

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Virus Corona telah menyebar ke banyak negara di dunia, termasuk Indonesia, pada akhir 2019 lalu kasus yang pertama kali terjadi di provinsi Wuhan, China. Di awal tahun 2020 penyakit Penyakit COVID-19 atau *Coronavirus Disease* pertama kali muncul di Indonesia, dengan minimnya persiapan dan juga sangat sedikitnya pengetahuan tentang virus ini akhirnya virus ini dapat menyebar dengan begitu cepat dan menimbulkan kelompok-kelompok baru hingga saat ini. COVID-19 menyerang sistem kekebalan tubuh manusia, Virus COVID-19 menyerang sistem pernapasan terutama paru-paru. Oleh karena itu, imunitas tubuh perlu dijaga dan ditingkatkan selama pandemi ini. Dengan memiliki imun yang kuat, tubuh akan mampu melawan virus dengan cara memproduksi protein yang bernama antibody. Secara keseluruhan, sistem imun yang dimiliki tubuh mampu melindungi tubuh dari virus namun, terkadang imun tubuh pun bisa gagal untuk melindungi tubuh dari virus terutama ketika dalam kondisi lemah (Deriyanthi, 2020).

Selama masa pandemi COVID-19 kesadaran masyarakat akan pola hidup sehat meningkat. Berdasarkan survei Alvara Research, konsumsi kebutuhan kesehatan meningkat selama masa pandemic COVID-19. Seperti *hand sanitizer* dan produk sanitasi menjadi produk yang paling banyak dicari dan mengalami peningkatan sebesar 64.20%. Sedangkan untuk konsumsi multivitamin mengalami peningkatan sebesar 51.60%. Selain konsumsi kebutuhan kesehatan, kegemaran masyarakat untuk berolahraga ketika ada himbauan untuk di rumah saja juga meningkat sebesar 47.60%. Olahraga seperti bersepeda banyak dipilih oleh masyarakat dan juga tengah menjadi tren baik di dalam maupun di luar negeri (Andriarsi, 2020).

Dr. Vito Anggarino mengatakan bahwa selama masa pandemi ini harus banyak menggerakkan tubuh seperti olahraga karena dengan tetap bergerak membuat imunitas yang terdiri dari sel-sel kekebalan tubuh meningkat dan pompa jantung pun lebih baik sehingga tubuh akan tetap terjaga untuk kuat menghadapi penyakit dan resiko jantung sekaligus (covid19.go.id, 2020). Selain berolahraga, untuk menjaga dan meningkatkan kekebalan tubuh juga bisa dilakukan dengan memperbanyak asupan sayur dan buah agar tidak mudah sakit. Vitamin dan mineral dapat ditemukan pada sayur dan buah yang dapat memperkuat daya tahan tubuh dan meningkatkan sistem kekebalan imun tubuh dalam melawan virus penyebab penyakit (Noya, 2020). Dengan mengkonsumsi makanan sehat ini berhubungan dengan diet yang mana mengandung unsur pola makan sehat.

Selain bersepeda yang menjadi tren di masa pandemi ini, tren gaya hidup organik juga meningkat di Indonesia khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta. Dikarenakan kesadaran masyarakat modern akan pentingnya pola hidup sehat untuk mendapatkan imunitas tubuh yang lebih kuat. Gaya hidup sehat dengan mengkonsumsi produk organik semakin banyak diminati oleh masyarakat, selain untuk menghindari terserang virus COVID-19 juga dapat mencegah penyakit lainnya seperti jantung koroner, diabetes, hipertensi, stroke dan lainnya. Listianawato Setio sebagai Founder House of Phyto Organic mengatakan bahwa dengan pemakaian bahan atau produk organik dapat meningkatkan kesehatan masyarakat (Fauziah, 2021).

Mengubah gaya hidup dengan mengkonsumsi produk organik juga membuat masyarakat tertarik untuk menjalani diet sehat. Diet sehat tidak hanya bertujuan untuk menurunkan berat badan saja, diet dapat dilakukan dengan berbagai tujuan dari orang yang melakukan diet tersebut. Tujuan dari dilakukannya diet antara lain adalah untuk menjaga kesehatan, menjaga bentuk tubuh, menjaga stamina agar tetap bugar dan sehat dan lain sebagainya. Menjalankan diet tidak semudah kedengarannya, sebagian orang pernah menjalankan diet dan mungkin masih banyak yang mengalami kegagalan

program dietnya. Diet bukan hanya sebatas antara kita dan berat badan saja. Permasalahan diet dan berat badan menjadi kendala epidemi khususnya bagi wanita. Menurut statistik yang dilakukan pada tahun 2011 ternyata 75% wanita memiliki pikiran negatif terhadap bentuk tubuh termasuk terhadap makanan dan 1 dari 5 orang meninggal akibat pola diet yang buruk, seperti contohnya akibat pola makan yang tidak seimbang, jumlah kalori yang terlalu berlebih, kekurangan zat gizi dan tingginya lemak jenuh serta gula (Weiss, 2011).

Masyarakat Indonesia memilih pola makan khusus berdasarkan kepekaan atau alergi makanan/minuman atau kepercayaan pribadi, berdasarkan keinginan mengkonsumsi makanan nabati yang sedikit mengandung karbohidrat dan lemak. 80% responden menyatakan bahwa pola makan mereka memberikan batasan untuk mengkonsumsi makanan/minuman, 64% responden menyatakan bahwa mereka rela mengeluarkan uang lebih banyak untuk makanan/minuman yang lebih sehat kandungannya (Nielsen.com, 2016).

Peningkatan kesadaran masyarakat tentang hidup sehat akan membuat pola makan atau diet sehat semakin menarik di tahun 2020. Diperkirakan, tren ini akan mengarah pada kebiasaan makan baru yang sehat di masyarakat (Ireborn, 2020). Diet sendiri memiliki beberapa arti, secara bahasa diet artinya adalah hal atau kegiatan yang dilakukan secara rutin atau menjadi kebiasaan. Pengertian diet secara spesifiknya adalah pola atau aturan makanan khusus untuk kesehatan dan sebagainya (Baltshcun, 2020). Informasi mengenai diet sehat ini bisa didapatkan melalui tulisan di internet atau lini masa sosial media seperti Youtube di mana sekarang sudah ada banyak diet *influencer* yang membahas tentang bagaimana cara melakukan diet dengan baik dan benar. *Influencer* adalah individu atau seseorang yang dapat mempengaruhi keputusan orang lain dengan otoritasnya (Pahlevi, 2019).

Beberapa tahun belakangan ini terjadi peningkatan penggunaan internet yang mengubah internet menjadi saluran komunikasi paling populer di dunia, termasuk di Indonesia (Jerome et al., 2012). Hasil survey data yang dilakukan oleh *We Are Social* pada tahun 2020 menjelaskan bahwa sebanyak 175 juta atau

64% pengguna internet di Indonesia (We Are Social, 2020). Angka pengguna Internet di tahun 2020 mengalami kenaikan grafik sebesar 8% jika dibandingkan dengan tahun 2019 yang pada tahun sebelumnya sebanyak 56% atau 150 juta pengguna internet (We Are Social, 2019).

Pada buku berjudul Respon Terhadap Merek Karena Pengaruh Gangguan Penayangan Iklan Di Youtube disebutkan bahwa, berdasarkan hasil studi yang bekerjasama dengan Survei Opini Publik Indonesia dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), di Indonesia terjadi peningkatan sebesar 10.12% jumlah pengguna internet. Peninjauan tersebut menyangkut 5.900 contoh dengan margin *of error* sebesar 1.28%. Pengambilan data mulai dari Maret sampai 14 April 2019. Hasilnya menunjukkan bahwa ada sebanyak 171.7 juta jiwa (sekitar 64%) yang terhubung ke internet dari 264 juta penduduk Indonesia. Jumlah ini mengalami kenaikan sejak tahun 2017, saat tingkat kenaikan internet di Indonesia mencapai 54.86%. Jumlah pemakai internet meningkat dari tahun ke tahun, dan kontribusi terbesar peningkatan internet di Indonesia bersumber dari pulau Jawa. Tingkat peningkatan di pulau Jawa memperoleh angka 55% dari total. Sedangkan Sumatera menduduki peringkat kedua dengan kontribusi 21% dari tingkat penetrasi (Raharjo, 2019).

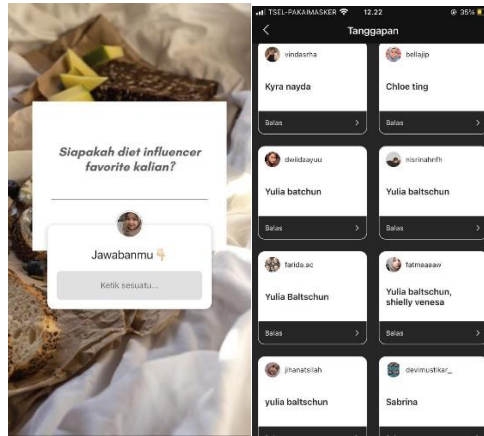
Dari total jumlah pengguna internet di Indonesia, 45.3% penduduk Indonesia menggunakan internet untuk mengakses konten hiburan untuk menonton film atau video (APJII, 2018). Untuk mengakses salah satu *platform* untuk menonton video online dapat diakses melalui Youtube. Di Indonesia Youtube menjadi salah satu media sosial yang sering digunakan. Menurut penelitian dari *We are social*, pada tahun 2020 Youtube menduduki peringkat pertama dengan presentase sebesar 88%, WhatsApp 84%, Facebook 82%, Instagram 79%, Twitter 56% dan Line 50% (We Are Social, 2020).

Youtube adalah situs web yang menyediakan semua jenis video, dari klip video hingga film, dan video yang dibuat oleh pengguna Youtube sendiri. Dengan mengunggah berbagai tutorial yang sangat bermanfaat dan

memperoleh informasi, Youtube dapat menghadirkan manfaat hiburan dan berbagi ilmu bagi penggunanya (Raharjo, 2019).

Berdasarkan data yang diperoleh dari *trends.google.com*, selama tahun 2020 mulai dari bulan Januari sampai September, informasi tentang diet sehat banyak dicari oleh masyarakat Indonesia (Google Trends, 2020). Dengan ini menunjukkan bahwa sudah banyak masyarakat yang mulai menyadari pentingnya hidup sehat dan bagaimana cara menurunkan berat badan dengan tidak menyiksa diri sendiri. Namun, tidak sedikit orang yang tidak tahu cara menghindari mitos dengan benar.

Di media sosial Youtube ada banyak *channel* yang membahas tentang *fitness*, pola hidup sehat dan juga diet sehat. Ada beberapa diet *influencer* juga yang kerap membahas tentang diet, salah satunya adalah Yulia Baltshcun atau yang biasa dipanggil Yulia. Yulia merupakan salah satu spesialis diet dan *fitness influencer* yang sudah bersertifikat serta aktif di Youtube dengan akun *channel*-nya “Yulia Baltschun”. *Channel* Yulia pada tanggal 16 September 2020 memiliki 1,45jt *subscriber* dan 117 video. Dibandingkan dengan akun diet *influencer* lainnya, Yulia memiliki jumlah *subscriber* yang paling banyak. Selain itu, berdasarkan pra-riset yang dibagikan di cerita Instagram pribadi penulis mengenai diet *influencer favorite* mereka, dari delapan orang yang mengisi lima di antaranya menjawab Yulia Baltschun. Hal ini membuktikan bahwa dengan jumlah *subscriber* yang paling banyak ini membuat Yulia lebih dikenal dibandingkan dengan diet *influencer* lainnya.



Gambar 1. 1 Riset Sederhana

Sumber: Olahan Penulis melalui cerita Instagram

Adapun beberapa *diet influencer* di Indonesia selain Yulia Baltschun yang sering memberikan informasi mengenai diet pada media Youtube diantaranya adalah akun *channel* Sabrina Chairunnisa dan Nadira Diva Vitani. Selain memberikan informasi mengenai diet, akun-akun tersebut juga berisikan tentang gaya hidup, olahraga, makanan, kecantikan dan juga kesehatan. Berikut data akun Youtube yang kerap memberikan informasi seputar diet lengkap dengan jumlah *subscriber* dan fokus konten:

Tabel 1. 1 Data Diet Influencer Indonesia

Data diambil pada tanggal 17 Desember 2020

Nama <i>Influencer</i> dan Nama Channel	Jumlah Subscriber	Fokus Konten
Yulia Baltschun (Yulia Baltschun)	1,67jt	Tips diet, tips olahraga, resep makanan sehat, kesehatan dan <i>podcast</i> .
Sabrina Chairunnisa (Sabrina Chairunnisa)	637rb	Resep makanan diet, tips olahraga, tips diet, kecantikan, dan gaya hidup.
Nadira Diva Vitani	8,51rb	Olahraga dan makanan sehat.

(Petite Diva)		
---------------	--	--

Sumber: (Femaledaily.com, 2019)

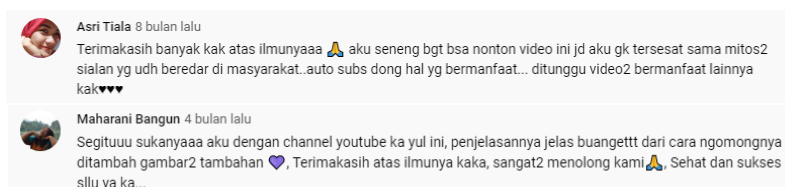
Berdasarkan dari tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa *channel* Youtube Yulia Baltschun terlihat memiliki keunggulan. Selain memiliki jumlah *subscriber* paling banyak di kalangan youtuber kebugaran, konten Youtube Yulia juga lebih tertata untuk membahas seputar diet, kesehatan, olahraga, dan juga makanan sehat. Jika dilihat video yang diunggah pada Youtube Yulia Baltschun ini, konten yang di luar dari seputar diet sangatlah sedikit dibandingkan dengan *diet influencer* lainnya. Oleh karena itu penulis memilih *channel* Youtube Yulia Baltschun untuk diteliti pengaruhnya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *subscriber*.

Pada media sosial Youtube Yulia fokus dengan pembahasan tentang pola hidup sehat, makanan sehat, diet sehat tanpa menyiksa, olahraga yang dapat membantu membakar lemak, mengencangkan tubuh dan ada juga membahas mengenai jenis-jenis makanan yang baik untuk diet serta, resep makanan enak namun tetap rendah kalori sehingga tidak cepat membuat berat badan naik.

Yulia memulai karirnya di Youtube pada tahun 2017 dan video pertamanya yang berjudul “Diet sukses turun 3kg-5kg perminggu || turun berat badan tanpa olahraga || diet Jepang” yang diunggah pada tanggal 12 Juni 2017 dan telah ditonton sebanyak 2.903.774 kali. Pada video pertama yang diunggah, Yulia menyebutkan bahwa semua informasi yang dibagikan berdasarkan pengalaman pribadinya, hasil observasi dan hasil berdiskusi dengan beberapa orang ahli seperti *personal trainer*, kakaknya yang kebetulan adalah dokter, dan para ahli-ahli lainnya.

Pada penyampaian informasi mengenai diet sehat yang dilakukan oleh Yulia terkesan singkat padat dan jelas. Hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa komentar dari penonton *channel* Youtube Yulia Baltschun mengenai informasi yang disampaikan olehnya (Gambar 1.2). Pemaparan informasi yang

Yulia berikan di akun media sosialnya terutama Youtube bukanlah hanya sekedar informasi berdasarkan pengalamannya saja, melainkan juga dari hasil observasi jurnal nasional dan internasional, berdiskusi dengan para ahli dan juga dari buku-buku sehingga informasi yang diberikan valid. Informasi ini juga sangat berguna bagi penonton Youtube-nya terutama yang sibuk atau malas membaca buku atau yang tidak sempat untuk mengobservasi sendiri dari penelitian-penelitian, karena mereka tinggal duduk manis melihat dan mendengarkan video yang disampaikan, apalagi video yang ditampilkan oleh Yulia sangat memanjakan mata dan mudah dipahami.



Gambar 1. 2 Komentar dari penonton Channel Yulia Baltshun

Sumber: Youtube Yulia Baltschun

Saat ini, Yulia berhasil merilis buku yang berjudul “I Hate Diet”. Buku ini berisikan mengenai mitos dan fakta diet yang selama ini beredar di masyarakat. Selain tentang mitos diet, buku ini juga berisi tentang cara membunuh rasa *insecure*, penyebab berat badan susah turun, cara ngemil tanpa naik berat badan, dan juga buku ini dilengkapi dengan fakta dan hasil studi psikologi mengenai kunci sukses langsing serta hasil riset tentang cara langsing dengan mudah (Yulia Baltschun, 2020). Buku ini diberi judul “I Hate Diet” karena Yulia sendiri mengetahui sebagian besar masyarakat menginginkan badan yang langsing tetapi mereka tidak terlalu suka dengan hal-hal yang berkaitan dengan diet karena terkesan menyiksa dan harus membatasi makanan dan dilarang untuk makan makanan yang enak, semua orang menginginkan tubuh langsing tetapi mereka malas atau tidak mau untuk melakukan diet. Maka dari itu, Yulia membuat buku ini dengan harapan dapat memperbaiki pola alam

bawah sadar yang sudah terlanjur terprogram negatif terhadap diet sehingga semua sugesti buruk tentang diet yang tertanam di dalam program otak kita bisa dinetralisir agar supaya ketika memulai program diet perjalanannya akan lebih menyenangkan dan mudah. Dengan adanya pembuatan buku ini menjadi daya tarik tersendiri untuk Yulia sebagai *diet influencer*. Selain itu, pergerakan jumlah *subscriber* Yulia Baltschun terbilang cukup cepat. Pada tanggal 17 Desember 2020 Yulia memiliki sebanyak 1.67 JT *subscriber* dan pada tanggal 07 Maret 2021 *subscriber* Yulia bertambah menjadi 1.8 JT. Pada video Youtube Yulia juga menampilkan testimoni dari salah satu *viewers* bernama Vindhy yang diunggah pada tanggal 16 Desember 2020. Vindhy mengikuti program diet sehat Yulia sejak tahun 2017 dan berhasil menurunkan berat badan sebanyak 47Kg. Dari video tersebut juga beberapa *viewers* memberikan testimoni melalui kolom komentar kalau mereka juga berhasil menurunkan berat badan.



Gambar 1. 3 Testimoni di kolom komentar Youtube Yulia Baltschun

Sumber: Youtube Yulia Baltschun

Pada buku yang berjudul “I Hate Diet” menyebutkan bahwa saat ini Yulia menjadi salah satu orang yang berdampak besar pada bidang diet di Indonesia. Selain di Youtube, Yulia juga berkarya melalui Instagram, membuat buku, membuat *sportwear* merek sendiri yaitu Ananas, membuat aksesoris *workout* dan masih ada beberapa karya dan bisnis lain yang masih menjadi

rahasia. Yulia dikenal sebagai orang yang sangat kritis dan berpendirian kuat pada standar yang telah dia tentukan sendiri. Idealisme tersebut didasari dengan niatnya yang sangat ingin memperbaiki dan meluruskan *mindset* diet di Indonesia. Pemahaman masyarakat Indonesia yang rendah mengenai diet menjadikan para oknum dan pelaku bisnis untuk meraup untung yang besar dengan cara membahayakan keselamatan masyarakat atau dengan cara memberikan harapan palsu seperti banyaknya pelaku bisnis yang menjual obat diet, teh diet dan lain sebagainya sehingga, kebutuhan informasi mengenai diet sehat yang berdasarkan fakta dan juga riset sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia (Baltshcun, 2020).

Penelitian sebelumnya yang dijadikan sebagai referensi penelitian adalah “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*” yang ditulis oleh Farid Rusdi Helen pada tahun 2018 (www.researchgate.net). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan akun Instagram @jktinfo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi massa, media baru, *uses and gratification*, penggunaan media sosial, Instagram, dan kebutuhan informasi. Penelitian ini menggunakan Metode penelitian kuantitatif yang proses pengumpulan datanya dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang ditentukan dengan teknik *nonprobability sampling* dan teknik *sampling incidental*. Kemudian digunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji t untuk menganalisis data yang diperoleh. Berdasarkan penelitian ini diperoleh hasil persamaan regresi linear $Y=0.564 + 0.880X$ dengan nilai signifikan (*sig.*) sebesar 0.000, yang artinya penggunaan media sosial akun Instagram @jktinfo berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penulis mengambil judul **“Pengaruh Channel Youtube Yulia Baltshcun Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Diet Sehat *Subscriber*”**. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah

untuk mengetahui pengaruh *channel* Youtube Yulia Baltschun terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan seperti diet dan juga kebugaran tubuh. Penulis akan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dan pengumpulan data yang akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang ditentukan melalui *non-probability sampling*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah penulis paparkan di atas, maka identifikasi masalah dari topik penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh yang diberikan dari *channel* Yulia Baltshcun terhadap pemenuhan kebutuhan informasi diet sehat *viewers*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penulis bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan dari *channel* Yulia Baltschun terhadap kebutuhan informasi diet sehat *viewers*.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini bisa memberikan referensi bagi penelitian selanjutnya. Dan juga diharapkan penelitian ini bisa memberikan manfaat di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai pemenuhan informasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat untuk *youtuber* atau *influencer* dalam membagikan informasi kepada khalayak luas dengan tujuan informasi yang telah disampaikan bisa diserap dengan mudah oleh *viewers*, terkhususnya informasi mengenai diet yang masih banyak mitos-mitos di dunia maya.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam waktu 7 bulan terhitung dari awal pengumpulan data. Waktu dan periode penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 2 Waktu Penelitian

No	Tahapan	2020-2021																											
		SEPT				OKT				NOV				DES				JAN				FEB				MAR			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Menemukan fenomena yang akan diteliti																												
2	Pengerjaan BAB I, BAB II, BAB III																												
3	<i>Desk Evaluation</i> (DE)																												
4	Pengumpulan data melalui Keuisioner kepada responden																												
5	Analisis data berdasarkan unit analisis dan indikator yang ditetapkan																												
6	Pengajuan Sidang																												