



ANALISIS ISI KONTEN PRODUK KOSMETIK DENGAN KLAIM HALAL DI INSTAGRAM

@Hak cipta milik IPB University

NADHIRA AZMI FADHLANI



**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Isi Konten Produk Kosmetik dengan Klaim Halal di Instagram” adalah karya saya dengan arahan dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, 21 Agustus 2024

Nadhira Azmi Fadhlani
I24180058

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

NADHIRA AZMI FADHLANI. Analisis Isi Konten Produk Kosmetik dengan Klaim Halal di Instagram. Dibimbing oleh UJANG SUMARWAN.

Kosmetik halal adalah kosmetik yang menggunakan bahan-bahan halal dan telah melalui proses produksi yang sesuai dengan syariat Islam. Banyak perusahaan kosmetik yang mulai mengiklankan produk mereka melalui media sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik produk kosmetik dengan klaim halal, karakteristik konten produk kosmetik dengan klaim halal, karakteristik klaim halal dan kesesuaian isi konten produk terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi, dengan melakukan observasi dan pengumpulan 200 data berupa konten produk kosmetik dengan klaim halal di Instagram pada bulan Agustus – November 2023. Berdasarkan hasil penelitian pada karakteristik produk, didominasi pada merek dr Ferihana Cosmetics dan jenis produk perawatan kulit, sedangkan karakteristik konten, didominasi penggunaan latar belakang warna dengan jumlah suka yang tinggi maka jumlah pengikut tinggi. Hasil penelitian ini juga ditemukan bahwa terdapat 149 konten memiliki sifat objektif mengenai klaim halal serta ditemukan konten yang telah melanggar kesesuaian dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Kata kunci: analisis isi, Instagram, klaim halal, kosmetik halal, perlindungan konsumen

ABSTRACT

NADHIRA AZMI FADHLANI. Content Analysis of Cosmetic Product with Halal Claims on Instagram. Supervised by UJANG SUMARWAN.

Halal cosmetics are cosmetics that use halal ingredients and have gone through a production process that complies with Islamic law. Many cosmetic companies have started advertising their products through social media. The purpose of this study was to identify the characteristics of cosmetic products with halal claims, the characteristics of cosmetic product content with halal claims, the characteristics of halal claims and the conformity of product content to the Consumer Protection Act. This study uses a content analysis method, by observing and collecting 200 data in the form of cosmetic product content with halal claims on Instagram in August - November 2023. Based on the results of the study on product characteristics, dominated by the dr Ferihana Cosmetics brand and types of skin care products, while the characteristics of the content, dominated by the use of colored backgrounds with a high number of likes, the number of followers is high. The results of this study also found that there were 149 contents that had objective properties regarding halal claims and content that had violated compliance with the Consumer Protection Act.

Keywords: consumer protection, content analysis, halal claims, halal cosmetics, Instagram



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ANALISIS ISI KONTEN PRODUK KOSMETIK DENGAN KLAIM HALAL DI INSTAGRAM

NADHIRA AZMI FADHLANI

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen

**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Skripsi : Analisis Isi Konten Produk Kosmetik dengan Klaim Halal di Instagram
Nama : Nadhira Azmi Fadhlani
NIM : I24180058

Disetujui oleh

Pembimbing I:
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.
NIP 19600916 198601 1 001



Diketahui oleh

Ketua Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen
Dr. Tin Herawati, S.P., M.Si.
NIP 19720428 200604 2 007



Tanggal Ujian: 19 Agustus 2024

Tanggal Lulus: 04 OCT 2024



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah berjudul “Analisis Isi Konten Produk Kosmetik dengan Klaim Halal di Instagram” ini dapat terselesaikan. Penyelesaian karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, motivasi, serta kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, membersamai, dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan karya ilmiah ini. Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada Dr. Ir. Istiqlaliyah Muflikhati, M.Si. selaku penguji 1 dan moderator seminar hasil serta penulis berterima kasih kepada Dr. Yulina Eva Riany, S.P., M.Ed. selaku dosen penguji 2 pada ujian skripsi yang telah memberikan banyak saran dan masukan yang membantu perbaikan karya ilmiah ini agar menjadi lebih baik. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ir. Moh. Djemdjem Djamaludin, M.Sc. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan dukungan dan pengarahan selama menempuh pendidikan. Selain itu, penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada Herdinar Novalia dan Ayunda Apselia selaku pembahas pada seminar hasil peneliti, serta Dr. Tin Herawati, SP., M.Si. selaku ketua Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dr. Defina, S.S., M.Si dan Ibu Risda Rizkillah, S.Si, M.Si yang sudah membersamai, memberi arahan dan motivasi kepada penulis selama melakukan penelitian ini dan juga seluruh dosen serta tenaga kependidikan Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama menempuh pendidikan sarjana.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua, Bapak Afrizal dan Ibu Euis Helawati serta saudara penulis, Lathifah Az Zahra, Muhammad Farhan Izharuddin, Afrina Shaviera Khairunnisaa dan keluarga besar penulis yang selalu memberikan semangat, penghiburan, doa, dan kasih sayang. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman satu bimbingan dan teman-teman dekat penulis yang telah memberi semangat dan dukungan serta menjadi pendengar yang baik, dan juga kepada seluruh teman-teman IKK 55 yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan karya ilmiah ini sehingga saran yang membangun sangat diharapkan sehingga dapat mendorong karya-karya penulis yang lebih baik lagi ke depannya, besar harapan penulis agar karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Bogor, 21 Agustus 2024

Nadhira Azmi Fadhlani

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kosmetik Halal	9
2.2 Klaim Halal	9
2.3 Instagram sebagai Media Promosi	10
2.4 Perilaku Konsumen	11
2.5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999	12
2.6 Kerangka Pemikiran	13
III METODE	15
3.1 Desain, Lokasi, dan Waktu Penelitian	15
3.2 Populasi, Contoh, dan Teknik Penarikan Contoh	15
3.3 Jenis dan Cara Pengumpulan Data	15
3.4 Pengolahan dan Analisis Data	18
3.5 Definisi Operasional	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Karakteristik Produk	20
4.1.1 Merek Produk	20
4.1.2 Jenis Produk	21
4.1.3 Informasi Bahan	21
4.1.4 Informasi Harga	22
4.2 Karakteristik Konten	23
4.2.1 Latar Belakang	23
4.2.2 Waktu Publikasi	23
4.2.3 Sifat Kepemilikan Akun dan Kontak Narahubung	24



@Hak cipta milik IPB University

4.2.4	Jumlah Suka dan Jumlah Pengikut	24
4.3	Karakteristik Klaim	25
4.3.1	Keterangan Halal dan Letak Klaim Halal	25
4.3.2	Terdaftar di BPOM dan LPPOM MUI atau BPJPH	25
4.3.3	Sifat Klaim	26
4.4	Kesesuaian Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	26
4.5	Pembahasan	29
	SIMPULAN DAN SARAN	32
5.1	Simpulan	32
5.2	Saran	32
	DAFTAR PUSTAKA	33
	LAMPIRAN	39
	RIWAYAT HIDUP	90

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



DAFTAR TABEL

1	Deskripsi variabel dan pengukuran	15
2	Sebaran nama merek produk kosmetik dengan klaim halal	20
3	Sebaran jenis produk kosmetik dengan klaim halal	21
4	Sebaran konten kosmetik dengan klaim halal berdasarkan informasi bahan	21
5	Sebaran konten kosmetik dengan klaim halal berdasarkan informasi harga	22
6	Sebaran latar belakang pada konten kosmetik dengan klaim halal	23
7	Sebaran waktu publikasi konten kosmetik dengan klaim halal	23
8	Sebaran sifat kepemilikan akun pada konten kosmetik dengan klaim halal	24
9	Sebaran jumlah suka dan jumlah pengikut pada konten kosmetik dengan klaim halal	24
10	Sebaran letak klaim halal pada konten kosmetik dengan klaim halal	25
11	Sebaran produk kosmetik dengan klaim halal yang telah terdaftar di BPOM dan LPPOM MUI atau BPJPH	25
12	Sebaran sifat klaim pada konten kosmetik dengan klaim halal berdasarkan telah terdaftar di LPPOM MUI atau BPJPH	26
13	Sebaran konten kosmetik dengan klaim halal berdasarkan kesesuaian Undang-Undang Perlindungan Konsumen	27

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran	14
2	Contoh konten yang mencantumkan informasi bahan produk	22
3	Contoh konten yang mencantumkan informasi bahan produk	22
4	Contoh pelanggaran UUPK Pasal 7 poin b	27
5	Contoh pelanggaran UUPK Pasal 9 poin j	28
6	Contoh pelanggaran UUPK Pasal 9 poin k	28
7	Contoh pelanggaran UUPK Pasal 17 poin 1a	28

DAFTAR LAMPIRAN

1	Tangkapan layar konten dari akun @dr.ferihana.cosmetics, @arvita.beauty, @ridhabeauty @berl.palangkaraya, dan @komsetixnhs	40
2	Tangkapan layar konten dari akun @makeupstorebn, @keneskosmetik, @feali.id, @dr.ferihana.cosmetics, @jualskincareberl, @shop_meghafa, dan @shufi_berl	40
3	Tangkapan layar konten dari akun @vivacosmetics.madiun, @sumberayusentosa, @pompurinstore.shopee, @dr.ferihana.cosmetics, @tokokitapontianak, dan @vivamd	40
4	Tangkapan layar konten dari akun @dr.ferihana.cosmetics, @feali.id, @jilbabhayuribekasi, @ariestha_nu_amoorea, @msglowmedanofficial, @gbk_grosirbojonegoro, dan @catkincosmetics	40

- 5 Tangkapan layar konten dari akun @dr.ferihana.cosmetics, @najesscosmetics, @nbrs.beauty, @wardahbeautybrunei, @riyanti_berl, @berl.palangkaraya, @higlow.officialid, @vivamd, dan @dr_iqrahalalbeauty 40
- 6 Tangkapan layar konten dari akun @gerai.haramain, @dr.ferihana.cosmetics, @khanaputdi_store, @pompurinstore.shopee, dan @tokokitapontianak 40
- 7 Tangkapan layar dari akun @komsetixnhs, @kellycosmetics.id, @msglowmedanofficial, @softlenshop22, @mazayaindonesia, @dr.ferihana.cosmetics, @berl.palangkaraya, @lokos.me, dan @msglowbone.id 40
- 8 Tangkapan layar konten dari akun @nunhijab.beautylab, @gudangskincare.official @sumberayusentosa, @qzbeautycare, @kellycosmetics.id, @vivacosmetics.madiun, dan @dr.ferihana.cosmetics 40
- 9 Tangkapan layar konten dari akun @cosmolineid, @lokos.me, @dr.ferihana.cosmetics, @nunhijab.beautylab, @berl.palangkaraya, @kim_kosmetik, @vennyulinda, @sumberayusentosa, @arvita.beauty 40
- 10 Tangkapan layar konten dari akun @softlenshop22, @mazayaindonesia, @vivamd, @wardahbeautybrunei, @yessica_ycy, @jenyfer.jennny, @lumecolorsmall, dan @softlenshop22, @vivacosmetics.madiun 40
- 11 Tangkapan layar konten dari akun @berl.palangkaraya, @vivacosmetics.madiun, @nunhijab.beautylab, @qzbeautycare, @kutekhalal_minevital, @mysas_akunpromo, @sukses.sr12bekasi, @fabilface.beauty, @xixiucosmetic, dan @nsobeauty, 40
- 12 Tangkapan layar konten dari akun @umimualmayra_jogjakarta, @fabilnatural_malang, @kutekhalal_minevital, @fabilface.beauty, @gedwina_nur_azizah, @tokosinarbandorasa, dan @khadawafabilnaturlife, @fabilrembang, 40
- 13 Tangkapan layar konten dari akun @lumekosmetik, @fabilskinbeauty_, @amanda_fabilskin, @fabilrembang, @mazayaindonesia, @berl.lampung, @xixiucosmetics, @berl.arina, dan @khadawafabilnaturlife 40
- 14 Tangkapan layar konten dari akun @lumekosmetik, @shineskin_ori, @khadawafabilnaturlife, @devirininta, @fabil_skincaretrg, @halalbeautycare_qz, @xixiucosmetic, @fabilface.beauty, dan @mazayaindonesia 40
- 15 Tangkapan layar konten dari akun @strawberrynailhenna_jogja, @khadawafabilnaturlife, @fabilface.beauty, @lipstik.halal.id, @mazayaindonesia, @fabilnaturalofficial, dan @solusimasalahwajah 40
- 16 Tangkapan layar konten dari akun @kulitnatural.berlcosmetics, @berlyant.tw, @rak_mommy, @tokosinarbandorasa, @berl.lampung, @tulipware.naura, @minevitalofficial.id, @fabil_skincaretrg, @mutiaranyapuspa, dan @berl_cosmetics_officiall 40
- 17 Tangkapan layar konten akun @fabilnaturaljabar, @diartibeauty, @strawberrynailhenna_jogja, @fabilnaturalofficial, @kosmetikskincarebytira, @yaraoutlett, @cantika.semarang, @berl_surabayapusat, @fabil_skincaretrg, dan @reeshop85 40

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
2. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
3. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tangkapan layar konten akun	
@berl_surabayapusat, @tokosinarbandorasa, @mazayaindonesia, @fabilnaturaljabar, @arvita.beauty, @halalbeautycare_qz, @ana_ekaputri, dan @jessefactory	40
Tangkapan layar konten dari akun @vivamd, @berl.arina, @toutadaily, @arvita.beauty, @koreagrosir, @halalnailpolish.id, @fabil_skincaretrgr, @citracosmetic.makassar, dan @kiosmakeup	40
Tangkapan layar konten dari akun @envio.store, @rmc.pamekasan, @xixiucosmetic, @mazayaindonesia, @keneskosmetik, @irul_berlcosmetics, @beautyart_conceptstore, @viennacosmeticmakassar_, dan @serumwajah.berl	40