

Persepsi dalam *Health Belief Model* pada Kesadaran Risiko Kontaminasi Bakteri di Kosmetik pada Mahasiswi Tata Kecantikan UNNES

Fadiah Khairina Firamadania^{1*}, Maria Krisnawati²

¹Universitas Negeri Semarang, Kota Semarang, Indonesia

²Universitas Negeri Semarang, Kota Semarang, Indonesia

*firamadania@students.unnes.ac.id

Abstrak: Kontaminasi bakteri pada produk kosmetik kerap dipandang sebelah mata, padahal risikonya terhadap kesehatan pengguna terutama mereka yang terbiasa berbagi alat kosmetik tidaklah sepele. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh simultan maupun parsial persepsi berbasis Health Belief Model (HBM) terhadap kesadaran risiko kontaminasi bakteri pada kosmetik. Menggunakan desain deskriptif analitik dengan pendekatan cross-sectional, penelitian ini melibatkan 208 mahasiswi aktif Program Studi Pendidikan Tata Kecantikan Universitas Negeri Semarang (UNNES) angkatan 2022–2025 yang dipilih melalui teknik simple random sampling. Instrumen penelitian berupa skala Likert (1–5) yang mengukur enam konstruk HBM perceived susceptibility, perceived severity, perceived benefits, perceived barriers, cues to action, dan self-efficacy serta pertanyaan tentang kesadaran risiko kontaminasi bakteri. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, korelasi Spearman, dan regresi linier berganda. Temuan menunjukkan seluruh variabel berada pada kategori tinggi. Secara bivariat, keenam konstruk HBM berkorelasi positif dan signifikan dengan kesadaran risiko ($r = 0,533–0,833$; $p < 0,001$), dengan cues to action sebagai konstruk berkorelasi paling kuat. Secara multivariat, model ini menjelaskan 93,2% variasi kesadaran risiko mahasiswi ($R^2 = 0,932$; $F = 461,241$; $p < 0,001$). Perceived benefits menjadi prediktor paling dominan ($B = 0,854$; $p < 0,001$), sementara perceived barriers tidak berpengaruh signifikan secara parsial ($p = 0,132$). Temuan ini menegaskan bahwa kerangka HBM merupakan prediktor yang sangat andal dalam memetakan kesadaran risiko kontaminasi bakteri pada kosmetik.

Kata Kunci: health belief model, kesadaran risiko, kontaminasi bakteri, kosmetik, mahasiswi tata kecantikan

Abstract: *Bacterial contamination in cosmetic products is frequently overlooked, despite posing considerable health risks particularly among users who habitually share cosmetic tools. This study aims to examine both the simultaneous and partial effects of Health Belief Model (HBM)-based perceptions on awareness of bacterial contamination risk in cosmetics. Employing a descriptive-analytic cross-sectional design, the study involved 208 active female students of the Cosmetology Education Study Program at Universitas Negeri Semarang (UNNES) from the 2022–2025 cohorts, selected through simple random sampling. A Likert scale (1–5) was used to measure six HBM constructs perceived susceptibility, perceived severity, perceived benefits, perceived barriers, cues to action, and self-efficacy alongside risk awareness indicators. Data were analyzed using descriptive statistics, Spearman correlation, and multiple linear regression. Results indicate that all variables fall within the high category. Bivariately, all six HBM constructs demonstrated positive and significant correlations with risk awareness ($r = 0.533–0.833$; $p < 0.001$), with cues to action showing the strongest association. Multivariately, the model accounted for 93.2% of variance in risk awareness ($R^2 = 0.932$; $F = 461.241$; $p < 0.001$). Perceived benefits emerged as the most dominant predictor ($B = 0.854$; $p < 0.001$), while perceived barriers showed no significant partial effect ($p = 0.132$). These findings confirm that the HBM framework is a highly reliable predictor for mapping cosmetic bacterial contamination risk awareness.*

Keywords: health belief model, risk awareness, bacterial contamination, cosmetics, cosmetology students

Pendahuluan

Kosmetik sudah lama menjadi bagian tak terpisahkan dari rutinitas perempuan muda Indonesia. Data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI menunjukkan pertumbuhan yang cukup mencolok: dari 913 perusahaan kosmetik pada 2022, jumlahnya bertambah menjadi 1.010 perusahaan pada pertengahan 2023, dengan total potensi *market size* nasional mencapai 467.919 produk sebuah lonjakan hampir sepuluh kali lipat dalam rentang lima tahun. Dari sisi nilai

ekonomi, pasar kecantikan dan perawatan diri Indonesia mencapai USD 9,17 miliar pada 2024 dan diproyeksikan tumbuh rata-rata 4,39% per tahun hingga 2028 (Statista, 2024). Ekspansi *e-commerce* yang pesat, dipadukan dengan meningkatnya kesadaran akan perawatan diri, semakin memperlebar jangkauan konsumen pada produk kecantikan (Rahmawati & Muslikah, 2021).

Segmen konsumen yang mendominasi pasar ini adalah generasi Z, kelompok yang saat ini sebagian besar berada pada usia mahasiswa. Laporan SOCO Insight Factory mencatat bahwa 54% konsumen produk kecantikan pada 2023 adalah generasi Z, meningkat dari 48% di tahun 2020 (Zanah et al., 2025). Survei YouGov Indonesia (2025) terhadap 2.067 responden bahkan menemukan bahwa generasi Z mengalokasikan sekitar 21% pengeluaran gaya hidup mereka untuk produk kecantikan mengalahkan pengeluaran untuk fesyen. Konsumsi kosmetik di kalangan perempuan muda rupanya telah bergeser melampaui fungsi estetika semata; ia sudah menjadi bagian dari rutinitas harian sekaligus identitas sosial.

Dari sisi motivasi, Lestari & Widayati (2022) mencatat bahwa 87% perempuan muda menggunakan kosmetik untuk tujuan perawatan kulit wajah, 8% untuk menambah kepercayaan diri, sedangkan sisanya didorong oleh *trend*, mengatasi masalah jerawat, dan kepentingan penghargaan diri. Meski tampak sepele, intensitas pemakaian yang tinggi dan dalam jangka panjang justru meningkatkan potensi kontaminasi bakteri pada produk terutama apabila kosmetik disimpan dengan cara yang tidak tepat atau digunakan secara bergantian (*sharing*) antar pengguna.

Badan Pengawas Obat dan Makanan melalui Peraturan BPOM Nomor 12 Tahun 2019 menetapkan tiga kategori cemaran pada kosmetik, yaitu cemaran mikroba, logam berat, dan kimia. Di antara ketiganya, cemaran mikroba menjadi perhatian utama karena melibatkan organisme seperti *Pseudomonas aeruginosa*, *Staphylococcus aureus*, dan *Candida albicans* yang berpotensi menginfeksi dan membahayakan kesehatan pengguna (Ghias & Fozouni, 2024).

Sejumlah penelitian di Indonesia telah mendokumentasikan kehadiran bakteri patogen pada produk kosmetik yang beredar di masyarakat. Kontaminasi tersebut umumnya tidak terjadi begitu saja melainkan dipicu oleh perilaku penggunaan yang tidak higienis: tidak mencuci tangan sebelum memakai kosmetik, berbagi produk dengan orang lain, menyimpan di tempat lembab, atau menggunakan produk melewati batas *Period After Opening (PAO)* (Monica et al., 2023). Salah satu studi yang dilakukan di Kecamatan Turen mendapati kontaminasi *Propionibacterium acne*, *Staphylococcus aureus*, dan *Staphylococcus epidermis* pada bedak tabur yang dipakai penata rias diindikasikan berasal dari kontak tangan tidak steril atau aplikator kotor (Wulandari & Mahtuti, 2025). Studi lain oleh Wenas et al. (2020) pada lipstik cair yang telah dipakai ± 12 bulan mendeteksi kontaminasi *Staphylococcus aureus* dan *Escherichia coli* pada dua dari tiga sampel yang diuji.

Dampak klinis dari kontaminasi ini bervariasi mulai dari iritasi ringan hingga kondisi yang jauh lebih serius. Produk kosmetik mata yang terkontaminasi dapat memicu impetigo dan folikulitis; produk bibir yang dipakai bergantian berisiko menularkan virus herpes pada kondisi terburuk (Halima Faiyaz Shaikh & Roonal Pritam Kataria, 2025). Kulit sensitif secara alami menanggung beban risiko yang lebih besar. Fakta-fakta ini menunjukkan bahwa kontaminasi bakteri pada kosmetik bukanlah ancaman yang dapat diabaikan begitu saja.

Untuk memahami mengapa perilaku tidak higienis ini tetap berlanjut meski informasi risiko sudah tersedia, diperlukan kerangka teoretis yang mampu menjelaskan dinamika persepsi individu. *Health Belief Model (HBM)*, yang dikembangkan untuk memprediksi perilaku pencegahan penyakit, menawarkan perspektif yang relevan: tindakan kesehatan seseorang lebih banyak ditentukan oleh bagaimana ia mempersepsikan suatu kondisi, bukan semata-mata oleh pengetahuan yang dimilikinya. Model ini kemudian berkembang untuk mengatasi masalah deteksi dini dan pencegahan berbagai perilaku berisiko (Surtimanah & Irfan Nafis Sjamsuddin, 2025). Kerangka *HBM* mencakup enam konstruk: *perceived susceptibility*, *perceived severity*, *perceived benefits*, *perceived barriers*, *cues to action*, dan *self-efficacy*. Studi berbasis *HBM* yang secara spesifik menyoroti kesadaran risiko kontaminasi bakteri pada kosmetik sejauh ini belum ditemukan sebuah kesenjangan yang menjadi titik tolak penelitian ini.

Penelitian ini memfokuskan kajiannya pada mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Kecantikan Universitas Negeri Semarang (UNNES) karena posisi mereka yang unik sekaligus strategis. Mereka bukan sekadar konsumen aktif produk kosmetik, tetapi juga calon profesional yang kelak akan mengaplikasikan produk tersebut kepada klien. Pemahaman yang dangkal tentang higiene kosmetik dan risiko kontaminasi bakteri tidak hanya berdampak pada kesehatan diri sendiri, melainkan juga pada keselamatan orang lain yang menjadi konsumen jasa mereka di kemudian hari (Dewi & Hayatunnufus, 2021). Mahasiswi Tata Kecantikan dengan demikian merupakan kelompok prioritas yang layak mendapat perhatian serius dalam upaya peningkatan kesadaran risiko.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *cross-sectional* deskriptif analitik. Desain ini dipilih karena pengumpulan data variabel independen persepsi berdasarkan enam konstruk *Health Belief Model* dan variabel dependen, yakni kesadaran risiko kontaminasi bakteri pada kosmetik, dilakukan dalam satu waktu pengukuran yang bersamaan. Cara kerja semacam ini memungkinkan analisis hubungan antar variabel secara efisien dan sejalan dengan lazimnya penelitian perilaku kesehatan berbasis *HBM* pada populasi mahasiswa di Indonesia. Penelitian dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Tata Kecantikan, Fakultas Teknik, UNNES, Kota Semarang, Jawa Tengah, pada bulan Maret–April 2025.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi aktif Program Studi Pendidikan Tata Kecantikan UNNES angkatan 2022, 2023, 2024, dan 2025, dengan total 422 mahasiswi yang tercatat di Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDikti) pada semester genap tahun ajaran 2025/2026. Penetapan rentang angkatan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa seluruh mahasiswi dalam periode tersebut telah atau sedang menempuh mata kuliah yang berkaitan langsung dengan penggunaan dan keamanan produk kosmetik, sehingga memiliki konteks pendidikan yang relevan. Mahasiswi angkatan sebelum 2022 tidak diikutsertakan karena sebagian besar telah berada di tahap akhir studi atau telah dinyatakan lulus.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*, dipilih karena populasi bersifat homogen dalam satu unit program studi sehingga tidak diperlukan stratifikasi berdasarkan angkatan. Besar sampel minimal dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 95% dan *margin of error* 5%, sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N \cdot e^2) = 422 / (1 + 422 \times 0,05^2) = 422 / 2,055 \approx 205 \text{ responden (minimal)}$$

Dalam pelaksanaannya, jumlah sampel yang berhasil dikumpulkan mencapai 208 responden, melampaui batas minimal sehingga memenuhi kecukupan statistik.

Terdapat dua kelompok variabel dalam penelitian ini. Variabel independen (X) adalah persepsi mahasiswi yang diukur melalui enam konstruk *HBM*: *perceived susceptibility* (X1, 5 item), *perceived severity* (X2, 5 item), *perceived benefits* (X3, 4 item), *perceived barriers* (X4, 5 item), *cues to action* (X5, 5 item), dan *self-efficacy* (X6, 4 item). Variabel dependen (Y) adalah kesadaran risiko kontaminasi bakteri pada kosmetik, mencakup kemampuan kognitif dan afektif mahasiswi dalam mengenali, memahami, dan menilai potensi bahaya kontaminasi (10 item). Seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert 1–5 dengan total 38 butir pernyataan.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner Google Form yang disebarakan via koordinator angkatan masing-masing kelas. Uji validitas menggunakan korelasi Pearson item-total (r hitung > r tabel = 0,136; n = 208; α = 5%), dengan seluruh 38 item dinyatakan valid (r hitung = 0,697–0,896; p < 0,001). Uji reliabilitas Cronbach's Alpha menghasilkan α = 0,783–0,952, sehingga instrumen dinyatakan reliabel ($\alpha \geq 0,70$).

Analisis data dilakukan dengan SPSS dalam tiga tahapan. Pertama, analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan distribusi skor variabel dan karakteristik responden (mean, standar deviasi, persentase mean, dan kategorisasi). Kedua, uji korelasi Spearman untuk menganalisis arah dan kekuatan hubungan antara masing-masing konstruk *HBM* (X1–X6) dengan kesadaran risiko (Y) secara bivariat dipilih karena data tidak terdistribusi normal berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov (seluruh variabel p < 0,001), dengan taraf signifikansi α = 0,05. Ketiga, analisis regresi linier berganda metode *enter* untuk menguji pengaruh simultan (uji F) dan parsial (uji t) keenam konstruk *HBM* terhadap Y pada α = 0,05, dengan koefisien determinasi R² sebagai ukuran daya prediksi model.

Hasil dan Pembahasan

Sebanyak 208 mahasiswi aktif Program Studi Pendidikan Tata Kecantikan UNNES berpartisipasi dalam penelitian ini, terdistribusi pada empat angkatan. Kelompok terbesar adalah angkatan 2022 dengan 63 mahasiswi (30,3%), diikuti angkatan 2024 sebanyak 52 mahasiswi (25,0%), angkatan 2023 sebanyak 47 mahasiswi (22,6%), dan angkatan 2025 sebanyak 46 mahasiswi (22,1%) distribusi yang cukup proporsional dari setiap angkatan dalam populasi. Yang menarik dari data awal ini adalah fakta bahwa 79,7% responden masih memiliki kebiasaan berbagi produk kosmetik dalam berbagai frekuensi: kadang-kadang (38,9%), jarang (34,6%), dan sering (6,2%). Hanya 20,2% yang tidak pernah melakukannya sama sekali.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Skor Variabel Penelitian (n = 208)

No	Variabel	N	Min	Max	Mean	SD	Kategori
1	X1 – Perceived Susceptibility	208	7	25	17,65	5,72	Tinggi
2	X2 – Perceived Severity	208	7	25	18,25	5,33	Tinggi
3	X3 – Perceived Benefits	208	5	20	14,80	4,51	Tinggi
4	X4 – Perceived Barriers	208	6	25	15,27	4,75	Tinggi
5	X5 – Cues to Action	208	8	25	17,70	5,28	Tinggi
6	X6 – Self-Efficacy	208	5	20	14,16	4,15	Tinggi
7	Y – Kesadaran Risiko	208	16	50	36,43	10,79	Tinggi

Berdasarkan Tabel 1, seluruh variabel penelitian berada pada kategori Tinggi. Variabel *perceived benefits* (X3) mencatat persentase mean tertinggi sebesar 74,0% (mean = 14,80 dari skor maksimum 20), sementara *perceived barriers* (X4) memiliki persentase mean terendah sebesar 61,1% (mean = 15,27 dari skor maksimum 25). Kesadaran risiko (Y) berada pada kategori Tinggi dengan mean 36,43 dari skor maksimum 50 (72,9%).

Setelah analisis deskriptif, dilakukan uji korelasi Spearman untuk menganalisis hubungan antara masing-masing konstruk *HBM* dengan kesadaran risiko kontaminasi bakteri. Hasilnya termuat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi Spearman Konstruk HBM dengan Kesadaran Risiko (n = 208)

No	Konstruk HBM (Variabel X)	r Spearman	p-value	Kekuatan	Signifikansi
1	X1 – Perceived Susceptibility	0,789	< 0,001	Kuat	Signifikan
2	X2 – Perceived Severity	0,830	< 0,001	Sangat Kuat	Signifikan
3	X3 – Perceived Benefits	0,814	< 0,001	Sangat Kuat	Signifikan
4	X4 – Perceived Barriers	0,533	< 0,001	Sedang	Signifikan
5	X5 – Cues to Action	0,833	< 0,001	Sangat Kuat	Signifikan
6	X6 – Self-Efficacy	0,768	< 0,001	Kuat	Signifikan

Tabel 2 menunjukkan bahwa keenam konstruk *HBM* memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kesadaran risiko (semua $p < 0,001$). *Cues to action* ($r = 0,833$) merupakan konstruk dengan korelasi terkuat, diikuti *perceived severity* ($r = 0,830$) dan *perceived benefits* ($r = 0,814$) ketiganya berada dalam kategori Sangat Kuat. Sebaliknya, *perceived barriers* ($r = 0,533$) mencatat korelasi paling lemah dengan kekuatan Sedang.

Selanjutnya dilakukan uji F simultan dan uji t parsial melalui regresi linier berganda, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Model Summary Regresi Linier Berganda

R	R ²	R ² Adjusted	F hitung	p-value
0,966	0,932	0,930	461,241	< 0,001

Variabel dependen: Kesadaran Risiko (Y). Prediktor: X1–X6.

Tabel 4. Koefisien Regresi dan Uji t Parsial

No	Variabel	B	SE	t hitung	p-value	Signifikansi
–	Konstanta	-0,624	0,798	-0,782	0,435	Tidak Signifikan
1	X1 – Perceived Susceptibility	0,186	0,085	2,176	0,031	Signifikan *
2	X2 – Perceived Severity	0,341	0,100	3,415	0,001	Signifikan **
3	X3 – Perceived Benefits	0,854	0,114	7,498	< 0,001	Signifikan ***
4	X4 – Perceived Barriers	0,081	0,053	1,511	0,132	Tidak Signifikan
5	X5 – Cues to Action	0,423	0,088	4,791	< 0,001	Signifikan ***
6	X6 – Self-Efficacy	0,439	0,104	4,209	< 0,001	Signifikan ***

$$Y = -0,624 + 0,186X1 + 0,341X2 + 0,854X3 + 0,081X4 + 0,423X5 + 0,439X6$$

Uji F mengonfirmasi bahwa model regresi signifikan secara simultan ($F = 461,241$; $p < 0,001$) dengan $R^2 = 0,932$ artinya 93,2% variasi kesadaran risiko dapat dijelaskan oleh keenam konstruk *HBM* secara bersama-sama. Nilai ini jauh melampaui ambang $R^2 = 0,50$ yang sudah dianggap substansial dalam literatur penelitian perilaku kesehatan berbasis survei. Pada uji t parsial, lima dari enam konstruk terbukti signifikan: *perceived benefits* ($B = 0,854$; $p < 0,001$), *self-efficacy* ($B = 0,439$; $p < 0,001$), *cues to action* ($B = 0,423$; $p < 0,001$), *perceived severity* ($B = 0,341$; $p = 0,001$), dan *perceived susceptibility* ($B = 0,186$; $p = 0,031$). Satu-satunya konstruk yang tidak signifikan secara parsial adalah *perceived barriers* ($B = 0,081$; $p = 0,132$).

Tingginya nilai R^2 ini cukup mengejutkan untuk ukuran penelitian perilaku kesehatan berbasis survei, yang lazimnya berkisar di angka yang jauh lebih rendah. Satu penjelasan yang masuk akal adalah bahwa mahasiswi Tata Kecantikan memang memiliki paparan akademis yang intensif terhadap isu keamanan kosmetik, sehingga seluruh dimensi persepsi HBM berkembang secara terpadu bukan sebagai konstruk yang berdiri sendiri.

Mahasiswi UNNES sudah memiliki pemahaman yang baik mengenai risiko kontaminasi bakteri pada kosmetik, dengan nilai rata-rata 61,1%–74% pada seluruh konstruk. Hal ini tidak mengherankan, mengingat adanya mata kuliah khusus mengenai keamanan, sterilisasi, dan higienitas kosmetik serta lingkungan kerja dalam kurikulum mereka. Tapi di sinilah ironinya muncul: meski sudah mendapat edukasi dan memiliki kesadaran yang terbilang tinggi, 79,7% mahasiswi ternyata masih terbiasa berbagi alat kosmetik. Kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku aktual yang dalam literatur dikenal sebagai *knowledge-behaviour gap* ini menjadi temuan yang paling layak digarisbawahi.

Perceived susceptibility (X1) menunjukkan hubungan yang erat dan nyata dengan kesadaran risiko ($r = 0,789$; $p < 0,001$) sekaligus pengaruh yang signifikan ($B = 0,186$; $p = 0,031$). Ketika mahasiswi mulai menyadari betapa rentannya mereka terhadap kontaminasi misalnya melalui kebiasaan berbagi alat atau memakai produk kedaluwarsa tingkat kesadaran mereka meningkat secara otomatis. Pengaruhnya memang tidak sebesar konstruk lain dalam model ini, tapi tetap krusial. Sebagaimana Rosenstock (1974) argumentasikan, seseorang tidak akan termotivasi melindungi dirinya jika belum merasakan bahwa dirinya benar-benar rentan terhadap suatu risiko kesehatan.

Perceived severity (X2) mencatat nilai rata-rata tertinggi di antara semua konstruk (18,25 atau 73,0% dari skor maksimal), dengan hubungan sangat kuat ($r = 0,830$; $p < 0,001$) dan pengaruh nyata ($B = 0,341$; $p = 0,001$). Angka ini mencerminkan bahwa mahasiswi Tata Kecantikan UNNES tidak lagi memandang kontaminasi bakteri sebagai hal sepele. Mereka sudah paham bahwa bakteri seperti *Staphylococcus aureus* bukan sekadar nama dalam buku teks, melainkan ancaman nyata yang dapat menyebabkan iritasi, dermatitis, hingga infeksi kulit yang serius.

Perceived benefits (X3) menjadi temuan paling menonjol dalam penelitian ini sekaligus yang paling menarik secara teoritis. Konstruk ini bukan hanya memiliki hubungan yang sangat kuat ($r = 0,814$; $p < 0,001$), tetapi juga menjadi pendorong utama dalam model regresi ($B = 0,854$; $p < 0,001$) koefisien yang jauh melampaui konstruk lainnya. Implikasinya cukup jelas: kesadaran risiko mahasiswi tidak tumbuh semata dari rasa takut akan dampak buruk, melainkan karena mereka memahami secara konkret bahwa kebiasaan menjaga kebersihan alat kosmetik, mengecek tanggal kedaluwarsa, dan menghindari *sharing* memiliki manfaat langsung bagi kesehatan dan kecantikan kulit mereka dan kelak, bagi klien mereka sebagai profesional.

Perceived barriers (X4) merupakan satu-satunya konstruk yang tidak berpengaruh signifikan secara parsial dalam model regresi ($B = 0,081$; $p = 0,132$), meski hubungannya dengan kesadaran risiko tetap nyata secara bivariat ($r = 0,533$; $p < 0,001$). Dari sudut pandang yang berbeda, angka ini justru mengungkap sesuatu yang menarik: mahasiswi yang tingkat kesadarannya tinggi ternyata lebih peka dan lebih berani mengakui bahwa menjaga kebersihan

itu memang sulit dilakukan. Namun, besarnya *perceived benefits* tampaknya mengalahkan bobot hambatan tersebut manfaat yang dirasakan terbukti jauh lebih berharga daripada hambatan yang menghalangi.

Cues to action (X5) merupakan konstruk dengan korelasi terkuat secara bivariat ($r = 0,833$; $p < 0,001$) dan memberikan pengaruh nyata dalam model regresi ($B = 0,423$; $p < 0,001$). Peran konstruk ini bisa dipahami sebagai "pemicu" yang mencerminkan bagaimana keseharian mahasiswi terus dipenuhi informasi dan pengalaman langsung. Pemicu itu bisa datang dari mana saja: penjelasan dosen saat praktik, pengalaman menggunakan produk secara langsung, hingga menyaksikan teman mengalami masalah kulit akibat alat kosmetik yang tidak steril. Pada mahasiswi Tata Kecantikan, mekanisme ini sangat efektif karena pembelajaran berlangsung bukan hanya di ruang kelas, tetapi juga dalam praktik nyata sehari-hari.

Self-efficacy (X6) menunjukkan hasil yang kuat: hubungan nyata ($r = 0,768$; $p < 0,001$) dan pengaruh mandiri yang signifikan ($B = 0,439$; $p < 0,001$) hampir menyamai *cues to action*. Data ini mengungkap bahwa kesadaran risiko meningkat secara bermakna pada mahasiswi yang meyakini kemampuan diri untuk disiplin menjaga kebersihan. Keyakinan ini penting terutama ketika berhadapan dengan tekanan sosial, seperti ajakan untuk berbagi alat kosmetik. Mahasiswi yang menjaga standar higienitas cenderung lebih berani mengambil sikap untuk melindungi kesehatannya, meskipun berbeda dari kebiasaan teman-temannya.

Secara keseluruhan, urutan faktor pendorong kesadaran risiko berdasarkan kekuatan pengaruhnya adalah: *perceived benefits* ($B = 0,854$) → *self-efficacy* ($B = 0,439$) → *cues to action* ($B = 0,423$) → *perceived severity* ($B = 0,341$) → *perceived susceptibility* ($B = 0,186$). *Perceived barriers* tidak menunjukkan pengaruh yang berarti secara statistik. Temuan ini memberikan panduan prioritas yang jelas: strategi intervensi yang efektif bukan sekadar menakut-nakuti mahasiswi dengan dampak kontaminasi bakteri, melainkan berfokus pada penguatan *perceived benefits* dan *self-efficacy* melalui pengalaman belajar langsung. Pendekatan ini paling tepat diterapkan sejak semester awal, agar kebiasaan higienitas kosmetik tertanam sebagai bagian dari identitas profesional mereka bukan sebagai beban tambahan.

Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa kerangka *Health Belief Model (HBM)* merupakan prediktor yang sangat andal dalam menjelaskan kesadaran risiko kontaminasi bakteri pada kosmetik di kalangan mahasiswi Pendidikan Tata Kecantikan UNNES. Secara statistik, keenam konstruk *HBM* menunjukkan hubungan positif yang signifikan dengan kesadaran risiko ($r = 0,533$ – $0,833$; $p < 0,001$), dengan *cues to action* sebagai konstruk berkorelasi paling kuat. Model secara keseluruhan mampu menjelaskan 93,2% variasi kesadaran risiko mahasiswi ($R^2 = 0,932$; $F = 461,241$; $p < 0,001$), dengan *perceived benefits* sebagai faktor tunggal yang paling dominan ($B = 0,854$; $p < 0,001$).

Temuan ini mengandung implikasi praktis yang jelas. Upaya peningkatan kesadaran risiko terutama pada mahasiswi semester pertama yang tercatat memiliki kesadaran paling rendah sebaiknya tidak hanya mengandalkan penyampaian informasi tentang bahaya kontaminasi bakteri. Yang lebih efektif adalah membangun pemahaman nyata tentang manfaat konkret dari praktik higienitas kosmetik, sekaligus memperkuat keyakinan diri mahasiswi bahwa mereka mampu menerapkannya secara konsisten. Integrasi materi keamanan kosmetik dalam pembelajaran praktik sehari-hari bukan hanya dalam mata kuliah khusus merupakan pendekatan yang paling menjanjikan untuk menjadikan kebiasaan higienis sebagai bagian tak terpisahkan dari identitas profesional calon penata kecantikan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Terima kasih disampaikan kepada orang tua dan keluarga atas doa dan dukungannya, kepada dosen pembimbing atas arahan dan bimbingannya, kepada teman-teman atas dukungan dan kebersamaannya, serta kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Tidak lupa, penulis mengapresiasi diri sendiri atas segala usaha dan ketekunan dalam menyelesaikan tulisan ini hingga akhir.

Referensi

- Dewi, K., & Hayatunnufus, H. (2021). Study tentang perilaku pemilihan kosmetika dekoratif untuk meningkatkan kepercayaan diri pada mahasiswi Tata Rias dan Kecantikan FPP UNP. *Jurnal Tata Rias dan Kecantikan*, 3(3), 109. <https://doi.org/10.24036/jitrk.v3i3.70>
- Ghias, M., & Fozouni, L. (2024). Assessment of microbial contamination and metabolite exposure in cosmetic products used in women's beauty salons. *Iranian Journal of Public Health*, 53(5), 1175–1183. <https://doi.org/10.18502/ijph.v53i5.15599>
- Halima Faiyaz Shaikh, & Roonal Pritam Kataria. (2025). Microbial contamination and antimicrobial resistance of lipstick testers from local cosmetic brands. *World Journal of Biology Pharmacy and Health Sciences*, 23(1), 500–509. <https://doi.org/10.30574/wjbphs.2025.23.1.0681>
- Lestari, R. D., & Widayati, A. (2022). Profil penggunaan kosmetika di kalangan remaja putri SMK Indonesia Yogyakarta. *Majalah Farmaseutik*, 18(1), 8. <https://doi.org/10.22146/farmaseutik.v18i1.70915>
- Monica, F., Qorry Aina, G., & Irianti Rukmana, D. (2023). Gambaran cemaran bakteri *Staphylococcus aureus* pada lipstick cair tester. *Jurnal Kesehatan dan Pembangunan*, 13(26), 50–57. <https://doi.org/10.52047/jkp.v13i26.257>
- Rahmawati, A. D., & Muslikah. (2021). Kepercayaan diri pada mahasiswi pengguna kosmetik di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang. *Konseling: Jurnal Ilmiah dan Bimbingan Konseling*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.31960/konseling.v3i1.1138>
- Rosenstock, I. M. (1974). Historical origins of the health belief model. *Health Education Monographs*, 2(4), 328–335.
- Surtimanah, T., & Irfan Nafis Sjamsuddin, I. (2025). Determinan perilaku minum tablet tambah darah pada remaja putri menurut Health Belief Model: Studi kualitatif. *Perilaku dan Promosi Kesehatan: Indonesian Journal of Health Promotion and Behavior*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.47034/ppk.v7i1.1087>

- Wenas, D. M., Suardi, J., & Wahidin, W. (2020). Uji cemaran mikroba pada sediaan lipstik cair. *JUSTE (Journal of Science and Technology)*, 1(1), 49–60. <https://doi.org/10.51135/justevol1issue1page49-60>
- Wulandari, D. P. A., & Mahtuti, E. Y. (2025). Identifikasi mikroorganisme penyebab jerawat pada bedak tabur yang digunakan oleh penata rias. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 6(September), 13063–13071.
- Zanah, S. R., Mustiawan, M., & Putra, G. K. (2025). Resepsi khalayak gen Z berbasis gender tentang skincare lokal overclaim dalam tayangan Youtube Denny Sumargo. *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 4(2), 148–160. <https://doi.org/10.47233/jppisb.v4i2.2087>