

ABSTRAK

Fenonema “*Skincare Overclaim*” menjadi sorotan di tengah maraknya kekhawatiran masyarakat lantaran banyaknya peredaran produk perawatan kulit yang melakukan pemasaran berlebihan. Terkait fenomena ini, seorang *influencer* mengkritisi sejumlah produk *skincare* yang *overclaim* melalui akun TikTok @dokterdetektif. Penelitian ini akan mengkaji resepsi audiens terhadap kritik produk *skincare overclaim* di akun TikTok @dokterdetektif dengan tujuan utama untuk menganalisis faktor-faktor yang melatarbelakangi audiens dalam mengambil posisi resepsi Dominan-Hegemonik, Negosiasi, atau Oposisi, sejalan dengan Teori Resepsi Stuart Hall. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dengan lima pengguna aktif TikTok yang mengikuti konten @dokterdetektif. Analisis Tematik digunakan untuk mengidentifikasi dan menginterpretasi pola-pola dalam respons audiens, dengan keabsahan data ditingkatkan melalui triangulasi metode dan sumber. Temuan kunci mengungkapkan proses resepsi yang kompleks, di mana audiens jarang mengambil satu posisi tunggal yang kaku. Faktor-faktor seperti persepsi kredibilitas Dokter Detektif (yang bersumber dari penggunaan bukti uji laboratorium, latar belakang medis, dan persona unik), skeptisisme audiens terhadap potensi bias dan agenda tersembunyi, evaluasi terhadap gaya komunikasi konfrontatifnya, serta peran signifikan pengalaman pribadi dan subjektivitas *skincare* ("cocok-cocokan") terbukti krusial dalam membentuk resepsi. Lebih lanjut, dinamika platform TikTok (pengaruh algoritma, diskursus publik) dan persepsi terhadap respons industri juga turut mempengaruhi interpretasi audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa audiens secara aktif mendekode dan menegosiasikan makna, dengan posisi resepsi yang bersifat cair dan dipengaruhi oleh interaksi berbagai faktor tekstual, personal, dan kontekstual. Riset ini berkontribusi pada pemahaman keterlibatan audiens dengan konten kritis dari *influencer* dalam lanskap media digital kontemporer, terutama yang berkaitan dengan informasi konsumen berbasis klaim ilmiah.

Kata Kunci: *Influencer*, Kritik, Resepsi Audiens, *Skincare Overclaim*, TikTok