

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan jaman yang semakin pesat memunculkan temuan- temuan teknologi dan berdampak bagi perkembangan media. Kegiatan manusia juga tidak lepas dari produk teknologi dan media, manusia semakin membutuhkan perangkat teknologi media baru untuk berkomunikasi dengan orang lain salah satunya penggunaan media sosial. Pada tahun 2019 tercatat pengguna internet sebanyak 175 juta dengan pengguna aktif media sosial sebanyak 160 juta (We Are Social, 2020).

Media sosial merupakan *platform* produk dari web 2.0 tanpa Batasan dalam interaktif sosial, media sosial memberikan kesempatan bagi para pengguna untuk bersosialisasi dengan bereaksi, menggugah, berdiskusi dan memberikan komentar pada *platform* (Mustonen, 2009). Komunikasi pada media sosial tidak hanya terjadi secara interpersonal atau individu kepada public tetapi juga terhadap antar kelompok (Khajuria, 2017) Menurut laporan GlobalWebIndex tercatat di tahun 2018 penggunaan media sosial di Indonesia rata rata 195 menit atau tiga jam 15 menit dalam sehari (BBC, 2019). Kemudahan yang tersedia di media sosial mampu menghilangkan jarak dan waktu yang ada. Informasi dari mana saja bisa langsung terakses, seseorang dapat mudah mendapatkan informasi secara instan melalui sosial media, sosial media yang juga banyak digunakan saat ini yaitu *Instagram*.

Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial dengan banyak pengguna di seluruh dunia. Berdasarkan data yang dirilis oleh Instagram menurut data internal tahun 2017, pengguna *Instagram* telah mencapai 700 juta pengguna aktif diseluruh dunia. Di Indonesia sendiri pengguna *Instagram* mencapai 62 juta pengguna aktif di tahun 2020 (NapoleonCat, 2020) . Hal ini menyebabkan Indonesia masuk ke dalam lima besar pengguna *Instagram* terbanyak didunia setelah Amerika serikat, Brazil, Rusia dan Inggris. *Instagram* merupakan sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video (Rahmawati,2016). Saat ini *Instagram* menjadi trend bagi public untuk bisnis dan kampanye di berbagai bidang. Sebanyak 54% perusahaan dengan *Brand* terkenal menggunakan sebagai media kampanye dan berbagi Informasi. Selain itu juga media sosial Instagram memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi dan mengedukasi masyarakat, salah satunya adalah dalam hal kesehatan.

Saat ini di dalam era globalisasi dimana terjadi perubahan gaya hidup dan pola makan, Indonesia menghadapi permasalahan gizi ganda. Di satu pihak masalah

gizi kurang yang pada umumnya disebabkan oleh kemiskinan, kurangnya persediaan pangan, kurang baiknya kualitas lingkungan, kurangnya pengetahuan masyarakat tentang gizi. Selain itu masalah gizi lebih yang disebabkan oleh kemajuan ekonomi pada lapisan masyarakat tertentu disertai dengan kurangnya informasi tentang gizi (Azrul, 2004; Subandi, 2005; Subandi, 2011).

Masalah gizi yang terjadi berkaitan dengan kurangnya informasi masyarakat dalam mengetahui tentang makanan bergizi, makanan bergizi merupakan makanan-makanan yang memiliki kandungan gizi yang sesuai dengan asupan gizi yang dibutuhkan. Makanan bergizi mengandung zat-zat yang diperlukan oleh tubuh dalam jumlah memadai (Djoko, Windu, 2016). Makanan bergizi tidak harus berupa makanan yang berharga mahal, tetapi yang terpenting adalah zat-zat yang terkandung di dalamnya. Makanan bergizi harus mengandung energi, pembangun, dan pengatur dalam jumlah yang seimbang. seimbang yang dimaksud haruslah memiliki kandungan zat gizi yang meliputi: karbohidrat, lemak, protein, mineral, dan vitamin (Sunita, 2004).

Ahligizi.id merupakan akun social media yang bergerak dibidang kesehatan terkait gizi ahligizi.id memberikan informasi kepada masyarakat mengenai gizi, penyakit terkait gizi baik dalam kasus gizi kurang ataupun gizi lebih. Didirikan sejak tahun 2010, AhliGiziID bernama awal Gizi Idamanmu. Gizi Idamanmu sempat vakum dan diaktifkan kembali tahun 2016 dengan nama AhliGiziID yang sekaligus menjadi portal konsultasi gizi online PERTAMA di Indonesia dan kami terus mengembangkan berbagai strategi untuk menghadirkan berbagai fitur yang lebih kaya untuk memudahkan masyarakat Indonesia dalam mendapatkan informasi gizi yang valid.

AhliGiziID sendiri merupakan platform konsultasi gizi online untuk membantu masyarakat dalam mengatur pola makan sehat dan bergizi. AhliGiziID menawarkan akses gizi kesehatan kapanpun dimanapun dan siapapun masyarakat Indonesia yang memiliki pertanyaan seputar gizi. Selain memberikan tanya jawab seputar gizi. Sejauh ini akun @Ahligizi.id telah mengunggah lebih dari 300 unggahan dan memiliki lebih dari 32 ribu pengikut. Dari 32 rb pengikut hampir 45 % persen berasal dari mahasiswa jember, dan 55% lainnya merupakan mahasiswa seluruh Indonesia serta masyarakat umum. Berdasarkan laporan hasil survei We Are Social (2018) dan laporan survei AIPJI (2018) sebagian besar mahasiswa menggunakan platform media social Instagram paling tinggi yaitu sebesar 90,91%.

Tingginya pengguna Instagram pada mahasiswa khususnya, menjadikan akun @Ahligizi.id mudah memberikan dan menerapkan informasi gizi dikalangan

mahasiswa. Akun Instagram @Ahligizi.id secara rutin mengunggah informasi seputar makanan bergizi, tips diet serta informasi gizi lainnya. Mahasiswa jember menjadi salah satu pengikut paling banyak dalam menerima konten informasi dari akun @Ahligizi.id memberikan informasi melalui media instagram dengan tampilan gambar animasi yang colorful dan eye-catching serta caption yang unik yang mana dimaksudkan untuk menarik perhatian. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk meneliti bagaimana peran akun @Ahligizi.id sebagai media dalam sosialisasi kesehatan gizi pada mahasiswa di jember.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Peran @Ahligizi.id mempromosikan makanan bergizi melalui media sosial instagram?
2. Apa saja hambatan dalam mempromosikan makanan bergizi yang dilakukan oleh akun @Ahligizi.id di instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Peran @Ahligizi.id mempromosikan makanan bergizi melalui media social Instagram ?
2. Mengetahui apa saja hambatan dalam mempromosikan makanan bergizi yang dilakukan oleh akun @Ahligizi.id di instagram?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan teori khususnya teori strategi komunikasi media massa dan menjadi referensi penelitian yang akan datang

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberi wawasan mengenai strategi komunikasi media massa bagi masyarakat untuk mencoba membagikan informasi terkait kesehatan.