PENGEMBANGAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* SEBAGAI SARANA INFORMASI SEPUTAR TERAPI GIZI PADA PENYAKIT OBESITAS

MUHAMMAD CHAIDIR ALI SYAMSUL

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan suatu produk media sosial berupa *Instagram* sebagai alat bantu untuk memberikan informasi seputar terapi gizi pada penyakit obesitas. Prosedur yang digunakan sebagai acuan dalam mengembangkan produk adalah model pengembangan *Borg&Gall* yang berorientasi pada pengembangan produk pembelajaran. Tahapan pengembangannya terdiri dari : (a*) Research and Information Collecting*, (b) *Planning*, (c) *Develop Preliminary Form of Product*, (d) *Preliminary Field Testing*, (e) *Main Product Revision*, (f) *Main Field Testing*, (g) *Operational Product Revision*, (h) *Operational Field Testing*, (i) *Final Product Revision*, (j) *Dissemination and Implementation*. Uji coba berupa evaluasi yang dilakukan ahli media, ahli materi, penderita obesitas dan beberapa pengguna *Instagram* dari berbagai kalangan. Hal ini dilakukan agar media yang dibuat sudah dapat memenuhi standar pembuatan media. Berdasarkan hasil rekapitulasi uji coba, didapatkan nilai rata-rata 3,8 pada ahli media yang berarti kualitasnya baik, 3,87 pada ahli materi yang berarti kualitasnya baik, 3,56 pada uji coba perorangan yang berarti kualitasnya baik, 3,85 pada uji coba terbatas yang berarti kualitasnya baik, 4,16 untuk uji coba lapangan yang berarti kualitasnya sangat baik. Hasil tes tersebut menunjukan kualitas media sosial *Instagram* sudah memiliki penilaian baik dan dapat digunakan sebagai sarana informasi seputar terapi gizi pada penyakit obesitas.

Kata Kunci : Media Sosial Instagram, Terapi Gizi, Obesitas