

Pengaruh Kredibilitas Dokter Detektif terhadap Pemahaman Kesehatan Kulit pada Tiktok (Survey pada *Followers* Akun Tiktok @dokterdetektif)

Dewinta Nurmalia Darmawan Soenardi

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya

Email: dewintanurmalia.21046@mhs.unesa.ac.id

Herma Retno Prabayanti

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Negeri Surabaya

Email: hermaprabayanti@unesa.ac.id

Abstrak

Maraknya praktik *overclaim* dalam pemasaran produk perawatan kulit atau *skincare* di media sosial, terutama Tiktok berpotensi merugikan konsumen dan beresiko membahayakan kesehatan kulit. Kehadiran akun edukasi seperti Dokter Detektif menunjukkan bagaimana kredibilitas mampu mempengaruhi pemahaman dan sikap audiens dalam menentukan produk perawatan kulit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kredibilitas (kepercayaan dan keahlian) seorang dokter *influencer* terhadap pemahaman kesehatan kulit (translasi, interpretasi dan ekstrapolasi) para pengikut. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang disebarlang langsung kepada 130 pengikut akun @dokterdetektif di Tiktok. Metode statistik menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan pengujian hipotesis Uji T. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kredibilitas Dokter Detektif berpengaruh terhadap pemahaman kesehatan kulit audiens dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($15,636 > 1,9786$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 (< 0,05)$ dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,656$ yang berarti memiliki pengaruh kuat/tinggi. Penelitian ini menghimbau audiens untuk lebih kritis dalam menerima informasi di media sosial, terutama Tiktok.

Kata kunci: Kredibilitas, Pemahaman Kesehatan Kulit, Tiktok, Influencer, Dokter Detektif

Abstract

The prevalence of overclaiming in the marketing of skin care products on social media, especially in Tiktok has the potential to harm consumers and pose a risk to skin health. The presence of educational accounts such as Dokter Detektif shows how credibility can influence the audience's understanding and attitude in determining skin care products. This study aims to determine the extent to which the credibility (trustworthiness and expertise) of a doctor influencer affects followers' understanding on skin health (translation, interpretation and extrapolation). Data collection was conducted using a questionnaire distributed directly to 130 followers of @dokterdetektif account on Tiktok. The statistical method used simple linear regression analysis with T-test hypothesis test. The results of this study show that the credibility of Dokter Detektif influences the audience's understanding of skin health with a t -value $> t$ -table ($15,636 > 1,9786$) at a significance value of $0,001 (< 0,05)$ and a coefficient of determination (R^2) value of 65,6 percent, which means it has strong strong/high influence. This study urges the audience to be more critical in accepting information on social media, especially Tiktok.

Keywords: Credibility, Understanding on Skin Health, Tiktok, Influencer, Dokter Detektif

PENDAHULUAN

Kesehatan kulit merupakan aspek penting dalam menjaga kesehatan tubuh secara menyeluruh. Sebagai organ terbesar, kulit berfungsi melindungi tubuh dari paparan luar serta menunjang kesejahteraan psikologis melalui penampilan yang sehat (Sidarta et al., 2024). Survei *ZAP Beauty Index* dan *MEN/O/LOGY Index 2024* terhadap 10.500 responden di Indonesia menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat menilai kecantikan dan ketampanan ditentukan oleh kesehatan kulit, terutama kulit wajah. Hal ini menunjukkan bahwa kulit sehat telah menjadi indikator penting dalam persepsi estetika masyarakat Indonesia.

Pertumbuhan industri *skincare* turut memperlihatkan meningkatnya kesadaran akan pentingnya perawatan kulit. Berdasarkan data Statista (2024), pendapatan pasar *skincare* Indonesia terus meningkat dan diproyeksikan tumbuh hingga 22,08% pada tahun 2029. Namun, peningkatan tersebut diiringi oleh maraknya fenomena klaim berlebihan (*overclaim*) pada produk *skincare*, yakni penyampaian informasi yang tidak sesuai dengan kandungan sebenarnya (Astutik et al., 2024). Beberapa produk bahkan terbukti mengandung bahan berbahaya seperti merkuri dan hidrokuinon (Mariyani, Patala, & Pratiwi, 2023). BPOM RI telah menegaskan komitmennya dalam menindak produk *overclaim*, menandakan pentingnya edukasi kredibel bagi konsumen untuk memahami keamanan produk yang digunakan (Kautsar, 2024).

Edukasi kesehatan memiliki peran strategis dalam membentuk pemahaman masyarakat terhadap perawatan kulit yang aman. Komunikasi kesehatan di era digital kini banyak dilakukan melalui media sosial. Data Reportal (Kemp, 2025) mencatat 143 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia (50,2% populasi). Salah satu platform yang banyak dimanfaatkan adalah TikTok, yang memungkinkan penyampaian pesan edukatif melalui format video singkat

yang menarik (Indrawan & Azeharie, 2022). Dalam konteks ini, muncul figur dokter yang memanfaatkan platform tersebut untuk mengedukasi masyarakat mengenai kandungan dan keamanan *skincare*.

Salah satu di antaranya adalah Dokter Detektif (@dokterdetektif) atau dr. Amira Farahnaz, dokter estetika yang dikenal karena transparansi data hasil uji laboratorium independen terhadap produk *skincare*. Sejak September 2024 hingga Maret 2025, jumlah pengikutnya meningkat hingga lebih dari 3 juta pengikut. Melalui label “Doktif Approved”, ia memberikan penilaian objektif terhadap produk berdasarkan hasil uji ilmiah. Strategi ini meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keamanan produk sekaligus menegaskan pentingnya kredibilitas sumber informasi dalam membangun kepercayaan audiens (Chotimah, 2024).

Kredibilitas komunikator berperan penting dalam membentuk pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan. Menurut Zimbardo et al. (1965), sumber yang ahli dan terpercaya lebih efektif mempengaruhi pemahaman dan sikap individu. Selain itu, pengikut dengan keterikatan emosional tinggi terhadap *influencer* cenderung lebih terbuka menerima dan menginternalisasi informasi (Breves et al., 2024). Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini berfokus pada pengaruh kredibilitas Dokter Detektif terhadap pemahaman kesehatan kulit pada pengikutnya di TikTok. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literasi digital dan komunikasi kesehatan di Indonesia, khususnya terkait kredibilitas sumber dan pemahaman audiens terhadap edukasi *skincare* di media sosial.

Menurut Hovland, Janis dan Kelley (1982), kredibilitas merupakan persepsi komunikasi kepada komunikator. Sedangkan menurut Reinikainen et al. (2020), kredibilitas juga dapat disebut dengan kredibilitas sumber atau *source*

credibility yang merupakan tingkat kepercayaan seseorang terhadap komunikator yang membuat mereka lebih mungkin menerima sebuah pesan. Asumsi teori adalah kredibilitas sumber berpacu pada persepsi audiens terhadap aspek yang dimiliki komunikator yang mempengaruhi penerimaan pesan, perubahan sikap, serta dapat berubah sesuai konsistensi komunikator. Berdasarkan Hovland, Janis dan Kelley (1982), kredibilitas dapat diukur melalui dua indikator, yakni;

1. Kepercayaan (*Trustworthiness*) adalah keyakinan bahwa sumber informasi jujur, dapat diandalkan, dan peduli pada audiens, yang dalam penelitian ini tercermin dari persepsi *followers* terhadap keaslian dan integritas informasi Dokter Detektif.
2. Keahlian (*Expertise*) adalah persepsi audiens terhadap kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman komunikator dalam bidang tertentu, yang dalam penelitian ini merujuk pada kompetensi Dokter Detektif dalam kesehatan kulit.

Pemahaman menurut Sardiman (2014) adalah penguasaan dengan pikiran yang mencakup kemampuan untuk menangkap, menginterpretasikan dan menerapkan informasi. Pemahaman merupakan konsep pada ilmu kependidikan dimana pemahaman termasuk dalam taksonomi atau pengelompokan tujuan pendidikan melalui ranah kognitif, yaitu mencakup kegiatan mental. Asumsi yang melandasi teori ini adalah bahwa kecakapan dalam berpikir dan memahami informasi meliputi beberapa tingkatan, yakni memahami, menafsirkan, menggeneralisasi, hingga melakukan prediksi dan memperkirakan konsekuensi yang didapatkan di masa mendatang. Menurut Bloom et al. (1956), terdapat indikator-indikator dalam mengukur pemahaman, sebagai berikut;

1. Penerjemahan (*Translation*), mengukur kemampuan individu mengubah dan menyusun kembali informasi dalam bentuk lain, seperti

menyederhanakan bahasa teknis, memvisualisasikan data, atau menerjemahkan istilah asing pada konten Dokter Detektif.

2. Penafsiran (*Interpretation*), mengukur kemampuan memahami makna informasi, baik secara eksplisit maupun implisit, dengan menarik kesimpulan, membuat generalisasi, dan mengevaluasi pesan yang disampaikan oleh Dokter Detektif.
3. Ekstrapolasi (*Extrapolation*) adalah kemampuan menerapkan informasi pada situasi nyata dengan mengantisipasi konsekuensi, mengambil keputusan, serta menghubungkan pengetahuan dengan kondisi konkret kesehatan kulit melalui konten @dokterdetektif.

Mengacu pada studi oleh Kankova, Binder dan Matthes (2024) menyatakan bahwa *influencer* media sosial memiliki pengaruh terhadap sikap dan niat perilaku kesehatan audiens mereka, baik secara positif maupun negatif. Selain itu, penelitian Ismagilova et al. (2020) juga turut mendukung penelitian ini yang menunjukkan bahwa kredibilitas sumber berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap persepsi kegunaan informasi, niat beli dan adopsi informasi oleh konsumen. Kedua temuan ini mengindikasikan bahwa sumber yang dianggap kredibel oleh audiens, mampu mempengaruhi adopsi informasi dan perilaku audiens mereka. Begitupun dalam penelitian ini, peneliti akan meninjau bagaimana pengaruh dari kredibilitas Dokter Detektif terhadap pemahaman kesehatan kulit pengikutnya.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H0: Kredibilitas tidak berpengaruh terhadap pemahaman kesehatan kulit

H1: Kredibilitas berpengaruh terhadap pemahaman kesehatan kulit

METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan positivistik yang bertujuan

untuk menjawab rumusan masalah menggunakan instrumen penelitian dalam pengumpulan data dan menganalisis data dengan statistik (Sugiyono, 2022). Maka dari itu, penelitian ini tergolong sebagai penelitian kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan metode asosiatif kausal untuk mengidentifikasi hubungan antara satu fenomena dengan fenomena lainnya. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik survei menggunakan kuesioner atau angket.

Populasi pada penelitian ini adalah pengikut akun Tiktok @dokterdetektif sebanyak 3,1 juta yang telah terpapar konten edukasi Dokter Detektif. Penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*, dimana pengambilan sampel ditentukan secara acak tanpa mempertimbangkan kriteria tertentu pada populasinya (Suryadi, 2019). Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan sampling error sebesar 10%, sehingga didapatkan sebanyak minimal 100 responden yang merupakan pengikut Dokter Detektif di Tiktok.

Setelah dilakukan pengumpulan data, peneliti akan mengolah data penelitian dengan menggunakan *software Jamovi 2.6.24.0* untuk Uji Validitas (*Pearson Correlation*) dan Reliabilitas (*Cronbach Alpha*). Peneliti menggunakan perangkat lunak *SPSS for Windows ver. 27* untuk Uji Asumsi Klasik yang meliputi Uji Normalitas (*Kolmogorov-Smirnov*), Uji Linearitas dan Uji Heteroskedastisitas (*Uji Park*), serta regresi linear sederhana yang meliputi Uji T dan Koefisien Determinasi (R^2).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Dimensi	No. Item	r hitung	Ket.
Variabel X (Kredibilitas)			
Kepercayaan	X01	0,829	Valid
	X02	0,872	Valid
	X03	0,689	Valid

Keahlian	X04	0,708	Valid
	X05	0,863	Valid
	X01	0,485	Valid
	X02	0,607	Valid
	X03	0,828	Valid
	X04	0,844	Valid
	X05	0,803	Valid
Variabel Y (Pemahaman Kesehatan Kulit)			
Penerjemahan	Y01	0,742	Valid
	Y02	0,604	Valid
	Y03	0,726	Valid
	Y04	0,780	Valid
Penafsiran	Y05	0,833	Valid
	Y06	0,648	Valid
	Y07	0,571	Valid
	Y08	0,708	Valid
Ekstrapolasi	Y09	0,376	Valid
	Y10	0,713	Valid
	Y11	0,509	Valid
	Y12	0,376	Valid

Berdasarkan pada Tabel 1, dapat diketahui bahwa seluruh item memiliki nilai r hitung di atas lebih dari nilai r tabel, sebesar 0,3. Maka dari itu, seluruh item pada kuesioner dapat dikatakan valid. Selanjutnya, pengujian reliabilitas penelitian ini adalah koefisien *Cronbach Alpha* dengan batas minimal sebesar 0,6 sebagai indikator konsistensi instrumen.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach α	Keterangan
X	0,829	Reliabel
Y	0,872	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6, yang berarti reliabilitas instrumen telah terpenuhi. Sehingga semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Profil Responden

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner, diperoleh 130 responden. Penelitian ini berfokus pada pengikut akun Tiktok @dokterdetektif yang telah terpapar oleh konten-konten kesehatan Dokter

Detektif. Berdasarkan Tabel 3 diketahui terdapat 4 kategori profil demografi sebagai berikut.

Tabel 3. Profil Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Perempuan	97	74,6%
Laki-laki	33	25,4%
Total	130	100%

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	39	30,0%
Karyawan	60	46,2%
Ibu/Bapak Rumah Tangga	16	12,3%
Pengusaha	9	6,9%
Belum Bekerja	2	1,5%
Lainnya	4	3,1%
Total	130	100%

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
Belum tamat sekolah dasar	0	0%
SD/ sederajat	0	0%
SMP/ sederajat	2	1,5%
SMA/ SMK/ sederajat	44	33,8%
Diploma (D1-D3)	12	9,2%
Sarjana (S1/D4)	70	53,8%
Magister (S2)	2	1,5%
Doktor (S3)	0	0%
Total	130	100%

Lama Waktu Mengikuti Akun Tiktok @dokterdetektif	Frekuensi	Persentase (%)
Kurang dari 1 bulan	29	22,3%
1-3 bulan	22	16,9%
4-6 bulan	46	35,4%
7-9 bulan	19	14,6%
Lebih dari 9 bulan	14	10,8%
Total	130	100%

Mengacu pada Tabel 3, penelitian ini terdapat 4 kategori profil responden, yaitu jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan terakhir, dan rentang waktu mengikuti akun

Tiktok @dokterdetektif. Dari 130 responden, diketahui bahwa terdapat sebesar 74,6% didominasi oleh perempuan dan 25,4% sisanya merupakan responden laki-laki. Selanjutnya pada pekerjaan sebagian besar responden sebesar 46,2% adalah karyawan, lalu diikuti oleh pelajar/mahasiswa sebesar 30%, sedangkan selebihnya merupakan bapak/ibu rumah tangga, pengusaha, belum bekerja, dan lainnya. Mayoritas responden memiliki pendidikan Sarjana (S1/D4) sebesar 53,8%, SMA/SMK/ sederajat sebesar 33,8% dan lainnya merupakan lulusan SMP/ sederajat, Diploma (D1-D3), serta Magister (S2). Terdapat 35,4% responden telah mengikuti akun @dokterdetektif dengan rentang waktu 4-6 bulan, sebesar 22,3% dengan rentang waktu kurang dari 1 bulan, 16,9% dengan rentang waktu 1-3 bulan, 14,6% responden dengan rentang waktu 14,6%, dan sebesar 10,8% responden telah mengikuti akun Tiktok Dokter Detektif selama lebih dari 9 bulan.

Data Penelitian

Hasil pengukuran indikator pendukung variabel Kredibilitas Dokter Detektif sebagai *influencer* kesehatan kulit di media sosial Tiktok di dirangkum sebagai berikut.

Tabel 4. Rekapitulasi Kuesioner Variabel Kredibilitas (X)

Dimensi	Nomor Item	Mean
Kepercayaan	X01	3,43
	X02	2,85
	X03	2,98
	X04	3,04
	X05	2,99
Keahlian	X06	3,38
	X07	3,36
	X08	3,32
	X09	2,86
	X10	2,88
Jumlah		31,09
Rata-rata		3,1
Variabel Pemahaman Kesehatan Kulit (Y)		

Dimensi	Nomor Item	Mean
Penerjemahan	Y01	2,94
	Y02	3,35
	Y03	3,39
	Y04	2,80
Penafsiran	Y05	3,30
	Y06	2,88
	Y07	3,35
	Y08	2,85
Ekstrapolasi	Y09	3,45
	Y10	3,41
	Y11	2,86
	Y12	3,15
Jumlah		37,73
Rata-rata		3,14

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kredibilitas (X) memiliki skor rata-rata 3,1, yang menandakan mayoritas responden sangat setuju bahwa Dokter Detektif merupakan komunikator yang dapat dipercaya dan kompeten di bidang kesehatan kulit, meskipun beberapa indikator seperti X02 (2,85) dan X09 (2,86) menunjukkan nilai relatif lebih rendah. Secara keseluruhan, audiens menilai kredibilitas Dokter Detektif secara positif, namun masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan untuk memperkuat kepercayaan.

Sementara itu, variabel Pemahaman Kesehatan Kulit (Y) memiliki skor rata-rata 3,14 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden mampu memahami informasi yang disampaikan. Meskipun demikian, terdapat beberapa indikator dengan nilai lebih rendah, seperti Y04 (2,80) dan Y08 (2,85), yang menandakan sebagian kecil audiens masih membutuhkan referensi tambahan. Dengan demikian, konten edukasi Dokter Detektif dinilai efektif dalam meningkatkan pemahaman kesehatan kulit, namun tetap memerlukan penguatan pada aspek tertentu.

Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini melibatkan 130 responden, sehingga pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji

Kolmogorov-Smirnov melalui perangkat *SPSS for Windows ver. 27*. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($P > 0,05$). Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($P < 0,05$), maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.14486734
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.034
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.214
	99% Confidence Interval	Lower Bound .204
		Upper Bound .225

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Dalam menguji normalitas data, peneliti mencari nilai unstandardized residual dari kedua variabel. Diketahui dari Tabel 5, nilai signifikansi sebesar 0,200 $>$ 0,05 maka model regresi dalam penelitian ini **berdistribusi normal**.

Uji linearitas bertujuan untuk memastikan apakah pola hubungan antara variabel independen dan variabel dependen berbentuk garis lurus. Dasar penentuan hasil uji adalah apabila nilai signifikansi pada *deviation from linearity* melebihi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan kedua variabel bersifat linear sedangkan jika nilai signifikansi pada *deviation from linearity* kurang dari 0,05 maka hubungan antara kedua variabel dinyatakan tidak linear.

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pemahaman * Kredibilitas	Between Groups	767.200	17	45.129	4.530	<.001
	Linearity	607.242	1	607.242	60.949	<.001
	Deviation from Linearity	159.957	16	9.997	1.003	.459
	Within Groups	1115.877	112	9.963		
Total		1883.077	129			

Berdasarkan hasil uji linearitas pada Tabel 6, diketahui bahwa nilai signifikansi pada *deviation from linearity* sebesar 0,459 $>$ 0,05 yang mengindikasikan bahwa terdapat **hubungan linear** antara variabel

kredibilitas dan pemahaman kesehatan kulit.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi ada atau tidaknya perbedaan varians residual antar pengamatan. Pengujian pada penelitian ini menggunakan metode *Uji Park*, yaitu meregresikan logaritma natural (Ln) dari kuadrat residual (Ln_Res2) sebagai variabel dependen terhadap variabel independen. Kriteria pengambilan keputusan ditetapkan adalah apabila nilai signifikansi variabel independen kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas dan apabila nilai signifikansi variabel independen lebih besar dari 0,05 maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	-1.683	1.404	-1.199	.233
	Kredibilitas	.103	.054	.166	.058

a. Dependent Variable: LN_RES2

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan Uji Park pada Tabel 7, diperoleh nilai signifikansi $0,58 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa **tidak terjadi heteroskedastisitas**.

Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, variabel independen adalah kredibilitas, sedangkan variabel dependen adalah pemahaman kesehatan kulit. Adapun hasil pengolahan data melalui *SPSS for Windows ver. 27* untuk uji regresi linear sederhana disajikan sebagai berikut.

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	10.248	1.780	5.757	<.001
	Kredibilitas	.884	.057	15.636	<.001

a. Dependent Variable: Pemahaman

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana pada Tabel 8, diperoleh nilai konstanta ($a = 10,248$) dan koefisien regresi ($b = 0,884$). Nilai konstanta menunjukkan besarnya pemahaman kesehatan kulit ketika kredibilitas bernilai nol (0), sedangkan nilai koefisien regresi menunjukkan besarnya perubahan pada pemahaman kesehatan kulit untuk tiap peningkatan satu satuan kredibilitas. Maka dari itu, persamaan regresi sederhana yang terbentuk adalah:

$$Y = 10,248 + 0,884 X$$

Keterangan:

Y = Pemahaman kesehatan kulit

X = Kredibilitas

Berdasarkan model regresi linear sederhana di atas menunjukkan bahwa 10,248 merupakan intersep atau konstanta (a), menunjukkan nilai Pemahaman ketika nilai variabel Kredibilitas ada 0. Sedangkan 0,884 merupakan koefisien regresi (b), berarti tiap kenaikan 1 poin pada kredibilitas akan diikuti kenaikan sebesar 0,884 pada pemahaman kesehatan kulit. Dengan demikian, kredibilitas memberikan kontribusi yang nyata dalam meningkatkan pemahaman kesehatan kulit.

a) Uji T

Pengujian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen secara parsial. Suatu variabel independen dapat dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai probabilitas signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,10.

Tabel 9. Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	10.248	1.780	5.757	<.001
	Kredibilitas	.884	.057	15.636	<.001

a. Dependent Variable: Pemahaman

Berdasarkan pada Tabel 4.23 dapat diperhatikan bahwa nilai t hitung variabel kredibilitas (X) sebesar 10,248. Selanjutnya mencari nilai t tabel menggunakan rumus

manual dengan mencari nilai derajat kebebasan/*degree of freedom (df)* sebagai berikut:

$$df = n - k - 1$$

$$df = 130 - 1 - 1 = 128$$

Keterangan:

df = Nilai derajat kebebasan

n = Jumlah responden

k = Jumlah variabel independen

Berdasarkan perhitungan di atas, ditemukan nilai df sebesar 128. Selanjutnya dalam menentukan t tabel dengan rumus Excel = T.INV.2T(0,05,128) sehingga didapatkan nilai t tabel adalah 1,97867085. Kriteria penentuan hasil uji ditetapkan sebagai berikut:

- Jika nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika nilai t hitung lebih kecil daripada t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

Hasil yang didapatkan pada perhitungan sebelumnya menunjukkan nilai t hitung sebesar 15,636 dan t tabel sebesar 1,97867085 yang berarti t hitung (15,636) > t tabel (1,97867085). Berdasarkan pedoman pengambilan keputusan yang telah dipaparkan sebelumnya, dinyatakan bahwa **H_0 ditolak dan H_a diterima** yang berarti kredibilitas berpengaruh terhadap pemahaman kesehatan kulit.

b) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berguna untuk menunjukkan tingkat kemampuan suatu model dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 hingga 1. Apabila nilainya mendekati 1 (satu), maka variabel independen dianggap mampu memberikan hampir seluruh

informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai R^2 rendah, maka variabel independen hanya memiliki keterbatasan dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen.

Tabel 10. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.656	.654	3.17853

a. Predictors: (Constant), Kredibilitas

Berdasarkan Tabel 4.24, diketahui nilai R^2 variabel kredibilitas (X) dan pemahaman (Y) adalah sebesar 0,656. Berdasarkan tingkat keeratan pengaruh, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh kredibilitas (X) terhadap pemahaman kesehatan kulit (Y) di Tiktok adalah 65,6% dan sisanya dipengaruhi variabel lainnya sebesar 34,4%. Diketahui koefisien korelasi variabel kredibilitas (X) terhadap pemahaman kesehatan kulit (Y) adalah sebesar 0,656, oleh sebab itu pengaruh kredibilitas (X) terhadap pemahaman kesehatan kulit (Y) di Tiktok oleh *followers* tergolong **kuat/tinggi**.

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Pengikut akun Tiktok @dokterdetektif

Penelitian ini melibatkan 130 responden yang merupakan pengikut akun @dokterdetektif di TikTok, dengan mayoritas perempuan sebanyak 97 responden (74,6%) dan laki-laki 33 responden (25,4%). Dominasi perempuan menunjukkan bahwa konten Dokter Detektif relevan dengan minat mereka terhadap kecantikan dan perawatan kulit, sejalan dengan temuan Hassan et al. (2021) serta Li dan See-To (2022) yang menyatakan bahwa perempuan lebih aktif dalam mengonsumsi dan berinteraksi dengan konten kecantikan di media sosial. Berdasarkan pekerjaan, responden didominasi oleh karyawan (46,2%), mencerminkan kelompok produktif dengan daya beli dan akses digital tinggi,

sebagaimana dijelaskan Rani dan Singh (2025) bahwa kelompok ini aktif mencari konten edukatif di media sosial. Dari sisi pendidikan, mayoritas responden berpendidikan Sarjana (53,8%) yang menunjukkan tingkat literasi dan kemampuan kritis tinggi terhadap informasi kesehatan, mendukung pandangan Raghupathi dan Raghupathi (2020) serta John et al. (2022) tentang hubungan antara pendidikan dan kesadaran kesehatan. Selain itu, sebagian besar responden telah mengikuti akun tersebut selama 4–6 bulan (35,4%), menunjukkan adanya engagement jangka menengah dan loyalitas audiens meskipun akun sempat dibekukan.

Pengaruh Kredibilitas Terhadap Pemahaman Kesehatan Kulit

Uji T dalam penelitian ini menunjukkan nilai t hitung sebesar 15,636 yang lebih besar dari t tabel 1,9786, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara kredibilitas terhadap pemahaman kesehatan kulit pada pengikut akun @dokterdetektif di TikTok. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,656 mengindikasikan bahwa kredibilitas mampu menjelaskan 65,6% variasi pemahaman kesehatan kulit, sedangkan 34,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Berdasarkan interpretasi Guilford, nilai tersebut termasuk dalam kategori pengaruh kuat, yang berarti kredibilitas memiliki kontribusi yang cukup besar dan dominan dalam mempengaruhi pemahaman audiens terhadap informasi kesehatan kulit. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kredibilitas yang dimiliki oleh seorang komunikator, maka semakin besar pula kemampuan audiens untuk memahami pesan yang disampaikan.

Kredibilitas yang diukur melalui dua dimensi utama, yakni kepercayaan dan keahlian yang menjadi faktor kunci dalam membentuk pemahaman audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens menilai Dokter Detektif sebagai

komunikator yang jujur, dapat dipercaya, serta kompeten di bidang kesehatan kulit. Kejujuran dan transparansi dalam penyampaian informasi membuat audiens merasa yakin bahwa konten yang diberikan bersifat edukatif dan tidak semata bersifat promosi, meskipun disarankan agar Dokter Detektif tetap membedakan secara jelas antara konten edukatif, promosi, maupun hiburan untuk menghindari potensi misinformasi. Persepsi terhadap keahlian Dokter Detektif juga berkontribusi kuat dalam meningkatkan pemahaman, karena ia dinilai mampu mengemas materi ilmiah menjadi pesan yang mudah dipahami, relevan, dan berbasis bukti. Hal ini sejalan dengan temuan Ismagilova et al. (2020) yang menyatakan bahwa audiens lebih mempercayai dan mengadopsi informasi dari *influencer* yang dianggap memiliki keahlian di bidangnya.

Pemahaman kesehatan kulit dalam penelitian ini meliputi tiga tingkatan, yaitu penerjemahan, penafsiran, dan ekstrapolasi. Audiens tidak hanya mampu memahami dan menyimpulkan pesan yang disampaikan Dokter Detektif, tetapi juga dapat memperluasnya ke ranah praktis, seperti menerapkan rekomendasi dalam rutinitas perawatan kulit, menjadi lebih selektif dalam memilih produk, serta mampu membedakan produk yang aman dan berisiko. Meskipun sebagian kecil audiens masih mencari sumber lain untuk memvalidasi informasi, hal tersebut menunjukkan tingkat literasi digital yang baik dalam proses pembelajaran mandiri. Temuan ini konsisten dengan penelitian Kaňková et al. (2024) yang menegaskan bahwa kredibilitas *influencer* tidak hanya mempengaruhi pemahaman kognitif, tetapi juga membentuk sikap dan perilaku kesehatan audiens. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai media edukatif yang efektif, di mana kredibilitas komunikator menjadi elemen sentral dalam membangun kepercayaan, penerimaan pesan, serta pemahaman audiens terhadap

isu-isu kesehatan kulit secara komprehensif.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas komunikator berpengaruh signifikan terhadap pemahaman kesehatan kulit audiens, dengan nilai t hitung (15,636) lebih besar dari t tabel (1,9786). Kredibilitas yang diukur melalui dimensi kepercayaan (*trustworthiness*) dan keahlian (*expertise*) menjadi faktor penting dalam penerimaan pesan, di mana audiens menilai Dokter Detektif sebagai komunikator yang jujur, kompeten, dan mampu menyampaikan informasi secara jelas. Hal ini selaras dengan Taksonomi Bloom, di mana audiens tidak hanya memahami pesan secara literal, tetapi juga mampu menafsirkan dan menerapkannya, misalnya dalam memilih produk perawatan kulit yang aman. Nilai koefisien determinasi ($R^2 = 0,656$) menunjukkan pengaruh kuat kredibilitas terhadap pemahaman, dengan kemungkinan adanya faktor lain yang juga berkontribusi. Secara keseluruhan, dimensi keahlian menjadi indikator paling dominan pada variabel kredibilitas, sedangkan ekstrapolasi mendominasi variabel pemahaman, menunjukkan bahwa keahlian dan kepercayaan Dokter Detektif secara nyata meningkatkan pemahaman kesehatan kulit audiens di TikTok.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, secara praktis disarankan agar *influencer* dan *content creator* di bidang edukasi kesehatan terus menjaga kredibilitas dengan menyampaikan informasi berbasis sumber ilmiah yang valid, konsisten, dan bebas dari misinformasi. Audiens diharapkan bersikap kritis dalam menilai informasi agar tidak hanya bergantung pada popularitas komunikator, sementara konsumen produk perawatan kulit perlu memahami kebutuhan kulitnya secara tepat agar terhindar dari produk berisiko. Selain itu, brand *skincare* disarankan untuk

mencantumkan klaim produk secara jujur dan sesuai ketentuan BPOM RI guna menjamin mutu serta keamanan bagi konsumen.

Secara akademis, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas argumen, konten, atau homofili yang berpotensi mempengaruhi pemahaman kesehatan kulit. Objek penelitian juga dapat diperluas agar tidak terbatas pada akun @dokterdetektif, serta membandingkan antara *followers* yang menggunakan dan tidak menggunakan produk terkait. Selain itu, pendekatan kualitatif direkomendasikan agar dapat menggali lebih dalam mekanisme pengaruh kredibilitas terhadap pemahaman audiens secara komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Astutik, S., Prawesthi, W., Zulaikha, & Augustinah, F. (2024, Desember 30). Consumer Legal Protection Against Overclaims Skincare Products in Advertisements. *JEMEB*, 4(2), 245-252. 10.52909/jemeb.v4i2.163
- Bloom, B. S., Engelhart, M. D., Furst, E. J., Hill, W. H., & Krathwohl, D. R. (1956). *Taxonomy of Educational Objectives*. Longmans.
- Breves, P. L., Liebers, N., & van Berlo, Z. M. C. (2024, Agustus). Followers' Cognitive Elaboration of Sponsored Influencer Content: The Significance of Argument Quality. *Journal of Interactive Advertising*, 24(3), 204-214. 10.1080/15252019.2024.2388644
- Chotimah, C. (2024, November 8). Siapa Doktif? Sosok Viral yang Menguak Kandungan Skincare Overclaim.
- Hassan, S. H., Teo, S. Z., Ramayah, T., & Al-Kumaim, N. H. (2021, Maret 29). The credibility of Social Media Beauty Gurus in Young Millennials' Cosmetic Product Choice. *PLoS ONE*, 16(31). 10.1371/journal.pone.0249286

- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1956). *Communication and Persuasion*. Yale University Press.
- Indrawan, S., & Azeharie, S. (2022, Oktober). Studi Komparasi Konten Tiktok Dokter Tentang Kesehatan (Analisis Konten Tiktok Dokter @tirtacipeng dan @farhanzubaedi). *Prologia*, 6(2), 369-376. 10.24912/pr.v6i2.15578
- Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Kumar, Y. (2020, Maret). The Effect of Characteristics of Source Credibility on Consumer Behavior: A Meta Analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53. 10.1016/j.jretconser.2019.01.005
- John, S. P., Walford, R., & Purayidathil, J. (2022, Januari). Factors Affecting the Adoption of Social Media in Marketing of Higher Education: An Empirical Analysis. *FIIB Business Review*, 11(2). 10.1177/23197145211072198
- Kaňková, J., Binder, A., & Matthes, J. (2024, September). Health-related communication of social media influencers: a scoping review. *Health Communication*, 1-14. 10.1080/10410236.2024.2397268
- Kautsar, A. (2024, Oktober 25). Sanksi Tegas BPOM RI Soal Skincare Overclaim, Ancam Cabut Izin Produk.
- Li, H., & See-To, E. W. K. (2022). Source credibility plays the central route: an elaboration likelihood model exploration in social media environment with demographic profile analysis. *Journal of Electronic Business & Digital Economics*, 3(1), 36-60. 10.1108/JEBDE-10-2022-0038
- Mariyani, Patala, R., & Pratiwi, D. (2023). Penyuluhan dan Pemilihan Penggunaan Kosmetik yang Aman Tanpa Bahan Kimia Berbahaya Terhadap Remaja. *Jurnal Malaikussaleh Mengabdi*, 2(10), 23-28. 10.29103/jmm.v1n1.xxx
- Raghupathi, V., & Raghupathi, W. (2020, April 6). The Influence of Education on Health: An Empirical Assessment of OECD Countries for the Period 1995-2015. *Archives of Public Health*, 78(20), 1-18. 10.1186/s13690-020-00402-5
- Rani, S., & Singh, P. (2025, Februari 22). Exploring the Influence of Perceived Usefulness and Ease of Use of Social Media Influencers on Skincare Product Purchases: A Technology Acceptance Model (TAM) Perspective. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 10(36s), 902-905. 10.52783/jisem.v10i36s.6612
- Sardiman. (2014). *Interaksi & Motivasi Belajar Mengajar*. Rajawali Press.
- Sidarta, E., Averina, F., Herdiman, A., & Destra, E. (2024, Agustus). Skrining Kesehatan Kulit dengan Penilaian Kadar Air dan Minyak pada Kelompok Usia Produktif di Sekolah Kalam Kudus II, Duri Kosambi. *Jurnal Kabar Masyarakat*, 2(3), 116-126. 10.54066/jkb.v2i3.2226
- Statista. (2024, Desember 13). Revenue of The Skin Care Market in Indonesia from 2020 to 2029. Statista.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi (Dengan Pendekatan Kuantitatif)*. Remaja Rosdakarya.
- ZAP Clinic. (2024). *Zap Beauty Index 2024*. Markplus Inc.
- Zimbardo, P. G., Weisenberg, M., Firestone, I., & Levy, B. (1965, Juni). Communicator Effectiveness in Producing Public Conformity and Private Attitude Change. *Journal of Personality*, 33(2), 233-255. 10.1111/j.1467-6494.1965.tb01384.x