

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemunculan media sosial telah merevolusi pola komunikasi publik, termasuk dalam ranah komunikasi kesehatan. *Platform* seperti TikTok tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga arena diseminasi informasi medis yang bersaing antara konten berbasis bukti dan misinformasi. Dalam konteks masyarakat digital, batas antara edukasi dan hiburan semakin kabur. Fenomena ini menuntut para komunikator kesehatan tidak hanya menyampaikan pesan yang akurat secara ilmiah, tetapi juga dikemas dengan gaya yang menarik dan mudah dicerna oleh audiens muda yang akrab dengan budaya visual (Izzati et al., 2016).

Komunikasi kesehatan kini berfungsi sebagai praktik persuasi publik yang mengandalkan strategi retorik untuk menanamkan kesadaran, membentuk opini, dan mengubah perilaku. Di Indonesia, kompleksitasnya meningkat karena rendahnya literasi digital dan tingginya kepercayaan masyarakat terhadap figur profesional medis. Salah satu figur yang menonjol dalam upaya ini adalah akun @DokterDetektif, yang muncul sebagai fenomena komunikasi unik dan signifikan di media sosial.

Akun ini dikelola oleh seorang Dokter yang menyajikan konten edukasi kesehatan dengan gaya kritis, humoris, dan berbasis bukti ilmiah. Melalui pendekatan *debunking* terhadap klaim berlebihan produk kecantikan dan kesehatan, Dokter Detektif berhasil menciptakan ruang edukasi yang informatif sekaligus menghibur. Keunikan lain pada akun ini juga terletak pada persona anonim yang menggunakan topeng, yang secara paradoks justru memperkuat kesan objektivitas dan integritas dengan mengombinasikan unsur hiburan dan argumentasi berbasis bukti.

Akun Dokter Detektif berhasil membangun kredibilitas (*Ethos*), menggugah emosi (*Pathos*), dan menyajikan logika yang jelas (*Logos*) secara bersamaan dalam

format video singkat. Keberhasilannya membangun kepercayaan publik tanpa identitas visual terbuka menjadikannya fenomena yang menarik untuk dikaji secara akademik (Rongcai et al., n.d.).

Keberhasilan akun Dokter Detektif terlihat dari tingginya tingkat *engagement* dan meningkatnya sikap kritis audiens digital terhadap promosi produk kesehatan yang menyesatkan. Fenomena ini menunjukkan bahwa persuasi dalam komunikasi kesehatan digital tidak semata bergantung pada substansi ilmiah, tetapi juga pada konstruksi retorika yang efektif. Akun Dokter Detektif membangun posisi yang unik di *platform* TikTok melalui konten edukasi yang berfokus pada ulasan teknis dan analisis mendalam terhadap formulasi produk kecantikan.

Dokter Detektif dikenal memiliki keberanian dalam melakukan *debunking* atau membongkar kandungan *skincare* yang dianggap tidak transparan, serta secara vokal mengkritik klaim pemasaran produk yang dinilai tidak sesuai dengan fakta medis atau cenderung menyesatkan konsumen. Sebagai bentuk validasi atas integritas kontennya, Dokter Detektif mempopulerkan slogan '*Doktif Approved*' sebuah penanda atau *seal of approval* yang diberikan kepada produk dengan kandungan yang terbukti aman, jujur secara formula, dan sesuai dengan kebutuhan kesehatan kulit audiens.

Adanya latar belakang Dokter Detektif sebagai Dokter yang memahami dermatologi serta kesehatan kulit, konten Dokter Detektif memuat hasil lab yang di uji secara mandiri di SIG Laboratory untuk menguji kandungan aktif produk *skincare*. Tempat uji lab ini terpercaya sehingga membuat konsumen cenderung mempercayai Dokter Detektif dengan latar belakangnya tersebut. Sehingga dapat memengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada suatu produk.

Analisis Retorika konten edukasi kesehatan kulit dan kecantikan pada akun Dokter Detektif di TikTok berfokus pada bagaimana akun tersebut menggunakan seni persuasi untuk mempengaruhi audiens. Teori Retorika Aristoteles dipilih karena menyediakan kerangka komprehensif melalui tiga pilar utama: *Ethos*

(kredibilitas Dokter), *Pathos* (daya tarik emosional melalui humor atau kekhawatiran audiens), dan *Logos* (data ilmiah hasil lab).

Pendekatan klasik ini tetap relevan dalam ekosistem TikTok yang hiper-visual dan algoritmik, di mana seorang komunikator harus mampu memengaruhi interpretasi audiens secara instan. Memahami strategi retorika Dokter Detektif menjadi penting untuk melihat bagaimana akurasi ilmiah dapat bersinergi dengan seni persuasi modern.

Berbagai penelitian terdahulu telah meneliti fenomena Dokter Detektif dari berbagai perspektif. Prayoga & Febriana (2023) meneliti identitas daring akun tersebut menggunakan teori dramaturgi Erving Goffman, sementara Djamzuri & Mulyana (2024) membahas implikasi sosial dari *cancel culture* dalam kasus overclaim skincare. Namun, belum ada kajian yang secara spesifik menggunakan Teori Retorika Aristoteles untuk menganalisis strategi persuasi akun ini.

Kesenjangan (*research gap*) ini membuka peluang bagi penulis untuk menganalisis strategi retorika (*Ethos, Pathos, Logos*) yang diterapkan oleh Dokter Detektif, sehingga diangkatlah judul "Analisis Retorika Konten Edukasi Kesehatan Kulit Dan Kecantikan Pada Akun Dokter Detektif Di *Platform* Tiktok". Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi tenaga kesehatan, pembuat kebijakan, dan influencer dalam merancang strategi komunikasi yang kredibel, menarik, dan berbasis bukti.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjembatani teori klasik dan praktik komunikasi modern, tetapi juga memberikan pemahaman baru tentang bagaimana retorika dapat berfungsi sebagai sarana pemberdayaan literasi kesehatan masyarakat di era media digital.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi retorika *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* digunakan dalam konten edukasi kesehatan kulit dan kecantikan pada akun TikTok @DokterDetektif?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui bagaimana strategi retorika *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* digunakan dalam konten edukasi kesehatan kulit dan kecantikan pada akun TikTok @DokterDetektif?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan tiga kontribusi utama dengan menunjukkan bagaimana Teori Retorika Aristoteles yaitu *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* beradaptasi dari konteks pidato tradisional ke dalam ekosistem TikTok yang serba cepat dan hiper-visual, sekaligus memperkaya literatur Komunikasi Kesehatan Digital dengan memberikan kerangka analitis terstruktur mengenai mekanisme persuasi efektif yang digunakan oleh *Key Opinion Leader* (KOL) untuk menyeimbangkan kredibilitas dan bukti ilmiah dengan strategi hiburan yang didorong algoritma, dan terakhir, hasil analisis ini berfungsi sebagai dasar komparasi bagi studi selanjutnya, baik untuk membandingkan retorika antar-*platform* TikTok vs Instagram atau YouTube maupun membandingkan efektivitas retorika anonim dengan figur publik yang terbuka.

1.4.2 Manfaat Praktis

- A. Panduan Strategis untuk *Influencer* dan Institusi Kesehatan: Penelitian ini menawarkan panduan terperinci bagi *influencer* termasuk Dokter Detektif untuk mengoptimalkan penggunaan *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* dalam konten video pendek, sekaligus menjadi acuan bagi lembaga kesehatan resmi seperti Kementerian Kesehatan untuk merancang kampanye komunikasi yang lebih efektif dan menarik di media sosial.
- B. Pendorong Etika dan Peningkatan Kredibilitas: Dengan fokus pada *Ethos* atau kredibilitas, penelitian ini secara tidak langsung mendukung peningkatan etika dalam komunikasi digital, memberikan tekanan moral kepada *influencer* untuk mengedepankan tanggung jawab profesional, dan menjaga kredibilitas di tengah strategi hiburan.
- C. Pemberdayaan Konsumen dan Literasi Kesehatan: Hasil analisis ini berkontribusi pada peningkatan literasi kesehatan masyarakat dan memberdayakan konsumen atau netizen untuk menjadi audiens yang lebih cerdas, kritis, dan skeptis terhadap persuasi pemasaran, khususnya yang memanfaatkan *Pathos* secara berlebihan

