

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial, khususnya TikTok, telah menjadi platform yang sangat populer di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa. Dengan karakteristik video singkat dan visual yang menarik, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi, termasuk informasi kesehatan dan perawatan wajah. Di Indonesia, TikTok sangat populer di kalangan generasi muda, di mana Sebagian besar pengguna berasal dari Indonesia, menjadikan negara ini salah satu pasar utama TikTok .

Fenomena ini menarik perhatian para peneliti, khususnya dalam bidang komunikasi dan kesehatan, karena TikTok bukan hanya menjadi platform hiburan, tetapi juga sebagai media penyebaran informasi, termasuk informasi kesehatan dan perawatan kecantikan. TikTok memungkinkan penggunanya untuk membuat video singkat yang informatif dan menarik secara visual, menjadikannya efektif dalam menyampaikan pesan dalam waktu singkat. Salah satu tren yang menonjol adalah konten perawatan wajah atau skincare yang melibatkan dermatologis profesional seperti

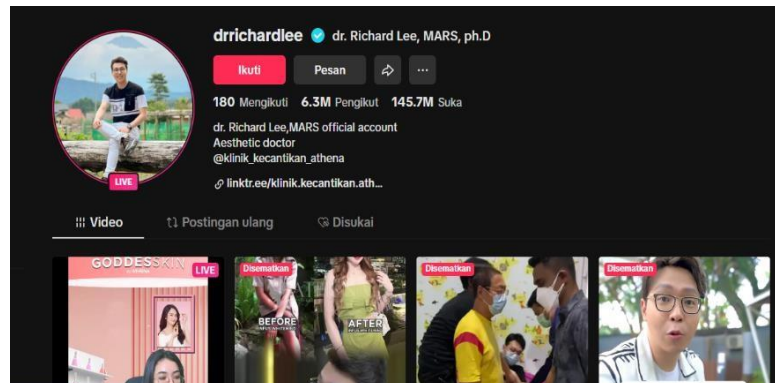
Dr. Richard Lee. Akun @drrichardlee, yang dikelola oleh seorang dokter kulit berlisensi, menjadi salah satu sumber utama bagi masyarakat, nmmnuterutama remaja dan dewasa muda, untuk mendapatkan informasi terpercaya tentang perawatan kulit. Dr. Richard lee membangun konteks dengan cara memberikan informasi melalui unggahan pada akun instagramnya berupa edukasi suatu produk khususnya yang berhubungan dengan kecantikan dan perawatan tubuh. Sesuai dengan posisinya sebagai Digital Influencer sekaligus dokter kecantikan, dr. Richard Lee membagikan informasi terkait suatu produk berdasarkan hasil penelitian dan uji laboratorium yang dimilikinya (Mustaqimah & Rahmah, 2022)

Mahasiswa sebagai bagian dari kelompok remaja usia 18–24 tahun berada pada fase kehidupan di mana penampilan menjadi perhatian penting.

Studi menunjukkan bahwa remaja dan dewasa muda memiliki minat tinggi terhadap kecantikan dan perawatan kulit. Survei oleh (Asiva Noor Rachmayani, 2023) , menunjukkan bahwa 79% remaja di Indonesia melakukan perawatan kulit secara rutin, dengan 65% di antaranya menjadikan media sosial sebagai sumber utama informasi perawatan wajah. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya tertarik pada produk kecantikan, tetapi juga membutuhkan pengetahuan yang efektif dan aman terkait perawatan kulit. Pentingnya perawatan wajah di kalangan mahasiswa juga dipengaruhi oleh lingkungan dan tekanan sosial, di mana penampilan menarik dapat berdampak pada penerimaan serta dukungan sosial. Namun, beragamnya produk perawatan wajah di pasaran menuntut mahasiswa untuk cermat memilih produk yang sesuai dengan jenis dan usia kulit agar tetap mendukung kesehatan kulit (Putri et al., 2021)

Penelitian menunjukkan bahwa platform media sosial memainkan peran besar dalam membentuk standar kecantikan dan kebiasaan perawatan diri, yang mendorong mahasiswa untuk selalu tampil menarik dan merawat kesehatan kulit mereka . TikTok sebagai salah satu platform yang dominan menjadi wadah bagi mahasiswa untuk mendapatkan informasi ini, baik dari influencer kecantikan maupun profesional kesehatan seperti Dr. Richard Lee.

Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial telah menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan informasi kesehatan. TikTok, dengan konten video singkatnya, telah memberikan peluang bagi profesional kesehatan untuk menyampaikan informasi yang sulit dijangkau masyarakat melalui media konvensional. Tercatat pengguna internet di Indonesia berjumlah sekitar 202,6 juta yang berarti hampir 73,7% dari jumlah penduduk Indonesia, dan 170 juta atau 61,8% merupakan pengguna media sosial aktif dengan rata-rata penggunaan selama 3 jam 41 menit setiap harinya. (Putri et al., 2023) Hal ini menunjukkan bahwa media sosial, termasuk TikTok, berpotensi sebagai sarana edukasi yang efektif di bidang kesehatan, termasuk perawatan kulit.



(Sumber akun tiktok DR.richard lee)

Gambar 1.1 Akun Tiktok @Drrichardlee

Akun TikTok @drrichardlee, yang di kelola oleh Dr. Richard Lee, seorang dokter kulit yang memiliki lisensi resmi, menyajikan informasi yang kredibel dan mudah dipahami tentang perawatan kulit. Melalui akun ini, Dr. Richard Lee membagikan berbagai tips dan panduan yang berbasis bukti ilmiah, membedakannya dari konten kecantikan lain yang mungkin tidak memiliki dasar medis. Akun ini juga kerap membahas mitos-mitos terkait perawatan kulit yang sering beredar di masyarakat, sehingga memberikan edukasi yang benar kepada pengguna TikTok, khususnya mahasiswa yang menjadi sasaran utama penelitian ini.

Penelitian menunjukkan bahwa audiens cenderung lebih percaya pada informasi kesehatan yang disampaikan oleh sumber yang memiliki latar belakang profesional dan otoritas dalam bidang tersebut. Dalam kasus perawatan kulit, pengguna cenderung lebih mempercayai konten yang disampaikan oleh dermatologis atau dokter kulit berlisensi dibandingkan dengan konten dari influencer kecantikan yang tidak memiliki dasar medis. Menurut teori efek media, informasi yang disampaikan oleh sumber yang kredibel akan lebih mudah diterima dan dianggap relevan oleh audiens . Namun, penelitian juga menunjukkan bahwa penerimaan pesan di media sosial tidak hanya bergantung pada kredibilitas sumber, tetapi juga pada bagaimana

pesan tersebut dikemas. Dalam konteks TikTok, format video yang singkat dan menarik sangat penting dalam mempengaruhi penerimaan audiens.



(Sumber akun tiktok DR.richard lee)

Gambar 1.2 Akun Tiktok @Drrichardlee

Dengan kata lain, meskipun Dr. Richard Lee memiliki kredibilitas sebagai dokter kulit, efektivitas pesannya bergantung pada kemampuannya untuk menyampaikan informasi dalam format yang menarik dan mudah dipahami oleh mahasiswa.

Meskipun konten edukasi perawatan wajah di TikTok banyak disampaikan oleh figur yang memiliki kredibilitas medis seperti Dr. Richard Lee, penerimaan pesan oleh audiens tidak selalu berjalan sesuai dengan maksud komunikator. Mahasiswa sebagai audiens aktif memiliki latar belakang pengetahuan, pengalaman, dan preferensi yang berbeda-beda, sehingga memungkinkan terjadinya perbedaan penafsiran terhadap pesan edukasi perawatan wajah yang disampaikan. Kondisi ini berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, penerimaan parsial, bahkan penolakan terhadap pesan kesehatan yang sebenarnya berbasis ilmiah

Peneliti melakukan penelitian terhadap mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) tentang edukasi perawatan wajah yang bersumber dari media sosial TikTok memiliki beberapa alasan yang kuat dan

relevan. mahasiswa merupakan kelompok yang sangat aktif dalam menggunakan media sosial, termasuk TikTok, sebagai sumber informasi dan inspirasi. Menurut penelitian oleh Setiawati dan Krisnawati, penggunaan media sosial, khususnya TikTok, telah terbukti berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan di kalangan mahasiswa (Setiawati & Krisnawati, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa UMM, sebagai pengguna aktif TikTok, memiliki potensi untuk terpapar informasi yang berkaitan dengan perawatan wajah melalui platform tersebut.

mahasiswa berada dalam fase kehidupan di mana mereka mulai lebih memperhatikan penampilan dan perawatan diri. Pada usia ini, mereka sering mencari informasi tentang produk kecantikan dan teknik perawatan wajah yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Penelitian oleh mariawan menunjukkan bahwa iklan di media sosial TikTok dapat memengaruhi keputusan pembelian produk kosmetik, yang menunjukkan bahwa mahasiswa sangat dipengaruhi oleh konten yang mereka lihat di platform tersebut (Mariawan et al., 2023). penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana mahasiswa memaknai dan menerapkan informasi yang mereka terima dari TikTok dalam praktik perawatan wajah mereka.

UMM sebagai institusi pendidikan memiliki komitmen untuk meningkatkan literasi media di kalangan mahasiswanya. Dengan melakukan penelitian ini, kita dapat mengeksplorasi sejauh mana mahasiswa UMM mampu mengevaluasi dan memanfaatkan informasi yang mereka terima dari media sosial untuk meningkatkan pengetahuan dan praktik perawatan wajah mereka.

penelitian ini juga penting untuk memahami dampak sosial dari konten kecantikan di media sosial. Dengan meningkatnya popularitas TikTok sebagai platform untuk berbagi informasi kecantikan, penting untuk mengeksplorasi bagaimana konten tersebut membentuk persepsi mahasiswa tentang kecantikan dan perawatan wajah. Oleh karena itu, penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika antara media sosial, edukasi kecantikan, dan persepsi mahasiswa, penelitian tentang edukasi perawatan

wajah di kalangan mahasiswa UMM yang bersumber dari TikTok sangat relevan dan penting untuk dilakukan, mengingat peran media sosial yang semakin dominan dalam membentuk pengetahuan dan perilaku konsumen di kalangan generasi muda.

Dr. Richard Lee memiliki otoritas medis, kehadiran influencer kecantikan yang tidak memiliki latar belakang medis tetapi memiliki jumlah pengikut yang banyak juga dapat mempengaruhi persepsi mahasiswa. Fenomena ini memunculkan pertanyaan tentang bagaimana mahasiswa menafsirkan pesan perawatan wajah dari akun @drrichardlee, serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan mereka.

Meskipun pesan edukasi perawatan wajah di TikTok disampaikan oleh sumber yang memiliki kredibilitas medis seperti Dr. Richard Lee, penerimaan pesan oleh audiens tidak selalu berjalan sesuai dengan maksud komunikator. Mahasiswa sebagai audiens aktif memiliki latar belakang, pengalaman, dan preferensi yang berbeda, sehingga memungkinkan terjadinya perbedaan pemaknaan terhadap pesan edukasi tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa kredibilitas sumber tidak secara otomatis menjamin kesamaan pemaknaan pesan, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk memahami bagaimana mahasiswa memaknai pesan perawatan wajah di media sosial TikTok.

Dengan semakin berkembangnya media sosial sebagai sumber informasi kesehatan, penelitian ini menjadi relevan untuk memahami bagaimana mahasiswa menafsirkan pesan perawatan wajah dari sumber yang kredibel seperti @drrichardlee. Studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang persepsi mahasiswa terhadap pesan kesehatan di media sosial dan membantu menentukan strategi komunikasi kesehatan yang efektif di kalangan anak muda. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi para profesional kesehatan yang ingin menggunakan media sosial sebagai sarana edukasi, khususnya dalam hal perawatan kulit dan kesehatan.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menggali makna yang diberikan

oleh mahasiswa terhadap pesan perawatan wajah di tiktok dan bagaimana latar belakang profesional serta kredibilitas penyedia informasi mempengaruhi penerimaan mereka. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam bidang komunikasi kesehatan, khususnya dalam memahami perilaku penerimaan pesan kesehatan di kalangan mahasiswa.

Meskipun telah banyak penelitian yang membahas penggunaan media sosial dalam konteks kecantikan dan kesehatan kulit, sebagian besar masih berfokus pada aspek perilaku konsumtif dan keputusan pembelian produk kecantikan. Misalnya, penelitian oleh (Mariawan et al., 2023) menunjukkan bahwa konten di TikTok dapat memengaruhi keputusan pembelian kosmetik di kalangan mahasiswa, sementara studi oleh (Setiawati & Krisnawati, 2023) menyoroti pengaruh media sosial terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan. Namun, penelitian yang menyoroti bagaimana audiens, khususnya mahasiswa, menafsirkan pesan edukatif dari sumber profesional seperti dokter kulit masih terbatas. Selain itu, kajian mengenai edukasi perawatan wajah melalui tiktok dari perspektif penerimaan dan pemaknaan audiens juga belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengisi kekosongan tersebut dengan meneliti bagaimana mahasiswa memaknai pesan perawatan wajah yang disampaikan melalui akun TikTok @drichardlee, serta memahami bagaimana latar belakang profesional dan kredibilitas sumber memengaruhi cara mahasiswa menerima dan menafsirkan pesan tersebut

1.2 Rumusan masalah

Berdasar kan latar belakang tersebut ,rumusan masalah nya adalah bagaimana mahasiswa memaknai pesan perawatan wajah dari sumber seperti sosial media tiktok @drichardlee

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemahaman mahasiswa dalam menafsirkan pesan perawatan wajah yang disampaikan oleh sumber seperti akun TikTok @drichardlee

1.4 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan berkontribusi pada pengembangan kajian komunikasi kesehatan, khususnya dalam konteks media sosial dan teori resepsi. Dengan menganalisis cara mahasiswa menafsirkan pesan perawatan wajah yang disampaikan oleh seorang profesional medis di platform TikTok, studi ini memperkaya pemahaman mengenai dinamika penerimaan pesan kesehatan berbasis otoritas profesional di media digital. Selain itu, penelitian ini juga memberikan pandangan baru tentang pengaruh sumber dan bentuk penyajian pesan terhadap interpretasi audiens muda, memperkuat pemahaman tentang bagaimana faktor-faktor ini memengaruhi penerimaan pesan dalam konteks komunikasi kesehatan di media sosial.

1.5 Manfaat Praktis

penelitian ini di harapkan juga dapat memberikan panduan bagi praktisi kesehatan, terutama dermatologis dan profesional di bidang kecantikan, yang ingin memanfaatkan media sosial sebagai alat edukasi yang efektif. Dengan memahami preferensi dan pola interpretasi mahasiswa terhadap konten perawatan wajah di TikTok, para profesional dapat mengembangkan strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran, informatif, dan menarik. Rekomendasi dari penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan kesehatan di media sosial, sehingga mampu mendorong audiens untuk menerapkan praktik perawatan kulit yang benar dan berbasis ilmiah.