BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

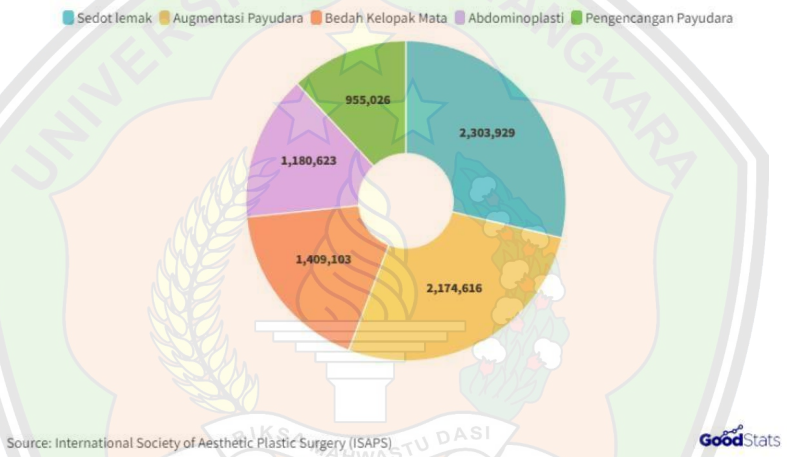
Gaya hidup modern sudah menjadi salah satu bagian dari kebutuhan sekunder masyarakat. Hidup sehat salah satunya harus dilakukan dengan menerapkan pola makan atau diet gizi seimbang. Namun faktanya, menurut data kementerian kesehatan justru 95,5 persen orang indonesia melakukan diet tidak sehat, angka itu meningkat dari data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2013 yang temuannya sebanyak 93,5 persen masyarakat menjalankan diet tidak sehat. Diet tidak sehat itu terlihat dari jumlah asupan gula, garam, dan lemak yang tidak sesuai dengan anjuran kemenkes (Kemenkes, 2013). Temuan kemenkes, hanya 4,8 persen masyarakat yang taat konsumsi gula tidak lebih dari 4 sendok makan atau 50 gram perhari. Selain itu, hanya 52,7 persen masyarakat patuh konsumsi garam tidak lebih dari 1 sendok teh atau 2.000 miligram per hari. Juga hanya 26,5 persen masyarakat yang konsumsi lemak atau minyak gorek sesuai dengan anjuran kemenkes, yakni 5 sendok makan atau 67 gram per hari (Fundrika & Varwati, 2021).

Pola makan manusia di era modern lebih mengutamankan kepraktiskan dan mengabaikan aspek kesehatan, misalnya makanan yang mengandung tinggi lemak, banyak garam dan tinggi gula. Hal ini menjadi salah satu penyebab terjadinya kenaikan penyakit degeneratif atau penyakit tidak menular. Salah satunya obesitas. Data riskesdas pada 2018 menunjukan adanya peningkatan angka jumlah kasus obesitas, yaitu 21,8 persen dibandingkan dengan tahun 2014 sebesar 14,8 persen, obesitas jika tidak ditangani bisa meningkatkan resiko terjadinya penyakit jantung, hipertensi hingga diabetes. Obesitas disebabkan oleh konsumsi makanan dan minuman yang berkalori tinggi dalam jangka panjang tanpa di imbangi dengan aktivitas fisik. Untuk penanganan obesitas adalah mengatur pola makan sehat sesuai dengan asupan kalori

Komunikasi Persuasif.., Rio Wijaya, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

harian, atau aktif berolahraga setiap hari. Jadi jika hanya melakukan diet tidak tepat dan tidak disertai olahraga tentu akan gagal (Fundrika & Varwati, 2021).

Menurut hasil data yang terdapat di riset *The International Society of Aesthetic Plastic Surgery (ISAPS): GoodStats 2024,* salah satu upaya dalam mengurangi obesitas sebagian besar orang memilih jalan pintas melakukan sedot lemak. Sedot lemak berada di urutan pertama dengan angka prosedur dilakukan sebesar 2.303.929. Prosedur operasi sedot lemak sendiri dilakukan dengan membuang lemak yang tersimpan di bawah kulit (Machfir, 2021).



Gambar 1. 1 Sedot Lemak Berada diperingkat pertama pada tahun 2022

Sumber: (Machfir, 2021)

Namun dibalik instannya metode tersebut terdapat efek samping yang menyebabkan kematian. Berikut beberapa kasus orang yang mengalami hal tersebut, salah satunya yang terjadi dikutip dari laman antara news, seorang influencer asal brazil Luana Andrade meninggal secara tragis pada saat melakukan prosedur sedot lemak di São Paulo, brazil pada 7 november 2023 (Sakina & Putri, 2023).

Penyebab kematian sebagai emboli paru masif, menurut siloam *hospitals* emboli paru salah satu penyakit paru-paru yang terjadi karena adanya penyumbatan pembuluh darah arteri pada paru. Hal tersebut menjadi penyebab utama kematiannya. Lalu terjadi

hal serupa di indonesia dikutip dari laman metro tempo kasus yang sama yaitu selebgram asal Medan Ella Nanda Sari, pada 22 Juli 2024. Setelah melakukan metode sedot lemak dengan penyebab kematian yang sama (Hamida, 2024).

Pada bulan maret 2022 @pwfitid mulai mengenalkan program yang telah berhasil ia jalani yaitu *carnivor diet*. @pwfitid meyakinin para *followers*nya untuk tidak takut dalam mengaplikasikan program ini karena sama seperti nenek moyang terdahulu kita yaitu pemburu/pengumpul pada ratusan ribu tahun yang lalu, berdasarkan hasil riset *Journal of Internal Medicine* tahun 2019 orang sering lupa bahwa mereka homo sapiens yang ditakdirkan untuk berburu dimana karnivora, tidak seperti pola makan standar indonesia/amerika yang 90 persen berbasis tumbuhan (Andrews & Johnson, 2019).



Gambar 1. 2 Postingan Akun Instagram @pwfitid

Sumber: Akun Instagram @pwfitid.

@pwfitid merupakan seorang yang antusias pada kesehatan dan kebugaran (*Fitness*). Beliau memiliki pengalaman 12 tahun di *gym* dan tidak menggunakan steroid. @pwfitid percaya bahwa makanan alami manusia yang berasal dari produk hewani adalah obat terbaik dan alat yang ampuh untuk menjadikan manusia sehat, ramping, dan berotot.

Perjalanan kreatif Putra Wijaya pada akun instagramnya dimulai pada juni 2019 dengan *username* @pwfitid. Dapat dilihat dari statistik akun media sosial instagram milik Putra Wijaya yaitu @pwfitid, pertanggal 10 september 2024, Putra Wijaya sudah berhasil meraup jumlah pengikut sebanyak 58,1 ribu orang. dengan total postingan instagram 126.



Gambar 1. 3 Profil Akun Instagram @pwfitid

Sumber: Akun Instagram @pwfitid.

Tujuan @pwfitid adalah membantu masyarakat indonesia menjadi kuat dan sehat bersama melalui *video* orisinal, sebagai komunikasi dua arah menekankan pentingnya pertukaran komunikasi dapat dilihat dari beberapa keberhasilan program *carnivor diet* atau pola makan yang berbasis daging, yang banyak menghasil kan bukti nyata di program tersebut dan membawa pengikut instragram nya menjalani pola hidup sehat. Berawal dari program *carnivor diet* tersebut @pwfitid terus berupaya mempertahankan dengan menggunakan instagram untuk memberikan informasi (Widianingsih & Cahyani, 2020). @pwfitid disambut baik oleh pengikut Instagram nya, dengan menggunakan *storytelling*, hal ini menuntut @pwfitid untuk terus berinovasi agar mudah dimengerti. *Storytelling* sebagai alat promosi yang digunakan dengan membuat perasaan, panca indra, pemikiran, dan tindakan konsumen bekerja (Hartawan, 2020). Manusia pada dasarnya lebih percaya kepada kekuatan cerita dalam bentuk narasi dibandingkan dengan mengobservasi merek, oleh karena itu melalui cerita yang menarik akan membuat konsumen menyebutkan merek tertentu dari mulut ke mulut (Kaufman, 2003).

Komunikasi persuasif @pwfitid Menggunakan berbagai strategi. Salah satu strateginya adalah penggunaan reels dalam konteksnya, dengan menggunakan *storytelling* @pwfitid berharap dapat membangun koneksi emosional dengan pengikutnya untuk mempengaruhi sikap dan perilaku mereka terhadap program yang @pwfitid berikan. Dalam melakukan aktivitas menggunakan *storytelling* tentu tidak begitu mudah dilakukan. Diperlukan adanya inovasi kreatif agar konten yang dihasilkan menarik audiens. Dengan Demikian hal tersebut dibutuhkan perencanaan yang matang menjadi kunci utama dalam menyampaikan kepada audiensnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk menjadikan akun instagram @pwfitid sebagai objek penelitian. Hal ini disebabkan oleh isi konten video yang informatif mengenai program *carnivor diet.* selain itu, @pwfitid juga secara konsisten menggunakan *storytelling* di Instagram dalam menyampikan informasi mengenai program *carnivor diet*. oleh karena itu, penelitian tertarik untuk melakukan penelitian penelitian dengan judul "Komunikasi Persuasif Carnivor Diet @Pwfitid Melalui Storytelling dalam Media Sosial Instagram"

1.2 Fokus Penelitian

Fokus dari penelitian ini adalah memahami lebih dalam penggunaan *storytelling* dalam konteks Komunikasi Persuasif Carnivor Diet @Pwfitid Melalui Storytelling dalam Media Sosial Instagram.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus Penelitian diatas, penelitian ini adalah memahami lebih dalam penggunaan penelitian sebagai berikut: "Bagaimana komunikasi persuasif *carnivor diet* yang diterapkan oleh @pwfitid melalui *storytelling* dalam media sosial instagram?"

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana komunikasi persuasif *carnivor diet* yang diterapkan oleh @pwfitid melalui *storytelling* dalam media sosial instagram.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian yang akan datang, dan dapat membantu dalam pengembangan teori dan konsep pada komunikasi persuasif, juga menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai *storytelling* dalam konteks komunikasi persuasif khususnya di media sosial instagram.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan pemahaman yang lebih dalam terkait penggunaan *storytelling* dalam konteks komunikasi persuasif di media sosial, khususnya di *platform* instagram. juga dapat membantu pihak-pihak untuk mengembangkan komunikasi persuasif yang lebih efektif.