



**INFORMASI MENGENAI GIZI DI *INSTAGRAM* PADA AKUN
(@AHLIGIZIID)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh

Gelar Sarjana dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

Muhammad Raihan

41182037200049

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA

UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI

2024M/1446H

LEMBAR PERNYATAAN ORISIONALITAS

Peneliti menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Informasi mengenai Gizi Di *Instagram* pada Akun (@AhliGizild)”, disusun untuk syarat memperoleh gelar sarjana. Skripsi ini merupakan karya tulis peneliti sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penelitian yang peneliti kutip dan hasil karya orang lain, telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma-norma, kaidah dan etika penelitian ilmiah. Peneliti bersedia menerima sanksi yaitu pencabutan gelar akademik yang peneliti peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 19 Juli 2024



Muhammad Raihan

41182037200049

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Proposal : Informasi mengenai Gizi Di *Instagram* pada Akun (@AhliGiziId)”
Diajukan Oleh : Muhammad Raihan
NPM : 41182037200049
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*
Fakultas : Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi.

Bekasi, 19 Juni 2024

Mengetahui,
KETUA PROGRAM STUDI ILMU
KOMUNIKASI



Winda Primasari, M.Si
NRP. 45.1.01.02.2012.016

Menyetujui,
DOSEN PEMBIMBING
SKRIPSI



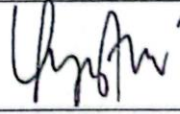
Winda Primasari, M.Si
NRP. 45.1.01.02.2012.016

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul: "Informasi mengenai Gizi di *Instagram* pada Akun (@AhliGiziId)". Telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

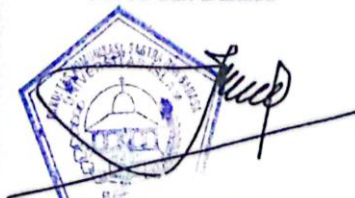
Hari : Jumat
Tanggal : 28 Juni 2024
Waktu : 08.00 WIB
Oleh
Nama : Muhammad Raihan
NPM : 41182037200049
Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang	Tin Hartini, M.Si.	
Penguji I	Sya'baningrum Prihhartini, M.Hum.	
Penguji II	Winda Primasari, M.Si.	

Bekasi, 19 Juli 2024

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Komunikasi,
Sastra dan Bahasa



Dr. Nuryadi, M.Hum
NRP.45.1.01.04.2010.012

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Winda Primasari, M.Si
NRP.45.1.01.02.2012.016

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena telah menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Informasi mengenai Gizi Di *Instagram* pada Akun (@AhliGiziId)”, dan dapat menyelesaikannya dengan baik dan benar serta tepat pada waktunya. Sholawat serta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, dan kepada umatnya hingga akhir zaman, aamiin.

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat yang diwajibkan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam 45 Bekasi. Penulis menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak terwujud tanpa adanya bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik segi moral maupun material sehingga akhirnya penulis dapat menghadapi berbagai kendala yang berkaitan dengan penyusunan skripsi ini dengan baik.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis ingin mengungkapkan terima kasih dengan tulus dan senang hati kepada:

1. Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Bapak Dr. Nuryadi, M.Hum.
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Ibu Winda Primasari, M.Si.
3. Dosen Pembimbing Ibu Winda Primasari, M.Si. yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam membimbing serta pengarahan.
4. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi, terimakasih ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
5. Para Staff Tata Usaha FKSB, Lab Perpustakaan Universitas Islam 45 Bekasi, telah membantu penulis dalam membuat proposal skripsi
6. Kedua orang tua saya yang telah memberi dukungan dan perhatian penuh serta memberikan doa yang terbaik untuk kelancaran putranya dalam pendidikan.

7. Kepada teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2020 Universitas Islam 45 Bekasi, yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih sudah menjadi tempat cerita dan memberi semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Terakhir kepada teman SMP saya Athar Nawwaf Hidayat saya ucapkan banyak terima kasih, karena sudah mau meluangkan waktunya untuk menemani saya wawancara Ahli Gizi di Tangerang sampai mau nyasar ke Serang dan Merak.

Bekasi, 19 Juli 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muhammad Raihan', with a long, sweeping horizontal stroke extending to the right.

Muhammad Raihan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISIONALITAS	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu	6
2.1.1 Penelitian Suryana Ira Dwi dkk., berjudul Pengaruh Penyuluhan Gizi Seimbang dengan Media Sosial <i>Instagram</i> Terhadap Pengetahuan, Asupan Energi dan Protein pada Remaja Putri Sekolah Menengah Atas	6
2.1.2 Penelitian Nur Anisah dkk., berjudul Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan pada Mahasiswa	7
2.1.3 Penelitian Azalia Hartoputri dan Ratih Hasanah berjudul Pesan Kesehatan Dalam Dakwah Digital Melalui <i>Instagram @zaidulakbar</i>	9
2.1.4 Penelitian Sarah Sharp dkk., berjudul Penggunaan <i>Instagram</i> untuk Menyampaikan Informasi Nutrisi kepada Atlet Perguruan Tinggi.....	10
2.2 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Landasan Teori	14
2.3.1 Pesan Verbal dan Non-verbal	14
2.3.2 Media Siber (<i>New Media</i>)	17
2.3.3 Karakteristik Media Sosial	19
2.3.4 <i>Instagram</i>	22

2.3.5 Komunikasi Kesehatan.....	25
2.3.6 Kesehatan.....	27
2.3.7 Gizi	30
2.3.8 Semiotika	33
2.3.9 Semiotika Charles Sanders Pierce.....	36
2.4 Kerangka Pemikiran	42
METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Metode Penelitian.....	44
3.2 Unit Analisis	44
3.3 Informan	45
3.4 Key Informan.....	45
3.5 Definisi Konseptual.....	45
3.5.1 Semiotika	45
3.5.2 Pesan Verbal dan Pesan Non-verbal	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data	46
3.6.1 Wawancara.....	46
3.6.2 Observasi	46
3.6.3 Dokumentasi.....	47
3.7 Sumber Data.....	47
3.8 Teknik Analisis Data.....	47
3.9 Keabsahan data.....	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Hasil Penelitian.....	49
4.1.1 Sejarah Singkat Terbentuknya Ahli Gizi Id.....	49
4.1.2 Arti Logo Ahli Gizi Id.....	50
4.1.3 Profil Ahli Gizi Id.....	50
4.1.4 Visi Ahli Gizi Id.....	51
4.1.5 Struktur Organisasi Ahli Gizi Id.....	51
4.1.6 Struktur <i>Sales & Marketing Departement</i> Ahli Gizi Id.....	52
4.1.7 Produk & Jasa Ahli Gizi Id.....	52
4.1.8 Profil Informan	53
4.2 Komunikasi Semiotika Charles Sanders Pierce Melalui Unggahan <i>Instagram</i> AhliGiziId	54

4.2.1 Ikon dalam unggahan mengenai gizi.....	55
4.3 Pesan Verbal dan Pesan Non-Verbal dalam Informasi Mengenai Gizi pada Unggahan Akun <i>Instagram</i>	79
4.3.4 Pesan Non-Verbal Berupa Meme Mengenai Produk Diet pada Unggahan <i>Reels</i> AhliGiziId.....	93
4.3.5 Pesan Non-Verbal Berupa Meme Mengenai Produk Diet pada Unggahan <i>Reels</i> AhliGiziId	96
4.4 Pembahasan.....	98
KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Saran	104
Daftar Pustaka	106
Sumber Lain.....	109
LAMPIRAN.....	110
Lampiran 1 Hasil Dokumentasi.....	110
Lampiran 2 Lembar Catatan Bimbingan.....	111
Lampiran 3 Hasil Wawancara dengan Informan 1	112
Lampiran 4 Hasil Wawancara dengan Informan 2	129
Lampiran 5 Hasil Wawancara dengan Informan 3	142
Lampiran 6 Hasil Wawancara dengan Key Informan 3.....	155
Lampiran 7 Hasil Wawancara dengan Key Informan 4.....	171
Lampiran 8 Hasil Turnitin.....	188

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Akun Instagram AhliGiziId	2
Gambar 2.1: Logo Instagram Lama	22
Gambar 2.2: Perubahan Logo Instagram	23
Gambar 2.3: kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 4. 1: Website Miliki Akun AhliGiziId	49
Gambar 4. 2 : Logo AhliGiziId	50
Gambar 4. 3 : Podcast mengenai Telur Ayam dan Penjelasan secara Ilmiah	57
Gambar 4. 4 : Bahwa telur ayam tidak berisiko kanker dan diabetes	59
Gambar 4. 5 : Diabetes dan Kanker Tergantung Pengolahan Telur Ayamnya	60
Gambar 4. 6 : Makan terlalu Larut Malam dapat Menyebabkan Diabetes	62
Gambar 4. 7 : Makan terlalu Malam dapat Menyebabkan Diabetes dan Tips untuk Makan Malam saat Bulan Puasa	63
Gambar 4. 8 : Visual jeruk sebagai indeks dalam semiotika	66
Gambar 4. 9 : Penelitian terdahulu mengenai Vitamin C	67
Gambar 4. 10 : Diagram Perbandingan Natrium Daging.....	70
Gambar 4. 11 : Simbol Rumah Sakit dapat dimaknai Puskesmas dan Posyandu .	73
Gambar 4. 12 : Simbol bulan sabit di maknai bulan puasa dan roti dimaknai karbohidrat	75
Gambar 4. 13 : Simbol daging ayam dimaknai protein dan air dalam gelas ditumpahkan dimaknai air untuk minum	76
Gambar 4. 14 : Simbol sop merah dimaknai seblak dan kopi dimaknai kafein....	77
Gambar 4. 15 : Berdakwah melalui informasi mengenai gizi.....	78
Gambar 4. 16 : Edukasi mengenai teh kemasan	81
Gambar 4. 17 : Kandungan gula yang ada di kemasan teh berlabel no.1	82
Gambar 4. 18 : Kandungan gula pada kemasan teh berlabel no.5	83
Gambar 4. 19 : Kandungan gula terendah jatuh kepada kemasan teh berlabel no.5	84
Gambar 4. 20 : Edukasi mengenai Kandungan garam pada keripik kentang	86
Gambar 4. 21 : Kandungan garam pada keripik kentang no. 1 sebesar 150 mg dan keripik kentang no.2 sebesar 140mg.....	87
Gambar 4. 22 : Kak Kuku mengungkap untuk kandungan garam yang tinggi pada keripik kentang no.3	88
Gambar 4. 23 : Meme Patrick Menyedot makanan.....	90
Gambar 4. 24 : Meme Patrick Mengunyah Makanan Secara Cepat	91
Gambar 4. 25 : Meme Suzzana yang sedang berbicara dengan setan.....	93
Gambar 4. 26 : Meme Suzzana yang sedang membanting pintu yang menolak ajakan setan	94
Gambar 4. 27 : Meme mikir untuk berpikir kembali dalam mengkonsumsi pil diet	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2. 2 Trikotomi Charles Sanders Pierce.....	39

LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Dokumentasi.....	110
Lampiran 2 Lembar Catatan Bimbingan.....	111
Lampiran 3 Hasil Wawancara dengan Key Informan.....	112
Lampiran 4 Hasil Wawancara dengan Informan 1.....	129
Lampiran 5 Hasil Wawancara dengan Informan 2.....	142
Lampiran 6 Hasil Wawancara dengan Informan 3.....	155
Lampiran 7 Hasil Wawancara dengan Informan 4.....	171
Lampiran 8 Hasil Turnitin.....	188

ABSTRAK

Program Studi Ilmu
Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra,
dan Bahasa
2024

Muhammad Raihan, 41182037200049

“Informasi mengenai Gizi Di Instagram pada Akun (@AhliGiziId)”

Di bawah bimbingan Winda Primasari, S.Hum., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi kesehatan melalui media sosial *Instagram* yang menjadi aplikasi media sosial yang sering digunakan dan memiliki pengaruh yang sangat besar. *Instagram* merupakan *platform* di media sosial yang dapat menjadi sumber penyampaian informasi untuk meningkatkan pengetahuan tentang gizi. Pengetahuan gizi adalah kemampuan untuk mengetahui kandungan gizi pada makanan serta fungsi zat gizi tersebut untuk tubuh (Rizka et al., 2023). maka tujuan penelitian ini antara lain, untuk mengetahui penyampaian pesan dan informasi kesehatan seputar gizi pada akun @AhliGiziId khususnya dengan para pengikutnya di aplikasi media sosial *Instagram*. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menyelaraskan dengan metode penelitian deskriptif. memfokuskan penelitian bagaimana media sosial yang digunakan oleh AhliGiziId dalam menyampaikan pesan dan informasi seputar gizi Komunikasi semiotika melalui meme dan emoji, pesan verbal dan pesan non-verbal dalam komunikasi memiliki peran yang saling melengkapi satu sama lain dalam menyampaikan pesan atau informasi secara efektif dan dapat mempengaruhi audiens luas AhliGiziId menggunakan meme dan emoji dalam menyederhanakan informasi-informasi yang kompleks mengenai gizi. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan meme dan emoji menjadi daya tarik untuk membangun keefektifan dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang permasalahan gizi dengan cara yang menyenangkan dan menghibur. Penyampaian Informasi mengenai gizi ini mampu memberi pemahaman yang baik dan mudah dimengerti oleh masyarakat melalui visual meme dan emoji.

Kata Kunci: Emoji, Gizi, *Instagram*, Meme, Pesan verbal dan Non-verbal

ABSTRACT

*Universitas Islam 45 Bekasi Study
of Communication Science Faculty
of Communications,
Literature, and Language 2024*

Muhammad Raihan, 41182037200049

" Information about Nutrition on Instagram on Account (@AhliGiziId)"

Under the guidance of Winda Primasari, S.Hum., M.Si

This study aims to determine health communication through social media Instagram, which is a social media application that is often used and has a very large influence. Instagram is a platform on social media that can be a source of information delivery to increase knowledge about nutrition. Nutritional knowledge is the ability to know the nutritional content of food and the function of these nutrients for the body (Rizka et al., 2023). then the objectives of this study include, among others, to determine the delivery of messages and health information about nutrition on the @AhliGiziId account, especially with its followers on the Instagram social media application. The research method used in this research is qualitative by harmonizing with descriptive research methods. focusing on how social media is used by AhliGiziId in conveying messages and information about nutrition Semiotic communication through memes and emojis, verbal messages and non-verbal messages in communication have a role that complements each other in conveying messages or information effectively and can influence a wide audience AhliGiziId uses memes and emojis in simplifying complex information about nutrition. The results showed that the use of memes and emojis became an attraction to build effectiveness in raising awareness and understanding of nutrition issues in a fun and entertaining way. The delivery of information about nutrition is able to provide a good understanding and easy to understand by the public through visual memes and emojis.

Keywords: *Emojis, Nutrition, Instagram, Memes, Verbal and Non-verbal Messages*