

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “*Overclaim* Produk *Skincare* pada Akun TikTok @dokterdetektif” ini ditulis oleh Nurmalisa Yasmin A.P, NIM. 126304213207, dengan Dosen Pembimbing Dimas Prakoso Nugroho, M.A.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sebuah fenomena *overclaim* pada produk *skincare* yang tengah ramai diperbincangkan pada sosial media khususnya TikTok. Fenomena *overclaim* kerap terjadi karena sebagian pemilik merek memanfaatkan keterbatasan pemahaman atau literasi konsumen yang minim pengetahuan mengenai komposisi, fungsi, dan keamanan bahan aktif dalam produk *skincare*, sehingga masyarakat cenderung mudah percaya pada informasi yang disampaikan secara sepihak. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk *overclaim* yang muncul dalam konten video pada akun TikTok @dokterdetektif terkait produk *skincare*. *Overclaim* dalam penelitian ini dipahami sebagai klaim berlebihan mengenai kandungan, manfaat, atau keamanan produk *skincare* yang tidak sesuai dengan fakta ilmiah maupun hasil pengujian laboratorium. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi, di mana data diambil dari 73 video konten yang diunggah oleh akun TikTok @dokterdetektif pada periode 7 September 2024 hingga 28 Januari 2025. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen coding sheet berdasarkan indikator yang telah ditetapkan, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis frekuensi dan tabulasi silang (*crosstabulation*) melalui *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *overclaim* kandungan merupakan bentuk *overclaim* yang paling dominan, ditemukan pada 83,6% konten, diikuti *overclaim* keamanan sebesar 16,4%, sedangkan *overclaim* manfaat tidak ditemukan dalam konten yang dianalisis. Temuan menunjukkan bahwa narasi klaim berlebihan pada kandungan bahan aktif, terutama pada kategori dosis kandungan aktif, menjadi pola yang dominan. Selain itu, ditemukan pula kandungan bahan berbahaya pada sebagian kecil produk yang diklaim aman, sehingga menimbulkan potensi *overclaim* keamanan. Meskipun seluruh klaim yang disampaikan dalam konten TikTok @dokterdetektif didukung oleh hasil uji laboratorium, penyajian data secara teknis dan ilmiah tetap memiliki potensi untuk menimbulkan mispersepsi di kalangan audiens non-ahli. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi digital, literasi media, serta kesadaran konsumen terhadap fenomena *overclaim* produk *skincare* di media sosial.

Kata Kunci: *Overclaim*, Produk *Skincare*, TikTok, Analisis isi, @dokterdetektif

ABSTRACT

This thesis, titled “Overclaiming of Skincare Products on the TikTok Account @dokterdetektif,” was written by Nuralisa Yasmin A.P., Student ID No. 126304213207, under the supervision of Dimas Prakoso Nugroho, M.A.

This study is motivated by the phenomenon of overclaiming in skincare products, which has been widely discussed on social media, particularly TikTok. Overclaiming often occurs because some brand owners exploit consumers' limited understanding or low literacy regarding the composition, function, and safety of active ingredients in skincare products, leading the public to easily believe one-sided information. This study aims to identify the forms of overclaiming present in video content on the TikTok account @dokterdetektif related to skincare products. In this study, overclaim is defined as excessive claims about the ingredients, benefits, or safety of skincare products that do not align with scientific facts or laboratory test results. This study employs a quantitative approach using content analysis, with data collected from 73 video content pieces uploaded by the TikTok account @dokterdetektif between September 7, 2024, and January 28, 2025. Data collection was conducted using a coding sheet instrument based on predefined indicators, then analyzed using frequency analysis and cross-tabulation techniques via SPSS software. The results of the study indicate that overclaiming of content is the most dominant form of overclaiming, found in 83.6% of the content, followed by overclaiming of safety at 16.4%, while overclaiming of benefits was not found in the analyzed content. The findings show that the narrative of excessive claims regarding the content of active ingredients, particularly in the category of active ingredient dosage, is the dominant pattern. Additionally, hazardous ingredients were found in a small portion of products claimed to be safe, potentially leading to safety overclaims. Although all claims presented in the TikTok content @dokterdetektif are supported by laboratory test results, the technical and scientific presentation of data still has the potential to cause misperceptions among non-expert audiences. This study is expected to contribute to the development of research on digital communication, media literacy, and consumer awareness regarding the phenomenon of overclaiming in skincare products on social media.

Keywords: Overclaim, Skincare Products, TikTok, Content Analysis, @dokterdetektif