UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Kesesuaian Iklan Kosmetik dengan Klaim Penghilang Bekas Luka terhadap Regulasi BPOM: Tinjauan pada E-Commerce Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop
Naila Husna Amelia Putri, apt. Fathul Muin, M.Pharm
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Adolph, Ralph. (2016). "*Perlindungan Konsumen terhadap Produk Kosmetik Ilegal pada E-Commerce Shopee (Analisis Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)*.": 1–23.

Afiannur, R. R., Musa, I. W., Firmansyah, R., & Junaedi, F. (2025). Pelanggaran etika pariwara Indonesia pada iklan komersial K Natural White dan Buavita di Global TV. *Jurnal Audiens*, 6(2).

Agung Priyono, S., Prawira, A. Y., & Farida, W. R. (2020). Anatomi Makroskopis dan Analisis Dinamika Profil Darah pada Proses Penyembuhan Luka pada Kulit Landak Jawa (Hystrix javanica) (Macroscopic Anatomy and Hematological Changes During... Morphological characteristic of the skin of sunda porcupine View project. *Jurnal Veteriner*, 21(1), 1–13.

Alfatih, A., (2017), *Pedoman Mudah Melaksanakan Penelitian Deskriptif Kualitatif*, UNSRI PRESS, Palembang.

Ammah, M., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh citra merk terhadap keputusan pembelian melalui testimoni pada Klinik Kecantikan MS Glow di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN),* 10(1), 1600–1608.

Arbarini, A. (2015). Pengaruh Penambahan Ekstrak Rimpang Kencur pada Tepung Beras terhadap Sifat Fisik Kosmetik Lulur Tradisional. *Jurnal Tata Rias*, *4*(02).

Asih, E. M. (2024). Analisis pada Shopee sebagai e-commerce terpopuler di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika, 2*(1), 73–79.

Avsar, U., Halici, Z., Akpinar, E., Yayla, M., Avsar, U., Harun, U., Hasan, A., & Bayraktutan, Z. (2016). The Effects of Argan Oil in Second-degree Burn Wound Healing in Rats. *Ostomy Wound Management*, 62(3).

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). (2022). *Peraturan BPOM Nomor 3 Tahun 2022 tentang Persyaratan Teknis Klaim Kosmetika*. Jakarta: BPOM RI.

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). (2024a). *Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik*. Jakarta: BPOM RI.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Kesesuaian Iklan Kosmetik dengan Klaim Penghilang Bekas Luka terhadap Regulasi BPOM: Tinjauan pada E-Commerce Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop
Naila Husna Amelia Putri, apt. Fathul Muin, M.Pharm
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2024). *Laporan Tahunan Ditwaskos Tahun 2024*. Waskos POM.

Badan Pusat Statistik, (2025), *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin*, 2025, https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--2023.html?year=2025, 21 Agustus 2025.

BPOM, (2024d), *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik*, Badan Pengawas Obat dan Makanan.

Cantelli, M., Camela, E., Marasca, C., Fontanella, G., Blasio, C., & Fabbrocini, G. (2021). Topical oil formulation of plant extracts and vitamins as effective treatment for stretch marks and xerosis—An observational longitudinal study. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 20(Suppl. 1), 9–13.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Esfandiary, S., Zamzamiah, D. L., Handani, H. R., Zulfikar, A. D., & Handoko, D. (2025). Penerapan etika periklanan di media sosial Instagram pada brand skincare Glamazing dalam membangun kepercayaan konsumen. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(3), 578–586.

Elfera, S. S., Sugiana, D., Bakti, I., & Bandung, U. P. (2024). Pengaruh iklan live streaming Shopee terhadap keputusan pembelian dimoderasi oleh sikap. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 7, 176–187.

ESTAS Beauty., 2023, *The Surprising Benefits of Using Oil to Treat Scars*, https://estasbeauty.com/blogs/scar-skin-care-how-to-take-care-of-scars/the-surprising-benefits-of-using-oil-to-treat-scars, 2 April 2023.

FDA. (2024). *Is it a cosmetic, a drug, or both? (Or is it soap?)* U.S. Food and Drug Administration. Indonesia.go.id. (2024). *Pasar kosmetik Indonesia melesat 48 persen, peluang IKM berinovasi*.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Kesesuaian Iklan Kosmetik dengan Klaim Penghilang Bekas Luka terhadap Regulasi BPOM: Tinjauan pada E-Commerce Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop
Naila Husna Amelia Putri, apt. Fathul Muin, M.Pharm
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Fauziah, M., & Soniya, F. (2020). Potensi Tanaman Zigzag sebagai Penyembuh Luka. *Jurnal Penelitian Perawat Profesional*, 2(1), 39–44. https://doi.org/10.37287/jppp.v2i1.41

Febrianty, A. A. A., & Sawitri, D. A. D. (2025). Pelanggaran hak konsumen atas informasi melalui iklan tidak jujur dan pertanggungjawaban pelaku usaha. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(12), xx–xx. https://doi.org/10.62281/… (Jurnal Media Akademik, e-ISSN: 3031-5220)

Febryanty, I., & Suryowati, B. (2021). Faktor psikologis dan kepercayaan dalam keputusan pembelian produk kosmetik. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, 10(02), 23–31.

Fu, X., Luo, Q., Li, X., & Li, M. (2018). Advances in the treatment of traumatic scars with laser, intense pulsed light, radiofrequency, and ultrasound. *Burns & Trauma*, 6, 27.

Gad, H. A., Roberts, A., Hamzi, S. H., Gad, H. A., Touiss, I., Altyar, A. E., Kensara, O. A., & Ashour, M. L. (2021). Jojoba Oil: An Updated Comprehensive Review on Chemistry, Pharmaceutical Uses, and Toxicity. *Polymers*, 13(11).

Handayani, H., Zahrah, H., Natarina, W. T., & Susilawati, D. (2025). Analisis pelanggaran strategi pemasaran dalam praktik repackaging dan overclaim terhadap keputusan pembelian skincare lokal. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4b), 2299–2309.

Istiqomah, M., Widara, R. T., Permata, A., & Anjani, M. (2023). Analisis kuantitatif hidrokuinon pada krim pemutih di Kota X menggunakan spektrofotometri UV–Vis. *Journal of Pharmaceutical and Health Research*, 4(3), 356–363.

Izzah, N. (2025). Analisis pengaruh label halal terhadap minat pembelian produk kosmetik Wardah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2).

Kamilaa, C. S., & Faslahb, R. (2025). Perlindungan konsumen dari iklan kosmetik berbahaya di Indonesia. *Jurnal Kajian Hukum Dan Kebijakan Publik*, 2(2), 1110–1114. ISSN 3031-8882.

Kazemi, M., Mohammadifar, M., Aghadavoud, E., Vakili, Z., Aarabi, M. H., & Talaei, S. A. (2020). Deep skin wound healing potential of lavender essential oil and

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Kesesuaian Iklan Kosmetik dengan Klaim Penghilang Bekas Luka terhadap Regulasi BPOM: Tinjauan pada E-Commerce Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop
Naila Husna Amelia Putri, apt. Fathul Muin, M.Pharm
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

licorice extract in a nanoemulsion form: Biochemical, histopathological and gene expression evidences. *Journal of Tissue Viability*, 29(2), 116–124.

Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Krishnappa, M., Abraham, S., Furtado, S. C., Krishnamurthy, S., Rifaya, A., Asiri, Y. I., Chidambaram, K., & Pavadai, P. (2024). An Integrated Computational and Experimental Approach to Formulate Tamanu Oil Bigels as Anti-Scarring Agent. *Pharmaceuticals*, 17, 102.

Kuncoro, Adinda A. P.. (2024). "*Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Penggunaan Kata Overclaim pada Produk Skincare.*"

Kuncoro, A. A. P., & Syamsudin, M. (2024). *Perlindungan konsumen terhadap overclaim produk skincare*. Dalam Prosiding Seminar Hukum Aktual (hal. 73–84). Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia.

Lupi, F. R., & Nurdin, N. (2016). Analisis strategi pemasaran dan penjualan e-commerce pada Tokopedia.com. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer (JESIK), 2*(1). E-ISSN 2502-2148.

Mahdania, A., & Ambarwati, M. D. (2025). Upaya perlindungan hukum konsumen dari iklan obat dan makanan melalui siaran televisi dan radio. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa (JIPM)*, 2(6), 495–506.

Marpaung, I. R., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh iklan, sistem COD, dan promo gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada TikTok Shop (Studi kasus pada mahasiswa UIN Sumatera Utara). *JMBI UNSRAT: Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(3), 1477–1491.

Maulida, E., Abdi, M. M., & Nofrizal, D. (2025). Tinjauan yuridis dampak overclaim kosmetik terhadap konsumen. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(10), 2902–2913.

Mayasari, I., & Kurniaty, D. (2019). *Manajemen pemasaran: Teori dan isu terkini*. Universitas Paramadina. ISBN 978-979-772-064-3.

McHugh M. L. (2012). Interrater reliability: the kappa statistic. *Biochemia medica*, *22*(3), 276–282.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Kesesuaian Iklan Kosmetik dengan Klaim Penghilang Bekas Luka terhadap Regulasi BPOM: Tinjauan pada E-Commerce Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop
Naila Husna Amelia Putri, apt. Fathul Muin, M.Pharm
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Melnyk, N., Nyczka, A., Piwowarski, J. P., & Granica, S. (2024). Traditional use of chamomile flowers (Matricariae flos) in inflammatory-associated skin disorders. *Prospects in Pharmaceutical Sciences*, 22(4), 59–73.

Mendrofa, S. A., Sari, M. N., Martoyo, A., Putra, F. A., Putri, L. T., Aditi, B., Jufri, Y., Mispandi, S., Sudarsono, S., Indriana, I., Nugraha, J. P., Safitri, C., Amrita, N. D. A. & Mulyodiputro, M. D., (2024), *Manajemen Pemasaran Digital*, CV. Mega Press Nusantara, Sumedang.

Mohiudin, AK. (2019). Skin care: Formulation and use. *American journal of dermatological research and reviews*. 2 (8).

Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Ngabito, R.I.P., (2024), Analisis Pertanggungjawaban Hukum Terhadap Pengedaran Produk Skincare yang Terbukti Overclaim, *Law, Development & Justice Review*, 7(3): 284-301.

Ningsi, S., Nonci, F. Y., & Sam, R. (2015). Formulasi sediaan lulur krim ampas kedelai putih dan ampas kopi arabika. Jurnal farmasi UIN Alauddin Makassar, 3(1), 1-4.

Noor F. R., Syifa M., Oktarina S., Yuono Y., Anggita H. R., Agustin W. & Nurhayati, Ifa. (2024). *Pengaruh Kosmetik Terdahadap Kulit dan Zat Aktif Berbahaya Berdasarkan Studi Literatur*.

Nuraini, S. (2025). *Pemasaran skincare dengan cara overclaim di e-commerce (perspektif fatwa DSN MUI dan undang-undang tentang perlindungan konsumen)* (Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Repository.

Oargă, D. P., Cornea-Cipcigan, M., Nemes, S. A., & Cordea, M. I. (2025). The Effectiveness of a Topical Rosehip Oil Treatment on Facial Skin Characteristics: A Pilot Study on Wrinkles, UV Spots Reduction, Erythema Mitigation, and Age-Related Signs. *Cosmetics*, 12(3)

Ogawa, R., Akita, S., Akaishi, S., Aramaki-Hattori, N., Dohi, T., Hayashi, T., Kishi, K., Kono, T., Matsumura, H., Muneuchi, G., Murao, N., Nagao, M., Okabe, K.,

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Kesesuaian Iklan Kosmetik dengan Klaim Penghilang Bekas Luka terhadap Regulasi BPOM: Tinjauan pada E-Commerce Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop
Naila Husna Amelia Putri, apt. Fathul Muin, M.Pharm
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Shimizu, F., Tosa, M., Tosa, Y., Yamawaki, S., Ansai, S., Inazu, N., Kamo, T., … Kuribayashi, S. (2019). Diagnosis and Treatment of Keloids and Hypertrophic Scars-Japan Scar Workshop Consensus Document 2018. *Burns & trauma*, *7*, 39.

Palupi, M. D., & Prastyanti, R. A. (2025). Tinjauan hukum terhadap platform e-commerce dalam menanggulangi iklan menyesatkan pada produk kosmetik. *Jurnal Multidisiplin Inovatif, 9*(5). Risky T. N. S., dan Satino. 2024. "Perlindungan Konsumen Terkait Praktik Pemasaran Yang Menyesatkan Melalui Media Digital Di Indonesia (Studi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)." *Jurnal Interpretasi Hukum* 5(3): 1171–80.

Patil, K., Sanjay, C. J., Doggalli, N., Devi, K. R. R., & Harshitha, N. (2022). A Review of Calendula Officinalis- Magic in Science. *International Journal of Pharmaceutical Science & Research*, 5(3).

Poljšak N, Kreft S, Kočevar Glavač N (2020). Vegetable butters and oils in skin wound healing: Scientific evidence for new opportunities in dermatology. *Phytother Res*. 34(2):254-269. doi: 10.1002/ptr.6524. Epub 2019 Oct 27. PMID: 31657094.

Populix. (2022). *The Social Commerce Landscape in Indonesia*.

Prawiroharjo, Pukovisa & Dianita, Putri. (2017). Dokter Beriklan: Sebuah Tinjauan Menurut Kode Etik Kedokteran Indonesia (KODEKI) Tahun 2012. *Jurnal Etika Kedokteran Indonesia*. 1. 13. 10.26880/jeki.v1i1.4.

Purnamasari, L. S., Sutanto, A. H., Angelita, K., & Setyarini, N. M. A. (2022). Relasi konsumen dengan produk kecantikan serta pengaruhnya terhadap purchase intention. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(4), 2874–2881.

Putra, A.A., N. Parining., I.D. Yudhari. (2016). Bauran Pemasaran Lulur di UD. Sekar Jagat Denpasar. *E-Journal Agribisnis dan Agrowisa*. 2:5(1):1–8

Putri, A. P., dan S. S. Alamiyah. (2022). "Studi Deskriptif Kualitatif: Motivasi Melakukan Public Display Affection Pada Pengguna Media Sosial Tiktok." *Jurnal Signal* 10(1):23.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Kesesuaian Iklan Kosmetik dengan Klaim Penghilang Bekas Luka terhadap Regulasi BPOM: Tinjauan pada E-Commerce Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop
Naila Husna Amelia Putri, apt. Fathul Muin, M.Pharm
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Putri, G. N., J. J. Gilalo, and R. Djuniarsono. (2024). "Analisis Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Pengiklanan Produk Berbahaya Oleh Influencer." *Karimah Tauhid* 3(4): 4929–46.

Rahayu, M. P., Zahrah, H., Rahman, A. Z., & Nurhasanah, S. K. (2025). Eksploitasi kredibilitas profesi dalam pemasaran dan pelanggaran etika bisnis pada produk skincare. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 4231–4245.

Rahman, A. K, (2017), Gambaran Iklan Pengobatan Alternatif di Televisi dan Website: Studi Deskriptif dan Content Analysis. *Skripsi*, Universitas Gadjah Mada.

Ramadhan, M. F., Siroj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Validitas and Reliabilitas. *Journal on Education*, 6(2), 10967–10975.

Reinke, J. M., & Sorg, H. (2012). Wound repair and regeneration. *European surgical research. Europaische chirurgische Forschung. Recherches chirurgicales europeennes*, *49*(1), 35–43.

Ripah K. (2011). Penerapan E-Commerce dalam Menunjang Strategi Bisnis Perusahaan Kasus di PT. Cheil Jedang Superfeed (CJS), *Makalah*, Program Pasca Sarjana Manajemen dan Bisnis ITB, Bogor, hlm. 3.

Sakkaravarthi, V. (2022). History of soap. *Cosmoderma*. 2. 133. 10.25259/CSDM_152_2022.

Sawitri, R., & Meiriza, A. (2023). Analisis Faktor Penerimaan TikTok Shop berdasarkan Model UTAUT2 dan SCC. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, *9*(1), 33–44.

Shimp, T. A., (2013), *Advertising*, Promotion and Other Aspect of Integrated Marketing Communication, South-Western Cengage Learning, China.

Siregar, H., Zebua, Y., & Arjuna, S. (2025). Pengaruh promosi gratis ongkos kirim, iklan, dan celebrity endorsement terhadap keputusan pembelian ditinjau dari platform Shopee dan TikTok. *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan, 4*(1), 190–203.

Statista, (2025), Beauty & Personal Care - Indonesia, https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/indonesia?srsltid=AfmBOorSNZ7tsTB0VoZAZd2payd-V8D-rwNBv0PyGVoCQ0cNSWTMYa68, 21 Agustus 2025.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Kesesuaian Iklan Kosmetik dengan Klaim Penghilang Bekas Luka terhadap Regulasi BPOM: Tinjauan pada E-Commerce Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop
Naila Husna Amelia Putri, apt. Fathul Muin, M.Pharm
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Sugeng, Bambang et al. (2025). "In the Context of Consumer Protection Law , E-Commerce and Its Settlement : Lesson from Indonesia , Malaysia , and European Union." 3576: 379–97.

Sugiyono., (2023), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung. Alfabeta.

Theofanny, Hidayat, N. P., Seafi, S. A., Bekti, Y. H., & Handoko, D. (2025). Analisis pelanggaran etika periklanan studi kasus iklan di Instagram Hanasui versi serum No.1 di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 206–214.

Tranggono, R. I., & Latifah, F., (2007), *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Tranggono, R. I. dan Latifah, F., (2018), *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik edisi kedua*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Waluyo, D., (2024), *Pasar Kosmetik Indonesia Melesat 48 Persen*, Peluang IKM Berinovasi, https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8516/pasar-kosmetik-indonesia-melesat-48-persen-peluang-ikm-berinovasi?lang=1, 21 Agustus 2025.