

ANALISIS KONTEN TIKTOK @DOKTERDETEKTIF SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN EDUKASI SKINCARE

Syahla Salsabila¹, Mayasari², dan Tri Susanto³

Universitas Singaperbangsa Karawang, Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361, 2110631190159@student.unsika.ac.id,
mayasari.kurniawan@fisip.unsika.ac.id, tri.susanto@staff.unsika.ac.id

ABSTRACT

Social media platforms, particularly TikTok, have become easily accessible tools for the public, serving not only entertainment purposes but also as sources of education and information across various fields, including skincare. Numerous influencers share skincare-related content on their TikTok accounts, one of whom is @dokterdetektif. Through this account, @dokterdetektif provides educational content and information about skincare, including laboratory test results of various skincare products. The objective of this research is to understand and analyze the strategies employed by @dokterdetektif in delivering skincare education and information to their followers on TikTok. This study utilizes a qualitative method with a content analysis approach. The analysis aims to examine how content is presented to the audience and how it effectively educates and informs them. The findings of this research indicate that TikTok offers a broad reach to the public, and @dokterdetektif optimizes this potential through effective strategies. These include presenting engaging content, unique visuals, and maintaining credibility to build public trust. Such approaches contribute to the widespread dissemination of skincare education and information.

Keywords: @dokterdetektif, Content Analysis, TikTok

ABSTRAK

Media sosial TikTok saat ini menjadi platform yang mudah diakses oleh masyarakat baik untuk kesenangan semata ataupun mencari edukasi dan informasi di berbagai macam bidang, termasuk edukasi dan informasi mengenai skincare. Banyak influencer yang menyajikan konten mengenai skincare di akun TikTok – nya, salah satunya ialah @dokterdetektif. Melalui akunnya dokter detektif menyajikan konten edukasi dan informasi mengenai skincare, tak hanya itu, dokter detektif juga memberikan hasil uji lab terhadap beberapa produk skincare. Tujuan dari penelitian ini yaitu memahami dan menganalisis strategi yang dokter detektif lakukan dalam memberikan edukasi dan informasi mengenai skincare kepada pengikutnya di TikTok. Metode yang digunakan yaitu menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis konten/isi. Analisis ini dilakukan untuk melihat bagaimana konten dapat diberikan ke khalayak dan dapat memberikan edukasi dan informasi kepada khalayak. Penelitian ini mengumpulkan data dengan mengumpulkan informasi tambahan dari dokumen online, guna melengkapi penelitian ini. Penelitian ini memiliki hasil bahwa TikTok dapat memberikan jangkauan yang besar kepada masyarakat, dan dokter detektif mengoptimalkan hal tersebut dengan

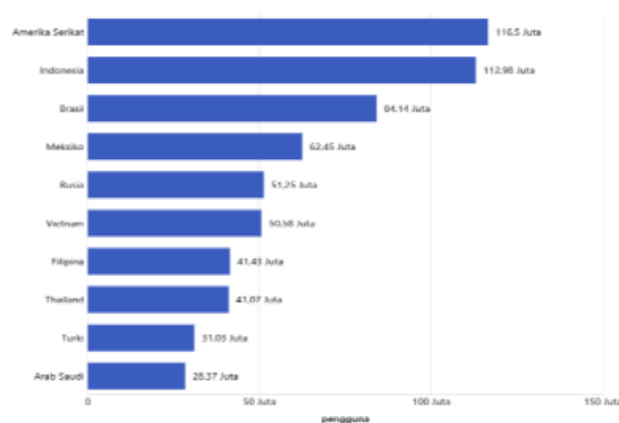
strategi yang baik yaitu menyajikan konten yang menarik, tampilan yang unik, serta kredibilitas yang dapat membangun kepercayaan publik, hal inilah yang dapat memberikan efek jangkauan edukasi dan informasi ke khalayak luas.

Kata Kunci: Dokter Detektif, Analisis Konten, TikTok

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi adalah sesuatu hal yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan ini, kemajuan teknologi dapat berpengaruh dalam kehidupan manusia. Timbulnya media baru terjadi karena teknologi yang begitu canggih. Teknologi sendiri memiliki perkembangan berupa alat yang canggih dan efektif dibandingkan dengan teknologi sebelumnya. Seperti halnya teknologi baru mengenai penggunaan media sosial yang dapat membuat semua pengguna berinteraksi kepada pengguna media lain dalam jarak jauh. (Mayasari et al., 2020)

Selain menjadi tempat masyarakat berinteraksi, media sosial juga menjadi salah satu tempat masyarakat dalam mencari berbagai informasi juga edukasi mengenai berbagai hal, konten yang disajikan didalamnya memuat banyak sekali informasi yang membuat masyarakat betah berlama – lama menghabiskan waktunya di media sosial. Aplikasi yang banyak digandrungi oleh masyarakat ialah *TikTok*. *TikTok* menjadi aplikasi yang sedang populer dan diminati di dunia, didalamnya *TikTok* memberikan fitur pembuat video berdurasi 15 detik, 60 detik, bahkan 10 menit, dengan disertai fitur filter, musik, dan fitur kreatif lainnya (Adawiyah, 2020) pengguna *TikTok* di Indonesia merupakan pengguna terbesar kedua setelah Amerika Serikat di dunia.



(Sumber: katadata, 2023)

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna *TikTok* Terbanyak di Dunia (April 2023)

Dikutip dari katadata pada gambar 1.1, dapat dilihat bahwasannya *TikTok* sangatlah terkenal, banyak masyarakat yang menghabiskan waktunya disana. Melihat hal ini, tak heran banyak masyarakat yang tertarik menjadi seorang *influencer* atau konten kreator, mereka ramai – ramai membuat konten di *TikTok* dengan berbagai macam isi kontennya, mulai dari kegiatan seru mereka, tutorial memasak, kecantikan, hingga edukasi mengenai perawatan kulit, ini menjadikan aplikasi *TikTok* menjadi media informasi sekaligus mengedukasi (Nurdiansyah & Suhartini, 2021). Tak dapat dipungkiri banyak masyarakat yang mendapat kesuksesannya dalam menjadi seorang *influencer* di *TikTok*. Apalagi jika konten tersebut merupakan edukasi dan dapat memberikan ilmu baru serta rekomendasi terpercaya mengenai suatu hal. Salah satunya yaitu mengenai edukasi perawatan kulit, atau *skincare*.



Sumber: akun TikTok Dokter Detektif

Gambar 2.1 Profil TikTok Dokter Detektif

Influencer yang sedang ramai membahas mengenai *skincare* ialah dokter detektif yang memiliki akun bernama @dokterdetektif, dokter detektif atau kerap disapa doktif ini merupakan seorang dokter estetika yang juga membuat konten edukasi mengenai kandungan dari produk *skincare*. Hal yang menarik perhatian masyarakat dari konten yang doktif unggah ialah bukti kuat mengenai kandungan *skincare* dari merek tertentu, dikontennya doktif akan menunjukkan hasil dari uji lab yang sudah dirinya lakukan, dan menunjukkan fakta bahwa ada beberapa produk yang tidak sesuai dengan *claim* diiklannya, dari hal inilah muncul kata baru yaitu '*skincare overclaim*' yang artinya

skincare tersebut melebihi *claim* dari produknya, padahal nyatanya hasil uji lab dokter menunjukkan bahwa *claim* tersebut tidaklah sesuai.

Akibatnya dokter menuai banyak pro kontra, tapi tidak dipungkiri bahwa semakin kontennya tersebar ke masyarakat banyak juga masyarakat yang terbuka dan menerima konten yang dirinya buat, bahkan mereka mulai menyadari bahwa ada beberapa produk *skincare* yang mereka gunakan tidaklah sesuai kandungannya dengan apa yang mereka lihat diiklan *skincare* tersebut. Adapun *skincare* dengan *claim* yang sesuai dengan hasil uji lab, dampaknya *skincare* tersebut mengalami lonjakan permintaan yang sangat besar, karena banyak masyarakat yang berbondong – bondong membeli produk yang sudah terjamin kandungan dan khasiatnya.

Penelitian ini ditujukan untuk membahas atau menganalisis konten yang sudah diunggah oleh dokter detektif di akun *TikTok*- nya. Hal ini dilakukan untuk memahami edukasi *skincare* yang disampaikan melalui konten dokter, dan dapat memberikan dampak yang positif bagi pengikutnya. Penelitian ini juga dilakukan untuk mengidentifikasi bagaimana penyampaian informasi yang efektif dan bagaimana dokter detektif menjadi sumber terpercaya dan berkredibilitas. Penulis harap dengan mengidentifikasi dan memahami isi pesan dari setiap konten yang dilakukan oleh dokter detektif dapat meningkatkan wawasan mengenai *skincare* yang teruji kandungannya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan meneliti sebuah objek, dimana peneliti merupakan sebuah kunci dari jalannya sebuah penelitian (Sugiyono, 2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang dilakukan untuk mengamati, memahami, dan mendeskripsikan peristiwa yang sedang dianalisis (Yulianda et al., 2024), dengan menggunakan pendekatan analisis konten, analisis konten merupakan suatu teknik sistematis yang tujuannya untuk menganalisis dan memahami makna, dan cara mengungkapkan pesan dari suatu konten. Secara garis besar analisis konten digunakan untuk mendapat dan mendalami informasi yang ada dalam konten di media sosial (Pradinal Alghozali, 2023)

Subjek yang akan diteliti ialah bersumber dari akun *TikTok* @dokterdetektif, dan menganalisis postingan didalamnya, juga menganalisis bagaimana dokter detektif menyampaikan pesan di setiap postingan *TikTok* – nya.

Hasil

Melihat sudah banyak wanita yang peduli dengan skincare yang mereka gunakan mendorong peningkatan informasi dan edukasi yang disebarkan oleh para *influencer* di media sosialnya, terutama para *influencer* yang juga berlatar belakang sebagai dokter estetika, tak susah bagi kita untuk mengetahui kandungan apa saja yang ada dalam *skincare* yang kita gunakan sehari – hari, bahkan mudah bagi kita untuk mengetahui apakah kandungan *skincare* tersebut sesuai apa yang diiklankan atau tidak dengan melihat hasil uji lab yang dilakukan oleh *influencer* kecantikan.

Salah satu *influencer* yang sedang populer di media sosial *TikTok* yaitu dokter detektif, *influencer* sekaligus dokter estetika ini menggunakan media sosial – nya untuk membagikan ilmu mengenai kandungan yang ada dalam *skincare* yang biasa digunakan oleh wanita Indonesia, tak hanya itu dokter detektif juga dengan suka rela menguji lab pada produk *skincare*, dan membeberkan hasilnya di akun *TikTok* – nya, karena hal tersebut banyak audiensnya di *TikTok* mengetahui akan fakta dari *skincare* yang mereka gunakan, ada beberapa produk yang hasil uji lab – nya tidak sesuai dengan apa yang produk tersebut iklankan di media. Walaupun mengundang pro dan kontra tetapi dokter detektif tetap melanjutkan konten – kontennya, dan mendapat dukungan yang tak kalah banyak.

Dalam akun *TikTok* – nya dokter detektif atau kerap disapa doktif ini memiliki ciri khas dengan menggunakan topeng pada wajahnya, karena ciri khas tersebut banyak masyarakat yang awalnya hanya penasaran dengan penampilannya jadi ikut suka dan mendapat banyak informasi dari konten – konten yang disajikan oleh doktif. Konten doktif memberikan fakta yang masyarakat awam sulit untuk dapat diketahui, dengan memberikan fakta kandungan *skincare* dengan uji lab yang dilakukannya membuat banyak masyarakat mendapat informasi baru bahwa ada beberapa merek *skincare* yang sudah mereka percayai tetapi ternyata hasil uji lab nya tidaklah sesuai dengan apa yang merek tersebut iklankan, walaupun mengundang kekecewaan beberapa pihak tetapi konten doktif dinilai memberikan informasi mahal kepada masyarakat agar lebih hati – hati dengan *skincare* yang mereka sudah percayai. Dokter detektif pun sering kali melakukan interaksi dengan pengikutnya di *TikTok*, dan menanggapi beberapa *request*

audiens untuk menguji lab *skincare* yang mereka rekomendasikan. Pendekatan inilah yang membuat para pengikutnya merasa didengar dan diperhatikan.

Kekonsistenan doktif dapat memberikan informasi juga rekomendasi kepada para pengikutnya mengenai produk *skincare* dari merek apa yang terpercaya, karna hal ini beberapa pengikutnya berbondong – bonding menyerbu merek *skincare* yang sudah lolos uji lab doktif, hal ini juga dapat membantu memasarkan produk dari merek tersebut secara cuma – cuma, tak hanya menguntungkan para pengikutnya tetapi juga menguntungkan pihak *skincare* yang lolos uji lab oleh doktif.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa memberikan informasi dan edukasi di media sosial seperti *TikTok* harus memiliki cara tertentu agar masyarakat tertarik dengan konten yang dihasilkan, dan dapat mencerna maksud dari informasi dalam konten tersebut dengan baik. Cara atau strategi yang dapat peneliti analisis dari cara dokter detektif menjangkau dan memberi informasi kepada audiensnya adalah sebagai berikut:

- 1) algoritma dalam aplikasi *TikTok* merupakan suatu sistem yang nantinya dapat menghasilkan memutuskan video seperti apa yang akan ditampilkan dalam laman *for you page (fyp)* para penggunanya(Santi Putri et al., 2024). Karena algoritma tersebutlah *TikTok* menampilkan konten – konten yang menarik dan berbeda dengan lainnya, doktif memiliki keunikan dengan penampilannya yang menggunakan topeng dari bagian mata hingga bagian hidung, hal tersebut menjadi strategi unik yang doktif lakukan untuk menarik audiens, masyarakat dari yang awalnya hanya tertarik dengan tampilan yang doktif tunjukan disetiap kontennya lambat laun berubah menjadi tertarik dengan isi konten yang doktif berikan.
- 2) Industri di bidang kecantikan memang menjadi industri yang menghasilkan banyak *influencer* kecantikan (Ditta Shierlly Novierra*, 2021). Selain itu banyak *influencer* yang berlatar belakang seorang dokter estetika di media sosial *TikTok*. Mereka semua sama – sama menyajikan konten yang berisi edukasi mengenai *skincare* dan perawatan wajah yang baik, sama halnya dengan dokter detektif, hal yang membedakan konten doktif dengan *influencer* lainnya yaitu doktif memberikan konten yang menunjukkan hasil uji lab terhadap produk *skincare*,

strategi inilah yang dilakukan dokter untuk membedakan kontennya dengan *influencer* kecantikan lainnya.

- 3) Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan oleh seorang *influencer* adalah merangkul para pengikutnya dengan melakukan interaksi (Majid & Azeharie, 2023). Dokter detektif kerap kali melakukan interaksi dengan pengikutnya, dirinya sering meminta pengikutnya untuk merekomendasikan produk skincare mana yang harus diuji lab olehnya, pengikutnya pun berbondong – bondong memberikan list nama – nama merek skincare untuk di uji lab oleh dokter, strategi tersebut membuat para pengikutnya merasa dilibatkan dan didengar.
- 4) Seorang *influencer* haruslah memiliki cara berkomunikasi yang baik, yang dapat menggambarkan seperti apa dirinya, juga dapat memberikan informasi dengan kalimat yang mudah dimengerti khalayak (Lathifah Edib, 2021). Cara penyampaian dokter yang mudah dimengerti ini juga menjadi daya tarik masyarakat, sering kali ada beberapa nama kandungan *skincare* yang masih tabu ditelinga masyarakat awam, namun dokter dapat menyampaikannya dengan istilah lain yang mudah dimengerti oleh masyarakat.

Hal – hal diatas dapat menjadi kesimpulan bahwa dokter dapat menyajikan konten edukasi dan informasi yang baik dengan kredibilitas – nya sebagai seorang dokter, dan bukti nyata berupa uji lab yang dirinya tampilkan di setiap kontennya dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat bahwa dokter merupakan *influencer* yang berkredibilitas dan berkualitas yang dapat diambil manfaat dari edukasi di setiap kontennya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Ditta Shierlly Novierri*. (2021). *Pengaruh Beauty Influencer Terhadap Brand Awareness, Brand Image, Brand Attitude, dan Purchase Intention Beauty Product Lokal Indonesia*.
- Lathifah Edib. (2021). *Menjadi Kreator Konten di Era Digital*.
- Majid, N., & Azeharie, S. S. (2023). *Strategi Komunikasi Pemilik Kucing Selebriti dalam Membangun Personal Branding*.
- Mayasari, Agnita Eriyawati, & M. Ramdhani. (2020). *Pengaruh YouTube Atta Halilintar Terhadap Motivasi Bagi Mahasiswa*.

Nurdiansyah, F., & Suhartini, T. (2021). *Nilai Edukasi pada Aplikasi TikTok di Kalangan Remaja Kota Bandung*. 3(2). www.kompas.com

Pradinal Alghozali. (2023). *Analisis Konten Instagram @Museum_Situspatiayam*.

Santi Putri, A., Nurhayati, S., & Algoritma TikTok dan Konten Kreatif Pada TikTok Shop Terhadap Keputusan Pembelian, -Pengaruh. (2024). Pengaruh Algoritma TikTok dan Konten Kreatif Pada TikTok Shop Terhadap Keputusan Pembelian. In *Maret: Vol. XI* (Issue 1).

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Yulianda, N., Sultan, M. I., & Akbar, M. (2024). Analisis Konten pada Akun TikTok @dr.ziee sebagai Media Edukasi Perawatan Kulit. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(3), 959–966. <https://doi.org/10.54082/jupin.445>