

**HUBUNGAN GAYA HIDUP DAN PAPARAN MEDIA IKLAN DENGAN
PERILAKU PENGGUNAAN KOSMETIK PEMUTIH WAJAH PADA
REMAJA SMA MUHAMMADIYAH 5 DUKUN KABUPATEN GRESIK**

SKRIPSI



IRO MAISAROH

NIM: 15.02.01.1904

**FAKULTAS KESEHATAN PRODI S1 KEPERAWATAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH LAMONGAN**

2019

**HUBUNGAN GAYA HIDUP DAN PAPARAN MEDIA IKLAN DENGAN
PERILAKU PENGGUNAAN KOSMETIK PEMUTIH WAJAH PADA
SISWI SMA MUHAMMADIYAH 5 DUKUN KABUPATEN GRESIK**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Prodi S1 Keperawatan Fakultas Ilmu Kesehatan
Universitas Muhammadiyah Lamongan Sebagai Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Keperawatan**

Oleh :

**IRO MAISAROH
NIM 15.02.01.1904**

**PROGRAM PRODI I S1 KEPERAWATAN
FAKULTAS ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH LAMONGAN**

2019

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini

NAMA : IRO MAISAROH
NIM : 15.02.01.1904
TEMPAT, TANGGAL LAHIR : LAMONGAN, 27 MEI 1997
INSTITUSI : PROGRAM STUDI S1 KEPERAWATAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
LAMONGAN

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “Hubungan gaya hidup dan paparan media iklan dengan perilaku penggunaan kosmetik pemutih wajah pada remaja SMA Muhammadiyah 5 Dukun Kabupaten Gresik” adalah bukan Skripsi orang lain sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian sura tpernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapat sanksi akademis.

Lamongan, 14 Mei 2019
Yang menyatakan

IRO MAISAROH
NIM. 15.02.01.1904

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi Oleh : IRO MAISAROH
NIM : 15.02.01.1904
Judul : Hubungan gaya hidup dan paparan media iklan dengan perilaku penggunaan kosmetik pemutih wajah pada remaja SMA Muhammadiyah 5 Dukun Kabupaten Gresik

Telah disetujui untuk diujikan dihadapan Dewan Penguji Skripsi pada tanggal: Mei 2019

Mengetahui :

Pembimbing I



**H. Alifin, SKM., M.Kes
NIK. 19610421 200508004**

Pembimbing II



**SITI SOLIKHAH, S.Kep.,Ns., M.Kes MM
NIK. 19860206 200709027**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Oleh : IRO MAISAROH
NIM : 15.02.01.1904
Judul : Hubungan gaya hidup dan paparan media iklan dengan perilaku penggunaan kosmetik pemutih wajah pada remaja SMA Muhammadiyah 5 Dukun Kabupaten Gresik

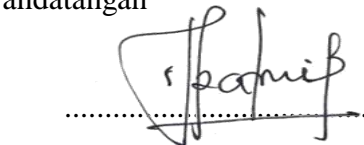
Telah Diuji dan Disetujui Oleh Tim Penguji Pada Ujian Sidang Skripsi DiProgram Studi S1 Keperawatan Universitas Muhammadiyah Lamongan.

Tanggal :14 Mei 2019

PANITIA PENGUJI

Tandatangan

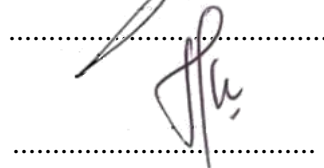
Ketua : Suratmi, S.Kep, Ns, M.Kep



Anggota : 1.H. Alifin, SKM., M.Kes



2. SITI SHOLIKHAH, S.Kep, Ns., M.Kes



Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Kesehatan
Universitas Muhammadiyah Lamongan



Arifal Aris, S.Kep., Ns., M.Kes
NIK. 19780821 200601 015

CURICULUM VITAE

Nama : IRO MAISAROH
Tempattanggallahir : Gresik, 27 Mei 1997
Alamat : Jalan masjid jami' RT 14 RW 03 Desa Padang bandung
Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik

RiwayatPendidikan :

1. TK AisyiyahBustanulAthfal 07 Padang Bandung Dukun Gresik Lulus Tahun 2004
2. SDMuhammadiyah 2 Dukun Gresik Lulus Tahun 2009
3. MTS YKUI MaskumambangDukun Gresik Tahun 2012
4. MA YKUI MaskumambangDukun GresikLulus Tahun 2015
5. Fakultas Kesehatan Prodi S1 Keperawatan Universitas Muhammadiyah Lamongan pada tahun 2015 sampai 2019.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Kegagalan dimasa lalu akan terhubung membuat sebuah titik - titik yang membentuk sebuah jalan kesuksesan

Kupersembahkan Skripsi Ini Untuk :

Kedua orang tua saya, Bapak H.Ahmad Zainuri dan Ibu Asyifa (Alm), kedua saudaraku, lailul amni, moh saifi, bibiku yang tercinta serta keluarga, teman temanku dan alumni kos pakjad yang senantiasa menyertai perjuanganku ini dengan do'a, cinta dan kasih sayang.

ABSTRAK

Maisaroh, Iro 2019. **Hubungan Gaya hidup dan Paparan media iklan dengan perilaku penggunaan kosmetik pemutih wajah pada remaja SMA Muhammadiyah 5 Dukun Kabupaten Gresik**. Skripsi Program Studi SI Keperawatan, Universitas Muhammadiyah Lamongan. Pembimbing : (1) H. Alifin,SKM.,(2) Abdul Majid , SE., MM

Perilaku penggunaan kosmetik pemutih wajah yaitu suatu respon terhadap stimulus dalam bentuk perilaku tertutup sikap,, perhatian pengetahuan dan perilaku terbuka berupa tindakan nyata pemakaian kosmetik pemutih kulit. Desain penelitian analitik dengan pendekatan *cross sectional*, populasi seluruh remaja putri sebanyak 47 sampelnya 47 remaja data diambil dengan lembar kuesioner pengolahan data menggunakan *uji spearman rank* dengan p 0,000. Dari 47 responden yang sebagian 51,1% memiliki gaya hidup baik, sebagian 55,3% memiliki paparan media iklan baik, dan sebagian 63,8% memiliki perilaku tidak memaki kosmetik pemutih wajah. Berdasarkan hasil *uji spearman rank* gaya hidup dengan perilaku penggunaan kosmetik pemutih wajah dengan nilai korelasi *spearman rank* sebesar 0,825 dengan nilai sig = ,000 ($P < 0,05$) sehingga H1 diterima yang artinya terdapat hubungan antara paparan media iklan dengan perilaku penggunaan kosmetik pemutih wajah pada remaja dengan nilai korelasi *spearman rank* sebesar 0,752 dengan nilai sig = ,000 ($P < 0,05$) sehingga H1 diterima yang artinya terdapat hubungan antara paparan media iklan dengan perilaku penggunaan kosmetik pemutih wajah.

Diharapkan hasil penelitian ini remaja putri memiliki gaya hidup yang baik agar tidak mudah terpengaruh dengan lingkungan disekitarnya.

Kata Kunci: *Gaya hidup, paparan media iklan , kosmetik pemutih wajah.*

ABSTRACT

Maisaroh, Iro 2019. **Relationship between Lifestyle and Advertisements on advertising media about the use of face whitening cosmetics in adolescents of Muhammadiyah 5 High School in the District of Gresik.** Thesis SI Nursing Study Program, Muhammadiyah University Lamongan. Advisors: (1) H. Alifin, SKM. (2) Abdul Majid, SE., MM

Cosmetic skin whitening is a response to stimuli in the form of closed behavior. Analytical research design with cross sectional study, 47 young female adolescent samples, 47 teenagers data taken with questionnaire sheets, data processing using spearman rank test with $p < 0,000$. Of the 47 respondents, most of which 51.1% had good lifestyles, most of them 55.3% contributed good advertising media, and some 63.8% had problems not cursing facial whitening cosmetics. Based on the Spearman test results lifestyle ratings were the use of facial whitening cosmetics with a value against spearman rank is 0.825 with a value of $\text{sig} = 000$ ($P < 0.05$) so H_1 is accepted related to the relationship between advertising media and the use of cosmetic whitening on proteins with a spearman rating of 0.752 $\text{sig} = 000$ ($P < 0.05$) so that H_1 is accepted which means that it is related to media publication with the use of facial whitening cosmetics.

It is expected that the results of this study young women have a good lifestyle so as not to be easily affected by the surrounding environment.

Keywords: *Lifestyle, advertising broadcast media, face whitening cosmetics.*

KATA PENGANTAR

Semoga Allah SWT memberi balasan pahala atas semua amal kebaikan yang diberikan. Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi semua pembaca pada umumnya.

1. Drs. H. Budi Utomo, Amd.Kep. M.Kes., Rektor Universitas Muhammadiyah Lamongan.
2. Arifal Aris, S.Kep.,Ns.,M.Kes, selaku Dekan Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Lamongan.
3. Ns, Suratmi, S.Kep., M. Kep, selaku Kaprodi S1 Keperawatan Universitas Muhammadiyah Lamongan.
4. Fajri, S. Ag , selaku kepala sekolah,yang telah memberikan izin dan fasilitas untuk membuat Proposal.
5. H. Alifin, SKM, M.Kes, selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, saran, dorongan moril selama penyusunan proposal ini.
6. Abdul Majid,SE.MM.,selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, saran, dorongan moril selama penyusunan Proposal ini.
7. Kedua orang tua saya tercinta yang telah memberikan dukungan baik berupa material maupun spiritual serta kasih sayang dan semangat yang tiada henti.
8. Saudara saudariku yang telah memberi dukungan, semangat dan doa demi terselesaikannya proposal ini.
9. Teman-temanku semuanya yang senantiasa memberiku semangat dan saling membantu dalam penyelesaian proposal ini.
10. Semuapihak yang telah memberikan dukungan moril dan materil demi terselesaikannya Skripsi lini.
11. Seluruh respon denyang telah bersedia memberikan informasi dalam penyusunan Skripsi ini.

Semoga Allah SWT, memberi balasan pahala atas semua amal kebaikan yang di berikan. Penulis menyadari Skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun semangat penulis harapkan, akhirnya penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi semua pembaca pada umumnya.

Lamongan,14 Mei 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
<i>CURICULUM VITAE</i>.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
Abstrak.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR SIMBOL DAN SINGKATAN	xvi
BAB 1 : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Umum	6
1.3.2 Tujuan Khusus	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Gaya Hidup	8
2.1.1 Pengertian Gaya Hidup	8
2.1.2 Faktor mempengaruhi Gaya Hidup	9
2.1.3 Macam –Macam Gaya Hidup.....	11
2.1.4 Alat Pengukuran Gaya Hidup	12
2.1.5 Indikator Gaya Hidup.....	13

2.2	Konsep Iklan	13
2.2.1	Pengertian Iklan.....	13
2.2.2	Sifat – Sifat Iklan.....	15
2.2.3	Jenis – jenis iklan	15
2.2.4	Fungsi iklan	16
2.2.5	Indikator iklan	17
2.3	Konsep Perilaku	17
2.3.1	Pengertian Perilaku.....	17
2.3.2	Domain Perilaku.....	18
2.3.3	Faktor yang mempengaruhi Perilaku	20
2.3.4	Strategi Perubahan Perilaku	20
2.3.5	Proses Perubahan Perilaku	21
2.3.6	Indikator Perilaku Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah	22
2.4	Konsep Kosmetik Pemutih Wajah	22
2.4.1	Pengertian kosmetik	22
2.4.2	Klasifikasi	22
2.4.3	Jenis Krim Pemutih	23
2.4.4	Kandungan Kosmetik.....	23
2.4.5	Bahan – bahan berbahaya yang terkandung dalam kosmetik pemutih	24
2.5	Konsep Remaja	25
2.5.1	Pengertian Remaja	25
2.5.2	Tahapan Remaja.....	26
2.5.3	Karakteristik Perkembangan Sifat Remaja	27
2.5.4	Perkembangan Fisik	28
2.6	Kerangka Konsep.....	30
2.7	Hipotesis.....	31
BAB 3 METODE PENELITIAN		
3.1	Desain Penelitian	32
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian.....	32
3.3	Kerangka Kerja	33

3.4	Sampling Desain (Populasi, Sampel dan Sampling)	34
3.4.1	Populasi Penelitian	34
3.4.2	Sampel Penelitian	34
3.4.3	Kriteria Sampel.....	34
3.5	Identifikasi Variabel	35
3.5.1	Variabel Independent.....	35
3.5.2	Variabel Dependent	35
3.6	Definisi Operasional	36
3.7	Pengumpulan dan Analisa Data.....	38
3.7.1	Pengumpulan Data	38
3.7.2	Proses Pengumpulan Data.....	38
3.7.3	Instrumen Penelitian.....	39
3.7.4	Pengolahan dan Analisis Data.....	40
3.8	Penyajian Data	43
3.9	Etika Penelitian.....	43
3.9.1	<i>Informed Consent</i>	44
3.9.2	<i>Anonimity</i>	44
3.9.3	<i>Confidentiality</i>	44

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	46
4.1.1	Hasil Penelitian	46
4.1.2	Data Umum.....	47
4.1.3	Data Khusus	48
4.2	Pembahasan	52
4.2.1	Gaya Hidup dengan Perilaku Penggunaan Kosmetik pemutih wajah	52
4.2.2	Paparan Media Iklan dengan Perilaku penggunaan Kosmetik pemutih wajah	54
4.2.3	Perilaku Penggunaan Kosmetik Pemutih wajah	55
4.2.4	Hubungan Gaya hidup dengan Perilaku Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah	56

4.2.5 Hubungan Paparan Media Iklan dengan Perilaku Penggunaan Kosmetik Pemutih Wajah	58
BAB 5 PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Definisi Operasional Hubungan gaya hidup dan paparan media iklan dengan perilaku penggunaan pada remaja SMA Muhammadiyah 5 Dukun Gresik	36
Tabel 4.1 Distribusi Berdasarkan Jenis Kealaminn	46
Tabel 4.2 Distribusi Berdasarkan Umur	46
Tabel 4.3 Distribusi gaya hidup berdasarkan perilaku penggunaan kosmetik pemutih wajah pada remaja SMA Muhammadiyah 5 Dukun Kabupaten Gresik.....	46
Tabel 4.4 Distribusi paparan media iklan di SMA Muhammadiyah 5 Dukun Kabupaten Gresik	47
Tabel 4.3 Distribusi Perilaku berdasarkan penggunaan kosmetik pemutih wajah.....	48
Tabel 4.4 Tabulasi silang Hubungan gaya hidup dengan perilaku penggunaan pada remaja SMA Muhammadiyah 5 Dukun Gresik	48
Tabel 4.5 Tabulasi silang Hubungan paparan media iklan perilaku penggunaan pada remaja SMA Muhammadiyah 5 Dukun Gresik	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konsep Hubungan gaya hidup dn paparan mediika iklan kosmetik pemutih wajah dengan perilaku penggunaan pada remaja SMA Muhammadiyah 5 Dukun Gres.....	29
Gambar 3.2 Kerangka kerja penelitian Hubungan gaya hidup dn paparan media iklan kosmetik pemutih wajah dengan perilaku penggunaan pada remaja SMA Muhammadiyah 5 Dukun Gresik	32

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Jadwal Penyusunan Skripsi
- Lampiran 2 Surat Survey Awal Dari Fakultas Kesehatan Universitas Muhammadiyah Lamongan
- Lampiran 3 Balasan Surat Survey Awal Dari SMA Muhammadiyah 5 Dukun Kabupaten Gresik
- Lampiran 4 Surat Permohonan Penelitian Dari SMA Muhammadiyah 5 Dukun Kabupaten Gresik
- Lampiran 5 Surat Balasan Ijin Penelitian Dari SMA Muhammadiyah 5 Dukun Kabupaten Gresik
- Lampiran 6 Surat Balasan Telah Melakukan Penelitian Dari SMA Muhammadiyah 5 Dukun Kabupaten Gresik
- Lampiran 7 Lembar Permohonan Menjadi Responden
- Lampiran 8 Lembar Persetujuan Menjadi Responden
- Lampiran 9 Kuesioner
- Lampiran 10 Tabulasi Data Umum Dan Data Khusus
- Lampiran 11 Hasil SPSS
- Lampiran 12 Lembar Konsultasi Skripsi pembimbing Satu
- Lampiran 13 Lembar Konsultasi Skripsi Pembimbing Dua

DAFTAR SIMBOL DAN SINGKATAN

-	: Sampai
%	: Persen
<	: Kurang dari
=	: Samadengan
>	: Lebih dari
≤	: Kurang lebih sama dengan
RISKESDAS	: Riset, Kesehatan Dasar
WHO	: <i>World Health Organization</i>
H ₁	: Terdapat hubungan yang signifikan
M.Kes	: Magister Kesehatan
Amd.Kep	: Ahli madya Keperawatan
Drs	: <i>Doctorandus</i>
SST	: Sarjana Sains Terapan
NIM	: Nomor Induk Mahasiswa
NIK	: Nomor Induk Kerja
Ns	: Ners
S. Kep	: Sarjana Keperawatan
M.Si	: Magister Sains
SPSS	: <i>Statistical Product and Service Solutions</i>