

**ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPERCAYAAN
KONSUMSI MAKANAN SEHAT
(Studi Kasus *Followers* Akun Instagram @Nadialaydrus)**

(Skripsi)

Oleh

GALANG YOPI ANWAR

NPM 1916031051



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMSI MAKANAN SEHAT (Studi Kasus *Followers* Akun Instagram @Nadialaydrus)

Oleh

GALANG YOPI ANWAR

Salah satu permasalahan yang masih terjadi pada remaja Indonesia adalah kepercayaan kesehatan yang rendah terutama dalam mengonsumsi makanan, remaja saat ini gemar sekali mengonsumsi makanan cepat saji yang dalam penyajiannya selalu diberi penyedap rasa secara berlebihan. Pola konsumsi seperti ini perlu di beri edukasi seperti konten yang dibuat oleh akun Instagram @nadialaydrus. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial dalam konten Instagram @nadialaydrus terhadap kepercayaan konsumsi makanan sehat. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode survei yang bersifat deskriptif kuantitatif. Dalam penelitian ini terdapat 100 responden dari *follower* akun Instagram @nadialaydrus untuk dijadikan sampel penelitian, teknik yang dilakukan merupakan *probability sampling* yang mana jenisnya *simple random sampling*. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa bahwa konten kesehatan akun Instagram @nadialaydrus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumsi makanan sehat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,611 sehingga besarnya kontribusi nilai pengaruh konten Instagram @nadialaydrus terhadap kepercayaan konsumsi makanan sehat yaitu 61,1% sedangkan sisanya 38,9% yang dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Kesimpulannya adalah Pengaruh media sosial terhadap konsumsi makanan sehat remaja sebesar 61,1% dan teori *health belief model* masih bisa digunakan pada era teknologi digital dan media sosial.

Kata Kunci : konsumsi makanan sehat, kepercayaan kesehatan remaja, konsumsi tidak sehat, edukasi kesehatan, penelitian konten @nadialaydrus

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON CONFIDENCE IN HEALTHY FOOD CONSUMPTION (Case Study of Followers of the Instagram Account @Nadialaydrus)

By

GALANG YOPI ANWAR

One of the issues still occurring among Indonesian teenagers is the low health awareness, especially regarding food consumption. Currently, teenagers are fond of consuming fast food, which is often excessively seasoned. Consumption patterns like these need to be addressed through education, such as the content created by the Instagram account @nadialaydrus. This research aims to determine the extent of the influence of social media, specifically the content on Instagram @nadialaydrus, on the confidence in consuming healthy food. The method used in this research is a descriptive quantitative survey. There were 100 respondents selected from the followers of the Instagram account @nadialaydrus as the research sample, using simple random sampling as the probability sampling technique. The research results indicate that the health content on the @nadialaydrus Instagram account has a positive and significant impact on the confidence in consuming healthy food. The coefficient of determination is 0.611, indicating that the contribution of the influence of @nadialaydrus Instagram content to the confidence in consuming healthy food is 61.1%, while the remaining 38.9% is influenced by other factors outside of this study. The conclusion is that the influence of social media on adolescents' healthy food consumption is 61.1%, and the Health Belief Model theory can still be applied in the era of digital technology and social media.

Keywords: *healthy food consumption, teenage health confidence, unhealthy consumption, health education, @nadialaydrus content research.*

**ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPERCAYAAN
KONSUMSI MAKANAN SEHAT
(Studi Kasus *Followers* Akun Instagram @Nadialaydrus)**

Oleh

GALANG YOPI ANWAR

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMSI MAKANAN SEHAT (Studi Kasus *Followers* Akun Instagram @Nadialaydrus)**

Nama Mahasiswa : Galang Yopi Anwar

Nomor Pokok Mahasiswa : 1916031051

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



1. Komisi Pembimbing

Andi Windah, S.I.Kom., M.Comn&Media.St

NIP. 198109262009121004

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si

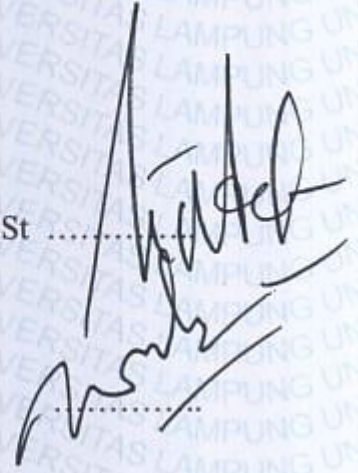
NIP. 198007282005012001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Andi Windah, S.I.Kom., M.Comn&Media.St

Penguji Utama : Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si



Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si

NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Desember 2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Galang Yopi Anwar
NPM : 1916031051
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Desa Suka Mulya, Kecamatan Tanjung Raja, Kabupaten Lampung Utara
No. Handphone : 082286955124

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi penulis yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial Terhadap Kepercayaan Konsumsi Makanan Sehat (Studi Kasus Followers Akun Instagram @Nadialaydrus)”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah penulis sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir penulis ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka penulis akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik penulis.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 20 November 2023
Yang membuat Pernyataan,



Galang Yopi Anwar
NPM. 1916031051

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Galang Yopi Anwar. Penulis dilahirkan di Lampung Utara pada tanggal 9 Agustus 2001. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, penulis anak dari pasangan Bapak Usa Supriatna dan Ibu Suryani. Penulis menyelesaikan pendidikan di SDN Suka Mulya pada tahun 2013, SMPN 2 Metro pada tahun 2016, SMA 1 Muhammadiyah Metro pada tahun 2019, dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN.

Selama menjalankan perkuliahan, penulis pernah bergabung di salah satu media di Rajabasa pada tahun 2019 nama dari media tersebut adalah A-Radio 101.1 FM Bandar Lampung, Namun penulis keluar ketika tahun 2020 terjadi pandemi covid-19. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sukanegeri, Kecamatan Talang Padang, Kabupaten Tanggamus pada Juli-Agustus 2022 dan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di KAI Divre IV Tanjung Karang pada Januari-Februari 2023. Lalu selama perkuliahan berlangsung penulis berkecimpung dalam Yayasan Pelangi di Desa Suka Mulya yang bergerak di bidang Pendidikan Anak Usia Dini dan TK. Penulis membantu dalam bagian oprator sekolah dan mengikuti pelatihan perwakilan Paud/Tk kecamatan dalam pelatihan bimbingan teknis.

PERSEMBAHAN

Dengan segala rasa syukur, aku persembahkan skripsi ini kepada Allah SWT. Atas segala kemudahan, kelancaran, dan kekuatan Nya aku bisa menyelesaikan skripsi ini.

Kedua orang tua ku, dua sosok terhebat yang paling aku penulisi. Skripsi ini sebagai tanda bakti ku dan merupakan sebagian kecil dari usaha ku untuk membahagiakan kalian.

Juga diri sendiri, terima kasih karena telah berjuang dan bertahan dalam berbagai hal. Semoga selalu diberikan kemampuan berjuang dan bertahan.

MOTTO

“... Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui”

(QS Al-Baqarah: 216)

“Papah pernah bilang hidup itu cukup jadi orang yang mengerti dan Mamah mengajarkan untuk bermanfaat bagi orang lain jika tidak bisa bermanfaat setidaknya tidak menyusahkan”

(Galang Yopi Anwar)

SANWACANA

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat-Nya berupa kesehatan, kesempatan, serta kemampuan dalam menyelesaikan penulisan skripsi dengan Judul **Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Kepercayaan Konsumsi Makanan Sehat (Studi Kasus Followers Akun Instagram @Nadialaydrus)**. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat penulis dalam menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang banyak berjasa dalam memberikan doa, bantuan, dan semangat kepada penulis, yaitu :

1. Allah SWT. *La hawla wala quwwata illa billahil aliyil adzim*.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, serta selaku dosen penguji skripsi atas masukan, kritik dan saran yang membangun selama penulis menyusun skripsi ini
4. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
5. Ibu Andi Windah, S.I.Kom., M.Comn&Media.St. selaku Dosen Pembimbing skripsi atas kesediaan, kesabaran, dan keikhlasannya dalam memberikan bimbingan, saran, dan kritik serta ilmu dan pengetahuan baru yang bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.

6. Sekali lagi penulis ucapkan terimakasih kepada ibu Andi Windah, S.I.Kom., M.Comn&Media.St selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis. Terimakasih atas segala bantuannya selama perkuliahan.
7. Seluruh dosen, staff, administrasi, dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya Mas Redy dan Bu Iis yang telah membantu penulis demi kelancaran skripsi ini.
8. Kedua orang tua penulis: Ibunda (Suryani) dan Ayahanda (Usa Supriatna) yang sangat penulis penulisingi dan menjadi motivasi penulis. Terimakasih selalu mendoakan, memberikan semangat moral dan selalu bekerja keras untuk memenuhi segala kebutuhan penulis. Tiada kata lain yang dapat penulis sampaikan untuk Ibu dan Ayah; maaf dan banyak terimakasih.
9. Kakak dan adik serta kerabat dekat penulis, Kak Wanda Daud, Teh Fitriani, Adik Abta Daga, terimakasih atas doa dan dukungannya. Semoga kita utuh dan rukun selamanya. Serta keponakan terpenulising Arjuna Tama Alfitran dan Arkhena Ratu Alfita.
10. Pakpoh, bude, uwak, bibi, mamang, mas dan mbak sepupu terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama kuliah. Terimakasih selalu berusaha mempermudah urusan penulis. Semoga kebaikan kalian diberikan balasan oleh Allah.
11. Laila Ayunawati, terimakasih atas support yang diberikan baik secara motivasi semangat atau material, semua itu sangat membantu penulis dalam menjalankan keseharian mengerjakan skripsi ini.
12. Ucapan terimakasih terkhusus dari penulis untuk keluarga papah ano sama mamah ning, khususnya mbak ririn dan mas deni yang telah mengizinkan penulis menempati rumahnya untuk kelancaran penulis dalam menjalankan kuliah, semoga kelak penulis bisa membalas membantu kebaikan yang telah kalian berikan.
13. Lokasi PKL yang telah memberikan pengalaman berharga bagi penulis dalam menjalankan dunia kerja, terimakasih kepada Bapak Deni, Bapak Jawawi, Mas Hendrik, Mas Olf, Teh Neneng, atas waktu untuk berdiskusi, kepercayaan, dukungan, dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis.

14. Teman-temankuku Adnan, Rizky, Ridho, Nanda, Abshor, Ilham, Fadil, Aldri, Billy, Gusti, Tina, Dinda, Cristafora, Sandra, Salsa, Rani, Shalia, Khansa, kanya, dan Resti . Terima kasih sudah banyak membantu dalam memberi semangat dan informasi yang sangat berguna untuk menyelesaikan skripsi ini.
15. Pemilik kontak Whatsapp dengan nama yang tidak terbaca di kolom pencarian terima kasih atas dukungan yang telah diberikan hingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Pemikiran	8
1.6 Hipotesis	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Dampak Pandemi Covid-19 Pada Prilaku Bermedia Sosial.....	12
2.3 Media Sosial	13
2.3.1 Pengertian Media Sosial.....	13
2.3.2 Ciri-ciri Media Sosial.....	14
2.3.3 Fungsi Media Sosial.....	15
2.4 Intensitas Penggunaan Media Sosial	16
2.4.1 Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	16
2.4.2 Dimensi Intensitas Penggunaan Media Sosial	17
2.5 Instagram	18
2.5.1 Alasan Memilih Platform Instagram Sebagai Subjek Penelitian	20
2.6 Pengertian Remaja.....	20
2.7 Teori Health Belief Model.....	21
2.7.1 Definisi Health Belief Model	22

2.7.2	Aspek Health Belief Model.....	23
2.8	Profil Singkat Nadialaydrus	25
2.8.1	Tampilan akun Instagram @Nadialaydrus.....	25
2.8.2	Alasan pemilihan akun @nadialaydrus.....	26
III.	METODE PENELITIAN	28
3.1	Pendekatan Penelitian.....	28
3.2	Metode Penelitian.....	28
3.3	Variabel Penelitian	29
3.3.1	Variabel Bebas (Independen Variabel)	29
3.3.2	Variabel Terikat (<i>Dependen Variabel</i>).....	29
3.4	Definisi Konseptual.....	30
3.4.1	Indikator Media Sosial @Nadialaydrus	30
3.4.2	Konten Instagram.....	30
3.4.3	<i>Health Belief</i> Remaja	31
3.5	Definisi Oprasional.....	33
3.6	Populasi dan Sampel	36
3.6.1	Populasi.....	36
3.6.2	Sampel.....	37
3.7	Teknik Pengumpulan Sampel.....	38
3.8	Teknik Pengumpulan Data	38
3.8.1	Data Primer	38
3.8.2	Data Sekunder	39
3.9	Teknik Pengukuran Data	39
3.10	Teknik Analisis Data	40
3.10.1	Uji Normalitas.....	40
3.10.2	Uji Korelasi	40
3.10.3	Uji Regresi Linear Sederhana	40
3.11	Teknik Pengujian Instrumen	41
3.11.1	Uji Validitas	41
3.11.2	Uji Reabilitas.....	42
3.12	Pengujian Hipotesis	43
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44

4.1	Uji Validitas	44
4.2	Uji Reliabelitas	47
4.3	Karakteristik Responden	49
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi Instagram	50
4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengikuti Akun Instagram @Nadialaydrus	51
4.4	Hasil Penelitian.....	51
4.4.1	Deskripsi Variabel X (Intensitas dan Konten Instagram)	51
4.4.2	Deskripsi Variabel Y	71
4.4.3	Persentase Kumulatif Variabel X dan Y	103
4.4.4	Rata-rata Persentase Likert (perdimensi)	107
4.5	Analisis Data	110
4.5.1	Uji Korelasi	110
4.5.2	Uji Regresi Linear Sederhana	111
4.5.3	Koefisien Determinasi.....	112
4.6	Uji Hipotesis.....	113
4.7	Pembahasan Penelitian	115
V.	SIMPULAN DAN SARAN	120
5.1	Simpulan.....	120
5.2	Saran	121
	DAFTAR PUSTAKA	122

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Oprasionalisasi Konten Instagram	34
Tabel 3.2 Oprasionalisasi Kepercayaan Konsumsi Makanan Sehat	35
Tabel 3.3 Skala <i>Likert</i>	39
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Media Sosial Instagram (X)	45
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Health Belief Remaja (Y)	46
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Variabel X	48
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Variabel Y	48
Tabel 4.5 Kriteria Reliabilitas	49
Tabel 4.6 Pernyataan X1	52
Tabel 4.7 Pernyataan X2	52
Tabel 4.8 Pernyataan X3	53
Tabel 4.9 Pernyataan X4	53
Tabel 4.10 Pernyataan X5	54
Tabel 4.11 Rekapitulasi Frekuensi Penggunaan	55
Tabel 4.12 Pernyataan X6	56
Tabel 4.13 Pernyataan X7	56
Tabel 4.14 Pernyataan X8	57
Tabel 4.15 Pernyataan X9	57
Tabel 4.16 Pernyataan X10	58
Tabel 4.17 Rekapitulasi Durasi Penggunaan	59
Tabel 4.18 Pernyataan X11	60

Tabel 4.19 Pernyataan X12	60
Tabel 4.20 Pernyataan X13	61
Tabel 4.21 Pernyataan X14	61
Tabel 4.22 Pernyataan X15	62
Tabel 4.23 Rekapitulasi Konten Gambar (Visual)	63
Tabel 4.24 Pernyataan X16	64
Tabel 4.25 Pernyataan X17	64
Tabel 4.26 Pernyataan X18	65
Tabel 4.27 Pernyataan X19	65
Tabel 4.28 Pernyataan X20	66
Tabel 4.29 Rekapitulasi Konten Video (Audio Visual)	67
Tabel 4.30 Pernyataan X21	68
Tabel 4.31 Pernyataan X22	68
Tabel 4.32 Pernyataan X23	69
Tabel 4.33 Pernyataan X24	69
Tabel 4.34 Pernyataan X25	70
Tabel 4.35 Rekapitulasi <i>Caption</i> (Keterangan)	71
Tabel 4.36 Pernyataan Y26	72
Tabel 4.37 Pernyataan Y27	72
Tabel 4.38 Pernyataan Y28	73
Tabel 4.39 Pernyataan Y29	74
Tabel 4.40 Pernyataan Y30	74
Tabel 4.41 Pernyataan Y31	75
Tabel 4.42 Pernyataan Y32	76
Tabel 4.43 Pernyataan Y33	76
Tabel 4.44 Rekapitulasi <i>Perceived Susceptibility</i>	77
Tabel 4.45 Pernyataan Y34	78
Tabel 4.46 Pernyataan Y35	78

Tabel 4.47 Pernyataan Y36	79
Tabel 4.48 Pernyataan Y37	80
Tabel 4.49 Pernyataan Y38	80
Tabel 4.50 Pernyataan Y39	81
Tabel 4.51 Pernyataan Y40	81
Tabel 4.52 Rekapitulasi <i>Perceived Severity</i>	82
Tabel 4.53 Pernyataan Y41	83
Tabel 4.54 Pernyataan Y42	84
Tabel 4.55 Pernyataan Y43	84
Tabel 4.56 Pernyataan Y44	85
Tabel 4.57 Pernyataan Y45	86
Tabel 4.58 Pernyataan Y46	56
Tabel 4.59 Rekapitulasi <i>Perceived Benefit</i>	87
Tabel 4.60 Pernyataan Y47	88
Tabel 4.61 Pernyataan Y48	89
Tabel 4.62 Pernyataan Y49	90
Tabel 4.63 Pernyataan Y50	90
Tabel 4.64 Pernyataan Y51	91
Tabel 4.65 Pernyataan Y52	92
Tabel 4.66 Rekapitulasi <i>Perceived Barriers</i>	92
Tabel 4.67 Pernyataan Y53	93
Tabel 4.68 Pernyataan Y54	94
Tabel 4.69 Pernyataan Y55	94
Tabel 4.70 Pernyataan Y56	95
Tabel 4.71 Pernyataan Y57	96
Tabel 4.72 Pernyataan Y58	97
Tabel 4.73 Pernyataan Y59	97
Tabel 4.74 Pernyataan Y60	98

Tabel 4.75 Rekapitulasi <i>Cues To Action</i>	98
Tabel 4.76 Pernyataan Y61	99
Tabel 4.77 Pernyataan Y62	100
Tabel 4.78 Pernyataan Y63	101
Tabel 4.79 Pernyataan Y64	101
Tabel 4.80 Pernyataan Y65	102
Tabel 4.81 Rekapitulasi <i>Self-Efficacy</i>	103
Tabel 4.82 Kategori kategori persentase pernyataan	104
Tabel 4.83 Kategori item pada variabel X	104
Tabel 4.84 Kategori item pada variabel Y	105
Tabel 4.85 Rata-rata persentase skala likert	107
Tabel 4.86 Hasil Koefisiensi Korelasi	110
Tabel 4.87 Derajat Hubung	110
Tabel 4.88 Uji Regresi Linear Sederhana	111
Tabel 4.88 Hasil Uji Regresi Koefisien Determinasi	112
Tabel 4.89 Uji T	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi 2021-2022	2
Gambar 1.2 Media Sosial Dengan Jumlah Pengguna Aktif	3
Gambar 1.3 Kerangka Pikir	8
Gambar 2.1 Tampilan Akun Instagram @Nadialaydrus	26
Gambar 2.2 Akun Pembandingan @Aymanalatas, @Dhika.dr	26
Gambar 4.3.1 Berdasarkan jenis kelamin responden	49
Gambar 4.3.2 Berdasarkan usia responden	50
Gambar 4.3.3 Berdasarkan lama menggunakan instagram	50
Gambar 4.3.4 Berdasarkan lama mengikuti akun @Nadialaydrus	51

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

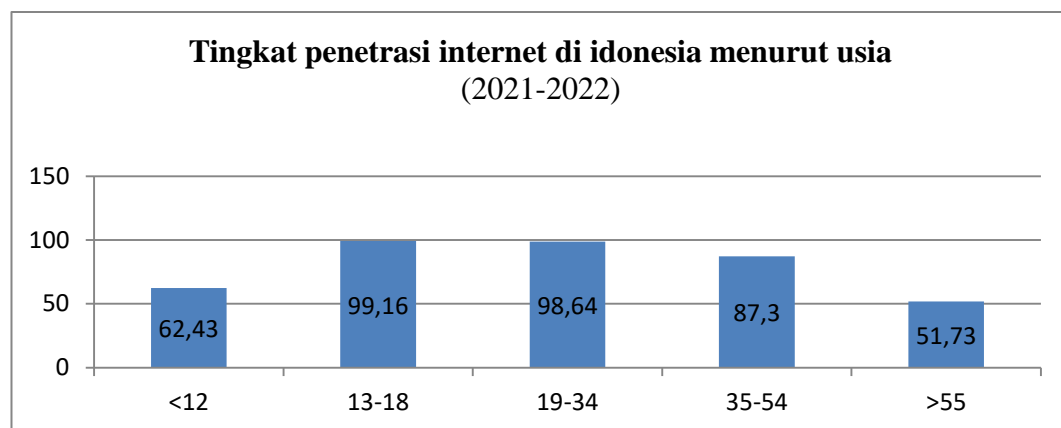
Belakangan ini pengaruh yang ada pada masyarakat banyak dipengaruhi oleh media sosial. Hal ini terjadi tidak terlepas dari pengaruh pandemic yang melanda masyarakat Indonesia, yaitu pandemic covid 19. Banyak kegiatan-kegiatan yang dilakukan dari rumah, hal tersebut membuat penggunaan teknologi menjadi sangat dominan. Selain untuk bergkegiatan seperti bekerja teknologi seperti smartphone juga digunakan sebagai hiburan di tengah pandemic covid 19, salah satu hiburan yang sering di gunakan dalam smartphone yaitu media sosial. Banyak konten-konten yang menghibur di media sosial tergantung apa yang biasa di cari dalam akun media sosial tersebut. Namun konten yang populer jarang sekali konten-konten yang edukatif sehingga banyak pengguna media sosial mengikuti kegiatan yang sama dengan yang ada pada konten tersebut tanpa memperhatikan dampak apa yang akan terjadi pada dirinya. Seperti pengguna media sosial yang menyukai konten mukbang, mereka juga terkadang melakukan hal serupa namun tidak dengan cara yang tepat. Mereka makan banyak namun tidak disertai dengan olahraga yang cukup akibatnya hal ini menyebabkan obesitas pada usia muda.

Penggunaan teknologi informasi melalui jaringan internet di tengah masyarakat perlu perhatian lebih, khususnya penggunaan internet di kalangan remaja. Perkembangan teknologi menjadikan adanya masyarakat baru yaitu masyarakat digital. Sehingga perlu adanya edukasi kepada masyarakat untuk menggunakan teknologi yang menggunakan jaringan internet dengan bijak agar tidak menimbulkan dampak negatif. Selain itu penggunaan internet yang baik dan bijak akan dapat memudahkan kita baik itu dalam bekerja ataupun dalam mencari informasi yang kita butuhkan.

Menurut sumber data yang di dapat dari Badan Pusat Statistik Indonesia (BPSI) menyatakan bahwa penggunaan internet menurut usia meningkat dengan persentase yang cukup stabil dan tidak terlalu signifikan dari tahun 2017 sampai 2019 (<https://shorturl.at/byEUW>). Namun di tahun berikutnya yang disertai berbarengan dengan pandemi covid 19 penggunaan media social sampai saat ini meningkat sangat drastic hingga tiga kali lipat dari tahun sebelumnya. Hal tersebut dipercaya karena pengarus PSBB atau pembatas social bersekala besar yang di lakukan pemerintah untuk mencegah penyebaran penyakit covid 19 dan hal tersebut membuat masyarakat di tuntut harus bisa bekerja dari rumah menggunakan teknologi terkini yaitu internet, sehingga dari usia remaja hingga usia yang lewat dewasa pun perlu dituntut untuk dapat menggunakan internet. Ditengah kejenuhan kerja atau sekolah social media menjadi salah satu akses yang paling tinggi dalam menggunakan internet di Indonesia.

Mari kita lihat data penetrasi penggunaan internet Indonesia yang di keluarkan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia) setelah terjadinya pandemic covid 19 yaitu sebagai berikut :

Gambar 1.1 Tingkat penetrasi internet 2021-2022



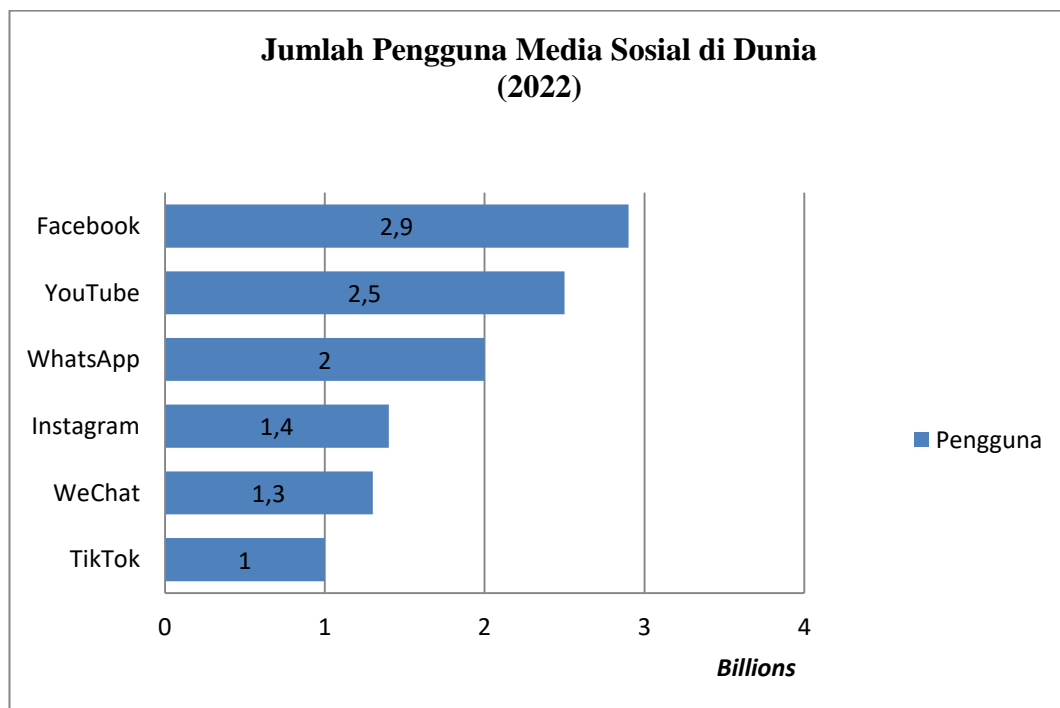
Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia-APJII

(Sumber : <http://surl.li/lkxpy>)

Setelah kita bandingkan data di atas yaitu data penggunaan internet di indonesia setelah pandemic covid 19 dan sebelum pandemic covid 19 sangat terpaut jauh. Walaupun data yang di ditampilkan pada BPSI dan APJII ada sedikit perbedaan pengelompokan usia, namun jika kita perhatikan dengan lebih teliti

makan terlihat jelas jauhnya persentase penggunaan internet pada tahun 2019 ke tahun 2021/2022. Salah satu yang paling sering di gunakan dalam menggunakan internet adalah akses pada media sosial. Mari kita simak data pengguna media sosial di berbagai platform, yaitu sebagai berikut :

**Gambar 1.2 Media Sosial dengan Jumlah Pengguna Aktif
Terbanyak Global (2022)**



Sumber Databoks Menurut Laporan *We Are Social and Hootsuite*

(Sumber : <https://shorturl.at/ryAQV>)

Setelah membahas tentang tingginya penggunaan internet di indonesia dari perbandingan tahun sebelum masa pandemi covid 19 dan setelah masa pandemi covid 19. Adapun data yang menjadi latar belakang penelitian ini. Seperti data yang di paparkan di atas yaitu data jumlah pengguna media sosial, facebook menempati posisi pertama, lalu ada youtube yang menduduki posisi kedua. Kemudian ada WhatsApp, Instagram, WeChat, dan TikTok. Dari beberapa data di atas peneliti memilih studi kasus penelitian ini yaitu platform Instagram. Alasan yang mendukung peneliti memilih platform ini adalah ada dua platform yang sangat populer penggunaanya di indonesia yaitu Instagram dan Tiktok. Namun

setelah melihat data di atas, jumlah pengguna instagram melebihi jumlah pengguna TikTok. Dengan alasan itu peneliti memilih platform Instagram untuk dijadikan studi kasus dalam penelitian skripsi ini. Alasan lain peneliti tidak memilih tiga platform di atas Instagram adalah Facebook dan Youtube tidak lagi populer di kalangan remaja, sedangkan WhatsApp adalah aplikasi pesan pribadi. Alasan lain peneliti memilih Instagram sebagai studi kasus adalah karena Indonesia saat ini menduduki posisi ke-4 dengan pengguna instagram terbanyak di dunia. Data ini bersumber dari Databoks menurut laporan *We Are Social* (<https://shorturl.at/oyCX0>).

Masyarakat indonesia mudah terpengaruh oleh konten media sosial yang sedang populer. Perlu adanya edukasi untuk masyarakat dalam memilih konten yang harus di lihat dan juga edukasi terhadap para pembuat konten. Orang tua memiliki kewajiban untuk mengawasi anaknya ketika sedang menggunakan media sosial, karena konten negatif dapat mempengaruhi anak oleh karena itu orang tua harus lebih perhatian dengan apa yang anak mereka lihat pada konten media sosial. Tapi untuk menguji lebih jauh apakah konten media sosial benar-benar mampu mempengaruhi perilaku seseorang maka peneliti membuat penelitian ini. Fokus penelitian ini dikaitkan dengan kepercayaan kesehatan pada perilaku remaja.

Untuk mengetahui apakah sebenarnya remaja itu mampu dipengaruhi perilakunya oleh konten media sosial. Terutama pada kepercayaan kesehatannya, apakah mereka ketika melihat konten media sosial tentang menjaga kesehatan, mereka memahami dan mengaplikasikanya dalam kegiatan mereka sehari-hari untuk hidup dengan perilaku sehat. Ada beberapa konten yang sebenarnya normal untuk di tayangkan namun ada sedikit dampak negatif di dalamnya, terutama jika konten tersebut dapat mempengaruhi anak remaja. Konten yang dimaksud adalah konten mukbang dan konten iklan minuman dalam kemasan. Konten mukbang bukan konten yang negatif namun jika penontonnya ikut melakukan hal yang serupa yaitu mukbang (makan dengan porsi yang banyak) tanpa disertai dengan olahraga yang cukup untuk membakar kalori atau dengan cara lain untuk tetap menjaga kesehatannya maka hal itu dapat membuat seseorang mengalami

obesitas. Lalu ada konten iklan minuman bergula dalam kemasan, iklan juga bukan iklan negatif, namun dengan iklan yang begitu menarik membuat anak-anak remaja gemar mengonsumsi minuman bergula dalam kemasan dalam porsi yang berlebihan hal tersebut tentu bukan hal yang baik. Karena dampak dari minum-minuman manis dapat menyebabkan diabetes. Terlebih lagi Indonesia berada di posisi ke-5 dunia dengan jumlah penderita penyakit diabetes terbanyak. Data tersebut di dapatkan dari Website Resmi Diabetes Indonesia yang tercatat dalam *International Diabetes Federation* (<https://shorturl.at/otFH2>).

Informasi yang dijelaskan dalam *International Journal of Humanities Education and Social Sciences* dengan judul *Calling for Multiculturalism-Based Communication Campaign in Early Prevention of Youth Diabetes* dalam penelitian ini menyatakan bahwa *Many youths are unaware that making attentive lifestyle choices is essential to prevent diabetes, especially type 2 diabetes. Individual lifestyles, often characterized by high-stress scenarios, such as habitual late-night activities, excessive involvement in online games, inadequate physical exercise, and significant trends in high-risk food consumption, require scientific attention. Health communication campaign based on multiculturalism programs should be implemented immediately to improve healthy eating habits and teach them the importance of a comprehensive diet to prevent them from getting DMT2.* Inti dari penelitian ini menyimpulkan bahwa kampanye tentang kesehatan perlu segera dilakukan karena terlalu banyak anak usia muda terkena penyakit diabetes yang disebabkan oleh berbagai macam faktor salah satunya pola makan yang tidak terjaga sehingga hal tersebut dapat menyebabkan remaja terkena penyakit diabetes di usia muda.

Adapun akun instagram yang menjadi studi kasus dalam penelitian skripsi ini adalah akun instagram @nadiaalaydrus. Ada beberapa alasan peneliti memilih akun ini sebagai studi kasus yaitu karena konten pada akun ini adalah konten edukatif untuk kesehatan. Serta banyak konten yang memuat edukasi kesehatan pada usia anak-anak atau remaja. Contohnya adalah konten pada link berikut ini (<https://shorturl.at/pJW24>) pada link tersebut memuat isi konten dari akun @nadiaalaydrus yang membahas bahayanya makanan dengan kadar gula atau

pemanis yang berlebihan yang tidak sesuai dengan porsi yang dibutuhkan tubuh seseorang. Pada konten tersebut creator memperlihatkan produk makanan kukis yang dilumuri dengan coklat yang berlebihan, lalu creator menjelaskan bahayanya yang dapat menyebabkan diabetes. Creator menjelaskan dalam kontennya bahwa anak usia 4-6 tahun hanya boleh mengonsumsi gula sebanyak 19 gram. Usia 7-10 tahun maksimal 24 gram, usia 11-12 tahun maksimal 30 gram dan usia dewasa hanya boleh mengonsumsi gula sebanyak 50 gram dalam satu harinya. Lalu creator menambahkan informasi yang di dapat dari IDAI (Ikatan Dokter Anak Indonesia) yang di survey bulan Februari 2023 menyatakan bahwa kasus diabetes pada anak meningkat 70 kali lipat. Salah satu contoh konten inilah yang menjadikan akun @nadiaalaydrus menjadi subjek dalam penelitian skripsi ini.

Merujuk pada pemaparan latar belakang penelitian di atas, faktor tersebutlah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Kepercayaan Konsumsi Makanan Sehat (Studi Kasus Followers Akun Instagram @Nadialaydrus)”

1.2 Rumusan Masalah

Berapa Besar Pengaruh Media Sosial Terhadap Kepercayaan Konsumsi Makanan Sehat (Studi Kasus Followers Akun Instagram @Nadialaydrus)?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui Berapa Besar Pengaruh Media Sosial Terhadap Kepercayaan Konsumsi Makanan Sehat (Studi Kasus Followers Akun Instagram @Nadialaydrus).

1.4 Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat pada penelitian yang sedang dikerjakan yaitu antara lain sebagai berikut :

A. Secara Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah ragam penelitian dalam bidang ilmu komunikasi serta menjadi bahan untuk sumber informasi bagi pembaca dan dapat menjadikan referensi bagi penelitian lain, terutama dalam penelitian media sosial berpengaruh pada kepercayaan kesehatan remaja.

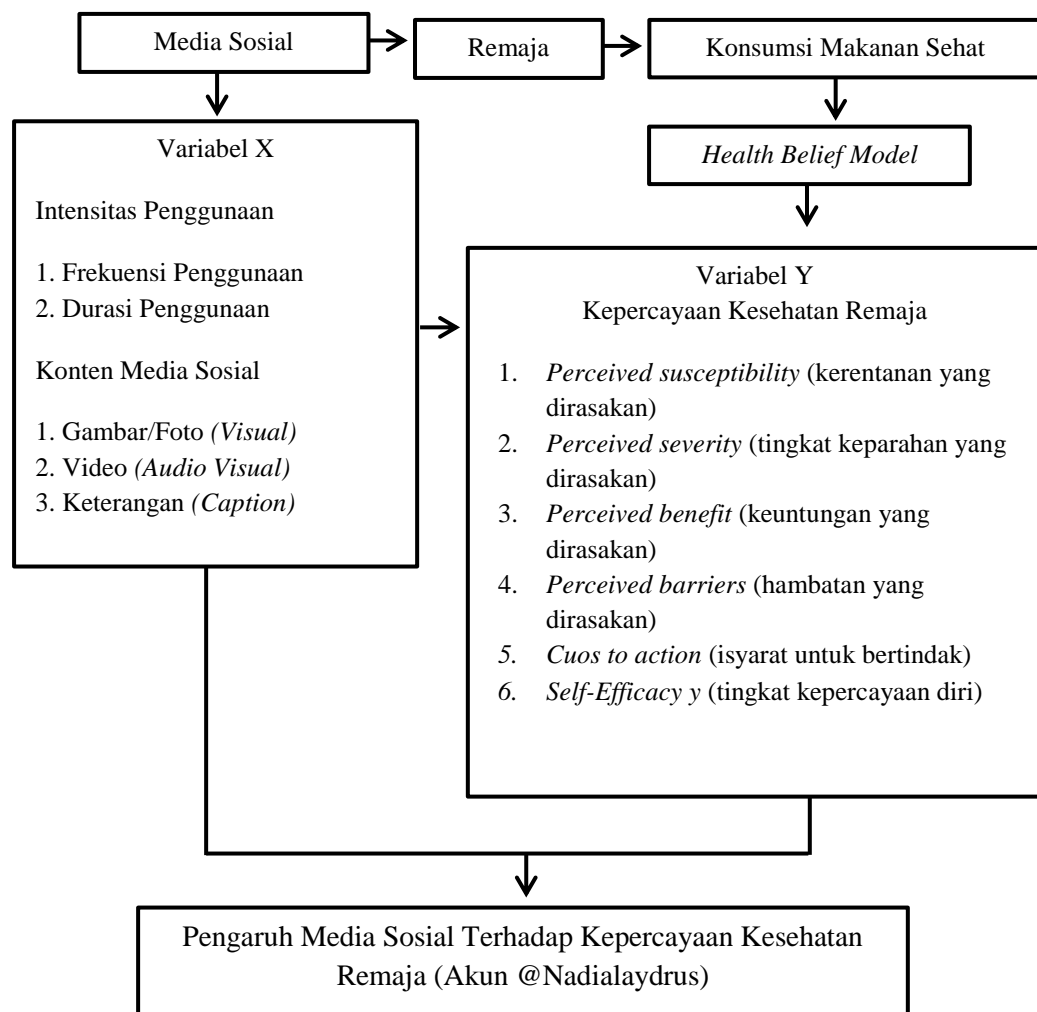
B. Secara Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang bagaimana pengaruh media sosial terhadap keputusan dalam menjaga kesehatan remaja, Serta diharapkan sebagai acuan bagi masyarakat mengenai pentingnya memikirkan kesehatan dan tidak terpengaruh oleh konten media sosial. Penelitian ini juga untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

1.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir merupakan pemahaman yang paling mendasar dan berfungsi sebagai landasan untuk cara peneliti memikirkan dan menjalankan seluruh penelitian mereka. Kerangka pikir juga berfungsi sebagai model konseptual yang menunjukkan bagaimana teori berinteraksi dengan berbagai komponen yang telah ditentukan sebagai masalah penting. (Sugiyono,2017:60).

Gambar 1.3 Kerangka Pikir



(Sumber : Diolah oleh peneliti)

Gambar kerangka pikir di atas adalah sebuah konsep yang telah dibuat oleh peneliti dengan pertimbangan-pertimbangan yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan dan kelengkapan dari judul penelitian ini. Dalam kerangka pikir tersebut penjelasan dimulai dari penggunaan media sosial yang meningkat di kalangan anak remaja sehingga hal tersebut mampu mempengaruhi remaja dalam mengkonsumsi informasi yang tertera pada media sosial, lalu fokus penelitian ini adalah ingin melihat apakah konten media sosial tentang konsumsi makanan sehat dapat mempengaruhi remaja. Lalu selanjutnya kita masukkan teori dalam penelitian ini yaitu teori *health belief model* yang dimana dimensi dari teori ini menjadi komponen indikator dalam variabel Y dan untuk variabel X kita ambil komponen-komponen yang berkaitan dengan konten media sosial. Lalu selanjutnya peneliti mencari hasil dari pengaruh variabel X terhadap variabel Y menggunakan metode penelitian kuantitatif sehingga hasil tersebut dapat menjelaskan seberapa besar pengaruh media sosial terhadap kepercayaan kesehatan remaja dalam melihat konten makanan sehat yang ada pada akun instagram @nadialaydrus.

1.6 Hipotesis

Sugiyono (2017:64) menyatakan bahwa hipotesis berfungsi sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah penelitian ditulis dalam bentuk kalimat pertanyaan. Penelitian akan membuktikan kebenaran hipotesis sebagai jawaban awal dari penelitian. Setelah hasil penelitian dibuktikan, hipotesis ini dapat diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini, hipotesis dibuat sebagai berikut :

- Ho** : Tidak ada pengaruh intensitas dan konten instagram @Nadialaydrus terhadap kepercayaan konsumsi makanan sehat.
- Ha** : Ada pengaruh intensitas dan konten instagram @Nadialaydrus terhadap kepercayaan konsumsi makanan sehat.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk memudahkan mendapatkan hasil penelitian, peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai tolak ukur dan perbandingan. Peneliti telah melakukan pemeriksaan terhadap penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian. Untuk membuat penelitian sistematis, peneliti dapat menggunakan elemen teoritis dan konseptual dari penelitian terdahulu.

Penelitian di bawah ini merupakan table yang berisi perbedaan tinjauan penelitian terdahulu, yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Robi Saputra (2022)	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok @pandemictalk Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers	Berdasarkan hasil dan analisis data penelitian mengenai pengaruh penggunaan media sosial Tiktok @pandemictalks terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers tentang pandemi Covid-19, maka dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut: 1. Berdasarkan uji hipotesis, diperoleh hasil bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($8,723 > 1,290$), hal itu berarti H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara media sosial tiktok @pandemictalks terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers tentang pandemi Covid-19. 2. Penggunaan Media sosial Tiktok @pandemictalks mendapatkan nilai tinggi menurut followers. hal ini dapat memberikan

		Tentang Pandemi Covid-19	kepuasan terhadap <i>followers</i> yang mengkonsumsi informasi dari media sosial @ <i>pandemictalks</i> . Dengan nilai yang tinggi itu pula, penggunaan media sosial Tiktok @ <i>pandemictalks</i> dapat menjadi sumber pemenuhan kebutuhan akan informasi bagi <i>followers</i> tentang pandemi Covid-19.
2	Winda Fronika (2021)	Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa menggunakan ponsel saat memungkinkan Anda mengakses situs web seperti Facebook atau Twitter kapan saja dan di mana saja. Akses cepat orang ke media sosial menyebabkan arus informasi berkembang di Indonesia dan negara-negara maju. Karena media sosial tampaknya mulai menggantikan media massa konvensional dalam menyebarkan berita dengan lebih cepat. Dengan mempertimbangkan hal ini, Sekolah Tinggi Sandi Negara (STSN) dan Yahoo! melakukan penelitian tentang penggunaan internet oleh remaja. Hasilnya menunjukkan bahwa 64% pengguna internet Indonesia adalah remaja berusia 15-19 tahun.
3	Yuli Asmi Rozali (2020)	Perbedaan <i>Health Belief</i> Remaja Berdasarkan Jenis Kelamin Dalam Memaknai <i>Vape</i>	Berdasarkan hasil uji independent sample test maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan health belief remaja berdasarkan jenis kelamin dalam memaknai vape. Dari Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja perempuan memiliki keyakinan kesehatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan remaja laki-laki. Selain itu tidak terdapat hubungan antara health belief dengan usia dan komunitas..

2.2 Dampak Pandemi Covid-19 Pada Prilaku Bermedia Sosial

Sekarang, kemajuan dan kemajuan teknologi telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat di era modern. Dalam penelitian yang dia lakukan (Sintiawati, 2020), dia menemukan bahwa perilaku masyarakat selama pandemi COVID-19 dalam penggunaan media sosial sudah sangat umum karena platform digital menyediakan banyak informasi yang relevan. Saat ini, masyarakat sangat tertarik untuk mencari dan mempelajari informasi dari media sosial. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Purandina, 2020), kemajuan teknologi yang begitu pesat telah menghasilkan masyarakat digital baru, yang membutuhkan literasi digital. Literasi digital membantu orang belajar menggunakan dan mengolah teknologi media sosial. Dengan demikian, teknologi seperti media sosial berfungsi sebagai jaringan atau alat komunikasi untuk mencari dan membuat informasi serta untuk menggunakannya dengan cara yang cerdas, tepat, dan taat pada hukum untuk mendorong perilaku di media.

Pengguna media sosial di seluruh dunia meningkat lebih dari 10 persen. Penambahan ini menjadikan total pengguna awal februari 2022 sebanyak 3,9 miliar. Hal ini berarti untuk pertama kalinya lebih dari setengah populasi dunia sekarang menggunakan media sosial. Tren pertumbuhan ini menunjukkan bahwa rata-rata lebih dari satu juta orang mulai menggunakan media sosial untuk pertama kalinya setiap hari selama 12 bulan terakhir. Hal ini setara dengan hampir 12 pengguna baru setiap detik. Masa lockdown selama pandemi Covid-19 sangat berperan dalam meningkatkan adopsi pengguna media sosial. Perilaku bermedia sosial pada masa bencana kesehatan ini juga berkembang. Dari aspek konten media sosial, khususnya selama pandemi Covid-19, informasi dan misinformasi terus menyebar. Masih banyak pengetahuan tentang virus pernapasan ini disebarkan melalui media sosial (H. M. Agung & Susri, 2020).

Di seluruh dunia, media sosial menjadi sumber informasi yang dicari orang terkait dengan perkembangan virus, penyebarannya, cara penanganannya, siapa yang menjadi kelompok rentan, dan lain sebagainya. Pencarian informasi dalam menghadapi bahaya pandemi Covid-19 merupakan perilaku adaptif bagi

semua orang di seluruh dunia. Orang memeriksa media sosial lebih sering untuk mendapatkan informasi terkini. Meskipun banyak dari informasi ini faktual dan bermanfaat, beberapa di antaranya tidak benar atau bahkan berbahaya. Informasi yang berseliweran di instagram misalnya, sempat menyamakan Covid-19 dengan virus influenza sehingga pada awal pandemi banyak orang tidak mengikuti protokol social distancing. Apa yang kita lihat di media sosial dibentuk oleh algoritma yang biasanya menyortir konten yang akan menarik paling banyak perhatian. Meskipun belum tentu konten yang diverifikasi benar. Media sosial tidak hanya dibentuk oleh reaksi dan minat manusia, tetapi juga membentuk pola pikir individu (Junawan & Laugu, 2020).

2.3 Media Sosial

2.3.1 Sejarah dan Pengertian Media Sosial

Istilah media sosial pertama kali muncul dan diperkenalkan oleh profesor J.A Barnes pada tahun 1954. Namun baru pada tahun 1995 media sosial sebagai satu kesatuan yang utuh muncul dengan tampilan Classmates.com yang berfokus pada hubungan antar mantan teman sekolah, dan SixDegrees.com pada tahun 1997 yang membuat ikatan tidak langsung dalam sebuah pertemanan. Kemudian dua model media sosial berbeda lahir sekitar tahun 1999 berbasiskan kepercayaan yang dikembangkan oleh Epinions.com, dan yang berbasiskan pertemanan seperti yang dikembangkan oleh Uskup Jonathan yang kemudian dipakai pada beberapa situs UK regional antara tahun 1999 dan 2000. Inovasi berikutnya muncul, media sosial tidak lagi hanya masalah pertemanan, namun memberikan pengguna kontrol yang lebih akan isi dan hubungannya. Mulailah pada era tersebut hadir Friendster, MySpace, Facebook, Twitter yang semuanya tampil dengan sebuah revolusi pada media sosial yang dikenal eksis dan memberi warna pada kehidupan manusia saat ini (Abugaza, 2013: 16-17).

Media sosial adalah sejenis media online di mana orang dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten melalui aplikasi berbasis internet seperti blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang virtual yang disokong oleh teknologi

multimedia yang semakin canggih (Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014; 25). Sebaliknya, Dixon (2012: 2) menjelaskan apa itu media sosial.

“Social media involves the use of web-based technologies to transform one-way communication into an interactive online dialogue. A key component of social media is the creation and exchange of user generated content.”

Media sosial menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah percakapan satu arah menjadi percakapan online interaktif. Pengguna membuat dan berbagi konten adalah bagian penting dari media sosial.

2.3.2 Ciri-ciri Media Sosial

Banyak orang dari berbagai belahan dunia dapat berinteraksi dengan mudah dan murah melalui situs media sosial yang muncul. Adanya situs jejaring sosial juga membantu karena mempercepat penyebaran informasi. Meskipun demikian, media sosial juga memiliki efek negatif, seperti mengurangi interaksi secara langsung atau tatap muka, munculnya kecanduan yang berlebihan, dan masalah etika dan hukum karena kontennya untuk melanggar aturan, privasi, dan moral. Dalam tulisannya Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein membuat klasifikasi berbagai jenis media sosial yang ada berdasarkan cara mereka digunakan. Klasifikasi ini dipublikasikan dalam majalah Business Horizons (2010). Mereka menyatakan bahwa secara umum, platform media sosial terbagi menjadi enam kategori, yaitu:

- 1) Proyek web kolaboratif di mana pengguna dapat mengubah, menambah, atau membuang konten yang ada di website, seperti wikipedia.
- 2) *Blog dan microblog, di mana pengguna dapat mengungkapkan perasaan, pengalaman, pernyataan, bahkan kritik, seperti Twitter.*
- 3) Konten atau isi di mana pengguna berbagi konten multimedia seperti buku, video, photo, gambar, dan lainnya di situs online seperti Tiktok dan YouTube.
- 4) Situs jejaring sosial, di mana orang dapat terhubung dan membuat informasi pribadi, kelompok, atau sosial sehingga orang lain dapat

terhubung atau mengaksesnya, seperti Facebook.

- 5) Dunia *game virtual*, di mana orang dapat muncul dalam berbagai avatar sesuai keinginan mereka melalui aplikasi 3D dan berinteraksi dengan orang lain dalam avatar yang sama seperti di dunia nyata, seperti dalam game online.
- 6) Dunia sosial *virtual* adalah aplikasi yang memungkinkan orang hidup dan berinteraksi di dunia *virtual*. Berbeda dengan dunia *virtual game*, dunia sosial ini lebih terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *Second Life*. (Sumber: Tim Komunikasi Pusat Kementerian Perdagangan RI, 2014; 25)

Tidak diragukan lagi, seiring perkembangan media, media sosial telah mengambil posisi yang menandingi media *konvensional* atau tradisional, seperti televisi, radio, dan media cetak. Media sosial tidak membutuhkan banyak tenaga kerja dan dana besar, dan tidak terikat oleh infrastruktur produksi yang besar seperti kantor, gedung, dan perangkat peliputan lainnya. Akibatnya, ini dapat memberikan keuntungan.

2.3.3 Fungsi Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa fungsi sebagai berikut :

- 1) Media sosial adalah jenis media yang bertujuan untuk meningkatkan interaksi sosial antara orang-orang dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- 2) Media sosial berhasil mengubah cara siaran dari satu institusi media ke banyak audience menjadi komunikasi dialogis antar banyak audience.
- 3) Media sosial mendukung demokratisasi informasi dan pengetahuan. Mengubah manusia dari pembaca pesan menjadi pembuat pesan.

Selanjutnya, menurut Mc Quail (2000:71), peran utama media bagi masyarakat adalah sebagai berikut :

- 1) Informasi
 - a) Inovasi, Adaptasi, dan Peningkatan
- 2) Korelasi
 - a) Memberikan penjelasan, interpretasi, atau komentar tentang arti peristiwa dan informasi
 - b) Menjunjung tinggi standar dan otoritas yang mapan
 - c) Mengatur beberapa tugas.
 - d) Membuat perjanjian.
- 3) Kesenambungan:
 - a) Menunjukkan budaya dominan dan mengakui keberadaan subkultur (budaya khusus) dan perkembangan budaya baru.
 - b) Meningkatkan dan mempertahankan nilai
- 4) Hiburan:
 - a) Memberikan hiburan, distraksi, dan relaksasi.
 - b) Mengurangi ketegangan sosial.
- 5) Mobilisasi
 - a) Mengadvokasi tujuan kolektif dalam bidang politik, perang, pertumbuhan ekonomi, pekerjaan, dan kadang-kadang agama.

2.4 Intensitas Penggunaan Media Sosial

2.4.1 Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas dalam Bahasa Inggris adalah “intensity” yang berarti kehebatan (Echols, 2007). Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (2002) intensitas adalah keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. Seorang melakukan suatu kegiatan dikarenakan ada dorongan dalam dirinya, dan kegiatan yang dilakukan secara terus menerus sering disebut intensif. Intensitas juga berhubungan dengan frekuensi, yaitu seberapa sering kegiatan tersebut dilakukan.

Chaplin (2008) mendefinisikan intensitas sebagai sifat kuantitatif dari suatu penginderaan, yang berhubungan dengan intensitas perangsangnya. Intensita dapat diartikan dengan kekuatan tingkah laku atau pengalaman. Sedangkan

menurut Kartono dan Gulo (2003), intensitas berasal dari kata “intensity” yang berarti besar atau kekuatan tingkah laku, jumlah energi fisik yang digunakan untuk merangsang salah satu indera, ukuran fisik dari energy atau data indera. Jadi intensitas dapat disimpulkan sebagai frekuensi atau seberapa sering suatu kegiatan atau perilaku dilakukan (Chaplin, 2008).

Menurut Horrigan terdapat dua hal mendasar yang harus diamati untuk mengetahui intensitas penggunaan internet seseorang, yakni frekuensi internet yang sering digunakan dan lama menggunakan setiap kali penggunaan internet yang dilakukan oleh pengguna internet.

The graphic, visualization and usability center, the Georgia institute of technology menggolongkan pengguna internet menjadi tiga kategori dengan berdasarkan intensitas internet yang digunakan :

- 1) Heavy user (lebih dari 40 jam perbulan)
- 2) Medium user (antara 10-40 jam per bulan)
- 3) Light user (kurang dari 10 jam perbulan)

2.4.2 Dimensi Intensitas Penggunaan Media Sosial

Menurut Andarwati dan Sankarto (2005) mengemukakan aspek intensitas penggunaan internet yaitu mencakup frekuensi dan durasi dalam menggunakan internet (Kilamanca, 2010).

1) Frekuensi Penggunaan

Frekuensi mencakup gambaran seberapa sering individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Frekuensi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu (misalnya perhari, per minggu, atau per bulan).

2) Durasi Penggunaan

Durasi mencakup gambaran seberapa lama individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Durasi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu (misalnya per menit atau per jam).

2.5 Pengertian Instagram

Instagram adalah aplikasi untuk membagikan photo dan video. Instagram tetap terintegrasi dengan Facebook, yang memungkinkan teman Facebook memfollow akun kita. Instagram semakin populer sebagai aplikasi untuk membagikan picture, membuat banyak pengguna tertarik untuk membantu bisnis online memasarkan product mereka melalui platform tersebut (Nisrina, 2015: 137).

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “*insta*” berasal dari kata “*instan*”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto secara instan. Sedangkan untuk kata gram berasal dari kata “*telegram*” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itu instagram merupakan gabungan dari kata *instan* dan *telegram* (Puspita, 2017: 5-6).

Instagram adalah aplikasi media sosial yang memungkinkan Anda berkomunikasi dengan khalayak besar dengan berbagi photo atau video. Aplikasi ini juga memiliki fitur tambahan seperti DM (pesan langsung), komentar, *love*, dan lainnya. Salah satu banyak fitur unik Instagram adalah memotong picture menjadi bentuk persegi, membuatnya terlihat seperti hasil asli. Instagram memiliki banyak fitur hebat yang menarik jutaan pengguna, seperti :

a) Pengikut

Memiliki pengikut Instagram atau menjadi pengikut akun pengguna lain adalah sistem sosial Instagram. Dengan memberikan tanda suka dan mengomentari foto-foto yang diunggah oleh pengguna lain, pengguna Instagram dapat berinteraksi satu sama lain. Pengikut juga penting, jumlah tanda suka yang diberikan pengikut sangat menentukan apakah picture tersebut populer atau tidak.

b) Kamera

Kamera, di mana pengguna Instagram dapat mengunggah picture dari galeri tambahan. Namun, Anda juga dapat langsung membidik atau

merekam momen dari dalam aplikasi, lalu mengeditnya dan membagikannya.

c) Editor

Instagram punya *tool* editor yang menjadi tempat bagi para pengguna untuk memoles foto yang di jepret lewat kamera perangkatnya. Di sini akan dijumpai 10 *tool* editor tingkat lanjut untuk mengatur kembali pencahayaan, kontras dan saturasi semudah menggerakkan jemari tangan.

d) *Tag* dan *Hashtag* (membagikan)

Sebagaimana jejaring sosial pada umumnya, Instagram juga punya fitur *tag* dan *hashtag* yang fungsinya untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.

e) Caption

Caption berfungsi layaknya deskripsi, di sinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto yang diunggah. Di samping tentunya menambahkan *hashtag*.

f) Tanda Suka

Instagram juga memiliki fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan *Facebook*, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak. Namun jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur penting yang membuat foto menjadi terkenal. Bila sebuah foto menjadi terkenal, maka secara langsung foto tersebut akan masuk ke halaman populer tersendiri.

g) Integrasi ke Jejaring Sosial

Seperti yang sudah disinggung, Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto atau video ke jejaring sosial lain seperti *Facebook*, dan *Twitter*. Bila *tool* ini diaktifkan maka setiap kali foto dibagikan, secara otomatis Instagram juga akan membagikannya ke jejaring sosial yang sudah terhubung. (Andrian, 2021: 1)

2.5.1 Alasan Memilih Platform Instagram Sebagai Subjek Penelitian

1. Pengguna instagram seluruh dunia mencapai 1,4 miliar.
2. Instagram platform media sosial yang masih populer saat ini.
3. Masih mampu bersaing dengan platform lain seperti tiktok, dan juga jumlah pengguna instagram masih di atas tiktok.
4. Di atas instagram ada facebook dari jumlah penggunanya, namun untuk kepopulerannya facebook sudah banyak tertinggal dan sudah jarang di gunakan oleh masyarakat saat ini.
5. Ada whatsapp yang ada di atas instagram secara jumlah penggunaannya, namun aplikasi ini hanyalah sebagai aplikasi chatting bukan untuk berkomunikasi secara masal seperti halnya instagram, facebook, tiktok, dan twitter.

Dengan alasan-alasan di atas, akhirnya diputuskanlah instagram sebagai subjek penelitian skripsi ini.

2.6 Pengertian Remaja

Remaja adalah periode peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa, yang mencakup semua perkembangan yang dialami sebagai persiapan untuk memasuki masa dewasa. Aspek fisik, psikis, dan psikososial merupakan perubahan perkembangan tersebut. Salah satu fase perkembangan manusia adalah masa remaja. Remaja adalah masa perubahan atau peralihan antara anak-anak ke tahap dewasa, yang mencakup perubahan biologis, psikologis, dan sosial (Sofia; Adiyanti, 2013). Remaja, menurut King (2012), adalah masa transisi dari anak-anak ke dewasa. Masa ini dimulai sekitar pada usia dua belas tahun dan berakhir pada usia delapan belas hingga dua puluh satu tahun. Menurut Monks (2008), remaja adalah masa transisi dari anak-anak hingga dewasa. Fase ini menunjukkan cara remaja berpikir, masih dalam koridor berpikir konkret, karena terjadi suatu. Berikut pembagian remaja menurut usia :

- 1) Masa remaja awal (*Early adolescent*) umur 12-15 tahun.”
- 2) Masa remaja pertengahan (*middle adolescent*) umur 15-18 tahun
- 3) Remaja terakhir umur (*late adolescent*) 18-21 tahun.

2.7 Pengertian Makanan Sehat

Makanan sehat merupakan makanan gizi seimbang sesuai dengan kebutuhan tubuh dalam pedoman gizi dan diantaranya adalah tidak mengandung zat-zat yang tidak termasuk bahan tambahan makanan yang diperbolehkan. Seseorang dapat mengenali makanan yang dikonsumsi dengan melihat informasi pada kemasan dan dapat juga mengenali produk makanan secara langsung dalam makanan tanpa kemasan.

Menurut Nuraini (2007: 52) makanan yang sehat adalah makanan yang mempunyai gizi yang cukup dan seimbang serta tidak mengandung (tercemar) unsur yang dapat membahayakan atau merusak kesehatan. Pada tahun 50-an sangat kental dengan slogan empat sehat lima sempurna, hal tersebut terus ada sampai saat ini agar tidak terkena dampak gizi buruk, empat sehat lima sempurna terdiri atas :

- 1) Makanan Pokok
- 2) Lauk Pauk
- 3) Sayur-Sayuran
- 4) Buah-Buahan
- 5) Susu

Makanan sehat untuk seseorang pada prinsipnya terdiri atas makanan yang memiliki kandungan gizi yang seimbang dan disesuaikan dengan umur, kegiatan, berat badan, dan tinggi badan seseorang. Pengetahuan seseorang tentang makanan sehat, bermanfaat agar seseorang dapat melakukan pemilihan makanan secara tepat dan agar mereka dapat menjaga pola makannya. Akan tetapi, pengetahuan anak remaja yang dimiliki pada umumnya masih rendah, sehingga menyebabkan seseorang mengkonsumsi makanan sembarangan. Selain itu makanan yang kurang sehat dapat menimbulkan penyakit pada anak remaja seperti diare, muntah-muntah dan demam seperti kejadian di sekolah ada anak yang diare dan langsung dibawa pulang oleh orang tuanya. Akibat dari pola makan yang tidak sehat dan tidak baik bagi pertumbuhan dan perkembangan anak remaja. Selain itu, pengetahuan makanan sehat bermanfaat agar remaja mampu mengetahui jenis

makanan sehat. Bukan hanya itu, pengetahuan makanan sehat merupakan pondasi agar seseorang dapat memilih makanan secara tepat, memiliki pola makan yang baik dan terhindar dari berbagai penyakit yang diakibatkan salah makan. Oleh karena itu, pengetahuan tentang makanan sehat sebaiknya dimiliki sejak masih kecil atau usia muda.

2.8 Teori Health Belief Model

2.8.1 Definisi Health Belief Model

Teori kepercayaan kesehatan (HBM) adalah yang paling umum digunakan dalam promosi kesehatan dan pendidikan kesehatan (Glanz, Rimer, & Lewis, 2008). Model keyakinan kesehatan pertama kali diusulkan oleh kelompok psikolog di *US Public Health Service* pada tahun 1950-an. Meningkatkan penggunaan layanan pencegahan yang digalangkan oleh pemerintah, seperti vaksinasi influenza adalah fokus mereka. Mereka percaya bahwa semua orang memiliki kemungkinan terkena penyakit. Oleh karena itu, sebab itu akan mendorong mereka untuk mengambil tindakan sehat untuk mengurangi resiko sakit atau bahaya yang dilihat dan berharap serangkaian tindakan yang menguntungkan akan mengurangi resiko sakit atau keparahan penyakit. Keuntungan yang diperoleh dari perilaku sehat akan melebihi hambatan yang ditemui.

Rosenstock (1966) membuat model keyakinan kesehatan untuk memprediksi apakah seseorang akan berpartisipasi dalam perilaku sehat. Konsep HBM terdiri dari beberapa konsep utama yang memprediksi mengapa orang bertindak untuk mencegah, menyaring, atau mengontrol kondisi penyakit. Teori model kepercayaan kesehatan telah banyak digunakan dalam penelitian tentang berbagai jenis perilaku kesehatan. Konsep dasar HBM adalah bahwa keyakinan pribadi atau persepsi tentang penyakit dan strategy yang tersedia untuk mengurangi risiko penyakit menentukan perilaku kesehatan (Turner et al. 2004).

Model kepercayaan kesehatan, salah satu model yang lebih banyak diteliti, berasal dari tahun 1950-an sebagai cara untuk memahami perilaku-perilaku yang mencemari kesehatan (Rosenstock, 1974). Secara khusus, ia tumbuh dari

pekerjaan yang berusaha memahami mengapa sangat sedikit orang yang berpartisipasi dalam program pencegahan dan pendeteksian penyakit. Dinas Kesehatan Umum mengirim unit-unit ke lingkungan lokal untuk melakukan pemeriksaan tuberkulosis secara gratis, tetapi sangat sedikit orang yang memanfaatkan layanan ini. Menurut model ini, tindakan seseorang untuk mengubah perilakunya atau kurangnya tindakan merupakan hasil dari penilaian orang terhadap beberapa konstruk. Lalu bagaimana seseorang memutuskan apakah dia rentan terhadap suatu penyakit. Sebagai contoh jika seseorang percaya bahwa dia rentan dan penyakitnya cukup parah untuk memotivasi dia untuk berubah, dia lebih cenderung mengambil tindakan untuk berubah atau jika seseorang tidak percaya dia rentan, meskipun penyakitnya mungkin parah dia kemungkinan tidak akan bertindak. Seseorang juga mempertimbangkan manfaat tindakan untuk berubah, hambatan untuk berubah dan analisis ini adalah faktor prediktif terkuat untuk perubahan perilaku (Janz, Champion, & Strecher, 2002). Jika seseorang percaya bahwa manfaat lebih besar daripada hambatan, maka dia lebih mungkin mengambil tindakan untuk berubah. Isyarat untuk bertindak, seperti instruksi atau pengingat, juga dapat digunakan untuk memfasilitasi perubahan. Model kepercayaan kesehatan juga mempertimbangkan faktor-faktor lain, seperti usia, jenis kelamin, dan kepribadian, dengan asumsi bahwa faktor-faktor ini dapat memengaruhi motivasi seseorang untuk mengubah perilaku. Kemandirian diri, keyakinan seseorang bahwa dia dapat terlibat dalam perilaku (Bandura, 1986), ditambahkan kemudian sebagai faktor dalam pemeliharaan perilaku (Rosenstock, Strecher, & Becker, 1988); model kepercayaan kesehatan yang asli diuji pada perilaku mencari kesehatan jangka pendek.

2.8.2 Aspek Health Belief Model

Model keyakinan kesehatan terdiri dari enam dimensi, yaitu :

1. *Perceived susceptibility*, yaitu mengevaluasi persepsi kerentanan melibatkan pendapat orang tentang kemungkinan terkena penyakit. Sebagai contoh, seberapa besar keyakinan seseorang bahwa mereka berisiko obesitas akan memengaruhi kemungkinan mereka mengambil perilaku pencegahan kenaikan berat badan, seperti berolahraga dan

mengikuti diet rendah kalori. Contoh lain adalah ketika seorang wanita tidak tertarik dan merasa perlu untuk melakukan pemeriksaan payudara sebelum ia merasa ada kemungkinan terkena kanker payudara.

2. *Perceived severity*, berkaitan dengan keyakinan bahwa perilaku tertentu dapat menyebabkan penyakit. Orang akan menghindari kenaikan berat badan jika mereka yakin akan berdampak negatif pada kesehatan mereka secara fisik, mental, atau sosial (misalnya, kematian, cacat, beban keuangan, rasa sakit yang berlebihan, dan kesulitan berhubungan keluarga). Jika penyakit tidak memiliki dampak yang signifikan pada kehidupan seseorang, mereka tidak akan termotivasi untuk menghindari risiko.
3. *Perceived benefits*, dimaksudkan untuk mengevaluasi pendapat orang tentang keuntungan yang dirasakan dari berbagai pilihan yang tersedia saat mengurangi risiko penyakit. Menurut perspektif kesehatan, melakukan perilaku makan sehat akan membantu mereka menghindari obesitas. Persepsi non-kesehatan, seperti berhenti merokok, dapat menghemat uang atau membuat anggota keluarga senang dengan hasil tes mammogram.
4. *Perceived barriers*, dimaksudkan untuk mengevaluasi tingkat tantangan yang dihadapi individu dalam mengadopsi perilaku kesehatan yang disarankan, seperti tantangan ekonomi, fisik, dan psikososial.
5. *Cues to action*, yaitu mengukur hal-hal yang menggerakkan individu untuk mengubah perilaku mereka setelah melihat atau mendengar peristiwa-peristiwa, kisah orang lain, atau kejadian yang orang lain yang mendapatkan akibat buruk dari perilaku tidak sehat. Pemberi intervensi yang sering disebutkan adalah gereja, tukang cukur, organisasi persaudaraan, acara olahraga, dan tetangga, sebagai media edukasi dan penggerak bagi pria Afrika-Amerika untuk mengikuti program pendidikan kanker prostat.
6. *Self-Efficacy*, Ini mengacu pada tingkat kepercayaan diri seseorang dalam kemampuannya untuk berhasil melakukan suatu perilaku. Ketika kita melihat osteoporosis, latihan *self-efficacy* dan latihan hambatan adalah

prediktor terkuat dari apakah seseorang mempraktekkan perilaku yang diketahui untuk mencegah penyakit ini. Perempuan yang tidak terlibat dalam tingkat yang direkomendasikan latihan menahan beban cenderung memiliki *self-efficacy* latihan rendah, yang berarti mereka tidak percaya mereka dapat berolahraga, dan melihat ada hambatan yang signifikan untuk latihan (Wallace, 2002). Akibatnya, para wanita ini tidak berolahraga.

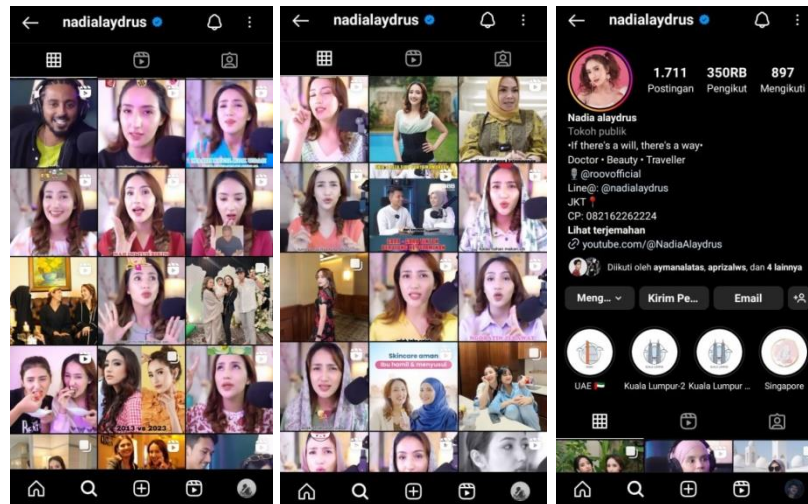
2.9 Profil Singkat Nadialaydrus

Nadia Alaydrus merupakan dokter kecantikan yang lahir di Jakarta pada tahun 1993 silam. Namun semenjak dirinya menjadi konten creator di media sosial instagram dan tiktok, banyak konten dari nadia alaydrus berisi tentang menjawab keluhan masyarakat umum, seperti : kurangi makan makanan dengan kadar gula yang tinggi, menjelaskan manfaat dari sayuran, bahaya mengkonsumsi air dan kopi secara berlebihan dan masih banyak lagi. Konten yang nadia berikan pada media sosialnya adalah tentang kesehatan yang umum, tidak terkhusus pada kecantikan saja. Oleh karena itu akun media sosial dari nadia alaydrus bisa menjadi study kasus penelitian tentang seberapa besar pengaruh kontennya terhadap kepercayaan konsumsi makanan sehat.

2.9.1 Tampilan akun Instagram @Nadialaydrus

Akun Instagram @nadialaydrus memiliki 350RB pengikut atau follower. Dalam akun tersebut, memberikan informasi yang menarik dan penting seperti menjawab keresahan-keresahan dalam beberapa masalah kesehatan, walaupun tercatat dalam biografi instagramnya dokter kecantikan, namun konten yang disajikan membahas kesehatan secara umum, tidak terpaku pada kecantikan..

Gambar 2.1 Tampilan akun instagram @Nadialaydrus



2.9.2 Perbandingan pemilihan akun @nadialaydrus

Adapun beberapa alasan pemilihan akun nadialaydrus sebagai objek penelitian dalam skripsi ini. Sebelumnya penulis memutuskan akun nadialaydrus sebagai objek penelitian, terdapat beberapa akun lain mulai dari akun pribadi milik dokter lain dan juga akun kementerian kesehatan atau akun dari instansi kesehatan. Akun dokter lain antara lain adalah Aymanalatas.

Gambar 2.2 Akun Pembanding @Aymanalatas, @Dhika.dr dan @Kemenkes.ri



Akun ini bagus untuk menjadi objek penelitian namun ada beberapa hal yang tidak sesuai dengan fokus penelitian pada skripsi ini, yaitu memang akun ini membahas tentang kesehatan namun intensitas dalam membuat konten cukup lambat khususnya konten yang dapat mengedukasi remaja dan makanan, dan

kontennya banyak yang lebih menjelaskan tentang perawatan kulit saja. Ada juga akun dari dokter dhika.dr yaitu dokter spesialis olahraga namun sama dengan ayman dokter ini tidak rutin membuat konten yang mengedukasi remaja. Lalu ada juga akun dari kementerian kesehatan indonesia yaitu akun instagram Kemenkes_ri. Jika kita lihat isi kontennya pada feed instagram sangat sedikit sekali tentang konten yang membahas kesehatan remaja menjadi tidak sesuai dengan fokus skripsi ini yang dimana remaja menjadi salah satu fokus utama dalam pengerjaan penelitian ini. Oleh karena itu jika kita bandingkan beberapa akun instagram yang tertera di atas akun instagram nadialaydrus lebih baik dijadikan sebagai subjek penelitian karena lebih sering membuat konten yang mengedukasi remaja sehingga sangat cocok dan sesuai dengan penelitian skripsi ini yang berjudul Analisis pengaruh media sosial terhadap kepercayaan kesehatan remaja.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian “Analisis Pengaruh Konten Instagram @nadialaydrus Terhadap Kepercayaan Konsumsi Makanan Sehat” menggunakan metodologi kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan analisis data yang telah ditentukan secara statistik, dan dilakukan secara deduktif atau berdasarkan teori (Aan, 2013:8). Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai studi tentang fenomena atau masalah di mana temuan dapat digeneralisasikan tanpa memperhatikan kekhususan data atau analisis, tetapi berfokus pada luasnya data itu untuk memastikan bahwa temuan tersebut dapat diterapkan pada sampel yang cukup besar untuk mewakili seluruh populasi (Kriyanto, 2010:15).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya atau bersifat explanatory. Ketika melakukan penelitian explanatory, tujuannya adalah untuk menemukan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Intensitas penggunaan dan konten akun instagram @nadialaydrus sebagai variabel X dan kepercayaan Konsumsi Makanan Sehat sebagai variabel Y akan dijelaskan dalam penelitian ini.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian menggunakan survei. Teknik survei merupakan bentuk pengumpulan data menggunakan kuesioner sebagai alat bantu (Kriyanto, 2016:59). Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dan penyebaran kuesioner akan dilakukan secara online

menggunakan Google Formulir Menurut (Neuman, 2014:214), Google Forms dapat digunakan untuk menjangkau responden untuk melakukan survei, kuesioner disebarkan kepada sejumlah besar orang yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyanto, 2012:67). Strategi ini biasanya digunakan untuk membuat generalisasi dari pengamatan yang kurang rinci. Proses penalaran dapat lebih tepat jika sampel yang digunakan sesuai dengan fitur yang dibutuhkan, meskipun pendekatan survei ini tidak memerlukan kontrol seperti metode lainnya.

Penyebaran kuesioner ke populasi dan sampel yang telah ditentukan adalah langkah pertama dalam pengumpulan data penelitian kuantitatif. Audiens instagram @nadialaydrus akan disurvei setelah kuesioner dikirimkan ke followers akun tersebut. Dengan menggunakan variabel penelitian dengan dimensi dan indikator tertentu, setelah itu pertanyaan kuesioner akan dikembangkan.

3.3 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, variabel penelitian adalah karakteristik, sifat, nilai, atau aktivitas yang berbeda yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan digunakan untuk menghasilkan kesimpulan (Sugiyono, 2018:68). Variabel yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah :

3.3.1 Variabel Bebas (Independen Variabel)

Istilah "variabel stimulus" digunakan untuk menggambarkan variabel ini. Dalam bahasa Indonesia biasa disebut Variabel bebas. Perubahan atau kemunculan variabel terikat dapat dikaitkan dengan pengaruh atau sebab-akibat variabel bebas. Konten instagram dari @nadialaydrus merupakan variabel independen dalam penelitian ini.

3.3.2 Variabel Terikat (*Dependen Variabel*)

Variabel yang sering disebut sebagai output atau variabel selanjutnya. Ini juga disebut sebagai variabel terikat dalam bahasa Indonesia. Karena adanya variabel bebas maka variabel dipengaruhi atau menjadi akibat. Variabel terikat disebut sebagai variabel bebas dalam pemodelan persamaan struktural. Kepercayaan konsumsi makanan sehat merupakan variabel terikat dalam penelitian ini.

3.4 Definisi Konseptual

Menurut Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (2002:66), definisi Konseptual merupakan pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoprasikan konsep tersebut di lapangan.

3.4.1 Indikator Media Sosial @Nadialaydrus

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menyebarkan informasi tentang barang atau jasa adalah dengan menyebarkan konten di media sosial. Untuk mendapatkan hasil yang paling efektif, penelitian ini memeriksa konten dari akun Instagram menggunakan intensitas penggunaannya. Ini adalah metrik yang ditunjukkan:

a. **Frekuensi Penggunaan**

Frekuensi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu (misalnya perhari, per minggu, atau per bulan). Jika melihat Konten Instagram yang di miliki akun @nadiaalaydrus, creator ini membuat postingan sehari satu sampai dua kali, untuk postingan edukasi kesehatan dalam satu minggu 3 sampai 4 konten video edukasi kesehatan.

b. **Durasi Penggunaan**

Durasi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu (misalnya per menit atau per jam). Dalam konten media sosial Instagram akun @nadiaalaydrus durasi kontennya beragam tapi pada umumnya durasi kontennya adalah (1 menit 25 detik)

3.4.2 Konten Instagram

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi tentang barang atau jasa adalah konten media sosial. Untuk mendapatkan hasil yang optimal, penelitian ini memeriksa konten dari platform media sosial Instagram. Berikut ini adalah item yang ditampilkan:

a. Konten Gambar (*Visual*)

Gambar adalah seni rupa dua dimensi yang bertujuan untuk menjelaskan. Gambar pada konten instagram bertujuan untuk menampilkan dan mempublikasikan *picture* yang akun instagram miliki, seperti publikasi diri atau *product*.

b. Konten Video (*Audio Visual*)

Salah satu jenis konten yang cukup kompleks adalah konten audio visual. Mengapa? Karena musik dan video digunakan secara bersamaan. Sebagian besar, konten ini ditayangkan melalui platform instagram dalam bentuk *streaming* atau *reels/feed*.

c. Keterangan (*Caption*)

Caption adalah deskripsi singkat yang mendukung gambar. *Caption*, yang biasanya terletak di bawah gambar atau *picture*, berisi informasi tambahan. *Caption* biasanya hanya berupa beberapa kata atau kalimat. Majalah, buku, TV, media sosial, dan internet memiliki contoh.

3.4.3 Kepercayaan Konsumsi Makanan Sehat

Kepercayaan kesehatan didefinisikan sebagai pendapat atau persepsi tentang cara berperilaku yang sehat. Menurut model kesehatan keyakinan *Rosentock*, orang akan memulai perubahan perilaku yang berkaitan dengan kesehatan mereka ketika mereka memiliki keyakinan atau penilaian tentang kesehatan mereka (Ogden, 2004). Dengan belajar mengenal makanan sehat melalui sebuah media, seharusnya hal tersebut akan berpengaruh terhadap kebiasaan pola hidup sehatnya. Apakah seseorang akan memilih menjaga kesehatannya atau malah sebaliknya. Banyak sekali konten yang mengedukasi kesehatan salah satunya adalah konten kreator akun instagram milik @nadialaydrus. Di dalamnya memuat konten yang berisikan tentang bagaimana cara menjaga kesehatan bagi setiap individu, banyak jenis konten yang ia buat salah satunya adalah konten menjaga pola makan. Konten konsumsi makanan

yang terdapat pada akun @nadialaydrus menjelaskan manfaat dari suatu makanan dan dampak buruk yang akan di terima dari makanan yang tidak sehat. Seperti manfaat memakan kangkung dijelaskan dalam konten ini, lalu ada juga efek buruk yang akan diterima jika mengkonsumsi kopi terlalu berlebihan. Lalu pada model kepercayaan kesehatan, peneliti mengambil dimensi yang ada pada teori ini yaitu sebagai berikut.

Model kepercayaan kesehatan terdiri dari enam dimensi, yaitu :

1. *Perceived susceptibility*, yaitu mengevaluasi persepsi kerentanan melibatkan pendapat orang tentang kemungkinan terkena penyakit. Sebagai contoh, seberapa besar keyakinan seseorang bahwa mereka berisiko obesitas akan memengaruhi kemungkinan mereka mengambil perilaku pencegahan kenaikan berat badan, seperti berolahraga dan mengikuti diet rendah kalori. Contoh lain adalah ketika seorang wanita tidak tertarik dan merasa perlu untuk melakukan pemeriksaan payudara sebelum ia merasa ada kemungkinan terkena kanker payudara.
2. *Perceived severity*, berkaitan dengan keyakinan bahwa perilaku tertentu dapat menyebabkan penyakit. Orang akan menghindari kenaikan berat badan jika mereka yakin akan berdampak negatif pada kesehatan mereka secara fisik, mental, atau sosial (misalnya, kematian, cacat, beban keuangan, rasa sakit yang berlebihan, dan kesulitan berhubungan keluarga). Jika penyakit tidak memiliki dampak yang signifikan pada kehidupan seseorang, mereka tidak akan termotivasi untuk menghindari risiko.
3. *Perceived benefits*, dimaksudkan untuk mengevaluasi pendapat orang tentang keuntungan yang dirasakan dari berbagai pilihan yang tersedia saat mengurangi risiko penyakit. Menurut perspektif kesehatan, melakukan perilaku makan sehat akan membantu mereka menghindari obesitas. Persepsi non-kesehatan, seperti berhenti merokok, dapat menghemat uang atau membuat anggota keluarga senang dengan hasil tes mammogram.

4. *Perceived barriers*, dimaksudkan untuk mengevaluasi tingkat tantangan yang dihadapi individu dalam mengadopsi perilaku kesehatan yang disarankan, seperti tantangan ekonomi, fisik, dan psikososial.
5. *Cues to action*, yaitu mengukur hal-hal yang menggerakkan individu untuk mengubah perilaku mereka setelah melihat atau mendengar peristiwa-peristiwa, kisah orang lain, atau kejadian yang orang lain yang mendapatkan akibat buruk dari perilaku tidak sehat. Seperti menjalankan hidup sehat dengan tidak sering mengonsumsi minuman manis dan makanan junk food.
6. *Self-Efficacy*, Ini mengacu pada tingkat kepercayaan diri seseorang dalam kemampuannya untuk berhasil melakukan suatu perilaku. Hal ini biasanya terjadi pada seseorang memiliki keinginan berbadan bagus, sehingga ia termotivasi untuk menjaga pola makannya dan lebih memilih makanan dengan gizi yang banyak dibandingkan dengan kadar karbohidratnya saja yang tinggi.

3.5 Definisi Oprasional

Pengertian oprasional dalam istilah variabel penelitian merupakan karakteristik, sifat, atau nilai dari objek atau kegiatan yang mengalami variasi tertentu telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015:38). Variabel X dan Y adalah dua komponen penelitian ini. Variabel Y adalah variabel terikat, dan variabel X adalah variabel bebas dalam penelitian ini. Berikut adalah variabel yang ditemukan dalam penelitian ini :

- 1) Intensitas penggunaan dan konten akun instagram @nadialaydrus (Variabel X)
- 2) Kepercayaan Konsumsi Makanan Sehat (Variabel Y)

Berikut adalah tabel operasionalisasi konsep dari setiap variable :

Tabel 3.2 Oprasionalisasi Intensitas dan Konten Instagram

Variabel X	Dimensi	Pernyataan
Media Sosial (Instagram)	Intensitas Penggunaan	
	Frekuensi Penggunaan	Konten Instagram yang di miliki akun @nadiaalaydrus, creator ini membuat postingan sehari satu sampai dua kali.
		Postingan edukasi kesehatan dalam satu minggu 3 sampai 4 konten video edukasi kesehatan.
	Dursasi Penggunaan	konten media sosial Instagram akun @nadiaalaydrus durasi kontennya beragam tapi pada umumnya durasi kontennya adalah (1 menit 25 detik)
	Konten	
	Konten Gambar (Visual)	Konten gambar @nadialaydrus pada akun instagramnya hanya berisi gambar dirinya dengan penampilan yang menarik.
		@nadialaydrus memosting foto dirinya untuk dengan bergaya sebagai model yang cantik, sehingga tujuannya membuat <i>followersnya</i> terus mengikuti konten yang selalu dia bagikan.
	Konten Video (Audio Visual)	Konten video di @nadialaydrus tidak terlalu panjang atau terlalu pendek.
		Dalam konten, ada <i>Point of View</i> untuk mengarahkan pandangan ke topik yang ingin disampaikan.
		Konten di akun Instagram @nadialaydrus menggunakan video dengan setting yang sangat menarik untuk situasi tertentu, seperti di tempat yang lebih islami selama bulan puasa.
	Resolusi dan pencahayaan yang baik diperlukan untuk konten berkualitas tinggi.	

	Keterangan (<i>Caption</i>)	<i>Caption</i> pada konten ditulis menggunakan kalimat sederhana yang udah dimengerti.
		Setiap konten memiliki judul yang ditulis atau digambarkan sesuai dengan unggahannya.

(Sumber : Hasil Olah Peneliti)

Tabel 3.3 Oprasionalisasi Kepercayaan Konsumsi Makanan Sehat

Variabel Y	Dimensi	Pernyataan
Health Belief Remaja	<i>Perceived Susceptibility</i> (Kerentanan)	Berbagai jenis informasi baru dapat dengan mudah memengaruhi remaja karena mereka masih sangat dinamis.
		Konten positif dan edukatif sangat baik untuk membangun kesadaran diri remaja untuk lebih memperhatikan kesehatannya.
		Kerentanan pada usia remaja sangat tinggi karena mereka mudah terpengaruh dengan pola kebiasaan menyenangkan tanpa memperhatikan akan kesehatannya.
	<i>Perceived Severity</i> (Tingkat keparahan)	Tingkat keparahan yang bisa terjadi pada remaja yang biasa melakukan pola prilaku tidak sehat akan menyebabkan munculnya berbagai penyakit di usia muda, seperti obesitas, kecanduan merokok, diabetes, dan infeksi menular seksual.
	<i>Perceived Benefit</i> (Keuntungan)	Konten edukatif yang mampu membuat remaja meniru untuk menjalankan pola prilaku sehat akan sangat membantu dan menguntungkan bagi remaja dan masa depan generasi muda.
<i>Perceived Barriers</i> (Hambatan)	Berbicara tentang hambatan adalah bagaimana sebuah konten bisa viral, terkadang konten viral bukanlah konten yang edukatif melainkan konten negative atau konten entertain. Sehingga konten positif seperti konten kesehatan sulit untuk viral dan dapat dilihat oleh banyak remaja.	

Health Belief Remaja		
	<i>Cues To Action</i> (Isyarat Untuk Bertindak)	Remaja adalah masa yang gemar meniru hal baru sehingga ajakan konten yang baik untuk berperilaku sehat akan menggugah remaja untuk ikut menjalankan pola hidup sehat.
		Memang konten kesehatan seperti yang terdapat pada akun @nadialaydrus harus diakhiri dengan ajakan untuk ikut menjalankan perilaku hidup sehat. Seperti contoh tidak sering-sering mengonsumsi minimal bergula dalam kemasan.
	<i>Self-Efficacy</i>	Remaja yang ingin berbadan bagus akan menjaga pola makannya dan memperhatikan kesehatannya. Seseorang yang memiliki informasi menjaga kesehatan akan lebih memperhatikan kesehatan mereka dan mereka yang memiliki informasi kesehatan akan lebih percaya diri untuk menjaga kesehatannya.

(Sumber : Hasil Olahan Peneliti)

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 Populasi

Populasi adalah suatu konsep abstrak yang diturunkan dari sejumlah besar contoh dimana seorang peneliti mengambil sampel dan kemudian menggeneralisasikan kesimpulan dari sampel tersebut (Neuman, 2014:247). Sedangkan menurut pendaat lain populasi didefinisikan sebagai sekelompok benda atau orang yang mempunyai jumlah dan kualitas tertentu yang telah dipilih oleh pelaksana penelitian dan dimaksudkan untuk diteliti dan darinya dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2007:55).

Populasi tidak semata-mata terdiri dari kuantitas sesuatu atau subjek penelitian, tetapi juga mencakup semua karakteristik yang dimiliki objek atau subjek penelitian. Menurut subjek penelitian peneliti menetapkan bahwa konten yang diunggah dari akun media sosial nadia laydrus 350 ribu followers di akun instagram @nadialaydrus.

3.6.2 Sampel

Sampel merupakan sebagai kumpulan kecil contoh yang dapat dipilih oleh peneliti dari kelompok yang lebih luas dan digeneralisasikan terhadap populasi (Neuman, 2014:146). Sampel adalah representasi dari jumlah dan kualitas yang dimiliki oleh populasi yang ditetapkan oleh peneliti. Akibatnya, sampel dapat dianggap sebagai bagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data, dan dapat dianggap mewakili populasi. menurut Sugiyono (2018:116). Untuk menentukan sampel diperlukannya teknik sampling.

Untuk membantu peneliti mengatasi masalah dalam penelitian seperti kurangnya dana, waktu, atau orang, maka ditetapkan sampel. Karena besarnya jumlah populasi dalam penelitian ini, maka sampel dari populasi dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

Keterangan n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Presisi yang ditetapkan, dalam penelitian ini peneliti menetapkan sebesar 10% (0,10)

Instagram

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2} = \frac{350.000}{1 + 350.000.(0,10)^2} = \frac{350.000}{3.501} = 99,971436732362$$

Berdasarkan perhitungan yang sudah dijelaskan di atas, total 100 responden dipilih dari antara pengikut akun instagram @nadialaydrus untuk penelitian ini. Berikut ini adalah kriteria yang peneliti gunakan untuk memilih responden untuk penelitian ini :

- a. Remaja *middle adolescent* dan *late adolescent* yaitu berusia 15-21 Tahun
- b. Mengetahui dan mengikuti akun instagram @nadialaydrus.

3.7 Teknik Pengumpulan Sampel

Untuk memastikan bahwa setiap komponen atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel, teknik sampel menggunakan *probabilitas*. *Probabilitas* adalah jenis sampel acak di mana berbagai metode digunakan oleh peneliti untuk menentukan setiap contoh yang mungkin dari populasi yang sangat spesifik dan sulit dijangkau (Neuman, 2014:273).

Sampling probabilitas digunakan sebagai metode pengumpulan sampel secara acak, sehingga setiap orang dari bagian populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Metode *sampling probabilitas* memungkinkan peneliti memilih individu berdasarkan statistik, tingkat signifikansi, dan teknik pengujian hipotesis. Mereka yang memenuhi persyaratan akan menerima survei dari peneliti.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti memanfaatkan teknik pengumpulan data untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan agar proses penelitian dapat diselesaikan dengan sukses. Metode pengumpulan data, Teknik pengumpulan data adalah pendekatan yang dapat digunakan untuk memperoleh informasi tentang suatu subjek (Kriyanto, 2012:80). Peneliti menggunakan dua sumber data dalam melakukan penelitiannya, yaitu sebagai berikut :

3.8.1 Data Primer

Data primer, menurut Bungin (2014:132), adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber data utama di objek atau tempat penelitian. Sumber data utama penelitian ini adalah kuesioner yang dibuat melalui Google Form yang akan diisi oleh responden sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Peneliti dapat membuang atau meminimalkan jumlah data yang dikumpulkan jika data yang mereka peroleh tidak relevan.

Peneliti menyebarkan kuisisioner secara online melalui medium sosial untuk mendapatkan responden penelitian. Peneliti meminta teman-teman peneliti untuk membantu menyebarkan kuisisioner. Tujuannya adalah untuk mempercepat pengumpulan data dan menjangkau lebih banyak responden.

3.8.2 Data Sekunder

Menurut Indrianto dan Supomo (2013:143) data sekunder mengacu pada jenis data penelitian yang diterima secara tidak langsung melalui medium perantara. Sebagian orang berpendapat bahwa data internal dari objek penelitian dan data eksternal adalah yang dianggap sebagai data sekunder (Bungin, 2014:132). Penelitian dapat mendapatkan sumber data tidak langsung dari penelitian kepustakaan, seperti jurnal, artikel, buku, dan bahan lainnya.

3.9 Teknik Pengukuran Data

Ada kemungkinan bahwa hasil penelitian dapat dianggap valid hanya jika ada kemiripan antara data yang dikumpulkan dan peristiwa yang sebenarnya terjadi. *Skala Likert* akan digunakan sebagai acuan dalam kuesioner penelitian ini. Seseorang atau sekelompok orang biasanya menggunakan skala likert untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi mereka terhadap fenomena sosial yang pernah mereka alami, baik secara langsung maupun tidak langsung (Sugiyono, 2018:93). Dalam penelitian ini, *skala Likert* terdiri dari lima skala, yaitu:

Tabel 3.3 Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu-Ragu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Data diolah oleh Peneliti

Data akan diukur dan diolah menggunakan SPSS versi 24 setelah dikumpulkan. Data akan dikonversi menjadi angka berdasarkan tanggapan responden terhadap kuesioner. Dalam penelitian ini, data penelitian diolah menggunakan program statistik SPSS.

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas dilakukan untuk memperoleh informasi tentang normalitas sebaran data yang diperoleh dari hasil kuesioner survei. Pada uji normalitas suatu distribusi dapat dikatakan normal jika nilai signifikansi atau p lebih besar ($>$) dari 0,05, dan tidak normal jika nilai signifikansi atau p lebih kecil ($<$) dari 0,05 (Nisfianor, 2014:99). Untuk melakukan analisis dengan uji Kolmogorov-Smirnov, terlebih dahulu harus dihitung nilai residual dari data variabel, kemudian nilai residual tersebut harus dimasukkan kedalam Uji K-S.

3.10.2 Uji Korelasi

Uji Korelasi ini digunakan untuk menjadi pedoman yang memastikan apakah hipotesis diterima atau ditolak dalam sesuatu riset, dengan mempertemukan korelasi antara dua variabel atau lebih dari dua variabel (Bungin,2017). Nilai pada uji koefisien korelasi ialah antara $0 \leq 1$ ataupun $1 \leq$, yang mempunyai makna jika terus menjadi besar ataupun mendekati angka +1, sehingga terdapat ikatan antara variabel semakin positif dan kuat, akan tetapi jika semakin kecil atau semakin mendekati -1, maka hubungan antara variabel menunjukkan semakin negatif dan kuat. Namun, jika hasil uji korelasi di angka 0, sehingga tidak terdapat hubungan antara variabel.

3.10.3 Uji Regresi Linear Sederhana

Untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan analisis regresi (Hartono, 2008). Peneliti melakukan analisis regresi linier dasar dalam penelitian ini karena variabel bebas terikat adalah pengaruh konten nadia laydrus di instagram terhadap kepercayaan konsumsi makanan sehat. Selain itu, SPSS akan digunakan untuk melakukan analisis regresi. Untuk mengetahui besarnya pengaruh konten nadia laydrus terhadap health belief remaja di instagram, penelitian ini menggunakan rumus statistik regresi linier sederhana Sugiyono (2011:261) sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Keterangan Y = Nilai variable bebas yang diramalkan
 A = Konstanta
 B = Koefisien regresi dari x
 X = Nilai variable terkait yang diramalkan

3.11 Teknik Pengujian Instrumen

Data penelitian harus benar. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang dapat diandalkan, harus ada dan dipenuhi beberapa persyaratan. Instrument penelitian harus valid dan reliabel dengan lulus uji validitas dan reliabilitas. Tujuan berikut dicapai melalui pelaksanaan uji validitas dan reliabilitas.

3.11.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengevaluasi kemampuan kuesioner untuk mengukur subjek penelitian (Kriyantono, 2020:278). Alat ukur harus diuji validitasnya untuk mengevaluasi tingkat keakuratannya dan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh sesuai dengan tujuan pengukuran. Alat yang dimaksud dalam contoh ini adalah kuesioner.

Pelaku penelitian harus menguji kuesioner untuk memastikan responden memahaminya dengan benar. Oleh karena itu, pre-test diperlukan untuk memastikan apakah pernyataan tersebut valid atau tidak. Kuesioner disebarkan kepada 30 responden yang pengikut akun Instagram @nadialaydrus. Rumus korelasi produk moment harus digunakan untuk menguji instrumen untuk memastikan validitasnya (Arikunto, 2010).

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2) (N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi antara variable x dan variable y

XY : Hasil perkalian variable x dan variable y

X : Hasil skor angket variable x

Y : Hasil skor angket variable y

x^2 : Hasil perkalian kuadrat dari hasil angket x

y^2 : Hasil perkalian kuadrat dari hasil angket y

N : Jumlah sampel apabila nilai r_{xy} (r hitung) $>$ r table, maka item pertanyaan dari kuesioner tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya apabila nilai r_{xy} (r hitung) $<$ r table, maka item pertanyaan dari kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid.

3.11.2 Uji Reabilitas

Menurut Ghozali (2018:45), pengujian reliabilitas merupakan teknik untuk menentukan apakah suatu kuesioner dapat dipercaya atau tidak. Jika tanggapan terhadap pernyataan responden konsisten dan stabil, kuesioner akan dianggap reliabel. Dalam melakukan uji reliabilitas dalam penelitian ini Teknik Cronbach's Alpha akan digunakan, jika koefisien reliabilitas, sama dengan atau lebih besar dari 0,60, itu dianggap dapat digunakan. Sebuah variabel, di sisi lain, dikatakan tidak dapat digunakan jika nilainya kurang dari 0,60. Rumus yang dipakai untuk mencari realibilitas pada keseluruhan variabel adalah rumus Cronbach Alpha, yakni :

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \alpha_1^2}{\alpha_2^1} \right)$$

Keterangan :

α : Nilai reabilitas

n : Jumlah item pertanyaan

$\sum \alpha_1^2$: Nilai varian masing-masing item

$\sum \alpha_2^1$: Nilai varian total

3.12 Pengujian Hipotesis

Uji T dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Uji T (Test T) adalah salah satu test statistik yang dipergunakan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan hipotesis yang menyatakan bahwa diantara dua buah mean sampel yang diambil secara random dari populasi yang sama, tidak terdapat perbedaan yang signifikan (Sudjiono, 2010). T-statistics merupakan suatu nilai yang digunakan guna melihat tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis dengan cara mencari nilai T-statistics melalui prosedur bootstrapping. Pada pengujian hipotesis dapat dikatakan signifikan ketika nilai T-statistics lebih besar dari 1,96, sedangkan jika nilai T-statistics kurang dari 1,96 maka dianggap tidak signifikan (Ghozali, 2016).

Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel Coefficients. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikannya sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun kriteria dari uji statistik t (Ghozali, 2016) :

- 1) Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan analisis data penelitian mengenai pengaruh media sosial terhadap kepercayaan konsumsi makanan sehat (studi kasus *followers* akun instagram @nadialaydrus), maka dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana $Y = 61,655 + 1,033X$ dari variabel X (intensitas dan konten akun media sosial intagram @nadialaydrus) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (kepercayaan konsumsi makanan sehat).
2. Nilai koefisien determinasi atau R square sebesar 0,611 Nilai tersebut memiliki arti bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 61,1%. Nilai tersebut diartikan bahwa intensitas dan konten akun media sosial intagram @nadialaydrus memberi pengaruh terhadap kepercayaan konsumsi makanan sehat dengan persentase sebesar 61,1%%. Sedangkan 38,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Dalam variabel X indikator dengan persentase tertinggi ada pada frekuensi penggunaan sebesar 87,48% yang artinya mereka sering mengakses konten @nadialaydrus untuk memenuhi informasi kesehatan mereka dan indikator terendah berapa dapa *caption* (keterangan) sebesar 83,72% dikarenakan mereka hanya menikmati konten dan tidak tertarik dengan keterangan yang ada pada setiap video tersebut.
4. Dalam variabel Y indikator *perceived benefit* memiliki persentase tertinggi, yaitu 85,46%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi kesehatan untuk melindungi diri dari penyakit. Meskipun demikian, indikator *self-efficacy*

memiliki persentase terendah, yaitu 83,28%, menandakan bahwa meskipun mereka memperoleh informasi kesehatan, belum semua responden menerapkan perubahan perilaku tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kata lain, meskipun konten media sosial berhasil mengubah pemahaman remaja pada tingkat kognitif, perubahan pada tingkat perilaku belum sepenuhnya terwujud.

5. Teori *health belief model* merupakan teori yang dikemukakan oleh Rosenstok 1966 dan teori ini yang paling umum dalam promosi kesehatan dan pendidikan kesehatan. Dapat dikatakan bahwa teori *health belief model* yang sudah ada pada tahun 1966 masih dapat digunakan pada era teknologi modern atau pada masa media sosial digunakan, mengingat bahwa pada tahun 1966 teknologi belum secanggih sekarang.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, peneliti memberikan beberapa saran terkait penelitian selanjutnya yang dapat dipertimbangkan, antara lain :

1. Dikarenakan terdapat nilai sebesar 38,9% dari faktor lainnya yang mempengaruhi kepercayaan kesehatan remaja dan tidak diteliti pada penelitian ini, peneliti menyarankan kepada penelitian-penelitian selanjutnya untuk dapat lebih mengembangkan variabel terikat, tidak hanya dinilai dari intensitas penggunaan dan konten pada media sosial tetapi menambahkan variabel yang baru agar lebih bervariasi.
2. Peneliti menyarankan kepada akun instagram milik @nadialaydrus untuk memperhatikan jenis konten yang akan dibuat dan diharapkan selalu membuat konten yang mengedukasi kesehatan karena hal itu penting dan sangat berpengaruh terhadap kepercayaan konsumsi makanan sehat saat ini. Hal tersebut dikarenakan berdasarkan penelitian ini terdapat faktor-faktor lain yang jika dimaksimalkan akan lebih meningkatkan kepercayaan konsumsi makanan sehat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal :

- Andarwati, I. 2016. Citra Diri Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Instagram Pada Siswa Kelas Xi Sma N 9 Yogyakarta, 3, pp. 1–12.
- Andi Windah, Yulianto, Andi Corry Wardhani, Ida Nurhaida, Nina Yudha Aryanti. 2023. *Calling for Multiculturalism-Based Communication Campaignsin Early Prevention of Youth Diabetes: Examination of Contemporary Indonesia*. Volume 2 No.6 (2.128-2.140)
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlinah. (2014). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Bina Aksara.
- Agung dan Susri Adeni.2020. *Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia*. Vol. 7 No. 2.
- Andreas M.; Michael Haenlein (2010) "*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*". *Business Horizons* 53(1): 59–68
- Adrian, M. R. dkk. 2021 "Perbandingan Metode Klasifikasi Random Forest dan SVM Pada Analisis Sentimen PSBB," *Jurnal Informatika Upgris*, 7(1). doi: 10.26877/jiu.v7i1.7099.
- Adiyanti, M. G., & Sofia, A. 2013. *Hubungan Pola Asuh Otoratif Orang Tua dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Kecerdasan Moral*.
- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Bungin, Burhan. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. 2014. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media
- Bungin Burhan. 2017. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup
- Chaplin, J. P. 2008. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Echols, J. M. dan S. hasan. 2007. *kamus Inggris-Indonesia*. 29th edn. Jakarta: PT Gramedia.
- Ramadhani Dian Mustika, H. Djafar, Yuliani Rachma Putri. 2020. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom. e-Proceeding of Management : Vol.7, No.1 April 2020
- Rossza Desi Aspika. 2020. *Pengaruh Media Sosial Instagram @Halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Followers*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. JOM FISIP Vol. 7 : Edisi I Januari – Juni 2020
- Indriantoro, Nur., dan Supomo, Bambang. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kilamanca, D. 2010 ‘Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi dan Keterbukaan Diri dengan Intensitas Mengakses Situs Jejaring Sosial Facebook’, Skripsi Surakarta: Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Perdana.
- King, L. A. 2012. *Psikologi Umum : Sebuah Pandangan Apresiatif Buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Kriyantono, R. 2020. *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public*

Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Rawamangun: Prenadamedia Group.

- McQuail, Denis. 2000. *Mass Communication Theory* (Teori Komunikasi Massa). Diterjemahkan oleh: Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta: Erlangga.
- Nisrina, M. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: kobis.
- Neuman, W. L. 2014. “*Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*”. Harlow: Pearson Education Limited.
- Nisrina, M. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: kobis.
- Neuman, W. 2014. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches Seventh Edition*. Assex: Pearson Education Limited.
- Purandina, I.P.Y & I Made Astra, W. (2020). Pendidikan Karakter Di Lingkungan Keluarga Selama Pembelajaran Jarak Jauh Pada Masa Pandemi Covid-19. *Cetta Jurnal Ilmu Pendidikan*. 3 (2): halaman 270-290.
- Rosenstock, Irwin M., 1974, *Health Education Monographs VOL. 2, NO. 4*, Michigan: University of Michigan
- Ramadhani Dian Mustika, H. Djafar, Yuliani Rachma Putri. 2020. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers*. Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom. e-Proceeding of Management : Vol.7, No.1 April 2020
- Rossza Desi Aspika. 2020. *Pengaruh Media Sosial Instagram @Halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Followers*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. JOM FISIP Vol. 7 : Edisi I Januari – Juni 2020
- Sugiyono. 2017. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.” Bandung: Alfabeta, CV
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Singarimbun, Masri Dan Sofian Effendi. 2001. *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfa Beta.

Sintawati, M., & Indriani, F. 2019. Pentingnya Literasi ICT Guru di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika*, 1(2), 417–422.

Turner JL, Dankoski ME. Objective structured clinical exams: a critical review. *Fam Med*. 2008;40(1):574-78

Skripsi :

Robi saputra. 2022. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok @pandemictalk Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers Tentang Pandemi Covid-19. Universitas Lampung. Lampung

Mizan Abdillah. 2022. Pengaruh Konten Instagram @Nujucoffee Terhadap Minat Beli Konsumen. Universitas Lampung. Lampung

Hassan Jamil Al Aisy. 2022. Pengaruh Akun Instagram @Delapanenamcoffee Terhadap Minat Konsumen Dalam Membeli Kopi Di Delapan Enam Coffee. Universitas Lampung. Lampung

Diana Vera Yanti. 2022. Komunikasi Pemasaran Terpadu Umkm Oleh-Oleh Khas Lampung Sebagai Umkm Go Global Dalam Menarik Minat Pembelian Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada UMKM Rafin's Snack di Pringsewu Lampung). Universitas Lampung. Lampung

Ananda Miftahul Jannah. 2021. Pengaruh Tayangan Tiktok @Hundji Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion (Studi Pada Followers Tiktok @Hundji). Universitas Lampung. Lampung

Dwi Aprilia Purnama Sary. 2022. Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Janji Manis Dalam Meningkatkan Pelanggan (Studi Pada Instagram @janjimanis_id). Universitas Lampung. Lampung

Winda Fronika. 2021. Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja. Universitas Negeri Padang. Padang

Yuli Asmi Rozali. 2020. Perbedaan Health Belief Remaja Berdasarkan Jenis Kelamin Dalam Memaknai Vape. Universitas Esa Unggul. Jakarta

Internet :

- Menkes. 2018. <https://www.kemkes.go.id/article/view/18051600001/menkes-remaja-indonesia-harus-sehat.html> (Diakses pada 02 mei 2023)
- Dimas bayu. 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022> (Diakses pada 02 mei 2023)
- Alisa. 2021. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-remaja/> (Diakses pada 03 mei 2023)
- Badan Pusat Statistik. 2019. Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Kelompok Umur (Persen), 2017-2019. <https://www.bps.go.id/indicator/27/1228/1/proporsi-individu-yang-menggunakan-internet-menurut-kelompok-umur.html> (Diakses 15 Juni 2023)
- Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia. 2023. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang#:~:text=Survei%20APJII%20Pengguna%20Internet%20di,yang%20sebesar%2075.773.901%20jiwa.> (Diakses 15 Juni 2023)
- Cindy Mutia Annur. 2022. Media Sosial dengan Jumlah Pengguna Aktif Terbanyak Global (Oktober 2022). Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-pada-oktober-2022#:~:text=Silakan%20login%20untuk%20mengakses%20informasi,Daftar%20sekarang!&text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,dengan%20pengguna%20terbanyak%20di%20dunia.> (Diakses 15 Juni 2023)
- Cindy Mutia Annur. 2022. 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia (Januari 2023). Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia> (Diakses 15 Juni 2023)
- Diabetes Indonesia 2023. Kasus Diabetes di Indonesia Posisi 5 Besar Dunia, Indikator Kandungan Gula pada Produk Bantu Intervensi. <https://diabetes-indonesia.net/2023/02/kasus-diabetes-di-indonesia-posisi-5-besar-dunia-indikator-kandungan-gula-pada-produk-bantu-intervensi/#:~:text=IDF%20pada%202021%20juga%20menyebutkan,diabetes%20sebesar%2010%20C6%20persen.> (Diakses 15 Juni 2023)