

## ***Online Identity Analysis of Dokter Detektif As a Skincare Product Education Doctor On Tiktok Social Media***

### **Analisis Identitas Online Dokter Detektif Sebagai Dokter Edukasi Produk Perawatan Kulit Di Media Sosial Tiktok**

**Mutiara Mujahidah Hanifah**

Business of Law and Social Sciences, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Corresponding Author Email: [mutiaramuja@gmail.com](mailto:mutiaramuja@gmail.com)

**Abstract.** *Detective Doctor or commonly known as Doktif, a Beauty Doctor is also a public figure who is active on social media, especially on the Tiktok platform. The Doktif TikTok account that is usually used to actively produce content is @DokterDetektif. The detective doctor is known as an educator who focuses on skincare products. By using a Mask on his eyes which is typical of a Detective Doctor. He is known to be critical of excessive claims that are often found in beauty products, especially related to active ingredients that do not match. This study seeks to assess and interpret the laboratory test results created by the Detective Doctor. his online identity as an educator of beauty / skincare products on social media, especially Tiktok, by using a Mask for his disguise. This study applies Erving Goffman's Dramaturgy theory and employs a qualitative descriptive research method through observations conducted on TikTok social media. The findings of the study are derived from the analysis. show that the Detective Doctor has succeeded in providing education based on official evidence even though the identity of the Detective Doctor is kept secret.*

**Keywords:** *Dokter Detektif, Online Identity, Sosial Media*

**Abstrak.** Dokter Detektif atau yang biasa dikenal dengan sebutan Doktif, seorang Dokter Kecantikan juga merupakan seorang public figure yang aktif di media sosial, khususnya di platform Tiktok. Akun Tik Tok Doktif yang biasa digunakan untuk aktif memproduksi konten adalah @DokterDetektif. Dokter Detektif dikenal sebagai seorang edukator yang fokus pada produk perawatan kulit. Dengan menggunakan Masker pada matanya yang merupakan ciri khas seorang Dokter Detektif. Ia dikenal kritis terhadap klaim-klaim berlebihan yang sering ditemukan pada produk kecantikan, terutama terkait dengan bahan aktif yang tidak sesuai. Penelitian ini berusaha untuk menilai dan memaknai hasil uji laboratorium yang dibuat oleh Dokter Detektif. identitas online-nya sebagai seorang edukator produk kecantikan/ skincare di media sosial khususnya Tiktok dengan menggunakan Topeng untuk penyamarannya. Penelitian ini menerapkan teori Dramaturgi Erving Goffman dan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif melalui observasi yang dilakukan di media sosial Tiktok. Temuan penelitian yang diperoleh dari hasil analisis menunjukkan bahwa Detective Doctor berhasil memberikan edukasi berdasarkan bukti-bukti resmi meskipun identitas Detective Doctor dirahasiakan.

**Kata kunci:** Dokter Detektif, Identitas Online, Media Sosial

#### **I. PENDAHULUAN**

Dalam era media baru, terdapat pergeseran besar dalam bagaimana informasi diproduksi, disebarkan, dan diterima oleh masyarakat. Media baru menawarkan kemampuan untuk memperluas volume informasi yang dapat diakses oleh individu, juga memberikan kendali yang lebih besar kepada pengguna atas informasi yang mereka pilih untuk di terima (Putra & Febriana, 2022). Tidak seperti media tradisional yang memerlukan struktur organisasi yang kompleks, media baru memberikan kesan "tanpa jarak" memungkinkan pengguna untuk mengakses dan berbagi informasi secara langsung tanpa perantara yang rumit. Sebagaimana dijelaskan oleh McQuail, media baru memperkenalkan komunikasi dua arah yang interaktif (Kurmia, 2005). Hal ini memungkinkan pengguna untuk tidak hanya menjadi konsumen informasi tetapi juga produsen yang aktif.

Platform Sosial Media seperti Tiktok tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk mengekspresikan diri, berbagi pengetahuan, membangun jejaring, dan bahkan membentuk identitas. Kehadiran media sosial telah mengubah cara individu berinteraksi dengan dunia di sekitar mereka, membuka peluang yang luas untuk menciptakan suatu karakter daring yang

mampu menjangkau audiens di seluruh dunia(Wahabi & Febriana, 2022). Tidak heran jika media sosial Tiktok kini juga menjadi panggung bagi figur-figur yang tidak hanya menampilkan sisi personal mereka tetapi juga membangun citra profesional dan edukatif, sebagaimana yang terlihat dalam fenomena *influencer*. Salah satu fenomena utama yang muncul dengan adanya kehadiran media sosial adalah kemampuan individu untuk mengelola dan menampilkan identitas mereka sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi audiens(Febriana, 2013).

Identitas daring kini menjadi salah satu elemen penting dalam representasi diri di ruang digital. Figur public seperti *influencer*, selebriti, dan edukator memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan informasi, membangun citra/image, dan menciptakan suatu koneksi dengan pengikut mereka(Febriana & Rahmawati, 2024). Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang bagi semua individu untuk menjadi figur public/ Tokoh Masyarakat tanpa perlu mengikuti jalur tradisional seperti media massa atau jalur organisasi tertentu. Salah satu kelebihan dari media sosial adalah fleksibilitas yang ditawarkannya dalam membentuk identitas daring(Kamelia & Nusa, 2018). Identitas daring ini dapat berupa perpanjangan dari identitas seseorang di dunia nyata atau bahkan menjadi sesuatu yang sepenuhnya berbeda(Hidayanto & Ernungtyas, 2019) Media sosial juga memungkinkan penyamaran/bermain peran bagi mereka yang memilih untuk tidak mengungkapkan identitas asli karena ingin menjaga privasi, Namun tetap mendapatkan ruang untuk menyampaikan informasi atau pandangan untuk membangun kepercayaan dari audiensnya. *Influencer* yang memilih penyamaran tersebut, mereka fokus pada pesan yang ingin mereka sampaikan tanpa gangguan dari persepsi audiens terhadap identitas asli mereka(Liedfray et al., 2022).

*Influencer* tersebut banyak ditemukan di Platform media sosial Tiktok, salah satunya adalah Dokter Detektif atau yang biasa dikenal dengan Doktif, seorang Dokter Kecantikan juga sebagai figur publik yang aktif di sosial media terutama pada platform Tiktok. Akun tiktok Doktif yang biasa digunakan untuk aktif memproduksi konten yaitu @DokterDetektif (*username* tiktok). Dokter detektif dikenal sebagai edukator yang berfokus pada produk perawatan kulit (*skincare*). Dengan menggunakan Topeng di bagian matanya yang menjadi khas seorang Doktif. Konten yang ada pada akun media sosial Doktif memiliki fokus utama pada transparansi dalam industri *skincare*. Ia dikenal kritis terhadap klaim berlebihan yang sering ditemukan pada produk kecantikan, terutama terkait kandungan bahan aktif yang tidak sesuai hasil uji laboratorium(Najela et al., 2025). Sebelum mempublikasikan kontennya, Doktif melakukan uji laboratorium untuk memverifikasi kandungan produk secara akurat. Dengan bukti tersebut membuat edukasi yang ia berikan menjadi relevan dan sangat dipercaya oleh para pengikutnya. Selain memberikan edukasi, konten Doktif juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran konsumen agar lebih kritis dalam memilih produk *skincare*.

Melalui video-videonya, ia mengedukasi audiens tentang bagaimana memahami klaim produk secara lebih cermat, termasuk pentingnya memeriksa kesesuaian antara label, kandungan, dan hasil yang dijanjikan. Dengan demikian, Doktif bukan hanya sekadar kreator konten, tetapi juga sosok yang berperan penting dalam memberikan panduan bagi konsumen di tengah gencarnya promosi produk kecantikan yang sering kali kurang transparan(Manika & Fatimah, n.d.). Meski identitas pribadinya tidak pernah diungkap, Doktif telah berhasil membangun citra sebagai figur yang profesional dalam bidangnya yaitu seorang dokter kecantikan(Wulandari, 2024). Menjadi contoh bagaimana platform digital dapat dimanfaatkan untuk memberikan nilai tambah kepada masyarakat. Di tengah banyaknya informasi yang sering kali membingungkan, peran Doktif sebagai "detektif" yang menyelidiki klaim produk *skincare* memberikan dampak positif, baik bagi konsumen maupun industri kecantikan itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana DokterDetektif membangun identitas daringnya sebagai edukator produk kecantikan / *skincare* di media sosial

khususnya Tiktok, dengan menggunakan Topeng untuk penyamarannya.

## II. METODE

Jenis Metodologi yang akan peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah metodologi Deskriptif kualitatif, merupakan jenis penelitian yang menekankan kenaturalan, tidak melalui pada proses makna yang diuji atau diukur dengan setepat tepatnya. Pada penelitian ini berupa deskripsi kejadian yang dilihat, didengar dan dirasakan kemudian dideskripsikan berupa pernyataan naratif (Jannah & Saha Fasadena, 2023). Teori yang akan diimplementasikan adalah teori dramaturgi yang dikembangkan oleh Ervin Goffman, mengibaratkan kehidupan sosial adalah sebuah panggung teater, bagaimana seorang individu memainkan karakter individu lain, sehingga penonton mendapat gambaran kehidupan dari drama yang disajikan individu tersebut (Rodas, 2017). Dramaturgi Ervin Goffman memiliki 2 komponen analisis yaitu "Front Stage" (panggung depan) adalah sisi dalam suatu pertunjukan yang akan diperlihatkan kepada penonton dan "Back Stage" (Panggung Belakang) adalah situasi bagaimana seseorang berada di belakang panggung tanpa penonton, sehingga dapat bertindak dengan bebas tanpa memedulikan peran yang harus dimainkan dalam sandiwara. (Ilmu et al., 2022).

Teknik yang peneliti gunakan untuk pengumpulan data yaitu melalui Observasi terhadap konten, studi dokumentasi dan studi literatur (Shabiriani, 2021). Analisis data yang digunakan yaitu berupa analisis fenomena mengenai analisis identitas seorang Tokoh public yaitu DokterDetektif di media sosial Tiktok, Juga terdapat point analisis untuk memudahkan penelitian:

1. Pembentukan Identitas Daring DokterDetektif
2. Manajemen Context Collapse dan Otentisitas DokterDetektif
3. Resiko dan Peluang yang mereka hadapi terkait privasi dan pengawasan (participatory surveillance) DokterDetektif

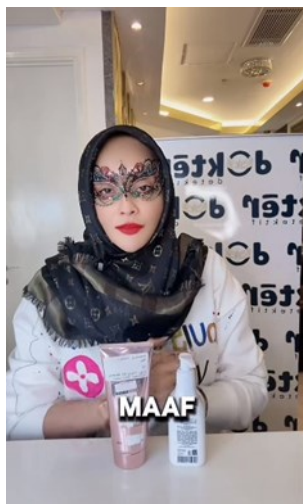
## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini sesuai dengan teori Dramaturgi Ervin Goffman yang memiliki 2 komponen analisis yaitu: Panggung depan (*front stage*), Panggung belakang (*back stage*). Penelitian ini menjadikan Teori Dramaturgi kerangka utama dalam melihat bagaimana *Influencer* seperti Dokterdetektif menampilkan dirinya di media sosial. Dokter menggunakan akun Tiktoknya sebagai panggung depan untuk menampilkan dirinya sebagai educator produk skincare, sementara aktivitas seperti riset dan pengujian produk menjadi bagian dari panggung belakang yang tidak terlihat oleh audiens. Selain dramaturgi, identitas daring menjadi konsep analisis dalam penelitian ini. Identitas daring menggambarkan cara seseorang membangun dan mempresentasikan citra dirinya di dunia digital.

### Pembentukan Identitas Daring DokterDetektif

Pembentukan identitas daring melibatkan proses penyajian diri di hadapan audiens digital. Pengaruh media sosial terhadap persepsi dan pembentuk identitas adalah suatu yang kompleks dan terus mengalami perkembangan. Konten yang disajikan di media sosial juga dapat mempengaruhi persepsi diri seseorang. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial membentuk identitas suatu individu baik secara positif maupun negatif (Nugraeni, 2024). Dalam perspektif Dramaturgi, seseorang dalam kehidupan sosialnya memiliki dua panggung sandiwara dalam menunjukkan suatu perilakunya, yaitu Panggung *Front Stage* (Panggung Depan) dan *Back Stage* (Panggung Belakang). Pada penelitian ini DokterDetektif/ Dokter menggunakan tiktok sebagai panggung depan dimana ia menyampaikan edukasi tentang produk skincare dengan berdasarkan fakta menggunakan bukti-bukti

uji lab. Identitas Daringnya dibagaun dengan khas seorang doktif yaitu menggunakan topeng di bagian matanya. Topeng tersebut bukan hanya menjadi simbol penyamaran tetapi juga untuk melindungi privasi. Dengan penggunaan topeng tersebut menjadikan seorang Doktif memiliki karakter yang kuat, yakni sebagai “detektif” dalam dunia skincare.



Gambar 1. Penampilan Doktif menggunakan Topeng di kontennya  
[Sumber: [www.tiktok.com/dokterdetektif,2024](http://www.tiktok.com/dokterdetektif,2024)]

### **Menejemen Context Collapse dan Otensitas DokterDetektif**

Context Collepse merupakan berkumpulnya audiens yang memiliki latar belakang yang berbeda pada suatu platfrom digital. Doktif dalam mengelola menejemen Context collapse di media sosial seperti tiktok, di mana audiens dari berbagai latar belakang dan perspetif bergabung dalam satu ruang digital. Ketika ia membahas topik skincare atau menguji produk, misalnya, pada kasus yang pernah terjadi antara Doktif dengan Produsen produk *skincare* Daviena. Melalui akun Tiktoknya Doktif menunjukkan Hasil Uji Laboratorium yang menunjukkan bahwa klaim-klaim yang dibuat oleh produsen produk tersebut tidak sesuai dengan kandungan yang sebenarnya. Hal tersebut memicu reaksi yang cukup besar, dari audiens maupun Produsen produk yang bersangkutan. Audiens yang melihat konten tersebut beragam yaitu : yang berpengalaman dalam dunia kecantikan, konsumen produk daviena, ada yang baru pertama kali mendalami perawatan kulit, bahkan mungkin ada yang tidak tertarik pada skincare tetapi penasaran dengan konten edukatif yang di sajikan.

Dengan audiens yang beragam tersebut manajemen Doktif dalam mengelolanya adalah dengan menyusun kontennya agar dapat dimengerti dan diterima oleh semua kelompok tersebut. Menejemen yang dikelola Doktif adalah dengan menggunakan Fakta/bukti-bukti yang kuat dan informasi yang transparan. Dengan memberikan bukti yang konkret, seperti hasil uji laboratrium ia memberikan informasi yang dapat diterima dan dipercaya oleh berbagai kalangan. Hal tersebut juga salah satu bentuk Doktif mempertahankan otentisitas di media sosial. Walaupun ia tidak mengungkapkan identitas pribadinya, ia tetap dapat menunjukkan konsisten terhadap konten-kontennya. Dengan menjaga komunikasi yang jujur dan berisi informasi dengan bukti yang resmi tanpa memilih produk tertentu untuk diistimewakan atau disudutkan. Hal ini juga membantu konsumen/audiens untuk membuat keputusan berdasarkan data, bukan hanya opini marketing(Prayoga & Febriana, 2022).



Gambar 2. Apresiasi pengguna tiktok kepada doktif atas edukasinya.  
[Sumber: [www.tiktok.com/uswakhfa](http://www.tiktok.com/uswakhfa)]

Konten yang dibuat oleh salah satu pengguna tiktok tersebut menjadi bukti, bagaimana otoritas yang dibangun oleh Doktif tidak hanya memberikan edukasi, tetapi juga memberikan dampak pada perilaku konsumsi para audiensnya yang pada akhirnya membangun kepercayaan dan untuk konsumen produk skincare menjadi lebih selektif dalam memilih skincare.

### **Resiko dan Peluang DokterDetektif**

Salah satu resiko utama adalah terkait privasi dirinya sebagai kreator konten yang menyampaikan kritik terhadap produk-produk skincare. Terutama jika menasar pada produsen produk besar. Ancaman dari produsen yang merasa dirugikan karena pengungkapan fakta ini adalah resiko yang terjadi di back stage. Produsen dapat menggunakan berbagai cara untuk menekan Kreator, mulai dari ancaman hukum, hingga rindakan intimidasi baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk menghentikan kritik. Meskipun Doktif menggunakan topeng untuk menjaga privasinya, media sosial adalah ruang yang memungkinkan audiens atau pihak tertentu untuk melacak informasi personal. Selain resiko privasi, lebih buruk lagi seperti ancaman fisik juga dapat jadi resiko. Ketika melihat pengaruh besar yang dimiliki Doktif, mereka berkemungkinan mengambil langkah ekstrem, terutama jika laporan yang diungkap berpotensi mempengaruhi penjualan produk. Pada situasi ini, Doktif dapat melindungi dirinya dengan membangun langkah-langkah perlindungan yang kuat. Dengan memastikan semua konten yang dibuat berdasarkan fakta dan bukti yang resmi.

### **IV. KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Identitas Daring dengan menggunakan teori dramaturgi yang dibangun Doktif melalui Akun Tiktoknya @DokterDetektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Doktif berhasil memanfaatkan media sosial untuk menciptakan identitas seorang figur public yang profesional berfokus pada edukasi terkait produk skincare, dengan menggunakan hasil uji laboratorium. ia juga mampu membangun kepercayaan audiens meskipun identitas pribadinya disembunyikan.

Dalam menghadapi audiens yang beragam (context colleps), doktif mampu menyampaikan pesan melalui kontennya pada berbagai kelompok,. Strategi komunikasi yang

seederhana namun berdasarkan bukti resmi, dan ilmiah menjadi kunci dalam menjebatani kebutuhan audiens yang berbeda. Selain itu, ia juga berhasil menjadi otentisitas dengan konsisten menyampaikan informasi fakta tanpa terpengaruh oleh tekanan atau kontroversi. Namun, dalam membangun identitas daring, ia menghadapi sejumlah resiko yaitu ncaman terhadap privasi dan tekanan dari pihak pihak tertentu yang merasa dirugikan.

Keberanian dalam menyuarakan transparansi dan keberpihakan pada konsumen menciptakan peluang besar untuk mempengaruhi perilaku konsumen serta memberikan perubahan yang lebih baik di industri kecantikan. Saran yang diberikan peneliti adalah agar doktif meningkatkan langkah- langkah perlindungan privasi untuk meminimalkan terjadi hal yang tidak diinginkan. Doktif juga dapat memperluas topik edukasi seperti membahas efek jangka panjang dari bahan – bahan skincare. Memperluas bermacam konten dapat membantu audiens baru, untuk memperkuat identitas daring

## REFERENSI

- Febriana, P. (2013). *Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Studi dokumenter data primer, dengan cara mengumpulkan artikel yang tertulis pada rubrik fashion Web. Wolipop dari tanggal 13-17, dan 19 Mei 2013 kemudian dilakukan analisis data.*
- Febriana, P., & Rahmawati, M. (2024). Manajemen Komunikasi Pemasaran Ladybydiana untuk Membangun Citra Merek. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(1), 128–137. <https://doi.org/10.47134/interaction.v1i1.2541>
- Hidayanto, S., & Ernungtyas, N. F. (2019). Gamer dan Muslimah: Konstruksi Identitas Virtual Gamer Daring Profesional. *ETTISAL: Journal of Communication*, 4(2), 121. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v4i2.3635>
- Ilmu, P., Sosial, P., & Ilmu, F. (2022). *Dinamika Sosial : Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial ANALISIS SELF-PRESENTING DALAM TEORI DRAMATURGI ERVING Dinamika Sosial : Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial pertumbuhan pengguna email berbasis website secara keseluruhan turun kurang lebi. 1(2), 173–187.*
- Jannah, W., & Saha Fasadena, N. (2023). Fenomena Mandi Lumpur Live di Tiktok Menurut Teori Dramaturgi Erving Goffman. *JISAB The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 02(02), 152–164.
- Kamelia, F., & Nusa, L. (2018). Bingkai Media Online Coverage of Indonesia ' s Debt in an Online. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 10–16. <https://doi.org/10.21070/kanal.v>
- Kurmia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 291–296. <https://doi.org/10.29313/mediator.v6i2.1197>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/download/38118/34843/81259>
- Manika, S., & Fatimah, D. (n.d.). *Analisis Framming dan Transformasi Kekuasaan pada Produk Lotion HB Dosting Daviena Skincare : Studi Analisis Wacana.*
- Najela, F., Rahman, I. L., Nurdin, A., Negri, I., Ampel, S., & Malang, U. N. (2025). *EDUKASI DAN LITERASI PRODUK KECANTIKAN DI TIKTOK : STUDI. 10(1), 144–157.*
- Nugraeni, A. (2024). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Anak Muda. *Jurnal*

*Inovasi Dan Tren*, 2(1), 142–147.

Prayoga, G. A. S., & Febriana, P. (2022). Strategi Promosi Dengan Model K-pop Untuk Meningkatkan Penjualan Pada E-commerce Tokopedia. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(2), 848–854. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i2.1249>

Putra, W. F., & Febriana, P. (2022). Penggunaan Aplikasi Digital Weverse sebagai New Media Interaksi antara Artis/Idol K-Pop dengan Para Penggemarnya. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(3), 1649–1659. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i3.1263>

Rodas, H. (2017). Dramaturgia. *Dramaturgias*, 4, 109–112. <https://doi.org/10.26512/dramaturgias.v0i4.8523>

Shabiriani, U. N. (2021). Dramaturgi Dalam Identitas Dan Citra Influencer Kadeer Bachdim Pada Akun Instagram D\_Kadoor. *Jurnal Nawala Visual*, 3(2), 81–86. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v3i2.236>

Wahabi, M. R., & Febriana, P. (2022). Pemanfaatan Twitter sebagai Media Pengungkapan Diri Remaja Sidoarjo. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(1), 333–340. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i1.1220>

Wulandari, M. Y. (2024). *The Ethics of Presenting Content on Social Media in the Perspective of Hadith Strong Reprimand for Lying : An Overclaim Case Study*. 25(2), 151–168.