

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebuah peristiwa yang mengejutkan terjadi pada tanggal 26 Februari 2025, menandai puncak dari krisis kepercayaan industri konten digital di Indonesia. Bunga Sartika, seorang beauty influencer sekaligus host dibalik akun TikTok @quezelyhere yang memiliki lebih dari 1,2 juta pengikut, mengumumkan pengunduran dirinya di platform tersebut. Pengumuman ini bukan sekadar keputusan personal biasa, melainkan mencerminkan puncak dari permasalahan yang telah mengintai industri konten digital, terutama dalam bagian “spill” produk kecantikan. Pengunduran diri Bunga Sartika secara cepat memicu transformasi persepsi publik terhadap figur yang sebelumnya dipandang sebagai sumber informasi terpercaya menjadi subjek kontroversi berskala besar. Kejadian semakin diperparah dengan pernyataan salah satu beauty influencer terkemuka di Indonesia mengeluarkan klaim yang menuai kontroversi. Ia mengemukakan pandangannya bahwa konten “spill” dramatis yang sedang populer, sebenarnya tidak lebih dari sekadar “gimik endorse berbayar” yang telah direncanakan secara cermat oleh pihak - pihak berkepentingan di balik layar.

Fenomena “spill” telah menjadi sorotan dalam ranah media sosial Indonesia selama beberapa tahun terakhir, terutama sejak munculnya platform TikTok yang memberikan ruang ekspansi bagi konten video pendek. Kata yang dalam bahasa inggris bermakna “tumpah” atau “bocor” ini telah bertransformasi dalam kamus digital menjadi sebuah istilah dengan konotasi mendalam. Pernyataan seperti “aku spill skincare yang biasanya aku pakai” yang selalu diucapkan oleh influencer atau pengguna biasa bukan sekadar bentuk promosi produk atau rekomendasi barang yang terkesan komersial. Tindakan ini bertujuan untuk menciptakan kedekatan personal, seolah membocorkan informasi rahasia layaknya teman dekat. Kata “spill” membawa nuansa spontanitas, kejujuran dan seseorang dianggap sedang membuka diri, membagikan penemuan berharga, atau berbagi sesuatu yang menarik dan mungkin belum diketahui khalayak luas tanpa penyaringan dan tanpa motif tersembunyi. (Rahayu 2022).

Munculnya fenomena “spill” sebagai format konten yang tidak terjadi tanpa sebab mendasar. Di tengah berbagai model promosi konvensional yang sering kali terkesan berlebihan dan tidak personal, konten “spill” muncul sebagai alternatif yang memberikan apa yang diinginkan audiens di era digital, yakni keaslian, transparansi dan kedekatan dengan kehidupan sehari-hari. Seorang “reviewer” yang duduk dikamar, tanpa riasan sempurna, berbicara langsung ke kamera ponsel tentang pengalaman jujurnya menggunakan suatu produk, menciptakan kesan keterbukaan yang sulit dicapai oleh iklan televisi dengan biaya tinggi dan penuh manipulasi visual yang nyata. Inilah esensi daya tarik dari konten “spill” yang menawarkan akses langsung ke realitas yang tidak tersaring, khususnya pada generasi muda yang tumbuh besar bersama media sosial dan telah mengembangkan radar yang peka terhadap konten yang terasa dibuat-buat. (Hartiningtyas 2023)

Konten “spill” yang dibagikan menjadi fondasi utama untuk terbentuknya kepercayaan publik yang lebih kuat terhadap influencer dan konten yang mereka sajikan. Kepercayaan ini dibangun bukan sebagai kepercayaan umum biasa, melainkan melalui apa yang dalam kajian komunikasi dikenal sebagai interaksi parasosial. Pengikut tidak hanya menyaksikan unggahan video dari influencer, tetapi juga aktif berpartisipasi dalam kolom komentar, mengajukan pertanyaan personal, dan merasakan adanya dialog langsung dengan influencer tersebut.

Terlepas dari gemilang industri konten review skincare yang dibangun atas dasar penyampaian informasi rahasia dan kepercayaan publik, realitas yang semakin terlihat jelas mengungkap hal sebaliknya. Muncul keraguan besar dan sistematis di benak masyarakat mengenai keaslian konten “spill” yang selama ini dinikmati publik, hingga mulai dipertanyakan di media sosial, khususnya TikTok. Dari antusiasme reviewer produk baru yang tadinya dianggap reaksi alami, kini muncul kecurigaan bahwa hal tersebut merupakan akting yang direncanakan dalam skenario dukungan sponsor yang menguntungkan (Nurjanah dan Apidana 2025). Isu ini bukan lagi sekadar bisikan yang beredar di platform media sosial, tetapi telah menemukan respons yang menimbulkan kekhawatiran dari kalangan pelaku industri.

Kecurigaan audiens terhadap kredibilitas dan kejujuran kreator konten muncul dari beberapa faktor yang saling terkait. Pertama, munculnya ketidaksesuaian antara narasi keaslian konten dengan fakta adanya praktik endorsment berbayar. Kedua, meningkatnya literasi digital membuat audiens lebih kritis dalam menilai pola konten. Ketiga, kesadaran bahwa algoritma TikTok mengutamakan interaksi mendorong kreator membuat konten yang lebih sensasional demi jangkauan. Kombinasi dari faktor ini telah mengubah posisi audiens dari penerima pasif yang percaya, menjadi audiens yang waspada, kritis dan penuh keraguan terhadap setiap klaim yang dibuat dalam konten spill skincare.

Pengakuan Bunga Sartika dan pernyataan salah satu beauty influencer secara bersamaan telah menghancurkan basis utama yang selama ini menopang industri ulasan produk perawatan kulit atau produk kecantikan, yaitu kepercayaan publik yang dibangun. Penonton yang selalu menikmati alur “spill” produk yang terlihat apa adanya, tulus dan terlihat spontan, kini menerima fakta bahwa tayangan tersebut merupakan sebuah pertunjukan yang telah diatur atau hasil rekayasa. Fenomena tersebut memunculkan dugaan terjadinya perubahan tingkat kepercayaan audiens.

Akun TikTok @quezelyhere yang dikelola Bunga Sartika telah memproduksi puluhan video konten “spill skincare” sejak pertama kali aktif tahun 2023. Meskipun jumlah total video tidak pernah disebutkan secara pasti, akun ini telah menghasilkan lebih dari 500 unggahan review dalam rentang waktu dari tahun 2023 hingga Februari 2026. Popularitas akun ini meroket berkat ide kreatif Bunga yang inovatif, yakni menghampiri langsung orang - orang di berbagai lokasi publik, mulai dari selebriti ternama hingga masyarakat yang dinilai memiliki wajah cantik atau berkilau, kemudian menanyakan produk perawatan kulit yang mereka gunakan. Sapaan pembuka yang konsisten pada setiap kontennya “halo qha qha permisi” menjadi identitas emosional yang kuat bagi audiensnya, seolah Bunga terlibat dalam percakapan intim dengan sahabat dekat dan mengakibatkan frasa ini melekat di telinga pengguna TikTok, populer dan mudah ditiru oleh banyak kreator konten lain. Para pengikut menaruh keyakinan pada setiap saran dan rekomendasi produk yang diberikan Bunga karena konten tersebut terasa seperti masukan dari seorang teman yang jujur dan dapat dipercaya.

Esensi permasalahan yang mendasar adalah kesenjangan yang lebar antara proses pembuatan konten yang sebenarnya di balik layar dan bagaimana audiens mempersepsikan serta memaknai konten tersebut ketika menikmatinya dari perspektif penonton (Hartiningtyas 2023). Konten “spill skincare” disukai publik karena dianggap sebagai gambaran asli dari pilihan perawatan kecantikan yang digunakan oleh figur publik atau orang biasa yang terlihat memiliki penampilan cantik di tempat umum. Istilah “spill” dalam percakapan santai bermakna membuka rahasia atau menyampaikan kejujuran. Konsumen percaya bahwa mereka turut menyaksikan kehidupan sesungguhnya di balik layar kehidupan influencer, serta menerima informasi yang bebas dari promosi komersial.

Penelitian yang sangat relevan adalah (Wasike 2025) yang berjudul “Me, Myself, and the influencer : Examining how parasocial interaction and self - congruence with social media influencers affects news media trust”, yang menggaris bawahi kuatnya hubungan parasosial dalam membentuk kepercayaan audiens. Pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa interaksi parasosial memiliki pengaruh besar terhadap kepercayaan audiens. Dalam pada halaman 15 penelitian ini, Wasike menyatakan bahwa *"The strong emotional bonds formed through parasocial interaction with influencers can create a powerful conduit of trust, making followers more susceptible to the influencer's opinions and recommendations, even in domains beyond their primary expertise."* Pernyataan ini bermakna “ikatan emosional yang kuat, yang terbentuk melalui interaksi parasosial dengan para influencer dapat menciptakan saluran kepercayaan yang sangat kuat membuat para pengikut menjadi lebih rentan atau mudah terpengaruh terhadap opini dan rekomendasi influencer bahkan di luar bidang keahlian utama mereka” temuan ini memberikan penjelasan mendalam mengenai mengapa krisis kepercayaan yang terjadi akibat pengakuan Bunga Sartika menjadi begitu dalam.

Penelitian (Wasike 2025) menguraikan alasan di balik potensi krisis mendalam yang diakibatkan oleh pengakuan Bunga Sartika. Jalinan hubungan parasosial yang intens telah menumbuhkan tingkat kepercayaan yang luar biasa di antara jutaan pengikutnya. Akibatnya, rekomendasi dari Bunga tidak dianggap sebagai iklan, melainkan sebagai rekomendasi pribadi dari seorang sahabat. Ketika kepercayaan ini di khianati, dampaknya bersifat pribadi dan berpotensi

menghancurkan. Selain itu, riset (Anisya dan Primasari 2024) yang membahas pengaruh opini publik terhadap citra merek di TikTok juga membuktikan secara empiris betapa signifikan pengaruh konten di platform ini dalam membentuk pandangan publik, baik dampak positif maupun negatif yang dapat berlangsung dalam jangka panjang.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini memandang bahwa krisis kepercayaan terhadap konten *spill* tidak dapat dijelaskan hanya dari sisi kreator atau isi pesan yang disampaikan, tetapi juga perlu dipahami melalui cara audiens memaknai konten tersebut. Dalam perspektif teori khalayak media, audiens merupakan pihak yang aktif dalam menerima, menafsirkan, dan memberikan makna terhadap pesan media berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta konteks sosial yang dimilikinya (Nashrullah 2019).

Untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai proses tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis data Miles Huberman, dan Saldana yang meliputi reduksi data, penyajian data serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (Miles 2014) . Tahapan analisis tersebut memungkinkan peneliti mendapatkan temuan secara sistematis sehingga pola - pola pemaknaan, bentuk kepercayaan, serta perubahan sikap audiens terhadap konten *spill* pada akun TikTok @quezelyhere dapat di identifikasikan secara mendalam.

Berangkat dari landasan teoritis tersebut, penelitian ini berfokus untuk memahami bagaimana audiens memaknai fenomena *spill* pada konten review skincare akun TikTok @quezelyhere setelah muncul berbagai kontroversi mengenai praktik endorsement yang dikemas sebagai rekomendasi pribadi. Pemahaman terhadap resepsi audiens menjadi penting karena dapat menjelaskan mengapa sebagian pengikut tetap mempertahankan kepercayaan mereka, sementara sebagian lainnya justru menunjukkan sikap kritis dan kehilangan kepercayaan terhadap konten yang disajikan. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana resepsi audiens atas *spill* dan kepercayaan pada konten review skincare akun TikTok @quezelyhere.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini merupakan :

1. Bagaimana resepsi audiens atas spill dan kepercayaan pada konten review skincare akun TikTok @quezelyhere?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disusun, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Menganalisis resepsi audiens terhadap spill serta tingkat kepercayaan audiens pada konten review skincare di akun TikTok @quezelyhere

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi yang penting untuk pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada bidang - bidang berikut :

1. Penelitian ini menunjukkan bagaimana audiens yang awalnya sangat percaya pada konten spill bisa berbalik menjadi ragu dan curiga setelah mengetahui adanya rekayasa dibalik layar. Kontribusi ini melampaui studi resepsi yang biasanya hanya fokus pada tayangan statis di televisi atau media cetak. Penelitian ini secara khusus menyoroti bagaimana proses resepsi berlangsung dalam konten digital interaktif, di mana hubungan emosional antara audiens dan influencer sangat mempengaruhi perubahan sikap.
2. Memberikan gambaran baru tentang bagaimana kepercayaan bisa terbangun, dimanfaatkan, lalu hancur pada konten yang sebenarnya adalah iklan namun dikemas seperti rekomendasi pribadi. Penelitian ini dianggap bahwa memiliki hubungan dekat antara penonton dan kreator konten, seperti rasa akrab karena sering menonton, dan menghasilkan rasa setia yang positif. Justru sebaliknya, penelitian ini menunjukkan bahwa ikatan emosional yang kuat dapat berubah menjadi kekecewaan dan kecurigaan besar - besaran dari masyarakat, begitu mereka tahu bahwa sang kreator tidak jujur demi keuntungan materi.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi beberapa pihak, antara lain :

1. Bagi hubungan masyarakat dan pemasar digital, dapat sebagai early warning system transparansi demi engagement jangka pendek. Secara kritis, penelitian ini membongkar asumsi bahwa interaksi parasosial menjamin loyalitas audiens, sebaliknya, pelanggaran terhadap norma kejujuran dapat memicu penolakang secara cepat yang menghancurkan merek influencer secara permanen
2. Bagi Publik pengguna TikTok, untuk lebih waspada terhadap konten spill skincare yang terlihat jujur namun sebenarnya bisa saja direkayasa untuk kepentingan bisnis. Dengan memberi pengetahuan agar tidak mudah percaya begitu saja pada rekomendasi yang terkesan spontan, sehingga bisa membedakan antara ulasan tulus dan konten yang sudah diatur. Secara khusus akun tiktok @quezelyhere, penelitian ini menunjukkan secara jelas bagaimana kepercayaan pengikut bisa runtuh ketika kejujuran dikorbankan.
3. Bagi prodi Ilmu Komunikasi, membantu memahami secara nyata bagaimana kepercayaan publik dalam hubungan influencer, konten, hingga pengikutnya bisa dibangun, lalu runtuh karena praktik yang tidak jujur. Hasil penelitian ini bisa menjadi bahan evaluasi bagi mahasiswa yang akan bekerja sebagai public relations, social media specialist, atau content creator, agar lebih mengutamakan transparansi daripada sekadar mengejar popularitas. Hal ini juga memberikan mahasiswa untuk berpikir kritis dalam membaca fenomena digital, tidak mudah terbuai oleh kemasan konten yang terkesan jujur dan spontan.