



Analisis Konten Edukasi *Influencer* Instagram Terhadap Pengetahuan, Sikap Dan Perilaku Gizi Seimbang *Followers*-Nya

Aulia Rizki Rinalda¹, Khoirul Anwar¹

¹Program Studi Gizi, Fakultas Teknologi Pangan dan Kesehatan, Universitas Sahid

| Info Artikel | Abstrak |
|--|--|
| <p>Sejarah Artikel: Diterima: 20 Januari 2023 Disetujui: 27 Maret 2023 Di Publikasi: 30 Maret 2023</p> <p>Kata Kunci: Gizi Seimbang, <i>Influencer</i>; Konten Instagram; Pengetahuan, Sikap, Perilaku</p> | <p>Konten instagram merupakan salah satu sumber informasi yang dapat disajikan oleh konten <i>creator</i> ataupun <i>influencer</i> dapat memiliki kekuatan untuk memengaruhi dan menggiring opini <i>followers</i>-nya secara <i>online</i> melalui media sosial. Perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku pada kebiasaan makan dan frekuensi aktivitas fisik ini tentunya dapat memengaruhi status gizi seseorang dan akan berkaitan dengan kesehatan seseorang. Desain penelitian <i>cross-sectional</i>, populasi penelitian ini yaitu <i>followers @dietsantuy.id</i> yang memenuhi kriteria inklusi. Sampel pada penelitian ini sebanyak 110 responden dengan menggunakan teknik <i>purposive sampling</i>. Instrumen yang digunakan yaitu kuesioner mengenai pengetahuan, sikap dan perilaku gizi seimbang, kebiasaan makan, <i>Food Frequency Questionnaire</i> (FFQ), <i>global physical activity questionnaire</i> (GPAQ), dan kuesioner mengenai konten <i>influencer</i> melalui <i>google form</i>. Hasil menunjukkan bahwa perilaku memiliki hubungan yang signifikan dengan konten <i>@dietsantuy.id</i> dengan nilai p sebesar 0,001 ($p < 0,005$), sedangkan variabel pengetahuan dan sikap tidak ada hubungan yang signifikan dengan konten <i>@dietsantuy.id</i>. Adanya hubungan yang signifikan antara konten dan perilaku menunjukkan bahwa konten instagram yang <i>influencer</i> buat dapat memengaruhi perilaku seseorang. Tidak adanya hubungan yang signifikan antara konten dengan sikap gizi seimbang menunjukkan bahwa faktor lain juga dapat memengaruhi pengetahuan dan sikap seseorang baik faktor usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan faktor eksternal lainnya.</p> |

| Article Info | Abstract |
|--|--|
| <p>Keywords: <i>Attitudes, Behavior, Balanced Nutrition, Influencers, Instagram Content, Knowledge</i></p> | <p><i>Instagram content is a source of information that can be presented by content creators or influencers who have the power to influence and lead their followers' opinions online via social media. Changes in knowledge, attitudes, and behavior in eating habits and physical activity frequency can all have an impact on a person's nutritional status and health. The population of this cross-sectional study is followers of @dietsantuy.id who meet the inclusion criteria. A purposive sampling technique was used to select 110 respondents for this study. The instruments used were questionnaires on balanced nutrition knowledge, attitudes, and behavior; eating habits, Food Frequency Questionnaire (FFQ), global physical activity questionnaire (GPAQ), and influencer content questionnaires via Google form. The results show that behavior has a significant relationship with @dietsantuy.id content, with a p value of 0.001 ($p < 0.005$), whereas knowledge and attitude variables have no significant relationship with @dietsantuy.id content. The existence of a significant relationship between content and behavior demonstrates that Instagram content created by influencers can influence a person's behavior. The lack of a significant relationship between content and balanced nutrition attitudes suggests that other factors, such as age, gender, education level, income level, and other external factors, can influence a person's knowledge and attitudes.</i></p> |

Fakultas Teknologi Pangan dan Kesehatan, Universitas Sahid
Email: khoirulgizi2016@gmail.com

Pendahuluan

Zaman sekarang, adanya akses internet dengan kecepatan sangat pesat dan smartphone canggih dengan internet dapat berisikan aplikasi dan fitur canggih. Aplikasi pembuatan video ini muncul dengan hal-hal yang sangat menarik untuk digunakan, hal ini dilihat dari banyaknya konten video yang tersebar di berbagai media sosial, seperti pada instagram. Indonesia menempati urutan ke 4 pengguna terbanyak di dunia dengan total 92,2 juta pengguna aktif secara global (Putra and Patmaningrum 2018). Influence adalah kemampuan untuk memengaruhi dan mengubah pendapat dan tindakan seseorang. Perkembangan teknologi yang sangat pesat telah memudahkan *influencer* untuk memengaruhi banyak orang di berbagai media dan platform seperti jejaring sosial. Keterikatan *influencer* dengan followers dapat dipengaruhi aspek reach, resonance dan relevance pada konten yang menggambarkan adanya value, budaya, dan demografis yang sama dengan target audience. Ketiga aspek tersebut dapat membuat *influencer* memiliki kekuatan untuk memengaruhi dan menggiring opini followers-nya secara *online* melalui media sosial (Maulana et al. 2020).

Adapun hubungan antara penggunaan media sosial yang berlebihan dengan kebiasaan aktivitas fisik. Menurut (Fristanti 2021), terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan smartphone terhadap aktivitas fisik, yaitu terjadinya penurunan aktivitas fisik karena seseorang cenderung menggunakan smartphone dan lebih banyak duduk atau perilaku menetap dibanding dengan melakukan aktivitas fisik lainnya. Menurut riseksdas 2018, kebiasaan kurang aktivitas fisik yaitu selama kurang dari 150 menit seminggu pada masyarakat Indonesia meningkat sejak 2013 yaitu yang asalnya 26,1 % menjadi 33,5% pada tahun 2018 pengaruh edukasi melalui video pendek di instagram dapat memengaruhi pengetahuan seseorang mengenai aktivitas fisik secara signifikan (Kemenkes RI 2018).

Perubahan perilaku pada kebiasaan makan dan frekuensi aktivitas fisik ini tentunya dapat memengaruhi status gizi seseorang (Maharani et al. 2021). Prevalensi obesitas yaitu 10,5% pada 2007, 14,8% pada 2013 menjadi 21,8% pada 2018. Hal ini perlu menjadi perhatian karena obesitas merupakan salah satu faktor resiko penyakit tidak menular dan dapat menyebabkan banyak masalah kesehatan. Adapun prevalensi status gizi kurang di Indonesia yaitu 6,2% pada usia 13-15 tahun, 6,7% pada usia 16-18 tahun dan 9,3% pada usia >18 tahun atau usia dewasa. Perubahan perilaku pada kebiasaan makan dan frekuensi aktivitas fisik ini tentunya dapat memengaruhi status gizi seseorang. Prevalensi obesitas yaitu 10,5% pada 2007, 14,8% pada 2013 menjadi 21,8% pada 2018. Hal ini perlu menjadi perhatian karena obesitas merupakan salah satu faktor

resiko penyakit tidak menular dan dapat menyebabkan banyak masalah kesehatan. Adapun prevalensi status gizi kurang di Indonesia yaitu 6,2% pada usia 13-15 tahun, 6,7% pada usia 16-18 tahun dan 9,3% pada usia >18 tahun atau usia dewasa (Kemenkes RI 2018).

Metode

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain cross sectional study dimana pengumpulan data dilakukan pada satu saat atau periode yang sama dalam mengukur variabel bebas maupun variabel terikat. Tujuannya yaitu adalah untuk mengidentifikasi pengaruh konten *influencer* instagram terhadap pengetahuan, sikap dan perilaku gizi seimbang responden yaitu followers dari *influencer* tersebut. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan september 2022. Pengambilan data dilakukan secara daring dengan menyebarkan kuesioner *online* (google form) terhadap followers akun @dietsantuy.id.

Sampel pada penelitian ini adalah yaitu followers dari akun *influencer* instagram dengan username @dietsantuy.id yang akan diteliti dengan menggunakan teknik purposive sample. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 110 responden. Sampel yang dapat dipilih yaitu yang memenuhi kriteria inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah Followers akun Instagram @dietsantuy.id, pengguna aktif Instagram, definisi aktif disini ditandai dengan pengguna pernah mengomentari, menyukai atau pernah mempostingan berupa foto atau video dalam 6 bulan terakhir, Bukan Akun Palsu dan bersedia ikut serta dalam penelitian ini dengan mengisi lembar informed consent. Adapun kriteria eksklusi dalam penelitian ini yaitu yang tidak bersedia menjadi responden. Perhitungan besar sampel menggunakan rumus slovin, besar sampel yang dibutuhkan sebesar 99,96 atau 100 sampel ditambah dengan kemungkinan drop out sebesar 10% maka jumlah sampel akhir sebesar 110 sampel pada followers *influencer* Instagram yang akan diteliti.

Data primer penelitian ini yaitu karakteristik responden (usia, jenis kelamin, domisili, tingkat pendidikan, status pekerjaan, tingkat pendapatan/uang saku) (KOMINFO 2017), pengetahuan dan gaya hidup yang diperoleh dari form *online* (Google form) mengenai pengetahuan, sikap dan perilaku gizi seimbang, kuesioner kebiasaan makan, Food Frequency Questionnaire (FFQ), global physical activity questionnaire (GPAQ), dan kuesioner mengenai konten *Influencer* yang diteliti melalui direct message/DM atau pesan langsung terhadap akun instagram followers *influencer* @dietsantuy.id. Prosedur pengumpulan data pada penelitian ini yaitu membuat surat etik di Universitas Muhammadiyah Jakarta. Setelah mendapatkan surat layak etik No.221/PE/KE/FKK-UMJ/VIII/2022, kemudian menyebarkan kuesioner secara *online* dimana yang didalamnya terdapat

pertanyaan mengenai kriteria inklusi. Informed consent, dan kuesioner pengetahuan (Purwanto 2016), sikap dan perilaku (Rosdianti 2016), kuesioner FFQ, kebiasaan makan (Khairiyah 2016), GPAQ (Baja 2019) dan konten *influencer* (David et al. 2017). Setelah kuesioner terkumpul dan terisi, peneliti akan memilih data responden yang memenuhi kriteria inklusi, kemudian setelah jumlah responden yang memenuhi kriteria inklusi telah memenuhi syarat minimal sample penelitian, peneliti mengolah/menganalisa data yang telah terkumpul. Data yang sudah terkumpul kemudian di input di Excel Office 2016. Kemudian data tersebut diolah dengan cara sistem komputer dengan program SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 25 for windows yang terbagi menjadi analisis univariat dan bivariat.

Hasil dan Pembahasan

Data Karakteristik umum

Karakteristik umum pada responden yang dianalisis yaitu jenis kelamin, usia, domisili, Pendidikan, pekerjaan dan pengeluaran. Pada tabel 5 menunjukkan bahwa karakteristik umum responden pada penelitian ini dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 89% dan laki-laki sebanyak 12%, sehingga responden lebih banyak pada jenis kelamin perempuan. Usia 9-19 tahun sebanyak 8%, 20-29 tahun sebanyak 76% dan merupakan presentase terbanyak, serta usia 30-49 tahun sebanyak 15% dari responden. Domisili perkotaan 82% dan pedesaan sebanyak 18%, sehingga menandakan responden lebih banyak bertempat tinggal di perkotaan. Jenjang Pendidikan responden yaitu pada SMA sebanyak 18%, Diploma atau S1 sebanyak 75% dan merupakan presentase terbanyak serta jenjang S2 sebanyak 7% dari responden. Pada karakteristik pekerjaan, presentase karyawan mencapai 25%, petani 1%, wiraswasta/freelance 11%, Perangkat desa non PNS/honoror 2%, PNS/TNI/Polri 4%, Ibu rumah tangga 7%, tidak bekerja 8% dan pelajar/Mahasiswa 43% yang merupakan presentase terbanyak responden. Selanjutnya, pada karakteristik pendapatan, responden dengan pendapatan <Rp 1 juta sebanyak 44% yang merupakan presentase terbanyak responden, Rp 1-2 Juta sebanyak 18%, Rp 2-5 Juta sebanyak 22%, Rp 5-10 juta sebanyak 9% dan >Rp 10 Juta sebanyak 7%.

Table 1. Distribusi responden berdasarkan karakteristik umum

| Variabel | Kategori | n | % |
|---------------|-------------|----|------|
| Jenis kelamin | Perempuan | 98 | 89,1 |
| | Laki-laki | 12 | 12,2 |
| Usia | 9-19 tahun | 9 | 8,2 |
| | 20-29 tahun | 84 | 76,4 |
| | 30-49 tahun | 17 | 15,5 |
| | 50-65 tahun | 0 | 0,0 |
| | >65 tahun | 0 | 0,0 |
| Domisili | Perkotaan | 90 | 81,8 |
| | Pedesaan | 20 | 18,2 |
| Pendidikan | SD | 0 | 0,0 |

| Variabel | Kategori | n | % |
|-------------|--------------------------------|-----|------|
| | SMP | 0 | 0,0 |
| | SMA | 20 | 18,2 |
| | Diploma/S1 | 82 | 74,5 |
| | S2 | 8 | 7,3 |
| | Tidak Sekolah | 0 | 0,0 |
| Pekerjaan | Karyawan Swasta | 27 | 24,5 |
| | Petani | 1 | 0,9 |
| | Wiraswasta/freelance | 12 | 10,9 |
| | Perangkat desa non PNS/Honoror | 2 | 1,8 |
| | Pedagog/Buruh/Tukang | 0 | 0,0 |
| | PNS/TNI/Polri | 4 | 7,3 |
| | Pelajar/Mahasiswa | 47 | 42,7 |
| | Ibu Rumah tangga | 8 | 8,2 |
| | Pensiunan | 0 | 0,0 |
| | Nelayan | 0 | 0,0 |
| Pengeluaran | Tidak Bekerja | 0 | 0,0 |
| | <Rp 1 Juta | 48 | 43,6 |
| | Rp 1-2 Juta | 20 | 18,2 |
| | Rp 2-5 Juta | 24 | 21,8 |
| | Rp 5-10 Juta | 10 | 9,1 |
| >Rp 10 Juta | 8 | 7,3 | |

Sumber: Data primer

Analisis Konten

Berdasarkan hasil penelitian, frekuensi terbanyak responden mengakses sosial media yaitu >10 kali sebanyak 37% dalam sehari, sosial media yang lebih sering diakses yaitu Instagram (84%), responden juga lebih banyak mendapatkan informasi gizi seimbang melalui Instagram (85%) dibandingkan melalui tiktok, dengan frekuensi mengakses Instagram terbanyak yaitu 4-6 kali/hari (42%). Adapun frekuensi responden menonton konten edukasi gizi di instagram lebih banyak pada frekuensi 1-3 video (66%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini merupakan masyarakat yang bergantung pada sosial media. Menurut laporan We Are Social, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2022. Selain itu, menurut survei kominfo (2017), pengguna media social di Indonesia sudah mencapai 92,82% dengan rata-rata tertinggi penggunaan smartphone sebanyak 1-3 jam per hari dan rata-rata pengguna tertinggi sosial media yaitu pelajar/mahasiswa sebanyak 1-3 jam sehari (47,06%) (KOMINFO 2017).

Table 2. Analisis frekuensi penggunaan media

| Variabel | Kategori | n | % |
|---|-----------|----|------|
| Frekuensi mengakses media sosial @dietsantuy.id | 1-3 Kali | 6 | 5,5 |
| | 4-6 Kali | 40 | 36,4 |
| | 7-10 Kali | 23 | 20,9 |
| | >10 Kali | 41 | 37,3 |
| Media Sosial yang sering diakses | Instagram | 92 | 83,6 |
| | TikTok | 18 | 16,4 |

| | | | |
|---|----------------|----|------|
| Mendapatkan informasi Gizi seimbang | Instagram | 94 | 85,5 |
| | TikTok | 16 | 14,5 |
| Frekuensi mengakses Instagram | 1-3 Kali/hari | 21 | 19,1 |
| | 4-6 Kali/hari | 46 | 41,8 |
| | 7-10 Kali/hari | 19 | 17,3 |
| | >10 Kali/hari | 24 | 21,8 |
| Frekuensi menonton konten edukasi gizi di Instagram di akun @dietsantuy.id | 1-3 Kali/hari | 73 | 66,4 |
| | 4-6 Kali/hari | 29 | 26,4 |
| | 7-10 Kali/hari | 5 | 4,5 |
| | >10 Kali/hari | 3 | 2,7 |
| Jumlah video Instagram terkait gizi seimbang yang pernah saya tonton di akun @dietsantuy.id | 1-3 video | 50 | 45,5 |
| | 4-6 video | 16 | 14,5 |
| | >6 video | 44 | 40,0 |

Sumber: Data primer

Konten edukasi dibuat agar dapat menyampaikan pesan sekaligus menambah pengetahuan penerimanya. Adapun hal-hal yang dapat memengaruhi penerimaan konten yaitu kredibilitas *creator*, daya tarik *creator*, konten yang dapat menarik perhatian dan konten dapat dimengerti. Sebanyak 77% responden sangat setuju (SS) bahwa *influencer* pada penelitian ini ahli dalam bidang gizi khususnya pembahasan mengenai gizi seimbang, 76% responden sangat setuju (SS) bahwa informasi yang disampaikan *influencer* benar, dan 75% responden sangat setuju (SS) bahwa *influencer* tidak memberikan informasi yang menyesatkan. Selain itu, 65% responden sangat setuju (SS) bahwa *influencer* berpenampilan menarik, dan 84% menyatakan bahwa *influencer* berkomunikasi dengan baik, 89% responden sangat setuju (SS) bahwa *influencer* pada penelitian ini memberikan pengetahuan baru, 81% responden sangat setuju (SS) bahwa konten yang dibawakan memiliki ciri khas serta 62% responden sangat setuju bahwa *influencer* memakai gerakan yang menarik, dan 86% responden sangat setuju (SS) bahwa konten yang dibuat oleh *influencer* @dietsantuy.id menggunakan Bahasa yang mudah dimengerti.

Pengetahuan, Sikap dan Perilaku

Berdasarkan hasil penelitian, tabel 6 menunjukkan bahwa responden memiliki presentase pengetahuan gizi seimbang mayoritas pada kategori baik yaitu 67%, presentase pada sikap gizi seimbang responden yaitu mayoritas pada kategori positif sebanyak 96.4% dan presentase pada perilaku gizi seimbang yaitu mayoritas pada kategori positif sebanyak 50.9%. Hal ini sejalan dengan penelitian sabarudin tahun 2021, bahwa

pemberian edukasi secara *online* dapat memengaruhi pengetahuan. Menurut studi terdahulu, media edukasi *online* dapat memberikan dampak terhadap peningkatan pemahaman dan perubahan perilaku (Sabarudin et al., 2020). Selain itu, penelitian lainnya menjelaskan bahwa sebagian besar responden memiliki pengetahuan yang baik terhadap pengetahuan gizi seimbang, sikap gizi seimbang dan praktik gizi seimbang setelah di edukasi dengan infografis dan website. Pendidikan atau pengetahuan seseorang dapat memengaruhi cara bersikap dan wawasan seseorang dalam menjalani keseharian. Tapi pengetahuan bukan menjadi tolak ukur utama dalam menentukan sikap seseorang melainkan bagaimana suatu pengetahuan diperoleh melalui apa yang dilihat atau disaksikan, didengar atau dialami sendiri (Farikhah, 2021).

Table 4. Distribusi pengetahuan, sikap dan perilaku

| Variabel | Kategori | | | | | | | |
|-------------|----------|------|---------|------|--------|-----|-------|-----|
| | Baik | | Cukup | | Kurang | | Total | |
| | n | % | n | % | n | % | n | % |
| Pengetahuan | 74 | 67,3 | 33 | 30,0 | 3 | 2,7 | 110 | 100 |
| | Positif | | Negatif | | | | | |
| | n | % | n | % | | | | |
| Sikap | 106 | 96,4 | 4 | 3,6 | 11 | 10 | 117 | 100 |
| Perilaku | 56 | 50,9 | 54 | 49,1 | 11 | 10 | 117 | 100 |

Sumber: Data primer

Berdasarkan hasil penelitian, pada kuesioner FFQ, distribusi frekuensi makanan pokok terbanyak yang dikonsumsi oleh responden yaitu pada nasi dengan kategori selalu sebanyak 96%. Menurut studi diet total (SDT) 2014, menunjukkan bahwa hampir seluruh penduduk Indonesia mengonsumsi beras dan olahannya yaitu sebesar 97,7%. Hal ini menunjukkan masyarakat masih sangat tergantung kepada beras sebagai bahan makanan pokok. Sedangkan, pada Lauk Hewani, distribusi frekuensi konsumsi terbanyak yaitu pada kategori selalu yaitu bahan makanan telur ayam negeri sebanyak 55%, pada kategori sering yaitu kornet sebanyak 72%, pada kategori kadang-kadang yaitu bakso sebanyak 54%. Menurut SDT 2014, menunjukkan bahwa rerata konsumsi telur dan olahannya untuk penduduk Indonesia sebesar 19,7 gram per orang per hari yang didominasi oleh telur ayam. Rerata konsumsi telur ayam sebesar 18,9 gram yang memberikan sumbangan 95,9% dari rerata berat total telur dan olahannya yang dikonsumsi penduduk. Telur ayam terlihat tetap terbanyak dikonsumsi pada semua kelompok umur. Selain itu, proporsi penduduk tertinggi yang mengonsumsi daging dan olahannya yaitu pada daging unggas yaitu 21,5%, diikuti dengan konsumsi olahan daging sapi dan kerbau (8,1%).

Pada bahan makanan lauk nabati, distribusi frekuensi konsumsi terbanyak yaitu pada bahan makanan

tempe sebanyak 52% dengan kategori selalu, tahu sebanyak 47% pada kategori sering dan kacang hijau sebanyak 37% pada kategori kadang-kadang. Hal ini sejalan dengan SDT 2014 yang menunjukkan bahwa rerata konsumsi kacang-kacangan dan olahannya penduduk Indonesia sebesar 56,7 gram per orang per hari yang didominasi oleh kacang kedelai dan olahannya. Rerata konsumsi kacang kedelai dan olahannya sebesar 52,7 gram yang memberikan sumbangan 92,9% dari rerata berat total kacang-kacangan yang dikonsumsi penduduk. Jenis kacang-kacangan lainnya yaitu kacang tanah dan olahannya serta kacang lainnya dikonsumsi sangat sedikit. Kacang kedelai dan olahannya terlihat dikonsumsi oleh semua kelompok umur dan jumlah yang dikonsumsi paling tinggi dibanding jenis kacang-kacangan lainnya.

Pada kategori sayuran, distribusi frekuensi konsumsi responden terbanyak yaitu pada wortel sebanyak 39% pada kategori selalu dan 45% pada kategori sering dan kacang Panjang sebanyak 30% pada kategori kadang-kadang. Pada kategori buah-buahan, distribusi frekuensi konsumsi responden terbanyak yaitu pada jeruk manis 26% pada kategori sering, pepaya sebanyak 29% pada kategori sering, melon dan semangka sebanyak 38% pada kategori kadang-kadang. Menurut SDT 2014, menunjukkan bahwa proporsi penduduk mengkonsumsi buah jeruk sebesar 6,0% dan buah lainnya sebesar 6,9%.

Table 5. Distribusi Frekuensi makan (FFQ)

| Kelompok Bahan Pangan | Kategori Frekuensi Konsumsi | | |
|-----------------------|-----------------------------|---------------------------|---------------------------|
| | Selalu | Sering | Kadang-kadang |
| Makanan Pokok | Nasi Putih (96%) | Biskuit dan Kentang (43%) | Mi instan dan Bihun (50%) |
| Lauk Nabati | Tempe (52%) | Tahu (47%) | Kacang Hijau (36%) |
| Lauk Hewani | Telur Ayam Negri (55%) | Kornet (72%) | Bakso (54%) |
| Sayur | Wortel (39%) | | Kacang Panjang (30%) |
| Buah-buahan | Jeruk Manis (26%) | Pepaya (29%) | Melon dan Semangka (38%) |

Sumber: Data primer

Berdasarkan hasil penelitian, responden dengan kebiasaan sarapan sebanyak 68%, kebiasaan makan siang sebanyak 86% dan kebiasaan makan malam sebanyak 85% dengan jarak jam makan malam dengan tidur 2 jam atau 3 jam sebelum tidur sebanyak 85% dan <3 jam sebelum tidur sebanyak 15%. Hasil tersebut berarti bahwa sebagian besar responden pada penelitian

ini sudah memiliki kebiasaan sarapan, makan siang dan makan malam yang baik. Kebiasaan sarapan dapat memberi energi pada tubuh, meningkatkan konsentrasi dan meningkatkan fisik menjadi lebih prima, sehingga menjadi salah satu faktor penting untuk menunjang karir. Selain itu, Makan siang merupakan aspek penting dalam gizi kerja karena manusia pada dasarnya menghabiskan waktu terbanyak untuk beraktivitas di siang hari. Selanjutnya, makan malam sama pentingnya dengan sarapan dan makan siang, melewatkan/terlambat makan malam secara akut dapat memicu intoleransi glukosa dalam semalam dan mengurangi mobilisasi lemak juga oksidasi, berpotensi meningkatkan risiko obesitas dan sindrom metabolik (Fitri Arinda et al., 2021).

Table 6. Distribusi Frekuensi kebiasaan makan responden

| Kebiasaan Makan | | n | % |
|--|--------------------------------|----|------|
| Sarapan | Ya | 75 | 68,2 |
| | Tidak | 32 | 29,1 |
| Makan siang | Ya | 95 | 86,4 |
| | Tidak | 15 | 13,6 |
| Makan Malam | Ya | 94 | 85,5 |
| | Tidak | 16 | 14,5 |
| Jarak antara makan terakhir dengan waktu tidur | 2 jam atau 3 jam sebelum tidur | 82 | 87,2 |
| | <3 jam sebelum tidur | 12 | 12,8 |

Sumber: Data primer

Berdasarkan hasil penelitian, distribusi frekuensi aktivitas fisik pada responden yaitu pada kategori tinggi sebanyak 45% merupakan presentase terbanyak dari kategori lainnya yang mana pada kategori sedang yaitu 37% dan kategori rendah sebanyak 18%. Hasil aktivitas fisik pada responden lebih banyak yang melakukan aktivitas tinggi, hal ini dapat dipengaruhi oleh kebiasaan masyarakat pada masa *new normal* atau masa setelah *pandemic* covid-19. Saat ini, menurut penelitian sebelumnya, menyatakan bahwa aktivitas fisik, perilaku kesehatan dan kesadaran gizi responden lebih meningkat pada kondisi *New Normal*. Responden menjadi lebih sadar dan peduli terhadap kesehatan masing-masing terutama untuk kebersihan personal (Fitri Arinda et al., 2021).

Table 7. Distribusi Frekuensi Aktivitas Fisik Responden

| Kategori | Frekuensi (n) | Presentase (%) |
|----------|---------------|----------------|
| Tinggi | 49 | 44,5 |
| Sedang | 41 | 37,3 |
| Rendah | 20 | 18,2 |
| Jumlah | 110 | 100 |

Sumber: Data primer

Hubungan antara Konten dengan pengetahuan, sikap dan perilaku

Berdasarkan hasil analisis bivariat variabel konten Instagram @dietsantuy.id terhadap pengetahuan, sikap, perilaku dapat dilihat pada tabel 12. Didapatkan hasil bahwa perilaku memiliki hubungan yang signifikan dengan konten @dietsantuy.id dengan nilai p sebesar 0,001 ($p < 0,005$), korelasi hubungannya positif dengan r senilai 0,274. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara konten edukasi gizi yang dibuat oleh *influencer* Instagram @dietsantuy.id, hubungan positif menandakan hubungan yang searah antara konten dan perilaku gizi seimbang. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Agustin (2018), menjelaskan bahwa perubahan perilaku dapat berubah melalui beberapa proses, setiap individu memiliki respon yang berbeda-beda meski dengan kondisi yang sama. Perilaku dapat berubah ketika mendapatkan stimulus, baik tanpa mengetahui terlebih dahulu makna stimulus yang diterimanya. sehingga tindakan seseorang tidak harus didasari pengetahuan dan sikap (Agustin et al., 2018). Penelitian Agustin sejalan dengan hasil penelitian ini yang mana perilaku gizi seimbang *followers influencer @dietsantuy.id* berhubungan signifikan dengan konten walaupun pengetahuan dan sikap nya tidak berhubungan.

Penelitian yang dilakukan oleh latifha (2019), menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan media edukasi gizi berbasis web terhadap praktik responden. Pemberian edukasi gizi berbasis web ini sebaiknya dilakukan secara bertahap ataupun berkelanjutan untuk mencapai perubahan perilaku makan positif sehingga dapat diterapkan secara berkelanjutan pada kehidupan sehari-hari (Lathifa & Mahmudiono, 2019).

Perilaku gizi seimbang tidak hanya dapat dipengaruhi oleh sumber informasi dari sosial media seperti konten instagram saja. Perilaku gizi dapat berpedoman pada prinsip keanekaragaman pangan, makanan yang dikonsumsi sehari-hari dengan jenis dan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan, perilaku hidup bersih, aktivitas fisik, dan memantau berat badan secara teratur agar terhindar dari permasalahan gizi, sehingga perilaku gizi dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal (Fatharanni et al., 2019). Menurut penelitian terdahulu, adanya hubungan perilaku gizi dengan media massa ini dapat disebabkan oleh keterpaparan informasi gizi. Selain dapat memasarkan makanan, media massa berperan penting dalam perubahan perilaku gizi melalui iklan, promosi, pengalaman orang-orang, ataupun pengalaman masa lalu. (Putri & Yuliarti, 2022).

Table 8. Analisis hubungan konten Instagram terhadap pengetahuan, sikap dan perilaku responden

| | Konten Instagram @dietsantuy.id | |
|-------------|---------------------------------|--------|
| | r | p |
| Pengetahuan | 0,107 | 0,264 |
| Sikap | 0,169 | 0,078 |
| Perilaku | 0,299 | 0,001* |

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

Sedangkan, variabel pengetahuan dan sikap tidak ada hubungan yang signifikan dengan konten @dietsantuy.id. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya di Makassar, bahwa penggunaan media sosial bukanlah menjadi penyebab rendah atau tingginya pengetahuan (Yusuf & Hamdi, 2021). Selain itu, penelitian lainnya juga menyebutkan bahwa pengetahuan gizi dapat bertambah melalui berbagai macam sumber informasi baik buku, media massa maupun media sosial, namun tidak ada hubungan antara penggunaan Instagram dengan pengetahuan gizi, ketika di uji korelasi menggunakan *Rank Spearman*. Penelitian tersebut juga menyatakan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara akses informasi gizi dengan pengetahuan, hal tersebut dapat terjadi karena informasi yang disajikan media sosial tidak selalu akurat (Firdausi et al. 2022).

Adapun faktor lain yang dapat memengaruhi pengetahuan, diantaranya yaitu umur, jenis kelamin dan tingkat Pendidikan. Umur dapat memengaruhi daya tangkap dan pola pikir seseorang, semakin bertambah umur akan semakin berkembang pula daya tangkap dan pola pikirnya sehingga pengetahuan yang diperolehnya semakin membaik. Jenis kelamin juga dapat memengaruhi tingkat pengetahuan seseorang, perempuan lebih memiliki tingkat kesadaran yang baik dalam mencari tahu informasi dibandingkan dengan laki-laki baik itu secara formal maupun informal. Sehingga, pada tingkat pengetahuan gizi, responden berdasarkan jenis kelamin, diketahui bahwa perempuan lebih banyak memiliki pengetahuan gizi yang baik dibandingkan dengan laki-laki (Paat et al., 2021).

Penelitian lainnya juga mengatakan bahwa salah satu faktor yang dapat memengaruhi pengetahuan responden adalah tingkat pendidikan, dimana tingkat pendidikan yang lebih tinggi memengaruhi persepsi seseorang untuk lebih menerima ide-ide dan teknologi baru serta untuk lebih mudah mengambil keputusan dan bertindak. Selain itu, pengetahuan juga dapat diperoleh dari pengalaman langsung seperti informasi yang diterima dari dari pelayanan kesehatan yang rutin dikunjungi dan pengalaman tidak langsung seperti informasi yang didapatkan dari media massa, sehingga dapat memengaruhi pengetahuan. Pengalaman sebagai sumber pengetahuan adalah suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan cara mengulang kembali pengetahuan yang diperoleh dalam

memecahkan masalah yang dihadapi masa lalu (Wati et al., 2013).

Sikap merupakan perasaan negatif ataupun positif seseorang terhadap suatu objek, orang atau lingkungan, dengan kata lain, sikap adalah pernyataan setuju atau tidak setuju seseorang, baik sebagai respon dari pengetahuan maupun pengalaman. Namun, sikap bukan berarti dapat memprediksi perilaku. Sikap tidak dapat disamakan dengan perilaku, perubahan dari sikap menjadi perilaku membutuhkan faktor pendukung lainnya. Dari penelitian terdahulu, komponen sikap responden hanya sebatas kognitif dan afektif, namun faktor pendukung lain seperti pengalaman pribadi, pengaruh orang lain yang dianggap penting, media masa, kebudayaan, lembaga keagamaan dan lembaga pendidikan serta faktor stress emosional memengaruhi komponen kognitif responden yang cenderung merubah sikap menjadi perilaku yang positif. (Fatharanni et al., 2019).

Penutup

Karakteristik umum responden terbanyak yaitu pada kategori perempuan (89%), usia yaitu 20-29 th (76%), tinggal di perkotaan (81.8%), jenjang pendidikan Diploma atau S1 (75%), pelajar/Mahasiswa (43%), pendapatan <Rp 1 juta (44%).

Responden mengakses sosial media >10 kali (37%), Instagram lebih sering diakses (84%), Informasi Gizi dari Instagram (85%), mengakses Instagram 4-6 kali/hari (42%), edukasi gizi melalui Instagram (66%), konten gizi seimbang (45%), kredibilitas *creator* (76%), daya Tarik *creator* (86%), konten menarik perhatian (71%) dan konten dapat dimengerti (86%). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa *influencer* yang diteliti ahli dalam bidang gizi, informasi yang disampaikan benar, tidak memberikan informasi yang menyesatkan, *influencer* berpenampilan menarik, berkomunikasi dengan baik, konten yang diberikan memberikan pengetahuan yang baru, konten memiliki ciri khas, serta mudah dimengerti dan dipahami.

Mayoritas responden memiliki pengetahuan yang baik (67.3%), sikap yang positif (96.4%) dan perilaku positif (50.9%) gizi seimbang. Namun, hal ini belum tentu dipengaruhi oleh konten saja karena banyak faktor lainnya yang dapat memengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku gizi seimbang pada seseorang. Mayoritas responden sarapan (68.2%), makan siang (86.4%) dan makan malam dengan 2-3 jam sebelum tidur (85.5%). Adapun hasil dari kuesioner GPAQ yaitu kebiasaan aktivitas fisik responden mayoritas frekuensinya tinggi dan sedang. Berdasarkan kuesioner FFQ, mayoritas responden mengkonsumsi nasi sebagai makanan pokok, telur ayam negeri, bakso dan abon sebagai sumber lauk hewani, tempe tahu dan kacang hijau sebagai sumber lauk nabati, wortel dan kacang panjang sebagai sumber sayuran dan jeuk manis, pepaya, melon, dan semangka sebagai sumber konsumsi buah-buahan.

Didapatkan hasil bahwa perilaku memiliki

hubungan yang signifikan dengan konten @dietsantuy.id dengan nilai p sebesar 0,001 ($p < 0,005$), sedangkan variabel pengetahuan dan sikap tidak ada hubungan yang signifikan dengan konten @dietsantuy.id. Edukasi gizi yang dibuat oleh *influencer* Instagram @dietsantuy.id, hubungan positif menandakan hubungan yang searah antara konten dan perilaku gizi seimbang. Perubahan perilaku dapat berubah melalui beberapa proses, setiap individu memiliki respon yang berbeda-beda meski dengan kondisi yang sama. Perilaku dapat berubah ketika mendapatkan stimulus, baik tanpa mengetahui terlebih dahulu makna stimulus yang diterimanya. sehingga tindakan seseorang tidak harus didasari pengetahuan dan sikap.

Saran

Diperlukan penelitian lebih lanjut terhadap aspek konten Instagram, *influencer* harus memenuhi kriteria seperti bahwa *influencer* yang diteliti ahli dalam bidang gizi, informasi yang disampaikan benar, tidak memberikan informasi yang menyesatkan, *influencer* berpenampilan menarik, berkomunikasi dengan baik, konten yang diberikan memberikan pengetahuan yang baru, konten memiliki ciri khas, serta mudah dimengerti dan dipahami ataupun konten sosial media lainnya yang dapat memengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku baik kebiasaan makan, pilihan jenis makanan dan kebiasaan aktivitas fisik sehingga untuk perbandingan ataupun untuk mengetahui faktor mana yang lebih memengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku seseorang.

Daftar Pustaka

- Agustin, F., Fayasari, A., and Dewi, G.K., 2018. Pengetahuan, sikap, dan perilaku gizi seimbang terhadap status gizi lebih pada pegawai Rumah Sakit Penyakit Infeksi Sulianti Saroso Jakarta Utara. *Ilmu Gizi Indonesia*, 1 (2), 93.
- Baja, fuandi R., 2019. *Hubungan Tingkat Pengetahuan Diet dan Aktivitas Fisik Terhadap Status Gizi pada Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Yogyakarta*.
- David, E.R. (Eribka), Sondakh, M. (Mariam), and Harilama, S. (Stefi), 2017. Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 6 (1), 93363.
- Farikhah, N., 2021. Pengaruh Media Edukasi Gizi Berbasis Infografis dan Web Terhadap Pengetahuan dan Perilaku Makan Gizi Seimbang Mahasiswa IAIN Kudus. *NCOINS: National Conference of Islamic Natural Science*, 10 (2), 154–168.
- Fatharanni, M.O., Anggraini, D.I., and Oktaria, D., 2019. Hubungan Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Mengenai Gizi Seimbang dengan Status Gizi pada Wanita Usia Subur di Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah. *Medula*, 9 (1), 26–

- 37.
- Fitri Arinda, D., Indah Fajar, W., Maulina Sari, D., and Yuliarti, 2021. Physical Activities, Health and Nutritional Behaviors in New Normal Period for Employees in Indonesia. *JAKAGI: Jurnal Pangan Kesehatan dan Gizi*, 1 (2), 9–19.
- Fristanti, Y., 2021. Hubungan Intensitas Penggunaan Smartphone Terhadap Aktivitas Fisik dan Tingkat Konsumsi Pangan Pada Mahasiswa Gizi UNESA Di Era Pandemi COVID-19. *Jurnal Gizi UNESA*, 01 (02), 89–94.
- Kemendes RI, 2018. Laporan Nasional Riskesdas 2018. *Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan*.
- Khairiyah, E.L., 2016. Pola Makan Mahasiswa Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan (FKIK) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2016. *SKRIPSI Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 9.
- KOMINFO, 2017. Survey Penggunaan TIK 2017.
- Lathifa, S. and Mahmudiono, T., 2019. Pengaruh Media Edukasi Gizi Berbasis Web Terhadap Perilaku Makan Gizi Seimbang Remaja Sma Surabaya the Effect of Web-Based *Mgk Journal*, 4 (August), 4–9.
- Maharani, M., Rachman, M.Z., and Suharno, B., 2021. Pengaruh Edukasi Media Video Terhadap Pengetahuan Tentang Aktivitas Fisik Bagi Pengguna. *Jurnal Pendidikan Kesehatan*, 10 (2), 201–208.
- Maulana, I., Manulang, J.M. br., and Salsabila, O., 2020. Pengaruh Social Media *Influencer* Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17 (1), 28–34.
- Paat, S.A.D., Amisi, M.D., and Asrifuddin, A., 2021. Gambaran Pengetahuan Gizi Mahasiswa Semester Dua Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Sam Ratulangi Saat Pembatasan Sosial Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal KESMAS*, 10 (1), 176–184.
- Purwanto, H., 2016. Hubungan Pengetahuan Gizi Seimbang, Kemampuan Membaca Label Dan Kebiasaan Membaca Label Informasi Gizi Pada Mahasiswa Fikes Univeritas Esa Unggul, 53 (9), 1689–1699.
- Putra, A. and Patmaningrum, D.A., 2018. Pengaruh Youtube di Smartphone Terhadap Perkembangan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Anak. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21 (2), 159–172.
- Putri, T.P. and Yuliarti, 2022. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Gizi Seimbang Pada Siswa Di SMA Negeri 1 Muara Beliti. *Indonesian Journal of Nutrition Science and Food*, 1 (2), 26–35.
- Rosdianti, Y., 2016. Hubungan Pengetahuan, Sikap, dan Praktik Gizi terhadap Status Gizi Remaja Putri di SMPN 1 Payung Kabupaten Bangka Selatan Provinsi Bangka Belitung.
- Sabarudin, Mahmudah, R., Ruslin, Aba, L., Nggawu, L.O., Syahbudin, Nirmala, F., Saputri, A.I., and Hasyim, M.S., 2020. Efektivitas Pemberian Edukasi secara *Online* melalui Media Video dan Leaflet terhadap Tingkat Pengetahuan Pencegahan Covid-19 di Kota Baubau. *Jurnal Farmasi Galenika (Galenika Journal of Pharmacy) (e-Journal)*, 6 (2), 309–318.
- Wati, L., Lestari, W., and Misrawati, 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan Ibu Hamil Tentang Kebutuhan Gizi Selama Hamil, (1).
- Yusuf, R.I. and Hamdi, A., 2021. Efek Interaksi Penggunaan Media Sosial dan Pengetahuan Kesehatan Reproduksi terhadap Perilaku Seksual Beresiko Remaja The Interaction Effect of Social Media Use and Reproductive Health Knowledge on Adolescent Sexual Risky Sexual Behavior. *Jurnal_Pekommas*, 2 (3), 35–46.