

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini semakin berkembang sejak zaman era globalisasi. Di periode tahun 2010 an perkembangan teknologi ini banyak membawa pengaruh negatif dan positif. Salah satu pengaruh positif yang bisa dirasakan salah satunya di dalam proses pertukaran informasi. Jika di era tahun 90 an dulu informasi masih menyebar melalui surat kabar, radio, televisi dan lain sebagainya kini di era sekarang penyebaran informasi ini melalui media sosial.

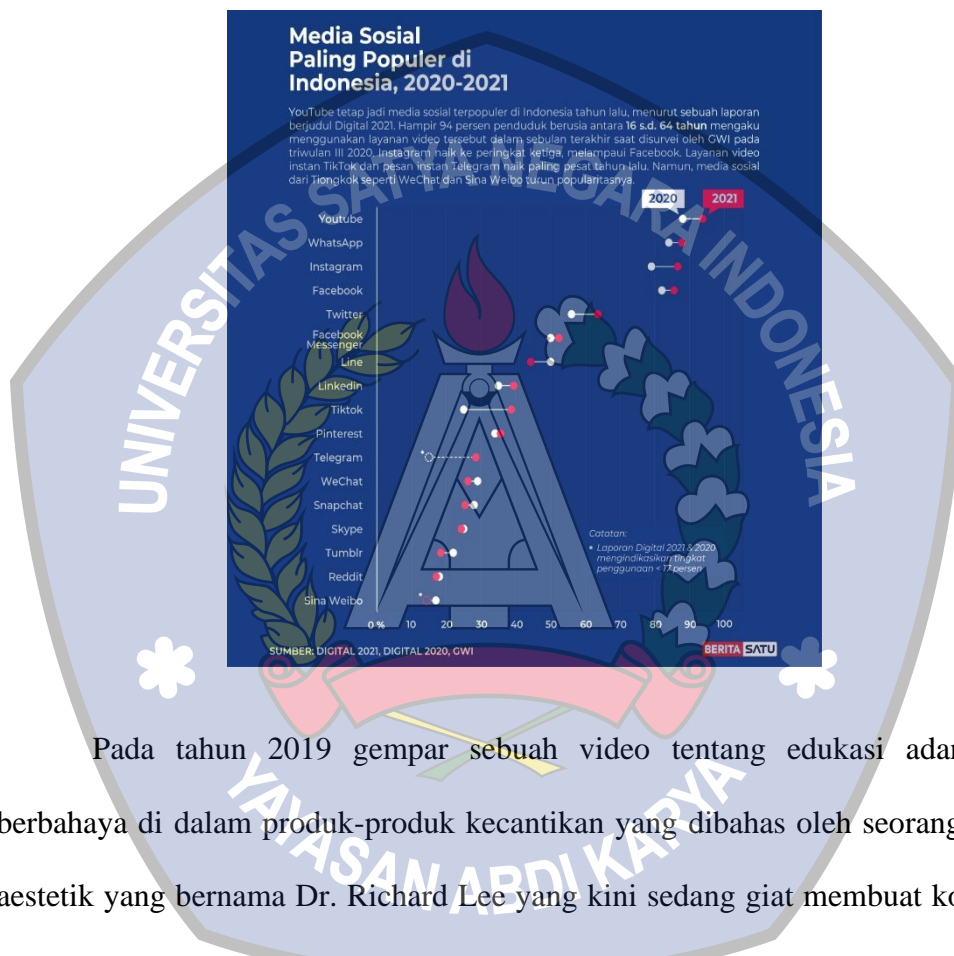
Salah satu media sosial saat ini yang sering diakses adalah *YouTube*. *YouTube* adalah sebuah situs yang dirancang untuk berbagi video dengan kebebasan berkespresi, kebebasan mendapatkan sebuah informasi, kebebasan menggunakan peluang, dan kebebasan memiliki tempat berkarya. Bagian yang paling menarik dari *YouTube* adalah banyaknya konten yang dimiliki orang – orang setiap hari bahkan setiap detik. *YouTube* memberikan mereka para penggunanya kebebasan untuk memilih konten video yang menurut mereka menghibur.

Penggunaan *YouTube* di Indonesia menghabiskan waktu selama 59 menit disetiap harinya berdasarkan riset yang dilakukan oleh pihak *YouTube*. Febriyani Elastria, *Head of Consumer Marketing*, *Google* Indonesia mengatakan kebiasaan

menonton tayangan video di *platform YouTube* ternyata sudah menjadi bagian kegiatan para pengguna ponsel pintar di Indonesia (teknologi.bisnis.com:2021/04).

Gambar 1.1

Data Penggunaan Youtube

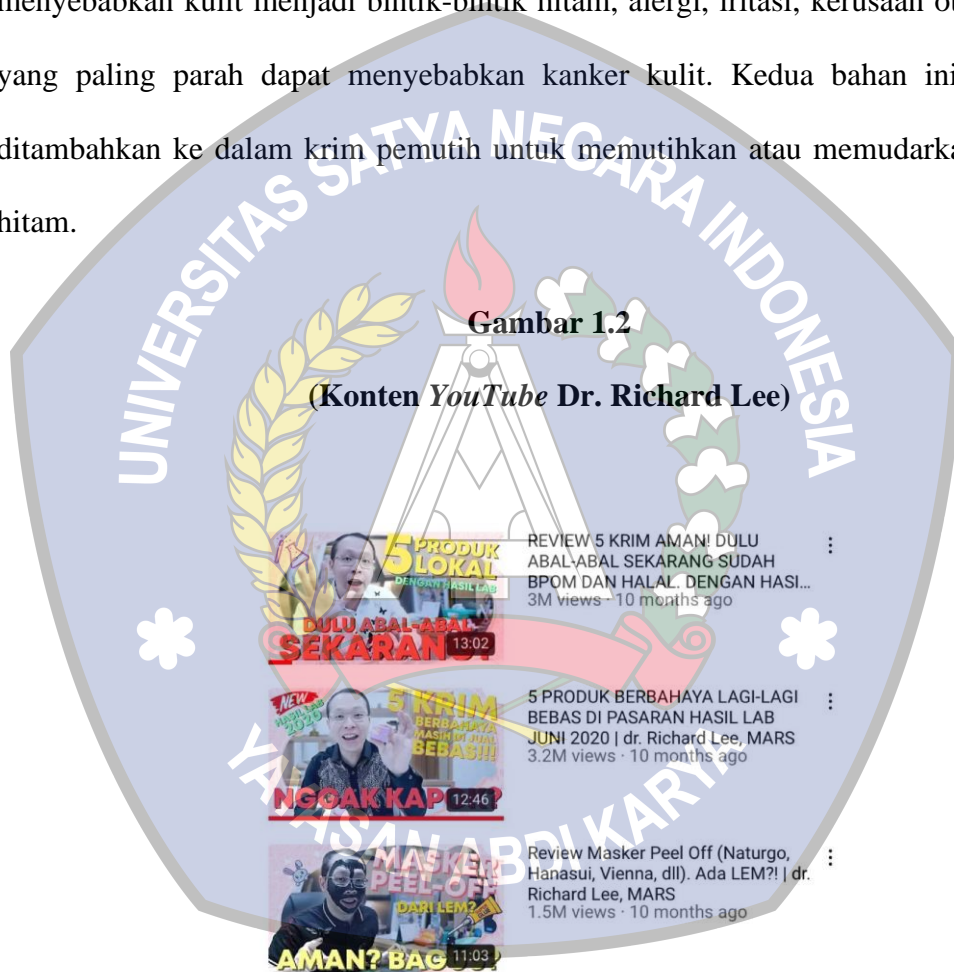


Pada tahun 2019 gempar sebuah video tentang edukasi adanya zat berbahaya di dalam produk-produk kecantikan yang dibahas oleh seorang dokter aestetik yang bernama Dr. Richard Lee yang kini sedang giat membuat konten di dalam media sosial *YouTube* tentang produk kecantikan yang terindikasi zat-zat berbahaya.

Channel YouTube dengan 2,43M *subscribers* ini kini banyak digandrungi khususnya pada para wanita pengguna produk-produk kecantikan karena sang dokter sudah banyak mengedukasi atau memberitahukan merk-merk produk apa

saja yang berbahaya beserta ciri-ciri produk berbahaya yang mengandung zat berbahaya dan dapat menyebabkan efek samping yang sangat berbahaya.

Zat-zat berbahaya itu diantaranya adalah Hidrokuinon yang dimana merupakan salah satu zat berbahaya yang jika penggunaannya bisa menyebabkan kulit menjadi bintik-bintik hitam, alergi, iritasi, kerusakan otak, dan yang paling parah dapat menyebabkan kanker kulit. Kedua bahan ini sering ditambahkan ke dalam krim pemutih untuk memutihkan atau memudarkan noda hitam.



Dengan adanya tayangan sang dokter yang banyak mengeluarkan pernyataan-pernyataan seperti ‘produk teranjing, produk abal-abal’ yang membuat reaksi pada masyarakat maupun dengan rekan sejawatnya karena pembawaan komunikasi sang dokter yang begitu frontal dan terang-terangan. Salah satu konten

sang dokter yang paling disorot yaitu pada saat *mereview* produk kecantikan krim wajah dengan menyebutkan nama brandnya. Salah satu contoh konten Dr. Richard *mereview* yang *mereview* secara terbuka dan secara frontal yaitu krim pemutih wajah Helwa *Beautycare* positif zat berbahaya hidrokinon 57%.

Secara tidak langsung konten edukasi yang dibuat oleh Dr. Richard tersebut menimbulkan beberapa reaksi dari sesama rekan sejawatnya dan warganet karena sang dokter dengan secara frontal menyebutkan nama merek produk tertentu, yang dimana produknya terdapat zat berbahaya dan kebenaran itu belum benar adanya sekalipun membawa bukti hasil laboratorium sekalipun sebut Dr. Gregory.

Hal tersebut pasalnya rentan di dalam pelanggaran UU ITE Pasal 27 ayat (3) UU 11/2008 itu mengacu pada ketentuan pencemaran nama baik dan/atau fitnah yang diatur dalam Pasal 310 dan Pasal 311 KUHP (penistaan dan fitnah).

Sedangkan menurut Dr. Franky di dalam *mereview* sebuah produk itu harus melalui tata laksana dan prosedur yang benar, kemudian harus ada hasil final dari BPOM dahulu, setelah ada hasil dari BPOM itu baru bisa menjadi kepanjangan tangan dari BPOM untuk mensosialisasikan.

Jadi, pada intinya penulis bisa menyimpulkan dari beberapa pernyataan dari Dr. Gregory dan Dr. Franky bahwa *mereview* produk itu boleh-boleh saja tetapi harus ada prosedur dan tata cara yang benar dan terstruktur

Rekan sejawatnya yang memberikan reaksi terhadap cara pengkomunikasian yang dibawakan oleh Dr. Richard di dalam *mereview* yang tujuannya untuk mengedukasi masyarakat khususnya wanita agar pintar memilih produk namun menimbulkan banyak respesi khususnya di kalangan masyarakat.

Gambar 1.3

(Kolase Komentar Positif Terhadap Rekan Sejawat Dr. Richard)

