PERSEPSI FOLLOWERS DALAM KONTEN EDUKASI SKINCARE PADA PRODUK *OVERCLAIM* DI MEDIA SOSIAL TIKTOK @DOKTERDETEKTIF

SKRIPSI

Oleh:

Nabila Firdianti

202110415222

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

PERSEPSI FOLLOWERS DALAM KONTEN EDUKASI SKINCARE PADA PRODUK *OVERCLAIM* DI MEDIA SOSIAL TIKTOK @DOKTERDETEKTIF

SKRIPSI

Oleh:

Nabila Firdianti

202110415222

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Persepsi Followers dalam Konten Edukasi Skincare pada Produk *Overclaim* di Media Sosial TikTok @dokterdetektif
Nama Mahasiswa	: Nabila Firdianti
Nomer Induk Mahasiswa	: 202110415222
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 23 Juli 2025

Jakarta, 30 Juli 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom, M.Si

NIDN. 0312079501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Persepsi Followers dalam Konten Edukasi Skincare pada Produk *Overclaim* di Media Sosial TikTok @dokterdetektif
Nama Mahasiswa	: Nabila Firdianti
Nomer Pokok Mahasiswa	: 202110415222
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 23 Juli 2025

Jakarta, 30 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si. NIDN. 0328056508.	.....
Penguji	: Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom, M.Si. NIDN. 0312079501.	.....
Sekretaris Penguji	: Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si. NIDN. 0307108503.	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si.	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D.
NIP.2203551	NIP.1908425

Persepsi Followers.., Nabila Firdianti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul "Persepsi Followers dalam Konten Edukasi Skincare pada Produk *Overclaim* di Media Sosial TikTok Pada Akun Dokterdetektif". Skripsi ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 30 Juli 2025

Penulis,



Nabila Firdianti

NPM. 202110415222

ABSTRAK

Nabila Firdianti, 202110415222. Persepsi Followers dalam Konten Edukasi Skincare pada Produk *Overclaim* di Media Sosial TikTok @dokterdetektif.

Influencer media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk opini publik, termasuk dalam bidang edukasi produk kecantikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran influencer dalam mengedukasi audiens dengan fokus pada akun TikTok "Dokter Detektif," yang dikenal mengulas produk skincare yang overclaim. Penelitian ini menggunakan konsep menurut Solomon 2018 *Exposure* (Paparan), *Attention* (Perhatian), dan *Interpretation* (Pemahaman) dengan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan penelitian menggunakan teknik Analisis Isi Konten. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa "Dokter Detektif" berhasil memanfaatkan Kebutuhan informasi pengguna terpenuhi melalui konten edukasi pada platform TikTok dengan mudah diakses yang mampu membentuk pemahaman kritis terhadap konten. Persepsi followers dimaknai positif karena tidak hanya memperoleh informasi, tetapi juga mengalami perubahan persepsi dalam edukasi berbasis bukti ilmiah dan perilaku yang lebih bijak dalam menyikapi isu *overclaim* pada produk skincare. Dengan penelitian ini dapat membantu memperluas referensi di bidang ilmu komunikasi kesehatan. Influencer dapat mempelajari strategi yang pas dalam mengemas konten dan brand kecantikan dapat memahami influencer kredibilitas yang seperti apa yang dapat digandeng dalam melakukan edukasinya. Kolaborasi dengan pakar medis dan *public figure* meningkatkan kepercayaan audiens terhadap konten yang disajikan. Namun, tantangan dalam menjaga konsistensi interaksi dan keberlanjutan unggahan menjadi perhatian utama dalam membangun hubungan dengan audiens.

Kata Kunci: Persepsi followers, Edukasi, Skincare, Overclaim, Dokter Detektif, Media sosial, TikTok

ABSTRACT

Nabila Firdianti, 202110415222. *Followers' Perceptions in Skincare Educational Content on Overclaimed Products on Social Media TikTok @dokterdetektif.*

Social media influencers have a significant role in shaping public opinion, including in the field of beauty product education. This research aims to explore the role of influencers in educating audiences with a focus on the TikTok account "Doctor Detective," which is known to review overclaimed skincare products. This study uses concepts according to Solomon 2018 Exposure, Attention, and Interpretation using descriptive qualitative research methods. The research approach uses the Content Analysis technique. Data analysis techniques use data reduction, data presentation and conclusions. Research results show that "Doctor Detective" successfully utilizes the needs of user information met through educational content on the TikTok platform with easy access that can form critical understanding of the content. The perception of followers is interpreted positively because it not only obtains information, but also experiences a change in perception in scientific evidence-based education and wiser behavior in addressing the issue of overclaims on skincare products. With this research it can help expand references in the field of health communication. Influencers can learn the appropriate strategy in packaging content and beauty brands can understand what kind of credibility influencers can be cooperated with in doing their education. Collaboration with medical experts and public figures increases audience confidence in the content presented. However, the challenge of maintaining the consistency of interaction and continuity of uploads is of primary concern in establishing relationships with audiences.

Keywords: *Perception of followers, Education, Skincare, Overclaim, Doctor Detektif, Social Media, TikTok*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Esa atas berkat, karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul "Persepsi Konsumen dalam Konten Edukasi Skincare pada Produk *Overclaim* di Media Sosial Tiktok @dokterdetektif". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada program studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Endrik Ferdian dan Ibu Ita Yuliana yang tidak bosan-bosannya memberikan banyak nasihat, kasih sayang dan doa yang senantiasa ditujukan kepada peneliti sebagai wujud rasa cintanya yang tulus, serta memberikan dukungan moral, material kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Selain itu, dalam penyusunan Skripsi ini, peneliti telah mendapatkan bimbingan dan pengarahan serta dukungan dari berbagai pihak, maka kesempatan ini dengan segala hormat peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim., (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Sigit Surahman, S.Sn., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dan memudahkan penulis dalam bidang akademik.
5. Ibu Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah senantiasa meluangkan waktu, memberikan arahan, kritik dan masukan yang berharga dalam penyusunan skripsi ini dan senantiasa selalu memberi dukungan dan semangat.

Persepsi Followers.., Nabila Firdianti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

6. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan dukungan moril kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Orang Tua, Om, Tante, Sepupu dan Adik kandung saya yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi Barata, Almira, Adlin, Nanda dan Alvin yang selalu menjadi teman perjuangan selama perkuliahan yang selalu hadir di setiap langkah perjalanan ini menemani penulis dan memberikan dukungan, tawa, duka, dan kebersamaan yang tak ternilai harganya menjadi sumber kekuatan kepada penulis.

Penulis menyadari skripsi ini tidak lepas dari kekurangan. Penulis berharap saran dan kritik demi perbaikan dan kesempurnaan sehingga skripsi ini dapat bermanfaat dalam bidang akademis ataupun praktis, serta dapat dikembangkan lagi lebih lanjut. Demikian, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembacanya, akhir kata peneliti mengucapkan sekian dan terima kasih.

Jakarta, 30 Juli 2025

Penulis,



Nabila Firdianti

NPM. 202110415222

Persepsi Followers.., Nabila Firdianti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR BAGAN ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 8
1.3 Pertanyaan Penelitian 8
1.4 Tujuan Penelitian 8
1.5 Manfaat Penelitian 9
1.5.1 Manfaat Teoritis 9
1.5.2 Manfaat Praktis 9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **10**
2.1 Penelitian Terdahulu 10
2.2 Tinjauan Konseptual 14
2.2.1 Komunikasi Kesehatan 14
2.2.2 Persepsi Followers 17
2.2.3 Konten Edukasi 19
2.2.4 Skincare 20
2.2.5 Overclaim 21
2.2.6 Media Sosial 23
2.2.7 TikTok 25

Persepsi Followers.., Nabila Firdianti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.3 Kerangka Berpikir 27
BAB III METODE PENELITIAN 29
3.1 Pendekatan Penelitian 29
3.2 Desain Penelitian 30
3.3 Informan Penelitian 30
3.4 Subjek dan Objek Penelitian 32
3.5 Teknik Pengumpulan Data 32
3.6 Teknik Analisis Data 34
3.7 Keabsahan Data 35
3.8 Unit Analisis Data 37
3.9 Tempat dan Waktu Penelitian 39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 40
4.1 Hasil Penelitian 40
4.1.1 Gambaran Umum Akun Tik Tok Dokter Detektif 40
4.1.2 Profil Informan Penelitian 42
4.1.3 Hasil Observasi Konten Video pada Akun TikTok Dokter Detektif 44
4.1.4. Persepsi Followers 54
4.1.5 Persepsi Konten Edukasi pada Followers Akun TikTok Dokter Detektif 59
4.1.6 Persepsi Followers pada Akun @dokterdetektif dalam edukasi skincare overclaim 63
BAB V PENUTUP 73
5.1 Kesimpulan 73
5.2 Saran 74
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Persepsi Followers.., Nabila Firdianti, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 10
Tabel 3.1 Kriteria Informan Penelitian 31
Tabel 3.2 Unit Analisis Data 37
Tabel 3.3 Waktu Penelitian 39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara dengan Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia 2
Gambar 1.2 Daftar Skincare Overclaim 4
Gambar 1.3 Profil TikTok @dokterdetektif 5
Gambar 1.4 Interaksi pada kolom komentar dengan para pengikut 6
Gambar 2.1 Tahapan persepsi menurut Solomon 2018 18
Gambar 4.1 Akun Sosial Media TikTok Dokter Detektif 41

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran 27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Biodata Peneliti
Lampiran II : Transkrip Wawancara
Lampiran III : Reduksi Data
Lampiran 1V : Hasil Observasi
Lampiran V : Dokumentasi Wawancara
Lampiran VI : Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran VII : Form Perbaikan