

BAB I

PENDAHULUAN

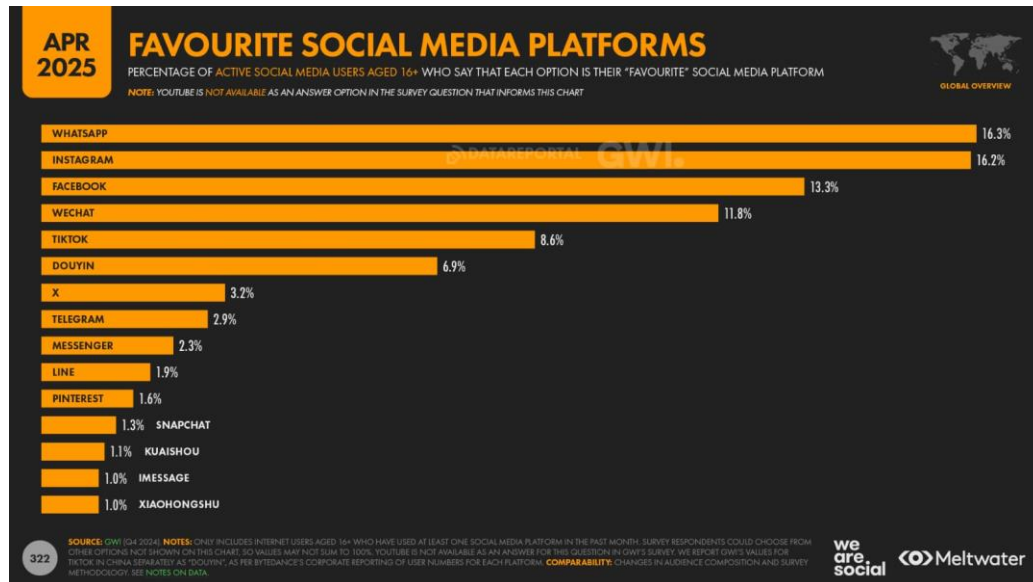
1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan internet di Indonesia tergolong pesat, bahkan kini telah menjadi kebutuhan pokok bagi pengguna ponsel. Berdasarkan riset terbaru dari Hootsuite dan We Are Social yang dikutip melalui andi.link (2025), hingga Februari 2025 di Indonesia tercatat sebanyak 212 juta jiwa penduduk dari total populasi sebesar 285 juta jiwa, telah terhubung dengan internet. Selain itu, menurut laporan We Are Social dan Meltwater, masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan waktu 3 jam 8 menit (188 menit) setiap hari untuk menggunakan media sosial. Angka tersebut menempatkan Indonesia di urutan ke-9 sebagai negara dengan durasi penggunaan media sosial terpanjang.

Media sosial adalah media yang rata-rata digunakan para pengguna internet di dunia. Media sosial saat ini tidak hanya menjadi alat untuk berkomunikasi dengan orang lain, tetapi juga dapat menyebarkan informasi kepada banyak orang dalam waktu yang singkat secara bersamaan, serta mampu menarik perhatian komunikasi terhadap pesan yang disampaikan (Effendy, 2003:52). Informasi yang diterima di media sosial tersebut dapat meningkatkan kesadaran individu yang kemudian dapat berkembang menjadi kesadaran konsumtif. Pada akhirnya akan membawa individu pada pemahaman sikap (Widyatama, 2009:150). Terpaan media tersebut terjadi saat seseorang menerima informasi yang dapat mempengaruhi dirinya sendiri. Media sosial memiliki peran penting dalam memberikan terpaan tersebut melalui unggahan yang dibuat.

Instagram adalah salah satu media sosial yang memiliki kepopuleran di kalangan pengguna internet. Aplikasi ini berfungsi sebagai platform yang digunakan untuk menyebarkan informasi ataupun pesan dalam bentuk gambar dan video melalui gawai (Atmoko, 2012:10). Menurut penelitian terbaru yang dilakukan oleh Hootsuite and We Are Social pada tahun 2025, Instagram

menduduki peringkat kedua sebagai platform media sosial favorit, setelah WhatsApp.



Gambar 1.1 Platform Media Sosial Favorit April 2025

(Sumber: wearesocial.com.id diakses pada 24 Juli 2024 pukul 10.10 WIB)

Instagram tidak hanya sebatas platform untuk berbagi foto atau video pribadi. Saat ini, banyak konten kreator memanfaatkannya sebagai media untuk menyebarkan informasi dan edukasi seperti, mengenai kesehatan, gaya hidup, hingga tips karier. Instagram memiliki format yang fleksibel dan interaktif. Selain itu, Instagram Stories, Reels, dan IGTV memberikan ruang bagi kreator untuk menyampaikan informasi dengan cara yang lebih visual dan menarik.

Perkembangan gaya hidup modern membawa perubahan besar pada pola konsumsi masyarakat. Instagram sebagai salah satu media sosial yang banyak digunakan turut menjadi ruang utama penyebaran berbagai konten kuliner. Sebagian besar konten tersebut menampilkan makanan instan, makanan olahan, serta makanan kekinian yang tinggi gula, garam, dan lemak. Selain itu juga lebih mengutamakan pada kenikmatan rasa, tampilan visual, dan tren, tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap kesehatan tubuh.

Paparan konten makanan seperti ini yang terjadi secara terus menerus dapat membentuk kebiasaan konsumsi yang kurang sehat. Masyarakat cenderung menjadikan makanan viral sebagai referensi utama dalam memilih makanan, meskipun kandungan gizinya tidak selalu sesuai dengan kebutuhan tubuh. Kondisi ini menyebabkan perhatian terhadap kualitas bahan makanan dan proses pengolahan yang lebih sehat menjadi semakin berkurang.

Di tengah dominasi konten kuliner tersebut, terdapat konten kreator yang secara aktif menyuarakan gaya hidup *real food* sebagai alternatif dari pola konsumsi makanan yang umum ditampilkan di media sosial. Berbeda dari konten kuliner pada umumnya, konten ini tidak berfokus pada tren atau sensasi rasa, melainkan pada kesadaran akan dampak makanan terhadap kesehatan tubuh. Kehadiran konten edukasi *real food* menjadi menarik karena menawarkan perspektif alternatif di tengah arus informasi kuliner yang cenderung seragam.

Real food merujuk pada makanan yang masih berada dalam kondisi alami atau hanya mengalami sedikit proses pengolahan (Andri, 2021). Makanan ini tidak mengandung bahan tambahan seperti pengawet, pewarna, maupun pemanis buatan. Pendekatan *real food* menekankan pemilihan bahan makanan yang lebih alami serta proses pengolahan yang sederhana, sehingga dinilai lebih mendukung kesehatan tubuh dalam jangka panjang.

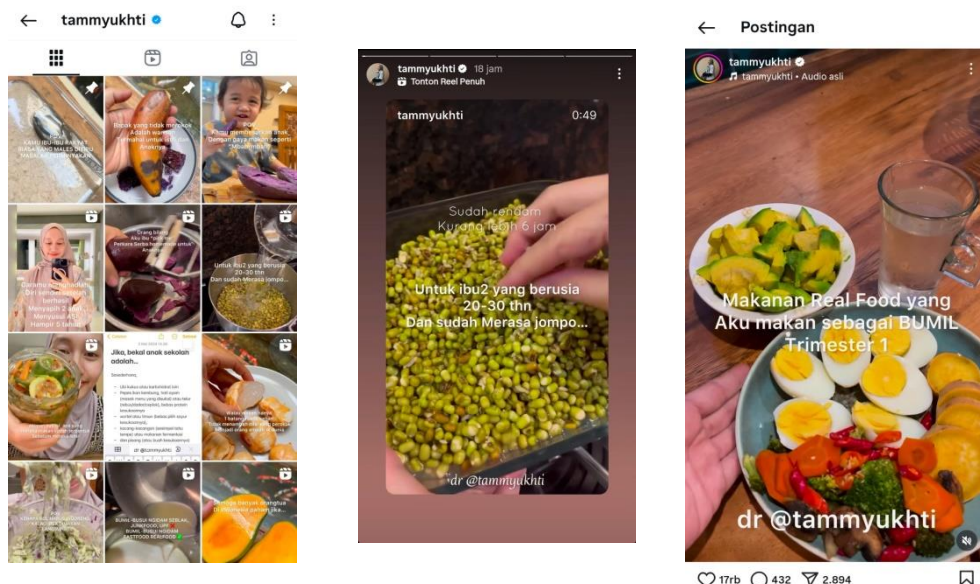
dr. Tammy Herliani adalah salah satu konten kreator yang memanfaatkan Instagram untuk menyebarkan edukasi seputar gaya hidup *real food*. Instagram @tammyukhti per 8 Agustus 2025 memiliki 725 ribu followers dengan 2.050 postingan. Hal ini menunjukkan bahwa banyak followers Instagram @tammyukhti yang tertarik mengenal gaya hidup *real food* dengan mengakses akun Instagram tersebut.



Gambar 1.2 Instagram dr. Tammy Herliani

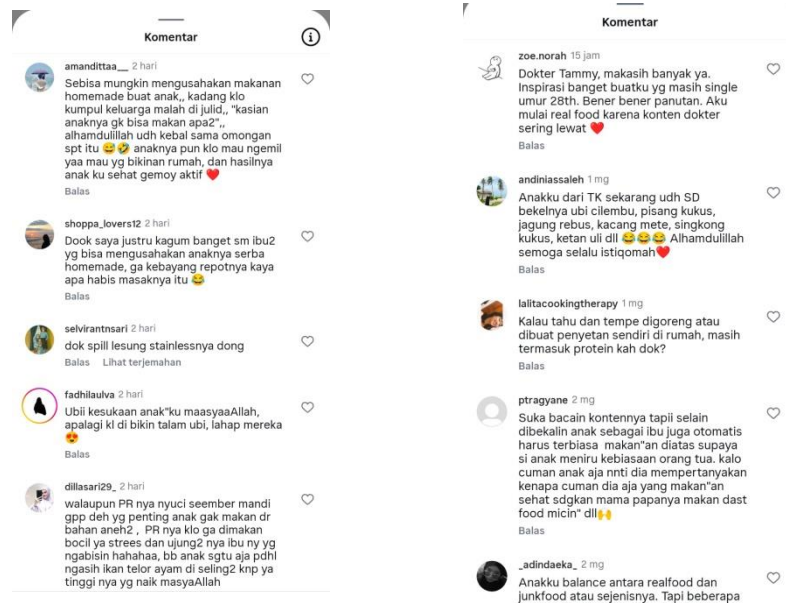
(Sumber: www.instagram.com diakses pada 8 Agustus 2025 pukul 12.19 WIB)

Dalam akun Instagram tersebut dr. Tammy membagikan konten edukasi seputar menjalani gaya hidup *real food* dalam keseharian. dr. Tammy tidak hanya fokus pada satu jenis konten di Instagram, tetapi juga membagikan berbagai topik yang berkaitan dengan gaya hidup sehat, terutama yang berhubungan dengan *real food*. Salah satu yang menarik adalah bagaimana dr. Tammy membagikan resep makanan yang umum dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, tetapi dalam versi *real food*. dr. Tammy menunjukkan bahwa makanan yang biasa kita nikmati sehari-hari tetap bisa dinikmati dengan cara yang lebih sehat dan alami.



Gambar 1.3 Unggahan konten Instagram @tammyukhti

Sumber: www.instagram.com diakses pada 8 Agustus 2025 pukul 12.31 WIB



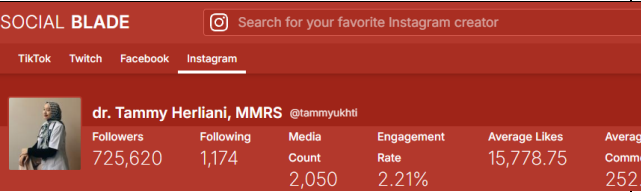
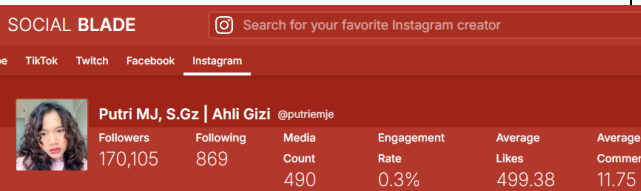
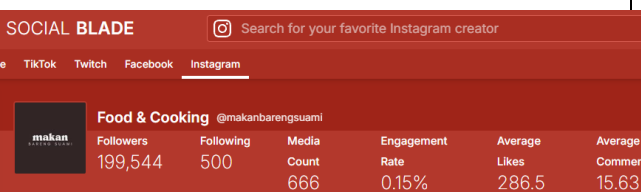
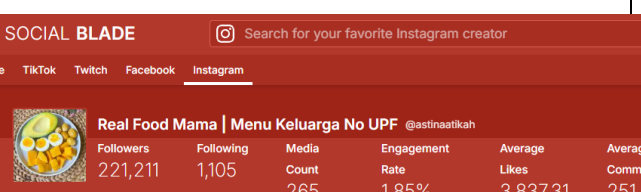
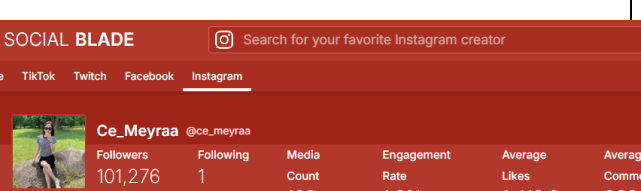
Gambar 1.4 Contoh Komentar *Followers* Instagram @tammyukhti

Sumber: www.instagram.com diakses pada 8 Agustus 2025 pukul 13.15 WIB

Pada gambar 1.4 menggambarkan adanya minat (*engagement*) terhadap gaya hidup *real food* pada unggahan Instagram @tammyukhti. Ketertarikan adalah salah satu komponen dari minat, yang merupakan indikator positif bagi dr. Tammy untuk terus mengunggah kontennya agar *followers*nya semakin terdorong untuk menerapkan gaya hidup *real food*. Instagram @tammyukhti dipilih karena memiliki tingkat *engagement* yang lebih tinggi dibandingkan dengan konten kreator edukasi *real food* lainnya, seperti @putriemje, @makanbarengsuami, @astinaatikah dan @ce_meyraa.

Hal ini dapat dilihat dari jumlah suka dan komentar pada setiap unggahannya yang lebih banyak. Interaksi dengan pengikutnya juga terlihat lebih aktif dibandingkan dengan akun @putriemje, @makanbarengsuami, @astinaatikah dan @ce_meyraa. *Engagement rate* pada akun Instagram merupakan indikator interaksi antara akun tersebut dengan pengikutnya, yang dihitung berdasarkan jumlah komentar, suka, dan jumlah pengikut, sehingga dapat menunjukkan respon positif dari pengikut (Widito dalam Natasya, 2020:10).

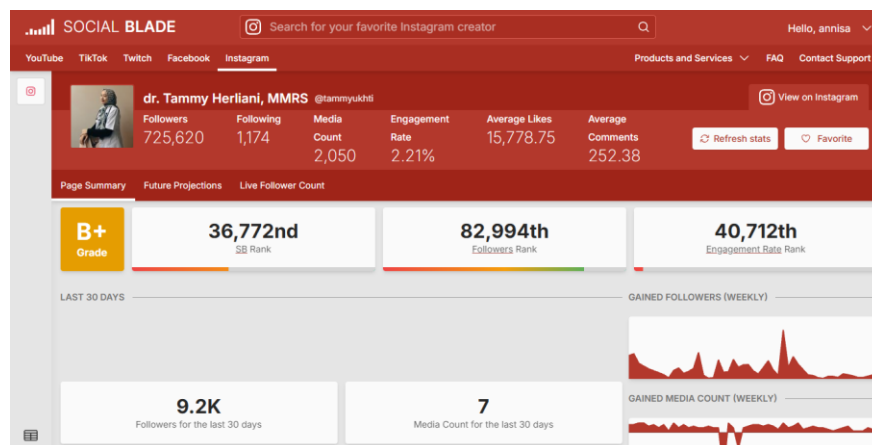
Tabel 1.1 Perbandingan *Engagement Rate* Akun Instagram @tammyukhti, @putriemje, @makanbarengsuami, @astinaatikah dan @ce_meyraa Per 8 Agustus 2025

N o	Akun Instagram	Engagement Rate	Avg Likes	Avg Comments
1.		2.21%	15.78k	0.25k
2.		0.3%	0.50k	0.01k
3.		0.15%	0.29k	0.02k
4.		1.85%	3.84k	0.25k
5.		1.6%	1.41k	0.20k

Sumber: socialblade.com diakses pada 8 Agustus 2025 pukul 11.45 WIB

Berdasarkan data tersebut, akun Instagram dr. Tammy Herliani (@tammyukhti) dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki *engagement rate* yang lebih tinggi yakni 2.21% dengan rata-rata likes 15.78k dan rata-rata komentar 0.25k. Angka ini lebih tinggi dibandingkan dengan empat akun edukasi *real food* lainnya, yang memiliki *engagement rate* lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa akun @tammyukhti memiliki interaksi yang lebih aktif dengan audiensnya, sehingga relevan untuk diteliti dalam kaitannya dengan pengaruh terpaan kontennya terhadap penerapan gaya hidup *real food*.

Menurut data analitik dari situs *Social Blade*, akun Instagram @tammyukhti mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah pengikut. Berdasarkan analisis hingga 8 Agustus 2025, jumlah pengikut bertambah sebanyak 9,2 ribu dalam 30 hari terakhir. Dengan *engagement rate* yang tinggi serta tren positif ini, dapat disimpulkan bahwa konten *real food* yang dibagikan oleh @tammyukhti mendapat respon positif dari pengguna Instagram. Bagi para penggemar makanan sehat dan yang baru memulai menerapkan gaya hidup *real food*, akun ini menjadi sumber informasi yang bermanfaat mengenai berbagai resep, manfaat, dan tips memasak dengan bahan-bahan alami.



Gambar 1.5 Riwayat Analitik Instagram @tammyukhti

Sumber: socialblade.com diakses pada 8 Agustus 2025 pada pukul 11.50

dr. Tammy Herliani, seorang dokter yang aktif di media sosial Instagram, hadir memberikan edukasi tentang gaya hidup sehat melalui *real food*. Konten-konten yang dibagikan dr. Tammy, mulai dari resep makanan, tips, hingga panduan mengenalkan *real food* kepada anak-anak, sangat menarik untuk diteliti. Terlebih lagi, Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Dengan seringnya terpaan informasi mengenai *real food* dari akun dr. Tammy, masyarakat dapat teredukasi dan termotivasi untuk mulai menerapkan gaya hidup *real food*.

Melalui berbagai unggahan edukatifnya, dr. Tammy tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun komunikasi dengan audiensnya. Followers yang tertarik pada gaya hidup *real food* dapat berinteraksi dengan memberikan komentar, bertanya, atau membagikan pengalaman mereka dalam menerapkan gaya hidup *real food*.

Dalam teori komunikasi, interaksi seperti ini dapat dijelaskan melalui konsep terpaan media, di mana individu yang terus-menerus terpapar suatu pesan melalui media cenderung memiliki kecenderungan untuk memahami, merespons, dan bahkan mengadopsi pesan tersebut dalam kehidupan mereka. Dalam hal ini, konten edukasi yang dibagikan oleh dr. Tammy di Instagram dapat menjadi bentuk terpaan media yang berpotensi memengaruhi pola pikir dan perilaku pengikutnya terhadap gaya hidup *real food*. Melalui fitur-fitur komunikasi yang ada di Instagram, pengikut akun tersebut tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga dapat aktif berdiskusi, berbagi pengalaman, serta mencari klarifikasi lebih lanjut mengenai gaya hidup *real food*.

Penelitian ini berusaha memahami bagaimana komunikasi yang terjadi di Instagram, khususnya dalam konteks edukasi gaya hidup *real food* dapat berperan dalam membentuk pemahaman dan perilaku audiens. Fokus penelitian ini adalah bagaimana pengaruh terpaan konten edukasi oleh dr. Tammy Herliani yang terjalin melalui berbagai fitur Instagram dapat menciptakan proses persuasi dan internalisasi pesan yang akhirnya berdampak pada perubahan perilaku followersnya.

Penelitian ini menempatkan Instagram sebagai ruang komunikasi yang dinamis, di mana proses penyebaran informasi tidak hanya bergantung pada pesan yang disampaikan oleh pemilik akun, tetapi juga dipengaruhi oleh interaksi yang terjadi antara pemilik akun dan pengikutnya. Melalui studi ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana komunikasi yang terjadi di Instagram, khususnya dalam konteks edukasi gaya hidup, dapat memberikan dampak terhadap keputusan dan tindakan penggunanya dalam mengadopsi gaya hidup *real food*.

Penyebaran informasi tentang *real food* melalui media sosial menarik untuk diteliti, terutama dalam konteks meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan pola makan seimbang. Perubahan gaya hidup modern, yang sering kali menuntut kepraktisan, telah mempercepat perhatian pada pentingnya memilih makanan berbasis bahan alami. Meskipun kampanye *real food* semakin meluas, di Indonesia konsep ini masih kalah populer dibandingkan dengan gaya hidup lainnya, seperti diet keto atau vegetarian (Kaonang, 2021). Selain itu, meskipun *real food* telah lama dikenal, tren ini semakin relevan seiring meningkatnya perhatian masyarakat terhadap makanan sehat dan berkelanjutan. Fenomena ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami pengaruh terpaan media sosial dalam memperkenalkan dan mendorong penerapan gaya hidup *real food* di Indonesia.

Selain itu, penelitian ini menjadi penting karena melihat bagaimana komunikasi yang terjadi di Instagram dapat memengaruhi audiens, khususnya dalam konteks penyebaran informasi dan edukasi gaya hidup. Instagram bukan hanya sekadar platform untuk berbagi foto dan video, tetapi juga telah berkembang menjadi media sosial yang memungkinkan interaksi antara pengguna dengan berbagai cara. Dalam era digital saat ini, informasi tidak hanya disampaikan secara satu arah seperti dalam media massa tradisional, tetapi juga bersifat interaktif, di mana audiens dapat berpartisipasi secara aktif dalam percakapan, memberikan tanggapan, bahkan membentuk opini mereka sendiri berdasarkan pengalaman dan diskusi yang terjadi di media sosial.

Selain itu, peran Instagram dalam membentuk kebiasaan dan gaya hidup melalui komunikasi yang intensif, seperti konten yang terus-menerus muncul di linimasa pengguna akan membentuk eksposur yang tinggi terhadap suatu isu, termasuk gaya hidup sehat seperti *real food*. Dalam hal ini, terpaan konten edukatif dari akun seperti dr. Tammy Herliani berpotensi menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi audiens dalam memahami dan mempertimbangkan gaya hidup yang lebih sehat. Komunikasi yang terjadi di Instagram tidak hanya berupa konsumsi informasi secara pasif, tetapi juga menciptakan peluang bagi pengguna untuk berdiskusi, bertanya, serta berbagi pengalaman dengan orang lain yang memiliki ketertarikan serupa.

Dalam kehidupan sehari-hari, banyak orang mencari referensi mengenai pola makan dan kesehatan melalui media sosial, termasuk Instagram. Ketika mereka secara berulang kali melihat konten yang membahas manfaat *real food*, ada kemungkinan mereka mulai mempertimbangkan dan mencoba menerapkannya dalam kehidupan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga menjadi faktor yang dapat memengaruhi kebiasaan dan pola pikir seseorang.

Penelitian ini juga penting dalam memahami bagaimana media sosial telah mengubah pola komunikasi dalam masyarakat. Dahulu, informasi mengenai kesehatan dan pola makan sehat hanya bisa diperoleh melalui buku, seminar, atau konsultasi langsung dengan ahli gizi. Namun, saat ini, informasi tersebut dengan mudah diakses melalui Instagram dalam bentuk unggahan yang menarik dan mudah dipahami. Perubahan ini menunjukkan bahwa komunikasi di era digital telah memberikan peluang baru dalam penyebaran informasi yang lebih luas dan cepat, serta membuka ruang dialog yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi yang lebih dinamis.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Putri Ghesa Gusliana Wahyu dkk (2023) yang mana menunjukkan bahwa terjadi perubahan preferensi masyarakat dalam mencari informasi kesehatan. Dahulu, masyarakat lebih mengandalkan media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar

untuk mendapatkan informasi kesehatan. Namun, dengan berkembangnya teknologi digital dan akses internet yang semakin luas, perilaku pencarian informasi kesehatan telah bergeser ke platform digital, terutama internet dan media sosial.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih internet sebagai sumber utama informasi kesehatan karena kemudahan akses, kecepatan memperoleh informasi, dan ketersediaan berbagai sumber yang dapat dibandingkan. Media sosial juga berperan penting sebagai sarana berbagi pengalaman dan mendapatkan rekomendasi dari komunitas atau tenaga kesehatan yang aktif secara online. Perubahan ini mencerminkan pergeseran dari komunikasi satu arah yang didominasi media massa menjadi komunikasi interaktif yang memungkinkan masyarakat untuk mencari, memverifikasi, dan berdiskusi tentang informasi kesehatan secara langsung.

Faktor utama yang mempengaruhi perubahan ini adalah meningkatnya literasi digital masyarakat, ketersediaan perangkat seperti smartphone, serta kepercayaan terhadap informasi yang diperoleh dari internet dibandingkan dengan media tradisional.

Selain itu, penelitian tersebut berfokus pada perubahan preferensi masyarakat dalam mencari informasi kesehatan, terutama pergeseran dari media konvensional ke media digital dan media sosial. Penelitian tersebut menyoroti faktor-faktor yang memengaruhi perubahan ini, seperti kemudahan akses, kecepatan informasi, literasi digital, serta peran komunitas online dalam berbagi pengalaman dan rekomendasi kesehatan.

Sementara itu, penelitian yang akan dilakukan memiliki fokus yang berbeda, yaitu menganalisis pengaruh terpapar konten edukasi *real food* di Instagram terhadap penerapan gaya hidup *real food* di kalangan pengikut akun @tammyukhti. Penelitian ini tidak hanya melihat bagaimana masyarakat mencari informasi kesehatan di media digital, tetapi lebih jauh mengeksplorasi sejauh

mana eksposur terhadap konten edukasi kesehatan dapat memengaruhi perilaku nyata, khususnya dalam mengadopsi gaya hidup *real food*.

Urgensi penelitian ini juga didukung oleh temuan dari penelitian yang telah dilakukan oleh Putri Ghesa Gusliana Wahyu dkk., yang menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sumber utama informasi kesehatan. Namun, belum banyak penelitian yang secara spesifik meneliti efektivitas konten edukasi kesehatan di media sosial dalam mempengaruhi dan mengubah perilaku kesehatan masyarakat, khususnya dalam konteks penerapan gaya hidup *real food*. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami dampak dari terpaan konten edukasi kesehatan di media sosial terhadap perubahan perilaku konsumsi makanan masyarakat.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Lingkan Feibe Sumampouw (2023) menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara paparan konten Instagram dengan pergeseran sikap followers akun @hidup_sehat_bahagia dalam menerapkan pola hidup sehat melalui konsumsi makanan, minuman, dan aktivitas olahraga. Berdasarkan penelitian tersebut, peneliti ingin mengetahui apakah terpaan konten edukasi dr. Tammy Herliani di Instagram juga berpengaruh terhadap penerapan gaya hidup *real food* di kalangan followersnya.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian yang akan dilakukan berjudul “Pengaruh Terpaan Konten Edukasi dr. Tammy Herliani di Instagram terhadap Penerapan Gaya Hidup *Real Food*.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan peneliti, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “seberapa besar pengaruh terpaan konten edukasi dr. Tammy Herliani di Instagram terhadap penerapan gaya hidup *real food*?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah serta dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh

terpaan konten edukasi dr. tammy herliani di instagram terhadap penerapan gaya hidup *real food*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam pengembangan studi ilmu komunikasi, khususnya pada kajian terkait media baru (*new media*). Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian di masa mendatang yang berhubungan dengan edukasi gaya hidup *real food* melalui media sosial.

1.4.2 Secara Praktis

a. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dalam memaksimalkan penggunaan Instagram sebagai sarana untuk mempromosikan dan mendalami penerapan gaya hidup *real food*, baik untuk kepentingan individu, komunitas, dalam menyebarkan edukasi gaya hidup *real food*.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk melatih peneliti berpikir kritis dalam menganalisis data yang dikumpulkan, sehingga dapat memberikan solusi atas permasalahan terkait pengaruh konten edukasi Instagram terhadap penerapan gaya hidup *real food*. Selain itu, penelitian ini juga merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunodjoyo Madura.