

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @FYINDONESIANS
TERHADAP SIKAP MENGONSUMSI PRODUK MINUMAN
SERBUK**

(Survei *Followers* Instagram @fyindonesians Pada Video 28 Oktober 2023)



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Oleh:

Nama : Amarilia Shinta

NIM : 1410619070

Skripsi yang disusun bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

ABSTRAK

Amarilia Shinta, 1410619070, Pengaruh Media Sosial Instagram @fyindonesians Terhadap Sikap Mengonsumsi Produk Minuman Serbuk (Survei Followers Instagram @fyindonesians Pada Video 28 Oktober 2023). Hal 1-191. 26 Buku, 2014-2024; 20 Artikel, 2019-2023; 5 Situs. Skripsi 2024.

Instagram adalah salah satu media sosial yang memiliki beragam fitur. Kegunaan Instagram dinilai mempunyai potensi sebagai media edukasi. Banyaknya pengguna kreatif di media sosial Instagram, terdapat salah satu akun Instagram @fyindonesians yang membagikan informasi edukasi kesehatan, seperti video minuman serbuk tanggal 28 Oktober 2023. Unggahan video menjelaskan salah satu produk minuman serbuk yang mengandung gula tinggi. Sesuai dengan informasi dari Instagram @fyindonesians, mereka menekankan pentingnya menyadari konsumsi gula harian. Kehadiran dari media ini membuat peneliti untuk mengetahui media sosial Instagram @fyindonesians terkait pembahasan minuman serbuk pada unggahan video tanggal 28 Oktober 2023, kemudian mengetahui sikap mengonsumsi produk minuman serbuk pada *followers* @fyindonesians, dan mengetahui pengaruh media sosial Instagram @fyindonesians terhadap sikap mengonsumsi produk minuman serbuk pada *followers* @fyindonesians. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, penelitian memiliki judul “Pengaruh Media Sosial Instagram @fyindonesians Terhadap Sikap Mengonsumsi Produk Minuman Serbuk (Survei Followers Instagram @fyindonesians Pada Video 28 Oktober 2023).”

Konsep yang digunakan pada penelitian adalah media baru (*new media*) dari Pierre Levy, yakni terdiri dari pandangan interaksi sosial (*social interaction*) dan integrasi sosial (*social integration*). Penggunaan konsep bertujuan untuk melakukan analisis dua variabel. Pada variabel media sosial tersusun dari dimensi *social media use for communication*, *social media use for collaboration*, *social media use for education*, dan *social media use for entertainment*. Pada variabel sikap memiliki dimensi yakni *affect*, *cognition*, dan *behaviors*. Teori yang digunakan untuk penelitian yakni teori penggabungan informasi. Teori penggabungan informasi menjelaskan pembentukan informasi dan perubahan sikap. Individu melakukan pengumpulan informasi mengenai peristiwa, seseorang, objek sehingga terbentuk sikap atau kecenderungan dalam bertindak, baik secara positif atau negatif. Perubahan sikap ditentukan oleh *valance* (arahan) dan bobot. Informasi yang mampu memperkuat keyakinan individu dinyatakan *valance* positif. Bobot tinggi pada informasi menunjukkan bahwa individu menilai informasi tersebut benar.

Paradigma dalam penelitian ini adalah paradigma positivisme. Pendekatan penelitian adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang dipilih adalah eksplanatif. Metode penelitian yakni survei. Populasi yang dipilih adalah pengikut (*followers*)

Instagram @fyindonesians sebanyak 1045, yakni pengguna yang sudah memberikan suka (*likes*) pada video minuman serbuk. Sampel yang diperoleh sebesar 91 sampel. Pengumpulan data primer yakni melalui survei yang disebarluaskan melalui pesan langsung (*direct message*) Instagram kepada pengikut (*followers*) @fyindonesians. Analisis bivariat yakni uji normalitas, uji linearitas, regresi linear sederhana, dan koefisien determinasi.

Hasil menunjukkan sebagian besar responden menjawab sangat setuju jika informasi dapat dipahami, penggunaan bahasa yang mudah dipahami, dan informasi membuat individu lebih teliti. Media sosial Instagram @fyindonesians terkait pembahasan minuman serbuk pada unggahan video tanggal 28 Oktober 2023 disampaikan secara menghibur yakni informasi menjelaskan informasi sesuai dengan perbedaan budaya yang berlaku, media sosial memiliki sisi menarik, dan media sosial memiliki sisi memikat. Sikap mengonsumsi produk minuman serbuk pada *followers* @fyindonesians diketahui bahwa individu memperoleh pengetahuan baru dari video minuman serbuk tanggal 28 Oktober 2023, seperti adanya pemikiran individu yang memperkuat perasaannya, keyakinan individu akan objek, dan diperolehnya pengetahuan individu akan objek. Uji bivariat dapat diketahui data berdistribusi normal dan adanya pengaruh linear antar variabel. Uji regresi linear menunjukkan terdapatnya pengaruh signifikan, di mana hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak, dan hasil koefisien determinasi ditemukan bahwa pengaruh antara variabel media sosial Instagram @fyindonesians terhadap sikap mengonsumsi produk minuman serbuk sebesar 61.2%, sesuai penjelasan Chin (1998) maka nilai termasuk kategori sedang.

Berdasarkan penelitian yang sudah disusun kesimpulan yang dapat ditulis mengenai penelitian “Pengaruh Media Sosial Instagram @fyindonesians Terhadap Sikap Mengonsumsi Produk Minuman Serbuk (Survei *Followers* Instagram @fyindonesians Pada Video 28 Oktober 2023)” mampu menyampaikan informasi secara menghibur, yakni penggunaan bahasa dapat dipahami, informasi menampilkan contoh terkini, dan dilengkapinya teks untuk memudahkan ucapan video. Sikap yang ditunjukkan oleh pengikut (*followers*) yakni pengetahuan menjadi bertambah luas, di mana informasi menyampaikan informasi terkini dan informasi menekankan untuk berhati-hati dalam membeli produk minuman serbuk. Kekurangan yang ada menunjukkan jika media sosial Instagram @fyindonesians perlu untuk meningkatkan komunikasi, kolaborasi, dan memicu emosi pengikut sesuai dengan tujuan informasi video minuman serbuk.

Kata Kunci: Media Sosial, Sikap, Media Baru, Teori Penggabungan Informasi.

ABSTRACT

Amarilia Shinta, 1410619070, *The Influence of Social Media Instagram @fyindonesians on Attitudes to Consuming Powdered Drink Products (Survey of Instagram Followers @fyindonesians on Video 28 October 2023)*. Pages 1-191. 26 Books, 2014-2024; 20 Articles, 2019-2023; 5 Sites. Thesis 2024.

Instagram is a social media that has various features. The use of Instagram is considered to have potential as an educational medium. There are many creative users on Instagram social media, there is an Instagram account @fyindonesians which shares health educational information, such as a powdered drink video dated 28 October 2023. The video upload explains one of the powdered drink products that contains high sugar. According to information from Instagram @fyindonesians, they emphasize the importance of being aware of daily sugar consumption. The presence of this media allowed researchers to find out about the social media Instagram @fyindonesians regarding the discussion of powdered drinks in the video uploaded on 28 October 2023, then find out the attitude of consuming powdered drink products among @fyindonesians followers, and find out the influence of the social media Instagram @fyindonesians on attitudes towards consuming drink products powder to @fyindonesians followers. Based on the previous explanation, the research is entitled "The Influence of Social Media Instagram @fyindonesians on Attitudes to Consuming Powdered Drink Products (Survey of Instagram Followers @fyindonesians on Video 28 October 2023)."

The concept used in the research is new media from Pierre Levy, which consists of views of social interaction and social integration. The use of the concept aims to carry out an analysis of two variables. The social media variable is composed of the dimensions of social media use for communication, social media use for collaboration, social media use for education, and social media use for entertainment. The attitude variable has dimensions, namely affect, cognition, and behaviors. The theory used for research is information integration theory. Information fusion theory explains information formation and attitude change. Individuals collect information about events, people, and objects so that attitudes or tendencies are formed in acting, either positively or negatively. Changes in attitude are determined by valance and weight. Information that can strengthen an individual's beliefs is declared positive valance. A high weight on information indicates that the individual assesses the information as correct.

The paradigm in this research is the positivism paradigm. The research approach is quantitative. The type of research chosen is explanatory. The research method is a survey. The selected population is 1045 Instagram followers @fyindonesians, namely users who have given likes to the powdered drink video. The samples obtained were 91 samples. Primary data was collected through a survey distributed via Instagram direct

messages to @fyindonesians followers. Bivariate analysis, namely normality test, linearity test, simple linear regression, and coefficient of determination.

The results show that the majority of respondents answered that they strongly agreed that the information could be understood, the use of language that was easy to understand, and the information made individuals more conscientious. The Instagram social media @fyindonesians regarding the discussion of powdered drinks in the video upload on October 28 2023 was delivered in an entertaining manner, namely the information explained the information according to the prevailing cultural differences, social media has an interesting side, and social media has an engaging side. The attitude of consuming powdered drink products among @fyindonesians followers is that individuals gain new knowledge from the powdered drink video on 28 October 2023, such as individual thoughts that strengthen their feelings, individual beliefs about objects, and individual knowledge about objects. The bivariate test shows that the data is normally distributed and there is a linear influence between variables. The linear regression test shows that there is a significant influence, where the alternative hypothesis is accepted and the null hypothesis is rejected, and the results of the coefficient of determination found that the influence of the social media variable Instagram @fyindonesians on attitudes towards consuming powdered drink products is 61.2%, according to Chin's (1998) explanation, the value belongs to the moderate category.

Based on the research that has been prepared, conclusions that can be written the research "The Influence of Social Media Instagram @fyindonesians on Attitudes to Consuming Powdered Drink Products (Survey of Instagram Followers @fyindonesians on Video 28 October 2023)" can convey information in an entertaining way, namely the use of language that can be understood, information displays the latest examples and includes text to make video speech easier. The attitude shown by followers is that knowledge becomes wider, where information conveys the latest information and information emphasizes being careful in purchasing powdered drink products. The existing shortcomings show that the social media Instagram @fyindonesians needs to improve communication, and collaboration, and trigger followers' emotions following the informational purpose of powdered drink videos.

Keywords: Social Media, Attitude, New Media, Information Integration Theory.

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amarilia Shinta

NIM : 1410619070

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial

Judul KA : Pengaruh Media Sosial Instagram @fyindonesians Terhadap Sikap Mengonsumsi Produk Minuman Serbuk (Survei *Followers* Instagram @fyindonesians Pada Video 28 Oktober 2023)

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial Instagram @fyindonesians Terhadap Sikap Mengonsumsi Produk Minuman Serbuk (Survei *Followers* Instagram @fyindonesians Pada Video 28 Oktober 2023)”** merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

Jika di kemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak universitas.

Jakarta, 19 Mei 2024



Amarilia Shinta
NIM. 1410619070

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

“Pengaruh Media Sosial Instagram @fyindonesians Terhadap Sikap Mengonsumsi Produk Minuman Serbuk (Survei *Followers* Instagram @fyindonesians Pada Video 28 Oktober 2023)”

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing 1

Tanda Tangan

Tanggal

Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si.
NIP. 197403092005012001


.....

19 Juni 2024

.....

Dosen Pembimbing 2

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom.
NIP. 198101142005012002


.....

25 Juni 2024

.....

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi








Dr. Dini Safitri, M.Si.
NIP. 198402062010122002

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Dini Safitri, M.Si. NIP. 198402062010122002 Koordinator/Ketua		10 Juni 2024
2.	Nada Arina Romli, M.I.Kom. NIP. 199109142019032022 Sekretaris		10 Juni 2024
3.	Marisa Puspita Sary, M.Si. NIP. 197803182008012010 Penguji Ahli		11 Juni 2024
4.	Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si. NIP. 197403092005012001 Pembimbing I		19 Juni 2024
5.	Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom. NIP. 198101142005012002 Pembimbing II		25 Juni 2024



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Amarilia Shinta
NIM : 1410619070
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial/Ilmu Komunikasi
Alamat email : amariliashinta1293@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

Pengaruh Media Sosial Instagram @fyindonesians Terhadap Sikap Mengonsumsi Produk
Minuman Serbuk (Survei *Followers* Instagram @fyindonesians Pada Video 28 Oktober 2023)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Juli 2024

Penulis

(Amarilia Shinta)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim...

Peneliti memanjatkan puji dan syukur kepada kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala karena atas kasih sayang serta limpahan rezekinya peneliti diberikan kesempatan untuk menyusun tugas akhir skripsi, yakni sebagai bentuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Tugas akhir skripsi yang peneliti susun memperoleh dukungan utama dari kedua orangtua peneliti. Atas izin Allah serta rahmatnya kedua orangtua peneliti banyak memberikan motivasi serta semangat selama penulisan tugas akhir skripsi berlangsung.

Selama penyusunan tugas akhir skripsi peneliti menyampaikan terimakasih kepada banyak pihak yang berada di lingkungan kampus. Peneliti menerima banyak ilmu serta pengetahuan baru yang membuat peneliti mampu menyusun tugas akhir skripsi. Ucapan terimakasih selama penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak hentinya peneliti ucapkan kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Jakarta yakni Prof. Dr. Komarudin, M.Si dan diikuti oleh para jajarannya.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta yakni Firdaus Wajdi, Ph.D dan diikuti oleh para jajarannya.
3. Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta yakni Dr. Dini Safitri, M.Si.
4. Dosen pembimbing skripsi satu peneliti yakni Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si yang telah membimbing, memberikan saran, dan mendukung peneliti dalam menulis tugas akhir skripsi.
5. Dosen pembimbing skripsi dua peneliti yakni Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom yang telah mendukung peneliti dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan penyusunan tulisan pada tugas akhir skripsi.
6. Panitia sidang skripsi yakni Dr. Dini Safitri, M.Si. selaku ketua sidang, Marisa Puspita Sary, M.Si. selaku penguji ahli, dan Nada Arina Romli, M.I.Kom selaku sekretaris sidang yang telah memberikan saran agar tulisan tugas akhir skripsi menjadi lebih baik.
7. Koordinator skripsi yakni Nada Arina Romli, M.I.Kom yang selalu memandu dan mendukung para mahasiswa Ilmu Komunikasi semester akhir untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi.
8. Dosen pembimbing akademik yakni Marisa Puspita Sary, M.Si. yang sudah membimbing dan memberikan arahan sejak dimulainya perkuliahan.
9. Para jajarannya Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta diantaranya adalah Dr. Dini Safitri, M.Si., Dr. Kinkin Yuliaty S.P., M.Si., Dr. Elisabeth Nugrahaeni P, M.Si., Dr. Wiratri Anindhita,

M.Sc., Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si., Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom., Marisa Puspita Sary, M.Si., dan Nada Arina Romli, M.I.Kom. yang selalu membimbing dan mendukung seluruh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019 untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi.

10. Admin Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta yakni Nur Endah Yunita Sari, A.Md yang telah membantu peneliti dalam proses administrasi selama perkuliahan.
11. Responden penelitian yakni pengikut (*followers*) Instagram @fyindonesians yang bersedia mengisi kuesioner penelitian tugas akhir skripsi.
12. Teman baik peneliti yakni Khairun Amaliyah Putri yang sudah menemani sejak sekolah menengah atas.
13. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2019 yang merupakan rekan peneliti selama kegiatan perkuliahan.

Pada penulisan ini peneliti berusaha menjelaskan dan mendeskripsikan bagaimana media sosial memengaruhi sikap penggunanya, peneliti menilai keberadaan media sosial sudah menjadi bagian dari masyarakat. Tugas akhir skripsi yang disusun oleh peneliti memiliki keterbatasan serta kekurangan. Peneliti berharap melalui penulisan tugas akhir skripsi ini memperoleh kritik dan saran, dengan maksud agar penulisan tugas akhir skripsi menjadi lebih baik serta menambah referensi selanjutnya untuk topik permasalahan yang serupa.

Jakarta, 19 Mei 2024

Peneliti,



Amarilia Shinta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Pembatasan Masalah.....	15
1.4 Rumusan Masalah	16
1.5 Tujuan Penelitian	16
1.6 Manfaat Penelitian	17
1.6.1 Manfaat Akademis.....	17
1.6.2 Manfaat Praktis.....	17
BAB II LANDASAN TEORI	18
2.1 Tinjauan Teoritis.....	18
2.1.1 Teori Penggabungan Informasi	18
2.2 Konsep	19
2.2.1 Media Baru	19
2.3 Variabel Penelitian.....	21
2.3.1 Media Sosial	21
2.3.2 Sikap.....	26
2.4 Penelitian Sejenis Terdahulu.....	29
2.5 Hipotesis Teori.....	51
2.6 Model Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN	53

3.1	Paradigma Penelitian	53
3.2	Metode Penelitian	53
3.3	Pendekatan Penelitian	54
3.4	Jenis Penelitian.....	55
3.5	Populasi, Sampel, Ukuran Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	55
3.5.1	Populasi	55
3.5.2	Sampel	56
3.5.3	Ukuran Sampel	57
3.5.4	Teknik Penarikan Sampel.....	57
3.6	Hipotesis Riset dan Hipotesis Statistik	60
3.6.1	Hipotesis Riset.....	60
3.6.2	Hipotesis Statistik	60
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	61
3.7.1	Data Primer.....	61
3.7.2	Data Sekunder.....	62
3.8	Validitas dan Reliabilitas	62
3.8.1	Validitas.....	62
3.8.2	Reliabilitas	65
3.9	Metode Analisis Data.....	68
3.9.1	Univariat	68
3.9.2	Bivariat	69
3.10	Definisi Operasional	73
3.11	Operasionalisasi Konsep.....	75
3.12	Waktu dan Tempat Penelitian	78
3.13	Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian.....	78
3.13.1	Keterbatasan Penelitian	78
3.13.2	Kelemahan Penelitian	79
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		80
4.1	Hasil Penelitian	80
4.1.1	Hasil Penelitian Media Sosial Instagram @fyindonesians Terkait Pembahasan Minuman Serbuk Pada Unggahan Video Tanggal 28 Oktober 2023	80
4.1.2	Hasil Penelitian Sikap Mengonsumsi Produk Minuman Serbuk Pada <i>Followers</i> @fyindonesians	117

4.1.3	Hasil Nilai <i>Mean</i> Variabel Media Sosial Instagram @fyindonesians	146
4.1.4	Hasil Nilai <i>Mean</i> Variabel Sikap Mengonsumsi Produk Minuman Serbuk	152
4.1.5	Hasil Pengaruh Media Sosial Instagram @fyindonesians Terhadap Sikap Mengonsumsi Produk Minuman Serbuk Pada <i>Followers</i> @fyindonesians	157
4.2	Pembahasan Penelitian.....	164
4.2.1	Pembahasan Penelitian Media Sosial Instagram @fyindonesians Terkait Pembahasan Minuman Serbuk Pada Unggahan Video Tanggal 28 Oktober 2023	164
4.2.2	Pembahasan Penelitian Sikap Mengonsumsi Produk Minuman Serbuk Pada <i>Followers</i> @fyindonesians	171
4.2.3	Pembahasan Pengaruh Media Sosial Instagram @fyindonesians Terhadap Sikap Mengonsumsi Produk Minuman Serbuk Pada <i>Followers</i> @fyindonesians	176
BAB V PENUTUP		184
5.1	Kesimpulan	184
5.2	Saran	186
DAFTAR PUSTAKA		188
LAMPIRAN		xviii



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Temuan Hasil 10 Penelitian Sejenis Sebelumnya	39
Tabel 3. 1 Nilai Validitas <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> (KMO)	63
Tabel 3. 2 Nilai Validitas Variabel Media Sosial (Variabel X).....	64
Tabel 3. 3 Nilai Validitas Variabel Sikap (Variabel Y)	64
Tabel 3. 4 Tabel Nilai Reliabilitas	66
Tabel 3. 5 Tabel <i>Case Processing Summary</i> Variabel Media Sosial (Variabel X)	66
Tabel 3. 6 Nilai Reliabilitas Variabel Media Sosial (Variabel X).....	67
Tabel 3. 7 Tabel <i>Case Processing Summary</i> Variabel Sikap (Variabel Y).....	67
Tabel 3. 8 Nilai Reliabilitas Variabel Sikap (Variabel Y).....	68
Tabel 3. 9 Nilai Koefisien Determinasi	73
Tabel 3. 10 Tabel Operasionalisasi Konsep Penelitian	75
Tabel 4. 1 Informasi kesehatan dipahami dengan mudah	80
Tabel 4. 2 Informasi dinilai berharga dalam menjaga asupan gula	81
Tabel 4. 3 Informasi disampaikan dengan singkat	82
Tabel 4. 4 Individu menyebarkan informasi kepada orang sekitar	83
Tabel 4. 5 Informasi disimpan karena memiliki nilai positif	84
Tabel 4. 6 Memberikan suka (<i>likes</i>) karena video menyita perhatian	85
Tabel 4. 7 Informasi memperlihatkan contoh produk tinggi gula	86
Tabel 4. 8 Informasi menjadi pengingat untuk individu	87
Tabel 4. 9 Informasi mengubah kebiasaan menjadi lebih baik	89
Tabel 4. 10 Informasi menyampaikan hal penting	91
Tabel 4. 11 Informasi mengajak ke arah positif	92
Tabel 4. 12 Informasi membentuk kebiasaan baik	93
Tabel 4. 13 Informasi mendorong individu untuk lebih waspada	94
Tabel 4. 14 Informasi menjadi arah bagi Individu	95
Tabel 4. 15 Individu memiliki semangat dalam mendiskusikan informasi	96
Tabel 4. 16 Informasi menyampaikan hal penting	98
Tabel 4. 17 Informasi mampu membatasi kebiasaan buruk	99
Tabel 4. 18 Informasi memberikan manfaat bagi individu	100
Tabel 4. 19 Informasi dapat dipahami individu.....	101
Tabel 4. 20 Melakukan ajakan positif sesuai informasi video	102
Tabel 4. 21 Informasi yang tertera dapat dipercaya	104
Tabel 4. 22 Informasi disajikan dengan durasi singkat	106
Tabel 4. 23 Animasi sesuai sehingga pesan tersampaikan	107
Tabel 4. 24 Video mengangkat permasalahan yang dekat dengan individu	108
Tabel 4. 25 Informasi dapat diingat individu	109
Tabel 4. 26 Informasi sebagai petunjuk singkat individu.....	110
Tabel 4. 27 Individu menunggu informasi sejenis selanjutnya	111
Tabel 4. 28 Penggunaan bahasa sesuai menurut individu	112
Tabel 4. 29 Informasi dinilai relevan.....	114
Tabel 4. 30 Penggunaan teks bacaan memudahkan individu	115

Tabel 4. 31 Individu terdorong membaca tabel informasi nilai gizi	117
Tabel 4. 32 Informasi mampu meminimalisir kebiasaan buruk	118
Tabel 4. 33 Individu membahas informasi dengan orang terdekat	119
Tabel 4. 34 Informasi mampu menggerakkan individu.....	120
Tabel 4. 35 Individu mengajak orang sekitar sesuai informasi yang tertera	121
Tabel 4. 36 Informasi membuat individu membaca produk sesuai anjuran.....	122
Tabel 4. 37 Informasi membuat individu berhati-hati.....	124
Tabel 4. 38 Informasi merupakan informasi terkini	125
Tabel 4. 39 Informasi membuat individu mengurangi konsumsi gula berlebihan	126
Tabel 4. 40 Informasi menyadarkan responden akan jenis produk	127
Tabel 4. 41 Individu mengetahui permasalahan disekitarnya	128
Tabel 4. 42 Individu mengetahui harga produk minuman serbuk yang murah.....	129
Tabel 4. 43 Informasi menjadi petunjuk sederhana sehari-hari.....	130
Tabel 4. 44 Informasi membuat individu merubah kebiasaan lebih baik.....	131
Tabel 4. 45 Informasi membuat individu lebih teliti.....	133
Tabel 4. 46 Individu melakukan diskusi sesuai informasi.....	135
Tabel 4. 47 Informasi membuat individu membandingkan merek.....	136
Tabel 4. 48 Informasi memengaruhi individu untuk mencairitahu lebih	137
Tabel 4. 49 Informasi mampu membuat individu ke arah baik.....	138
Tabel 4. 50 Informasi membuat individu mengajak orang sekitar sadar kesehatan.....	139
Tabel 4. 51 Informasi membuat individu membatasi kebiasaan buruk.....	141
Tabel 4. 52 Informasi membuat individu menahan keinginan buruk.....	142
Tabel 4. 53 Informasi membantu individu mengurangi frekuensi konsumsi minuman serbuk.....	143
Tabel 4. 54 Informasi menjadikan individu meminimalisir persediaan produk.....	144
Tabel 4. 55 Perolehan Nilai <i>Mean</i> Tiap Indikator Variabel Media Sosial (X).....	149
Tabel 4. 56 Perolehan Nilai <i>Mean</i> Tiap Indikator Variabel Sikap (Y).....	154
Tabel 4. 57 Hasil Uji Normalitas dengan <i>One-Sample Kolmogorov Smirnov</i>	157
Tabel 4. 58 Pengujian Linearitas menggunakan <i>ANOVA</i>	159
Tabel 4. 59 Pengujian Regresi Linear Sederhana.....	160
Tabel 4. 60 Hasil <i>R Square</i> untuk Koefisien Determinasi.....	162

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram @fyindonesians	3
Gambar 1. 2 Konten foto dan video milik Instagram @fyindonesians	4
Gambar 1. 3 Video Minuman Serbuk milik @fyindonesians (28/10/2023)	6
Gambar 1. 4 Komentar yang ditinggalkan pada unggahan @fyindonesians.....	10
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	52
Gambar 3. 1 Alur Perolehan Data Responden Penelitian.....	59
Gambar 4. 1 Pengujian Linearitas menggunakan <i>Scatterplot</i>	158



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Produk Minuman Serbuk yang Dikonsumsi Responden	7
Grafik 1. 2 Responden dalam Menyimpan Stok Minuman Serbuk.....	8
Grafik 1. 3 Responden atau <i>Followers</i> Mengonsumsi Minuman Serbuk	9
Grafik 1. 4 Pendapat Responden terhadap Minuman Serbuk.....	11
Grafik 4. 1 Perolehan Nilai <i>Mean</i> Pada Dimensi Media Sosial (X).....	146
Grafik 4. 2 Perolehan Nilai <i>Mean</i> Pada Dimensi Sikap (Y).....	152



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Skripsi.....	xviii
Lampiran 2. Perolehan Data Variabel X dan Y.....	xxvii
Lampiran 3. Hasil Analisis Univariat.....	xxxv
Lampiran 4. Hasil Validitas Variabel X dan Y.....	xxxvii
Lampiran 5. Hasil Reliabilitas Variabel X dan Y.....	xxxviii
Lampiran 6. Hasil Turnitin Skripsi.....	xxxix
Lampiran 7. Dokumentasi Pengumpulan Data dari Responden.....	xli
Lampiran 8. Hasil Uji Bivariat.....	xlii
Lampiran 9. Instagram @fyindonesians.....	xliv
Lampiran 10. Bukti Jurnal yang Sudah Terbit.....	xlvi
Lampiran 11. Riwayat Hidup Peneliti.....	xlvi

