

**RESEPSI PENONTON TERHADAP KONTEN REVIEW SKINCARE  
DALAM AKUN TIKTOK @drrichardlee  
(Studi Analisis Resepsi Penonton Terhadap Konten Review Skincare dalam  
Tiktok @drrichardlee)**

**Reyhana Savira<sup>1</sup>, Saifuddin Zuhri<sup>2</sup>**

Ilmu Komunikasi, UPN Veteran Jawa Timur

Email : [saviraareyhana@gmail.com](mailto:saviraareyhana@gmail.com), [saifuddin.upn@gmail.com](mailto:saifuddin.upn@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This research is motivated by a skincare review content on @drrichardlee tiktok account. The stereotype of beautiful white skin in Indonesia has caused many people to want their skin to look white by using various methods, including using a whitening cream containing mercury and hydroquinone. Doctor Richard created skincare review content to disassemble the ingredients in skincare circulating in the community. The review content caused controversy, and make pros and cons in public. because the content can cause a bankruptcy to some business. However, the content is also considered as educating content for public. This study focuses on how @drrichardlee's tiktok audience receives media text messages in the video review on the @drrichardlee tiktok account review entitled Skincare Daviena, Review Krim Viral Laris Manis, and Review Krim Temulawak. This study uses qualitative research method with a reception analysis study of the encoding-decoding theory from Stuart Hall. The researcher used 6 informant to answer the research problems.*

*The results of this study show that there are different interpretations by the informants in understanding the review videos. The results are influenced by field of experience and frame of reference of each informants. 2 informants are in the dominant hegemonic category, 4 informants are categorized in the negotiated reading position, and no informant in the oppositional reading position.*

*Keywords: Reception Analysis, Stereotype, TikTok*

## I. Pendahuluan

Cantik memiliki makna secara universal dan juga *relative*, karena setiap orang memiliki makna cantik yang berbeda-beda, namun kini seiring berjalannya waktu, terdapat stereotipe mengenai makna cantik dalam masyarakat Indonesia, salah satunya yaitu cantik dimaknai dengan kulit yang putih dan *glowing*. Menurut riset dari Zap Beauty Index 2018, sebanyak 73,1 wanita Indonesia mendefinisikan cantik dengan perempuan yang bersih, cerah dan *glowing* (Markplus, 2018). Pandangan seperti ini menjadikan setiap perempuan saling berlomba-lomba menjadikan dirinya berkulit putih dengan berbagai cara, termasuk menggunakan *skincare* atau kosmetik yang mengandung zat berbahaya seperti *mercuri* dan *hidrokuinon*.

Banyak masyarakat yang tidak mengetahui dan tak acuh pada dampak yang didapatkan apabila menggunakan produk yang mengandung zat berbahaya. Hal ini dikarenakan kurangnya edukasi mengenai Kesehatan kulit dan kecantikan, Padahal, penggunaan *mercuri* dapat menyebabkan bitnik-bintik hitam, iritasi, alergi hingga kanker kulit jika digunakan terus menerus. Sedangkan penggunaan *hidrokuinon* yang berlebihan dapat menyebabkan *ookronosis* sehingga kulit terasa panas dan terbakar (Indriaty et al., 2018).

Maraknya penjual krim pemutih abal-abal dan banyaknya korban akibat penggunaan krim tersebut membuat Richard Lee, salah satu dokter di Indonesia membuat konten pada media sosialnya mengenai bahayanya menggunakan krim yang mengandung *mercuri* dan *hidrokuinon* tersebut. Dokter Richard telah membagikan video-videonya mengenai *skincare* abal-abal yang

tidak memiliki izin edar BPOM dan mengandung zat berbahaya seperti *mercuri* dan *hidrokuinon*. Dokter Richard juga *me-review* produk berbahaya tersebut. Dokter Richard membagikan konten-kontennya dalam berbagai sosial medianya. Menurut (Ramadhanty et al., 2020) Nasrullah dalam Media sosial sendiri merupakan platform media yang paling sering digunakan untuk melakukan aktivitas dan pertukaran informasi.

Salah satu media sosial yang digunakan Richard lee untuk membagikan konten edukasinya yaitu tiktok. Tiktok menjadi aplikasi terbanyak diunduh sebanyak 63,3 juta pengguna baik di android maupun iOS, dan Indonesia juga menjadi negara dengan pengunduh aplikasi TikTok terbanyak dengan menyumbang 11% dari total pengunduh (Pertiwi, 2020).

Tiktok berkembang sangat baik di Indonesia, terbukti aplikasi ini dapat menarik minat dan perhatian dari berbagai kalangan mulai anak-anak hingga orang dewasa. Namun tiktok juga pernah diblokir di Indonesia pada 3 juli 2018 karena tercatat terdapat 2.853 laporan karena dianggap sebagai media yang dapat menyebarkan konten negatif kepada anak-anak. Namun setelah adanya berbagai pertimbangan dan terjadinya regulasi baru, tiktok dapat diunduh kembali pada bulan Agustus, 2018 dengan salah satu syaratnya adalah pengguna harus berusia minimal 11 tahun.

Terlepas dari itu, tiktok ternyata tidak hanya menyebarkan konten yang bernilai negatif, namun juga dapat dijadikan sebagai media pembelajaran dan sumber informasi. Seiring dengan berjalannya waktu, mulai muncul konten creator TikTok dari berbagai

kalangan dan profesi yang membuat konten bernilai positif.

Salah satunya yaitu dokter Richard Lee. Akun tiktok @drrichardlee, memiliki 1.7 juta pengikut per-maret 2021. Videonya telah dilihat lebih dari 7 juta pengguna tiktok dan mendapatkan *likes* lebih dari 20 juta akun dari keseluruhan videonya. Salah satu konten dokter Richard adalah *review skincare*, dalam konten tersebut dokter Richard mereview produk skincare yang telah diuji terlebih dahulu untuk membuktikan apakah produk tersebut mengandung zat berbahaya dan memiliki surat izin dari BPOM.

Namun konten ini menuai kontroversi, pro dan kontra muncul. Sebagian masyarakat menilai bahwa konten review skincare tersebut adalah konten edukasi yang bernilai positif karena dapat menyelamatkan masyarakat dari krim pemutih abal-abal, masyarakat juga dapat memilih dan mengetahui produk apa saja yang mengandung zat berbahaya dan yang aman digunakan untuk kulit mereka. namun Sebagian masyarakat lain menganggap konten review *skincare* tersebut dapat membuat usaha orang lain jatuh, karena dokter Richard secara gamblang menyebutkan merek dan mengatakan bahwa produk tersebut mengandung merkuri dan hidroquinon, kemudian memberikan statement bahwa produk-produk tersebut adalah produk pemutih abal-abal yang berbahaya untuk digunakan.

Mengingat Richard Lee adalah seorang dokter, ia seharusnya lebih memperhatikan segala ucapannya dan tidak berpihak kepada suatu produk apapun. Majelis Kehormatan Etik Kedokteran (MKEK) Ikatan Dokter Indonesia (IDI) mengeluarkan fatwa mengenai etika bermedia sosial bagi para dokter. Dimana seorang dokter

harus menjaga diri dari promosi diri berlebihan, dan praktiknya serta mengiklankan suatu produk dan jasa sesuai dengan SK MKEK pusat IDI No. 022/PB/K.MKEK/07/2020 (IDI, 2021)

Penelitian ini penting untuk diteliti karena dengan hadirnya konten creator yang membagikan video-video positif dalam aplikasi Tiktok seperti dokter Richard, membuat Tiktok yang dulu dipandang sebelah mata karena dianggap sebagai aplikasi yang *alay* dan tidak mendidik, sekarang menjadi media informasi dan edukasi. Salah satunya edukasi dalam bidang bahaya penggunaan skincare atau krim pemutih abal-abal yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Namun, konten review *skincare* tersebut juga mengandung kontroversi karena dilakukan oleh seorang dokter yang juga memiliki klinik kecantikan sendiri, sehingga dapat mempengaruhi kredibilitas beliau dalam mereview sebuah produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerimaan yang didapat oleh penonton terkait konten review skincare yang diunggah dalam akun tiktok @drrichardlee. Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu “Bagaimana analisis resepsi penonton terhadap konten review skincare dalam akun tiktok @drrichardlee?”

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Encoding – Decoding Stuart Hall. Teori ini berfokus kepada teks, produksi dan khalayak dalam satu kerangka dimana masing-masing elemennya bisa dianalisis. Dalam suatu proses produksi dan teks yang dilakukan oleh media, terdapat suatu tahapan penyandian (*encode*) dan kemudian

akan dipecahkan atau *decode* oleh khalayak saat mereka menerima teks tersebut (O'sullivan 1994 dalam (Meilasari & Wahid, 2020). Teori ini juga dapat peneliti gunakan untuk mengetahui bagaimana analisis resepsi penonton terhadap konten review skincare pada akun tiktok @drrichardlee.

Analisis resepsi mengacu pada makna dimana khalayak atau penonton menerima isi pesan yang disampaikan oleh media. Dalam analisis resepsi, khalayak memiliki peranan yang penting karena secara khalayak secara aktif dapat menerima pesan dan dapat mengartikan suatu pesan atau symbol verbal maupun non verbal yang bisa dipahami. (Milatishofa et al., 2021)

Menurut Hall, pemaknaan atau pembacaan khalayak dibagi menjadi 3 tipe yang pertama yaitu *Dominant Hegemonic Position*, dimana khalayak berada dalam posisi menerima, mengakui dan setuju terhadap makna yang dikehendaki oleh pembuat pesan tanpa adanya penolakan. kemudian *Negotiated Reading*, dalam posisi ini khalayak berada dalam batas-batas tertentu sejalan dengan pesan yang diterima, akan tetapi mereka juga dapat memodifikasinya sehingga mencerminkan posisi dan minat pribadi masing-masing. Yang terakhir yaitu *Oppositional Reading* dimana khalayak tidak sejalan atau tidak setuju dengan pesan yang diterimanya. Khalayak menolak makna yang diberikan kemudian mereka dapat menentukan frame alternatif tersendiri dalam menginterpretasikan pesan,

## II. Metode penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif untuk menjelaskan kedalaman fenomena dengan mengumpulkan data secara detail dan mendalam. Menurut Moleong, tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif adalah menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu fenomena yang ada dengan mengumpulkan data (Anggito & Setiawan, 2018). Jenis penelitian ini menyajikan secara langsung hubungan antara peneliti dan objek peneliti (Moleong, 2017).

Penelitian ini menggunakan metode studi analisis resepsi Encoding-Decoding Stuart Hall sebagai alat untuk menganalisis data kualitatif. Menurut fiske dalam Suryani 2013, dengan adanya teori analisis resepsi dapat dimanfaatkan sebagai pendukung agar penonton tidak menjadi pasif melainkan menjadi agen kultural yang memiliki kuasa tersendiri dalam memaknai sebuah wacana yang ditawarkan oleh media. (Suryani, 2013).

Terdapat 2 teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan, yakni wawancara mendalam dan dokumentasi. Karena dengan menggunakan Teknik wawancara mendalam peneliti dapat menggali dan mencari informasi secara lebih mendalam dan terbuka. Sedangkan Dokumentasi, peneliti gunakan untuk menelusuri dan mengetahui data histori dari penelitian sebelumnya. Teknik pengumpulan data ini sebagai data pelengkap untuk melengkapi data yang didapatkan melalui wawancara mendalam.

Peneliti menggunakan Teknik *purposive sampling* dengan

menentukan informan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya, jadi informan yang dipilih merupakan informan yang dianggap kredibel untuk menjawab masalah penelitian. Para informan tersebut merupakan *followers* tiktok @drrichardlee, pernah menonton video tiktok review skincare Daviena, review cream viral laris manis, dan review krim temulawak yang dinggah pada akun @drrichardlee minimal 2 kali, Menggunakan produk skincare atau kosmetik. Dan berdomisili di kota Surabaya. Berikut data informan penelitian:

Tabel 1  
Informasi Informan

No.	Nama	Jenis kelamin	Latar belakang
1.	AP	Laki-laki	Mahasiswa, 22 tahun
2.	RN	Perempuan	Mahasiswa kebidanan, 22 tahun
3.	AK	perempuan	Guru, 26 tahun
4.	IG	Laki-laki	Mahasiswa, 22 tahun
5.	NW	perempuan	Penjual Skincare, 22 tahun
6.	DD	Laki-laki	Pengusaha, 24 tahun.

Sumber: penulis, 2021

Setelah data dari wawancara mendalam didapatkan, kemudian peneliti akan menganalisis hasil atau temuan dari jawaban para informan, lalu peneliti akan mengkaji catatan wawancara mendalam yang berupa transkrip wawancara, setelah itu bisa diambil sebagai kategori pertanyaan, pernyataan, komentar dan sebagainya dari para informan. Dan yang terakhir peneliti akan menginterpretasikan tanggapan penonton terhadap 3 video

tiktok @drrichardlee yang berjudul Review skincare Daviena, review cream viral aris manis, dan review cream temulawak. Setelah memperoleh seluruh data, peneliti akan menganalisis data tersebut menggunakan analisis kualitatif, yaitu menganalisis penerimaan penonton terhadap ketiga isi video yang diunggah oleh @drrichardlee, dalam bentuk uraian atau penjelasan deskriptif. Kemudian peneliti dapat menarik kesimpulan dan mengetahui bahwa para informan berada pada penonton yang dominant, negotiated, atau oppositional.

### III. Hasil dan Pembahasan

Terdapat perbedaan penerimaan penonton dalam memaknai konten review skincare yang diunggah oleh akun tiktok @drrichardlee, tentunya perbedaan ini dipengaruhi oleh *frame of reference* dan *field of experience* dari setiap informan. Berikut uraian dari resepsi informan yang telah dianalisis dengan metode *encoding-decoding* Stuart Hall.

#### 1. Dominant Hegemonic

Informan dapat dikatakan dalam kategori dominant hegemonic apabila ia dapat menerima, mengakui dan setuju terhadap makna yang ada dalam video review skincare skincare Daviena, review cream viral laris manis, dan review krim temulawak. Informan 4 mengungkapkan bahwa ia percaya terhadap apa yang dokter Richard katakan pada video-video nya. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh gelar dokter yang dimiliki oleh dokter Richard. Ia merasa bahwa sewajarnya kita mempercayai apa yang dikatakan oleh seorang dokter, terlebih lagi dokter Richard sendiri memiliki gelar MARS dari luar negeri. Ia juga menganggap bahwa apa yang dilakukan dokter Richard tersebut bernilai edukasi untuk dirinya.

Informan 4 juga tidak mempermasalahkan cara penyampaian dokter richad dalam konten review skincare pada akun tiktoknya. Ia menganggap bahwa dengan mengungkapkan merek produk yang berbahaya tersebut dapat membantu dan menyelamatkan masyarakat Indonesia dari produk abal-abal. Tidak ada dampak negative yang informan dapatkan setelah melihat video-video dokter Richard mengenai review skincare, namun justru ia merasa lebih teredukasi dan terbantu oleh dokter richad terutama dalam hal pemilihan skincare yang baik.

Begitu juga dengan pemaknaan yang dilakukan oleh informan 5. Ia mempercayai apa yang dikatakan dokter richad dalam video-video review skincare dalam akun tiktoknya. Ia merasa bahwa dengan adanya gelar dokter pada sosok dokter richad dapat menambah kredibilitas beliau sebagai influencer yang kerap mengedukasi masyarakat mengenai bahayanya memakai skincare yang mengandung *mercuri dan hidroquinon*.

Ia juga menilai bahwa konten yang dibuat dokter Richard tidak ada masalah. Karena dalam mereview produk, dokter Richard tidak mengatakan bahwa semua produk itu abal-abal. Ia juga beberapa kali mereview suatu produk yang ternyata aman dan tidak mengandung zat-zat berbahaya. Bagi informan 5 hal tersebut sebagai salah satu alasan untuk menepis kabar yang mengatakan bahwa apa yang dilakukan dokter Richard tersebut adalah untuk menggiring masyarakat agar memakai produk dari klinik kecantikan miliknya.

Informan 5 juga tidak mempermasalahkan cara penyampaian dokter Richard yang terkesan blak-blakan dan kasar. Ia justru memaklumi dan menilai bahwa cara penyampaian dokter tersebut cepat, tegas, dan lugas, serta berbicara sesuai data. Informan 5 mengaku bahwa ia menjadi lebih *aware* terhadap pemilihan skincare setelah ia melihat konten review skincare dokter Richard.

Informan 5 mempunyai latar belakang sebagai penjual skincare, hal tersebut mempengaruhi penerimaan terhadap konten review skincare dalam akun tiktok @drrichardlee. Dengan hadirnya dokter Richard dalam mengedukasi dan mereview skincare yang ada di pasaran, membuat informan 5 terbantu dalam memilih skincare yang tepat, baik untuk dijual kembali dan digunakan pribadi.

Informan 4 dan 5 dapat dikategorikan dalam *Dominant Hegemonic position* karena mereka menyetujui dan menerima sepenuhnya terhadap video review skincare Daviena, review cream viral laris manis, dan review krim temulawak.

## 2. Negotiated Reading

Informan dapat dikategorikan dalam posisi ini apabila mereka menerima pesan dan menyetujui apa yang disampaikan dalam video review skincare Daviena, review cream viral laris manis, dan review krim temulawak. Namun terdapat beberapa hal yang dipertimbangkan seperti cara penyampaian dokter Richard yang secara blak-blakan menyebutkan merek skincare abal-abal yang dapat menjatuhkan usaha orang lain.

Informan 1 merasa lebih teredukasi setelah melihat konten review skincare dalam akun tiktok @drrichardlee, ia juga merasa mendapatkan dampak positif setelah

melihat video-video tersebut, Informan 1 mengaku menyetujui penyebutan merek skincare abal-abal yang sedang direview karena itu dapat membantunya memilih skincare yang baik dan tidak mudah termakan *endorse* para selebriti. Ia juga memberi nilai plus pada dokter Richard karena berani mengungkapkan kebenaran dengan *to the point* namun ia juga tidak menampik bahwa cara penyampaian dokter Richard tersebut dapat berdampak buruk bagi penjual skincare tersebut, dan dapat menjatuhkan usaha penjual tersebut.

Demikian juga dengan informan 2,3 dan 6 yang mempercayai dokter Richard sebagai influencer yang memberikan edukasi mengenai skincare, dengan adanya gelar dokter Richard sebagai seorang dokter juga menjadi salah satu alasan mereka untuk percaya apa yang dikatakan dokter Richard itu benar, apalagi dokter Richard juga selalu memperlihatkan bukti atau data bahwa skincare yang sedang ia review mengandung zat berbahaya seperti merkuri dan hidrokinon dengan melakukan uji lab. Informan 2,3 dan 6 juga merasakan dampak positif setelah melihat konten review skincare pada akun tiktok @drrichardlee, seperti lebih teredukasi dan dapat membedakan kandungan-kandungan yang baik dalam skincare, mereka juga jadi lebih selektif dalam memilih produk skincare. Namun ada hal-hal yang dipertimbangkan lagi seperti informan 2 dan 6 yang merasa cara penyampaian dokter Richard dalam mereview skincare tersebut terlalu blak-blakan karena tidak menggunakan inisial merek, sehingga penjual skincare tersebut pasti merasakan dampaknya, seperti penurunan penjualan dan

terdapat *hate speech* dari netizen. Sehingga informan 2 dan 6 menilai bahwa selain dokter Richard memberikan edukasi terhadap dirinya dan masyarakat lain, dokter Richard juga dinilai dapat menjatuhkan usaha milik orang lain karena cara penyampaian yang kurang tepat. Sementara informan 3 dan 6 juga mengaku merasakan dampak negative setelah melihat konten tersebut, seperti takut untuk mencoba skincare lain karena banyaknya skincare yang berbahaya, dengan kata lain ia memiliki trust issue terhadap suatu brand.

### 3. Oppositional Reading

Setelah peneliti melakukan analisis data, terhadap jawaban-jawaban para informan, tidak ada informan yang menolak sepenuhnya dan tidak menyetujui pesan dari video review skincare skincare Daviena, review cream viral laris manis, dan review krim temulawak.

## IV. Kesimpulan

Konten review skincare yang diunggah oleh dokter Richard pada akun tiktok nya mengundang kontroversi dari masyarakat. sebagian masyarakat menilai bahwa konten review skincare tersebut dapat menjatuhkan usaha orang lain, karena dokter Richard menyebutkan merek produk tersebut. Selain itu penyampaiannya juga dianggap terlalu blak-blakan. namun disisi lain konten tersebut dinilai sebagai bentuk edukasi kepada masyarakat agar masyarakat lebih *aware* terhadap *skincare* yang mengandung zat berbahaya.

Berdasarkan analisis resepsi berdasarkan data temuan dari para informan, terdapat perbedaan dalam penerimaan pemaknaan konten review skincare pada akun tiktok

@drrichardlee. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat 2 informan berada dalam kategori *dominant hegemonic*, 4 informan dikategorikan dalam posisi *negotiated reading*, dan tidak ada informan yang berada dalam posisi *oppositional reading*.

*Dunia. Kompas.Com.*

Ramadhanty, P., Mei, R., Malau, U., Studi, P., Komunikasi, I., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2020). *LINIMASA : JURNAL ILMU KOMUNIKASI PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING CONTENT INSTAGRAM @ KEDAIKOPIKULO TERHADAP SIKAP KONSUMEN*. 3(2), 1–15.

### **Daftar Pustaka**

Anggito, A., & Setiawan, J. (2018).

*Metodelogi Penelitian Kualitatif* (E. deffi Lestari (ed.)). CV Jejak.

IDI, M. (2021). *Fatwa Etik Dokter Dalam Aktivitas Media Sosial*.

Indriaty, S., Hidayati, N. R., & Bachtiar, A. (2018). Bahaya Kosmetika Pemutih yang Mengandung Merkuri dan Hidroquinon serta Pelatihan Pengecekan Registrasi Kosmetika di Rumah Sakit Gunung Jati Cirebon. *Jurnal Surya Masyarakat*, 1(1), 8. <https://doi.org/10.26714/jsm.1.1.2018.8-11>

Markplus, I. (2018). Beauty Index 2018. *Zap Beauty Index*, 1–33.

Meilasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.” *Journal Komunikasi*, 11(September), 1. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/6810>

Milatishofa, Kusrin, & Weni Adityasning Arindawati. (2021). *ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP MAKNA BODY POSITIVITY PADA INSTAGRAM TARA BASRO*. 4(2).

Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). In *PT. Remaja Rosda Karya*.

Pertiwi, W. K. (2020). *Indonesia Sumbang Angka Unduhan TikTok Terbanyak di*

Suryani, A. (2013). Analisis Resepsi Penonton Atas Popularitas Instan Video Youtube Keong Racun Sinta dan Jojoe. *Jurnal The Messenger*, 5(1), 39. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v5i1.142>