

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Informasi yang ditawarkan oleh media sosial semakin beragam dan tidak terbatas. Keunggulan yang dimiliki media sosial membuat masyarakat mengaksesnya dalam berbagai kesempatan. Dikutip dari survei yang dilakukan Katadata Insight Center (KIC) bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) pada “Status Literasi Digital di Indonesia 2021” menunjukkan jika sebanyak 73% responden menyatakan bahwa media sosial dimanfaatkan sebagai wadah dalam memperoleh informasi. Urutan kedua ditempati oleh Televisi sebesar 59.7% lalu ketiga diikuti oleh berita *online* dengan persentase sebesar 26.7%. Urutan selanjutnya diikuti oleh situs resmi pemerintah, media cetak, radio, tidak mengakses dan lainnya (Databoks, 2022).

Instagram merupakan salah satu layanan media sosial yang banyak diakses oleh masyarakat Indonesia. *We Are Social* merangkul beberapa media sosial yang menjadi favorit masyarakat Indonesia. Media sosial favorit pada urutan pertama di masyarakat Indonesia adalah Whatsapp, sebesar 35.5%. Urutan kedua ditempati oleh Instagram dengan angka 18.2%. Urutan ketiga yakni Tiktok sebesar 14.9% (Kompas, 2023). Terdapat hal menarik dari media sosial Instagram yakni para penggunanya terus aktif dalam membagikan informasi, melakukan interaksi serta terdapat proses komunikasi dengan pengguna lain, adanya kolaborasi maupun pertukaran ide atau pendapat yang dapat dilakukan melalui sebuah unggahan. Instagram mempunyai potensi sebagai media edukasi karena beragamnya fitur yang ditawarkan (Anisah, Sartika, & Kurniawan, 2021).

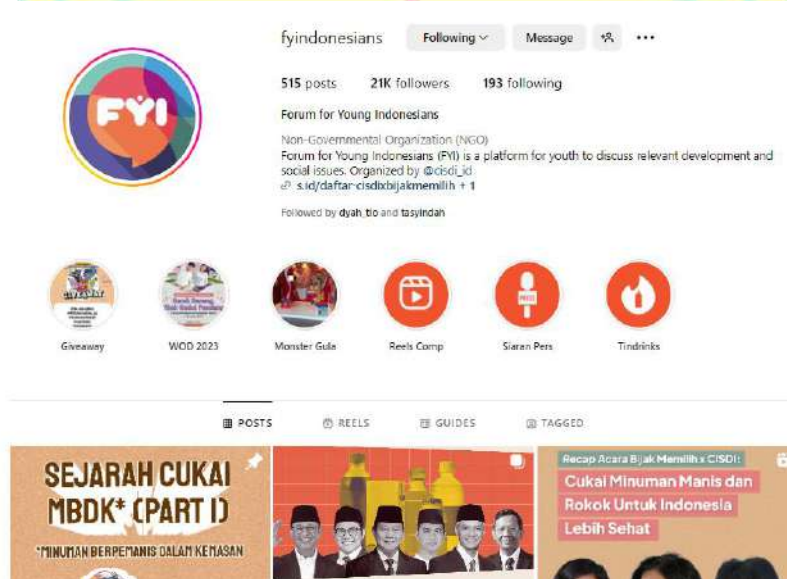
Keunggulan Instagram lainnya yakni pengguna memperoleh kemudahan dalam mengakses beragam informasi, baik informasi yang sudah lampau maupun informasi terbaru disekitar masyarakat. Instagram menawarkan fitur arsip yakni para pengguna dapat menyimpan informasi yang dibutuhkan dirinya dikemudian hari sehingga individu tersebut dapat mengakses kembali informasi yang mereka butuhkan (Putri, Sutjipto, Sary, Firdausah, & Amarawati, 2021).

Pengguna media sosial yang terus bertambah dipengaruhi oleh pemanfaatan dari media sosial tersebut, yakni media sosial menjadi wadah untuk mengekspresikan karya. Kecanggihan dari media sosial yang ditawarkan kepada pengguna yakni merekam, mengedit, dan adanya fitur siaran langsung oleh siapa saja tanpa terkecuali. Konten-konten menarik dan kreatif dapat dinikmati serta diakses dari penjuru dunia. Pengguna dapat menikmati konten secara variatif baik konten yang bersifat hiburan (*entertain*) maupun konten pengetahuan (*education*). Pengguna media sosial yang telah memiliki akun tidak hanya menikmati konten, namun pengguna juga dapat menciptakan serta membagikan konten kepada audiens. Konten kreatif di media sosial merujuk pada unggahan dengan bentuk audio, audiovisual, pesan visual, atau unggahan yang telah melalui tahap pengeditan sehingga hasil unggahan menarik untuk dilihat (Kompas, 2021).

Banyaknya pengguna kreatif di media sosial Instagram negara Indonesia dengan beragam sifat kontennya, terdapat salah satu akun yang berkontribusi dalam membagikan informasi edukasi kesehatan kepada pengguna luas, yakni akun Instagram @fyindonesians. Akun Instagram dengan *username* @fyindonesians atau *Forum for Young Indonesians* adalah suatu wadah bagi kaum muda untuk membahas permasalahan kesehatan dan juga isu-isu sosial. Sejak 3 Agustus 2021 @fyindonesians berfokus membagikan konten terkait minuman berpemanis dalam kemasan yang banyak

dikonsumsi dan ditemui di masyarakat Indonesia. Jumlah pengikut (*followers*) dari @fyindonesians hingga 6 Desember 2023 sudah sebanyak 21.000 ribu pengikut (*followers*).

Gambar 1. 1
Akun Instagram @fyindonesians



Sumber: [instagram.com/fyindonesians](https://www.instagram.com/fyindonesians)

Forum for Young Indonesians (@fyindonesians) menjalin mitra dengan Lembaga Swadaya Masyarakat Center for Indonesia's Strategic Development Initiatives (CISDI). CISDI muncul pada tahun 2014 dengan tujuan memperkuat pelayanan kesehatan primer di Indonesia, dengan berjalannya waktu CISDI memperluas jangkauan pada ranah pencegahan penyakit, riset kesehatan yang digunakan untuk advokasi terkait kebijakan kesehatan, dan penanganan kedaruratan kesehatan (CISDI, 2023).

Perkembangan zaman menjadikan media sosial Instagram semakin digemari sebagai media komunikasi yang informatif. Salah satu dari banyaknya informasi yang beredar di media sosial Instagram adalah informasi kesehatan. Menurut Rahmadiana (2012)

kegiatan promosi kesehatan dapat dilakukan menggunakan media komunikasi dan internet. Hal ini bertujuan agar mampu mempengaruhi perilaku khalayak dengan cara meningkatkan kesadaran serta menambah wawasan terkait solusi, isu, permasalahan maupun risiko kesehatan yang ada disekitar mereka (Suteja, Umar, Wibowo, & Ramadhiansyah, 2022).

Media sosial Instagram *Forum for Young Indonesians* aktif menyuarakan terkait bahaya kesehatan dari produk minuman berpemanis dalam kemasan, yakni kandungan gula tinggi yang mampu memicu penyakit diabetes. Pada gambar dibawah ini adalah tangkapan layar konten foto dan video milik akun Instagram @fyindonesians:

Gambar 1. 2
Konten foto dan video milik Instagram @fyindonesians



Sumber: [instagram.com/fyindonesians](https://www.instagram.com/fyindonesians)

Dikutip dari *Center for Indonesia's Strategic Development Initiatives* (CISDI) minuman berpemanis dalam kemasan atau yang disebut juga *sugar-sweetened beverages* (SBSs) diartikan oleh World Health Organization (2016) sebagai minuman dengan

kandungan kalori pemanis tambahan, diantaranya sirup jagung tinggi fruktosa, sukrosa, dan kosentrat sari buah. CISDI mendefinisikan minuman berpemanis dalam kemasan yakni seluruh minuman dengan kandungan pemanis baik gula atau pemanis sakarin, aspartam, sukralosa, dan lainnya. Minuman berpemanis dalam kemasan mengacu juga pada minuman cair, bubuk, atau kosentrat (CISDI, 2022). Sebelum memasuki tahun 2000 *sugar-sweetened beverages* (SBSs) atau minuman berpemanis dalam kemasan hanya terbatas akan produk minuman jus, teh manis, susu fermentasi dan susu manis. Di era ini konsumen banyak menemukan produk minuman berpemanis dalam kemasan seperti contohnya air berperisa, kopi manis, minuman berenergi, minuman madu, *bubble tea*, dan minuman serbuk. Produk-produk minuman tersebut hadir di masyarakat dengan beragam merek, harga, ukuran, kandungan gula, kemasan, dan target konsumen (Sartika et al., 2022).

Gula yang terdapat pada produk minuman berpemanis dalam kemasan atau *sugar-sweetened beverages* (SSBs) yang dikonsumsi secara rutin terbukti meningkatkan berat badan, risiko obesitas, diabetes melitus tipe II, beberapa jenis kanker, dan penyakit kardiovaskular (Malik & Hu, 2022). Peningkatan konsumsi minuman manis kemasan dipengaruhi oleh arus urbanisasi serta pertumbuhan ekonomi turut berdampak pada meningkatnya ketersediaan minuman manis dalam kemasan (Ferretti & Mariani, 2019).

Berdasarkan penjelasan mengenai minuman berpemanis dalam kemasan serta beragam produk di pasaran, penelitian yang dilakukan berfokus menggunakan konten minuman serbuk. Pemilihan konten minuman serbuk yang diunggah pada tanggal 28 Oktober 2023 di akun Instagram @fyindonesians, sudah ditonton sebanyak 42.100 kali, memperoleh jumlah *likes* (suka) sebanyak 1045, komentar berjumlah 18, dan video tersebut sudah dibagikan sebanyak 119 kali (sampai tanggal 8 Desember 2023).

Gambar 1.3

Video Minuman Serbuk milik @fyindonesians (28/10/2023)



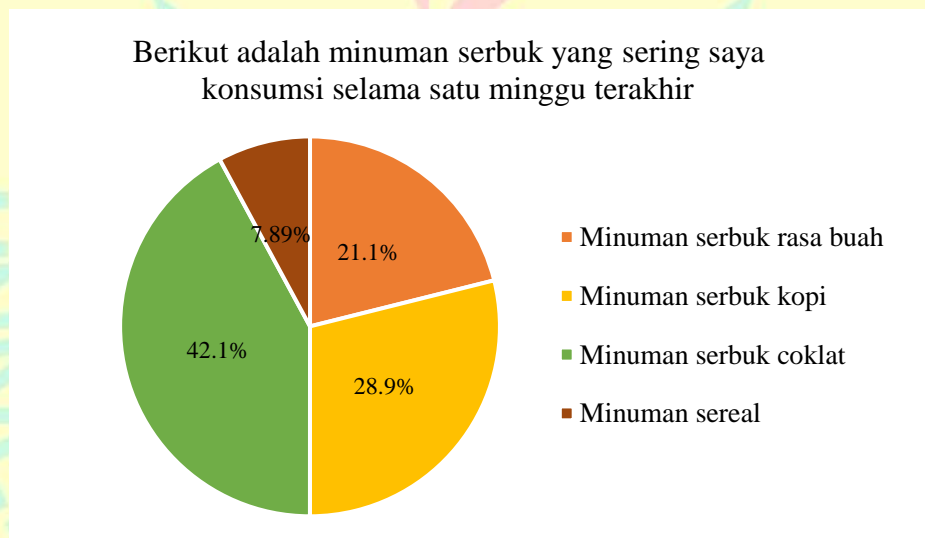
Sumber: [instagram.com/fyindonesians](https://www.instagram.com/fyindonesians)

Pada unggahan video tersebut menggunakan salah satu merek minuman serbuk varian rasa jeruk dalam kemasan botol. Sesuai dengan unggahan video minuman serbuk rasa jeruk tersebut diperuntukkan untuk 10 sajian. Selanjutnya, mengacu pada informasi nilai gizi pada minuman tersebut setidaknya satu sajian memiliki massa sebesar 30 gram, yakni dengan kandungan gula sebanyak 21 gram atau setara dengan 4.2 sendok teh. Pada adegan menghitung gula pasir menggunakan timbangan *digital* yakni memperlihatkan seberapa banyak gula yang terdapat dalam satu sajian dari minuman tersebut. Apabila mengacu peraturan Kementerian Kesehatan maksimal konsumsi jumlah gula dalam satu hari bagi orang dewasa adalah 50 gram, adanya peraturan tersebut satu sajian dari minuman serbuk varian rasa jeruk sudah memenuhi kebutuhan jumlah harian gula sebanyak 42%. Video yang disampaikan juga mengingatkan kepada audiens untuk selalu sadar akan konsumsi

gula harian serta audiens selalu untuk mencari tahu informasi nilai gizi akan suatu produk dari minuman berpemanis dalam kemasan.

Penelitian pendahuluan mengenai minuman serbuk dengan melibatkan 38 responden, bertujuan untuk mencari tahu produk minuman serbuk yang paling banyak dikonsumsi oleh responden selama satu minggu terakhir. Penelitian menunjukkan hasil sebagai berikut:

Grafik 1. 1
Produk Minuman Serbuk yang Dikonsumsi Responden

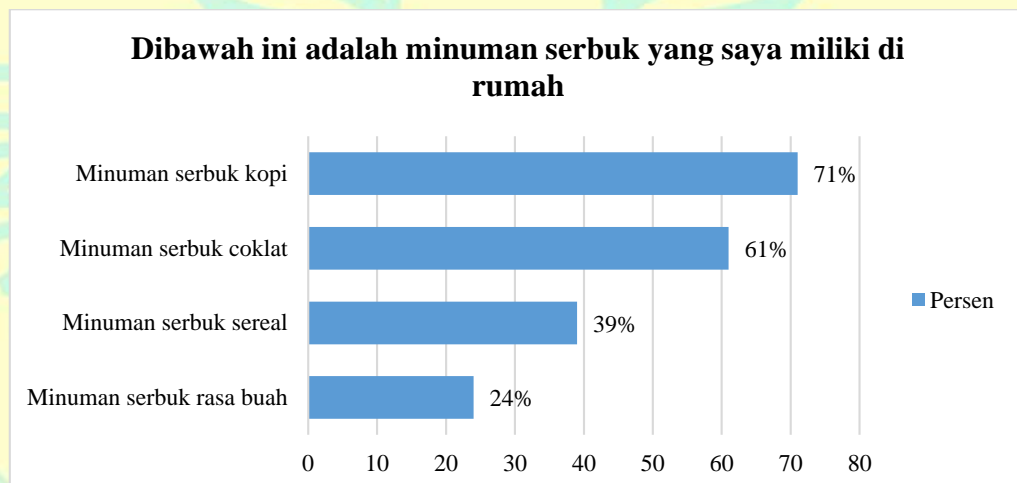


Sumber: Data Peneliti, 2023

Pada urutan pertama produk minuman serbuk coklat menjadi produk minuman serbuk yang banyak dikonsumsi, yakni dengan persentase sebesar 42%. Urutan kedua diduduki oleh produk minuman serbuk kopi sebesar 29%. Urutan selanjutnya yakni urutan ketiga ditempati oleh produk minuman serbuk rasa buah sebesar 21%. Urutan keempat atau urutan terakhir yakni produk minuman sereal sebesar 7.9%.

Adapun penelitian pendahuluan selanjutnya dengan jumlah responden sebanyak 38 responden yang menyinggung kebiasaan responden dalam menyimpan produk minuman serbuk. Hasil menunjukkan jika responden memiliki stok dari beberapa jenis minuman serbuk. Pada produk urutan pertama adalah produk minuman serbuk kopi sebesar 71%. Produk urutan kedua selanjutnya yakni produk minuman serbuk rasa coklat sebesar 61%. Selanjutnya yakni produk urutan ketiga adalah produk minuman sereal sebanyak 39%. Produk urutan terakhir atau urutan keempat adalah produk minuman serbuk rasa buah sebesar 24%. Berikut adalah grafik yang diperoleh:

Grafik 1. 2
Responden dalam Menyimpan Stok Minuman Serbuk



Sumber: Data Peneliti, 2023

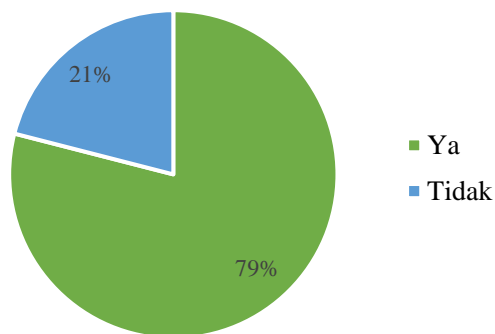
Adanya hasil penelitian pendahuluan terkait konsumsi produk minuman berpemanis dalam kemasan dengan jenis minuman serbuk mengarahkan peneliti untuk mencari tahu apakah *followers* dari @fyindonesians masih mengonsumsi minuman serbuk atau tidak. Penelitian dengan melibatkan 38 responden menunjukkan hasil bahwa jawaban yang paling banyak dipilih adalah jawaban Ya sebesar 79%, sedangkan untuk jawaban Tidak sebesar 21%. Kesimpulan dari hasil penelitian pendahuluan ini menunjukkan jika

followers @fyindonesians masih memiliki kebiasaan mengonsumsi produk minuman serbuk. Berikut adalah grafik hasil penelitian pendahuluan yang sudah dilakukan:

Grafik 1. 3

Responden atau *Followers* Mengonsumsi Minuman Serbuk

Setelah mengikuti akun Instagram @fyindonesians, saya tetap mengonsumsi minuman serbuk



Sumber: Data Peneliti, 2023

Adapun penelitian pendahuluan yang dilakukan peneliti terkait media sosial milik @fyindonesians. Pada kolom komentar yang disediakan pada unggahan video minuman serbuk tanggal 28 Oktober 2023 terlihat jika pengelola akun atau admin dari Instagram @fyindonesians tidak melakukan interaksi dengan pengguna yang memberikan komentar. Komentar yang ditinggalkan oleh pengguna Instagram beragam yakni tanggapan mengenai minuman serbuk yang tercantum pada video, pengalaman pribadi menghindari minuman berpemanis dalam kemasan, dan juga ditemukan komentar terkait pemanis lainnya yang sering ditemukan pada produk minuman berpemanis dalam kemasan. Berikut adalah tangkapan layar terkait komentar yang ditinggalkan pengguna Instagram di kolom komentar video minuman pada tanggal 28 Oktober 2023:

Gambar 1. 4
Komentar yang ditinggalkan pada unggahan @fyindonesians



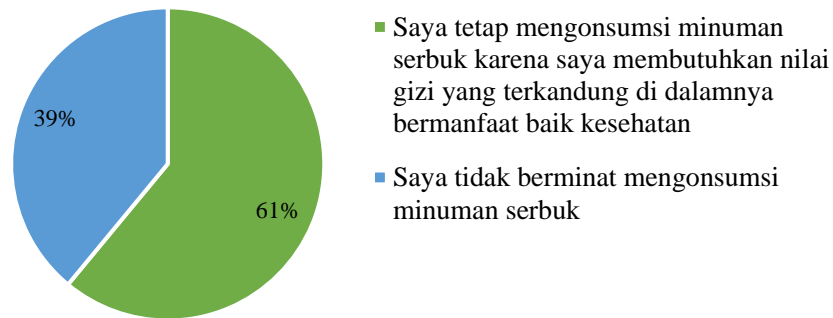
Sumber: [instagram.com/fyindonesians](https://www.instagram.com/fyindonesians)

Hasil penelitian pendahuluan selanjutnya adalah bagaimana pandangan responden setelah melihat tayangan video minuman serbuk pada Instagram @fyindonesians. Pernyataan yang paling banyak dipilih oleh responden adalah “saya tetap mengonsumsi minuman serbuk karena saya membutuhkan nilai gizi yang terkandung di dalamnya” dengan persentase sebesar 61%. Selanjutnya, pernyataan “saya tidak berminat mengonsumsi minuman serbuk” memperoleh hasil sebesar 39%. Berikut adalah grafik perolehan penelitian pendahuluan:

Grafik 1. 4

Pendapat Responden terhadap Minuman Serbuk

Setelah melihat video minuman serbuk di Instagram @fyindonesians, bagaimana pendapat Anda mengenai minuman serbuk?



Sumber: Data Peneliti, 2023

Berdasarkan informasi yang disampaikan melalui video minuman serbuk pada tanggal 28 Oktober 2023 menunjukkan bahwa minuman serbuk mengandung kandungan gula yang cukup tinggi yakni sebesar 21 gram, hasil tersebut dinilai tinggi jika dibandingkan dengan batasan konsumsi gula harian oleh Kementerian Kesehatan yakni sebesar 50 gram, perbandingan ini menunjukkan juga bahwa minuman tersebut sudah memenuhi asupan gula harian sebanyak 42%. Adanya temuan dari penelitian pendahuluan menunjukkan jika responden cenderung memiliki sikap bahwa mereka tetap mengonsumsi produk minuman serbuk karena kandungan nilai gizi yang terdapat di dalamnya, walaupun informasi pada video menekankan bahwa minuman tersebut memiliki kandungan gula yang tinggi. Minuman berpemanis dalam kemasan yang dikonsumsi secara rutin mampu meningkatkan risiko penyakit, salah satunya adalah penyakit diabetes melitus tipe II (Malik & Hu, 2022).

Hasil penelitian pendahuluan lainnya terkait video minuman serbuk pada tanggal 28 Oktober 2023 juga peneliti temukan melalui angket terbuka. Peneliti memberikan pertanyaan kepada responden terkait hal-hal apa yang perlu dilakukan agar informasi pada video tersebut memiliki hasil yang lebih baik. Responden dengan inisial T (19) menyatakan jika informasi sudah tersampaikan dengan baik namun menurut T akun tersebut sebaiknya menambahkan animasi pada video agar terlihat lebih menarik. Responden selanjutnya memiliki inisial S (21), menurutnya video minuman serbuk tidak hanya membahas satu produk namun juga turut membahas beberapa produk sejenis lainnya.

Responden lain juga mengungkapkan hal sejenis yakni responden inisial C (23), ia memiliki pendapat jika video tersebut sebaiknya menampilkan beberapa produk minuman serbuk sejenis lainnya, kemudian juga membandingkan produk mana yang dapat menjadi alternatif untuk dikonsumsi. Responden selanjutnya adalah responden dengan inisial A (21) menurutnya video minuman serbuk dapat dibuat lebih kreatif dan menarik sehingga mampu menarik audiens. Ia juga menambahkan bahwa video memerlukan *thumbnail* yang menarik. Responden terakhir adalah responden F (22), menurut dirinya agar video lebih maksimal setidaknya menampilkan beberapa produk dari minuman serbuk kemudian juga perlu adanya pembahasan mengenai kandungan gula pada produk-produk tersebut secara lebih mendalam.

Keberadaan akun Instagram @fyindonesians dalam menyebarkan informasi kesehatan menjadikan audiens memperoleh informasi secara mudah dan singkat. Seseorang yang mengetahui dan sadar akan informasi bahaya gula tinggi pada produk minuman serbuk mempunyai kecenderungan atau sikap tertentu dalam mengonsumsi produk tersebut.

Penelitian mengenai pengaruh media sosial terhadap sikap pernah ditulis oleh Putri Rahmadhani dan Ira Dwi Mayang Sari (2022) dengan judul “Pengaruh Media Sosial Twitter @GreenPeaceID Terhadap Sikap Peduli Lingkungan.” Penelitian dilakukan pada *followers* dari Instagram @GreenPeaceID. Tujuan dilakukannya penelitian yakni mencari tahu besarnya pengaruh antara variabel penggunaan media sosial terhadap sikap peduli lingkungan (Rahmadhani & Mayangsari, 2022).

Penelitian sejenis selanjutnya dilakukan oleh Edric Benedict dan Angga Ariestya (2020) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Berdonasi Melalui *Platform Crowdfunding*.” Penelitian melibatkan *followers* dari Instagram @kitabisacom. Tujuan penelitian yakni mencairitahu besaran pengaruh variabel penggunaan media sosial terhadap sikap berdonasi (Benedict & Ariestya, 2020).

Berdasarkan latar belakang yang sudah disusun dan jelaskan, peneliti menyusun penelitian dengan judul “Pengaruh Media Sosial Instagram @fyindonesians Terhadap Sikap Mengonsumsi Produk Minuman Serbuk (Survei *Followers* Instagram @fyindonesians Pada Video Tanggal 28 Oktober 2023).” Peneliti memilih media sosial Instagram dari @fyindonesians yakni memiliki keunggulan dan kredibilitas dalam menyebarkan informasi kesehatan, serta mampu memengaruhi sikap *followers* dalam mengonsumsi produk minuman serbuk yang mengandung tinggi gula.

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan penjelasan latar belakang masalah yang sudah dituliskan sebelumnya, maka identifikasi masalah pada penelitian yakni:

1. Pada kolom komentar unggahan video minuman serbuk Instagram @fyindonesians tidak ditemukannya interaksi antara pengelola akun Instagram

@fyindonesians dengan pengguna yang meninggalkan komentar sehingga media sosial Instagram @fyindonesians masih minim dalam kegiatan pertukaran pendapat atau pikiran untuk memberikan motivasi kepada pengguna atau audiens.

2. Hasil penelitian pendahuluan mengenai unggahan video dari media sosial Instagram @fyindonesians menunjukkan bahwa *followers* (pengikut) Instagram @fyindonesians masih gemar mengonsumsi produk minuman serbuk yang memiliki kandungan gula tinggi.
3. Hasil penelitian pendahuluan lainnya ditemukan bahwa *followers* (pengikut) Instagram @fyindonesians mengonsumsi produk minuman serbuk karena nilai gizi yang terkandung didalamnya dan mereka menyimpan stok produk minuman serbuk di tempat tinggalnya. Sesuai dengan video yang ditampilkan sebelumnya sudah disampaikan bahwa produk minuman serbuk memiliki gula yang tinggi.
4. Pada hasil penelitian pendahuluan dengan opsi angket terbuka ditemukan bahwa beberapa responden menilai jika video minuman serbuk tanggal 28 Oktober 2023 pada Instagram @fyindonesians belum disampaikan secara maksimal kepada audiens. Adanya hasil angket terbuka menunjukkan jika video sudah menyampaikan informasi dengan baik namun diperlukan animasi tambahan agar video terlihat lebih menarik, video tidak hanya membahas satu produk minuman serbuk namun juga membahas produk minuman serbuk lainnya, video perlu menambahkan beberapa produk minuman serbuk lainnya kemudian memberikan saran alternatif produk yang dapat dikonsumsi, video juga dapat dibuat lebih kreatif dengan dilengkapi *thumbnail* atau *cover* menarik, dan pembahasan video dilakukan lebih mendalam mengenai beberapa produk minuman serbuk lainnya. Sesuai dengan hasil angket terbuka ini maka video minuman serbuk pada tanggal

28 Oktober 2023 memiliki kekurangan dalam menyajikan informasi kepada *followers* (pengikut) Instagram @fyindonesians atau ke pengguna lainnya.

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian mengangkat masalah pada akun media sosial Instagram @fyindonesians, yakni pada unggahan video tanggal 28 Oktober 2023 atau video minuman serbuk, penelitian membahas mengenai sikap mengonsumsi produk minuman serbuk, dan pengaruh media sosial Instagram @fyindonesians terhadap sikap mengonsumsi produk minuman serbuk pada *followers* @fyindonesians. Sesuai dengan penjelasan ini maka pembatasan masalah yakni:

1. Penelitian yang dilakukan menggunakan video minuman serbuk dari Instagram @fyindonesians pada tanggal 28 Oktober 2023. Sesuai dengan hasil penelitian pendahuluan pada *followers* (pengikut) Instagram @fyindonesians menunjukkan jika video yang minuman serbuk belum maksimal dalam menyampaikan informasi seperti hanya membahas satu produk sehingga perlu menjelaskan beberapa produk sejenisnya. Hasil juga menunjukkan jika video dinilai kurang menarik dari segi visual, menurut mereka video perlu menambahkan animasi sehingga video dinilai menarik bagi audiens.
2. Survei pengumpulan data melalui *followers* (pengikut) dari Instagram @fyindonesians, yakni mereka yang sudah memberikan *likes* pada video minuman serbuk tanggal 28 Oktober 2023. Pemilihan *followers* (pengikut) berdasarkan hasil penelitian pendahuluan, ditemukannya *followers* (pengikut) yang mengonsumsi produk minuman serbuk karena nilai gizi yang terkandung didalamnya walaupun minuman tersebut memiliki gula tinggi, hasil juga

ditemukan jika *followers* (pengikut) masih menyimpan stok produk dari minuman serbuk di tempat tinggalnya.

1.4 Rumusan Masalah

Adanya tulisan latar belakang masalah yang sudah disusun sebelumnya, maka rumusan masalah dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Bagaimana media sosial Instagram @fyindonesians terkait pembahasan minuman serbuk pada unggahan video tanggal 28 Oktober 2023?
2. Bagaimana sikap mengonsumsi produk minuman serbuk pada *followers* @fyindonesians?
3. Apakah terdapat pengaruh media sosial Instagram @fyindonesians terhadap sikap mengonsumsi produk minuman serbuk pada *followers* @fyindonesians?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang tertera sebelumnya, tujuan penelitian ini diantaranya adalah:

1. Untuk mengetahui media sosial Instagram @fyindonesians terkait pembahasan minuman serbuk pada unggahan video tanggal 28 Oktober 2023.
2. Untuk mengetahui sikap mengonsumsi produk minuman serbuk pada *followers* @fyindonesians.
3. Untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram @fyindonesians terhadap sikap mengonsumsi produk minuman serbuk pada *followers* @fyindonesians.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Akademis

Manfaat akademis pada penelitian ini adalah mampu menambah referensi pada bidang Ilmu Komunikasi, dengan fokus media sosial sebagai media komunikasi. Media sosial di era ini menjadi salah satu sumber informasi masyarakat Indonesia, seperti informasi kesehatan. Adanya tulisan yang disusun diharapkan keberadaan dari media sosial terus meningkat penggunaannya, yakni sebagai salah satu media media dalam menyampaikan informasi kesehatan sehingga membentuk sikap audiensnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini adalah memberikan penjelasan secara umum kepada para praktisi dalam menggunakan media sosial Instagram sebagai media untuk menyebarkan informasi kesehatan secara informatif, singkat, dan mudah dipahami oleh audiens. Penelitian yang sudah disusun mampu menambah referensi dan wawasan para praktisi selanjutnya dalam memanfaatkan media sosial, yakni sebagai salah satu media dalam menyebarkan konten kreatif terkait informasi kesehatan kepada khalayak luas sehingga terbentuknya sikap tertentu dari pengguna.