

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi pada dasarnya penyampaian sekumpulan pesan yang ingin disampaikan dari satu kelompok yang dinamakan komunikator kepada kelompok lainnya yang dikenal dengan istilah komunikan. Komunikator merupakan pemeran utama dari terbentuknya sebuah komunikasi baik secara kuantitas maupun secara kualitas. Bila tidak ada komunikator, sudah pasti, pesan tidak akan ada dan tidak akan ada jalinan komunikasi.

Komunikasi merupakan inti dari penyampaian pesan, baik dalam konteks sosial, edukasi, maupun dakwah. Sebagai seorang komunikator, kemampuan menyampaikan pesan dengan efektif sangat menentukan keberhasilan proses komunikasi (Komara, 2021: 28). Dalam kegiatan sehari-hari, komunikasi dapat dilakukan secara primer (langsung). Dikatakan sebagai primer (langsung) karena kegiatan komunikasi pada prinsipnya adalah aktivitas pertukaran ide atau gagasan secara sederhana.

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa kegiatan komunikasi dapat dipahami sebagai kegiatan penyampaian pesan atau ide, disampaikan dari satu pihak ke pihak lain dengan tujuan untuk menghasilkan kesepakatan bersama terhadap ide atau pesan yang disampaikan (Alhasbi et al., 2023). Proses ini tidak hanya melibatkan transfer informasi, tetapi juga membutuhkan pemahaman bersama antara komunikator dan komunikan agar pesan dapat diterima secara utuh. Di sisi lain, dengan adanya kemampuan berkomunikasi

dengan baik, mengantarkan manusia untuk merumuskan ide dan gagasan serta kemampuan daya nalar (Alawiyah, 2022:2).

Setiap orang memiliki cara berkomunikasi yang berbeda-beda, bergantung pada situasi dan kondisi yang dihadapi, sehingga menghasilkan berbagai macam gaya komunikasi di antara mereka. Dalam Al-Qur'an mengandung banyak ayat yang menggambarkan proses komunikasi. Ketika Nabi Musa a.s. dan Nabi Harun diutus untuk bertemu Firaun, Allah menitipkan pesan yang luar biasa dalam menyampaikan dakwah, yaitu terhadap Firaun sekalipun dakwah harus dilakukan dengan kata kata yang lemah lembut, bukan mencak mencak tidak keruan (Hosen, 2019:16).

Dalam Qs At Thaha ayat 43-44 yang berbunyi:

أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ ٤٣ فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ٤٤

Artinya “Pergilah kamu berdua kepada Fir’aun, (43) Sesungguhnya Dia telah melampaui batas (44) Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut”.

Dalam ayat tersebut menunjukan dalam Surah Thaha ayat 44, Allah memerintahkan Nabi Musa dan Harun untuk berbicara dengan kata-kata lembut agar Fir'aun dapat mengingat atau takut. Ini adalah gaya komunikasi yang lemah lembut dan penuh pengertian.

Gaya komunikasi merupakan aspek penting dalam keberhasilan penyampaian pesan, bahkan dalam banyak kasus lebih menentukan daripada isi pesan itu sendiri. Ketika pesan tidak sampai atau tidak dipahami dengan baik oleh audiens, salah satu penyebabnya adalah gaya komunikasi yang tidak sesuai dengan karakteristik penerima (Novitasari, 2016:14).

Menurut Teori Robert W Norton , gaya komunikasi itu adalah cara khas seseorang dalam berbicara dan berinteraksi dengan orang lain. Setiap orang mempunyai gaya yang berbeda beda, dan Norton membaginya menjadi sepuluh aspek gaya komunikasi. Dari sepuluh aspek gaya tersebut adalah gaya dominan (*dominant style*) gaya komunikasi yang suka memimpin percakapan atau mengontrol percakapan, gaya dramatis (*dramatic style*) yaitu suka bercerita dengan cara yang hidup dan menarik, seperti sedang memainkan peran, gaya kontroversial (*controversial style*) senang berdebat dan mendiskusikan ide ide yang menantang, gaya animasi (*animated style*) mengekspresikan sesuatu menggunakan gerakan anggota tubuh, gaya berkesan (*impression style*) memiliki cara bicara yang unik sehingga mudah diingat dan meninggalkan kesan kuat, gaya santai (*relaxes style*) bersikap tenang tidak terburu-buru, gaya atentif (*attentive style*) pendengar yang baik dan sangat memperhatikan apa yang dikatakan orang lain, gaya terbuka (*open style*) berkomunikasi secara terbuka yang ditunjukkan dengan tampilan jujur dan mungkin saja blakblakan, gaya bersahabat (*friendly style*) suka memuji , mendukung, dan membuat lawan bicaranya merasa nyaman, gaya tepat (*precise style*) keakuratan dalam penyampaian informasi. Seorang komunikator yang baik seperti Doktif biasanya tidak hanya menggunakan satu gaya. Doktif bisa menggabungkan beberapa gaya sekaligus agar pesannya lebih mudah diterima dan menarik bagi penontonnya.

Di era digital saat ini, kemajuan teknologi informasi melahirkan berbagai platform baru yang memungkinkan gaya komunikasi berkembang

secara dinamis, salah satunya adalah TikTok. Aplikasi ini memberikan ruang kreatif bagi para konten kreator untuk menyampaikan pesan secara menarik, interaktif, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda. TikTok juga menjadi media strategis dalam menyebarkan informasi dan edukasi dengan menjadikan komunikasi visual dan pendekatan personal sebagai kekuatan utama dalam menjangkau pengguna.

Salah satu konten yang paling populer di TikTok adalah *skincare* atau perawatan kulit. *Skincare* adalah serangkaian rutinitas perawatan kulit, khususnya pada area wajah, yang dirancang untuk mempertahankan kesehatan, kelembapan, serta daya tarik estetika seseorang. Rutinitas ini mencakup beragam produk beserta prosedur penerapannya guna mewujudkan manfaat utama dari perawatan tersebut. Penerapan *skincare* secara konsisten tidak hanya berperan dalam memelihara kondisi kulit, tetapi juga efektif dalam mencegah maupun menangani berbagai masalah wajah, seperti timbulnya jerawat, kulit yang tampak suram, kekeringan, atau gejala penuaan dini berupa garis-garis tipis dan kerutan (Saniyyah, 2025:2). Oleh karena itu, tidak heran jika konsumen lebih memilih TikTok sebagai sumber informasi sebelum membeli produk *skincare*.

Sosok dokter yang tengah viral yang memanfaatkan TikTok sebagai media edukasi *skincare* adalah Dokter Detektif, yang lebih dikenal dengan nama Doktif. Doktif berprofesi sebagai dokter kecantikan sekaligus tokoh publik yang aktif di media sosial, terutama pada platform TikTok. Akun TikTok milik Doktif yang sering digunakan untuk memproduksi konten

adalah *@dokterdetektif*. Dokter Detektif dikenal sebagai edukator yang berfokus pada produk perawatan kulit (*skincare*) (Hanifah, 2025:219). Konten Doktif disukai oleh masyarakat karena edukasi *skincare* disampaikan dengan sangat terbuka dan jujur setiap saat memberikan ulasan pada produk-produk *skincare* yang mengandung bahan berbahaya dan klaim berlebihan (*overclaim*) sehingga membantu memudahkan masyarakat untuk memilih produk perawatan kulit yang sesuai dan aman (Tanjung, 2025:501).

Pemanfaatan TikTok sebagai media edukasi *skincare*, menunjukkan bahwa TikTok dapat dimanfaatkan sebagai edukasi kesehatan yang efektif dengan konten yang disampaikan secara menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat. Pendapat ini sejalan dengan yang disampaikan Yudistira et al., n.d. dalam (Saputra & Rakhmawati, 2025:3). TikTok sebagai media edukasi kesehatan dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga kesehatan.

Dokter Detektif yang dikenal dengan kontennya yang informatif dan kredibel dengan memperhatikan gaya komunikasi yang dipakainya. Dalam berinteraksi gaya komunikasi merupakan hal yang tidak dapat dihindari, setiap orang memiliki cara tersendiri dalam berkomunikasi yang biasanya disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi. Kehadiran Dokter Detektif di TikTok menjadi hal yang menarik perhatian publik karena sikapnya yang tegas dan pendiriannya untuk menyelamatkan konsumen dari produk berbahaya.

Keunikan konten Doktif terletak pada gaya komunikasinya yang

terbuka dan mengedukasi, yang juga menyisipkan nilai-nilai keislaman didalam kontennya, seperti prinsip amar ma'ruf nahi munkar (menyuruh kebaikan dan mencegah kemunkaran), di mana Doktif tidak hanya memperingatkan produk berbahaya, tetapi juga merekomendasikan alternatif halal dan aman. Selain itu dalam konten Doktif sering kali menyisipkan pesan-pesan yang selaras dengan nilai keislaman, seperti memberi motivasi, nasihat, dan peringatan kepada audiens agar selalu berhati-hati dan bersikap jujur. Nilai-nilai keislaman yang terintegrasi dalam konten *review skincare* Doktif merupakan contoh bagaimana nilai-nilai agama dapat disampaikan secara kreatif di era digital. Strategi komunikasi yang berbasis sains dan menyentuh aspek nilai seperti ini sangat potensial untuk menjangkau generasi muda.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bermaksud untuk menganalisis gaya komunikasi Norton yang digunakan Dokter Detektif dalam konten *review skincare* di TikTok. Fokus penelitian tertuju pada bagaimana gaya komunikasi dan nilai-nilai keislaman yang tercermin dalam konten Doktif, khususnya dalam mereview produk perawatan kulit. Penelitian ini berjudul Analisis Gaya Komunikasi Norton dalam Konten *Review Skincare* pada Akun Tiktok @dokterdetektif..

B. Identifikasi Masalah

1. Kurangnya penelitian tentang gaya komunikasi Norton dalam konteks media sosial, khususnya di akun Tiktok yang digunakan oleh Dokter Detektif.

2. Mengkaji Nilai-nilai keislaman yang terkandung dalam konten review *skincare* Dokter Detektif sebagai bentuk dakwah digital.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi Masalah yang telah disampaikan, Peneliti membatasi masalah dalam penelitian yang hanya fokus pada platform Tiktok Dokter Detektif yang berisi konten *review skincare*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas maka peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya komunikasi Norton yang diterapkan oleh Dokter Detektif dalam konten *review skincare* di TikTok ?
2. Bagaimana nilai-nilai keislaman Dokter Detektif dalam konten
3. *review skincare* di Tiktok?

E. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang masalah dan rumusan masalah yang penulis sampaikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui gaya komunikasi Norton yang diterapkan oleh Dokter Detektif dalam konten *review skincare* di TikTok
2. Mengetahui nilai keislaman Dokter Detektif dalam konten *review skincare* di Tiktok

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dirumuskan, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi program studi, sebagai bahan rujukan/bacaan bagi mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam
- b. Bagi peneliti lain dapat digunakan sebagai referensi atau kajian analisis yang ingin mengembangkan lebih lanjut penelitian ini

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian dapat dijadikan panduan bagi dokter dan profesional kesehatan lainnya dalam merancang konten edukatif yang menarik dan informatif di TikTok.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya perawatan kulit dan penggunaan produk yang aman.