

MENGUAK PREFERENSI TAMPIL ESTETIK, PUTIH DAN GLOWING PADA WANITA

Nia Risqi Herlinda Putri ^{*1}

Santika Wulandari ²

Rauly Sijabat ³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Persatuan Guru Republik Indonesia Semarang

*e-mail: Niarisqi2909@gmail.com¹, santikaw909@gmail.com², raulysijabat@upgris.ac.id³

Abstrak

Perkembangan media sosial telah membentuk standar kecantikan baru yang menekankan kulit putih, glowing, dan penampilan estetik sebagai simbol kecantikan ideal. Fenomena ini mendorong sebagian perempuan untuk melakukan berbagai upaya perawatan, bahkan hingga tindakan berisiko seperti penggunaan produk ilegal dan prosedur infus whitening. Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana perempuan memaknai kecantikan, faktor-faktor sosial dan psikologis yang mempengaruhi keputusan mereka dalam merawat diri, serta tingkat kesadaran mereka terhadap keamanan dan kandungan produk kecantikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi non-partisipan, dan dokumentasi. Informan penelitian adalah perempuan berusia 17–30 tahun yang memiliki minat dan pengalaman terkait tren kulit putih dan glowing. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keinginan untuk tampil putih dan glowing tidak hanya dipengaruhi oleh preferensi personal, tetapi juga oleh tekanan sosial, media sosial, dan kebutuhan akan pengakuan sosial. Penelitian ini menemukan adanya perbedaan pola perawatan diri, persepsi tentang kecantikan, serta proses pengambilan keputusan dalam memilih produk dan perawatan, yang berdampak pada tingkat risiko kesehatan yang dihadapi. Penelitian ini menegaskan bahwa tren kecantikan merupakan konstruksi sosial yang perlu disikapi secara kritis dengan meningkatkan literasi kosmetik dan kesadaran akan kesehatan.

Kata kunci: kecantikan, putih dan glowing, media sosial, perawatan diri, konstruksi sosial

Abstract

The rapid development of social media has shaped contemporary beauty standards that emphasize fair, glowing, and aesthetically pleasing skin as ideals of female beauty. This phenomenon encourages many women to engage in various beauty practices, including risky behaviors such as using illegal products and undergoing whitening infusion procedures. This study aims to explore how women construct the meaning of beauty, identify the social and psychological factors influencing their beauty-related decisions, and examine their awareness of cosmetic safety and product ingredients. A qualitative approach was employed using semi-structured in-depth interviews, non-participant observation, and documentation. The research participants were women aged 17–30 years who had interests and experiences related to the white and glowing beauty trend. Data were analyzed using the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that the desire to appear white and glowing is not merely a personal preference but is strongly influenced by social pressure, social media exposure, and the need for social recognition. Differences were found in self-care patterns, perceptions of beauty, and decision-making processes regarding beauty products and treatments, leading to varying levels of health risk awareness. This study highlights that contemporary beauty trends are socially constructed phenomena that require critical awareness and improved cosmetic literacy to promote safer beauty practices.

Keywords beauty standards, white and glowing skin, social media, self-care, social construction

PENDAHULUAN

Di era media sosial seperti sekarang, gambaran tentang kecantikan semakin dipengaruhi oleh konten visual yang menampilkan kulit putih, glowing, dan tampil yang menarik secara estetika. Banyak wanita merasa tertarik untuk mengikuti standar tersebut agar dianggap menarik atau diterima dalam masyarakat. Hal ini membuat munculnya preferensi estetika tertentu, yaitu bahwa “cantik” sering kali dihubungkan dengan kulit yang terlihat cerah dan bercahaya. Pada

penelitian Amelia et al., (2022) menemukan bahwa sebagian remaja perempuan memaknai cantik sebagai memiliki kulit putih, bahkan rela menggunakan produk pemutih ilegal untuk mencapai standar tersebut.

Penelitian lain menemukan bahwa sekitar 44% remaja perempuan usia 17–24 tahun percaya bahwa kulit putih berarti cantik, dan sebagian besar responden memiliki pengetahuan yang cukup baik tentang produk pemutih meskipun masih kurang paham aturan BPOM serta dampak negatif bahan-bahan berbahaya (Zumarthana et al., 2024). Temuan serupa juga ditemukan oleh Fadhila et al (2020) di Kecamatan Sukolilo, Surabaya, yang menunjukkan bahwa pengetahuan pengguna tentang produk pemutih tergolong rendah, tetapi penggunaannya masih tinggi karena kepercayaan terhadap merek. Di sisi lain, (Maida. et al 2021) menemukan bahwa meskipun produk pemutih racikan bisa menyebabkan efek seperti kemerahan dan pengelupasan kulit, banyak orang masih terus menggunakan produk tersebut karena merasa hasilnya membuat mereka lebih percaya diri. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa keinginan untuk terlihat glowing bukan hanya soal penampilan, tetapi juga dipengaruhi oleh tekanan sosial dan budaya yang menganggap kulit cerah sebagai tanda kecantikan serta diterima oleh masyarakat.

Namun studi-studi tersebut memiliki keterbatasan. sebagian besar responden masih fokus pada remaja atau mahasiswa di wilayah tertentu, sehingga interpretasi “cantik” kurang terwakili di kelompok dewasa atau masyarakat luas. Selain itu, penelitian sebelumnya lebih banyak menekankan aspek perilaku (apa yang dilakukan) dan konstruksi makna, tetapi kurang mempelajari motif psikologis mendalam yang mendorong seseorang untuk mengambil keputusan ekstrem seperti infus whitening, serta bagaimana literasi tentang kandungan kosmetik mempengaruhi keputusan tersebut. Masyarakat harus lebih kritis dan sadar tentang keamanan kosmetik dengan mempertimbangkan aspek estetika, psikologis, dan sosial.

Di Jombang, Jawa Timur, pernah terjadi kasus yang sangat viral, yaitu seorang wanita meninggal dua hari setelah menjalani prosedur infus whitening di sebuah salon kecantikan yang tidak memiliki izin medis di Jalan Gubernur Suryo. Menurut laporan (R. R. Sari, 2025) pada laman NU Online Jombang 2024, korban semula dalam kondisi sehat, namun mengalami gejala yang tidak wajar usai perawatan dan akhirnya meninggal dunia. Kasus ini menjadi perhatian publik karena menunjukkan bahaya tindakan kosmetik yang dilakukan tanpa pengawasan dokter dan di tempat yang tidak memiliki izin medis.

Kasus yang sama juga ditemukan oleh Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) Makassar. Mereka menemukan adanya produk kosmetik ilegal yang mengandung merkuri. Produk ini dipasarkan oleh seorang influencer kecantikan melalui media sosial. Beberapa produk yang ditemukan adalah Alpha Arbutin Collagen Whitening Capsule, Q-nic Care Whitening Undearm Cream, dan Mimi White AHA Body Serum. Semua produk tersebut terbukti mengandung bahan yang berbahaya yang bisa merusak kulit hingga menyebabkan gangguan pada organ dalam (Medyana, 2025). BPOM mengingatkan bahwa penggunaan kosmetik bermerkuri secara berkepanjangan bisa menyebabkan efek yang serius, seperti tremor, kejang, kerusakan ginjal, serta gangguan pada sistem saraf dan autoimun. Fakta ini menunjukkan bagaimana promosi kecantikan yang terburu-buru dan tidak bertanggung jawab bisa menyesatkan masyarakat dan berpotensi merugikan kesehatan konsumen.

Fenomena serupa juga dialami seleb TikTok Meme Flome, yang mengalami kejang selama 12 jam dan koma selama satu bulan setelah menjalani prosedur suntik putih di sebuah klinik kecantikan (Flome, 2025). Berdasarkan laporan, Meme Flome melakukan suntik putih untuk mempercerah kulit agar terlihat lebih glowing dan sesuai dengan tren kecantikan yang sedang viral di media sosial. Namun, tindakan tersebut justru menimbulkan reaksi medis serius yang mengancam nyawanya. Kasus ini menjadi sorotan nasional karena memperlihatkan bahaya nyata dari prosedur estetika yang dilakukan tanpa pengawasan dokter atau tenaga medis yang kompeten.

Oleh karena itu, penelitian ini akan mengambil objek perempuan yang memiliki obsesi untuk tampil estetik, putih, dan glowing, bahkan yang bersedia melakukan infus whitening. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena bertujuan untuk mengungkap secara mendalam alasan mereka membuat keputusan tersebut, bagaimana mereka memaknai estetika kulit, dan

pentingnya memahami apakah kandungan kosmetik yang digunakan berbahaya atau tidak. Dengan demikian penelitian ini bukan sekedar memaparkan preferensi estetika, tetapi juga berkontribusi terhadap kesadaran kritis dalam memilih prosedur dan produk kecantikan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan memahami secara mendalam pengalaman, pandangan, dan makna yang dibentuk oleh individu terkait fenomena penampilan, khususnya tren kulit putih dan glowing. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan format semi-terstruktur, sehingga peneliti memiliki panduan pertanyaan umum namun tetap memberi ruang bagi informan untuk menyampaikan pengalaman dan pandangan mereka secara bebas. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan penggalian data yang lebih terbuka dan kontekstual sesuai sudut pandang informan. Selain wawancara, data juga diperoleh melalui observasi non-partisipan dan dokumentasi sebagai data pendukung untuk memperkuat dan memperkaya hasil wawancara.

Partner penelitian terdiri dari perempuan berusia 17–30 tahun yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu memiliki minat dan pengalaman terkait penampilan, penggunaan produk kecantikan, serta ketertarikan terhadap tren pemutihan kulit yang berkembang di media sosial. Mereka berperan sebagai informan utama dalam penelitian ini. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta melakukan member check untuk memastikan kesesuaian interpretasi peneliti dengan pengalaman informan. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang telah dikumpulkan dikelompokkan ke dalam tema-tema tertentu, disajikan secara naratif dan deskriptif, kemudian ditarik kesimpulan secara berulang serta diverifikasi agar hasil penelitian memiliki kredibilitas dan validitas ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Perawatan Diri Wanita dalam Upaya Tampil Estetik, Putih, dan Glowing

Hasil Penelitian menunjukkan pola perawatan diri yang dilakukan kedua informan menunjukkan preferensi dan orientasi yang berbeda dalam berupaya untuk tampil putih, glowing dan estetik. Perbedaan ini dipengaruhi oleh kebutuhan biologis kulit, kehidupan sosial seperti lingkungan, dan aktivitas sehari-hari, dan pemahaman mereka tentang kecantikan.

Pola perawatan diri yang relatif terstruktur dan berkelanjutan diterapkan oleh informan pertama. Perawatan diri menurut informan pertama adalah proses jangka panjang yang memerlukan penyesuaian dan konsistensi dengan kondisi kulit dan aktivitas yang dilakukan. Informan pertama tidak hanya menggunakan produk perawatan kulit wajah tetapi juga memperhatikan perawatan tubuh secara keseluruhan. Selain itu, informan pertama memadukan perawatan dari dalam dengan perawatan dari luar dengan menerapkan gaya hidup sehat. Pola ini menunjukkan bahwa preferensi penampilan estetika harus disertakan dengan kesadaran akan kesehatan dan kenyamanan tubuh, bukan secara terpisah.

Berbeda dengan informan pertama, informan kedua menunjukkan pola perawatan diri yang lebih fokus pada hasil akhir, yaitu menjadi lebih putih dan lebih cerah. Perawatan diri biasanya dianggap sebagai cara cepat mencapai standar kecantikan tertentu. Lebih banyak produk dipilih berdasarkan klaim manfaat yang menjanjikan hasil instan tanpa mempertimbangkan proses, kandungan, atau risiko jangka panjang. Hasilnya menunjukkan bahwa standar kecantikan eksternal yang berkembang di lingkungan sosial mempengaruhi preferensi informan kedua untuk tampil putih dan glowing.

Persepsi Tentang Pentingnya Penampilan dan Estetika Tubuh

Berdasarkan hasil wawancara, kedua informan setuju bahwa penampilan sangat penting karena dianggap tidak hanya sebagai visual yang terlihat secara fisik, tetapi juga sebagai representasi diri yang menunjukkan sikap, nilai, dan posisi sosial seseorang. Penampilan menjadi alat utama bagi perempuan untuk membangun citra diri dan bernegosiasi dengan lingkungan sosial karena preferensi dominan orang lain tentang tampil putih, glowing dan estetik.

Informan pertama melihat penampilan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap diri sendiri dan orang lain. Sikap profesional dianggap menunjukkan penampilan yang rapi, bersih, dan terawat, terutama karena informan sering berinteraksi dengan publik melalui media sosial. Bagi informan pertama, estetika tubuh bukan semata-mata simbol kecantikan namun juga terkait dengan etika sosial, dimana penampilan yang baik dapat membuat orang merasa nyaman berinteraksi dengan mereka dan membuat kesan positif.

Namun, informan kedua melihat penampilan sebagai norma yang harus dipenuhi agar diterima secara sosial. Penampilannya yang menarik, terutama kulit yang putih dianggap dapat meningkatkan kepercayaan diri seseorang terhadap dirinya sendiri. Menurut perspektif ini, estetika tubuh tidak hanya bersifat personal, tetapi alat memperoleh pengakuan dan perhatian sosial. Hasilnya menunjukkan bahwa penampilan perempuan berperan sebagai simbol sosial yang kuat dalam membentuk identitas mereka.

Kontruksi Makna Cantik, Putih, dan Glowing

Persepsi kedua informan tentang kecantikan menunjukkan perbedaan pemahaman. Informan pertama menganggap kecantikan adalah gabungan antara kecantikan dari dalam dan kecantikan dari luar. Kecantikan dari dalam berhubungan dengan sikap, kepribadian, serta cara berbicara kepada orang lain, sedangkan kecantikan dari luar diperlihatkan melalui perawatan diri sebagai bentuk menghargai diri sendiri.

Di sisi lain, informan kedua lebih fokus pada kecantikan secara fisik, terutama berdasarkan warna kulit. Kulit putih dianggap sebagai simbol kecantikan yang ideal dan banyak diterima di masyarakat. Mengenai istilah putih dan glowing, informan pertama memandang keduanya sebagai konsep yang relatif dan tidak wajib dimiliki oleh setiap orang, sedangkan informan kedua mendefinisikan putih sebagai kulit yang cerah dan glowing sebagai kondisi kulit yang tampak berminyak atau bercahaya.

Pengalaman dan Kesadaran Akan Pentingnya Penampilan

Kesadaran Informan terhadap penampilan sangat dipengaruhi oleh pengalaman pribadi mereka. Menurut informan pertama, perhatian terhadap penampilan dimulai dengan pengalaman perundungan yang pernah terjadi di sekolah dasar. Pengalaman ini menimbulkan rasa tidak aman bagi informan dan mendorongnya untuk melakukan berbagai upaya untuk mengubah diri mereka agar merasa diterima dan dihargai.

Pengalaman ini membangun kebiasaan merawat diri dan proses penerimaan diri. Informan pertama mulai menyadari bahwa penampilan dapat disesuaikan sesuai kondisi, dan karakter sendiri bukan mengikuti standar orang lain sepenuhnya. Kesadaran ini menunjukkan adanya perkembangan psikologis dari sekadar mengikuti standar sosial menuju pemaknaan diri yang lebih reflektif.

Kesadaran informan kedua terhadap pentingnya penampilan lebih banyak dipengaruhi oleh penilai eksternal daripada informan pertama. Faktor utama yang mendorong keyakinan bahwa penampilan yang putih dan wangi akan meningkatkan *value* yaitu informan lebih mendapatkan perhatian ketika dirinya tampil estetik daripada *bare face* dan dapat respon positif dari lingkungan sosialnya. Pengalaman sehari-hari dengan orang lain mempengaruhi preferensi mereka untuk tampil menarik.

Peran Media Sosial dalam Membentuk Preferensi Tampil Estetik

Media sosial berperan penting dalam membentuk cara informan memandang penampilan mereka. Bagi informan pertama, media sosial bukan hanya digunakan untuk bersenang-senang, tetapi juga sebagai sarana membangun citra pribadi dan mengembangkan diri. Menjaga penampilan rapi menjadi bagian penting dalam menciptakan kesan profesional dan menarik perhatian brand atau pihak lain untuk bekerja sama.

Sementara itu, bagi informan kedua, media sosial lebih digunakan sebagai alat untuk membandingkan dan memvalidasi penampilan. Menjadi sesuai dengan standar kecantikan yang umum di media sosial memberi rasa puas dan meningkatkan kepercayaan diri informan.

Proses Pengambilan Keputusan dalam Memilih Produk Dan Perawatan

Dalam memilih produk, informan pertama bersikap lebih rasional dan hati-hati. Informan tersebut memperhatikan bahan-bahan produk, kualitasnya, serta mencari informasi tambahan melalui internet sebelum membuat keputusan untuk memakai produk itu. Pengalaman menggunakan perawatan yang cukup banyak membuat informan jadi lebih selektif dan mulai mempertimbangkan risiko yang mungkin terjadi dalam jangka panjang.

Sementara itu, informan kedua cenderung memutuskan secara impulsif. Keinginan untuk memiliki kulit yang putih menjadi alasan utama dalam memilih produk perawatan. Hal ini menyebabkan informan kurang memperhatikan aspek keamanan dan legalitas produk. Hal ini terlihat dari penggunaan produk yang tidak memiliki izin BPOM, yang akhirnya berdampak buruk pada kondisi kulit informan.

Dampak dan Risiko Tren Putih dan Glowing

Tren kulit putih glowing memberikan pengaruh yang berbeda bagi setiap orang yang diwawancarai. Informan pertama merasa tren ini memberi keuntungan dari segi tampilan, seperti memudahkan dalam memadukan pakaian dan mempercantik penampilan secara keseluruhan. Namun, informan tersebut juga menyadari bahwa tren ini tidak harus diikuti secara berlebihan.

Sementara itu, informan kedua melihat tren putih glowing sebagai standar kecantikan yang menarik perhatian sosial. Menjadi bagian dari tren dianggap bisa meningkatkan penerimaan dari orang sekitar, meskipun terkadang membuatnya merasa tertekan

Refleksi Informan terhadap Dunia Kecantikan Kontemporer

Informan pertama memiliki pandangan yang cukup kritis terhadap dunia kecantikan, terutama dalam hal cara merek mempromosikan produk mereka. Informan tersebut menyadari bahwa sebagai seorang konten kreator, ia sering diharuskan memberikan ulasan yang positif, meskipun produk tersebut mungkin tidak cocok untuk semua orang. Hal ini membuatnya merasa tertekan antara menjaga kejujuran dan memenuhi tuntutan profesional.

Sementara itu, informan kedua berpendapat bahwa standar kecantikan tidak hanya tentang warna kulit. Menurutnya, kecantikan juga mencakup kebersihan diri, aroma tubuh, serta sikap dan kepribadian yang baik. Pandangan ini menunjukkan bahwa informan tersebut sadar bahwa kecantikan memiliki banyak aspek dan tidak hanya terbatas pada hal fisik saja.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, disimpulkan bahwa keinginan wanita untuk tampil estetik, putih, dan glowing datang dari proses sosial dan psikologis yang saling berhubungan. Penampilan bukan hanya dianggap sebagai cara merawat diri, tetapi juga sebagai upaya membangun citra diri, meningkatkan rasa percaya diri, serta mendapat pengakuan dari orang lain. Media sosial memainkan peran penting dalam membentuk standar kecantikan tersebut melalui gambar, tokoh publik, dan respons sosial yang diterima wanita dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini juga menunjukkan ada perbedaan cara pandang dan pengambilan keputusan dalam merawat diri. Beberapa wanita lebih sadar dan mempertimbangkan kesehatan serta keamanan, sementara yang lain lebih fokus pada hasil yang cepat demi memenuhi standar kecantikan yang banyak diterima. Karena kurangnya pengetahuan tentang isi dan risiko produk kecantikan, wanita bisa terlibat dalam tindakan yang berisiko. Oleh karena itu, fenomena tampil putih dan glowing tidak bisa dianggap sebagai pilihan pribadi semata, melainkan sebagai konstruksi sosial yang perlu dilihat dan dihadapi secara lebih kritis dan bijak.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, L., Fahmi, K., & Tamrin, S. (2022). Konstruksi Makna Cantik bagi Remaja Perempuan Pengguna Pemutih Kulit Ilegal. *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian Dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan*, 1(3), 139. <https://doi.org/10.26858/sosialisasi.v1i3.38834>
- Fadhila, K. R., Ningrum, D. R., Rahmawati, A. F., Azzahrya, A. B., Muntari, D. A., Agustin, R. A., Larasati, A., Putri, D. A., ElJava, A. M., Sarah, S., Wijayanto, A. B. E., Bowolaksono, R. W., Wahyudi, F., & Nita, Y. (2020). Pengetahuan Dan Penggunaan Produk Pemutih Dan Pencerah Di Kecamatan Sukolilo Surabaya. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 7(2), 56–62.
- Flome, M. (2025). Viral Kasus Malpraktik Seleb TikTok Meme Flome, Kejang 12 Jam hingga Koma Sebulan, Begini Kronologinya. *Merdeka.Com*. <https://www.merdeka.com/gaya/viral-kasus-malpraktik-seleb-tiktok-meme-flome-kejang-12-jam-hingga-koma-sebulan-begini-kronologinya-394373-mvk.html?page=6>
- Medyana, A. (2025). BBPOM Ungkap Penjualan Kosmetik Ilegal Bermerkuri oleh Influencer. *MetroTV*. <https://www.metrotvnews.com/play/NleC8ge3-bbpom-ungkap-penjualan-kosmetik-ilegal-bermerkuri-oleh-influencer>
- Oliviani, N. H., & Rahmiaji, L. R. (2021). Pengaruh Interaksi Peer Group dan Self-esteem Terhadap Preferensi Pemakaian Krim Pemutih Kulit Pada Remaja Perempuan. *Interaksi Online*, 9(3), 151–166.
- Regencia, Z. J. G., Gouin, J.-P., Ladia, M. A. J., Montoya, J. C., & Baja, E. S. (2023). Effect of body image perception and skin-lightening practices on mental health of Filipino emerging adults: a mixed-methods approach protocol. *BMJ Open*, 13(5), e068561. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2022-068561>
- Sari, R. R. (2025). Viral Wanita di Jombang Meninggal Dunia Setelah Infus Whitening, Kenali Kandungan, Prosedur, dan Dampaknya. *NU Online*. <https://jombang.nu.or.id/daerah/viral-wanita-di-jombang-meninggal-dunia-setelah-infus-whitening-kenali-kandungan-prosedur-dan-dampaknya-e09IK>
- Sari, S. M., & Susanti, N. (2024). Representasi Perempuan Cantik dan Gaya Hidup Konsumtif pada Mahasiswa Muslim Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 8(2), 269–288. <https://doi.org/10.38043/jids.v8i2.5528>
- Zumarthana, A. S., Oktaviani, N. K. D., Imelda, V. P., Putri, M. A., Kartikasari, Y., Sari, P. F., Candraningsih, T. E., Rasyada, N. A., Ozora, M. H., Idayati, D. I., Kurniawan, T. T. A., & Yuda, A. (2024). Pengetahuan dan Perilaku terkait Penggunaan Produk Pemutih Kulit pada Remaja Putri di Indonesia. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 11(1), 22–29. <https://doi.org/10.20473/jfk.v11i1.54484>