

**ANALISIS WACANA *OVERCLAIM* PRODUK *WHITENING* DAN PAPARAN KANDUNGAN
BERBAHAYA *SKINCARE* SSSKIN DALAM *REVIEW* TIKTOK @DOKTERDETEKTIF
MELALUI SEMIOTIKA SOSIAL M.A.K HALLIDAY**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi,
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial,
Universitas Bakrie**



**GLADYS NAVAL RIZKIANTI
1211003086**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Gladys Naval Rizkianti

Nim : 1211003086

Tanggal : 2 September 2025

Tanda Tangan

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized capital letter 'N' with a vertical line through the center, and a small, illegible mark at the bottom.

Gladys Naval Rizkianti

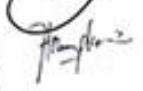
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Gladys Naval Rizkianti
NIM : 1211003086
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Wacana *Overclaim* Produk *Whitening* dan Paparaan
Kandungan Berbahaya *Skincare* SSSKIN dalam *Review* Tiktok
@dokterdetektif Melalui Semiotika Sosial M.A.K Halliday

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A. 
Pembahas 1 : Adek Risma Dedeas, S.S., M.A., M.A. ()
Pembahas 2 : Dr. Hany Nurahmawati S.Ikom, M.Ikom ()
Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 2 September 2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Wacana *Overclaim* Produk *Whitening* Dan Paparan Kandungan Berbahaya *Skincare* SSSKIN Dalam *Review* Tiktok @Dokterdetektif Melalui Semiotika Sosial M.A.K Halliday**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik pada kajian wacana, komunikasi digital, dan industri *skincare*. Dalam proses penyusunan penelitian ini, peneliti menghadapi berbagai tantangan dan hambatan, baik yang berasal dari diri sendiri maupun dari faktor eksternal. Namun, berkat tekad dan komitmen yang kuat, serta dukungan berupa bimbingan, arahan, dan nasihat dari berbagai pihak, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan semangat selama proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Allah SWT**

Atas segala rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga peneliti dapat melalui setiap proses penyusunan skripsi ini dengan lancar dan penuh keberkahan.

2. **Mami, Papi, dan Kakak Revian**

Terima kasih atas cinta, doa, motivasi, dan dukungan tanpa henti yang selalu menjadi kekuatan terbesar dalam hidup peneliti. Terima kasih telah selalu mengusahakan yang terbaik dan menjadi *support system* terbesar dalam suka maupun duka.

3. **Dr. Dessy Kania, B.A., M.A (Miss DK)**

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Miss DK selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas kesabaran dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan masukan yang berharga sepanjang proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih juga karena tidak pernah memarahi peneliti dan selalu memberikan suasana bimbingan yang nyaman.

4. **Para triangulator**

Terima kasih kepada triangulator yang telah meluangkan waktu, berbagi ilmu, dan memberikan informasi yang sangat membantu dalam kelancaran penelitian ini.

5. **Sahabat SMP (Mango Sticky Rice)**

Terima kasih kepada Syakira, Darin, dan Deva, terima kasih atas semangat dan keceriaan yang sudah kita bagi sejak SMP hingga hampir 10 tahun berteman. Senang sekali bisa memiliki teman seperti kalian.

6. **Sahabat SMA (Wacana)**

Terima kasih kepada Sabel, Kinta, dan Syakira, terima kasih karena selalu menjadi tempat berbagi cerita, dukungan, dan tawa sejak masa SMA. Walaupun sempat terpisah untuk sementara, ternyata kita dipertemukan kembali.

7. **Sahabat dan kerabat dekat kuliah**

Terima kasih kepada Ratu, Azkiya, Syifa, Nada, Adel, Khadaffi, Fabian, Sasi, Puja, serta semua teman dekat di perkuliahan yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan tawa yang mengiringi masa perkuliahan ini. Terima kasih telah

mewarnai hari-hari di masa perkuliahan ini, kalian lah salah satu alasan peneliti semangat untuk hadir di setiap masa perkuliahan ini.

8. **Diri Sendiri**

Last but not least kepada diri saya sendiri Gladys Naval Rizkianti. Terima kasih telah bertahan, berjuang, dan berkomitmen untuk menyelesaikan skripsi ini meskipun sering ingin menyerah. Terima kasih telah melewati air mata, tekanan, dan berbagai rintangan tanpa benar-benar berhenti hingga akhirnya bisa menyelesaikannya tepat waktu. *I'm so proud of you, Gladys!*

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gladys Naval Rizkianti
NIM : 1211003086
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“ANALISIS WACANA *OVERCLAIM* PRODUK *WHITENING* DAN
PAPARAN KANDUNGAN BERBAHAYA *SKINCARE* SSSKIN DALAM
REVIEW TIKTOK @DOKTERDETEKTIF MELALUI SEMIOTIKA SOSIAL
M.A.K HALLIDAY”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 2 September 2025

Yang Menyatakan



Gladys Naval Rizkianti

**ANALISIS WACANA *OVERCLAIM* PRODUK *WHITENING* DAN PAPARAN KANDUNGAN
BERBAHAYA *SKINCARE* SSSKIN DALAM *REVIEW* TIKTOK @DOKTERDETEKTIF
MELALUI SEMIOTIKA SOSIAL M.A.K HALLIDAY**

Gladys Naval Rizkianti

ABSTRAK

Fenomena *overclaim* dalam industri *skincare* Indonesia semakin marak, terutama melalui media sosial yang menjadi sarana utama promosi dan edukasi. Salah satu kasus yang menonjol adalah konflik antara akun TikTok @dokterdetektif dengan brand *skincare* SSSKIN, yang memperlihatkan praktik klaim berlebihan pada produk kosmetik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis wacana *overclaim* yang terbentuk melalui konten review *skincare* SSSKIN pada akun TikTok @dokterdetektif. Fenomena *overclaim* dipahami sebagai klaim berlebihan terhadap manfaat produk yang tidak sepenuhnya dapat dibuktikan secara ilmiah dan berpotensi menyesatkan konsumen. Kajian ini menggunakan teori wacana semiotika sosial M.A.K. Halliday dengan pendekatan kualitatif. Data penelitian diperoleh dari konten video TikTok yang diunggah oleh @dokterdetektif, kemudian dianalisis melalui dimensi *field*, *tenor*, dan *mode of discourse*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wacana *overclaim* dalam industri *skincare* muncul melalui klaim produk SSSKIN yang menekankan manfaat *whitening* secara berlebihan dan tidak sesuai dengan prinsip Etika Pariwara Indonesia (EPI) yang menuntut kejujuran, kebenaran, dan tanggung jawab. Konten *review* @dokterdetektif berhasil membongkar wacana tersebut dengan menghadirkan narasi edukatif yang mudah dipahami masyarakat. Relasi kuasa dalam wacana ini memperlihatkan pergeseran otoritas: brand tidak lagi menjadi sumber utama legitimasi, melainkan figur edukatif yang memperoleh kepercayaan publik. Audiens turut berperan aktif dengan menyuarakan pentingnya sikap kritis dalam memilih *skincare*, sementara @dokterdetektif dipandang sebagai “hero” khususnya bagi perempuan karena berani menyuarakan hasil uji laboratorium secara jujur. Peran TikTok sebagai media sosial berbasis video pendek juga berpengaruh besar dalam mempercepat penyebaran wacana. Algoritma dan format konten yang mudah viral membuat perseteruan antara @dokterdetektif dan Shella Saukia selaku founder SSSKIN menjadi isu publik yang luas. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa fenomena *overclaim* tidak hanya menyangkut praktik promosi, tetapi juga kontestasi wacana di ruang digital, yang menegaskan pentingnya etika komunikasi pemasaran dan transparansi klaim produk dalam industri *skincare*.

Kata kunci: Wacana, *Overclaim*, *Skincare*, TikTok, Semiotika Sosial, Dokter Detektif

ANALYSIS OF OVERCLAIM DISCOURSE IN WHITENING PRODUCTS AND THE EXPOSURE OF HAZARDOUS INGREDIENTS IN SSSKIN SKINCARE THROUGH TIKTOK REVIEWS BY @DOKTERDETEKTIF USING M.A.K HALLIDAY'S SOCIAL SEMIOTICS

Gladys Naval Rizkianti

ABSTRACT

The phenomenon of overclaim in Indonesia's skincare industry has become increasingly prevalent, especially through social media, which functions as the main platform for promotion and education. One prominent case is the conflict between the TikTok account @dokterdetektif and the skincare brand SSSKIN, which highlights the practice of exaggerated claims in cosmetic products. This study aims to analyze the discourse of overclaim constructed through SSSKIN skincare reviews on @dokterdetektif's TikTok account. Overclaim is understood as an exaggerated claim regarding product benefits that cannot be fully substantiated scientifically and has the potential to mislead consumers. This research employs M.A.K. Halliday's social semiotics discourse theory with a qualitative approach. Data were obtained from TikTok video content uploaded by @dokterdetektif and analyzed through the dimensions of field, tenor, and mode of discourse. The findings show that the discourse of overclaim in the skincare industry emerges through SSSKIN's promotional claims, which excessively emphasize whitening benefits and contradict the principles of the Indonesian Advertising Ethics (EPI) that require honesty, accuracy, and accountability. @dokterdetektif's review content successfully deconstructs this discourse by presenting educational narratives in a manner easily understood by the public. The power relations revealed a shift in authority: brands are no longer the primary source of legitimacy, as educational figures increasingly gain public trust. The audience also plays an active role by voicing the importance of critical awareness in choosing skincare, while @dokterdetektif is regarded as a "hero," particularly for women, for courageously presenting laboratory test results transparently. TikTok as a short-video-based social media platform further accelerates the spread of this discourse. Its algorithm and viral content format transformed the dispute between @dokterdetektif and Shella Saukia, the founder of SSSKIN, into a widely discussed public issue. In conclusion, this study emphasizes that the phenomenon of overclaim is not merely a matter of promotional excess, but also a contestation of discourse in the digital sphere. It highlights the importance of ethical communication practices and transparency in product claims within the skincare industry.

Keywords: Discourse, Overclaim, Skincare, TikTok, Social Semiotics, Dokter Detektif

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Konsep Relevan.....	11
2.1.1 Overclaim dalam Industri Skincare	11
2.1.2 Media Sosial sebagai Produksi Makna	12
2.1.3 Perempuan dan Relasi Gender dalam Wacana Kecantikan.....	13
2.1.4 Analisis Wacana	13
2.1.5 Analisis Semiotika Sosial M.A.K. Halliday.....	14
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	15
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Desain dan Pendekatan	23
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	23
3.2.1 Objek Penelitian.....	23
3.2.2 Subjek Penelitian.....	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data	24
3.4 Teknik Analisis Data.....	29
3.5 Triangulasi Data.....	30
3.6 Operasionalisasi Konsep	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	34
4.1.1 Profil Dokter Detektif.....	34
4.1.2 Profil Brand SSSKIN.....	34
4.1.3 Medium TikTok	36
4.1.4 Kronologi Perseteruan Akun @dokterdetektif dengan Shella Saukia.....	36
4.2 Penyajian Data	40
4.2.1 <i>Field of Discourse</i> (Medan Wacana).....	41
4.2.2 <i>Tenor of Discourse</i> (Pelibat Wacana)	45
4.2.3 <i>Mode of Discourse</i> (Sarana Wacana).....	48
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	53
4.3.1 Dinamika Wacana <i>Overclaim</i> sebagai Pertarungan Narasi di Ruang Digital.....	53
4.3.2 Posisi @dokterdetektif dalam Membentuk Kepercayaan Publik	54
4.3.3 Peran Media Sosial (TikTok) dalam Pembentukan dan Penetrasi Wacana	55
4.3.4 Perseteruan @dokterdetektif dengan Shella Saukia sebagai Wacana Publik	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	59
5.3 Saran dan Implikasi	60
5.3.1 Saran Praktis.....	60
5.3.2 Saran Akademik.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Reaksi Konsumen Terhadap Transparasi Merek.....	11
Gambar 1.2 Alasan Orang Menggunakan Internet.....	12
Gambar 1.3 Negara dengan pengguna TikTok Terbesar.....	14
Gambar 1.4 Akun TikTok pertama dan kedua Dokter Detektif.....	15
Gambar 1.5 Video TikTok Dokter Detektif Membahas <i>Skincare</i> SSSKIN.....	16
Gambar 1.6 Video TikTok Dokter Detektif Membahas <i>Skincare</i> SSSKIN.....	17
Gambar 1.7 Uji Laboratorium <i>Bodycare</i> SSSKIN <i>Overclaim</i>	17
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4.1 Logo SSSKIN.....	51
Gambar 4.2 Produk <i>Skincare</i> SSSKIN.....	52
Gambar 4.3 Video Shella Saukia Labrak Doktif	54
Gambar 4.4 Video Doktif Melaporkan Shella ke Polisi.....	55
Gambar 4.5 <i>Comment</i> Pada Akun @dokterdetektif	55
Gambar 4.6 <i>Comment</i> Pada Akun @dokterdetektif.....	56
Gambar 4.7 Video Pertama @dokterdetektif, <i>Review Body Lotion Overclaim</i>	58
Gambar 4.8 Video Kedua @dokterdetektif, <i>Review Krim Wajah Kandungan Berbahaya</i>	59
Gambar 4.9 Komentar Netizen di akun @dokterdetektif.....	60
Gambar 4.10 Komentar Netizen di akun @dokterdetektif.....	61
Gambar 4.11 Produk SSSKIN Body Lotion.....	62
Gambar 4.12 <i>Counter</i> Wacana Doktif.....	63
Gambar 4.13 Shella Mendatangi Doktif.....	64
Gambar 4.14 Komentar Netizen di akun @dokterdetektif.....	65
Gambar 4.15 <i>Gambar Doktif Memakai Topeng</i>	66
Gambar 4.16 Gambar Ular.....	67
Gambar 4.17 Hasil Uji Lab Doktif.....	69
Gambar 4.18 Judul Video Doktif.....	70
Gambar 4.19 Teks Dalam Video Doktif.....	71
Gambar 4.20 Teks Dalam Video Doktif.....	73
Gambar 4.21 Komentar Netizen di akun @dokterdetektif.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Model Analisis MAK Halliday.....	27
Tabel 2. 2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	34
Tabel 3.3.1 Unit Analisis	39
Tabel 3.3.2 Unit Analisis (2).....	42
Tabel 3. 6 Operasionalisasi Konsep.....	48