

ABSTRAK

Tri Subakti Mulyono, 2021. Peran Akun Ahli Gizi Dalam Mempromosikan Makanan Bergizi Di Media Sosial (Studi kasus konten makanan bergizi pada akun Instagram @Ahligizi.id). Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember, Pembimbing Dr.Juariyah,M.Si

Kata kunci : Teori AIDA, Media Sosial, Instagram, Komunikasi media massa

Saat ini di dalam era globalisasi dimana terjadi perubahan gaya hidup dan pola makan, Indonesia menghadapi permasalahan gizi ganda. Masalah kesehatan gizi disebabkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat tentang gizi disertai dengan kurangnya informasi tentang gizi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Peran @Ahligizi.id mempromosikan makanan bergizi melalui media social Instagram dan apa saja hambatan dalam mempromosikan makanan bergizi yang dilakukan oleh akun @Ahligizi.id di instagram. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif melalui wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan sosial media Instagram untuk mempromosikan makanan bergizi cukup efektif dan meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap kesadaran untuk mengkonsumsi makanan yang sehat dan bergizi. Kemudian penggunaan teori AIDA mampu menjadi bentuk komunikasi media massa yang dilakukan ahligizi.id dalam melakukan promosi makanan bergizi. Adapun beberapa hambatan yang seringkali dialami @Ahligizi.id dalam melakukan promosi makanan bergizi yaitu; kehabisan ide untuk membuat konten setiap harinya, susahnya menentukan tema postingan hari ini dan susahnya membuat caption yang sesuai dengan foto yang akan diunggah. Penggunaan sosial media Instagram untuk mempopulerkan dan mempromosikan makanan bergizi terbilang cukup efektif dan juga meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap kesadaran untuk mengkonsumsi makanan yang sehat dan bergizi.

ABSTRACT

Tri Subakti Mulyono, 2021. The Role of Nutritionist Accounts in Promoting Nutritious Food on Social Media (A case study of nutritious food content on the @Ahligizi.id Instagram account). Thesis, Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, University of Muhammadiyah Jember, Supervisor Dr. Juariyah, M.Si

Keywords: AIDA theory, Social Media, Instagram, Mass media communication

Currently in the era of globalization where there are changes in lifestyle and diet, Indonesia faces multiple nutritional problems. Nutritional health problems are caused by a lack of public knowledge about nutrition accompanied by a lack of information about nutrition. The purpose of this study is to find out the role of @Ahligizi.id in promoting nutritious food through Instagram social media and what are the obstacles in promoting nutritious food carried out by the @Ahligizi.id account on Instagram. This type of research is descriptive qualitative research through interviews. The results showed that the use of social media Instagram to promote nutritious food was quite effective and increased public knowledge of awareness to consume healthy and nutritious food. Then the use of AIDA theory is able to become a form of mass media communication carried out by expertgizi.id in promoting nutritious food. There are several obstacles that are often experienced by @Ahligizi.id in promoting nutritious food, namely: running out of ideas to create content every day, the difficulty of determining the theme of today's post and the difficulty of making captions that match the photos to be uploaded. The use of social media Instagram to popularize and promote nutritious food is quite effective