

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan media sosial merupakan sarana komunikasi paling pesat dan cepat, media sosial akan terus berkembang mengikuti zaman dengan berbagai klasifikasi dan aplikasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat dunia. Media sosial merupakan sebuah platform media yang paling banyak digunakan untuk melakukan aktivitas dan berbagi Informasi (Ramadhanty et al., 2020). Menurut studi lain media sosial mampu memberikan peluang dalam mengembangkan bisnis dan memiliki keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan resepsi pemasaran konvensional (Harto et al, 2021). Dari berbagai jenis media sosial, Tiktok menjadi salah satu aplikasi terbanyak diunduh sebanyak 63,3 juta android maupun iOS, dengan menyumbangkan 11% dari total pengunduh (Pertiwi, 2020). Tiktok merupakan media sosial yang memiliki peminat dari segala umur, mulai dari usia 18-24 tahun dengan persentase 40 %. Pada usia 25- 34 tahun dengan persentase 37% dan sebanyak 76% persentase dari usia 18-34 tahun.



Gambar 1.1 Tangkap layar akun tiktok @dokterdetektif

Penggunaan tiktok tidak hanya menyebarkan konten negatif, namun dapat menjadi tempat dan sumber informasi. Hingga seiring berjalannya waktu, konten kreator mulai muncul di tiktok dari berbagai kalangan dan profesi dengan membuat konten yang bernilai positif dalam bidang kecantikan dan perawatan kulit. Salah satunya yaitu Dokter Amira, memiliki akun tiktok @Dokterdetektif, memiliki 1,8 juta pengikut. Salah satu konten kreator dokter detektif yang membongkar kandungan skincare dengan menyuguhkan sebuah video konten review skincare. Dalam konten tersebut dokter detektif mereview produk skincare secara transparan, dengan menguji kandungan di dalam skincare melalui uji laboratorium terpercaya. Hasil dari laboratorium merupakan hasil review skincare bpom maupun non bpom, menyamakan kandungan didalam skincare sesuai dengan klaim yang dijanjikan sesuai atau tidak dengan yang tertera dalam komposisi kandungan didalam skincare. Beberapa masyarakat mengklaim bahwa konten skincare sangat memberikan dampak positif dalam menyelamatkan masyarakat dan menyadarkan masyarakat bahwa harus lebih kritis dalam memilih produk.



*Gambar 1.2 Dokter detektif sebut Tasya Farasya berbeda
Sumber : Hops. Id*

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia saat ini meningkat secara drastis dengan menyediakan produk-produk perawatan kecantikan memungkinkan orang untuk menjaga penampilan mereka, dengan menggunakan perawatan kulit seperti rangkaian skincare yang sudah bervariasi sesuai kebutuhan masalah kulit yang dialami. Dalam perdagangan produk kosmetik, persaingan mendorong produsen untuk menggunakan resepsi tertentu yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek dari produk yang mereka jual supaya merek produk semakin terkenal dan pada akhirnya konsumen memilih produk tersebut. Adapun review skincare yang sangat menarik untuk dikaji ialah resepsi remaja Jawa Timur terhadap konten review skincare pada platform tiktok @DokterDetektif. konten yang menyuguhkan berbagai informasi skincare namun juga adanya kontroversi mengenai dunia skincare yang mengklaim kandungan produk memiliki kandungan bahan aktif tinggi seperti retinol atau niacinamide dan beberapa produk yang memiliki kandungan merkuri dan hidrokuinon. Menurut riset dari Zap Beauty Index 2018, sebanyak 73,1 wanita Indonesia mendefinisikan cantik dengan perempuan yang bersih, cerah, dan glowing (Markplus, 2018). Banyak masyarakat yang tidak mengetahui dan tidak peduli pada dampak penggunaan produk dengan kandungan zat berbahaya serta pemakaian yang berlebihan. Kurangnya penyuluhan kesehatan kulit dan kecantikan pada masyarakat dalam penggunaan merkuri jangka Panjang akan menyebabkan bintik-bintik hitam, iritasi, alergi, hingga kanker kulit. Sedangkan pada penggunaan hidrokuinon yang berlebihan dapat menyebabkan kulit kemerahan terasa panas dan terbakar (Indriaty et al., 2018).

Adanya perkembangan digital ini peran sosial media sangat signifikan, dapat mempengaruhi pandangan wanita dalam menentukan standar kecantikan. Pemikiran wanita sering terpengaruh terhadap komentar orang lain. Wanita yang semula percaya diri terhadap

penampilannya saat menentukan standar kecantikannya menjadi tidak yakin akan hal tersebut. Pada era digitalisasi media sosial sangat memiliki pengaruh besar dalam menentukan standar kecantikan, hal ini mengakibatkan standar kecantikan yang ada di media sosial dipukul rata. Resepsi merupakan pengalaman tentang objek wisata, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan suatu Informasi serta menafsirkan sebuah pesan. Resepsi yaitu pemberian makna pada stimulus indrawi (Jalaludin, 2011). Hal ini dilihat dari jumlah pengguna media sosial yang ada di Indonesia melalui sumber website datareportal.com, dengan data mencapai 167,0 juta pada Januari 2023 dengan total 53,2 persen pengguna laki-laki dan total 46,8 persen pengguna perempuan (Kemp, 2023).

Adanya data yang jelas akan memberikan sebuah Informasi berapa banyak pengguna dari berbagai kalangan usia dan gender. Melalui *influencer* atau *beauty vlogger* yang akan berperan penting untuk menentukan standar kecantikan dan akan menjadi panutan bagi penontonya. Tak sedikit kaum wanita yang terpengaruh dan mengikuti tutorial kecantikan dan gaya hidup para beauty vlogger maupun beauty influencer yang dikagumi, seperti pada kanal youtube Tasya Farasya dan pada kanal Jharna Bhagwani, dll. Dengan jumlah lebih dari 2 juta pengikut, para youtuber dan tiktokers berhasil mempengaruhi para pengikutnya untuk membeli produk yang dipakai. Hal ini merupakan konstruksi media massa seperti anggapan bahwa kecantikan yang demikian, dengan kriteria berkulit putih dan mulus, glowing, tinggi semampai, langsing hingga memiliki hidung mancung menjadi hal yang biasa (Sukisma dan Utami 2020:68). Dorongan media baik melalui iklan skincare dan kosmetik, sinetron atau film bahkan tidak hentinya media sosial menyebarkan simbol kecantikan. Hal ini sangat meracuni banyak orang, terutama pada kalangan wanita.

Eksistensi dari standar kecantikan di Indonesia secara tidak langsung mendorong para perempuan untuk melengkapi aspek yang dianggap “tidak sempurna” dan cenderung fokus pada ketidaksempurnaan. Adanya standar kecantikan di tengah masyarakat yang selalu bersikap dinamis, yakni terus berubah seiring pergeseran budaya dan gaya hidup setiap tahunnya. Perkembangan teknologi digital juga berpengaruh terhadap konstruksi kecantikan perempuan Indonesia, dilihat dari penggunaan media sosial sebagai sumber Informasi terkait tren kecantikan yang sedang terjadi (Medium 2303-0194). Banyak perempuan yang berlomba untuk merawat kulit dan mempercantik sehingga membuat tampilan mereka lebih percaya diri. Dalam artikel berjudul “ *The Truth About Beauty*”, kecantikan identik dengan tubuh langsing kulit putih, kaki jenjang, dagu lancip, mata besar, dan rambut terurai panjang (Sari, 2017).

Wamenperin memberikan tanggapan mengenai produk skin-care *overclaim* setelah menghadiri acara *Cosmetic Days* di kantor kementerian perindustrian, Faisol menegaskan, bahwa produk industri kosmetik wajib melakukan proses perizinan melalui Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) hingga mendapatkan sertifikasi dari Kemenperin apakah kandungan didalam produk bebas dari bahan berbahaya dan tidak memiliki kandungan bahan yang melebihi klaim yang tertera pada bahan baku dalam kemasan. Tujuannya agar menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk yang diedarkan secara umum di pasaran. “*kalau memang tidak bisa ditangani dengan pembinaan, ya terpaksa dengan penegakan hukum,*” kata wakil menperin Faisol Reza.

**Viral Produk Skincare Overclaim
Dibongkar Dokter, Ternyata Ini Efek
Sampingnya**

Sabtu, 12 Oktober 2024 - 11:29:00 WIB

 Syifa Fauziah



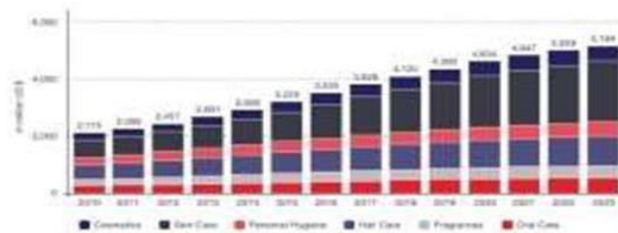
*Gambar 1.3 Heboh skincare overclaim
Sumber: iNews.id*

Pentingnya pengawasan dari pemerintah melalui Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) dalam peredaran kosmetik beretiket biru tanpa adanya ketentuan yang tepat, karena penggunaan etiket biru merupakan obat resmi sesuai resep dokter “Produk skincare yang mengandung obat tidak dapat digunakan secara umum tanpa adanya pengawasan dokter, karena akan disesuaikan dengan kondisi pasiennya”pungkas Sambung Kashuri. Adanya perhatian pemerintah juga menjadi faktor pendukung terjaganya kandungan skincare pada produk kosmetik sebagai pengendalian pencegahan penyakit kulit. Sebab pada dasarnya jika produk yang mengandung bahan aktif terlalu tinggi dan bahan terlarang (merkuri dan hidrokuinon) akan beresiko terkena kerusakan pada kulit sehingga tidak dapat disembuhkan. Adanya fungsi lain dari BPOM dimana meningkatkan kepercayaan konsumen dalam membeli produk yang diinginkan, dibuktikan dengan produk skincare yang dipromosikan oleh salah satu beauty vlogger Tasya Farasya menjadi acuan konsumen dalam membeli suatu produk yang sudah approve.

Beredarnya kasus yang telah terjadi, maka BPOM akan memberikan kepada influencer di Indonesia supaya lebih berhati-hati dalam mempromosikan suatu produk kosmetik, terutama pada produk kosmetik impor ilegal. Taruna (Kepala BPOM) mengatakan ada beberapa konsumen yang dirugikan karena tergiur oleh iklan yang dipromosikan oleh influencer di media sosial yang tidak memiliki aturan. *“Influencer di media sosial sangatlah banyak, dan mereka perlu mendapatkan karena beberapa Informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan kenyataan,”* kata Kepala BPOM Taruna Ikrar.

Adanya kesenjangan antara klaim yang dibuat oleh produsen dan hasil uji laboratorium yang sebenarnya. Ini dapat menunjukkan masih ada ruang penelitian lebih lanjut dalam mendapatkan validasi kandungan bahan aktif didalam produk skincare dan dapat mengembangkan standar yang lebih ketat untuk industri skincare. dengan demikian, isu mengenai dokter detektif tidak hanya kontroversi di media sosial saja, tetapi memberikan konten informatif terhadap kesadaran tentang pentingnya integritas dan transparansi dalam industri kecantikan. Temuan penting pada penelitian saat orang dapat mempelajari dan memahami tindakan-tindakan baru hanya dengan mengamati orang lain melakukannya, si pengamat tidak harus mempelajarinya (Elga, 2019).

Peningkatan signifikan terjadi dengan banyaknya dorongan permintaan akan kosmetik dan produk perawatan kulit lainnya, ini merupakan perhatian lebih dari masyarakat terhadap perawatan kulit sehingga dapat memperoleh kecantikan yang diinginkan.



Gambar 1.4 Peningkatan Kosmetik Overclaim
Sumber: www.cekindo-indonesian

Berkembangnya industri kecantikan di Indonesia dapat menciptakan berbagai merek, varian, dan inovasi yang sebanding dengan produk internasional. Bahkan, produk perawatan lokal juga mengalami perkembangan sesuai dengan permintaan pasar dan tren saat ini. Faktor kemajuan industri kecantikan Indonesia ialah peningkatan pada penerapan teknologi serta kemajuan digital, secara tidak langsung dapat mempengaruhi daya dalam industri kecantikan. Saat ini, internet merupakan salah satu kebutuhan bagi semua manusia untuk mempermudah dalam berkomunikasi, hingga transaksi bisnis. Salah satu faktor lain yang mendorong kemajuan industri kecantikan Indonesia adalah meningkatnya penerapan teknologi dan kemajuan digital, yang secara tidak langsung juga mempengaruhi daya saing dalam industri kosmetik. Saat ini, internet telah banyak digunakan oleh banyak masyarakat Indonesia untuk berbagai aktivitasnya, mulai dari komunikasi hingga transaksi bisnis. Hingga produsen industri kecantikan dan kosmetik sama berlomba-lomba untuk memproduksi kosmetik untuk mendapatkan produk yang menguntungkan ini (Kaur et al, 2018).

Konten review skincare yang dihadirkan oleh akun TikTok @DokterDetektif menyajikan visual yang informatif dan transparan, dari semua video yang sudah di unggah sudah mencapai 406 video konten. Setiap video biasanya dimulai dengan tampilan close-up dari kemasan produk skincare yang akan direview, disertai dengan teks judul yang jelas dan menarik di bagian bawah layar, seperti “Uji Kandungan Skincare Viral” atau “Review Produk BPOM vs Non-BPOM”.

Pembawa acara utama, dr. Amira, tampil mengenakan jas dokter di ruangan yang terang dan teratur, memberikan kesan profesional dan dapat dipercaya.

Visual dalam konten ini didominasi oleh demonstrasi proses uji laboratorium sederhana, seperti penggunaan pipet, vial, dan alat untuk menguji kandungan bahan aktif. Hasil dari uji laboratorium ditampilkan secara grafis, baik dalam bentuk tabel perbandingan, animasi grafik, maupun infografis singkat yang membandingkan klaim produk dengan hasil yang sebenarnya. Terdapat juga penekanan pada komposisi bahan aktif seperti retinol, niacinamide, merkuri, atau hidrokinon, lengkap dengan penjelasan mengenai efek samping yang mungkin timbul jika digunakan secara berlebihan.

Selama penjelasan, digunakan pointer digital atau efek sorot untuk menandai bagian-bagian penting pada kemasan atau hasil uji. Warna-warna cerah dan transisi visual yang cepat membuat video tetap menarik dan mudah diikuti oleh penonton muda. Di akhir video, biasanya terdapat ringkasan visual berupa checklist atau stempel “Aman” atau “Tidak Aman” sesuai dengan hasil uji, serta ajakan untuk lebih kritis dan berhati-hati dalam memilih produk skincare.

Kolom komentar pada video sering kali menampilkan reaksi penonton secara langsung, baik yang mendukung maupun yang mempertanyakan hasil review, sehingga menambah dinamika visual dan interaksi dalam konten ini. Dengan format visual yang singkat, padat, dan mudah dipahami, konten ini efektif dalam menyampaikan pesan dan membangun kesadaran kritis di kalangan remaja mengenai pentingnya memilih produk skincare yang aman dan sesuai dengan kebutuhan kulit.

Kontroversi yang terjadi pada media sosial tiktok terutama pada akun @DokterDetektif menjadi subjek perdebatan hangat dalam industri skincare nasional. Dengan memberikan Informasi melalui review

skincare dengan cara yang agresif dan transparan, melakukan tes laboratorium untuk memastikan kandungan bahan aktif yang ada di dalam produk. Pada hasil laboratorium tidak sesuai dengan yang dijanjikan, kandungan pada produk yang diuji jauh lebih rendah adanya review yang transparan akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap tingkat pembelian produk. Reaksi industri skincare terhadap kritik yang dilontarkan dokter detektif berbeda-beda, beberapa produsen skincare mengucapkan Terima kasih atas kejujuran dalam mengungkapkan kebenaran, dan ada yang merasa terganggu dengan aktivitas konten Dokter Detektif. Hal ini memiliki tujuan yaitu memberikan Informasi valid dan akurat, dengan memberikan konten yang menarik, relevan dan dengan durasi pendek dapat membuat Informasi yang disampaikan mudah diterima oleh generasi muda terutama pada kalangan remaja.

Menurut peneliti mengenai permasalahan yang sering sekali terjadi pada remaja yaitu mengalami permasalahan kulit seperti kulit kering, hiperpigmentasi, jerawat, kusam, perubahan hormon, stress, dan kebiasaan gaya hidup yang kurang bersih. Namun, beberapa dari remaja sangat kurang memahami mengenai perawatan kulit. Dengan keadaan dunia skincare saat ini yang gonjang ganjing mengenai beberapa merek yang mengandung kandungan bahan yang dapat merusak kulit jika digunakan dalam jangka lama, serta maraknya produk dengan klaim yang tidak didukung oleh bukti ilmiah atau lab. Dengan adanya kasus tersebut banyak beredar mitos yang tidak benar terkait perawatan kulit, konten informatif skincare sangatlah penting untuk membantu remaja lebih pintar dalam memilih dan memilah mana produk yang sudah ber BPOM dan jelas sesuai dengan komposisi yang tertera pada box produk. Memberikan pengetahuan agar lebih memahami kebutuhan kulit mereka, memilih produk yang sesuai dan aman, meningkatkan kesadaran bahwa sangat penting untuk merawat kulit, dan menghindari penggunaan produk berbahaya. Hal ini dapat mengembangkan pola pikir kritis generasi muda mengenai klaim produk

skincare dan tren kecantikan yang sedang viral di media sosial terutama pada tiktok.

Akun media sosial @DokterDetektif membahas tentang produk skincare Daviena dan produk lokal maupun produk skincare yang dikeluarkan oleh dokter kecantikan. Berbagai produk pemutih yang sangat dicari generasi muda saat ini untuk memenuhi standar di media sosial tanpa berhati-hati memilih produk dan kandungan yang tercantum. Dengan adanya konten informatif review skincare, generasi muda dapat terhindar dari produk yang tidak sesuai ataupun produk yang mengandung kandungan berbahaya, hal ini sangat berfungsi sebagai salah satu sumber Informasi yang kredibel untuk memerangi Informasi yang salah tentang kesehatan kulit yang sering kali beredar di media sosial. Pada akun ini membantu pengguna memahami pentingnya memilih produk perawatan kulit berdasarkan kebutuhan dan keamanan untuk kulit dibandingkan hanya mengikuti tren yang tidak tau arahnya kemana. Remaja Jawa Timur merupakan bagian dari generasi muda yang menggunakan media sosial sebagai sumber Informasi. Oleh karena itu dengan adanya Informasi pada media sosial sangatlah berpengaruh besar terhadap pola pikir informan yang menonton.

Berbagai Informasi juga tidak dapat diterima secara langsung tanpa adanya kebenaran yang jelas, sehingga perlunya ketelitian dalam menerima Informasi pada media sosial. Peran media sosial dikalangan generasi muda sangatlah pesat dalam memberikan sebuah Informasi data terkini, dan dapat mempengaruhi pola pikir informan secara langsung. Terutama pada wilayah jawa timur membuat akses informasi kesehatan yang kurang akurat, karena konten yang beragam dan mudah diakses, tiktok menjadi salah satu media yang direkomendasikan dapat menjangkau segala usia terutama untuk remaja jawa timur dari berbagai latang belakang.

Peneliti ini tertarik untuk mengetahui bagaimana respon remaja jawa timur terhadap video-video dalam akun tiktok dokter amira atau

lebih dikenal dengan sebutan dokter detektif. Penelitian ini akan menganalisis resepsi remaja Jawa Timur, serta dampak dari konten tersebut. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang media sosial dalam membentuk opini dan perilaku konsumen generasi muda. Dengan menyuguhkan video mengenai kandungan di dalam skincare, maupun klaim produk tidak sesuai dengan ingredients yang tertera dalam label kandungan skincare. melalui pemaparan diatas pada latar belakang masalah yang ada, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam hal tersebut dengan mengusung tema “RESEPSI REMAJA JAWA TIMUR TERHADAP KONTEN REVIEW SKINCARE PADA AKUN TIKTOK @DOKTERDETEKTIF”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, adapun masalah yang peneliti temukan untuk bisa dikaji lebih dalam, ialah:

1. Bagaimana resepsi remaja Jawa Timur terhadap konten review skincare dalam akun TikTok @DokterDetektif.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang mengacu pada paparan penelitian diatas dengan erat kaitannya dengan rumusan masalah yang ada, ialah:

1. Menganalisis resepsi remaja Jawa Timur terhadap konten review skincare di akun TikTok @DokterDetektif.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan pembaca dapat memperoleh manfaat yang ada pada penelitian yang dikaji oleh peneliti, yakni:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis ini memberikan sumbangsi bagi peneliti resepsi penonton terhadap resepsi generasi muda terutama pada remaja dalam konten review skincare sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan adanya tindakan dan pemikiran yang lebih cerdas dalam menanggapi perubahan pada keadaan tidak stabil. Mendapatkan pengalaman serta ilmu yang berguna bagi setiap individu, di antaranya ialah:

- Bagi Masyarakat

Hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama generasi muda, tentang pentingnya memilih produk skincare yang aman dan sesuai dengan klaim yang diberikan.

- Bagi Pihak Pengelola

Temuan dari penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pemerintah dan Lembaga terkait untuk meningkatkan regulasi dan pengawasan terhadap produk skincare di pasaran serta pentingnya informasi kesehatan kulit di kalangan masyarakat terutama generasi muda.

- Bagi Akademis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi studi lebih lanjut mengenai pengaruh media sosial dalam industry kecantikan dan perilaku konsumen.