

ANALISIS ISI YOUTUBE DR. RICHARD LEE, MARS SEBAGAI INFLUENCER KESEHATAN

¹Yesi Ayuning Tiyas, ²Jupriono, ³Muchammad Rizqi

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

¹yesiyuningtiyas84@gmail.com

Abstract

YouTube is one of the media used as a medium for disseminating information and marketing which is widely used by influencers by displaying posts or content. Like on YouTube on Dr. Richard Lee, MARS who provides health-related information. This research uses descriptive quantitative research which aims to determine the content of Dr. YouTube content. Richard Lee, MARS as a health influencer. The number of samples in this study was 55 with health content. The sample was determined using a proportional sampling technique using several criteria. To find out the results of this research, researchers used Self-Presentation Theory according to Erving Goffman using 13 variables or indicators taken from 5 self-presentation strategies according to Jones and Pittman. Data collection techniques use documentation. In proving the results of the analysis, validity and reliability tests are used. Through the results of validity and reliability tests, there are 10 variables used to present oneself as a health influencer in the content of YouTube Dr. Richard Lee is favor doing, self-employment, opinion confidence, performance claims, performance account, self-denial, helping, militancy, theats, and entreaties for help.

Keywords: *Content analysis, Influencers, Youtube, Dr. Richard Lee, MARS*

Abstrak

Youtube merupakan salah satu media yang digunakan sebagai media penyebaran informasi dan pemasaran yang banyak digunakan influencer dengan menampilkan suatu postingan atau konten. Seperti dalam youtube pada akun Dr. Richard Lee, MARS yang memberikan informasi terkait kesehatan. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui isi konten youtube Dr. Richard Lee, MARS sebagai influencer kesehatan. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 55 konten kesehatan. Penentuan sampel menggunakan teknik proporsive sampling dengan menggunakan beberapa kriteria. Untuk mengetahui hasil dari penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Presentasi Diri Menurut Erving Goffman dengan menggunakan 13 variabel atau indikator yang diambil dari 5 strategi presentasi diri menurut Jones dan Pittman. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi. Dalam membuktikan hasil analisis tersebut, maka menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Melalui hasil uji validitas dan reliabilitas terdapat 10 variabel yang digunakan untuk mempresentasikan diri sebagai influencer kesehatan pada isi konten youtube Dr. Richard Lee adalah *favor doing, self echancement, opinion confirnties, performance claims, performance account, self-denial, helping, militancy, theats, dan entreaties for help.*

Kata kunci: Analisis isi, Influencer, Youtube, Dr. Richard Lee, MARS

Pendahuluan

Media sosial merupakan media yang dapat digunakan dengan jaringan internet yang memudahkan user atau pengguna bersama-sama Anda dapat berpartisipasi dalam kehidupan virtual menampilkan diri dalam berkolaborasi, berkomunikasi, berbagi dan berkomunikasi dengan pengguna lain dan memiliki manfaat dengan membentuk sebagai bentuk asosiasi hubungan sosial virtual yang berlangsung secara online

Salah satunya media sosial yang masih menjadi media utama dalam penyebaran informasi dan komunikasi. Selain media informasi dan komunikasi, media sosial dapat digunakan untuk diskusi online, berpartisipasi dalam pembuatan konten yang bermanfaat pengguna dan dapat bergabung dengan komunitas online. Media sosial dapat terdiri dari facebook, youtube, Instagram, tiktok, dan twitter (Fitriani & Mukaromah, 2023).

Media sosial youtube ini merupakan platform yang banyak diminati oleh berbagai kalangan. Dengan youtube dapat melakukan komunikasi dengan skala yang besar dengan cepat, dalam bentuk membagikan konten atau mengunggah konten. Youtube kini memuat berbagai informasi dalam bentuk audio dan video. Berdasarkan data pengguna aktif media sosial, youtube menjadi media sosial yang memiliki pengguna aktif terbanyak setelah facebook. Dengan jumlah 2,5 miliar pengguna, youtube merupakan media sosial yang cukup populer dikalangan masyarakat. Penggunaan media sosial juga banyak dimanfaatkan untuk komunikasi pemasaran salah satunya youtube ini.

Strategi komunikasi pemasaran juga turut menggandeng beberapa selebritis, dokter, dan public figure, yang kini dikenal dengan fenomena influencer. Kemunculan fenomena influencer ini, dikarenakan perkembangan ekonomi pada media sosial, seperti bisnis online dan e-commerce dan kemudahan dalam mencapai tujuan pemasaran.

Influencer juga dapat dimaknai sebagai seorang individu yang aktif dalam akun media sosial yang sering terlibat hal terbaru atau informasi terbaru yang dapat merubah perilaku orang lain. Influencer dalam setiap kontennya bertujuan untuk mempromosikan produk atau layanan dan dapat digunakan untuk meningkatkan popularitas dengan mempengaruhi followersnya (Syukur & Salsabila, 2022). Keberadaan influencer kini juga tidak hanya sekedar mempromosikan produk melainkan juga membahas terkait kebutuhan informasi salah satunya informasi terkait kesehatan dan promosi diri karena mampu meningkatkan kepercayaan terhadap masyarakat.

Pemberian informasi terkait kesehatan lebih banyak dilakukan oleh beberapa influencer yang memiliki profesi sebagai dokter. Karena, dokter memiliki pemahaman yang baik dan luas terkait dengan kesehatan. Dengan ilmu yang dimiliki, penyampaian yang mudah difahami dan didukung oleh profesi akan lebih mudah mempengaruhi masyarakat. Dengan demikian sangatlah menarik untuk melakukan penelitian terhadap karakteristik influencer kesehatan. Apalagi kini tidak sedikit produk kesehatan yang menggandeng beberapa influencer kesehatan.

Salah satu influencer kesehatan yang menggunakan media sosial youtube adalah Dr. Richard Lee, MARS. Dr. Richard Lee, MARS merupakan seorang dokter yang membagikan ilmunya terkait berbagai informasi kesehatan. Konten informasi kesehatan yang diberikannya memiliki berbagai macam topik, yang diambil dari beberapa komentar dan pertanyaan dari followersnya dan dari beberapa kasus artis maupun masyarakat. Menurut Dr. Richard Lee, MARS setiap konten yang diberikannya bertujuan untuk memberikan kebutuhan informasi kepada masyarakat. Konten akun Dr. Richard Lee, MARS ini akan memberikan informasi yang signifikan dalam meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat dalam bidang kesehatan.

Penelitian ini berfokuskan untuk menggambarkan isi youtube Dr. Richard Lee, MARS sebagai influencer kesehatan. Tujuan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan isi youtube Dr. Richard Lee, MARS sebagai influencer kesehatan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori presentasi diri menurut Erving Goffman yang merupakan teori yang digunakan untuk melihat suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh individu dalam memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut dalam mempengaruhi beragam interaksi yang layak atau tidak layak bagi para aktor dalam suatu situasi (Morissan, 2013). Melalui teori ini berusaha menjelaskan terkait fenomena influencer kesehatan yang ada di konten kesehatan youtube Dr. Richard Lee, MARS.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk melihat isi youtube Dr. Richard Lee, MARS sebagai influencer kesehatan menggunakan metode kuantitatif secara deskriptif. Berdasarkan jumlah populasi konten kesehatan youtube Dr. Richard Lee, MARS 160 konten, sehingga diperlukan sampel agar peneliti tidak kelelahan dalam menjalani proses penelitian. Teknik pengambilan sampel yang dipilih yaitu *proposive sampling* dengan sampel heterogen atau yang memiliki maksimum sebanyak 55 sampel yang dapat digunakan untuk meneliti oleh peneliti. Uji validitas dalam penelitian ini akan menggunakan Validitas Isi i-CVI. Pada penelitian saat ini, uji reliabilitas menggunakan teknik Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan persentase persetujuan (*percent agreement*). Persentase persetujuan merupakan reliabilitas dihitung dengan jumlah persetujuan yang dibagi dengan jumlah sampel secara keseluruhan (Eriyanto, 2011).

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi. Untuk instrumen pengumpulan data menggunakan unit pengukuran yang mana konten akan ditabulasi. Kategori-kategori akan disusun sejalan dengan pertanyaan penelitian, teks, dan unit pengkodeannya. (Kriyantono, 2020).

Hasil dan Pembahasan

Youtube Dr. Richard Lee, MARS memaparkan konten terkait kesehatan, melalui konten ini dapat melihat bagaimana Dr. Richard Lee, MARS mempresentasikan atau menggambarkan dirinya sebagai seorang influencer kesehatan. Yang dianalisis menggunakan teori presentasi diri menurut Erving Goffman dengan menganut strategi presentasi diri menurut Jones dan Pittman yang terdiri atas 5 strategi. Dari setiap strategi itu dipecah menjadi beberapa indikator atau variabel yaitu pertama *ingratiation* dibagi menjadi 4 variabel yaitu *favor doing*, *self echancement*, *other enchancement*, dan *opinion confirnties*, kedua *self- promotion* dibagi menjadi 2 variabel yaitu *performance claims* dan *performance*, ketiga *intimidation* dibagi menjadi 2 variabel yaitu *theats* dan *anger*; keempat *exemplificayion* dibagi menjadi 3 variabel yaitu *self- denial*, *helping*, dan *militancy*, kelima *supplification* dibagi menjadi 2 variabel yaitu *self- deprecation*, dan *entreaties for help*. Dengan jumlah keseluruhan 13 varibel,dari 5 strategi tersebut di uji dengan 55 konten yang telah ditentukan.

Melalui uji validitas 55 konten kesehatan yang telah dipilih sebagai sampel, dihasilkan valid dengan 34 konten pada angket memiliki nilai i-CVI yang masuk pada rentang $0,80 < Mean I - CVI < 1,00$ yang artinya butir soal dinyatakan memiliki validitas sangat tinggi atau sangat baik. Dan 21 konten liannya dinyatakan relevan dengan rentang nilai $0,60 < Mean I - CVI < 0,80$ yang memiliki kesimpulan butir soal validitasnya tinggi. Untuk uji validitas pada variabel yang digunakan Berdasarkan perhitungan nilai i-CVI terdapat 10 variabel dapat dinyatakan validitas. Karena dari 10 butir variabel pada angket memiliki nilai i-CVI yang masuk pada minimal 9 ahli dengan nilai minimal 0,78. yang artinya variabel dinyatakan

memiliki valid. Untuk indikator 3 variabel lainnya dinyatakan tidak valid, karena tidak memenuhi batas minimal 0,78. Untuk 10 variabel yang valid yaitu *favor doing, self echancement, opinion confirnities, performance claims, performance account, self-denial, helping, militancy, theats, dan entreaties for help*. Kemudian dilakukan uji reliabilitas melalui 10 variabel dengan 55 konten kesehatan. Melalui batas minimum reliabilitas persentase persetujuan yaitu 0,8 atau 8%. Dapat disimpulkan bahwa kategori dalam penelitian ini dikatakan telah memenuhi syarat batas minimum atau dinyatakan reliabel.

Dapat dibuktikan bahwa isi konten kesehatan youtube Dr. Richard Lee, MARS mampu menggambarkan atau mempresentasikan Dr. Richard Lee, MARS sebagai influencer kesehatan. Dengan hasil uji validitas konten sangat tinggi dan tinggi, untuk uji validitas variabel dinyatakan valid pada 10 variabel dari 13 variabel yang digunakan. Dan uji reliabel dinyatakan reliabel baik dari konten maupun variabelnya. Melalui hal ini dapat dilihat bahwa 55 konten kesehatan yang dipilih menjadi sampel telah memenuhi 10 variabel yang telah dinyatakan valid. Oleh karena itu, Dr. Richard Lee, MARS dapat dinyatakan mampu melakukan penggambaran atau presentasi diri sebagai influencer kesehatan pada dengan menggunakan variabel yang telah diturunkan melalui teori presentasi diri konten kesehatan youtube Dr. Richard Lee, MARS menurut Erving Goffman yang menggunakan strategi presentasi diri Jones dan Pittman. Yang mana teori presentasi diri menurut Erving Goffman memiliki tujuan yang sama dengan yang dilakukan oleh influencer yaitu memberikan kesan kepada orang lain, seperti agar orang lain bisa menyukai kita, kita dapat mempengaruhi orang lain, memperbaiki posisi, status, dan lain sebagainya.

Penutup

Youtube Dr. Richard Lee, MARS merupakan media sosial banyak dikenal oleh masyarakat di Indonesia. Konten youtube Dr. Richard Lee, MARS ini memberikan segala informasi terkait kesehatan wajah, promosi produk, dan beberapa permasalahan yang berkembang dimasyarakat. Konten-konten yang diberikannya mudah difahami, mempengaruhi, dan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat luas. Dr. Richard Lee, MARS ini banyak disebut sebagai influencer kesehatan karena kemampuannya dalam mempengaruhi masyarakat melalui perkataan yang disampaikannya. Melalui hal ini peneliti ingin melihat isi konten youtube Dr. Richard Lee, MARS sebagai seorang influencer kesehatan. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa isi youtube Dr. Richard Lee, MARS, Dr. Richard Lee, MARS mampu mempresentasikan atau menggambarkan dirinya sebagai influencer kesehatan menggunakan beberapa strategi yang digunakan untuk mempresentasikan dirinya sebagai seorang influencer kesehatan dengan 10 variabel yaitu yaitu *favor doing, self echancement, opinion confirnities, performance claims, performance account, self-denial, helping, militancy, theats, dan entreaties for help*. 10 variabel tersebut terbukti melalui 55 sampel konten kesehatan yang digunakan dalam penelitian ini.

Saran bagi peneliti selanjutnya, dapat mengembangkan tujuan dengan kajian yang sama, fokus terhadap apa yang ingin diteliti dengan memperbanyak studi literatur, menggunakan analisis lain dan meningkatkan lagi penelitian dengan segi kelengkapan data dan sesuai dengan permasalahan yang berkembang. Diharapkan juga melalui penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam menggunakan pendekatan analisis isi khususnya pada konten media sosial dan sebagai kajian ilmu komunikasi dan bagi penelitian lainnya.

Daftar Pustaka

Abror, M., Nurhasan, R., Tenisia, I., & Sari, P. (2020). Impression Management Pengguna Media Sosial Instagram. *Fakultas Ekonomi, 14*, 1–12.

- Aini, S. N., A'yun, B. A. Q., Pradipta, E. D., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Retorika Visual Pada Konten Youtube Kanal Skinnyindonesian24 Dengan Judul "Youtube Lebih Dari Tv." *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 30–48. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40433>
- Dahlia, S. (2021). *Komunikasi Virtual Melalui Media Instagram Pada Remaja Di Desa Perawang Kecamatan Tulangan* [universitas islam riau].
- Damastuti, R. (2021). Membedah Feeds Instagram Produk Skincare Lokal (Analisis Isi Kuantitatif Akun Instagram Avoskin) Discovering Local Skincare Product Instagram Feeds (Quantitative Content Analysis Instagram Account Avoskin). *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 5(2), 189–199.
- Eriyanto. (2011). *analisis isi* (Suwito (ed.); pertama).
- Fariszy, R. (2022). Peluang Media Edukasi Populer dalam Arus Informasi Digital : Studi Analisis Isi Deskriptif Kuantitatif Konten Video Kanal Youtube Nihongo Mantappu . *Masalah Sosial, Politik, Dan Kebijakan*, 1–9.
- Fitriani, T. A., & Mukaromah. (2023). Strategi Penyusunan Pesan Instagram di Legitima Agensi terkait Kebutuhan Klien (Studi kasus pada Klinik KNM Health Beauty) Strategies for Crafting Instagram Messages at Legitima Agents Related to Client Needs (Case study at KNM Health Beauty). *Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 7(1), 51–65. <https://doi.org/10.30762/mediakita.v7i1.788>
- Hakim, L., & Putro, W. E. (2022). New Media Dalam Membantu Kinerja Humas Pokdarwis Mempromosikan Wisata Alam Dan Budaya Di Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 6(1), 69–85. <https://doi.org/10.38043/jids.v6i1.3382>
- Kriyantono, R. (2020). *teknik paraktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif* (kedua).
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa* (Edisi Pert). Prenadamedia Grup.