Analisis Kesesuaian Klaim dan Iklan Kosmetika Terhadap Regulasi BPOM: Studi Kasus Produk Anti-Aging
di E-Commerce
Raras Sekar Kinasih, Prof. Dr. apt. Chairun W., M.Kes., M.App.Sc.; apt. Fathul Muin, M.Pharm.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ii
PENGESAHAN SKRIPSI iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI iv
HALAMAN PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
INTISARI xiv
ABSTRACT xv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
BAB II TELAAH KEILMUAN TINJAUAN PUSTAKA 8
A. Tinjauan Pustaka 8
1. Kosmetik 8
2. Iklan 11
3. *E-commerce* 17
4. Regulasi 20

Analisis Kesesuaian Klaim dan Iklan Kosmetika Terhadap Regulasi BPOM: Studi Kasus Produk Anti-Aging
di E-Commerce
Raras Sekar Kinasih, Prof. Dr. apt. Chairun W., M.Kes., M.App.Sc.; apt. Fathul Muin, M.Pharm.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

5. Teori Kepatuhan 29

B. Landasan Teori 30

C. Kerangka Konsep 33

D. Keterangan Empiris 34

BAB III METODE PENELITIAN 35

A. Rancangan Penelitian 35

B. Subjek Penelitian 35

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian 36

D. Instrumen Penelitian 40

E. Proses dan Teknik Pengumpulan Data 48

F. Analisis Data 53

G. Skema Penelitian 56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 57

A. Gambaran Karakteristik Farmasetika Iklan Produk *Anti-Aging* di *E-Commerce* Shopee 57

B. Pola Penyajian Konten Iklan Produk *Anti-Aging* di *E-Commerce* Shopee 66

C. Evaluasi Kesesuaian Klaim dan Iklan Produk *Anti-Aging* dengan Regulasi Periklanan Kosmetik di Indonesia 75

D. Keterbatasan Penelitian 108

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 109

A. Kesimpulan 109

B. Saran 110

DAFTAR PUSTAKA 113