Skripsi Firsta Gama

by Firsta Gama Krisnadianto

Submission date: 07-Jun-2026 10:58AM (UTC+0700)
Submission ID: 2977811229
File name: Fisip_1152200410_Firsta_Gama_Krisnadianto.docx (1.37M)
Word count: 5421
Character count: 35414

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat sudah mengubah cara mencerna juga menyerap informasi di era digital, meliputi informasi terkait gaya hidup dan kesehatan. Sebagai salah satu platform utama, Media digunakan oleh masyarakat global untuk mencari informasi, berbagi pengalaman, dan membangun komunitas dengan minat yang sama. Salah satu platform media sosial terpopuler, Instagram tercatat melebihi 2 milar pemakai aktif bulanan pada tahun 2024 menurut Demandsage (Kumar, 2025). Platform ini sudah bertranformasi dari yang sebelumnya hanya berfungsi sebagai media berbagi foto dan video, menjadi sumber informasi yang kredibel dalam berbagai bidang, termasuk kesehatan, nutrisi, dan gaya hidup sehat. Ini dibuktikan oleh penelitian (Alivia et al., 2024) studi ini memperlihatkan jika akun Instagram tematik mampu berfungsi dengan optimal sebagai media informasi bagi masyarakat. Karakteristik visual Instagram yang menarik, fitur interaktif seperti *stories* dan *reels*, serta kemampuannya dalam membangun *engagement* dengan *audiens* menjadikan platform ini sangat efektif dalam menyebarkan informasi kepada khalayak luas.

Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pola makan dan gaya hidup berkualitas terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Data dari *Global Wellness Institute* (McGroarty, 2024) memperlihatkan jika industri *wellness global* mencapai nilai 6,3 triliun dollar AS pada tahun 2023, dengan sektor nutrisi dan *healthy eating* menjadi salah satu kontributor terbesar pertumbuhan industri ini. Di Indonesia, tren *healthy lifestyle* juga menunjukkan peningkatan signifikan, terutama di kalangan generasi Z dan milenial yang lebih proaktif dalam mencari informasi kesehatan melalui platform digital. Di masa 2020 muncul wabah virus corona yang semakin mempercepat pergeseran paradigma masyarakat dalam memandang pentingnya menjaga kesehatan melalui asupan nutrisi yang tepat. Fenomena ini mendorong munculnya berbagai konten kreator dan *influencer* yang fokus pada edukasi kesehatan, nutrisi, dan pola hidup sehat di media sosial.

(Masitah & Sulistyadewi, 2020) dalam penelitiannya menemukan bahwa pemakaian isi pesan Instagram berpengaruh signifikan terhadap tindakan penentuan makanan jajanan remaja, yang memperlihatkan jika konten media sosial mempunyai kekuatan dalam membentuk keputusan konsumsi masyarakat. Temuan ini mengindikasikan bahwa paparan informasi yang konsisten dan kredibel di media sosial dapat membentuk pola pikir dan perilaku audiens terhadap pilihan makanan mereka. Penelitian tersebut juga menekankan bahwa karakteristik pesan, seperti daya tarik visual, kredibilitas sumber, dan relevansi konten, menjadi faktor penting yang mempengaruhi efektivitas penyampaian informasi nutrisi kepada khalayak. (Ibrahim & Irawan, 2021) dalam penelitiannya menemukan bahwa konten media sosial mempunyai pengaruh nyata terhadap pilihan masyarakat dalam menentukan sumber informasi, termasuk di masa pandemi COVID-19. Dalam konteks ini, peran *content creator* sebagai sumber informasi kesehatan semakin strategis, mengingat kemampuan mereka dalam mengemas informasi kompleks menjadi konten yang mudah dipahami dan menarik untuk dikonsumsi.

Bobby Ida merupakan salah satu *content creator* Indonesia yang fokus pada edukasi makanan dan minuman sehat melalui akun Instagram @bobbyida. Dengan jumlah followers yang terus bertambah dan engagement rate yang tinggi, @bobbyida sudah menjadi salah satu referensi bagi masyarakat Indonesia yang ingin menerapkan pola makan lebih sehat. Bobby Ida secara konsisten membagikan konten berupa resep makanan sehat, tips memilih bahan makanan berkualitas, informasi kandungan nutrisi, *review* nilai gizi produk makanan dan minuman, serta edukasi mengenai mitos dan fakta seputar nutrisi. Gaya penyampaian yang informatif namun tetap *relatable*, penggunaan bahasa yang mudah

dipahami, serta visualisasi konten yang menarik menjadi ciri khas akun ini. Kehadiran @bobbyida di tengah maraknya informasi kesehatan yang tidak selalu akurat di media sosial memberikan alternatif sumber informasi yang lebih terpercaya bagi netizen yang ingin meningkatkan kualitas konsumsi makanan dan minuman mereka.

Konsep terpaan media (*media exposure*) menjadi relevan dalam memahami bagaimana konten di media sosial mempengaruhi *audiens*-nya. (Rossza, 2020a) dalam penelitiannya berjudul "pengaruh media sosial Instagram @halodoc terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan" menemukan bahwa intensitas, durasi, dan frekuensi terpaan konten berpengaruh nyata terhadap tingkat pemenuhn kebutuhan informasi *followers.* Paparan media merujuk pada situasi di mana *audiens* terbuka terhadap pesan-pesan media, baik secara sengaja maupun tidak sengaja, yang kemudian dapat mempengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku mereka. Dalam konteks Instagram, terpaan konten dapat terjadi melalui berbagai bentuk seperti *feed posts*, Instagram *stories, reels*, IGTV, dan fitur interaktif lainnya. Semakin tinggi terpaan konten yang diterima oleh *followers*, semakin besar peluang informasi tersebut untuk diproses, dipahami, dan diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Teori *Uses and Gratifications* mempunyai dimensi penting, salah satunya yaitu pemenuhan kebutuhan informasi (*information needs gratification*), teori ini menjelaskan mengapa individu memanfaatkan platform khusus guna mencukupi kebutuhan tertentu pengguna. Sejalan dengan itu (Arissaputra et al., 2025) membuktikan jika pemakaian Instagram berpengaruh nyata terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para followers-nya, ini mengindikasikan bahwa di era digital platform ini sudah menjadi salah satu sumber informasi utama. (PRIANA et al., 2022) dalam studinya berjudul "Hubungan penggunaan media sosial Instagram @riliv dengan pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental *followers"* juga mengungkapkan jika *followers* menggunakan Instagram untuk mencari informasi yang dapat membantu mereka memecahkan masalah atau meningkatkan kualitas hidup, tidak hanya hiburan. Dalam konteks nilai gizi, *followers* @bobbyida kemungkinan mempunyai motivasi tertentu seperti mencari resep sehat, memahami kandungan nutrisi makanan, mendapatkan inspirasi menu harian, atau memverifikasi informasi kesehatan yang mereka temukan dari sumber lain. Pemahaman tentang sejauh mana terpaan konten @bobbyida dapat memenuhi kebutuhan informasi *followers* menjadi penting untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi kesehatan di media sosial.

Kredibilitas sumber informasi menjadi faktor krusial dalam menentukan apakah informasi yang disampaikan akan diterima dan dipercaya oleh *audiens*. (Masitoh et al., 2022) menemukan bahwa kredibilitas media akun Instagram @kompascom berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers, yang memperlihatkan jika kepercayaan terhadap sumber informasi menentukan efektivitas penyampaian pesan. Dalam konteks konten kesehatan dan nutrisi, kredibilitas menjadi semakin penting mengingat banyaknya informasi yang tidak selalu Berlandaskan evidensi ilmiah beredar di media sosial yang. *Content creator* yang mempunyai kredibilitas tinggi, baik dari segi keahlian (*expertise*), kepercayaan (*trustworthiness*), maupun daya tarik (*attractiveness*), cenderung lebih efektif dalam mempengaruhi pengetahuan dan perilaku *followers* mereka. Bobby Ida, dengan latar belakang dan konsistensi dalam menyajikan konten edukatif tentang makanan sehat, berpotensi mempunyai kredibilitas yang memadai untuk memenuhi kebutuhan informasi *followers*-nya.

(Widyasari et al., 2023) dalam penelitiannya mengenai pengaruh paparan informasi kesehatan mental terhadap sikap *followers* di media sosial Instagram menemukan bahwa terpaan informasi yang berkelanjutan dan berkualitas dapat membentuk sikap positif serta meningkatkan kesadaran *followers* terhadap isu kesehatan. Temuan ini relevan dengan konteks penelitian ini, mengingat pembentukan sikap positif terhadap nilai gizi merupakan langkah awal yang penting sebelum terjadi perubahan perilaku konsumsi.

Meskipun sudah terdapat beberapa studi terkait pengaruh muatan Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan, masih terdapat research gap yang perlu dijembatani. Penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak fokus pada informasi kesehatan umum atau kesehatan mental, sementara penelitian spesifik mengenai konten *review* nilai gizi masih terbterhadap. Padahal, informasi nutrisi dan pola konsumsi mempunyai karakteristik unik yang berbeda dengan informasi kesehatan lainnya, seperti lebih aplikatif dalam kehidupan sehari-hari, memerlukan literasi nutrisi yang memadai, dan berkaitan langsung dengan keputusan konsumsi yang bersifat repetitif. Selain itu, penelitian tentang pengaruh terpaan konten dari *content creator* individu yang fokus pada edukasi nilai gizi belum banyak dilakukan, sementara fenomena *food influencer* terus berkembang pesat di Indonesia. Studi ini berusaha melengkapi kekurangan itu dengan menganalisis secara spesifik pengaruh terpaan konten Instagram @bobbyida terhadap pemenuhan kebutuhan informasi makanan dan minuman sehat *followers*.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami efektivitas komunikasi kesehatan di era digital, khususnya melalui platform media sosial. Dengan meningkatnya masalah kesehatan terkait pola konsumsi tidak sehat seperti obesitas, diabetes, dan penyakit kardiovaskular di Indonesia, peran media sosial sebagai sarana edukasi nutrisi menjadi semakin strategis. Pemahaman mendalam tentang bagaimana terpaan konten Instagram dapat memenuhi kebutuhan informasi *followers* akan memberikan *insight*s berharga bagi praktisi komunikasi kesehatan, *content creator*, dan *stakeholder* terkait menyusun pendekatan komunikasi yang lebih optimal. Studi ini diharapkan bisa memberi sumbangan, baik pada aspek konseptual atau aplikatif., dalam pengembangan ilmu komunikasi kesehatan berbasis media sosial, khususnya dalam konteks edukasi nilai gizi.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan uraian sebelumnya, perumusan masalah pada studi ini yakni bagaimana pengaruh terpaan konten kesehatan pada Instagram @bobbyida terhadap pemenuhan informasi tentang nilai gizi kepada *followers*-nya?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesudah perumusan masalah ditentukan di terhadap, Studi ini bertujuan guna memahami pengaruh terpaan konten kesehatan pada Instagram @bobbyida terhadap pemenuhan informasi nilai gizi kepada *followers*-nya.

1.4 Manfaat Penelitian

Suatu studi diharapkan bisa mempunyai suatu manfaat, baik teoritis ataupun praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan bisa memberi sumbangan terhadap kajian ilmu komunikasi, khususnya pada aspek komunikasi kesehatan dan media online, dengan menyediakan pemahaman empiris tentang pengaruh terpaan isi medsos pada pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan di era digital. Dan juga temuan dari studi ini diharapkan mampu menjadi rujukan bagi studi - studi mendatang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi praktisi komunikasi kesehatan dan *content creator* dalam mengembangkan strategi penyampaian pesan edukasi yang efektif di media sosial khususnya instagram. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh lembaga kesehatan dan pihak terkait sebagai dasar dalam merancang program promosi kesehatan digital yang sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat.

BAB IV
HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian

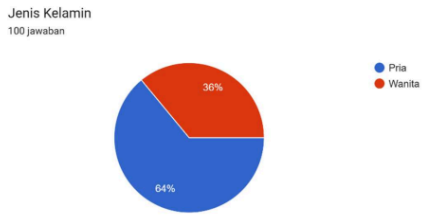
Objek penelitian ini adalah akun Instagram @bobbyida yang diolah oleh seorang yang bernama Bobby Andreas Ida, seorang content creator Indonesia yang konsisten menyajikan konten bertemakan nutrisi dan gaya hidup sehat kepada para followers-nya. Akun ini berfokus pada edukasi seputar makanan, minuman, dan nilai gizi.

Konten yang disajikan oleh akun @bobbyida mencakup berbagai format, antara lain review kandungan nutrisi dalam produk pangan juga minuman yang beredar di pasaran, tips memilih bahan makanan sehat, resep makanan bergizi, serta pembahasan tentang mitos dan fakta seputar gizi yang beredar di masyarakat. Gaya penyampaian yang informatif namun tetap relatable, penggunaan bahasa yang mudah dipahami, serta visualisasi konten yang menarik menjadi ciri khas dari akun ini. Kehadiran @bobbyida di tengah maraknya informasi kesehatan yang tidak selalu akurat di media sosial memberikan alternatif sumber informasi yang lebih terpercaya bagi para pengikutnya.

Akun @bobbyida dipilih sebagai objek penelitian karena mempunyai spesialisasi konten yang spesifik pada topik nilai gizi, mempunyai basis followers yang aktif dan terus bertumbuh, serta menjadi salah satu rujukan informasi gizi yang populer di kalangan pengguna Instagram di Indonesia. Penelitian ini menganalisis sejauh mana terpaan konten yang dipublikasikan oleh akun @bobbyida dapat memenuhi kebutuhan informasi nilai gizi para *followers*-nya.

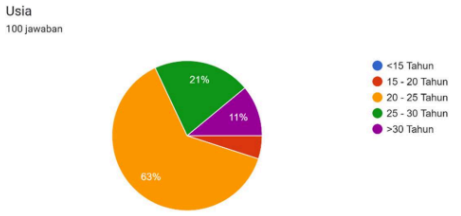
4. 2 Penyajian Data

4.2.1 Identitas Responden



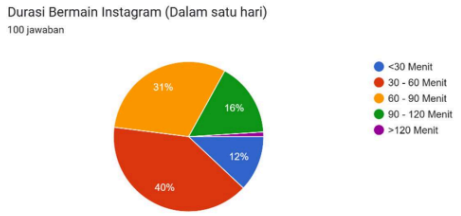
Gambar 4. 1 Diagram Jenis Kelamin

Berlandaskan gambar diterhadap, dominasi responden pada studi ini mempunyai jenis kelamin pria yakni senilai 64,0%, Adapun itu peserta penelitian dengan jenis kelamin wanita senilai 36,0%. Data ini memperlihatkan jika followers aktif akun @bobbyida yang menjadi responden penelitian ini didominasi oleh Pria, walaupun perbedaannya tak terlalu berbeda dibanding responden wanita. Kondisi ini mengindikasikan bahwa konten nilai gizi yang disajikan oleh @bobbyida menarik minat dari kedua gender, dengan sedikit dominasi dari followers laki-laki.



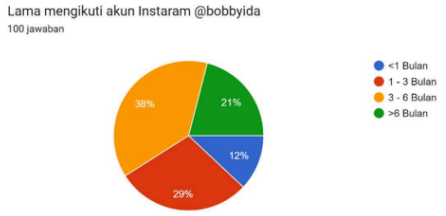
Gambar 4. 2 Usia

Diagram diterhadap menunjukkan responden ada pada golongan umur 20–25 tahun yakni berjumlah 63%, disusul oleh kisaran umur 25–30 tahun sejumlah 21%, rentang umur lebih dari 30 tahun mencapai 11%, juga golongan umur 15–20 tahun berjumlah 5%. Dominasi responden pada kelompok usia 20 – 25 tahun memperlihatkan jika konten akun @bobbyida paling banyak dikonsumsi oleh kalangan dewasa muda atau generasi Z dan milenial awal yang merupakan kelompok pengguna Instagram paling aktif dan mempunyai kesadaran tinggi terhadap informasi kesehatan dan gaya hidup sehat.



Gambar 4. 3 Durasi Bermain Instagram (Dalam Satu Hari)

Diagram diterhadap menunjukkan sebagian besar responden menggunakan Instagram selama 30 – 60 menit per hari yaitu sebanyak 40% diikuti oleh pengguna yang menghabiskan 60 – 90 menit per hari sebanyak 31% kemudian 90 – 120 menit per hari sebanyak 16% kurang dari 30 menit per hari sebanyak 12% dan lebih dari 120 menit per hari sebanyak 1%. Data ini memperlihatkan jika mayoritas responden tergolong pengguna Instagram dengan intensitas sedang 30–90 menit/hari yang memberikan peluang terpaan konten @bobbyida secara cukup rutin dalam keseharian mereka.

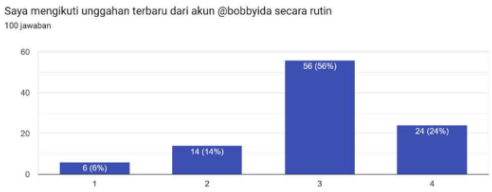


Gambar 4. 4 Lama Mengikuti Akun Instagram @bobbyida

Berlandaskan diagram diterhadap kelompok terbesar responden sudah mengikuti akun @bobbyida selama 3 – 6 bulan yaitu sebanyak 38% diikuti oleh responden yang mengikuti selama 1 – 3 bulan sebanyak 29% lebih dari 6 bulan sebanyak 21% dan kurang dari 1 bulan sebanyak 12%. Data ini memperlihatkan jika sebagian besar responden sejumlah 59% sudah mengikuti akun @bobbyida selama 1 – 6 bulan, yang mengindikasikan bahwa mereka sudah mempunyai paparan yang cukup terhadap konten akun tersebut sehingga dapat memberikan penilaian yang representatif terkait terpaan dan pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizinya.

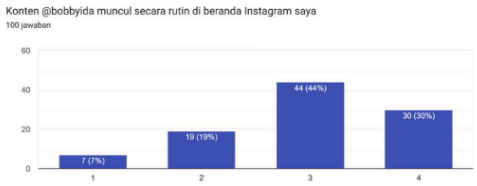
4.2.2 Grafik Kuisoner

Pada studi ini penyusun memakai kuisoner dengan skala likert guna menilai respon yang deberikan oleh responden. Di bawah ini merupakan visualisasi dari daftar diagram dari hasil data yang diperolah dari responden.



Gambar 4. 5 Grafik Saya Mengikuti Unggahan Terbaru @bobbyuda Secara Rutin

Grafik tersebut menampilkan hasil jawaban dari 100 responden dalam penelitian ini. Hasilnya memperlihatkan jika mayoritas responden mengatakan setuju dengan sejumlah 56%, diikuti oleh 24% yang memilih sangat setuju. adapun itu, 14% responden menyatakan tidak setuju, dan 6% lainnya memilih sangat tidak setuju.



Gambar 4. 6 Grafik Kontwn @bobbyida Muncul Secara Rutin di Instagram Saya

Berlandaskan grafik di terhadap, sebanyak 100 responden sudah memberikan tanggapan mereka, di mana 30% sangat setuju, 44% menyatakan setuju, 19% tidak setuju, juga 7% sangat tidak setuju.



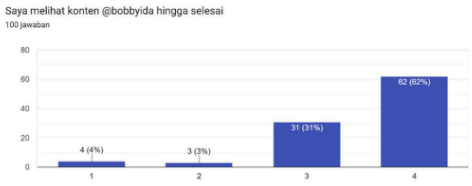
Gambar 4. 7 Grafik Saya Menonton Konten @bobbyida Lebih Dari Satu Kali Dalam Sehari

Data grafik menunjukkan distribusi jawaban dari 100 responden, yakni 30% sangat setuju, 51% berada pada kategori setuju, sementara 16% tidak setuju dan 3% sangat tidak setuju.



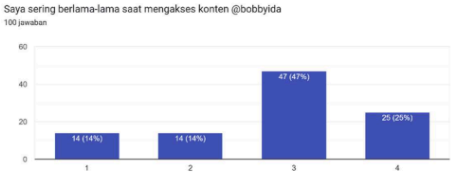
Gambar 4. 8 Grafik Menghabiskan Waktu Cukup Lama (> 5 Menit) Untuk Melihat Konten @bobbyida

Berlandaskan data dari 100 responden yang ikut serta pada studi ini, grafik memperlihatkan jika mayoritas responden memilih setuju dengan persentase 53%, diikuti oleh 39% yang mengemukakan amat setuju. Adapun itu, 6% responden memilih tidak setuju juga 2% lainnya menyatakan sangat tidak setuju.



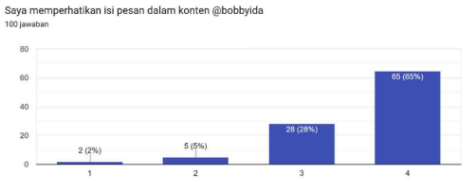
Gambar 4. 9 Grafik Saya Melihat Konten @bobbyida Hingga Selesai

Berlandaskan hasil survei terhadap 100 responden yang ditampilkan pada grafik, mayoritas responden menyatakan sangat setuju dengan persentase senilai 62%, diikuti oleh 31% yang memilih setuju. adapun, 3% responden mengemukakan tidak setuju dan 4% sisanya memilih sangat tidak setuju.



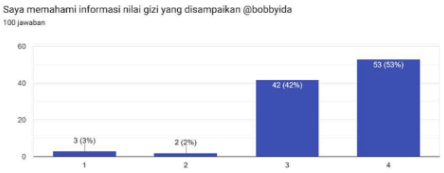
Gambar 4. 10 Grafik Saya Sering Berlama – lama Saat Mengakses Konten @bobbyida

Sebagaimana terlihat pada grafik, dari total 100 responden penelitian, proporsi terbesar yaitu 47% menjawab setuju, kemudian 25% sangat setuju, 14% tidak setuju, 14% sangat tidak setuju.



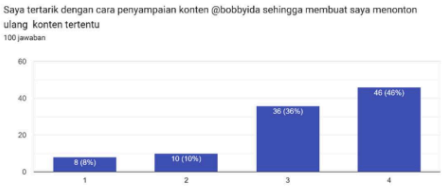
Gambar 4. 11 Grafik Saya Memperhatikan Isi Pesan Dalam Konten @bobbyida

Grafik di terhadap memaparkan bahwa dalam penelitian ini terdapat 100 responden dengan rincian 65% memutuskan sangat setuju, 28% memutuskan setuju, 5% memutuskan tidak setuju, dan 2% lainnya memilih sangat tidak setuju.



Gambar 4. 12 Grafik Saya Memahami Informasi Nilai Gizi Yang Disampaikan @bobbyida

Berlandaskan data yang tersaji dalam grafik, responden penelitian berjumlah 100 orang dengan komposisi 53% memutuskan sangat setuju, 42% yang lain setuju, 3% sangat tidak setuju, juga sisanya 2% tidak setuju.



Gambar 4. 13 Grafik Saya Tertarik Dengan Cara Penyampaian Konten @bobbyida Sehingga membuat Saya Menonton Ulang Konten Tertentu

Hasil penelitian dari 100 responden yang divisualisasikan dalam grafik tersebut memperlihatkan bahwa 46% responden sangat setuju, 36% setuju, 10% tidak setuju, dan 8% sangat tidak setuju.



Gambar 4. 14 Grafik konten @bobbyida membantu memenuhi kebutuhan informasi nilai gizi yang sedang saya butuhkan

Melalui grafik di terhadap dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang dilibatkan dalam penelitian, sebanyak 52% sangat setuju, 36% setuju, 7% tidak setuju, dan 5% sangat tidak setuju.



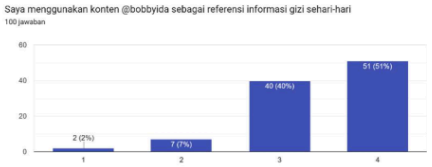
Gambar 4. 15 Grafik saya mencari konten @bobbyida saat membutuhkan informasi nilai gizi tertentu

Grafik tersebut menyajikan hasil tanggapan dari 100 responden, yang memperlihatkan jika 49% responden mengemukakan sangat setuju, diikuti oleh 35% yang mengemukakan setuju. adapun itu, 11% responden memilih tidak setuju dan 5% lainnya mengemukakan sangat tidak setuju.



Gambar 4. 16 Grafik informasi dari @bobbyida sesuai dengan kebutuhan saya saat ini

Berlandaskan grafik tersebut, studi ini melibatkan 100 responden dengan temuan menunjukkan jika 54% responden mengemukakan sangat setuju, diikuti oleh 38% yang mengemukakan setuju. adapun itu, 7% responden memilih tidak setuju dan 1% lainnya mengemukakan sangat tidak setuju..



Gambar 4. 17Grafik saya menggunakan konten @bobbyida sebagai referensi informasi nilai gizi sehari – hari

Grafik tersebut menampilkan hasil tanggapan dari 100 responden dalam penelitian ini, di mana 51% responden menyatakan sangat setuju, diikuti oleh 40% yang menyatakan setuju. Adapun itu, 7% responden memilih tidak setuju dan 2% lainnya menyatakan sangat tidak setuju.



Gambar 4. 18 Grafik konten @bobbyida membantu saya dalam memilih makanan Sehari – hari

Data yang ditampilkan grafik memperlihatkan jika dari 100 responden penelitian sebagian besar (45%) cenderung sangat setuju, 36% setuju, adapun 12% tidak setuju dan 7% sangat tidak setuju.



Gambar 4. 19Grafik informasi dari @bobbyida bermanfaat dalam kehidupan sehari – hari saya

Berlandaskan grafik hasil penelitian, dari 100 orang responden tercatat bahwa respons sangat setuju senilai 57%, responden setuju senilai 36%, respon tidak setuju berada di 7%, dan 1% menunjukkan respon sangat tidak setuju.



Gambar 4. 20 Grafik konten @bobbyida memberikan informasi nilai gizi secara lengkap

Sebanyak 100 responden sudah mengisi kuesioner dalam penelitian ini, dan grafik di terhadap menggambarkan hasilnya 45% setuju, 37% sangat setuju, 13% tidak setuju, dan 5% sangat tidak setuju.



Gambar 4. 21 Saya Mendapatkan Penjelasan yang mendalam tentang nilai gizi dari @bobbyida

Grafik tersebut menggambarkan hasil pengumpulan data dari 100 responden, di mana 42% responden mengemukakan sangat setuju, diikuti oleh 39% yang mengemukakan setuju. Adapun itu, 9% responden memilih tidak setuju dan 10% lainnya mengemukakan sangat tidak setuju.



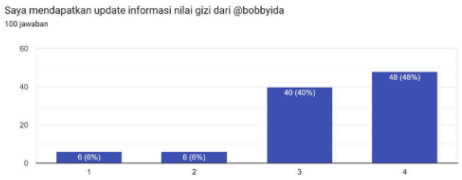
Gambar 4. 22 Grafik informasi dari @bobbyida disajikan secara alami dan mudah dipahami

Grafik tersebut menunjukkan hasil tanggapan dari 100 responden dalam penelitian ini, di mana dominan responden memilih sangat setuju dengan persentase senilai 60%, diikuti oleh 34% yang mengemukakan setuju. Adapun itu, 5% responden memilih tidak setuju dan 1% lainnya mengemukakan sangat tidak setuju.



Gambar 4. 23Grafik konten @bobbyida membantu saya mengikuti perkembangan informasi nilai gizi terbaru

Penyebaran jawaban dari 100 responden penelitian ini tergambar jelas dalam grafik, dengan 43% memilih sangat setuju 43% memilih setuju, 11% memilih tidak setuju, 3% memilih sangat tidak setuju.



Gambar 4. 24 Grafik saya mendapatlan update informasi nilai gizi dari @bobbyida

Grafik tersebut menampilkan hasil tanggapan dari 100 responden, di mana 48% responden mengemukakan sangat setuju, diikuti oleh 40% yang memilih setuju. Adapun itu, masing-masing senilai 6% responden mengemukakan tidak setuju juga sangat tidak setuju.



Gambar 4. 25Grafik konten @bobbyida membuat saya tidak ketinggalan informasi nilai gizi

Berlandaskan grafik tersebut, penelitian yang melibatkan 100 responden ini memperlihatkan jika 47% responden mengemukakan sangat setuju, diikuti oleh 36% yang mengemukakan setuju. Adapun itu, 9% responden memilih tidak setuju dan 8% lainnya mengemukakan sangat tidak setuju.

4.2.3 Hasil Uji Validitas

Uji ini dilaksanakan guna menjamin jika masing-masing item pernyataan pada angket secara tepat bisa menilai konstruk yang diteliti. Pemeriksaan ini memanfaatkan metode analisis korelasi Pearson Product Moment melalui mencocokkan angka koefisien r hitung (Pearson Correlation pada kolom Total) dengan angka r tabel. Berlandaskan total responden berjumlah 100 peserta penelitian serta taraf signifikansi alpha 0,05, didapatkan koefisien r tabel senilai 0,197. Sebuah indikator pernyataan dikategorikan layak jika koefisien r hitung melebihi koefisien r tabel dan mempunyai angka signifikansi berada di bawah 0,05.

Variabel	Pertanyaaan	r Hitung	r Tabel (N=100, α=0,05)	Keterangan
	X1.1	0,490	0,197	Valid

Terpaan Konten (X)	X1.2	0,602	0,197	Valid
	X1.3	0,510	0,197	Valid
	X1.4	0,589	0,197	Valid
	X1.5	0,383	0,197	Valid
	X1.6	0,667	0,197	Valid
	X1.7	0,555	0,197	Valid
	X1.8	0,530	0,197	Valid
	X1.9	0,542	0,197	Valid
Pemenuhan Kebutuhan Informasi Nilai Gizi (Y)	Y1.1	0,655	0,197	Valid
	Y1.2	0,586	0,197	Valid
	Y1.3	0,668	0,197	Valid
	Y1.4	0,558	0,197	Valid
	Y1.5	0,635	0,197	Valid
	Y1.6	0,586	0,197	Valid
	Y1.7	0,720	0,197	Valid
	Y1.8	0,580	0,197	Valid
	Y1.9	0,607	0,197	Valid
	Y1.10	0,644	0,197	Valid
	Y1.11	0,568	0,197	Valid
	Y1.12	0,676	0,197	Valid

Tabel 4. 1Uji Validitas

Berlandaskan temuan tersebut, dapat ditemukan jika semua butir pernyataan dalam variabel X (Terpaan Konten Instagram @bobbyida) dan variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi Nilai Gizi) mempunyai nilai r hitung yang melebihi r tabel (0,197) pada tingkat signifikansi 5%. Oleh karena itu, seluruh komponen pada kedua konstruk dinyatakanlayak juga bisa diterapkan sebagai instrumen pada studi ini.

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,637**	,288**	,296**	-,102	,168	,039	-,039	,047	,490**
	Sig. (2-tailed)		,000	,004	,003	,310	,096	,697	,700	,641	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,637**	1	,245*	,288**	,100	,303**	,128	,023	,107	,602**
	Sig. (2-tailed)	,000		,014	,004	,320	,002	,204	,824	,289	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,288**	,245*	1	,350**	-,144	,308**	,242*	,104	,121	,510**
	Sig. (2-tailed)	,004	,014		,000	,153	,002	,015	,302	,230	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,296**	,288**	,350**	1	,226*	,295**	,236*	,152	,150	,589**
	Sig. (2-tailed)	,003	,004	,000		,024	,003	,018	,131	,135	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	-,102	,100	-,144	,226*	1	,178	,206*	,395**	,115	,383**
	Sig. (2-tailed)	,310	,320	,153	,024		,076	,040	,000	,256	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	,168	,303**	,308**	,295**	,178	1	,283**	,223*	,334**	,667**
	Sig. (2-tailed)	,096	,002	,002	,003	,076		,004	,026	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	,039	,128	,242*	,236*	,206*	,283**	1	,467**	,252*	,555**
	Sig. (2-tailed)	,697	,204	,015	,018	,040	,004		,000	,011	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	-,039	,023	,104	,152	,395**	,223*	,467**	1	,399**	,530**
	Sig. (2-tailed)	,700	,824	,302	,131	,000	,026	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	,047	,107	,121	,150	,115	,334**	,252*	,399**	1	,542**
	Sig. (2-tailed)	,641	,289	,230	,135	,256	,001	,011	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,490**	,602**	,510**	,589**	,383**	,667**	,555**	,530**	,542**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Gambar 4. 26 Data Oalahan SPSS diolah olrh peneliti (2026) Hasil Uji Validitas (X)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	Y1.12	Total
Y1.1	Pearson Correlation	1	,421**	,425**	,226*	,398**	,387**	,491**	,226*	,391**	,237*	,302**	,393**	,655**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,024	,000	,000	,000	,024	,000	,018	,002	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	,421**	1	,306**	,213*	,296**	,343**	,372**	,316**	,197	,378**	,320**	,179	,595**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,033	,003	,000	,000	,001	,062	,000	,001	,075	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	,425**	,306**	1	,317**	,508**	,477**	,315**	,295**	,354**	,375**	,315**	,411**	,668**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002		,001	,000	,000	,000	,003	,000	,000	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	,226*	,213*	,317**	1	,304**	,333**	,298**	,341**	,283**	,397**	,255*	,298**	,558**
	Sig. (2-tailed)	,024	,033	,001		,002	,001	,003	,001	,004	,000	,010	,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	,398**	,296**	,508**	,304**	1	,168	,341**	,147	,276**	,390**	,244*	,591**	,635**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000	,002		,073	,001	,145	,005	,000	,014	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.6	Pearson Correlation	,387**	,343**	,477**	,333**	,168	1	,349**	,312**	,459**	,165	,226*	,367**	,595**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,073		,000	,002	,000	,101	,024	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.7	Pearson Correlation	,491**	,372**	,315**	,298**	,341**	,349**	1	,491**	,504**	,369**	,347**	,464**	,729**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,003	,001	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.8	Pearson Correlation	,226*	,316**	,295**	,341**	,147	,312**	,491**	1	,399**	,352**	,269**	,199*	,589**
	Sig. (2-tailed)	,024	,001	,003	,001	,145	,002	,000		,000	,000	,007	,047	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.9	Pearson Correlation	,391**	,197	,354**	,283**	,276**	,459**	,504**	,399**	1	,269**	,247*	,366**	,607**
	Sig. (2-tailed)	,000	,062	,000	,004	,005	,000	,000	,000		,007	,013	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.10	Pearson Correlation	,237*	,378**	,375**	,397**	,390**	,165	,369**	,352**	,269**	1	,410**	,446**	,644**
	Sig. (2-tailed)	,018	,000	,000	,000	,000	,101	,000	,000	,007		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.11	Pearson Correlation	,302**	,320**	,315**	,255*	,244*	,226*	,347**	,269**	,247*	,410**	1	,283**	,568**
	Sig. (2-tailed)	,002	,001	,001	,010	,014	,024	,000	,007	,013	,000		,004	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.12	Pearson Correlation	,393**	,179	,411**	,298**	,591**	,367**	,464**	,199*	,366**	,446**	,283**	1	,675**
	Sig. (2-tailed)	,000	,075	,000	,003	,000	,000	,000	,047	,000	,000	,004		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,655**	,595**	,668**	,558**	,635**	,595**	,729**	,589**	,607**	,644**	,568**	,675**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Gambar 4. 27 Data Oalahan SPSS diolah olrh peneliti (2026) Hasil Uji Validitas (Y)

4.2.4 Hasil Uji Reliabilitas

Uji ini dilaksanakan guna mengukur derajat kestabilan dan keterpercayaan sebuah alat ukur riset. Pemeriksaan ini menerapkan teknik Cronbach's Alpha, Berlandaskan patokan jika alat ukur dikategorikan andal ketika mempunyai nilai Cronbach's Alpha ≥ 0,60.

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
Terpaan Konten (X)	0,697	≥ 0,60	Reliabel
Pemenuhan Kebutuhan Informasi Nilai Gizi (Y)	0,854	≥ 0,60	Reliabel

Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas

Berlandaskan tabel tersebut, ditemukan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel X senilai 0,697 dan pada variabel Y senilai 0,854, di mana keduanya sudah melampaui ambang minimum senilai 0,60. Oleh karena itu, semua alat ukur dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel serta layak digunakan karena bisa menghasilkan hasil ukur yang stabil.

Uji Reliabilitas Terpaan Konten (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,697	9

Gambar 4. 28 Data Oalahan SPSS diolah olrh peneliti (2026) Hasil Uji Reliabilitas (X)

Uji Reliabilitas Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,854	12

Gambar 4. 29 Data Oalahan SPSS diolah olrh peneliti (2026) Hasil Uji Reliabilitas (Y)

4.2.5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,00761173
Most Extreme Differences	Absolute	,076
	Positive	,076
	Negative	-,074
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,174[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 4. 30 Data Oalahan SPSS diolah olrh peneliti (2026) Hasil Uji Normalitas

Berlandaskan tabel tersebut, temuan uji K-S memperlihatkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) senilai 0,174 yang melebihi 0,05 (0,174 > 0,05). Kondisi tersebut mengindikasikan jika data residual berdistribusi normal. Temuan ini juga memperlihatkan jika keterkaitan antara paparan konten Instagram @bobbyida dan pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi pada followers mempunyai distribusi normal. Maka, asumsi normalitas pada studi ini sudah tercapai.

4.2.6 Hasil Uji Linearitas

Uji ini dilakukan untuk mengidentifikasi apakah keterkaitan antar variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) bersifat linear. Landasan penentuan keputusan pada pengujian ini adalah apabila nilai signifikansi pada baris *Deviation from Linearity* melebihi 0,05, maka bisa ditarik kesimpulan jika keterkaitan antar kedua konstruk bersifat linear.

No	Variabel	*Sig. Deviation from Linearity*	Keterangan
1	Terpaan (X) Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)	0,653	Linearity

Tabel 4. 3 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	2176,470	17	128,028	7,667	,000
		Linearity	1955,676	1	1955,676	117,120	,000
		Deviation from Linearity	220,794	16	13,800	,826	,653
	Within Groups		1369,240	82	16,698		
	Total		3545,710	99			

Gambar 4. 31 Data Oalahan SPSS diolah olrh peneliti (2026) Hasil Uji Linearitas

Berlandaskan Tabel diterhadap, nilai signifikansi pada baris *Deviation from Linearity* senilai 0,653 melebihi 0,05 (0,653 > 0,05). Kondisi ini menunjukkan jika tidak ada

ketidaksesuaian yang signifikan dari linearitas, sehingga keterkaitan antar variabel Terpaan Konten Instagram @bobbyida (X) dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Nilai Gizi (Y) bersifat linear. Asumsi linearitas terpenuhi.

4.2.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilaksanakan guna mengidentifikasi jika pada model regresi ditemukan variasi residual antar satu observasi dan observasi lain. Pada studi ini, pemeriksaan menerapkan teknik Glejser, berlandaskan patokan jika model dikategorikan terbebas dari indikasi heteroskedastisitas jika angka tingkat signifikansi variabel bebas X pada hasil analisis regresi melebihi 0,05.

No.	Variabel	Nilai Sig
1	Terpaan Konten (X)	0,755

Tabel 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berlandaskan tabel itu, bisa ditarik kesimpulan jika variabel Terpaan Konten (X) mempunyai nilai signifikansi melebihi 0,05, yaitu senilai 0,755 (0,755 > 0,05). Kondisi ini memperlihatkan jika pada variabel Terpaan Konten (X) tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4,713	5,438		,867	,388
	LNX	-,507	1,621	-,032	-,313	,755

a. Dependent Variable: ABS_RES2

Gambar 4. 32 Data Oalahan SPSS diolah olrh peneliti (2026) Hasil Uji Heteroskedastisitas

4.2.8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Pada studi ini, pengkajian regresi linier sederhana dimanfaatkan guna mengidentifikasi besarnya pengaruh terpaan konten Instagram @bobbyida terhadap pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi pada followers, dengan terpaan konten sebagai variabel bebas juga pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi sebagai variabel terikat. Adapun hasil pengolahan data menggunakan SPSS disajikan antara lain:

4.2.8.1 Hasil Uji T (Hipotesis)

Uji T dilakukan sabagai menguji pengaruh terpaan konten Instagram @bobbyida terhadap pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi pada *followers*-nya. Pengujian ini digunakan sebagai landasan pembuktian hipotesis penelitian serta untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Adapun kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada:

Membandingkan nilai sig dengan probabilitas 0,05

- Apabila nilai sig (< 0,05) maka variabel X berpengaruh positif terhadap variabel Y
- Apabila nilai sig (> 0,05) maka variabel X tidak berpengaruh positif terhadap variabel Y

Membandingkan nilai t hitung dengan t tabel

- Jika nilai t hitung > t tabel maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y

- Jika nilai t hitung < t tabel maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y

Rumus menghitung t tabel:

α = 5%

T tabel = α 2 ; n-k-1

T tabel = $\frac{0,05}{2}$;100-2-1

T tabel = 0,025 ; 97

T tabel = 1,984

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6,625	3,042		2,178	,032
	X	1,147	,104	,743	10,979	,000

a. Dependent Variable: Y

Gambar 4. 33 Data Oalahan SPSS diolah olrh peneliti (2026) Hasil Uji T (Hipotesis)

Berlandaskan temuan uji T hipotesis yang sudah dilaksanakan, ditemukan angka T hitung bernilai 10,979 yang melebihi T tabel senilai 1,984 (10,979 > 1,984). Di samping itu, angka signifikansi bernilai 0,000 lebih kecil dibanding ambang 0,05 (0,000 < 0,05). Maka dari itu, bisa ditarik kesimpulan jika variabel bebas memengaruhi dengan berarti pada variabel terikat, maka hipotesis nol ditolak juga hipotesis alternatif diterima. Temuan ini memperlihatkan jika terpaan konten Instagram @bobbyida mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi pada followers.

4.2.8.2 Hasil Uji Persamaan Regresi

Uji ini digunakan guna mengidentifikasi arah serta besarnya pengaruh terpaan konten Instagram @bobbyida sebagai variabel bebas (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi sebagai variabel terikat (Y) pada followers. Model regresi yang diperoleh dari analisis tersebut kemudian dimanfaatkan guna menjelaskan perumusan masalah yang sudah ditentukan sebelumnya.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6,625	3,042		2,178	,032
	X	1,147	,104	,743	10,979	,000

a. Dependent Variable: Y

Gambar 4. 34 Output SPSS (diolah peneliti, 2026) Hasi; Uji Persamaan Regresi

Berlandaskan hasil uji persamaan regresi, diketahui nilai konstanta (α) senilai 6,625 dan nilai koefisien regresi (b) senilai 1,147, sehingga model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah antara lain:

Rumus: Y = α + bX

Y = 6,625 + 1,147X

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Variabel Terikat)

X = Variabel independen (Variabel bebas)

α = Konstanta

b = Koefisien regresi

Berlandaskan model regresi yang diperoleh, terpaan konten Instagram @bobbyida (X) terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi *followers* (Y). Kondisi ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas terpaan konten Instagram @bobbyida yang diterima oleh *followers*, maka semakin besar pula tingkat pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi mereka.

4.2.8.3 Hasil Uji koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar proporsi variasi pada variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas dalam model regresi. Dalam penelitian ini, pengujian tersebut bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh terpaan konten Instagram @bobbyida (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi pada followers (Y).

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,743[a]	,552	,547	4,02601

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Gambar 4. 35 Output SPSS (diolah peneliti, 2026) Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Melalui uji koefisien determinasi yang sudah dilakukan, diperoleh nilai R Square senilai 0,552. Hasil ini memperlihatkan jika senilai 55,2% perubahan pada pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi *followers* (Y) dapat dijelaskan oleh terpaan konten Instagram @bobbyida (X), sementara 44,8% lainnya merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang berada di luar cakupan penelitian ini.

4.3 Pembahasan dan Hasil

Hasil uji T hipotesis menunjukkan nilai T hitung senilai 10,979 yang melebihi T tabel 1,984 dengan nilai signifikansi senilai 0,000 (<0,05). Dengan demikian, H1 dalam penelitian ini diterima, yakni terdapat pengaruh positif dan signifikan antara terpaan konten Instagram @bobbyida (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi pada *followers* (Y). Hasil ini sekaligus menolak H0 yang menyatakan tidak terdapat pengaruh signifikan di antara kedua variabel tersebut.

Hasil tersebut konsisten dengan uji koefisien determinasi yang menunjukkan nilai R Square senilai 0,552. Kondisi ini mengindikasikan bahwa 55,2% variasi dalam pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi pada followers dapat dijelaskan oleh terpaan konten Instagram @bobbyida, adapun 44,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Temuan penelitian ini dapat dijelaskan melalui teori Uses and Gratifications yang dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch. Teori ini berasumsi bahwa audiens bersifat aktif dalam memilih dan menggunakan media Berlandaskan kebutuhan serta tujuan tertentu yang ingin mereka penuhi. Dalam konteks penelitian ini, *followers* akun Instagram @bobbyida tidak secara pasif menerima konten, melainkan secara aktif mengikuti dan mengakses konten tersebut karena didorong oleh kebutuhan informasi (*information needs*) tentang nilai gizi.

McQuail dalam (Arief Nugroho & Purnomo, 2023b) mengidentifikasi kebutuhan informasi sebagai salah satu dari empat kategori kebutuhan utama yang mendorong individu menggunakan media, yaitu kebutuhan untuk mengetahui peristiwa dan kondisi yang relevan, mencari nasihat, serta memuaskan rasa ingin tahu. Kondisi ini terbukti dalam penelitian ini, di mana *followers* @bobbyida memilih secara aktif untuk mengonsumsi konten nilai gizi yang disajikan karena dilatarbelakangi oleh kebutuhan kognitif terhadap informasi makanan dan minuman sehat. Semakin tinggi terpaan konten yang mereka terima maka semakin terpenuhi pula kebutuhan informasi nilai gizi mereka. Temuan ini mempertegas relevansi teori Uses and Gratifications dalam menjelaskan perilaku konsumsi media sosial di era digital.

Pengaruh signifikan yang ditemukan dalam penelitian ini tidak terlepas dari konsep terpaan media (*media exposure*) yang menjadi variabel bebas penelitian. Rosengren dalam (Deborah et al., 2022b) menjelaskan bahwa terpaan media dapat diukur melalui tiga indikator utama, yaitu frekuensi, durasi, dan atensi. Ketiga indikator inilah yang menentukan seberapa kuat pesan atau informasi dari media tersimpan dalam ingatan dan memengaruhi pengetahuan serta perilaku audiens. Dalam konteks penelitian ini, *followers* yang secara rutin mengakses konten @bobbyida (frekuensi tinggi), meluangkan waktu lebih lama untuk menyimak setiap unggahan (durasi tinggi), serta memberikan perhatian penuh terhadap isi konten (atensi tinggi), terbukti mempunyai tingkat pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi yang lebih tinggi. Kondisi ini konsisten dengan temuan Muthmainna (2026) yang menyatakan bahwa variabel atensi mempunyai pengaruh paling signifikan di antara ketiga indikator terpaan, karena efek media sangat bergantung pada keterlibatan mental audiens. Dengan kata lain, konten @bobbyida tidak hanya perlu dilihat, tetapi juga dicermati dan diresapi agar informasi nilai gizi yang terkandung di dalamnya dapat benar-benar memenuhi kebutuhan *followers*.

Hasil penelitian ini memperkuat dan sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu. Seperti (Ibrahim & Irawan, 2021) yang menyatakan bahwa konten media sosial terbukti memengaruhi sumber informasi yang dikonsumsi oleh masyarakat. (Arissaputra et al., 2025) memperkuat Kondisi ini dengan menemukan pengaruh signifikan penggunaan Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. (Rossza, 2020b) menemukan bahwa intensitas, durasi, dan frekuensi terpaan konten berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*, yang konsisten dengan temuan penelitian ini. (Sutrisno & Mayangsari, n.d.) menemukan pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* senilai 60,8%, yang berdekatan dengan hasil penelitian ini senilai 55,2%. Selain itu, (Rachel et al., 2024b) membuktikan bahwa konten Instagram tentang produk makanan berpengaruh signifikan terhadap pengetahuan produk konsumen senilai 51,3%, yang juga mempertegas relevansi konten Instagram berbasis nilai gizi dalam meningkatkan pengetahuan *followers*.

Keunggulan penelitian ini dibandingkan dengan studi-studi sebelumnya terletak pada kekhususan atau tingkat spesifisitas objek yang diteliti, yakni akun personal *food blogger* @bobbyida yang secara konsisten menyajikan konten *review* nilai gizi. Berbeda dengan penelitian (Sutrisno & Mayangsari, n.d.) yang meneliti akun pemerintahan, maupun (Rachel et al., 2024b) yang meneliti akun *brand* komersial, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa akun personal *food blogger* pun mempunyai efektivitas yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan informasi nilai gizi *followers*-nya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan rumusan masalah yang mengkaji pengaruh terpaan konten kesehatan pada Instagram @bobbyida terhadap pemenuhan informasi nilai gizi pada followers, penelitian ini menyimpulkan bahwa terpaan konten tersebut mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi. Kesimpulan ini diperoleh dari hasil pengujian hipotesis serta analisis statistik yang sudah dilakukan, dengan penjelasan antara lain.

Pertama, hasil uji T memperlihatkan jika nilai T hitung senilai 10,979 lebih besar dibandingkan T tabel senilai 1,984, dengan nilai signifikansi 0,000 yang berada di bawah bterhadap 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak, sehingga bisa ditarik kesimpulan jika terdapat pengaruh positif dan signifikan antara terpaan konten Instagram @bobbyida terhadap pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi pada followers.

Kedua, persamaan regresi yang diperoleh yaitu Y = 6,625 + 1,147X. Nilai koefisien regresi adalah 1,147 menunjukkan adanya arah pengaruh yang positif, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada terpaan konten Instagram @bobbyida akan diikuti dengan peningkatan pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi followers senilai 1,147 satuan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat terpaan konten yang diterima followers, baik dilihat dari frekuensi, durasi, maupun perhatian terhadap konten, maka semakin tinggi pula pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi yang mereka peroleh.

Ketiga, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square senilai 0,552 atau 55,2%. Angka ini menjelaskan bahwa lebih dari separuh perubahan pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi *followers* (Y) mampu dijelaskan oleh terpaan konten Instagram @bobbyida (X), sementara 44,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini, seperti literasi gizi individu, pengaruh dari sumber informasi lain, atau kondisi kesehatan personal responden.

Keempat, temuan penelitian ini sejalan dengan teori Uses and Gratifications yang menjadi landasan teori utama penelitian ini. *Followers* akun @bobbyida terbukti berperan sebagai audiens aktif yang secara sadar dan selektif mengonsumsi konten nilai gizi untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka. Ketiga indikator terpaan, yaitu frekuensi, durasi, dan atensi, secara bersama-sama berkontribusi terhadap terpenuhinya keempat dimensi kebutuhan informasi *followers*, yang meliputi *current need approach*, *everyday need approach*, *exhaustive need approach*, dan *catching-up need approach*.

5.2 Rekomendasi

Berlandaskan hasil penelitian yang sudah dilakukan, berikut dapat disampaikan rekomendasi yang ditujukan kepada para pemangku kepentingan terkait, sesuai dengan manfaat penelitian yang sudah dirumuskan:

5.2.1 Rekomendasi Teoritis

Penelitian ini mampu memberikan kontribusi terhadap kajian ilmu komunikasi, khususnya komunikasi kesehatan dan media online. Hasil ini menguatkan relevansi teori Uses and Gratifications dalam konteks media sosial, yang membuktikan bahwa audiens bersifat aktif dan selektif dalam memilih media. Hal tersebut memperlihatkan jika terpaan konten di media sosial tidak hanya mampu membentuk sikap, tetapi juga secara nyata dapat meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi di bidang kesehatan, khususnya informasi nilai gizi. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel tambahan seperti kredibilitas sumber, kualitas konten, literasi gizi, maupun dimensi *engagement* (suka, simpan, komentar) sebagai bagian dari indikator terpaan. Sehingga pemahaman tentang dinamika komunikasi kesehatan berbasis media sosial dapat berkembang secara lebih luas.

5.2.2 Rekomendasi Praktis

a. Bagi Bobby Andreas Ida (@bobbyida)
   Peneliti menyarankan agar selalu menjaga kredibilitas dan akurasi informasi gizi yang disampaikan Berlandaskan sumber-sumber ilmiah yang terpercaya. Kemudia terus mengembangkan variasi format konten serta memperkuat interaksi dua arah dengan *followers* melalui fitur-fitur interaktif Instagram seperti *live, stories* interaktif, kuis, dan sesi tanya jawab untuk memperkuat pengaruh dari konten yang sudah dibuat.
b. Bagi Lembaga Kesehatan dan Pihak – pihak Terkait
   Lembaga kesehatan dan pihak terkait dapat manfaatkan hasil dari penelitian ini sebagai dasar dalam merancang program promosi kesehatan digital yang sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat. Mengingat dominasi responden pada penelitian ini adalah kelompok usia 20–25 tahun, program edukasi gizi berbasis Instagram perlu dirancang dengan mempertimbangkan karakteristik dan preferensi generasi Z dan milenial. Seperti preferensi konten visual yang menarik, penyajian informasi yang ringkas namun komprehensif, serta pendekatan yang *relatable* dan tidak bersifat menggurui.
c. Netizen (Pengguna Media Sosial)
   Pengguna media sosial dapat memperkuat literasi mereka, baik media dan literasi gizi yang memadai dalam mengonsumsi konten kesehatan di Instagram. Meskipun akun seperti @bobbyida terbukti efektif sebagai sumber informasi nilai gizi, masyarakat tetap disarankan untuk melakukan verifikasi informasi melalui sumber-sumber resmi dan berkonsultasi dengan tenaga ahli gizi atau tenaga kesehatan profesional dalam pengambilan keputusan konsumsi yang berpengaruh langsung pada kesehatan.

Skripsi Firsta Gama

ORIGINALITY REPORT

15%	12%	9%	5%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejurnal.untag-smd.ac.id Internet Source	1%
2	ahyad.staff.gunadarma.ac.id Internet Source	1%
3	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
4	reposister.almaata.ac.id Internet Source	1%
5	Kasmawati, Desy Sulung Saputri. "Sikap Bahasa Masyarakat Dusun Mangento Desa Pattontongan Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia", Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra, 2021 Publication	1%
6	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	1%
7	openjournal.unpam.ac.id Internet Source	1%
8	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1%
9	Submitted to Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia Student Paper	<1%
10	Submitted to UPN Veteran Jakarta Student Paper	<1%

11	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
12	prosiding.pnj.ac.id Internet Source	<1 %
13	Ario Adi Prakoso, Kayla Salsabila, Aya Yahya Maulana, Elfitri Kurnia Erza. "Hubungan penggunaan teknologi artificial intelligence gemini dalam mendukung kebutuhan informasi mahasiswa", Pustaka Karya : Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan dan Informasi, 2025 Publication	<1 %
14	Aprilia Shesarita, Reni Nuraeni. "Instagram Social Media Influence @humas.banjar Towards the Fulfillment of Follower Information", Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation, 2023 Publication	<1 %
15	Muhamad Gumay, Emilianshah Banowo. "Pengaruh Terpaan dan Kredibilitas Media Online Akun Instagram @Naikmotor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Followers", Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital, 2025 Publication	<1 %
16	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	<1 %
17	es.scribd.com Internet Source	<1 %
18	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
19	Rezza Hafidh Awwalu Husna, Dhety Chusumastuti. "The Effect of @Samsatsleman Instagram Content on Fulfilling Taxpayer Information Needs in Sleman Regency", Jurnal	<1 %

	Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi, 2025 Publication	
20	Yoselia Fira Agustin, Delfan Eko Putra. "Pengaruh Konsumsi Berita Online terhadap Tingkat Kepercayaan Mahasiswa pada Media Massa (Studi pada Kompas.com)", TSAQOFAH, 2026 Publication	<1 %
21	123dok.com Internet Source	<1 %
22	Submitted to Universitas Padjadjaran Student Paper	<1 %
23	Agus Renal, Izlan Sentryo, Rimba Hamid. "PENGARUH PERSEPSI GURU MENGENAI KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH TERHADAP KINERJA PEDAGOGIK GURU DI SD NEGERI 2 KENDARI", Jurnal Ilmiah Pembelajaran Sekolah Dasar, 2020 Publication	<1 %
24	jurnal.syntaxliterate.co.id Internet Source	<1 %
25	Submitted to Universitas Islam Riau Student Paper	<1 %
26	portalriset.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
27	repository.unair.ac.id Internet Source	<1 %
28	repo.darmajaya.ac.id Internet Source	<1 %
29	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1 %

30	docplayer.info Internet Source	<1 %
31	ejurnal.undana.ac.id Internet Source	<1 %
32	lib.ibs.ac.id Internet Source	<1 %
33	prosiding.stie-aas.ac.id Internet Source	<1 %
34	I Nengah Putra Kariana, I Gusti Ayu Ratna Pramesti Dasih. "Peran Pemayun dalam Strategi Komunikasi Budaya pada Perkawinan Adat Bali di Kabupaten Lombok Barat", Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu, 2025 Publication	<1 %
35	digilib.unimed.ac.id Internet Source	<1 %
36	ejournal.gunadarma.ac.id Internet Source	<1 %
37	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
38	jp.feb.unsoed.ac.id Internet Source	<1 %
39	pdffox.com Internet Source	<1 %
40	Nor Amirah Hafizah, Syahrul Ismet. "Persepsi Orang Tua terhadap Konsep Bermain Anak di Tadika Ilmu Hayati di Kuala Lipis, Pahang Malaysia", Asian Journal of Early Childhood and Elementary Education, 2024 Publication	<1 %

41	Novita Bekti, Winda Dwi, Nofefta Gola, Reni Raudhotus, Lailatul Nuraini, Firdha Kusuma Ayu Anggraeni. "PENGEMBANGAN MODUL INTERAKTIF BERBASIS MACROMEDIA FLASH 8 PADA MATERI OPTIK GEOMETRI", ORBITA: Jurnal Kajian, Inovasi dan Aplikasi Pendidikan Fisika, 2021 Publication	<1 %
42	conference.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
43	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
44	docobook.com Internet Source	<1 %
45	ejournal2.undip.ac.id Internet Source	<1 %
46	ml.scribd.com Internet Source	<1 %
47	repository.iainpare.ac.id Internet Source	<1 %
48	repository.mercubuana.ac.id Internet Source	<1 %
49	repository.unisbablitar.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes	Off	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	On		

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor:742/K/LOD/VI/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom

NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Firsta Gama Krisnadianto

NBI : 1152200410

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.

Surat Keterangan ini diberikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran Ujian Skripsi"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 7 Juni 2026

Mengetahui
Kepala Lab. Otoda,

Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

Moh. Dey Prayogo, S.I.kom., M.I.Kom