

ABSTRAK

PENGARUH KONTEN *OVERCLAIM* THE ORIGINOTE PADA AKUN TIKTOK @DOKTERDETEKTIF TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

Oleh

Kirana Marsela

Perkembangan industri kecantikan yang pesat memunculkan persaingan antarmerek untuk menonjolkan klaim manfaat dan kandungan dalam produk. Namun, fenomena *overclaim* atau klaim berlebihan yang tidak sesuai dengan fakta produk dapat menurunkan kepercayaan konsumen terhadap merek. The Originote menjadi salah satu merek *skincare* yang melakukan praktik *overclaim* yang diungkap oleh akun TikTok @dokterdetektif dan mendapat respons komentar negatif dari audiens. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh konten *overclaim* The Originote pada akun TikTok @dokterdetektif terhadap loyalitas konsumen. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengikut akun TikTok @theoriginote. Teori *Uses and Effect* digunakan sebagai kerangka dan landasan teori untuk menjelaskan hubungan antara penggunaan media dan efek yang ditimbulkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara konten *overclaim* The Originote pada akun TikTok @dokterdetektif terhadap loyalitas konsumen. Uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai *constant* (a) 22,785 dan nilai koefisien regresi (b) -0,122. Besaran pengaruh konten *overclaim* The Originote pada akun TikTok @dokterdetektif terhadap loyalitas konsumen adalah senilai 12%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa konten yang bermuatan informasi negatif mengenai suatu merek dapat memengaruhi konsumen dalam bentuk penurunan loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Dokter Detektif, Konten *Overclaim*, Loyalitas Konsumen, The Originote, TikTok, *Uses and Effect*.

ABSTRACT

THE EFFECT OF OVERCLAIM CONTENT OF THE ORIGINOTE ON THE TIKTOK ACCOUNT @DOKTERDETEKTIF TOWARD CONSUMER LOYALTY

By

Kirana Marsela

The rapid growth of the beauty industry has led to intense competition among brands to highlight the claimed benefits and ingredients of their products. However, the phenomenon of overclaim, exaggerated claims that do not correspond to actual product facts can reduce consumer trust in a brand. The Originote is one of the skincare brands involved in overclaim practices, as revealed by the TikTok account @dokterdetektif, which subsequently received negative responses in the form of critical audience comments. This study aims to determine the extent of the effect of overclaim content of The Originote on the TikTok account @dokterdetektif toward consumer loyalty. The study uses a quantitative approach using a survey method by distributing questionnaires to 100 respondents who are followers of the TikTok account @theoriginote. The Uses and Effect Theory is applied as the theoretical framework to explain the relationship between media uses and the resulting effects. The result shows that there is a significant negative effect of overclaim content of The Originote on the TikTok account @dokterdetektif toward consumer loyalty. The simple linear regression test shows constant value (a) of 22,785 and regression coefficient value (b) of -0,122. The influence value is 12%, while the remaining 88% is influenced by other factors that are not examined in this study. These findings suggest that content containing negative information about a brand can influence consumers by decreasing their level of loyalty.

Keywords: Consumer Loyalty, Dokter Detektif, Overclaim Content, The Originote, TikTok, Uses and Effect.