

## Edukasi kecantikan atau hiburan media sosial: Gaya komunikasi @dokterdetektif di TikTok

### Beauty education vs. social media entertainment: @dokterdetektif's communication style on TikTok

Shafia Marwah\*, Jenny Ratna Suminar, Ira Mirawati

\*Corresponding author, Email: shafiamarwah98@gmail.com

Universitas Padjadjaran, Jl. Raya Bandung-Sumedang Km.21 Jatinangor, Jawa Barat, 45363, Indonesia

Paper received: 07-06-2025; revised: 23-09-2025; accepted: 02-10-2025; published: 23-10-2025

How to cite (APA Style): Marwah, S., Suminar, J. R., & Mirawati, I. (2025). Edukasi kecantikan atau hiburan media sosial: Gaya komunikasi @dokterdetektif di TikTok. *Jurnal Praksis dan Dedikasi Sosial (JPDS)*, 8(2), 429-440. DOI: 10.17977/um022v8i22025p429-440

#### Abstract

This study analyzes the communication style of @dokterdetektif on TikTok to determine whether its content is more about beauty education or more about entertainment. By analyzing the five videos with the highest viewership at the time of data collection, this research identifies themes from the communication style of the videos, and measures audience engagement through the number of views, likes, and comments. The results show a blend of educational beauty content with dramatic narratives, revealing how @dokterdetektif on TikTok utilizes both to attract attention and build trust. The findings suggest that while @dokterdetektif provides beauty education, it is the dramatic storytelling that increases engagement, reflecting TikTok's role in informing and entertaining its audience.

**Keywords:** TikTok; beauty education; digital drama; influencer communication; content analysis

#### Abstrak

Penelitian ini menganalisis gaya komunikasi @dokterdetektif di TikTok untuk mengetahui apakah konten-kontennya lebih mengutamakan edukasi kecantikan atau lebih mengarah pada hiburan. Dengan menganalisis lima video dengan penonton tertinggi saat data diambil, penelitian ini mengidentifikasi tema dari gaya komunikasi pada video yang disampaikan, serta mengukur keterlibatan audiens melalui jumlah tayangan, suka, dan komentar. Hasil penelitian menunjukkan perpaduan antara konten edukasi kecantikan dengan narasi dramatis, mengungkap bagaimana @dokterdetektif di TikTok memanfaatkan keduanya untuk menarik perhatian dan membangun kepercayaan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun @dokterdetektif memberikan edukasi kecantikan, *storytelling* drama yang meningkatkan keterlibatan, mencerminkan peran TikTok dalam memberi informasi sekaligus hiburan kepada audiensnya.

**Kata kunci:** TikTok; edukasi kecantikan; media sosial; komunikasi influencer; analisis konten

#### PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, platform media sosial menjadi sangat penting dalam membentuk opini publik, terutama di kalangan audiens muda. Di antara platform-platform tersebut, TikTok telah muncul sebagai salah satu saluran paling berpengaruh untuk konsumsi dan pembuatan konten, yang dengan cepat memperoleh perhatian berkat format video pendek yang unik. TikTok, yang kini memiliki 1+ miliar pengguna aktif global, telah merombak pola interaksi masyarakat dengan hiburan, edukasi, dan isu-isu sosial. Influencer di TikTok, seperti

@dokterdetektif, memanfaatkan fitur dinamis platform ini untuk menyampaikan berbagai pesan mulai dari tutorial kecantikan hingga komentar sosial. TikTok dapat menjadi platform yang kuat untuk meningkatkan literasi kesehatan. Media sosial adalah alat yang ampuh untuk literasi kesehatan. Sumber menyarankan para profesional kesehatan, terutama dokter, untuk membuat unggahan di media sosial untuk memerangi informasi yang salah (Patil et al., 2024).

Video dirancang untuk membangkitkan emosi melalui berbagai teknik, termasuk pengenalan ekspresi wajah dan perpaduan fitur multimodal, yang meningkatkan koneksi audiens (Xue et al., 2025). Keberhasilan influencer seperti @dokterdetektif telah memicu minat yang berkembang untuk memahami bagaimana figur media sosial menggabungkan gaya komunikasi untuk dipergunakan dengan konten hiburan dan edukatif. Secara khusus, influencer kecantikan telah menjadi kekuatan dominan di dunia digital, sering kali mengaburkan batas antara keahlian profesional dan hiburan (Ishihara & Oktavianti, 2021). Pertanyaan utama yang muncul adalah apakah gaya komunikasi dari konten mereka lebih berfokus pada edukasi atau justru cenderung melebih-lebihkan topik untuk efek dramatis dan keterlibatan yang lebih besar. Model-model ini membantu dalam memahami reaksi audiens, memungkinkan pembuat konten untuk menyesuaikan konten yang beresonansi secara emosional (Xue et al., 2025)

Dikenal karena memberikan konten edukatif tentang produk perawatan kulit, kandungan dalam produk, dan topik terkait kesehatan, pendekatan gaya komunikasi @dokterdetektif juga melibatkan elemen cerita dramatis, ketegangan, dan humor. Gabungan antara edukasi komunikasi ini mengangkat pertanyaan penting tentang peran influencer kesehatan dalam membentuk minat publik, khususnya terkait standar kecantikan dan kepercayaan konsumen. Setiap konten yang diunggah Dokter Detektif ditonton jutaan orang, contohnya pada konten 15 September 2025, yang berjudul "Skincare viral ini overclaim atau tidak?" memiliki 17,5 juta penonton, dengan jumlah komentar 12 ribu (sumber Tiktok/@dokterdetektif).

Penelitian ini fokus pada sejauh mana kontennya berfungsi sebagai alat edukasi versus bentuk hiburan yang dirancang untuk meningkatkan keterlibatan penonton melalui eksplorasi gaya komunikasi @dokterdetektif. Penelitian ini akan mengategorikan lima video terpilih ke dalam konten yang didorong oleh edukasi dan hiburan, serta menilai bagaimana penggabungan elemen-elemen ini didasari gaya komunikasinya. Dengan memeriksa metrik keterlibatan seperti jumlah tampilan, suka, dan komentar, penelitian ini juga akan mempertimbangkan bagaimana pesan-pesan dalam setiap jenis konten memfasilitasi interaksi penonton.

Signifikansi penelitian ini terletak pada potensinya untuk memberikan pencerahan tentang peran yang berkembang dari influencer kesehatan media sosial dalam komunikasi modern. Secara khusus, penelitian ini akan berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana hiburan dan edukasi dapat hidup berdampingan di platform seperti TikTok, dan bagaimana hibridasi ini diambil sebagai perilaku konsumen serta penyebaran pengetahuan di bidang kecantikan dan perawatan kulit. Selain itu, penelitian ini akan memberikan wawasan tentang potensi influencer untuk membentuk pendekatan yang lebih luas mengenai gaya komunikasi, dimana batas antara informasi dan hiburan sering kali tidak terlihat jelas atau kabur.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan analisis konten kualitatif sebagai metode utama untuk mengeksplorasi bagaimana gaya komunikasi @dokterdetektif menggabungkan konten edukatif dengan narasi yang didorong oleh hiburan di TikTok. Analisis konten, metode penelitian yang kuat memungkinkan pemeriksaan sistematis data tekstual. Ini memberikan pendekatan terstruktur untuk memahami informasi kompleks dengan mengkategorikan dan mengukur tema dalam teks (Tunison, 2023). Metode ini sangat berguna untuk memahami gaya komunikasi para influencer dan bagaimana audiens menginterpretasikan serta berinteraksi dengan konten mereka. Ditekankan pada bagaimana memaknakan isi komunikasi, membaca simbiol-simbol, memaknakan isi interaksi simbolis yang terjadi dalam komunikasi (Bungin, 2010). Analisis konten

membahas ambiguitas interpretatif, yang sangat penting untuk memahami kompleksitas komunikasi (Price, 2010). Peneliti berusaha menggali informasi yang lebih dalam mengenai interaksi dokter kecantikan dan followers melalui analisis konten TikTok serta pengamatan terhadap interaksi yang terjadi pada video, hingga balasan maupun kolom komentar.

### **Pemilihan Video**

Peneliti menganalisis lima video TikTok dari akun @dokterdetektif. Video-video ini dipilih berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian yang berhubungan dengan edukasi kecantikan dan drama digital. Peneliti mulai dengan menganalisis data tekstual tanpa gagasan yang terbentuk sebelumnya, memungkinkan tema muncul secara alami dari data (Tunison, 2023).

### **Kategori Analisis Konten**

Konten video mencakup informasi faktual tentang perawatan kulit, analisis bahan produk, dan saran kesehatan. Dramatisasi atau hiburan pada konten video kecantikan dapat meningkatkan koneksi penonton, karena audiens mungkin berhubungan dengan cerita pribadi yang dibagikan oleh influencer, sehingga meningkatkan dampak edukatif dari konten (Mwangi & Buvár, 2024). Demonstrasi produk, atau uji laboratorium yang dibagikan kepada audiens. Elemen hiburan atau drama, seperti humor, cerita yang dilebih-lebihkan, dan ketegangan yang dimaksudkan untuk melibatkan audiens secara emosional, akan dikodekan sebagai konten berbasis hiburan. Elemen-elemen seperti ekspresi wajah dramatis, humor, dan ketegangan naratif akan dikategorikan sebagai hiburan.

### **Matriks Keterlibatan Audiens**

Keterlibatan video akan diukur berdasarkan jumlah tampilan, suka, dan komentar. Hal ini akan membantu menilai bagaimana audiens merespons kombinasi elemen edukatif dan dramatis dalam setiap video. Jumlah tampilan yang lebih tinggi mungkin menunjukkan bahwa konten menarik atau relevan bagi audiens, sementara suka menunjukkan penerimaan positif dan persetujuan konten. Komentar memberikan wawasan kualitatif tentang pendapat audiens, memungkinkan pemahaman yang lebih dalam tentang sentimen penonton dan keterlibatannya (Li et al., 2023).

### **Interpretasi Data**

Setelah mengkategorikan konten, tema-tema dari elemen edukatif dan hiburan akan dikodekan dan dianalisis untuk mencari pola-pola. Ini akan memungkinkan penulis untuk mengidentifikasi bagaimana gaya komunikasi yang digunakan mendapatkan keterlibatan audiens dan elemen mana yang menghasilkan interaksi lebih tinggi. Data keterlibatan (*views, like, comment*) akan dianalisis untuk memahami bagaimana setiap gaya (edukatif vs. dramatis) mendapati respons audiens. Lima video TikTok yang dipilih untuk penelitian ini, masing-masing mewakili berbagai aspek dari gaya konten @dokterdetektif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa evaluasi serum kecantikan berfokus pada klaim bahan aktif, khususnya niacinamide, dengan memadukan penelaahan label dan verifikasi laboratorium untuk memastikan kecocokan antara klaim dan komposisi aktual. Kami juga membandingkan dua produk berharga terjangkau guna menilai sejauh mana klaim pemasaran sejalan dengan temuan ilmiah. Secara keseluruhan, temuan ini mengungkap tingkat kesahihan klaim sekaligus menegaskan pentingnya transparansi formulasi dan

kejujuran pelabelan sebagai dasar perlindungan konsumen dan pengambilan keputusan yang lebih tepat.

Video 1 (tangkapan pada Gambar 1) membahas dua produk serum yang sudah dikenal di pasaran, yaitu EGNE Serum dan Glowing White Serum. Keduanya mengklaim mengandung niacinamide, salicylic acid, dan licorice dengan harga sangat terjangkau, sekitar Rp20.000–Rp22.000. Hasil uji laboratorium yang dipaparkan dalam Video 1 memverifikasi klaim pada kemasan: EGNE Serum yang mencantumkan 4% niacinamide dan 1% salicylic acid terukur mengandung 4,79% niacinamide dan 0,96% salicylic acid; sementara Glowing White Serum yang mengklaim 5% niacinamide terdeteksi mengandung 5,49% niacinamide. Temuan tersebut menegaskan bahwa, meskipun berharga ekonomis, komposisi kedua produk konsisten dengan klaimnya.



**Gambar 1. Tangkapan Layar dari Video 1 pada akun Tiktok @dokterdetektif**

Pada penjelasan tentang pentingnya verifikasi klaim produk melalui hasil uji lab sebagai unsur edukatif. @dokterdetektif memberikan informasi yang berharga kepada audiens tentang bagaimana kandungan bahan aktif seperti niacinamide dan salicylic acid dapat memengaruhi efektivitas produk perawatan kulit. Dengan menunjukkan hasil uji lab yang sesuai dengan klaim, video ini mengedukasi audiens tentang cara memilih produk yang terbukti kualitasnya dan bagaimana harga murah tidak selalu berarti kualitas yang buruk. Video ini juga memberikan wawasan tentang kejujuran dalam pelabelan produk kecantikan.

Melalui gaya penyampaian yang ringan dan ekspresif, @dokterdetektif menggunakan bahasa yang akrab dan humoris, seperti penggunaan kata-kata seperti “yey” saat mengungkapkan hasil uji lab yang sesuai dengan klaim. Gaya berbicara yang penuh semangat dan ekspresif ini membuat audiens merasa terhibur sambil tetap mendapatkan informasi yang berguna. Selain itu, penggunaan harga terjangkau untuk kedua produk juga memberikan kesan positif dan memotivasi audiens untuk lebih cerdas dalam memilih produk perawatan kulit yang efektif dan terjangkau.

Pentingnya pemahaman tentang konsentrasi niacinamide yang tepat dalam produk perawatan kulit. Video 2 (tangkapan pada Gambar 2) menyarankan agar konsumen berhati-hati terhadap produk yang mengklaim mengandung niacinamide tanpa menjelaskan kadar yang

tepat. Tema ini juga mencakup transparansi label produk dan wawasan ilmiah mengenai bahan-bahan kosmetik yang dapat mempengaruhi kesehatan kulit.



**Gambar 2. Tangkapan Layar dari Video 2 pada akun Tiktok @dokterdetektif**

Dalam video 2, sosok dengan persona sebagai ahli menjelaskan tentang pentingnya mengetahui kandungan niacinamide dalam produk perawatan kulit. Video dibuka dengan judul "Banyak brand dengan kandungan overclaim masa sih?", yang menarik perhatian audiens untuk berpikir kritis tentang klaim produk. Pengirim pesan menyampaikan bahwa untuk produk yang efektif dalam mencerahkan kulit, kandungan niacinamide seharusnya lebih dari 2%. Selain itu, ia memperingatkan audiens mengenai kemungkinan overclaim pada label produk yang dapat menyesatkan konsumen. Dengan menggunakan penjelasan ilmiah, video ini memberikan wawasan tentang bagaimana konsentrasi bahan aktif dapat memengaruhi hasil yang diinginkan pada kulit.

Konten ini membahas upaya meningkatkan kesadaran audiens mengenai kandungan bahan dalam produk kecantikan. Penjelasan ilmiah tentang konsentrasi niacinamide yang efektif di atas 2% memberi informasi praktis sehingga audiens dapat mengambil keputusan pembelian yang lebih cerdas. Edukasi semacam ini penting karena banyak konsumen belum memahami bahwa kandungan berlebihan atau klaim yang dilebih-lebihkan dapat berdampak pada kesehatan kulit.

Penyampaian materi memanfaatkan humor ringan dan gaya tutur yang ramah. Pendekatan ini membuat video edukatif terasa menarik dan tidak membosankan, meskipun topiknya serius terkait keamanan produk. Tonasi yang santai dan tidak kaku membantu audiens merasa nyaman selama mengikuti penjelasan, sekaligus meningkatkan keterlibatan sehingga mereka cenderung menonton hingga tuntas dan membagikannya kepada orang lain.

Video ini berhasil menggabungkan edukasi dan hiburan dengan cara yang sangat efektif. Pengirim pesan tidak hanya memberikan wawasan ilmiah yang bermanfaat tentang konsentrasi niacinamide yang tepat, tetapi juga menyampaikan informasi ini dengan gaya yang ringan dan menyenangkan, yang membuat video lebih mudah diterima oleh audiens. Dengan menekankan pada kritis terhadap klaim produk dan pentingnya transparansi label, video ini menyampaikan pesan yang penting sambil tetap menghibur audiens, menjaga mereka terlibat dalam pembahasan yang relevan dan bermanfaat.

Video 3 (tangkapan Gambar 3) menampilkan pernyataan klarifikasi terkait dugaan fitnah. Seorang perempuan bertopeng menyanggah tuduhan yang diarahkan kepadanya dan menegaskan tidak memiliki keterlibatan dalam aksi oknum berinisial DRL dan SS yang dikaitkan dengan pihak HS. Fokus utama bertumpu pada nilai kebenaran dan integritas pribadi, sekaligus ajakan untuk mengandalkan mekanisme hukum sebagai jalur penyelesaian.



**Gambar 3. Tangkapan Layar dari Video 3 pada akun Tiktok @dokterdetektif**

Video 3 tersebut memperlihatkan perempuan yang berbicara dengan menggunakan topeng misterius untuk merespons tuduhan bahwa dirinya merupakan kaki tangan HS. Beberapa cuplikan yang menampilkan inisial DRL dan SS bersama HS ditunjukkan sebagai konteks, sementara ia menegaskan tidak gentar dan mempercayakan penyelesaian perkara kepada aparat berwenang melalui prosedur hukum yang semestinya.

Dalam video 3 ini disampaikan mengenai cara menghadapi fitnah dan pentingnya mempercayakan masalah kepada pihak berwajib. Video ini mengedukasi audiens untuk tidak takut menghadapi tuduhan yang tidak berdasar, dan bahwa menyelesaikan masalah melalui proses hukum adalah langkah yang tepat dan sah. Pesan ini mengajarkan audiens tentang integritas pribadi dan perjuangan untuk membuktikan kebenaran.

Elemen hiburan hadir melalui penggunaan topeng misterius, yang menambah unsur drama dan misteri pada video. Efek ini memancing rasa penasaran audiens tentang siapa sebenarnya perempuan tersebut dan bagaimana dia akan membela diri. Selain itu, potongan video yang menunjukkan interaksi antara oknum DRL, SS, dan HS di satu layar menambah ketegangan dan menarik perhatian audiens, menjadikan video ini tidak hanya edukatif tetapi juga menghibur dalam cara yang menyenangkan.

Video 4 menyoroti peran penting netizen dalam memperjuangkan keadilan sosial dan membongkar praktik yang merugikan masyarakat, seperti peredaran produk ilegal dan perawatan kulit berbahaya. Narasi menunjukkan bagaimana kekuatan media sosial dimanfaatkan untuk meningkatkan kesadaran publik sekaligus menantang sistem yang kerap tidak berpihak pada konsumen. Melalui platform TikTok, netizen diperlihatkan memiliki daya untuk mengungkap

praktik ilegal di industri perawatan kulit dan mendorong tindakan kolektif demi keselamatan pengguna. Sosok “dokterdetektif” ditampilkan sebagai figur pahlawan netizen yang melindungi publik serta mengedukasi audiens tentang produk yang aman dan yang patut dihindari. Gambar 4 merekam inti pesan tersebut: kolaborasi warga digital yang sigap membongkar kecurangan dan menjaga kepentingan masyarakat luas.

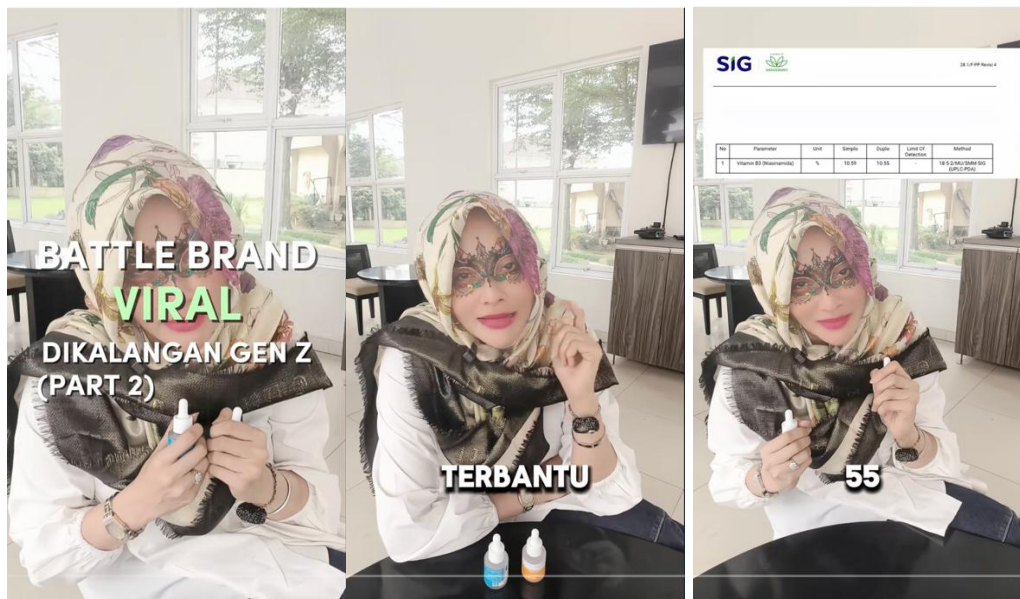


**Gambar 4. Tangkapan Layar dari Video 4 pada akun Tiktok @dokterdetektif**

Elemen edukatif dalam video ini berfokus pada peningkatan kesadaran tentang produk yang aman dan berbahaya dalam industri perawatan kulit. @dokterdetektif memberikan informasi yang sangat penting kepada audiens mengenai produk ilegal yang beredar di pasaran dan bagaimana klaim yang tidak sesuai dengan kenyataan bisa menyesatkan konsumen. Selain itu, video ini mengajak audiens untuk lebih kritis dan proaktif dalam memilih produk perawatan kulit, dengan mengingat bahwa tidak semua produk yang dipasarkan sebagai "aman" atau "terpercaya" benar-benar sesuai dengan klaim yang mereka buat.

Datang dari narasi yang dramatis, dengan @dokterdetektif digambarkan sebagai "pahlawan" netizen yang melindungi publik dari praktik berbahaya. Dengan mengangkat dirinya sebagai figur yang heroik, video ini membangkitkan rasa semangat dan kepedulian sosial di antara audiens, sekaligus memberikan hiburan dengan cara yang tidak kaku. Narasi ini membuat audiens merasa terlibat dan terinspirasi untuk turut berpartisipasi dalam pergerakan sosial yang lebih besar. Teks pada video penyampaian yang ekspresif dan penuh semangat menambah daya tarik video ini.

Video 5 mengulas secara kritis klaim produk kecantikan, khususnya soal komposisi bahan aktif dalam serum. Konten menyoroti gap antara klaim dan realita kadar niacinamide, sekaligus mengajak audiens lebih cermat mengecek label sebelum membeli. Pesan utamanya menekankan transparansi informasi pada kemasan dan menegaskan peran krusial sunscreen sebagai fondasi rutinitas perawatan kulit. Gambar 5 merangkum poin-poin tersebut: pembacaan label yang teliti, perbandingan klaim vs. kandungan sebenarnya, dan pengingat bahwa perlindungan matahari tidak bisa ditawar.



Gambar 5. Tangkapan Layar dari Video 5 pada akun Tiktok @dokterdetektif

Dalam video 5, @dokterdetektif memegang dua produk serum yang identitas mereknya disamarkan. Ia menjelaskan bahwa serum dapat menjadi tambahan dalam perawatan kulit, tetapi yang paling utama adalah penggunaan sunscreen yang benar, karena sunscreen merupakan kasta tertinggi dalam perawatan kulit. Ia kemudian mengungkapkan hasil uji lab dari dua produk serum yang diuji, di mana produk pertama dengan klaim 10% niacinamide ternyata hanya mengandung 3,02%, yang merupakan overclaim. Sementara itu, produk kedua, yang merupakan brand besar Indonesia, berhasil menunjukkan kandungan niacinamide yang sesuai dengan klaim, yaitu 10,55%.

Ada penjelasan mengenai pentingnya mengecek kandungan bahan aktif dalam produk kecantikan, serta kritik terhadap klaim yang tidak sesuai dengan hasil uji laboratorium. @dokterdetektif memberikan informasi yang sangat berguna mengenai peran niacinamide dalam skincare, serta memperingatkan audiens untuk tidak mudah percaya pada klaim yang tidak didukung bukti ilmiah. Selain itu, video ini mengajarkan audiens untuk memahami bahwa sunscreen adalah produk yang paling penting dalam perawatan kulit, yang harus digunakan dengan benar.

Gaya penyampaian yang santai dan humoris, dengan menggunakan bahasa yang ringan dan interaktif seperti "Paham ya guys sampai disini?" dan "yeayy, tidak melakukan overclaim atau doktif approve". Gaya berbicara yang ramah dan ekspresif ini membuat video lebih menyenangkan untuk ditonton, meskipun topiknya cukup teknis. @dokterdetektif juga menggunakan gaya percakapan satu arah yang akrab dan menyenangkan, membuat audiens merasa lebih dekat dan terlibat dalam percakapan tersebut.

Video ini berhasil menggabungkan edukasi tentang pentingnya transparansi dalam klaim produk dengan hiburan melalui gaya penyampaian yang santai dan humoris. @dokterdetektif memberikan wawasan yang berguna mengenai kandungan bahan aktif dalam produk skincare, sambil mengingatkan audiens tentang peran penting sunscreen dan pentingnya memilih produk yang sesuai klaim. Pendekatan yang ringan, ramah, dan interaktif membuat video ini tidak hanya mengedukasi, tetapi juga menyenangkan untuk ditonton, sehingga audiens tetap terlibat dan mendapatkan informasi yang bermanfaat. Data kelima video disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Ringkasan Views, Likes, Comments, dan Tipe Konten Akun TikTok @dokterdetektif**

Video	Views	Likes	Comment	Content Type
Video 1 (13 Februari 2025) <a href="https://www.tiktok.com/@dokterdetektif/video/7470826248051232006">https://www.tiktok.com/@dokterdetektif/video/7470826248051232006</a>	8,737,653	522,143	11,207	Edutainment
Video 2 (7 September 2024) <a href="https://www.tiktok.com/@dokterdetektif/video/7411734590722723078">https://www.tiktok.com/@dokterdetektif/video/7411734590722723078</a>	7,170,335	139,231	4,400	Edutainment
Video 3 (5 Februari 2025) <a href="https://www.tiktok.com/@dokterdetektif/video/7467805889261587718">https://www.tiktok.com/@dokterdetektif/video/7467805889261587718</a>	3,782,069	125,306	6,320	Edutainment
Video 4 (21 Maret 2025) <a href="https://www.tiktok.com/@dokterdetektif/video/7484171466867494199">https://www.tiktok.com/@dokterdetektif/video/7484171466867494199</a>	1,667,083	57,132	2,543	Edutainment
Video 5 (27 September 2024) <a href="https://www.tiktok.com/@dokterdetektif/video/7419215954585849093">https://www.tiktok.com/@dokterdetektif/video/7419215954585849093</a>	21,366,104	849,483	24,751	Edutainment

Lima video yang dianalisis menunjukkan keseimbangan yang jelas antara elemen edukatif dan dramatis. Elemen edukatif mencakup analisis produk dan fakta tentang bahan perawatan kulit, sementara elemen dramatis melibatkan penceritaan yang penuh ketegangan dan sketsa humor. Video dengan keterlibatan yang lebih tinggi sering kali menyertakan narasi dramatis, yang menunjukkan bahwa audiens TikTok lebih tertarik pada hiburan, meskipun konten edukatif tetap memainkan peran signifikan dalam membentuk engagement profil seorang kreator.

### Engagement Overview

Video yang menggabungkan edukasi dengan hiburan secara konsisten memperoleh hasil yang lebih baik dibandingkan dengan video yang hanya bersifat edukatif atau hanya sekedar menghibur. Video TikTok edukatif sering menggunakan urutan presentasi yang menarik, seperti mendongeng dan humor, untuk mempertahankan minat penonton (Luik et al., 2023). Sebagai contoh, video yang membahas realita kandungan pada produk-produk tertentu (Video 5 7419215954585849093) memperoleh keterlibatan tertinggi yaitu 21 juta tayangan. Menunjukkan bagaimana penyampaian yang penuh ketegangan dapat meningkatkan minat publik terhadap topik-topik yang berkaitan dengan kesehatan.

Gaya komunikasi di TikTok, menekankan kejelasan, keringkasan, dan keterlibatan. Ini menggunakan teknik seperti redundansi (pengulangan), kanalisasi, dan strategi informatif, edukatif, persuasif, dan koersif untuk memastikan pesan mudah dipahami dan dapat dihubungkan. Konten dirancang agar mudah, menggunakan bahasa yang dapat diakses yang beresonansi dengan pemirsa, sehingga efektif untuk mendidik followers tentang kiat karir dan branding pribadi dalam format yang mudah dicerna (Ramadhani & Faridah, 2023).

Sebaliknya, video yang condong terlalu dramatis (Video 4), meskipun bergaya dan emosional, memperoleh matriks yang lebih rendah yaitu 1,6 juta tayangan, yang mengindikasikan bahwa drama saja mungkin tidak dapat mempertahankan minat audiens kecuali jika didasari oleh konten edukatif yang bermakna.

### Communication Style: Informing or Entertaining?

Tujuh gaya linguistik umum yang digunakan oleh influencer media sosial. Setiap gaya berkorelasi dengan tingkat keterlibatan pengguna yang berbeda, menunjukkan bahwa @dokterdetektif dapat meningkatkan efektivitas dengan memilih gaya komunikasi yang sesuai untuk kontennya. Taksonomi ini memberikan wawasan berharga bagi influencer yang bertujuan

untuk mengoptimalkan keterlibatan audiens melalui pendekatan linguistik yang disesuaikan (Munaro et al., 2023). Gaya komunikasi dominan di seluruh lima video melibatkan model hybrid, di mana pesan edukatif (analisis kandungan dan peringatan perawatan kulit) disajikan dalam narasi yang menghibur menggunakan cliffhanger, ekspresi teatral, atau dramatisasi hukum. Hal ini sejalan dengan konsep gaya komunikasi ekspresif dari Norton (Sanders, 1985), yang mengutamakan keterlibatan melalui daya tarik emosional dan intensitas narasi. Gaya-gaya ini tidak hanya tentang konten tetapi juga tentang bagaimana itu disajikan, sering memadukan ekspresi pribadi dengan komunikasi strategis.

Penting untuk dicatat, meskipun pengikut tertarik oleh drama, persona medis @dokterdetektif yang mendasarinya memperkuat kepercayaan, sehingga meningkatkan retensi pesan (Atef et al., 2023). Kombinasi ini mungkin menjelaskan keterlibatan yang tinggi secara konsisten di seluruh video dengan gaya komunikasi tersebut. @dokterdetektif sering menggunakan fitur pasca-linguistik seperti emosionalitas, kompleksitas, dan informalitas untuk meningkatkan komunikasi persuasif membantu ia terhubung lebih pribadi dengan audiensnya (Munaro et al., 2023).

### **Implications on Public Health Literacy**

Meskipun gaya penyajian dramatis meningkatkan jangkauan penonton, hal ini juga menimbulkan risiko untuk mengesampingkan tujuan edukasi. Dalam beberapa video, perubahan nada penyajian cenderung sensasional, menimbulkan kekhawatiran (Schreier, 2014) tentang kemungkinan salah tafsir atau penyederhanaan berlebihan terhadap topik kesehatan yang kompleks. Namun, informasi inti tetap berfokus pada saran praktis, yang menunjukkan bahwa keseimbangan respon tetap dijaga. Pendekatan ini menggabungkan hiburan dengan pesan pendidikan, secara efektif mempromosikan masalah sosial dan pengetahuan melalui narasi yang menarik (Cody & Sabido, 2008).

### **The Power of Narrative Framing**

Menyampaikan informasi dalam konteks cerita terbukti menjadi alat yang kuat. Pengikut tampaknya lebih cenderung untuk terlibat ketika konten disajikan dalam bentuk alur konflik-penyelesaian (mengungkap merek perawatan kulit palsu), yang memposisikan influencer sebagai pendidik sekaligus "detektif." Peran ganda ini meningkatkan koneksi parasosial, menjadikan konten tidak hanya informatif tetapi juga memiliki daya tarik emosional. Gaya komunikasi ini dicirikan oleh teknik yang mirip dengan narasi sastra, di mana @dokterdetektif menumbuhkan komunitas melalui strategi estetika yang komunikatif. Pendekatan ini mengubah koneksi sosial menjadi permainan yang menggoda, memungkinkan dirinya untuk secara tidak langsung membentuk imajiner komunitas dari waktu ke waktu (Vagni, 2024).

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya tentang sifat ganda TikTok sebagai platform edukasi dan hiburan. Pendekatan @dokterdetektif yang menggabungkan ulasan produk kritis dengan strategi hiburan merupakan metode komunikasi yang ampuh, karena menarik audiens yang besar dan menghasilkan keterlibatan tinggi. Namun, sifat dramatis dari konten tersebut dapat mengesampingkan aspek edukatif bagi beberapa pengikut, yang menimbulkan kekhawatiran tentang informasi yang salah (Schreier, 2014).

Keberhasilan @dokterdetektif berasal dari penggabungan yang sengaja antara edukasi dan hiburan. Temuan ini menunjukkan bahwa audiens tidak memandang kedua elemen ini sebagai hal yang bertentangan, melainkan saling memperkuat. Ketika digunakan secara etis, drama dapat meningkatkan pemahaman publik terhadap pesan kesehatan, terutama di platform seperti TikTok, di mana perhatian terbatas dan penceritaan visual menjadi kunci. Gaya komunikasi yang efektif, termasuk penggunaan bahasa dan humor yang bermuatan emosional, secara signifikan meningkatkan koneksi dan interaksi audiens (Chłopicki, 2017). Influencer menggunakan gaya komunikasi unik yang menggabungkan visual yang menarik dengan

copywriting yang menarik, disesuaikan untuk beresonansi dengan followers mereka. Pendekatan ini memungkinkan mereka untuk mempertahankan branding pribadi mereka sambil secara efektif mempromosikan pesan merek. Dengan memanfaatkan karakter dan keaslian mereka, influencer dapat menarik perhatian dan minat followers (Yeldy et al., 2023). Secara signifikan berdampak pada pembangunan kepercayaan dengan followers mereka. Termasuk interaktivitas dan keterkaitan, yang secara konsisten berkontribusi pada semua dimensi kepercayaan kognitif, afektif, dan perilaku. Influencer yang terlibat secara otentik dan interaktif dengan pengikut mereka menumbuhkan rasa kepercayaan yang lebih kuat (Amelinda et al., 2023). Komunikasi influencer telah berkembang menjadi lebih profesional, dengan diferensiasi dalam peran dan konten. Pengikut terlibat dengan influencer mirip dengan media tradisional, mencari kepuasan, sementara iklan diterima ketika kondisi tertentu terpenuhi, mencerminkan gaya komunikasi yang bernuansa (Kolo & Haumer, 2018).

## **KESIMPULAN**

Gaya komunikasi akun @dokterdetektif di TikTok mengungkap penggabungan strategis antara konten edukatif dan penceritaan dramatis yang mendorong keterlibatan audiens; meskipun konten edukatif tetap menjadi pendorong utama kepercayaan dan retensi informasi, penambahan elemen dramatis secara signifikan meningkatkan keterlibatan—baik tayangan maupun interaksi. Akun ini berhasil menggunakan bahasa dan humor yang dekat serta alami untuk terhubung dengan audiens, membuat informasi kesehatan lebih relevan dan mudah dipahami, sekaligus menunjukkan bahwa influencer kesehatan di TikTok dapat secara efektif menggabungkan hiburan dengan edukasi asalkan keseimbangannya dijaga; penekanan berlebihan pada narasi dramatis berisiko mengurangi nilai edukatif dan menimbulkan kesalahpahaman pesan kesehatan. Mencerminkan kekuatan gaya komunikasi influencer kesehatan di platform digital, tipologi lima jenis influencer media sosial—“pendongeng,” “rasionalis,” “pakar,” “pengubah dunia,” dan “ekstravert”—menunjukkan perbedaan motivasi yang memengaruhi cara mereka terlibat dengan audiens. Dengan memanfaatkan daya tarik emosional drama dan kredibilitas konten edukatif, influencer dapat berperan penting dalam membentuk literasi kesehatan publik, namun integritas serta kejelasan komunikasi tetap krusial agar topik kesehatan tidak disederhanakan secara berlebihan. Ke depan, penelitian sebaiknya mengeksplorasi pola keterlibatan jangka panjang untuk menilai evolusi respons audiens terhadap variasi konten, serta memahami dampak berkelanjutan dari edukasi yang didorong oleh hiburan guna meningkatkan efektivitas komunikasi kesehatan di platform seperti TikTok.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amelinda, R., Jumriani, J., & Andriani, A. (2023). Fenomena sarkasme komunikasi: Analisis gaya komunikasi selebgram di media sosial. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 8(2), 251–262. <https://doi.org/10.24256/pal.v8i2.4893>
- Atef, N., Fleerackers, A., & Alperin, J. P. (2023). “Influencers” or “Doctors”? Physicians’ presentation of self in YouTube and Facebook videos. *International Journal of Communication*, 17, 24.
- Bungin, B. (2010). *Penelitian kualitatif komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya* (Pertama, C). Kencana Prenada Medai Group.
- Chłopicki, W. (2017). Communication styles – an overview. *Styles of Communication*, 9(2), 9–25.
- Cody, M. J., & Sabido, M. (2008). Entertainment education. In *The International Encyclopedia of Communication*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiece029>
- Haumer, F., Kolo, C., Roth, A., & Schwarz, R. (2023). Influencers and their motivations to create content: A qualitative typology based on an international survey. *Journal of Digital & Social Media Marketing*, 11(2), 190. <https://doi.org/10.69554/KXDW4086>
- Ishihara, Y. Y. U., & Oktavianti, R. (2021). Personal Branding Influencer di Media Sosial TikTok. *Koneksi*, 5(1), 76. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10162>

- Kolo, C., & Haumer, F. (2018). Social media celebrities as influencers in brand communication: An empirical study on influencer content, its advertising relevance and audience expectations. *Journal of Digital & Social Media Marketing*, 6(3), 273. <https://doi.org/10.69554/BVCW5365>
- Li, H., Lei, Y., Zhou, Q., & Yuan, H. (2023). Can you sense without being human? Comparing virtual and human influencers endorsement effectiveness. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75(May), 103456. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103456>
- Luik, J. E., Setiawan, D., & Sitinjak, R. H. I. (2023). *Presentation sequences and styles of educational bite-sized content by the Indonesian TikTokers* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).
- Martínez-Sanz, R., Buitrago, Á., & Martín-García, A. (2023). Comunicación para la salud a través de TikTok. Estudio de influencers de temática farmacéutica y conexión con su audiencia. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(1), 83. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23435>
- Munaro, A. C., Barcelos, R. H., Francisco-Maffezzoli, E. C., Rodrigues, J. P. S., & Paraiso, E. C. (2023). *Does your style engage? Linguistic styles of influencers and user engagement on Youtube*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4680101>
- Mwangi, Z., & Buvár, Á. (2024). The beauty complex: social media trends, effects, and opportunities. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2427350>
- Patil, M. K., Naik, A., Chappidi, R., Lam, C. S., & Tran, T. (2024). Dermatology in social media: A cross-sectional analysis of trending hyperhidrosis content on TikTok. *Skin Research and Technology*, 30(6). <https://doi.org/10.1111/srt.13734>
- Price, L. L. (2010). Content analysis. In *Wiley International Encyclopedia of Marketing*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem02062>
- Ramadhani, K. R., & Faridah, F. (2023). Analysis of the content of communication messages by Tiktok video content on Vina Muliana's account in entering the world of work. *Jurnal Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 16(2), 297–311. <https://doi.org/10.21107/pamator.v16i2.19648>
- Sanders, R. E. (1985). Norton Robert, communicator style: Theory, application, and measures. *Language in Society*, 14(2), 249–252. <https://doi.org/10.1017/S0047404500011180>
- Schreier, M. (2014). Qualitative content analysis. *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis*, 170–183. <https://doi.org/10.4135/9781446282243.n12>
- Tunison, S. (2023). Content analysis. In *Varieties of qualitative research methods: Selected contextual perspectives* (pp. 85-90). Cham: Springer International Publishing.
- Vagni, T. (2024). A matter of style: Community building between seduction and indirect communication. *Social Sciences*, 13(7). <https://doi.org/10.3390/socsci13070357>
- Xue, J., Wang, J., Liu, X., Zhang, Q., & Wu, X. (2025). Affective video content analysis: Decade review and new perspectives. *Big Data Mining and Analytics*, 8(1), 118–144. <https://doi.org/10.26599/BDMA.2024.9020048>
- Yeldy, T., Putra, H. A., Yuliana, N., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2023). Peran influencer kontroversial dalam membentuk gaya komunikasi pengikutnya. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 2(4), 2023–2054.