

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi framing yang digunakan akun TikTok @dokter\_ika dalam menyampaikan pesan edukasi mengenai bahaya skincare non-BPOM yang tidak aman untuk kesehatan kulit. Melalui analisis terhadap tiga video yang dipilih berdasarkan jumlah penayangan tertinggi, ditemukan bahwa strategi framing yang digunakan oleh Dr. Ika bersifat konsisten dan membentuk pola komunikasi yang efektif serta menarik perhatian audiens.

Strategi tersebut ditunjukkan melalui penggunaan *framing devices* seperti metaphors, yaitu istilah khas “Merkuncrit” yang diciptakan sebagai simbol atau bahasa kiasan untuk menyebut kandungan merkuri berbahaya. Istilah ini tidak hanya muncul dalam verbal, tetapi juga dalam caption, menjadi identitas khas yang mudah diingat dan memicu kewaspadaan audiens. Kemudian, pada elemen catchphrase, ditemukan bahwa tagar seperti #goodbyemerkuncrit, #serunyabelajar, dan #belajarbersamadrika digunakan secara berulang untuk memperkuat citra edukatif yang ringan namun bermakna. Dalam aspek exemplar, Dr. Ika secara langsung menunjukkan nama merek dan bentuk fisik produk yang dicurigai

mengandung bahan berbahaya, sebagai bentuk penyajian fakta yang konkret. Sementara depiction ditampilkan melalui ekspresi wajah, intonasi suara, dan gestur tubuh yang menunjukkan kekhawatiran dan ketidaksetujuan, sehingga memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Di sisi lain, visual image dimanfaatkan dalam bentuk gambar ilustratif seperti unsur kimia merkuri pada salah satu video, dan bentuk produk secara langsung di video lainnya, memberikan konteks visual yang mendukung narasi. Dari segi reasoning devices, ditemukan bahwa Dr. Ika menggunakan root appeals to principle, yaitu dengan menyampaikan nilai-nilai moral mengenai pentingnya kehati-hatian dan tanggung jawab konsumen dalam memilih produk. Sedangkan consequence selalu muncul sebagai bagian akhir video untuk mempertegas risiko nyata, seperti kerusakan kulit hingga ancaman kesehatan jangka panjang akibat penggunaan produk ilegal.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten TikTok @dokter\_ika memadukan kreativitas, gaya bahasa khas, penyajian visual, serta nilai-nilai moral sebagai satu kesatuan strategi framing untuk menyampaikan pesan edukatif secara efektif, menyenangkan, dan membumi. Hal ini menjadikan akun tersebut sebagai salah satu referensi digital yang kredibel dalam kampanye kesadaran terhadap bahaya skincare non-BPOM di kalangan masyarakat, khususnya pengguna media sosial.

## 5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar Dr. Ika dan para kreator konten edukasi kesehatan lainnya terus mempertahankan konsistensi dalam menghadirkan informasi yang jelas, lugas, dan mudah dipahami oleh audiens luas, terutama generasi muda pengguna media sosial. Penggunaan bahasa khas seperti istilah “Merkuncrit” terbukti efektif membangun daya ingat audiens, sehingga pendekatan serupa dapat dipertahankan sekaligus dikembangkan dengan inovasi baru agar pesan edukasi tidak monoton.

Selain itu, perlu dilakukan variasi dalam bentuk visual, seperti infografis atau video pendek yang menunjukkan dampak nyata penggunaan produk ilegal, untuk semakin memperkuat bukti dan meningkatkan kesadaran. Para kreator juga diharapkan semakin aktif bekerja sama dengan lembaga resmi seperti BPOM atau organisasi profesi kesehatan agar kredibilitas konten semakin kuat dan tidak diragukan.

Terakhir, penting pula untuk mempertimbangkan pembuatan seri konten edukasi yang lebih mendalam, sehingga audiens tidak hanya mendapatkan pengetahuan dasar, tetapi juga memahami secara komprehensif risiko, cara verifikasi produk, dan langkah konkret dalam melindungi kesehatan kulit. Dengan upaya yang berkelanjutan dan strategi komunikasi yang tepat, konten edukasi kesehatan di media sosial dapat

menjadi referensi terpercaya dan mendorong perilaku konsumen yang lebih kritis serta bertanggung jawab.