhasil meningkatkan pengetahuan siswa mengenai *skincare* (Notoadmodjo 2014).

Peningkatan Pengetahuan siswa terkait *skincare* membawa dampak positif terhadap peningkatan kualitas Kesehatan dimana siswa akan lebih memahami akan pentingnya memilih dan menggunakan *skincare* yang baik, aman dan bermutu. Selain itu juga pemilihan *skincare* harus disesuaikan dengan kondisi kulit dan tahapan penggunaan yang sesuai sehingga efikasi dari produk yang digunakan akan lebih maksimal.

Penutup

Program penyuluhan Edukasi Penggunaan *Skincare* melalui aplikasi *Skinowledge* di SMK Farmasi Bina Putera Nusantara Kota Tasikmalaya mendapatkan respon yang positif dari siswa/siswi dan manajemen sekolah setempat. Keunggulan dari aplikasi *skinowledge* adalah memiliki banyak fitur yang ditampilkan seperti jenis *skincare* yang rutin digunakan mulai dari penjelasan sediaan, manfaat, aturan pakai dan contoh produk yang bisa digunakan. Selain itu juga dalam aplikasi ini diberikan fitur untuk konsultasi

gratis terkait *skincare* dan perawatan kulit sehingga memudahkan pengguna untuk konsultasi dan menerima solusi perawatan kulit yang baik dan aman.

Selain keunggulan dari aplikasi ini ada beberapa keterbatasan salah satunya bahwa aplikasi ini baru bisa di *install* di *play store* android sehingga baru bisa diaplikasikan untuk peserta yang menggunakan android. Harapan kedepannya semoga perbaikan aplikasi ini lebih berkembang dan bisa digunakan untuk semua kalangan masyarakat yang membutuhkan.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Kemendikbud Ristek DIKTI atas pendanaan hibah PKM ini sehingga kegiatan bisa berjalan dengan lancar sesuai target yang diharapkan.

Daftar Pustaka

- Andrini, Nita. 2023. "Karakteristik Dan Perawatan Kulit Untuk Orang Asia." *Jurnal Pandu Husada* 4(3):14–23.
- Balqis, Asyifa Yan, Mally Ghinan Sholih, and Salman. 2022. "Hubungan Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Skincare Pemutih Wajah Yang Mengandung Merkuri Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8(10):301–9. doi: 10.5281/zenodo.6820141.
- Fadila I, Minerva P, Astuti M. 2020. "Hubungan Pengetahuan Kosmetika Dengan Pemilihan Kosmetik Perawatan Kulit Wajah Siswa Kelas XI Jurusan Tata Kecantikan Smk Negeri 7 Padang" *J Tata Rias Dan Kecantikan [Internet]* 1(2). Available from: <http://jitrk.ppj.unp.ac.id/index.php/jitrk> Vol.
- Hilmi, Indah Laily, Nalisha Putri Rianoor, and Vesara Ardhe Gatera. 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):203–12.
- Irawati, Indira, and Laksmi. 2021. "The Representation of Health Literacy Level in Millennial Adolescents Healthy Living Behaviour." *Buletin Al-Turas* 27(2):265–82.
- Irwanto, and Laurensia Retno Hariatiningsih. 2020. "Penggunaan Skincare Dan Penerapan Konsep Beauty 4.0 Pada Media Sosial (Studi Netnografi Wanita Pengguna Instagram)." *Journal Komunikasi* 11(2):119–28. doi: 10.31294/jkom.
- Karuniawaty A. 2021. "Hubungan Tingkat Pengetahuan Kosmetika dengan Perilaku Menghindari Kosmetika yang Mengandung Rhodamin-B". *J Tata Rias*. 11(2):1–12.

- Putri S. 2022. "Pengaruh kualitas produk skincare something dan kualitas pelayanan pada store its'gorgeous.co pekanbaru terhadap keputusan pembelian ditinjau dari ekonomi syariah".
- Sari, Ratih Ikha Permata. 2022. "FDI Dan Inflasi Memengaruhi Pertumbuhan Industri Kosmetik Di Indonesia." *Journal of Applied Business and Economic (JABE)* 8(4):451–61.
- Syauki, Wifka Rahma, and Diyah Ayu Amalia Alvina. 2020. "Persepsi Dan Preferensi Penggunaan Skincare Pada Perempuan Milenial Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran." *Jurnal Manajemen Komunikasi* 4(2):42–60.
- Nahai, F., Miotto GC. 2020. "Soft tissue assessment, optimization, and planning. In: Aesthetic Surgery of the Facial Skeleton". Elsevier; p. 354–62.
- Notoadmodjo, S. 2014. "Imu Perilaku Kesehatan". Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurfadhilah Pratiwi, Andi Asrina, Chaeruddin Hasan. 2023. " Hubungan Pengetahuan Dengan Pemilihan Skincare Pada Remaja Putri Di Smpn 1 Awangpone," *Window of Public Health Journal*, Vol.4 No. 4 :630-637.
- Truswell, WH. 2020. "Prescription Skin Care Products and Skin Rejuvenation". *Facial Plast Surg Clin North Am* [Internet]. 28(1):59–65. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.fsc.2019.09.005>
- Zuo, Zhihong, Ben Wang, Minxue Shen, Hongfu Xie, Ji Li, Xiang Chen, and Yiya Zhang. 2020. "Skincare Habits and Rosacea in 3,439 Chinese Adolescents: A University-Based Cross-Sectional Study." *Acta Dermato-Venereologica* 100(6):1–5. doi: 10.2340/00015555-3442.

