

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan permasalahan-permasalahan atau kesenjangan yang terjadi sehingga menjadi latar belakang penelitian. Berdasarkan permasalahan tersebut, dirumuskan pertanyaan penelitian umum dan khusus yang memiliki tujuan dan manfaat untuk mengetahui jawaban dari permasalahan yang terjadi.

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan adanya hubungan sosial antara satu dengan yang lain untuk melakukan kegiatan keseharian seperti interaksi dan komunikasi. Adanya interaksi dan komunikasi yang terjadi dapat menghasilkan sebuah informasi yang bisa saja bermanfaat bagi kehidupan, sehingga dapat disebarluaskan kembali. Kegiatan interaksi dan komunikasi yang terjadi di masyarakat dapat terjadi di mana saja dan kapan saja, baik secara langsung dan tidak langsung. Interaksi sosial dapat dikatakan sebagai upaya dalam menjalin hubungan secara langsung (tatap muka) antarindividu/kelompok dalam hal berkomunikasi dan melakukan tindakan sosial (Witarsa dkk., 2018), sedangkan interaksi sosial secara tidak langsung (tatap maya) dapat dilakukan melalui perantara media yang digunakan untuk memudahkan dalam berinteraksi dan berkomunikasi.

Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) yang kian pesat berpengaruh pada munculnya media *online* yang memberikan efektivitas dan efisiensi dalam berinteraksi dan mengetahui dunia luar dalam sebuah jaringan internet (Arsanti & Setiana, 2020). Adanya media *online* berpengaruh pula terhadap cara penyampaian informasi di lingkungan masyarakat, cara mengonsumsi informasi (Juditha, 2018), serta mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan informasi. Namun, hal tersebut tidak selalu berdampak baik, karena tidak semua masyarakat memiliki kemampuan mengolah informasi yang baik, sehingga berbagai informasi baik yang benar maupun tidak benar/palsu akan diterima secara mentah/kasar tanpa adanya pemeriksaan lebih lanjut.

Informasi palsu atau biasa disebut hoaks merupakan informasi keliru yang bertujuan memengaruhi pembaca agar bertindak sesuai dengan informasi tersebut, sehingga dapat membahayakan masyarakat karena berdampak pada penyimpangan persepsi masyarakat (Afriza & Adisantoso, 2018). Adapun definisi hoaks menurut Juditha (2018) adalah informasi yang bersifat belum pasti, atau informasi yang disampaikan tidak berdasarkan data dan fakta yang ada. Menurut Agustina (2017) di dalam informasi hoaks terdapat virus *Logical Fallacies* yang mampu memengaruhi pendapat, pikiran, dan keputusan pembaca untuk menebar fitnah dan kebencian.

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan “*We Are Social*” dalam Puspitarini & Nuraeni (2019) menyatakan bahwa media sosial yang saat ini banyak diminati di Indonesia terdiri dari *Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter*. Menurut Rachman & Pramana (2020) *Twitter* merupakan media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, yakni sebanyak 52 persen dari jumlah keseluruhan pengguna media sosial di Indonesia, dan sudah banyak yang menggunakan media sosial tersebut sejak pertama muncul di Indonesia pada tahun 2009 (Pramadyanto, 2022). Salah satu informasi yang dapat ditemukan di *Twitter* adalah Tren Kecantikan di Indonesia mencakup *skincare* dan *make up* yang sudah terjadi sejak tahun 2020 dan diperkirakan akan terus berkembang (Nandasari & Suyanto, 2021). Sebagian besar pengguna *Twitter* adalah remaja (Nurhadi, 2017) yang memiliki motif dan karakter berbeda dalam mencari informasi. Menurut Shidiq & Raharjo (2018) remaja selalu melakukan eksplorasi tentang pengetahuan atau informasi di lingkungan sekitarnya, sedangkan menurut Terttiaavini & Saputra (2022) remaja seringkali terpengaruh untuk melakukan suatu hal tanpa memikirkan risiko yang akan dihadapi. Dengan demikian, remaja akan mudah percaya dengan segala informasi yang didapatkan, bahkan informasi hoaks sekalipun.

Contoh kasus kerusakan kulit wajah yang terjadi pada remaja di bawah ini merupakan salah satu dampak dari kebiasaan remaja yang seringkali melakukan suatu hal tanpa memikirkan risiko yang dihadapi:

- 1) Pengelupasan kulit wajah pada beberapa mahasiswi STIKes Persada Husada Indonesia akibat penggunaan kosmetik krim pemutih (Herlina & Vestabilivy, 2019).
- 2) *Hiperpigmentasi* (noda hitam) yang timbul pada wajah diakibatkan kesalahan dalam merawat kulit wajah, serta kesalahan dalam menggunakan kosmetik (Pangaribuan, 2017).
- 3) Iritasi dan kemerahan pada tipe kulit wajah kering akibat penggunaan *skincare* dengan bahan aktif AHA BHA (Purnata, n.d.).
- 4) Kulit wajah menjadi berjerawat akibat sembarangan menggunakan *skincare* karena kurangnya pengetahuan mengenai produk yang digunakan (Wijaya et al., 2021).
- 5) Munculnya rasa gatal pada permukaan kulit wajah akibat penggunaan kosmetik dengan bahan aktif Asam Dehidroasetat berlebih (Sukma & Fajri, 2019).

Berdasarkan uraian contoh kasus di atas, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan terhadap kosmetik dan penggunaannya memiliki peran penting dalam keberhasilan menggunakan kosmetik tersebut. Para *beauty enthusiast* atau orang-orang yang memiliki minat dan kemampuan pada bidang kosmetik, memiliki peran penting dalam meminimalisir terjadinya kasus-kasus lain seperti yang tersebut di atas dengan mulai menuliskan ulasan produk kecantikan di media sosial *Twitter*.

Sayidah Fatimah Ayuma Al Zahra yang selanjutnya disebut sebagai Kak Yuma yang mulai menulis ulasan di *Twitter* dengan akun *@sukaskincarean* pada tahun 2019. Jenis tulisan yang dibuat oleh kak Yuma berupa ulasan produk *skincare* yang pada awalnya hanya memberikan ulasan singkat pada akun *autobase* “*beautymenfess*”, kemudian ia berpikir untuk membuat ulasan sendiri melalui akun *Twitter* pribadi berupa bentuk tulisan yang dikemas secara detail dan terorganisir atau yang biasa disebut dengan *thread*.

Mulanya niat Kak Yuma membuat akun *@sukaskincarean* ini hanya ingin berbagi informasi kepada sesama *reviewer* lain mengenai produk *skincare*, juga menambah pengetahuannya dengan cara menonton konten pada akun *YouTube*

“Female Daily”. Selain itu, karena belum banyak yang menulis tentang ulasan produk *skincare*, Kak Yuma lebih mematangkan lagi niatnya untuk membuat konten *review* dengan harapan agar pengguna *Twitter* memiliki referensi bacaan mengenai *review* produk *skincare*. Tujuan utama pembuatan akun tersebut adalah untuk memberikan ulasan dengan berbagai sudut pandang, yakni membantu pengguna *Twitter* terutama yang memiliki ketertarikan pada produk *skincare* untuk mengetahui lebih jauh mengenai hal-hal yang tidak banyak diketahui di dunia *skincare*, salah satu contohnya adalah mengenai ekspektasi penggunaan *skincare* terhadap jangka waktu reaksi penggunaan produk *skincare* bahwa semuanya membutuhkan proses dan setiap kulit itu berbeda-beda.

Kegiatan menulis ulasan produk memerlukan kemampuan untuk mengetahui kebutuhan pembaca sehingga dapat memenuhi tujuan utama dari penelitian ulasan itu sendiri, yang dalam hal ini Kak Yuma menyesuaikan antara produk yang diulas berdasarkan *audience* yang terdiri dari:

- a. Berdasarkan usia, konten *review* yang biasanya ditulis berupa rekomendasi *skincare* yang digunakan untuk usia tertentu sehingga tidak terjadi iritasi akibat ketidakcocokan pada produk.
- b. Berdasarkan permasalahan kulit, ulasan yang dibuat untuk permasalahan ini biasanya lebih spesifik seperti memberikan rekomendasi dan *review* produk untuk membantu mengurangi kemerahan pada wajah, dan produk khusus perawatan wajah berjerawat.
- c. Berdasarkan *budget*, biasanya ulasan produk *skincare* yang diberikan akan disesuaikan dengan harga produk yang dibutuhkan, contohnya seperti anak sekolah yang membutuhkan rekomendasi produk *skincare* dengan harga di bawah seratus ribu rupiah.

Penelitian informasi yang dilakukan melalui *Twitter* memerlukan keterampilan dalam penggunaan kosakata yang informatif agar masyarakat tertarik untuk membacanya. Sama halnya dengan Kak Yuma yang menulis secara alamiah dan realistis untuk menarik minat dan kepercayaan pembaca, dimulai dari kalimat yang *relatable* dengan *audience* seperti berikut ini:

- a. Menanyakan permasalahan kulit wajah yang sedang dialami oleh *audience*, kemudian mengarahkan untuk membaca *review* dan rekomendasi produk yang akan dan/atau telah dibuat.
- b. Menyisipkan foto berupa bukti nyata atas perubahan sebelum dan sesudah penggunaan produk *skincare*.
- c. Membuat konten berdasarkan keresahan yang seringkali dialami oleh masyarakat, seperti aturan dalam penggunaan bahan aktif *skincare* agar tidak terjadi iritasi.

Seiring dengan meningkatnya jumlah penggunaan media sosial di Indonesia, pengguna *Twitter* pada tahun 2019 pun sudah mencapai 6,43 juta pengguna (Azmi dkk., 2021) yang memungkinkan semakin banyaknya pengguna *Twitter* lain yang mulai menulis mengenai ulasan produk *skincare*. Hal yang dilakukan Kak Yuma agar tulisannya mengenai ulasan produk *skincare* tetap menjadi referensi bagi pengguna *Twitter* adalah menciptakan *self-branding* atau kekhasan baik dalam penggunaan bahasa ataupun penelitian yang akan lebih mudah dipahami oleh pengguna lain dalam ruang lingkup *skincare reviewer*.

Kegiatan menulis *review* produk *skincare* yang dilakukan oleh kak Yuma sebagai *influencer* atau KOL (*Key Opinion Leader*) yang mampu memengaruhi *audience* dalam berpikir dan mengambil keputusan (Agustina, 2017) merupakan upaya preventif dalam pencegahan hoaks dalam penggunaan produk *skincare* oleh remaja. Karakteristik remaja yang cenderung labil dan belum memiliki emosional yang stabil (Tangdilintin, 2019) dapat memengaruhi perilaku kesehariannya, salah satunya adalah rasa ingin tahu yang lebih besar terhadap suatu hal. Berdasarkan pengalaman dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, perilaku remaja yang ingin mencoba hal baru di media sosial *Twitter* terjadi pada tren penggunaan *skincare* di mana remaja yang belum memiliki pengetahuan mengenai hal tersebut seringkali memilih dan menggunakan *skincare* berdasarkan eksistensinya di kalangan pengguna *Twitter*. Menurut Ekaputri dkk. (2020) keterampilan literasi informasi merupakan hal penting dalam penggunaan produk kecantikan karena

berpengaruh pada efektivitas dan efisiensi penggunaan produk kecantikan tersebut. Ia pun melakukan penelitian dengan hasil yang menunjukkan bahwa para responden dapat terhindar dari informasi palsu atau misinformasi mengenai penggunaan produk kecantikan, dan kesalahan dalam penggunaan produk kecantikan, karena membaca dari sumber informasi yang kredibel seperti *Female Daily Network* sehingga dapat membantu mengatasi permasalahan pada kulit seperti jerawat dan lain-lain.

Berdasarkan pemaparan di atas, serta pengalaman pribadi peneliti sebagai pembaca ulasan produk *skincare*, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Urgensi Membaca Ulasan Produk *Skincare* dalam Menentukan Keputusan Remaja Menggunakan Produk *Skincare*”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Setelah menguraikan latar belakang penelitian, telah didapatkan pertanyaan penelitian umum dan pertanyaan penelitian khusus seperti berikut ini:

1.2.1 Pertanyaan Penelitian Umum

Bagaimana urgensi membaca ulasan produk *skincare* dalam menentukan keputusan remaja menggunakan produk *skincare*?

1.2.2 Pertanyaan Penelitian Khusus

1. Bagaimana remaja menentukan jenis informasi yang akan dicari berdasarkan permasalahan yang dialami?
2. Bagaimana remaja melakukan pencarian informasi yang dibutuhkan berdasarkan permasalahan yang dialami?
3. Bagaimana remaja menentukan sumber referensi bacaan yang akan digunakan agar relevan dengan informasi yang dibutuhkan?
4. Bagaimana remaja menggunakan informasi tersebut sehingga dapat mengatasi permasalahan yang dialami?
5. Bagaimana cara mengetahui bahwa informasi yang didapatkan mampu memberikan manfaat bagi diri sendiri dan orang lain?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian Umum

Penelitian ini memiliki tujuan umum untuk mengetahui urgensi membaca ulasan produk *skincare* dalam menentukan keputusan remaja menggunakan produk *skincare*.

1.3.2 Tujuan Penelitian Khusus

1. Mengetahui jenis informasi yang akan dicari berdasarkan permasalahan yang dialami oleh remaja.
2. Memahami pencarian informasi yang dilakukan berdasarkan permasalahan yang dialami oleh remaja.
3. Menganalisis sumber referensi bacaan yang digunakan agar relevan dengan informasi yang dibutuhkan oleh remaja.
4. Mengevaluasi cara remaja menggunakan informasi agar dapat mengatasi permasalahan yang dialami.
5. Mendiseminasi kebermanfaatan atas informasi yang didapatkan, baik bagi diri sendiri maupun bagi orang lain

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, diharapkan mampu memberikan manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan dukungan secara tidak langsung kepada para penulis ulasan produk *skincare* atas ulasan yang telah dibuat pada media sosial *Twitter*, serta meningkatkan *awareness* pada masyarakat khususnya remaja mengenai penggunaan produk *skincare* sebagai upaya menjaga dan merawat kesehatan kulit wajah.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi jembatan dalam mengembangkan wawasan dan meningkatkan kemampuan serta pengalaman dalam melakukan

penelitian pada bidang keilmuan Perpustakaan dan Sains Informasi khususnya pada pemahaman literasi informasi kesehatan.

2. Bagi Pemilik Akun *Twitter @sukaskincarean*

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi motivasi dan evaluasi dalam membuat ulasan produk *skincare* agar menjaga konsistensi dan eksistensi sehingga dapat selalu memberikan kebermanfaatan bagi para *followers*.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai referensi bacaan, serta menjadi inspirasi dalam melakukan penelitian mengenai bidang serupa yang dilengkapi dengan pengembangan lain.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Susunan struktur organisasi skripsi pada penelitian ini terdiri dari lima bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, pada bab ini dibahas tentang latar belakang penelitian mengenai urgensi membaca ulasan produk *skincare* dalam menentukan keputusan remaja menggunakan produk *skincare*, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan struktur organisasi penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, bab ini menguraikan landasan teori yang digunakan untuk mendukung penelitian, seperti adanya sub bab penelitian terdahulu yang topiknya relevan dengan penelitian ini yaitu literasi informasi kesehatan dan penggunaan *skincare*. Adapun subbab kerangka konseptual yang disusun untuk mempermudah dalam memahami penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN, selain menjelaskan metode penelitian yang digunakan, bab ini pun mencakup beberapa subbab seperti desain penelitian, partisipan dan tempat penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan, teknik pemeriksaan keabsahan data, dan isu etik dalam penelitian.

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN, pada bab ini dijelaskan tentang temuan penelitian di lapangan berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data. Hasil penelitian didasari teori yang diuraikan pada BAB II dan merupakan

jawaban dari pertanyaan penelitian yang sebelumnya telah disusun pada BAB I.

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI, pada bab ini dijelaskan tentang simpulan dan hasil penelitian, implikasi, dan memberikan rekomendasi kepada pihak yang bersangkutan dengan penelitian ini berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan.