



Analisis Wacana Edukasi Dan Kontroversi Dalam Konten Tiktok Dr. Richard Lee: Kajian Dengan Model Awk Van Dijk

Sarma Panggabean¹, Desi Natalia Br Ginting², Yuly Arta Tarihoran³, Novia Satna Br Ginting⁴, Ardina Therecia Sitepu⁵

¹⁻⁵Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia

desi.nataliabrginting@student.uhn.ac.id yuly.artamagdalenatarihoran@student.uhn.ac.id,

novia.satnabrginting@student.uhn.ac.id, ardina.sitepu@student.uhn.ac.id

Alamat: Jl. Sutomo No. 4A, Medan, Sumatera Utara, 20234, Indonesia

Korespondensi penulis: sarmapanggabean@uhn.ac.id

Abstract. The development of social media has made TikTok an important space for shaping public opinion, disseminating information, and practicing digital education. One public figure who actively uses this platform is Dr. Richard Lee, a cosmetic doctor known for his educational content and criticism of illegal skincare products. His assertive, forthright, and straightforward communication style often causes controversy while strengthening his image as an honest and courageous doctor. This study aims to analyze how educational discourse and controversy are constructed in Dr. Richard Lee's TikTok content using Teun A. van Dijk's Critical Discourse Analysis (CDA) model. The study was conducted by analyzing the text structure, social cognition, and social context of a number of relevant TikTok videos. The results show that educational discourse is constructed through the affirmation of scientific values, the use of evidence, and an informative style of language, while controversial discourse emerges through sharp criticism, the use of emotional diction, and expressions of rejection of cosmetic industry practices that are considered harmful to society. In addition, the discourse of authenticity is also evident through claims of impartiality and transparency in every product review. Overall, this discourse shows that language in social media functions as a means of education, resistance, and self-image formation.

Keywords: Discourse analysis, Dr. Richard Lee, TikTok, AWK van Dijk.

Abstrak. Perkembangan media sosial telah menjadikan TikTok sebagai ruang penting dalam pembentukan opini publik, penyebaran informasi, dan praktik edukasi digital. Salah satu figur publik yang aktif menggunakan platform ini adalah dr. Richard Lee, seorang dokter kecantikan yang dikenal karena konten edukatif dan kritiknya terhadap produk skincare ilegal. Gaya komunikasinya yang tegas, frontal, dan lugas kerap menimbulkan kontroversi sekaligus memperkuat citra diri sebagai dokter yang jujur dan berani. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana wacana edukasi dan kontroversi dikonstruksi dalam konten TikTok dr. Richard Lee menggunakan model Analisis Wacana Kritis (AWK) Teun A. van Dijk. Kajian dilakukan dengan menganalisis struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial dari sejumlah video TikTok yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wacana edukatif dibangun melalui penegasan nilai ilmiah, penggunaan bukti, dan gaya bahasa informatif; sementara wacana kontroversial muncul melalui kritik tajam, penggunaan diksi emosional, serta ekspresi penolakan terhadap praktik industri kosmetik yang dianggap merugikan masyarakat. Selain itu, wacana autentisitas juga terlihat melalui klaim ketidakberpihakan dan transparansi dalam setiap ulasan produk. Keseluruhan wacana tersebut memperlihatkan bahwa bahasa dalam media sosial berfungsi sebagai sarana edukasi, resistensi, dan pembentukan citra diri.

Kata kunci: Analisis wacana, dr. Richard Lee, TikTok, AWK van Dijk.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan media sosial telah menghadirkan perubahan signifikan dalam penyampaian informasi dan pembentukan opini publik. TikTok sebagai platform berbasis video pendek, menjadi salah satu media yang paling dominan karena kemampuannya menyebarkan konten secara cepat, mudah dipahami, dan mampu menjangkau audiens luas. Menurut Zappavigna (2022), media sosial seperti TikTok tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga ruang produksi makna dan representasi diri, di mana pengguna dapat

membangun identitas dan memengaruhi persepsi publik melalui bahasa digital. Dalam konteks ini, konten edukasi dan kritik sosial yang muncul di TikTok memiliki potensi besar membentuk pengetahuan masyarakat, termasuk dalam isu kesehatan dan kecantikan.

Salah satu figur publik yang aktif menggunakan TikTok sebagai media edukasi adalah dr. Richard Lee. Ia dikenal sebagai dokter kecantikan yang berani mengkritisi produk skincare ilegal, memberikan penjelasan ilmiah mengenai kesehatan kulit, serta mengungkap praktik industri kosmetik yang dianggap merugikan konsumen. Gaya bahasa yang digunakan dr. Richard Lee yang tegas, lugas, dan terkadang emosional sering kali menimbulkan kontroversi. Kontennya tidak hanya berisi informasi kesehatan yang sifatnya edukatif, tetapi juga mengandung ekspresi resistensi terhadap praktik komersial yang dianggap tidak etis. Fenomena ini menunjukkan bahwa konten dr. Richard Lee merupakan praktik wacana yang tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membangun citra diri serta menunjukkan posisi ideologis tertentu.

Untuk memahami bagaimana wacana edukasi dan kontroversi tersebut dikonstruksi, penelitian ini menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis (AWK). Menurut Fairclough (1995), AWK memandang bahasa sebagai praktik sosial yang berhubungan erat dengan kekuasaan, ideologi, dan struktur sosial. Bahasa bukan sekadar alat komunikasi, tetapi sarana membentuk realitas dan mempengaruhi cara individu memahami suatu isu. Wodak dan Meyer (2020) juga menekankan bahwa AWK bertujuan mengungkap bagaimana bahasa digunakan untuk mempertahankan atau menantang kekuasaan, terutama dalam konteks sosial yang kompleks seperti media digital.

Model AWK yang dikembangkan Teun A. van Dijk sangat relevan digunakan dalam penelitian ini karena memberikan kerangka analisis yang komprehensif. Van Dijk (2009; 2015) menjelaskan bahwa wacana harus ditinjau dari tiga aspek utama yang saling berkaitan, yaitu struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Dalam konten TikTok dr. Richard Lee, struktur teks terlihat melalui pilihan diksi yang tegas, gaya penjelasan ilmiah, serta penggunaan bukti laboratorium. Kognisi sosial tercermin dari latar belakangnya sebagai dokter yang memiliki pengetahuan medis dan nilai moral untuk melindungi masyarakat dari bahaya skincare ilegal. Sementara itu, konteks sosialnya terkait dengan maraknya produk kecantikan berbahaya, rendahnya literasi kesehatan masyarakat, serta kuatnya budaya digital yang dipengaruhi tren viral dan promosi kosmetik.

Dengan menggabungkan konsep-konsep para ahli tersebut, penelitian ini menjadi relevan untuk menggambarkan bagaimana konten TikTok dapat menjadi sarana edukasi sekaligus ruang lahirnya kontroversi. Analisis terhadap konten dr. Richard Lee

menunjukkan bahwa bahasa dalam media sosial berfungsi tidak hanya sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai strategi membangun citra diri, mengungkap resistensi, dan menyampaikan kritik terhadap praktik industri kecantikan. Oleh karena itu, memahami wacana yang dibangun dr. Richard Lee melalui pendekatan AWK van Dijk memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana bahasa, ideologi, dan media sosial saling berinteraksi dalam membentuk pemahaman masyarakat di era digital.

2. KAJIAN TEORITIS

Kajian teoretis dalam penelitian ini didasarkan pada pemahaman bahwa bahasa merupakan praktik sosial yang memiliki hubungan erat dengan kekuasaan, ideologi, dan proses pembentukan makna di masyarakat. Dalam pandangan Fairclough (1995; 2020), Analisis Wacana Kritis (AWK) berupaya mengungkap bagaimana bahasa beroperasi untuk mempertahankan atau menantang struktur kekuasaan yang ada, serta bagaimana pilihan bahasa mencerminkan posisi sosial penuturnya.

Bahasa tidak hanya dipahami sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan makna dan konstruksi identitas. Oleh sebab itu, wacana dalam media sosial seperti TikTok memiliki peran penting dalam membentuk persepsi, opini, dan pengetahuan publik. Dalam kerangka AWK, model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Teun A. van Dijk, yang menekankan bahwa kajian wacana harus mencakup tiga dimensi utama: struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial.

Menurut van Dijk, struktur teks berkaitan dengan bagaimana pesan disusun melalui pilihan diksi, gaya bahasa, bentuk kalimat, penekanan makna, dan strategi retorik tertentu. Melalui struktur bahasa, penutur dapat menunjukkan posisi ideologis dan tujuan komunikasinya. Dalam konteks konten TikTok dr. Richard Lee, struktur teks terlihat dari penggunaan bahasa tegas, pernyataan ilmiah, serta penekanan pada aspek bahaya dan kejujuran dalam mereview suatu produk. Diksi yang kuat, seperti “bohong”, “nipu”, atau “bahaya”, bukan sekadar pilihan linguistik, tetapi strategi wacana yang membangun otoritas sekaligus menandakan resistensi terhadap praktik industri kecantikan yang tidak etis.

Dimensi kedua, yaitu kognisi sosial, berkaitan dengan sistem pengetahuan, keyakinan, nilai moral, dan ideologi yang dimiliki penutur dan mempengaruhi cara ia membentuk pesan. Van Dijk menjelaskan bahwa wacana tidak dapat dipahami sepenuhnya tanpa melihat bagaimana pengetahuan atau pengalaman individu membentuk pola pikirnya dalam berkomunikasi. Dalam konteks penelitian ini, kognisi sosial dr. Richard Lee sebagai seorang dokter kecantikan menjadi landasan utama bagi gaya komunikasi dan wacananya.

Pengetahuannya mengenai komposisi bahan skincare, risiko kesehatan, serta komitmen pada integritas profesional membentuk cara ia mengonstruksi pesan edukatif maupun kritik terhadap produk ilegal. Sikap keterbukaan, keberanian, serta nilai moral untuk melindungi konsumen dari bahaya produk berbahaya menjadi bagian penting dari dimensi kognitif yang memengaruhi wacana yang diciptakannya.

Dimensi ketiga adalah konteks sosial, yaitu situasi sosial, budaya, dan struktur kekuasaan yang melingkupi suatu wacana. Van Dijk menegaskan bahwa wacana tidak dapat dipisahkan dari kondisi sosial yang menjadi latar kemunculannya. Konteks sosial yang melatarbelakangi konten TikTok dr. Richard Lee adalah maraknya produk skincare ilegal, minimnya literasi kesehatan kulit di masyarakat, serta budaya digital yang sering kali lebih terpengaruh oleh tren viral daripada informasi ilmiah. Selain itu, adanya praktik endorsement yang tidak transparan, persaingan industri kosmetik, dan tingginya ketergantungan masyarakat pada konten digital turut memperkuat dinamika wacana yang dibangun. Karena itu, konten edukatif yang disampaikan dr. Richard Lee tidak hanya bersifat informatif, tetapi merupakan bentuk resistensi terhadap praktik tidak etis dalam industri kecantikan, serta usaha untuk menggeser opini publik melalui bahasa yang persuasif dan argumentatif.

Selain teori AWK van Dijk, penelitian ini juga merujuk pada teori wacana digital. Menurut Zappavigna (2022), media sosial merupakan arena representasi diri di mana individu tidak hanya berbagi informasi, tetapi juga menampilkan identitas, membangun kedekatan dengan audiens, dan mengonstruksi citra tertentu melalui bahasa, visual, dan ekspresi emosional. Hal ini tampak jelas dalam konten dr. Richard Lee, yang sering menegaskan bahwa ulasannya tidak bersifat endorse, melainkan berdasarkan pengalaman pribadi dan profesional. Wacana seperti ini digunakan untuk membangun kepercayaan dan citra autentik di mata publik. Penggabungan elemen edukasi, kritik, dan representasi diri menjadi bagian dari strategi komunikasi digital yang membuatnya diterima oleh banyak pengikut, sekaligus menimbulkan perdebatan dalam ruang publik.

Dengan demikian, kajian teoretis ini menegaskan bahwa wacana edukasi, kontroversi, dan representasi diri yang muncul dalam konten TikTok dr. Richard Lee tidak dapat dipisahkan dari hubungan antara bahasa, kognisi, dan konteks sosial sebagaimana dijelaskan dalam teori AWK van Dijk. Pemahaman terhadap ketiga dimensi tersebut memungkinkan penelitian ini menelaah secara lebih mendalam bagaimana bahasa digunakan untuk membangun otoritas profesional, menyampaikan kritik, dan mempengaruhi kesadaran masyarakat dalam ruang digital.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Analisis Wacana Kritis (AWK) model Teun A. van Dijk, khususnya berfokus pada analisis struktur teks. Pendekatan ini dipilih untuk menelaah bagaimana bahasa dalam konten TikTok dr. Richard Lee membentuk wacana edukasi dan kontroversi melalui elemen linguistik yang digunakan. Analisis struktur teks menurut van Dijk mencakup pemeriksaan terhadap pilihan diksi, strategi retorik, bentuk kalimat, pengaturan alur informasi, penekanan makna, serta pola argumentasi yang muncul dalam tuturan. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menelusuri isi pesan, tetapi juga memeriksa bagaimana pesan tersebut disusun untuk memengaruhi pemahaman audiens.

Data penelitian berupa transkrip dari video TikTok dr. Richard Lee yang menyajikan edukasi tentang skincare dan kritik terhadap produk ilegal. Video dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu memilih konten yang paling relevan dengan fokus penelitian, terutama video yang mengandung pernyataan tegas, penjelasan ilmiah, serta kritik terhadap praktik industri kecantikan. Setelah data diunduh dan ditranskrip secara verbatim, teks dianalisis dengan menelaah struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro sebagaimana dijelaskan oleh van Dijk. Struktur makro mencakup tema utama video; superstruktur menelaah susunan argumen seperti pembukaan, penjelasan, dan penegasan; sementara struktur mikro mencakup analisis diksi, kalimat, kohesi, gaya bahasa, dan strategi retorik.

Dalam proses analisis, peneliti mengidentifikasi bagaimana dr. Richard Lee memulai tuturan, bagaimana ia menyusun argumen, serta bagaimana ia menutup penjelasan dengan penegasan. Pola-pola linguistik seperti penggunaan kata kunci “bahaya”, “ilegal”, “uji lab”, “tidak aman”, serta frasa yang bersifat emosional dianalisis untuk melihat bagaimana ia menekankan risiko produk tertentu. Analisis juga memeriksa pola argumentasi klaim, bukti, penegasan, penggunaan pengulangan sebagai strategi retorik, serta kalimat perintah yang menciptakan kesan otoritatif. Semua unsur tersebut dianalisis untuk melihat bagaimana struktur teks membentuk wacana edukatif yang ilmiah sekaligus wacana kontroversial yang tegas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bentuk-bentuk wacana yang digunakan oleh dr. Richard Lee dalam konten TikTok yang membahas edukasi skincare, kritik terhadap produk

kecantikan ilegal, serta strategi representasi diri sebagai figur publik di media sosial. Analisis menggunakan model Analisis Wacana Kritis (AWK) Teun A. van Dijk yang mencakup tiga dimensi utama, yaitu struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Temuan penelitian menunjukkan bahwa wacana yang terbentuk dalam video-video tersebut berpola menjadi tiga kategori besar: wacana edukatif, wacana kontroversial, dan wacana autentisitas/representasi diri.

Berikut ini penjelasan pada ketiga wacana tersebut :

4.1. Wacana Edukatif

a. Wacana Edukatif

Wacana edukatif muncul melalui tuturan-tuturan dr. Richard Lee yang bersifat informatif, logis, dan didasarkan pada pengetahuan medis. Pada dimensi struktur teks, wacana edukatif ditandai penggunaan pernyataan faktual, klaim ilmiah, sampai imbauan moral yang bersifat direktif. Diksi yang digunakan cenderung tegas seperti *“bohong”*, *“berbahaya”*, *“jangan percaya”*, yang menunjukkan posisi penutur sebagai figur otoritatif yang memberikan edukasi.

Pada dimensi kognisi sosial, dr. Richard Lee memosisikan dirinya sebagai seorang profesional medis yang memiliki pengetahuan ilmiah dan tanggung jawab moral untuk mengoreksi informasi menyesatkan. Nilai yang dibawa adalah perlindungan konsumen, kehati-hatian, serta dorongan agar publik memiliki literasi skincare yang baik.

Pada dimensi konteks sosial, wacana edukatif ini berkaitan dengan meningkatnya tren skincare viral, praktik marketing yang manipulatif, serta rendahnya kesadaran publik terhadap risiko produk kecantikan yang tidak teruji. Konten-konten edukatif tersebut berfungsi sebagai bentuk intervensi sosial yang memberikan keseimbangan informasi di tengah dominasi tren viral.

Berikut data nya :

Data 1

Video: “Skincare Viral 3 Hari Bikin Putih” (TikTok, 12 Maret 2024)

Tuturan:

“Kalau ada produk yang bilang bisa bikin wajah putih dalam tiga hari, itu pasti bohong. Jangan percaya sama iklan-iklan kayak gitu.”

1. Struktur Teks

Makro:

Tema besar berupa *peringatan terhadap klaim pemutih instan yang tidak masuk akal*.

Superstruktur:

Klaim → Penyangkalan → Imbauan moral.

Urutan ini umum dalam wacana edukatif.

Mikro:

- Diksi tegas “*pasti bohong*” menunjukkan penolakan total terhadap klaim skincare instan.
- Kalimat imperatif “*jangan percaya*” berfungsi sebagai arahan normatif.

Gaya lugas mendukung efektivitas pesan edukatif di TikTok.

2. Kognisi Sosial

Ujaran ini lahir dari pengetahuan medis dan nilai profesional yang dimiliki dr. Richard Lee. Ia memandang dirinya sebagai pihak yang harus melindungi masyarakat dari praktik komersial menyesatkan.

Kognisi ini mencerminkan ideologi: *anti-penipuan, pro-edukasi, pro-fakta ilmiah*.

3. Konteks Sosial

- Maraknya produk pemutih instan dan promosi kosmetik tidak realistis.
- Rendahnya literasi skincare masyarakat.
- Dominasi tren viral > pengetahuan ilmiah.

Pembahasan

Ujaran ini merupakan contoh *wacana edukatif* yang menggabungkan kekuasaan simbolik dokter (Fairclough, 2020) dan strategi peringatan (van Dijk). Bahasa digunakan untuk mengarahkan pola pikir publik agar lebih kritis terhadap iklan viral.

Data 2

Video: “Edukasi Bahaya Klaim Skincare Viral” (TikTok, 20 Februari 2024)

Tuturan:

“*Banyak orang percaya klaim viral di media sosial tanpa cek fakta. Ini berbahaya untuk kesehatan kulit kalian.*”

1. Struktur Teks

Makro: Bahaya kepercayaan terhadap tren viral tanpa verifikasi.

Superstruktur: Observasi → Peringatan.

Mikro:

- Kata “*berbahaya*” memperkuat urgensi.

Pola deklaratif membuat tuturan terkesan objektif dan informatif.

2. Kognisi Sosial

Tuturan ini menunjukkan pemahaman penutur tentang perilaku masyarakat yang cenderung mengikuti viralitas. Richard memosisikan diri sebagai figur berpengetahuan yang harus meluruskan persepsi publik.

3. Konteks Sosial

- Banyaknya klaim skincare viral tanpa dasar ilmiah.
- Influencer sering memberikan rekomendasi tidak valid.
- Budaya “ikut viral” di TikTok.

4.2. Pembahasan

Wacana ini merupakan bagian dari *ideological discourse* (van Dijk, 2021) di mana penutur ingin membentuk pola pikir kritis masyarakat. Tujuannya memperkuat budaya cek fakta dalam konsumsi konten kecantikan.

1) Wacana Kontroversial

2. Wacana Kontroversial

Wacana kontroversial tampak dalam konten yang membahas produk skincare tertentu, terutama produk yang dicurigai ilegal atau berbahaya. Pada dimensi struktur teks, wacana kontroversial ditandai oleh penggunaan pertanyaan retorik, ekspresi emosional, kritik tajam, serta paduan antara bukti visual dan bukti laboratorium. Diksi seperti “*nipu banget*”, “*jahat banget*”, “*statusnya apa sih?*” memperkuat nuansa kritik dan gugatan moral terhadap produsen.

Pada dimensi kognisi sosial, wacana ini menegaskan sikap ideologis dr. Richard Lee sebagai penentang praktik bisnis kosmetik yang tidak etis. Ia memosisikan dirinya sebagai pembela konsumen, bukan sekadar reviewer produk. Kepercayaan terhadap bukti ilmiah dan nilai kejujuran menjadi dasar pola pikirnya dalam menyampaikan kritik.

Pada dimensi konteks sosial, wacana kontroversial ini lahir dari situasi nyata di Indonesia: maraknya skincare ilegal, lemahnya pengawasan BPOM, serta persaingan bisnis kecantikan yang sangat ketat. Kritik yang disampaikan melalui TikTok kemudian menjadi

bentuk *resistive discourse*, yaitu wacana perlawanan terhadap dominasi industri yang tidak transparan.

Berikut data nya :

Data 3

Video: “Review Skincare Daviena, Cek!” (TikTok, 2024, durasi 0:43)

Tuturan:

“Jadi sebenarnya Daviena ini statusnya apa sih? Skincare BPOM, skincare progress BPOM, atau racikan SPKK?”

1. Struktur Teks

Makro: Kritik terhadap legalitas produk.

Superstruktur: Pertanyaan retorik → pembangunan keraguan publik.

Mikro:

- Penggunaan pertanyaan menggugat.
- Penyebutan status-status BPOM mem-framing seolah produk tidak jelas legalitasnya.

2. Kognisi Sosial

- Kognisi penutur: skincare harus aman dan legal.
- Ia melihat ketidakjelasan legalitas sebagai ancaman bagi konsumen.
- Posisinya sebagai dokter memberikan otoritas untuk mempertanyakan regulasi.

3. Konteks Sosial

- Banyaknya produk ilegal dengan label BPOM palsu.
- Kurangnya kontrol industri kosmetik.
- Konsumen sering tertipu oleh klaim legalitas palsu.

Pembahasan

Tuturan ini merupakan bentuk *resistive discourse*, yaitu wacana perlawanan terhadap ketidaktransparanan industri (Fairclough, 2020). Strategi retorik menggiring publik agar meragukan integritas produk.

Data 4

Video: Durasi 0:17

Tuturan:

“Tapi yang dilihat dari kemasannya ini, polosan banget, cuma ada mereknya aja.”

1. Struktur Teks

Makro: Penilaian kritis terhadap kemasan produk.

Superstruktur: Deskripsi visual → evaluasi.

Mikro:

- Kata “polosan banget” membangun citra negatif.

Strategi membentuk mental model (van Dijk) mengenai kualitas rendah.

2. Kognisi Sosial

Kognisi bahwa produk yang aman biasanya memiliki informasi lengkap pada kemasan.
Kemasan polos = dugaan ketidakresmian.

3. Konteks Sosial

Banyak produk abal-abal memakai kemasan polos untuk menekan biaya.

Pembahasan

Deskripsi visual digunakan sebagai perangkat legitimasi klaim. Wacana ini memperkuat kritik bahwa produk tersebut tidak memenuhi standar.

Data 5

Video: Durasi 0:29

Tuturan:

“Ini nipu banget nih... dan dari hasilnya positif hidrokuinon loh.”

1. Struktur Teks

Makro: Pembuktian bahwa produk berbahaya.

Superstruktur: Ekspresi emosi → bukti lab.

Mikro:

- “Nipu banget” menunjukkan ketegasan moral.

Penyebutan “hidrokuinon” memberi legitimasi ilmiah.

2. Kognisi Sosial

Keyakinan penutur bahwa bahan berbahaya harus diungkap kepada publik.

3. Konteks Sosial

Hidrokuinon sering ditemukan pada produk ilegal dan membahayakan kesehatan.

Pembahasan

Wacana ini menggabungkan afeksi dan bukti ilmiah, menciptakan legitimasi yang kuat untuk menegur produsen.

Data 6

Video: Durasi 0:38

Tuturan:

“Yang paling saya benci... Jahat banget kan?”

1. Struktur Teks

Makro: Pengecaman moral.

Superstruktur: Emosi → ajakan solidaritas.

Mikro:

- Kata “benci”, “jahat banget” sangat afektif.
- Ajakan “kan?” mengundang persetujuan audiens.

2. Kognisi Sosial

Penutur melihat produsen sebagai aktor yang merugikan publik. Ia memiliki nilai moral melindungi konsumen.

3. Konteks Sosial

Banyak produk mengklaim aman untuk ibu hamil padahal tidak ada bukti ilmiah.

Pembahasan

Wacana moralitas digunakan untuk memperkuat posisi sebagai pembela konsumen.

Data 7

Video: Durasi 0:43

Tuturan:

“Saya anggan anak saya pakai ini punya, nggak mau saya.”

1. Struktur Teks

Makro: Penegasan risiko melalui contoh personal.

Superstruktur: Pengalaman pribadi → kesimpulan moral.

Mikro: Ungkapan penolakan keras memperkuat efek emosional.

2. Kognisi Sosial

Keyakinan bahwa standar keamanan tertinggi dinilai dari apakah dokter bersedia memberi produk itu kepada anaknya.

3. Konteks Sosial

Banyak orang memakai skincare tanpa mempertimbangkan risiko jangka panjang.

Pembahasan

Penggunaan contoh personal memperkuat ethos, meningkatkan kepercayaan publik.

2) Wacana Autentisitas dan Representasi Diri

3. Wacana Autentisitas dan Representasi Diri

Wacana ini muncul ketika dr. Richard Lee mempresentasikan dirinya sebagai figur yang jujur, independen, dan dekat dengan audiens. Pada dimensi struktur teks, autentisitas dibangun melalui gaya bertutur yang santai, penggunaan sapaan akrab (“Guys”), klaim “tidak endorse-endorse”, penggunaan bukti visual langsung, serta adegan spontan seperti melakukan *skincare routine* saat berbicara.

Pada dimensi kognisi sosial, dr. Richard Lee percaya bahwa kejujuran, keterbukaan, dan ketiadaan sponsor adalah nilai penting yang harus ditampilkan kepada publik agar ia tetap dipercaya. Autentisitas di sini tidak hanya sebagai proses komunikasi, tetapi juga strategi ideologis dalam membangun citra diri di tengah persaingan influencer.

Pada dimensi konteks sosial, wacana ini merespons kondisi sosial media yang penuh dengan konten berbayar dan endorsement tersembunyi. Publik semakin kritis terhadap reviewer yang tidak transparan. Karena itu, wacana autentisitas yang ditampilkan dr. Richard Lee menjadi strategi penting untuk mempertahankan kredibilitas dan kepercayaan audiens.

Berikut data nya :

Data 8

Tuturan:

“Guys... ini tidak endorse-endorse. Semua aku review sendiri.”

1. Struktur Teks

Makro: Klaim independensi.

Superstruktur: Sapaan → pernyataan non-endorse.

Mikro: Repetisi “tidak endorse” sebagai penegasan ideologis.

2. Kognisi Sosial

Kognisi bahwa publik menghargai kejujuran dan transparansi.

3. Konteks Sosial

Masyarakat mulai tidak percaya reviewer berbayar.

Pembahasan

Wacana autentisitas digunakan untuk membangun kepercayaan dan citra jujur.

Data 9

Tuturan:

“Jujur nih... kalian bisa lihat sendiri hasilnya.”

1. Struktur Teks

Makro: Penegasan kejujuran.

Mikro: “Jujur” dan “lihat sendiri” menunjukkan legitimasi berbasis visual.

2. Kognisi Sosial

Kejujuran sebagai modal penting dalam komunikasi digital.

3. Konteks Sosial

Audiens TikTok lebih terbujuk oleh bukti visual.

Pembahasan

Strategi ini memperkuat citra sebagai reviewer yang objektif.

Data 10

Tuturan:

“Kalian harus pakai... review murni ya, nggak endorse.”

1. Struktur Teks

Makro: Ajakan persuasif.

Mikro: Kontradiksi antara klaim non-endorse dan gaya promosi.

2. Kognisi Sosial

Penggabungan peran sebagai dokter, reviewer, sekaligus influencer.

3. Konteks Sosial

Persaingan konten membuat influencer harus tampil meyakinkan.

Pembahasan

Ini bentuk intertekstualitas wacana pemasaran (Fairclough).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wacana dalam konten TikTok dr. Richard Lee membentuk tiga pola utama, yaitu wacana edukatif, wacana kontroversial, dan wacana autentisitas. Ketiga pola ini terbentuk melalui penggunaan bahasa yang tegas, evaluatif, dan persuasif, serta didukung oleh dimensi kognisi sosial berupa nilai profesionalitas, tanggung jawab moral, dan ideologi perlindungan konsumen. Pada ranah konteks sosial, wacana edukatif muncul sebagai respons terhadap maraknya klaim skincare viral yang menyesatkan, wacana kontroversial hadir dalam kritik terhadap produk ilegal yang tidak transparan, sementara wacana autentisitas digunakan untuk membangun citra diri sebagai figur independen yang dapat dipercaya.

Melalui analisis berdasarkan model AWK Teun A. van Dijk, dapat disimpulkan bahwa bahasa yang digunakan dr. Richard Lee tidak hanya sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga alat untuk membentuk opini publik dan memperkuat identitas profesionalnya di ruang digital. Konten-konten tersebut berfungsi sebagai intervensi sosial yang menyeimbangkan informasi, menegaskan etika medis, dan menciptakan kedekatan dengan audiens melalui strategi komunikasi yang natural, transparan, dan berbasis bukti. Dengan demikian, praktik wacana yang dibangun dr. Richard Lee berkontribusi dalam meningkatkan literasi skincare masyarakat sekaligus mengkritisi dinamika industri kecantikan yang penuh dengan komersialisasi dan ketidakterbukaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan penelitian ini. Terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta semua pihak yang telah berkontribusi dalam pengumpulan data dan

proses analisis. Dukungan dan bantuan dari berbagai pihak sangat berarti sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.

Fairclough, N. (2020). *Language and Power* (3rd ed.). London: Routledge.

Van Dijk, T. A. (2009). *Society and Discourse: How Social Contexts Influence Text and Talk*. Cambridge: Cambridge University Press.

Van Dijk, T. A. (2015). *Critical Discourse Studies: A Sociocognitive Approach*. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of Critical Discourse Studies* (pp. 62–85). London: Sage.

Wodak, R., & Meyer, M. (2020). *Methods of Critical Discourse Studies* (4th ed.). London: Sage.

Zappavigna, M. (2022). *Searchable Talk: Hashtags and Social Media Discourse*. London: Bloomsbury Academic.