

**Gambaran Persepsi Diet Pada Mahasiswa Ilmu
Komunikasi Yang Menonton Video Youtube Ade Rai**

SKRIPSI



Oleh

Muhammad Armanda

07031381924142

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
TAHUN 2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI
PENGARUH INTENSITAS MENONTON CHANNEL
YOUTUBE ADE RAI TERHADAP PERSEPSI DIET PADA
MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

SKRIPSI

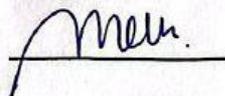
**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi**

Oleh

**MUHAMMAD ARMANDA
07031381924142**

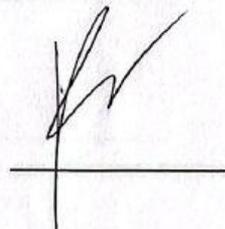
Pembimbing I

**Mery Yanti, S.Sos, MA
NIP. 197705042000122001**



Pembimbing II

**Ryan Adam, M.I.Kom
NIP. 198709072022031003**



**Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**GAMBARAN PERSEPSI DIET PADA MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI YANG MENONTON VIDEO YOUTUBE ADE RAI**

SKRIPSI

Oleh:

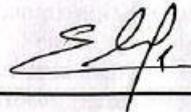
MUHAMMAD ARMANDA

07031381924142

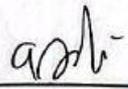
Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 27 Februari 2025
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

KOMISI PENGUJI

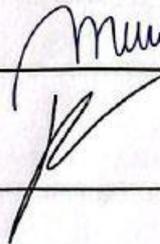
Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc
NIP. 199209132019032015
Ketua



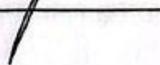
Safitri Elfandari, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 198806162022032005
Anggota



Mery Yanti, S.Sos, MA
NIP. 197705042000122001
Anggota



Ryan Adam, M.I.Kom
NIP. 198709072022031003
Anggota




Mengetahui,
Dekan FISIP UNSRI,

Prof. Dr. Alfitri, M.Si.
NIP. 196601221990031004


Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si.
NIP. 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Armanda
NIM : 07031381924142
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 28 April 2000
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi / FISIP
Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Menonton Channel Pengaruh Intensitas Menonton Channel Youtube Ade Rai Terhadap Persepsi Diet Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Armanda
NIM. 07031381924142

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai?

Karena mungkin ada suatu hal dibalik terlambatnya mereka lulus, dan percayalah alasan saya disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik.

"Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti Hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. Percaya proses itu yang paling penting, Karena Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap Rumit"

(Edwar Satria)

Persembahan :

Kedua orangtua saya yang paling berharga dalam hidup saya yang telah mendukung dan membiayai saya sampai titik ini dan juga saya ingin menyampaikan terimakasih kepada seseorang yang pernah bersama saya, terimakasih untuk patah hati yang diberikan saat proses penyusunan skripsi yang sekarang bisa menjadi pengingat untuk saya sehingga dapat membuktikan bahwa anda akan tetap menjadi alasan saya untuk terus berproses menjadi pribadi yang lebih baik. Terimakasih telah menjadi rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan, terimakasih telah menjadi bagian menyenangkan dan menyakitkan dari proses pendewasaan peneliti. Karena penulis yakin bahwa sesuatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan menuju kepada kita bagaimanapun caranya. Sampai jumpa dalam versi terbaik menurut takdir.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis bisa menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul Gambaran Persepsi Diet Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Yang Menonton Video Youtube Ade Rai, dengan baik. Penulisan skripsi ini pun diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini juga penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang sudah membantu, membimbing, serta memberikan motivasi selama pengerjaan proposal skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan ungkapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Husni Thamrin, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Merry Yanti, S.Sos, MA selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan berupa saran, arahan, beserta semangat kepada penulis sehingga proposal penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
5. Bapak Ryan Adam, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan berupa saran, arahan, beserta semangat kepada penulis sehingga proposal penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
6. Orang tua dan Keluarga yang selalu memberikan dukungan baik moral maupun material kepada penulis hingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan lancar.
7. Seluruh teman – teman yang memberikan semangat dan hiburan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Semoga skripsi ini akan bermanfaat bagi pembaca dan juga penulis. Penulis menyadari bahwa proposal ini masih banyak kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Abstrak

Diet merupakan kegiatan dalam mengatur pola makan dan memilih jenis makanan yang sehat dan bertujuan untuk mencapai berat badan ideal dan status gizi normal. Hingga saat ini kebanyakan orang khususnya pada mahasiswa hanya mengetahui diet sebagai gaya hidup untuk mengurangi asupan makan dan membatasi konsumsi makanan. Persepsi diet merupakan sebuah anggapan atau pendapat tentang diet mengenai makanan dan tubuh. Seringkali, persepsi diet disalahartikan sehingga menjadi persepsi yang tidak benar dan berakibat pada pola makan yang tidak baik. Youtube merupakan salah satu media sosial sebagai tempat dalam memasarkan sebuah produk. Melalui menonton youtube maka isi pesan yang disampaikan oleh seorang youtuber dapat tersampaikan kepada viewer. Tujuan penelitian yakni untuk mengetahui gambaran persepsi diet pada mahasiswa ilmu komunikasi yang menonton video Youtube Ade Rai. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian *pre experimental*. Penelitian ini menggunakan rancangan *one group pre test dan post test design*. Hasil penelitian menunjukkan sebelum menonton video youtube Ade Rai, sebanyak 48 responden memiliki persepsi diet positif dan 47 responden memiliki persepsi diet negatif. Setelah menonton video youtube, meningkat menjadi 62 responden memiliki persepsi diet positif dan 20 responden memiliki persepsi negatif. Terdapat perbedaan persepsi diet pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi.

Kata kunci: *Channel Youtube, Gambaran, Persepsi Diet*

Pembimbing I

Mery Yanti, S.Sos, MA
NIP. 197705042000122001

Pembimbing II

Ryan Adam, M.I.Kom
NIP. 198709072022031003



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

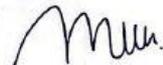
Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

Abstract

Diet is an activity in regulating eating patterns and choosing healthy types of food and aims to achieve ideal body weight and normal nutritional status. Until now, most people, especially students, only know diet as a lifestyle to reduce food intake and limit food consumption. Diet perception is an assumption or opinion about diet regarding food and the body. Often, diet perception is misinterpreted so that it becomes an incorrect perception and results in poor eating patterns. Youtube is one of the social media as a place to market a product. By watching youtube, the message conveyed by a youtuber can be conveyed to the viewer. The purpose of the study was to determine the description of diet perception in communication science students who watched Ade Rai's Youtube videos. The type of research used in this study is quantitative research using a pre-experimental research type. This study uses a one group pre-test and post-test design. The results showed that before watching Ade Rai's youtube video, 48 respondents had a positive diet perception and 47 respondents had a negative diet perception. After watching the youtube video, it increased to 62 respondents having a positive diet perception and 20 respondents having a negative perception. There is a difference in diet perception in students of the Communication Science Study Program..

Keywords: Youtube Channel, Description, Diet Perception

Advisor I



Mery Yanti, S.Sos, MA
NIP. 197705042000122001

Advisor II



Ryan Adam, M.I.Kom
NIP. 198709072022031003



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	11
Tujuan Penelitian	11
Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.2 Hipotesis	15
2.3 Penelitian terdahulu	48
BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1 Desain Penelitian.....	55
3.2 Definisi Konsep.....	55
3.3 Operasionalisasi Variabel	56
3.4 Unit Analisis, Populasi Dan Sampel	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.6 Teknik Analisa Data	62
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	64
4.1 Universitas Sriwijaya.....	65
4.2 Visi Misi Universitas Sriwijaya	67
4.3 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.....	69
4.4 Jurusan Ilmu Komunikasi	70
4.5 Channel Youtube Ade rai.....	70
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	71
5.1 Karakteristik Reponden	72

5.2 Hasil Analisa Dekskriptif.....	73
5.3 Hasil Analisa Bivariat.....	73
5.4 Pembahasan.....	77
BAB VI PENUTUP	84
6.1 Kesimpulan	84
6.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2 Operasionalisasi Variabel	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	50
Tabel 4.2 Usia.....	50
Tabel 4.4 Pengaruh Intensitas Menonton.....	51
Tabel 4.3 Persepsi Diet Sebelum dan Sesudah Menonton	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Channel Youtube Ade Rai	4
Gambar 2 Kerangka Pemikiran	22

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Remaja merupakan masa kehidupan individu dimana terjadi perkembangan psikologis untuk menemukan jati diri. Pada masa peralihan tersebut, remaja akan dapat mengembangkan bakat dan kemampuan yang ia miliki yang akan ditunjukkan pada orang lain agar terlihat berbeda dari yang lain (2022). Pada masa perkembangan tersebut juga terjadi perubahan gaya hidup hingga perubahan pola konsumsi makan. Salah satu perubahan yang terjadi pada mahasiswa adalah pandangan terhadap citra tubuh. Berdasarkan pandangan tersebut banyak mahasiswa yang ingin mengubah pola hidup dan pola makan untuk mencapai bentuk tubuh yang diinginkan. Kebanyakan mahasiswa berasal dari daerah dan turut mengikuti perubahan gaya hidup lingkungan disekitar. Gaya hidup tersebut meliputi cara berbicara serta bersosialisasi dengan teman baru hingga kebiasaan pola konsumsi (Faizah dan Ruhana, 2021).

Gaya hidup mahasiswa dapat memberi pengaruh yang negatif dan positif. Gaya hidup juga berperan penting dalam memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif atau pola makan. Salah satu pengaruh negatif yang ditimbulkan akibat gaya hidup yang tidak baik terhadap perilaku makan adalah timbulnya masalah gizi dari asupan yang kurang atau berlebih. Seringkali seseorang terobsesi untuk memperoleh tubuh yang ideal dan berupaya dengan keras untuk mencapai hal tersebut. Hal tersebut kemudian menjadi salah satu sumber masalah gizi pada mahasiswa (Muliarsi dan Sutiari, 2022).

Masalah gizi pada mahasiswa di Indonesia meliputi gizi kurang, obesitas dan defisiensi mikronutrien. Salah satu faktor yang berkontribusi adalah asupan makan yang kurang. Banyak mahasiswa yang ingin memiliki tubuh ideal untuk memenuhi citra tubuh yang dianggap baik pada kalangan remaja. Mahasiswa

dengan status obesitas dan kurang gizi sering merasa tidak puas dengan citra tubuh yang telah dimiliki sehingga banyak mencoba hal baru untuk melakukan diet.

Setiap individu memiliki sudut pandang berbeda sehingga persepsi negatif dan positif dapat mempengaruhi perilaku konsumsi atau pola diet seseorang (Yanuarti dkk, 2022). Di Indonesia, para remaja mengalami berbagai masalah nutrisi yang disebut *triple burden*, meliputi *stunting*, *wasting*, *obesitas*, serta defisiensi zat nutrisi mikro seperti *anemia*. Menurut informasi Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018, ditemukan 25,7% pemuda berusia 13-15 tahun dan 26,9% pada usia 16-18 tahun menderita perawakan pendek atau sangat pendek. Di sisi lain, 8,7% kelompok usia 13-15 tahun dan 8,1% remaja 16-18 tahun mengalami kelebihan massa tubuh, sementara angka *obesitas* tercatat sebesar 16,0% untuk usia 13-15 tahun dan 13,5% pada usia 16-18 tahun (Gardriarini dkk, 2024). Pola makan yang kurang sehat dan pengaturan diet yang keliru menjadi faktor yang berkontribusi terhadap masalah gizi tersebut.

Diet adalah aktivitas yang dilakukan untuk mengatur pola konsumsi makanan dengan memilih *jenis-jenis makanan* yang bergizi demi mencapai *berat badan* yang ideal serta kondisi gizi yang seimbang. Namun, hingga kini, banyak orang, terutama kalangan *mahasiswa*, hanya memahami *diet* sebagai tren hidup yang bertujuan mengurangi porsi makan dan membatasi asupan *makanan* tertentu. Hal tersebut bertujuan untuk menurunkan berat badan. Diet tidak sehat yang dilakukan tersebut berdampak pula pada masalah kesehatan seperti defisiensi zat gizi dan gangguan makan. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku diet adalah persepsi mengenai diet tersebut (Izzah dkk, 2021).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh *Katadata Insight Center (KIC)* pada tahun 2024, mayoritas partisipan survei menjalani program diet dengan cara mengurangi jumlah atau ukuran porsi makanan mereka. Sekitar 59,9% peserta memilih metode ini, sementara 53,2% lainnya memfokuskan diet mereka pada pengurangan konsumsi karbohidrat maupun gula. Selain itu, 45% responden menghindari makanan yang mengandung lemak tinggi, dan persentase yang sama juga menghindari *fast food* atau makanan cepat saji. Terdapat pula

2,6% partisipan yang menerapkan pola diet puasa atau *intermittent fasting*. Mayoritas responden dalam survei ini berasal dari rentang usia 35-44 tahun (33,3%), disusul oleh kelompok usia 25-34 tahun (31%) dan 45-54 tahun (21,5%).

Persepsi diet merupakan sebuah anggapan atau pendapat tentang diet mengenai makanan dan tubuh. Seringkali, persepsi diet disalahartikan sehingga menjadi persepsi yang tidak benar dan berakibat pada pola makan yang tidak baik. Persepsi ini meliputi emosi dan perilaku yang diarahkan pada tubuh seseorang. Citra tubuh terbentuk dari cara individu memandang sifat-sifat dan keterampilan fisiknya sendiri serta bagaimana ia menginterpretasikan tanggapan orang lain terhadap dirinya. Persepsi diet juga dipengaruhi oleh pengetahuan gizi dan pengetahuan diet itu sendiri (Faiziah dan Amalia, 2021). Tingkat pemahaman seseorang memengaruhi sikap yang dimilikinya. Selain itu, harga diri juga merupakan faktor yang turut berperan. Pemahaman mengenai pola makan juga berkaitan erat dengan kebiasaan dalam menjalani diet. Memahami konsep diet menjadi hal yang menarik untuk mencapai bentuk tubuh yang diinginkan. Apabila kebiasaan diet yang dilakukan tidak tepat dan tidak sehat dalam jangka waktu yang lama, hal ini dapat menimbulkan efek negatif bagi kesehatan. Hal tersebut disebabkan pula oleh persepsi diet yang salah (Ariska dan Teuku, 2018).

Kemajuan teknologi yang semakin modern telah memberikan dampak besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang komunikasi dan informasi. Perkembangan pesat dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi telah memicu perpindahan nilai (*value migration*) dari penggunaan surat fisik sebagai sarana komunikasi menuju telekomunikasi berbasis digital (Isdianti, 2022). Teknologi sendiri merupakan gabungan antara kecerdasan dan emosi manusia yang kini banyak dimanfaatkan untuk mendukung berbagai bidang kehidupan, termasuk di dalamnya platform jejaring sosial. Beberapa platform jejaring sosial yang sedang tren dan banyak dipakai saat ini antara lain *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube*, *TikTok* dan *Snapchat*. Keberadaan platform-platform tersebut telah menjadi hal yang sangat familiar di masyarakat,

terutama di kalangan anak muda.

Terdapat informasi yang bertebaran mengenai diet, salah satunya adalah bersumber pada media sosial *YouTube*. Platform *YouTube* yang saat ini sedang populer, memungkinkan siapa saja untuk mengunggah, membagikan, dan menonton berbagai macam video melalui internet. Media ini menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat karena keberadaan konten kreator, termasuk para *influencer* yang sedang ramai dibicarakan, khususnya di kalangan remaja. Dengan perkembangan teknologi yang ada saat ini, remaja dan masyarakat luas dapat menggunakan *YouTube* sebagai sarana untuk memperoleh berbagai pengetahuan melalui tayangan di berbagai kanal (Nabila dkk, 2023).

YouTube merupakan salah satu media sosial sebagai tempat dalam memasarkan sebuah produk. Melalui intensitas menonton *YouTube* maka isi pesan yang disampaikan oleh seorang *YouTube* dapat tersampaikan kepada viewer. Intensitas menonton *YouTube* merupakan kegiatan secara intens dalam menonton dan memperhatikan sebuah video *YouTube*. Menentukan intensitas menonton dapat diketahui melalui penggunaan media, frekuensi penggunaan media dan durasi interaksi dengan media sosial. Terdapat pula pesan-pesan yang disampaikan oleh *YouTube* dengan berbagai macam informasi. Salah satu informasi yang diberikan yakni mengenai diet dan kesehatan (Ramdhini dan Fatoni, 2020).

Sebanyak satu miliar orang di seluruh dunia menggunakan *YouTube*, dengan platform ini mencatat miliaran tampilan dan ratusan juta jam waktu menonton video setiap harinya. Sekitar sepertiga dari total pengguna tersebut menyumbang jumlah penayangan tersebut. Secara keseluruhan, *YouTube* berhasil menjangkau demografi yang lebih luas pada rentang usia 18–34 tahun serta 35–49 tahun.

Sebagian besar pengunggah video pada media *YouTube* adalah berasal dari kaum milenial yang berkreasi dan berkomunikasi melalui media *YouTube*. Hal

tersebut membuat *YouTube* menjadi sarana utama dalam berkomunikasi dan melakukan kegiatan pada media social. Fasilitas yang diperoleh dari *YouTube* sendiri, memicu banyak konten creator dari berbagai Negara untuk membuat materi edukasi yang ditampilkan.

Perubahan besar yang terjadi akibat kompleksitas internet telah mendorong Google untuk menghadirkan sebuah platform yang memungkinkan penggunanya mengunggah video dan membagikannya secara gratis kepada khalayak luas di seluruh dunia. Platform tersebut dikenal dengan nama *YouTube* . Jika dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya, komunikasi massa memiliki keunggulan utama berupa jangkauan yang luas, sehingga mampu menjangkau jumlah audiens yang sangat banyak tanpa batasan. Pesan yang sama diterima oleh koresponden secara bersamaan pada waktu yang identik. Sementara itu, salah satu kelemahan komunikasi massa terletak pada kurangnya stimulasi indra manusia, baik sebagai penerima maupun penyampai informasi. Berbeda dengan komunikasi interpersonal, tatap muka antara komunikator dan komunikan memungkinkan pemanfaatan optimal dari berbagai indera, karena keduanya dapat secara langsung melihat, mendengar, mencium, menyentuh, dan merasakan (Saifulloh dan Didik, 2004).

Menurut laporan dari *Reportal*, platform *media sosial YouTube* sangat populer di Indonesia, dengan jumlah pengguna mencapai 139 juta orang atau setara dengan 50% dari total populasi pada tahun 2022. Iklan di *YouTube* lebih banyak diakses oleh laki-laki, yaitu sekitar 53,1%, sementara perempuan mencapai 46,9%. Mayoritas pengguna *YouTube* berada dalam rentang usia 16 hingga 64 tahun, dengan persentase penggunaan sebesar 94%. Data ini diperoleh dari survei yang dilakukan oleh *GWI* pada kuartal ketiga tahun 2020 (Tinambunan dkk, 2022).

YouTube sebagai sarana komunikasi publik menawarkan berbagai macam informasi dan kabar yang diperlukan oleh setiap individu. Saat ini, semua orang dimudahkan dalam mencari berita karena tidak harus repot-repot pergi ke luar

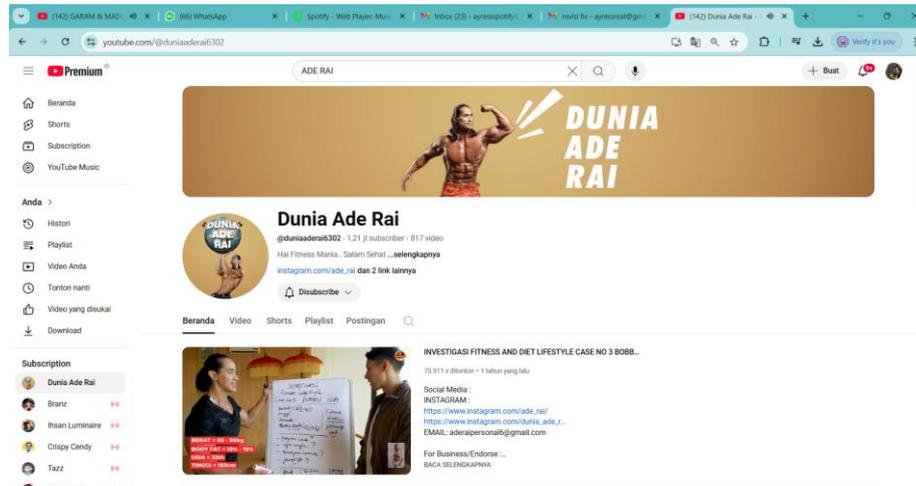
rumah untuk membeli surat kabar. Selain itu, *YouTube* juga kerap digunakan sebagai sarana hiburan, mengingat terdapat beragam tayangan video yang menarik dan menyenangkan. Terdapat berbagai macam konten yang disajikan dan dibuat oleh para konten creator. Salah satu konten adalah konten kesehatan yang membahas tentang diet.

Terdapat beberapa Channel *YouTube* yang membahas tentang diet yang diantaranya adalah SKWD Fitness, Yulia Baltschun, Pamela Reif, Salsa Levefit serta Ade Rai. Skwad Fitness merupakan salah satu saluran media dari Skwad Media yang berfokus pada penyajian video tutorial kebugaran, latihan fisik, serta beragam tips untuk menjalani gaya hidup sehat. *Channel* ini menyediakan berbagai jenis video, seperti panduan olahraga untuk membantu tidur lebih nyenyak, permainan menebak jumlah kalori dalam makanan, hingga pembahasan tentang mitos-mitos diet.

Pamela Reif merupakan salah satu konten creator youtube yang membahas mengenai diet. Pamela Reif menggunakan kombinasi anatara penjelasan dengan gerakan yang disampaikan bagi penonton. Yulia Baltschun adalah sosok wanita yang terkenal sebagai *influencer* dalam bidang diet dan kebugaran. Melalui saluran *YouTube* miliknya, Yulia sering membagikan berbagai informasi seputar diet, cara melakukan *workout* dengan benar, resep makanan sehat, serta berbagai tips terkait pola makan sehat. Sementara itu, saluran *YouTube* bernama *Salsalivefit* juga menyajikan konten yang berfokus pada gaya hidup sehat dan diet. Di saluran tersebut, tersedia beragam pilihan video olahraga yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan, seperti yoga untuk meredakan nyeri menstruasi, latihan membakar lemak di area perut, dan sebagainya.

Video atau vlog yang kini sangat populer, terutama di kalangan remaja perempuan, adalah konten yang dihasilkan oleh *YouTube r*. Yotuber merupakan seseorang yang menjadi konten creator pada aplikasi *YouTube* dan membuat sebuah video yang menunjukkan berbagai macam cara dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu konten creator *YouTube* yang memberikan penjelasan mengenai

diet adalah Ade Rai. Berikut ini disajikan gambar *Channel YouTube* Ade Rai



Sumber: <https://www.YouTube.com/@AderaiId>

Keunggulan *Channel YouTube* Ade Rai dibandingkan dengan *channel YouTube* lainnya yang membahas diet, diantaranya yakni pada penggunaan bahasa yang digunakan. Ade Rai memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dalam menyampaikan pesan. Diet yang dibahas dan disarankan oleh Ade Rai tidak hanya terpaku dalam satu jenis diet saja. Namun Ade Rai memberikan informasi mengenai diet yang sehat dan berpedoman pada gizi seimbang. Dalam pesan yang disampaikan oleh Ade Rai melalui video *YouTube*, juga turut memberikan penjelasan mengenai proses penyerapan makanan yang dikonsumsi hingga hasil akhir terbentuknya zat gizi pada makanan tersebut. Meskipun informasi dan edukasi yang disampaikan merupakan hal serius, namun melalui gaya pembahasan yang diberikan oleh Ade Rai terkesan ringan dan mudah dimengerti. Hal tersebut membuat pesan yang disampaikan dapat lebih diterima oleh penonton. Melalui gaya bahasa dan penyampaian yang mudah dimengerti, akan menarik minat penonton untuk menonton video tersebut.

Salah satu *Channel YouTube* yang membahas tentang diet adalah *Channel YouTube* Ade Rai. Tayangan *Channel YouTube* Ade Rai berupa tutorial dan

edukasi, sehingga lebih mudah diterima oleh para subscriber. Selain itu, pada era modern seperti sekarang ini akses internet sangat cepat dan semua orang membutuhkan handphone untuk membantu dalam mempermudah aktivitas. Tidak terlepas pula dari menonton *YouTube* yang dijadikan sebagai referensi dalam mencari sumber informasi khususnya tentang diet. Ade Rai merupakan seorang binaragawan yang memiliki usaha tempat *gym* serta memiliki *Channel YouTube* yang berisi tentang diet dan kebugaran. Ade Rai mendirikan *RAI Institute* sebagai bukti komitmennya dalam memberikan pendidikan dan motivasi kepada masyarakat tentang pentingnya pola hidup sehat melalui *fitness*. *RAI Institute* fokus pada upaya edukasi dengan menyelenggarakan program sertifikasi pelatihan bagi para ahli di bidang kebugaran. Ade Rai juga turut memberikan edukasi melalui *Channel YouTube* yang dibuat. Pesan-pesan yang disampaikan oleh Ade Rai menggunakan penggunaan yang mudah dipahami oleh orang awam sehingga banyak menarik viewer. *Channel YouTube* Ade Rai sendiri telah memiliki subscriber sebanyak 742 ribu dan telah ditonton sebanyak 55.169.625 kali.

Sebagai seorang *content creator*, para *YouTube r* tentu memiliki cara berkomunikasi atau gaya bicara yang unik. Hal ini dapat diamati dari pemilihan bahasa, aksen, nada suara, perbendaharaan kata, interaksi saat berkomunikasi, tingkat formalitas, dan sebagainya (Ersyad, 2021). Penyampaian oleh *YouTube r* dalam menyampain pesan harus melalui komunikasi yang baik dan efektif agar pesan tersampaikan kepada viewer atau penonton. *Komunikasi persuasif* adalah suatu aktivitas yang memiliki tujuan untuk membujuk pihak lain dengan melibatkan aspek psikologis dari penerima pesan, sehingga mereka secara sadar dan sukarela melakukan suatu tindakan berdasarkan kemauan mereka sendiri. Bahasa merupakan suatu kekuatan untuk mengkomunikasikan pesan. Melalui bahasa atau pesan yang disampaikan maka diharapkan tercipta suatu kondisi yang diinginkan (Alam, 2020). Sebagai upaya dalam mendekatkan diri antara host video dengan viewers maka diperlukan suatu pendekatan komunikasi yang efektif.

Komunikasi merupakan salah satu kebutuhan utama manusia sebagai makhluk sosial. Komunikasi menjadi alat atau media dalam mengaktualisasikan diri serta berinteraksi dengan orang lain. Dalam komunikasi terjadi sebuah proses yang terdiri dari sumber atau pemberi komunikasi erta penerima komunikasi. Komunikasi juga dapat diartikan sebagai sebuah peristiwa dan simbol. Komunikasi sebagai peristiwa yakni seorang pemberi pesan atau komunikator mengirimkan pesan kepada penerima pesan atau yang disebut komunikan melalui simbol-simbol dan media tertentu. *Proses komunikasi* dimulai saat komunikator mengirimkan pesan, dan berakhir ketika komunikan menerima pesan tersebut. Secara keseluruhan, komunikasi merupakan rangkaian aktivitas yang dilakukan individu untuk menyampaikan pesan kepada orang lain, yang meliputi penafsiran, pengkodean, dan pengiriman pesan..

Proses komunikasi melibatkan berbagai elemen dan komponen yang saling berhubungan dan mempengaruhi satu sama lain. Apabila salah satu elemen mengalami gangguan, maka komunikasi yang efektif pun akan terhambat. Komunikasi terdiri dari berbagai elemen, seperti sender, message, encoding, channel, receiver, decoding, feedback, noise, dan context. Dalam pelaksanaannya, proses komunikasi sering kali mengalami berbagai kendala yang disebabkan oleh beberapa aspek. Beberapa hal yang dapat menjadi penghalang dalam komunikasi meliputi komunikator, penerima pesan, pengirim, media, dan pihak yang menerima informasi. Setiap komunikator berusaha agar komunikasi yang dilakukan dapat membantu mencapai tujuannya. Oleh karena itu, penting bagi setiap komunikator untuk memahami hambatan yang mungkin terjadi agar bisa mengantisipasi dan mengatasi rintangan tersebut. Hambatan yang sering muncul dalam komunikasi meliputi penggunaan saluran yang tidak tepat, kebisingan, serta minimnya umpan balik antara pengirim dan penerima pesan..

Komunikasi lisan berfungsi sebagai alat utama untuk mengungkapkan gagasan, emosi, serta keinginan kepada pihak lain. Pesan lisan memanfaatkan kosakata yang menggambarkan berbagai dimensi realitas yang dimiliki seseorang. Ungkapan emosi dapat disampaikan melalui dua metode, yaitu

secara *vokal* (lisan) dan *non-vokal* (tulisan). *Komunikasi lisan* merupakan bentuk pesan yang melibatkan semua jenis simbol, baik menggunakan satu kata maupun lebih. Proses ini dapat dijalankan baik secara tatap muka maupun melalui media perantara. Komunikasi verbal secara langsung dapat memberikan stimulus terhadap pengaruh penilaian. Sedangkan komunikasi verbal tidak langsung dilakukan melalui sebuah perantara atau media seperti media sosial atau handphone.

Komunikasi persuasif memiliki tujuan untuk memodifikasi atau memengaruhi keyakinan, sikap, serta tindakan seseorang. Menurut Anderson, komunikasi persuasif diartikan sebagai suatu bentuk interaksi yang dirancang untuk mengubah pandangan, pendirian, atau tindakan seseorang atau sekelompok orang melalui penyampaian pesan tertentu. Melalui pesan yang disampaikan oleh *YouTube* r dalam Channel *YouTube* Ade Rai, diharapkan penonton dapat mengubah persepsi mengenai diet sehingga dapat diaplikasikan.

Alasan peneliti mengambil tema penelitian adalah karena trend diet pada kalangan mahasiswa sedang meningkat, hal tersebut dikarenakan pada usia tersebut cenderung memikirkan tentang penampilan. Penelitian yang dilakukan oleh Faizah dan Ruhana (2021) menunjukkan bahwa salah satu tahapan yang dialami oleh mahasiswa ditandai dengan perubahan fisik, terutama pada penampilan tubuh yang dianggap sebagai standar yang harus dipenuhi dan diperhatikan oleh orang lain. Ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh tersebut kemudian berdampak pada persepsi terhadap *body image*. Sedangkan mahasiswa yang akan dijadikan sebagai responden penelitian adalah mahasiswa Program Studi Ilmu di Universitas Sriwijaya. Adapun mahasiswa yang akan dijadikan sebagai subyek penelitian adalah mahasiswa perempuan dan laki-laki yang menonton *Channel YouTube* Ade Rai.

Alasan pengambilan sampel adalah untuk mengetahui persepsi diet dan bagaimana pengaruh intensitas menonton terhadap persepsi diet. *Informasi* mengenai *pola makan* untuk mengurangi berat badan sering

kali *dipahami* secara keliru oleh mahasiswa tanpa berkonsultasi terlebih dahulu dengan *ahli nutrisi* atau *dokter*, sehingga mereka kesulitan membedakan mana yang tepat dan mana yang tidak. Maka dari itu penting dilakukan penelitian untuk mengetahui mengenai intensitas menonton terhadap persepsi diet pada mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi. Menurut penelitian awal yang telah dilaksanakan, didapati fakta bahwa lima mahasiswa dari program studi *Ilmu Komunikasi* menyaksikan *channel YouTube* milik Ade Rai sekitar 4-5 kali setiap minggu dengan waktu penayangan sekitar 15 menit per sesi.

Berdasarkan uraian masalah tersebut maka peneliti tertarik untuk mengetahui tentang “Gambaran Persepsi Diet Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Yang Menonton Video Youtube Ade Rai”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks yang telah dijelaskan sebelumnya, pertanyaan utama yang akan diteliti dalam studi ini dapat dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana gambaran persepsi diet pada mahasiswa ilmu komunikasi yang menonton video Youtube Ade Rai?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, tujuan dari studi ini dapat diuraikan sebagai berikut:

Untuk mengetahui gambaran persepsi diet pada mahasiswa ilmu komunikasi yang menonton video Youtube Ade Rai.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Manfaat dari studi ini secara akademik diharapkan mampu memperluas pemahaman keilmuan terkait konsep dan pendekatan

yang berhubungan dengan kebiasaan menonton *YouTube* serta pandangan terhadap pola makan.

- b. Memperbanyak kajian tentang persepsi berdasarkan teori komunikasi mengenai intensitas menonton *YouTube* dan persepsi diet.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi untuk studi lanjutan yang mengkaji berbagai pengalaman masyarakat, terutama kalangan remaja, terkait frekue
- b. Memberikan pemahaman tentang intensitas menonton *YouTube* dan persepsi diet.
- c. Penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui pengaruh intensitas menonton terhadap persepsi diet pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Sriwijaya.
- d. Penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui perbedaan persepsi diet sebelum dan sesudah menonton *YouTube* Ade Rai.

Daftar Pustaka

Jurnal

- Adebayo, P.O. 2015. Impact Of Socio-Cultural Values And Individual Attributes On Women Entrepreneurship. *International Journal Of Management Sciences And Business Research*, Vol. 4 (12): 1-12.
- Adenia, N. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Offline Pada Toko Rr Stuff Di Bengkulu (Studi Kasus Mahasiswa Febi)* (Doctoral Dissertation, Iain Bengkulu).
- Adi, A. N., Suminar, J. R., & Sjafridah, N. A. (2019). Makna Subscriber Bagi Youtuber Kota Bandung. *Communication*, 10(2), 142-156.
- Bado, B., Hasan, M., & Isma, A. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Modal Sosial Untuk Keberlanjutan Usaha Umkm Milenial. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 15582-15603.
- Faizah, N. A. N., & Ruhana, A. (2021). Persepsi Body Image Dengan Kebiasaan Jajan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya (Kampus Ketintang). *Jurnal Sehat Mandiri*, 16(1), 172-184.
- Girsang, L. R., & Situmeang, I. V. O. (2023). Pengaruh Komunikasi E-Wom, Konten Video, Intensitas Menonton Dan Review Konsumen Terhadap Keputusan Berwisata Kuliner. *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 7(1), 172-181.
- Ihsan, R., Wijayanto, A., & Hidayat, I. N. (2023). Manajemen Produksi Konten Youtube Danang Giri Sadewa. *Jurnal Audiens*, 4(2), 331-340.
- Izzah, A. N., Angraini, D. I., & Berawi, K. N. (2021). Pengaruh Kepribadian Terhadap Perilaku Diet Sehat Atau Diet Tidak Sehat Pada Remaja: Tinjauan Pustaka. *Jurnal Agromedicine*, 8(2).
- Karyawati, T., Seventina, H., & Zahra, A. (2023). Hubungan Antara Citra Tubuh Dengan Perilaku Diet Mahasiswi Di Akademi Keperawatan Al Hikmah 2 Brebes. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 3(09), 840-849.
- Lulu Dkk., 2018. Pengaruh Konseling Gizi Menggunakan Media Booklet Terhadap Peningkatan Pengetahuan Mpsai Pada Ibu Balita Stunting Usia 6-

24 Bulan Di Wilayah Kerja Puskesmas Pengasih Ii Kabupaten Kulon Progo Yogyakarta. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*. Vol 13 No 2.

- Muliarsi, N. K., & Sutiari, N. K. (2022). Persepsi Negatif Tentang Diet Pada Remaja Putri: Studi Cross-Sectional Di Kabupaten Tabanan. *Gizi Indonesia*, 45(2), 109-118.
- Purbosari, P., & Sutrisno, T. (2021). Studi Korelasi Intensitas Menonton Youtube Terhadap Minat Belajar Mahasiswa Pgsd Universitas Veteran Bangun Nusantara. *Journal Of Educational Learning And Innovation (Elia)*, 1(2), 117-128.
- Ramdhini, V. C., & Fatoni, A. (2020). Pengaruh Intensitas Menonton Video Youtube Dan Kredibilitas Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Channel Youtube Suhay Salim Video ‘Wardah Instaperfect Review Tutorial Swatches’). *Scriptura*, 10(2), 53-59.
- Wasisto, R. H. (2023). Efektifitas Konten Dharma Wacana Pada Channel Youtube Kerta Bumi Official. *Communicare*, 4(1), 21-30.
- Wibawa, M. A., & Pradekso, T. (2018). Pengaruh Intensitas Menonton Channel Youtube Reza Oktovian Dan Pengawasan Orang Tua Terhadap Perilaku Agresif Yang Dilakukan Remaja Sekolah Menengah Pertama. *Interaksi Online*, 6(3), 307-311.

Buku

- Adelina, R., Dwipajati, C. C., & Widayanti, E. (2022). *Perspektif Gizi & Seputar Diet Untuk Sindroma Metabolik Di Era Pandemi*. Media Nusa Creative (Mnc Publishing).
- Apriadji, W. H. (2008). *81 Diet Sehat Golongan Darah Ab*. Gramedia Pustaka Utama.
- Arikunto, S. (2021). *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi 3*. Bumi Aksara.
- Astuti, M., Mm, M. O. S., Matondang, N., Kom, S., & Mm, M. T. (2020). *Manajemen Pemasaran: Umkm Dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Bimo, Walgito. 2003. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Burgess, J. (2018). Youtube: Online Video And Participatory Culture. *Polity*.
- Deddy Mulyana, (2014), Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Bandung, Pt Remaja Rosdakarya.
- Efendi, N. Y., & Abidin, N. A. Z. (2021). *Diet Sehat Di Usia Senja “Perspektif Lansia Dalam Pola Makan Dan Hidup Sehat”*. Guepedia.
- Effendy, O. U. (2011). Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek.
- John W.Creswell. (2019). Research Design, Jogjakarta, Pustaka Pelajar.
- Krisnatuti, I. D., Rasjmida, D., & Yenrina, I. R. (2014). *Diet Sehat Untuk Penderita Diabetes Mellitus*. Penebar Swadaya Group.
- Nanuru, R. F. (2017). Youtube: Seni Berwawasan Teknologi Modern.
- Nisa, A. H., Hasna, H., & Yarni, L. (2023). Persepsi. *Koloni*, 2(4), 213-226.
- Notoatmodjo, S. 2018, Metodologi Penelitian Kesehatan, Jakarta: Rineka Cipta
- Rohmadi, A. (2016). *Tips Produktif Ber-Social Media*. Elex Media Komputindo.
- Rusadi, U. (2015). *Kajian Media: Isu Ideologis Dalam Perspektif, Teori Dan Metode*. Pt. Rajagrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Ruswadi, I. (2022). *Keperawatan Gerontik Pengetahuan Praktis Bagi Perawat Dan Mahasiswa Keperawatan*. Penerbit Adab.
- Saras, T. (2023). *Program Diet: Panduan Lengkap Untuk Menurunkan Berat Badan Dan Hidup Sehat*. Tiram Media.
- Situmeang, I. V. O. (2020). Buku Media Konvensional Dan Media Online.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. Elex Media Komputindo.