

ABSTRAK

Inventarisasi Produk *Skincare* yang beredar di Media Sosial Instagram

Oleh: Sindi Bella Lestari

Wanita pada umumnya menggunakan *skincare* namun beberapa orang tidak mementingkan adanya izin edar bpom dan halal di produk *skincare*. Karna banyaknya produk *skincare* yang beredar di Instgram maka perlu dilakukannya Inventarisasi Produk, agar masyarakat dapat mengetahui informasi tentang berbagai produk *skincare* yang beredar pada media sosial instagram. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu: 1) Mengetahui apa saja jenis produk *skincare* yang beredar pada media social instagram. 2) Mengetahui persentase produk *skincare* yang beredarpada media sosialinstagram yang sudah BPOM. 3) Mengetahui Persentase produk *skincare* yang beredar pada media sosial instagram yang memiliki label halal.

Jenis penelitian yang dilaksanakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Media Sosial Instagram. Waktu Penelitian pada bulan juli 2021 sampai dengan agustus 2021. Variabel dalam penelitian ini ialah Inventarisasi Produk *skincare* yang beredar pada Media Sosial Instagram. Populasi dalam penelitian ini adalah akun *instagram* 10 *brand skincare* lokal penjualan secara eksklusif. Data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan yaitu sumbernya data skunder. Teknik Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi dan identifikasi. Instrumen penelitian adalah sebuah alatukur yang digunakan dalam sebuah penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif persentase.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa jenis produk *skincare* yang beredar pada media sosial Instagram ada berbagai macam jenis produk dengan berbagai macam fungsi yang berbeda yang di jual secara eksklusif di antaranya *facial wash, toner, day cream, nigt cream* dan serum. Pada hasil penelitian menunjukan bahwa *brand skincare* tidak mengeluarkan 1 produk saja untuk masing-masing jenis produk, namun untuk 1 jenis produk *brand skincare* mengeluarkan berbagai macam *series* yang berbeda sesuai manfaatnya. Persentase produk *skincare* yang beredar di media sosial instagram pada 10 *brand skincare* lokal penjualan secara eksklusif yang sudah memiliki izin edar BPOM dengan persentase 94% namun ada beberapa produk yang belum memiliki izin edar BPOM dengan persentase 6%. Persentase produk *skincare* yang beredar pada media sosial instagram yang sudah memiliki label halal dengan persentase 21% dan 79% tidak memiliki label halal. Bahkan 4 dari 10 *brand skincare* tidak memiliki label halal. Bagi Mahasiswa jurusan Tata Rias dan Kecantikan disarankan agar lebih teliti dalam memilih produk *skincare* untuk digunakan.

Kata kunci :Inventarisasi, *Skincare*, Instagram.