PENGARUH INTENSITAS KONTEN INSTAGRAM @BOBBYIDA TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI NUTRISI GIZI PADA FOLLOWERS

[1]Firsta Gama Krisnadianto, [2]Kun Muhammad Adi, [3]Novan Andrianto
[1,2,3]Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
firstagama1515@gmail.com

Abstrak
Penelitian ini mengkaji pengaruh terpaan konten Instagram @bobbyida terhadap pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi pada followers. Meningkatnya kesadaran masyarakat tentang gizi dan berkembangnya peran media sosial sebagai sumber informasi kesehatan menjadi latar belakang pentingnya penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan jenis penelitian explanatory research. Sampel terdiri dari 100 followers akun Instagram @bobbyida yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert empat poin dan dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana. Variabel bebas (X) adalah terpaan konten Instagram @bobbyida yang diukur melalui indikator frekuensi, durasi, dan atensi, sedangkan variabel terikat (Y) adalah pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi yang diukur melalui empat pendekatan kebutuhan informasi. Penelitian ini berlandaskan Uses and Gratifications Theory yang memandang khalayak sebagai pengguna media yang aktif dan berorientasi pada tujuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan konten Instagram @bobbyida berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi pada followers.
Kata kunci: Terpaan Konten, Instagram, Kebutuhan Informasi, Nilai Gizi

Abstract
This study examines the effect of Instagram content exposure from @bobbyida on followers' nutritional information needs fulfillment. Growing public awareness of nutrition and the expanding role of social media as health information sources underpin the relevance of this research. A quantitative approach with an explanatory survey method was employed. One hundred followers of the @bobbyida Instagram account were selected through purposive sampling. Data were collected via a four-point Likert scale questionnaire and analyzed using simple linear regression. The independent variable (X) is Instagram content exposure measured through frequency, duration, and attention indicators, while the dependent variable (Y) is nutritional information needs fulfillment measured through four information need approaches. The study is grounded in Uses and Gratifications Theory, which views audiences as active and goal-oriented media users. Findings indicate that exposure to @bobbyida's Instagram content positively and significantly influences followers' fulfillment of nutritional information needs.
Keyword: *Content Exposure, Instagram, Information Needs, Nutrition Facts*

Pendahuluan

Era digital telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi, termasuk informasi kesehatan dan gaya hidup (Rizqi & Andrianto, 2025). Instagram, dengan lebih dari 2 miliar pengguna aktif bulanan pada tahun 2024, telah bertransformasi menjadi sumber informasi yang kredibel di bidang kesehatan dan nutrisi. Kesadaran masyarakat terhadap pola makan sehat terus meningkat, tercermin dari nilai industri wellness global yang mencapai 6,3 triliun dolar AS pada tahun 2023. Di Indonesia, tren ini semakin pesat terutama di kalangan generasi

Z dan milenial, yang dipercepat oleh pandemi COVID-19, sehingga mendorong munculnya berbagai konten kreator yang fokus pada edukasi nutrisi di media sosial. Salah satunya adalah Bobby Ida melalui akun Instagram @bobbyida, yang secara konsisten menyajikan konten review nilai gizi, resep sehat, dan edukasi nutrisi kepada para pengikutnya.

Kajian literatur menunjukkan landasan teoretis yang kuat untuk memahami fenomena ini. Konsep terpaan media (media exposure) menjelaskan bahwa intensitas, durasi, dan frekuensi paparan konten berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Teori Uses and Gratifications melengkapi pemahaman ini dengan menjelaskan bahwa individu menggunakan media secara aktif untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa penggunaan Instagram berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers, tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk pemecahan masalah dan peningkatan kualitas hidup. Selain itu, kredibilitas sumber terbukti menjadi faktor krusial. Kepercayaan terhadap akun Instagram berpengaruh signifikan terhadap efektivitas penyampaian pesan kepada audiens. Penelitian lain juga mengonfirmasi bahwa terpaan informasi yang berkelanjutan dan berkualitas dapat membentuk sikap positif serta meningkatkan kesadaran followers terhadap isu kesehatan.

Meskipun demikian, masih terdapat research gap yang signifikan. Penelitian-penelitian sebelumnya dominan berfokus pada informasi kesehatan umum atau kesehatan mental, sementara kajian spesifik tentang konten review nilai gizi dari content creator individu masih sangat terbatas. Informasi nutrisi memiliki karakteristik unik, yakni bersifat aplikatif, memerlukan literasi nutrisi yang memadai, serta berkaitan langsung dengan keputusan konsumsi yang repetitif, sehingga berbeda dari jenis informasi kesehatan lainnya. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis pengaruh terpaan konten Instagram @bobbyida terhadap pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi para followers. Urgensinya semakin nyata mengingat meningkatnya masalah kesehatan akibat pola konsumsi tidak sehat, seperti obesitas dan diabetes di Indonesia. Pemahaman tentang efektivitas komunikasi kesehatan berbasis media sosial diharapkan memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu komunikasi kesehatan, sekaligus wawasan praktis bagi content creator dan praktisi kesehatan dalam merancang strategi edukasi nutrisi yang lebih efektif.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis explanatory research, yaitu jenis penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin mengukur dan menganalisis sejauh mana terpaan konten Instagram @bobbyida sebagai variabel independen (X) berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi makanan dan minuman sehat pada followers sebagai variabel dependen (Y). Hipotesis yang telah dirumuskan diuji melalui pengumpulan data menggunakan instrumen terstruktur, kemudian dianalisis secara statistik untuk mengetahui tingkat pengaruh antar variabel.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh followers akun Instagram @bobbyida yang berjumlah 1.570.804 akun per tanggal 10 November 2025. Populasi ini dipilih karena followers merupakan pihak yang secara langsung menerima paparan konten dari akun

tersebut, sehingga relevan untuk menilai pengaruhnya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yakni penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu(Riyanto et al., 2019). Kriteria responden meliputi pengguna aktif Instagram, terdaftar sebagai followers akun @bobbyida, pernah melihat konten terkait nilai gizi dari akun tersebut, serta pernah mencari informasi tentang nilai gizi melalui media sosial. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi error 10%.

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berbasis online yang disusun berdasarkan indikator dari setiap variabel penelitian. Instrumen kuesioner menggunakan skala Likert empat poin, mulai dari 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 4 (Sangat Setuju), untuk memperoleh data yang lebih tegas mengenai kecenderungan sikap responden. Sebelum disebarkan, instrumen terlebih dahulu diuji melalui uji validitas konstruk menggunakan Pearson Product Moment Correlation dengan taraf signifikansi 5% (r-tabel = 0,195), serta uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha guna memastikan keakuratan dan konsistensi instrumen pengukuran.

Teknik analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov untuk memastikan distribusi residual data bersifat normal (Sig > 0,05), uji linearitas untuk memastikan hubungan antar variabel bersifat linear sebagai prasyarat regresi, serta uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser untuk memastikan model tidak mengandung ketidaksamaan varians residual (Sig > 0,05). Kedua, analisis regresi linear sederhana yang mencakup tiga pengujian, yaitu uji-T untuk menguji signifikansi pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara parsial, uji persamaan regresi dengan rumus $Y = \alpha + bX$ untuk membangun model matematis hubungan antar variabel, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besaran variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen, dengan rentang nilai antara 0 hingga 1.

Variabel terpaan konten diukur melalui tiga indikator, yakni frekuensi (seberapa sering followers mengakses konten @bobbyida), durasi (seberapa lama followers menyimak konten tersebut), dan atensi (tingkat perhatian followers terhadap isi pesan konten). Sementara itu, variabel pemenuhan kebutuhan informasi diukur melalui empat pendekatan, yaitu current need approach (kebutuhan informasi mendesak), everyday need approach (kebutuhan informasi rutin harian), exhaustive need approach (kebutuhan informasi mendalam dan komprehensif), serta catching-up need approach (kebutuhan informasi untuk mengejar ketertinggalan).

Hasil dan Pembahasan

Hasil uji T hipotesis menunjukkan nilai T hitung sebesar 10,979 yang lebih besar dari T tabel 1,984 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05). Dengan demikian, H1 dalam penelitian ini diterima, yakni terdapat pengaruh positif dan signifikan antara terpaan konten Instagram @bobbyida (X) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi pada FOLLOWERS (Y). Hasil ini sekaligus menolak H0 yang menyatakan tidak terdapat pengaruh signifikan di antara kedua variabel tersebut.

Temuan ini sejalan dengan hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan nilai R Square sebesar 0,552, yang berarti bahwa 55,2% perubahan pada pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi FOLLOWERS dapat dijelaskan oleh terpaan konten Instagram @bobbyida, sementara 44,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini.

Temuan penelitian ini dapat dijelaskan melalui teori Uses and Gratifications yang dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch. Teori ini berasumsi bahwa audiens bersifat aktif dalam memilih dan menggunakan media berdasarkan kebutuhan serta tujuan tertentu yang ingin mereka penuhi. Dalam konteks penelitian ini, followers akun Instagram @bobbyida tidak secara pasif menerima konten, melainkan secara aktif mengikuti dan mengakses konten tersebut karena didorong oleh kebutuhan informasi (information needs) tentang nilai gizi.

McQuail dalam (Nugroho & Purnomo, 2023) mengidentifikasi kebutuhan informasi sebagai salah satu dari empat kategori kebutuhan utama yang mendorong individu menggunakan media, yaitu kebutuhan untuk mengetahui peristiwa dan kondisi yang relevan, mencari nasihat, serta memuaskan rasa ingin tahu. Hal ini terbukti dalam penelitian ini, di mana followers @bobbyida memilih secara aktif untuk mengonsumsi konten nilai gizi yang disajikan karena dilatarbelakangi oleh kebutuhan kognitif atas informasi makanan dan minuman sehat. Semakin tinggi terpaan konten yang mereka terima maka semakin terpenuhi pula kebutuhan informasi nilai gizi mereka. Temuan ini mempertegas relevansi teori Uses and Gratifications dalam menjelaskan perilaku konsumsi media sosial di era digital.

Pengaruh signifikan yang ditemukan dalam penelitian ini tidak terlepas dari konsep terpaan media (media exposure) yang menjadi variabel bebas penelitian. Rosengren dalam (Deborah et al., 2022) menjelaskan bahwa terpaan media dapat diukur melalui tiga indikator utama, yaitu frekuensi, durasi, dan atensi. Ketiga indikator inilah yang menentukan seberapa kuat pesan atau informasi dari media tersimpan dalam ingatan dan memengaruhi pengetahuan serta perilaku audiens. Dalam konteks penelitian ini, followers yang secara rutin mengakses konten @bobbyida (frekuensi tinggi), meluangkan waktu lebih lama untuk menyimak setiap unggahan (durasi tinggi), serta memberikan perhatian penuh terhadap isi konten (atensi tinggi), terbukti memiliki tingkat pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi yang lebih tinggi. Hal ini konsisten dengan temuan (Muthmainna et al., 2026) yang menyatakan bahwa variabel atensi memiliki pengaruh paling signifikan di antara ketiga indikator terpaan, karena efek media sangat bergantung pada keterlibatan mental audiens. Dengan kata lain, konten @bobbyida tidak hanya perlu dilihat, tetapi juga dicermati dan diresapi agar informasi nilai gizi yang terkandung di dalamnya dapat benar-benar memenuhi kebutuhan followers.

Hasil penelitian ini memperkuat dan sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu. Seperti (Ibrahim & Irawan, 2021) yang menyatakan bahwa konten media sosial terbukti memengaruhi sumber informasi yang dikonsumsi oleh masyarakat. (Arissaputra et al., 2025) memperkuat hal ini dengan menemukan pengaruh signifikan penggunaan Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. (Rossza, 2020) menemukan bahwa intensitas, durasi, dan frekuensi terpaan konten berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers, yang konsisten dengan temuan penelitian ini. (Sutrisno & Mayangsari, 2021) menemukan pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial Instagram

terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers sebesar 60,8%, yang berdekatan dengan hasil penelitian ini sebesar 55,2%. Selain itu, (Rachel et al., 2024) membuktikan bahwa konten Instagram tentang produk makanan berpengaruh signifikan terhadap pengetahuan produk konsumen sebesar 51,3%, yang juga mempertegas relevansi konten Instagram berbasis nilai gizi dalam meningkatkan pengetahuan followers.

Perbedaan yang menjadi keunggulan penelitian ini dibandingkan penelitian-penelitian sebelumnya terletak pada spesifisitas objek penelitian, yakni akun personal food blogger @bobbyida yang secara konsisten menyajikan konten review nilai gizi. Berbeda dengan penelitian (Sutrisno & Mayangsari, 2021) yang meneliti akun pemerintahan, maupun (Rachel et al., 2024) yang meneliti akun brand komersial, penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa akun personal food blogger pun memiliki efektivitas yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan informasi nilai gizi followers-nya.

Penutup

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang mempertanyakan bagaimana pengaruh terpaan konten kesehatan pada Instagram @bobbyida terhadap pemenuhan informasi tentang nilai gizi kepada followers-nya, penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa terpaan konten Instagram @bobbyida terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi pada followers-nya. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dan analisis statistik yang telah dilakukan. Uji T hipotesis menunjukkan nilai T hitung sebesar 10,979 yang lebih besar dari T tabel sebesar 1,984, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berada jauh di bawah ambang batas 0,05. Hasil ini membuktikan bahwa H1 diterima, yakni terdapat pengaruh positif dan signifikan antara terpaan konten Instagram @bobbyida terhadap pemenuhan kebutuhan informasi nilai gizi pada followers-nya. Dari hasil kesimpulan ini diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel tambahan seperti kredibilitas sumber, kualitas konten, literasi gizi, maupun dimensi engagement (suka, simpan, komentar) sebagai bagian dari indikator terpaan. Sehingga pemahaman tentang dinamika komunikasi kesehatan berbasis media sosial dapat berkembang secara lebih luas. Untuk pemilik akun @bobbyida peneliti menyarankan agar selalu menjaga kredibilitas dan akurasi informasi gizi yang disampaikan berdasarkan sumber-sumber ilmiah yang terpercaya. Bagi pihak lembaga kesehatan dan pihak – pihak terkait agar dapat manfaatkan hasil dari penelitian ini sebagai dasar dalam merancang program promosi kesehatan digital yang sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat. Serta yang terakhir untuk pengguna media sosial agar dapat memperkuat literasi mereka, baik media dan literasi gizi yang memadai dalam mengonsumsi konten kesehatan di Instagram.

Daftar Pustaka

Arissaputra, S. M., Rizqi, M., & Citra, A. B. F. (2025). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Followers @uptkeselamatankerjasby. Public Opinion Quarterly, 37(4), 509. https://doi.org/10.1086/268109

Deborah, T., Anggraeni, D., Sawah, J. S., Selatan, J., & Abstrak, I. (2022). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Minat Berkunjung pada Sial Interfood Expo Jakarta 2022 (Studi Pada Akun Instagram @interfoodexpo). Jurnal Publish, 92(2), 70–175.

Ibrahim, M. M., & Irawan, R. E. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. Representamen, 7(02). https://doi.org/10.30996/representamen.v7i02.5727

Muthmainna, M. A., Mayasari, & Susanto, T. (2026). Universitas Dharmawangsa 183 ANALISIS KONTEN TIKTOK DALAM MEMBANGUN MINAT BERKAIN GENERASI Z CONTENT ANALYSIS OF TIKTOK IN BUILDING GENERATION Z'S FABRIC. Jurnal Network Media, 9.

Nugroho, T. A., & Purnomo, D. (2023). MOTIF DAN KEPUASAN MAHASISWA DALAM MENONTON PROGRAM KICK ANDY (Analisa Teori Uses and Gratifications Pada Mahasiswa FISKOM UKSW).

Rachel, I., Nilamsari, N., Krismasakti, B., & Adhypoetro, R. (2024). Pengaruh Konten Instagram @Nagara.Foods Terhadap Product Knowledge Dan Brand Image. Jurnal Cyber PR, 4(2), 132–144.

Riyanto, D. Y., Andrianto, N., Riqqoh, A. K., & Fianto, A. Y. A. (2019). Pengaruh Destination Image Dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung Ke Wisata Bahari Jawa Timur.

Rizqi, M., & Andrianto, N. (2025). Perancangan Konten Audio Visualdesa Wisata Desa Kebontunggul, Mojokerto Sebagai Media Informasi Dan Promosi. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 6(2), 2710–2722.

Rossza, D. A. (2020). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @halodoc TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KESEHATAN FOLLOWERS. In JOM FISIP (Vol. 7).

Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @HUMASBDG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS. Jurnal Common, 5(2), 118–133. https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143