

**Analisis Persepsi Konsumen Pada Konten *Overclaim Skincare* Melalui Media
Sosial TikTok @DokterDetektif**

TUGAS AKHIR

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



ALYAA SALSABILLA

1211003006

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

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Alyaa Salsabilla

NIM : 1211003006

Tanggal : 05 September 2025

Tanda Tangan

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'A' followed by a smaller 'S' and a dot, with a small '7' at the end.

Alyaa Salsabilla

HALAMAN PERSETUJUAN

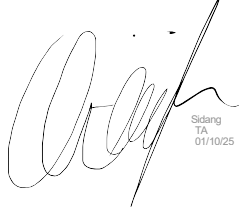
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Alyaa Salsabilla
NIM : 1211003006
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Persepsi Konsumen Pada Konten
Overclaim Skincare Melalui Media Sosial TikTok @DokterDetektif.

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Adrian Arditiar, S.Sos., M.I.Kom. ()

Pembahas 1 : Octaviniant Aspary, S.I.K., M.Si. ()

Pembahas 2 : Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si. ()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 06 Oktober 2025

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, peneliti diberi kesempatan dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul ‘‘Analisis Persepsi Konsumen Pada Konten *Overclaim Skincare* Melalui Media Sosial TikTok @DokterDetektif’’ dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan selama proses pengerjaan tugas akhir, khususnya kepada:

1. Allah SWT

Terima kasih kepada Allah SWT atas segala hal baik yang terjadi di hidup peneliti terkhusus pada proses penelitian ini. Dengan segala prasangka baik penulis kepada Allah, segalanya terasa lebih mudah dan lancar. Peneliti selalu percaya apapun yang sudah Allah rencanakan itu adalah takdir terbaik.

2. Keluarga Inti

Terima kasih kepada Papa, Mama, Kaka, Beby, Eyang Kakung yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam keadaan apapun. Terutama untuk papa dan mama terima kasih atas doa yang tak henti dipanjatkan, kesabaran, perhatian yang tak pernah berkurang, serta keyakinan yang senantiasa ditanamkan di tengah keraguan dan tantangan. Selamanya penulis akan selalu membutuhkan kalian di hidup ini, semoga penulis berhasil menjadi orang sukses sehingga dapat membahagiakan kalian semua.

3. Bapak Adrian Arditiar, S.Sos., M.I.Kom

Terima kasih kepada Bapak Adrian selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, ilmu, motivasi, dan arahan dengan penuh kesabaran selama proses penyusunan skripsi ini. Saya sangat menghargai atas waktu energi, dan komitmen bapak yang selalu mendukung saya agar tetap semangat dan fokus hingga penyusunan skripsi ini selesai dengan baik.

4. Miss Octaviniant Aspary, S.I.K., M.SI.

Terima kasih kepada Miss Esvy selaku dosen pembahas satu skripsi ini, karena telah memberikan banyak masukan kepada penulis untuk lebih detail dan memperhatikan segala aspek penelitian dengan baik. Semua ilmu dan *insight* yang diberikan sangat berharga untuk penulis.

5. Miss Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si.

Terima kasih kepada Miss Dianingtyas selaku dosen pembahas dua skripsi ini, karena telah memberikan banyak saran dan masukan yang sangat membantu penulis untuk membuat penelitian ini dapat memberikan hasil yang jauh lebih baik. Semua ilmu dan *insight* yang diberikan sangat berharga untuk penulis.

6. Miss Ari Kurnia, S.I.Kom., M.I.Kom.

Terima kasih kepada Miss Ari selaku dosen pembimbing akademik, karena sudah membimbing sejak awal perkuliahan penulis. Terima kasih atas segala bimbingan dan arahan yang diberikan kepada penulis pada saat awal mula memasuki fase penyusunan skripsi ini.

7. Yaolo Yaolo dan Calon Lulusan *Cumlaude*

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada teman-teman dalam kelompok Yaolo Yaolo (Ratu, Lila, Veli, Fahira, Diva, Dorothy, Azkiya, dan Nada) dan Calon Lulusan *Cumlaude* yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, karena telah mengisi hari-hari penulis sejak awal masa perkuliahan hingga saat ini. Semua kebersamaan yang telah terjalin dalam kondisi senang ataupun sedih, akan selalu penulis ingat sebagai salah satu pengalaman berharga penulis. Terima kasih juga sudah selalu memberikan motivasi, dan semangat untuk satu sama lain. Semoga hal yang sedang kita usahakan bisa mencapai keberhasilan yang diharapkan.

8. Ratu Daffi Syahrani

Terima kasih kepada Ratu salah satu teman penulis yang memiliki banyak kontribusi di masa-masa kuliah ini. Ratu menjadi teman yang selalu ada untuk penulis kapan pun dan di mana pun. Selalu memberikan banyak dukungan dan

bantuan penuh untuk penulis. Terima kasih karena selalu membawa tawa bahagia serta siap sedia mendengarkan keluh kesah penulis sampai penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini

9. Diri Sendiri

Terakhir, terima kasih kepada wanita sederhana yang memiliki impian besar, namun terkadang sulit untuk dimengerti isi kepalanya, yaitu penulis diriku sendiri, Alyaa Salsabilla. Terima kasih telah bertahan sejauh ini, memilih untuk tidak menyerah walaupun terkadang tidak tau pasti arah hidup akan kemana, sering kali merasa putus asa, gagal, dan memiliki proses yang lebih lambat dibandingkan dengan orang lain. Terima kasih telah menjadi sahabat terbaik bagi diri sendiri, hadir dalam sedih, bahagia, lelah yang penuh tanya. Terima kasih karena selalu mempercayai semua proses kehidupan yang mungkin memang sudah Allah SWT takdirkan untukmu. Terima kasih karena sudah memilih untuk melanjutkan dan menyelesaikan apa yang telah kamu mulai. Kamu sudah berjuang sejauh ini, jadi tetaplah menjadi perempuan kuat yang selalu bersyukur dengan semua yang kamu dapatkan. Adapun kurang lebihmu, mari kita rayakan diri sendiri. Dan semoga setelah dari banyaknya kejadian yang kamu hadapi seorang diri, hadir kebahagiaan yang tidak kamu sangka sebelumnya.

Jakarta, 05 September 2025

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'A' followed by a smaller 'S' and a dot, with a small flourish at the end.

Alyaa Salsabilla

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Alyaa Salsabilla

NIM : 1211003006

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : 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 Persepsi Konsumen Pada Konten *Overclaim Skincare* Melalui Media Sosial TikTok @DokterDetektif”

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 peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 05 September 2025

Yang menyatakan,



(Alyaa Salsabilla)

Analisis Persepsi Konsumen Pada Konten *Overclaim Skincare* Melalui Media Sosial TikTok @DokterDetektif

ABSTRAK

Dokter Detektif merupakan salah satu *content creator* yang terkenal dengan pembahasan konten edukasi terkait informasi seputar *skincare* dan memiliki banyak pengikut di media Sosial TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen dengan didasari oleh dua aspek konsep teori persepsi menurut Prof. Jalaludin Rakhmat (Faktor Fungsional dan Faktor Struktural) serta mencangkup keenam fitur TikTok (*Personalized Feed, Hashtag, Editing Tools, Duet and Collaboration, Live Streaming, dan Music Integration*) terhadap konten *overclaim skincare* yang dibuat oleh dokter detektif pada akun TikTok @dokterdetektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Peneliti memilih metode ini, dikarenakan studi kasus memungkinkan peneliti untuk dapat melakukan pencarian informasi lebih dalam tentang suatu kasus atau objek tertentu sesuai konteks aslinya. Kasus yang diambil dalam penelitian ini yaitu terkait konten *overclaim skincare* dari merek The Originote dan Merek SS Skin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap konten *overclaim* produk *skincare* dari merek The Originote dan SS Skin di akun TikTok @dokterdetektif dipengaruhi oleh dua faktor utama menurut konsep teori persepsi Prof. Jalaluddin Rakhmat (2018), yaitu faktor fungsional dan struktural. Faktor fungsional terlihat dari pengalaman langsung konsumen yang merasa kecewa karena klaim produk tidak sesuai dengan kenyataan, sehingga membentuk persepsi negatif dan rasa kehati-hatian konsumen dalam memilih produk *skincare* merek tersebut. Sedangkan faktor struktural muncul dari persepsi konsumen terhadap situasi dan stimulus lingkungan, seperti konten *live streaming* yang menampilkan konflik antara pihak-pihak terkait, yang memengaruhi citra merek secara negatif.

Kata Kunci: Konten *Review*, *Overclaim Skincare*, Dokter Detektif, Persepsi Konsumen.

Analysis of Consumer Perception of Overclaim Skincare Content on TikTok Social Media @Dokter Detektif

ABSTRAK

Dokter Detektif is a content creator known for educational content about skincare and has many followers on the social media platform TikTok. This study aims to analyze consumer perceptions based on two aspects of perception theory according to Prof. Jalaludiin Rakhmat (Functional Factors and Structural Factors) and includes six TikTok features (Personalized Feed, Hashtag, Editing Tools, Duet and Collaboration, Live Streaming, and Music Integration) regarding overclaim skincare content produced by Dokter Detektif on the TikTok account @dokterdetektif. This research uses a descriptive qualitative approach with a case study method. The researcher chose this method because a case study allows for an in-depth investigation of a particular phenomenon or object within its real context. The phenomenon examined in this study is related to overclaiming skincare products. The results show that consumer perception of overclaim skincare product content from the brands The Originote and SS Skin on the TikTok account @dokterdetektif is influenced by two main factors according to the theory of perception concept by Prof. Jalaluddin Rakhmat (2018), namely functional and structural factors. The functional factor is evident from the consumers' direct experience, who feel disappointed because the product claims do not match reality, thus forming negative perceptions and consumer caution in choosing those skincare brands. Meanwhile, the structural factor emerges from consumers' perceptions of the situation and environmental stimuli, such as live streaming content that presents conflicts among related parties, influencing the brand image negatively.

Keywords: *Review Content, Skincare Overclaim, Dokter Detektif, Consumer Perception.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
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	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Konsep yang Relevan.....	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran Digital	11
2.1.2 Konsep Teori Persepsi Prof. Jalaluddin Rakhmat	12
2.1.3 <i>Overclaim</i>	13
2.1.4 Media Sosial	14
2.1.5 TikTok	15
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	17

2.3 Model Kerangka Pemikiran	27
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain dan Pendekatan	28
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	28
3.3 Pengumpulan Data	29
3.3.1 Data Primer	29
3.3.2 Data Sekunder.....	30
3.4 Analisis Data	31
3.5 Triangulasi Data	32
3.6 Operasional Konsep/Isu	33
BAB IV	38
HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	38
4.1.1 Sosial Media TikTok @DokterDetektif.....	38
4.1.2 Profile Dokter Detektif	39
4.1.3 Subjek Penelitian	40
4.1.4 Subjek Triangulator	43
4.2 Penyajian Data	44
4.2.1 Media Sosial TikTok	44
4.2.2 Persepsi Pada Akun TikTok @DokterDetektif	54
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	61
4.3.1 Analisis Akun TikTok @DokterDetektif Berdasarkan Konsep Teori Persepsi	61
4.3.2 Persepsi Konsumen Terkait Konten Overclaim Skincare Pada Akun TikTok @DokterDetektif.....	70
BAB V.....	74

KESIMPULAN DAN KETERBATASAN.....	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	74
5.3 Saran dan Implikasi.....	75
5.3.1 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	75
5.3.2 Saran Untuk Industri.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pembentukan Persepsi di Media Sosial.....	2
Gambar 1.2 Data Media Sosial Favorite 2024	4
Gambar 1.3 Pembahasan Konten <i>Overclaim Skincare</i> oleh Dokter Detektif	5
Gambar 1.4 Foto Kedua Akun Dokter Detektif	7
Gambar 4.1 Akun Pertama Dokter Detektif.....	38
Gambar 4.2 Foto Dokter Detektif	39
Gambar 4.3 Foto Bernard Suandi	40
Gambar 4.4 Foto Ginka Priyanka.....	41
Gambar 4.5 Foto Angel Christin Seba	41
Gambar 4.6 Foto Asyifa Fitrah Awali.....	42
Gambar 4.7 Foto Ratu Daffi Syahrani	43
Gambar 4.8 Foto Dr. Hany Nurahmawati S.Ikom, M.Ikom	43
Gambar 4.9 Foto Konten Live Streaming Dokter Detektif dan Konten Instagram Story Shella Saukia	52
Gambar 4.10 Foto Konten Produk Skincare Overclaim The Originote.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.2 Operasional Konsep /Isu.....	33

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	80
Lampiran 2.....	89
Lampiran 3.....	96
Lampiran 4.....	103
Lampiran 5.....	110
Lampiran 6.....	117