



Peran Kredibilitas Akun Instagram, Persepsi Manfaat, dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kesadaran Gizi Publik

Reva Andrea Wiratama^{1*}, Yoma Bagus Pamungkas¹, Ami Saptiyono¹

¹ Progam Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang

**Corresponding author email: revawiratama23@gmail.com*

Article Info

Article history:

Received October 4, 2025

Approved December 7, 2025

Keywords:

Credibility, Digital Literacy, Instagram, Public Awareness, Usefulness

ABSTRACT

This study investigates the effect of the National Nutrition Agency's Instagram account credibility on public awareness of the Free Nutritious Meal Program, mediated by perceived usefulness and digital literacy. Employing a quantitative associative causal design, data were collected from 384 Generation Z and millennial Instagram users in Indonesia using purposive sampling. The research instrument was a structured questionnaire with a 6-point Likert scale, and data were analyzed using Generalized Structured Component Analysis (GESCA). Results show that account credibility significantly increases public awareness, with perceived usefulness acting as the main mediator and digital literacy as a borderline mediator. The findings highlight that useful content and audience digital skills are crucial for effective digital health communication. In conclusion, credible government social media, relevant content, and improved digital literacy are essential for enhancing public awareness and participation in strategic health programs.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh kredibilitas akun Instagram Badan Gizi Nasional terhadap kesadaran publik terkait Program Makan Bergizi Gratis, yang dimediasi oleh persepsi manfaat dan literasi digital. Penelitian menggunakan desain kuantitatif asosiatif kausal dengan pengambilan data dari 384 pengguna Instagram generasi Z dan milenial di Indonesia melalui teknik purposive sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur dengan skala Likert 6 poin, dan analisis data dilakukan menggunakan Generalized Structured Component Analysis (GESCA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas akun secara signifikan meningkatkan kesadaran publik, dengan persepsi manfaat sebagai mediator utama dan literasi digital sebagai mediator borderline. Temuan ini menegaskan bahwa konten yang bermanfaat dan keterampilan digital audiens sangat penting untuk efektivitas komunikasi kesehatan digital. Kesimpulannya, media sosial pemerintah yang kredibel, konten yang relevan, dan peningkatan literasi digital masyarakat sangat diperlukan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi publik dalam program kesehatan strategis.



How to cite: Wiratama, R. A., Pamungkas, Y. B., & Saptiyono, A. (2025). Peran Kredibilitas Akun Instagram, Persepsi Manfaat, dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kesadaran Gizi Publik. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 6(4), 2928–2940. <https://doi.org/10.55681/jige.v6i4.4719>

INTRODUCTION

Era digital telah mengubah lanskap komunikasi kesehatan publik secara fundamental di seluruh dunia. Platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana interaksi sosial, melainkan telah bertransformasi menjadi instrumen strategis bagi pemerintah dan lembaga internasional dalam menyebarkan program kesehatan dan gizi. Global Digital Report menunjukkan bahwa lebih dari 5 miliar orang di seluruh dunia menggunakan internet, dengan lebih dari 60% di antaranya aktif berpartisipasi dalam media sosial. Fenomena ini menciptakan peluang besar untuk membangun kesadaran kolektif dan memengaruhi perilaku masyarakat melalui pendekatan komunikasi yang lebih personal, visual, dan interaktif.

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) dan UNICEF secara berkelanjutan mendorong pemanfaatan media sosial sebagai bagian integral dari strategi komunikasi perubahan perilaku untuk mengatasi masalah malnutrisi global, terutama pada kelompok anak-anak dan remaja. Kampanye digital seperti "Nutrition for Every Child" dan "Scaling Up Nutrition Movement" telah mendemonstrasikan bagaimana komunikasi berbasis digital dapat menjangkau segmen masyarakat yang selama ini sulit disentuh oleh kampanye konvensional. Di Indonesia, tantangan gizi menjadi isu prioritas nasional dengan Badan Gizi Nasional mencatat penurunan angka stunting dari 24,4% pada 2021 menjadi 21,6% pada 2022, namun target pemerintah mencapai 14% pada 2024 membutuhkan upaya komunikasi digital yang lebih masif dan efektif.

Dalam mendukung Program Makan Bergizi Gratis, pemerintah melalui Badan Gizi Nasional memanfaatkan Instagram sebagai platform komunikasi strategis dengan akun resmi @badangizinasional.ri untuk menyebarkan informasi dan edukasi kepada masyarakat. Namun, efektivitas pesan yang disampaikan dalam membentuk kesadaran publik terhadap program strategis ini masih menjadi pertanyaan penting dalam konteks komunikasi kesehatan digital. Salah satu faktor kunci dalam efektivitas komunikasi digital adalah persepsi masyarakat terhadap kredibilitas akun media sosial yang menyampaikan pesan, karena jika akun tidak dianggap kredibel, pesan berisiko tidak diproses secara optimal oleh penerima pesan sehingga gagal membentuk kesadaran maupun perubahan perilaku.

Penelitian terdahulu menunjukkan relevansi berbagai variabel dalam konteks komunikasi kesehatan digital pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas sumber informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap respons kognitif audiens dalam edukasi kesehatan melalui platform Instagram. Sejalan dengan temuan tersebut, studi tentang penerimaan teknologi kesehatan menunjukkan bahwa perceived usefulness memediasi hubungan antara kredibilitas sumber informasi dan niat penggunaan informasi kesehatan digital, dengan literasi kesehatan berperan sebagai moderator yang signifikan. Penelitian tentang literasi digital dalam konteks kesehatan juga menunjukkan bahwa literasi digital berperan penting sebagai mediator dalam hubungan antara literasi e-kesehatan dan pengambilan keputusan kesehatan, namun belum secara eksplisit diuji dalam konteks akun Instagram lembaga pemerintahan.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas kredibilitas sumber, persepsi manfaat, dan literasi digital secara individual dalam komunikasi kesehatan, masih sangat sedikit studi yang mengintegrasikan ketiganya dalam satu model struktural, khususnya pada konteks akun Instagram lembaga pemerintah dan dalam isu strategis seperti Program Makan Bergizi Gratis. Gap penelitian ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk memahami mekanisme yang menghubungkan kredibilitas akun media sosial pemerintah dengan kesadaran publik melalui peran mediasi persepsi manfaat dan literasi digital dalam konteks program gizi nasional. Ketidaktepatan mengenai hubungan kompleks ini dapat menghambat optimalisasi strategi komunikasi digital pemerintah dalam mencapai target kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap program kesehatan strategis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kredibilitas akun Instagram Badan Gizi Nasional terhadap kesadaran publik terkait Program Makan Bergizi Gratis yang dimediasi oleh persepsi manfaat dan literasi digital. Urgensi penelitian ini diperkuat oleh fakta bahwa keberhasilan Program Makan Bergizi Gratis bergantung pada tingkat partisipasi aktif dan pemahaman yang luas dari masyarakat, yang hanya dapat dicapai melalui strategi komunikasi digital yang kredibel dan adaptif terhadap dinamika digital contemporary. Penelitian ini menawarkan kebaruan metodologis dengan menggunakan pendekatan Generalized Structured Component Analysis (GESCA) yang inovatif, serta kebaruan teoretis dengan mengintegrasikan Elaboration Likelihood Model (ELM) dan Technology Acceptance Model (TAM) dalam satu kerangka konseptual untuk menjelaskan proses komunikasi kesehatan digital pemerintah. Secara empiris, penelitian ini membedakan diri dengan fokus pada akun resmi pemerintah dan menjadi salah satu studi pertama yang menguji dua variabel mediasi secara simultan dalam konteks komunikasi gizi digital, memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan strategi komunikasi kesehatan publik yang berbasis bukti ilmiah.

METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal yang bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar variabel. Sugiyono (2021) menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel secara umum dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode penelitian ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian untuk menguji pengaruh kredibilitas akun Instagram Badan Gizi Nasional terhadap kesadaran publik terkait Program Makan Bergizi Gratis melalui peran mediasi persepsi manfaat dan literasi digital.

Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan metode Generalized Structured Component Analysis (GESCA) sebagai teknik analisis statistik utama. GESCA dipilih karena kemampuannya dalam menganalisis hubungan kompleks antar variabel serta keunggulannya dalam mengolah data yang tidak memerlukan asumsi distribusi normal yang ketat. Sudaryono (2021) menegaskan bahwa pemilihan metode analisis harus disesuaikan dengan karakteristik data dan tujuan penelitian, di mana GESCA memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam mengevaluasi model struktural dengan multiple mediator secara simultan. Creswell (2019) menambahkan bahwa desain penelitian kuantitatif memungkinkan peneliti untuk menguji teori dengan mendeskripsikan

variabel-variabel tertentu, menguji hubungan antar variabel, dan menentukan interaksi aktivitas dalam eksperimen.

Instrumen dan Teknik Analisis Data

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan skala Likert 6 poin untuk mengukur empat konstruk utama penelitian. Sugiyono (2022) menjelaskan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner penelitian terdiri dari 36 butir pernyataan yang mencakup kredibilitas akun Instagram Badan Gizi Nasional (X) dengan dimensi trustworthiness, expertise, dan attractiveness, persepsi manfaat (Z1) dengan indikator perceived usefulness, manfaat, dan engagement, literasi digital (Z2) meliputi information access, knowledge sharing, dan problem solving, serta kesadaran publik (Y) yang mengukur knowledge, interest, dan involvement terhadap Program Makan Bergizi Gratis.

Validitas dan reliabilitas instrumen diuji menggunakan berbagai teknik statistik yang komprehensif. Sudaryono (2018) menekankan bahwa validitas instrumen menunjukkan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur, sedangkan reliabilitas menunjukkan konsistensi alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Pengujian validitas konvergen dilakukan dengan menganalisis nilai loading factor yang harus melebihi 0,6, validitas diskriminan diuji menggunakan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) dengan batas maksimum 0,9, sedangkan reliabilitas diukur melalui nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability yang harus melebihi 0,7. Teknik analisis data menggunakan Generalized Structured Component Analysis (GESCA) dengan bantuan software statistik yang mampu mengevaluasi model pengukuran dan model struktural secara simultan, termasuk pengujian efek mediasi melalui Sobel Test.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah pengguna media sosial Instagram yang secara aktif mengikuti dan mengakses informasi dari akun resmi Badan Gizi Nasional (@badangizinasional.ri) dengan fokus pada generasi milenial dan generasi Z yang berusia 17-35 tahun. Sugiyono (2021) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pemilihan populasi ini didasarkan pada data statistik yang menunjukkan bahwa kedua generasi tersebut memiliki tingkat penggunaan media sosial yang tertinggi dan memiliki keterlibatan aktif dalam mengonsumsi konten kesehatan digital.

Teknik pengambilan sampel menggunakan Non-Probability Purposive Sampling dengan kriteria inklusi yang spesifik. Creswell (2019) menjelaskan bahwa purposive sampling merupakan strategi di mana peneliti secara sengaja memilih individu dan lokasi untuk mempelajari atau memahami fenomena sentral. Kriteria sampel penelitian meliputi: (1) pengguna aktif Instagram yang mengikuti akun @badangizinasional.ri, (2) berusia 17-35 tahun yang mencakup generasi Z dan milenial, (3) memiliki akses internet yang stabil, dan (4) bersedia berpartisipasi dalam penelitian secara sukarela. Sudaryono (2018) menegaskan bahwa purposive sampling tepat digunakan ketika peneliti memiliki pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu.

Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Lemeshow yang menghasilkan 384 responden sebagai sampel penelitian. Sugiyono (2022) menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500, sedangkan dalam penelitian

multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Teknik purposive sampling dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memfokuskan pada karakteristik spesifik populasi yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu individu yang memiliki paparan langsung terhadap konten akun Instagram Badan Gizi Nasional dan berpotensi terpengaruh oleh program komunikasi digital pemerintah.

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dilaksanakan melalui beberapa tahapan sistematis yang mengikuti prinsip-prinsip metodologi penelitian kuantitatif. Creswell (2019) menekankan bahwa prosedur penelitian kuantitatif harus mengikuti langkah-langkah yang terstruktur dan dapat direplikasi untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Tahap pertama adalah penyusunan instrumen penelitian berupa kuesioner online menggunakan platform Google Forms yang memungkinkan distribusi yang efisien dan pengumpulan data yang terstandarisasi. Sudaryono (2021) menjelaskan bahwa instrumen penelitian yang baik harus memenuhi syarat validitas dan reliabilitas, serta mudah digunakan oleh responden.

Tahap kedua adalah pilot testing terhadap instrumen penelitian dengan melibatkan 30 responden untuk menguji validitas dan reliabilitas awal sebelum pengumpulan data sesungguhnya. Sugiyono (2021) menegaskan pentingnya uji coba instrumen untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dapat mengukur variabel yang dimaksud dengan akurat dan konsisten. Tahap ketiga adalah pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner online kepada responden yang memenuhi kriteria inklusi dengan periode pengumpulan data selama 4 minggu untuk memastikan target sampel tercapai. Proses ini mengikuti prinsip ethical clearance dengan meminta persetujuan informed consent dari setiap responden sebelum mengisi kuesioner.

Tahap keempat adalah pengolahan dan analisis data menggunakan software GESCA untuk mengevaluasi model pengukuran dan model struktural. Hwang dan Takane (2014) menjelaskan bahwa GESCA memungkinkan analisis simultaneous terhadap model pengukuran dan model struktural dalam satu analisis yang komprehensif. Tahap terakhir adalah interpretasi hasil dan penyusunan laporan penelitian yang mengikuti standar penulisan ilmiah dengan menyajikan temuan secara objektif dan mendiskusikan implikasi teoretis serta praktis dari hasil penelitian. Creswell (2019) menekankan bahwa interpretasi hasil harus didasarkan pada data empiris dan dihubungkan dengan kerangka teoretis yang telah ditetapkan sebelumnya.

RESULTS AND DISCUSSION

Deskripsi Responden

Tabel 1 menyajikan data demografis responden generasi Z yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Data tersebut diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan Google Form, sehingga memungkinkan pengumpulan data yang efisien dan menjangkau responden dari berbagai latar belakang di Indonesia.

Tabel 1. Karakteristik Demografi Generasi Z di Indonesia

Demografis	Deskripsi	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	63,3%
	Laki-laki	36,7%
Tingkat Pendidikan	Sekolah Menengah	44,8%
	Keatas atau Sederajat	
	D3, D4, S1, S2	
Pekerjaan	Siswa	53,8%
	Karyawan Swasta	25,7%

Pegawai Negeri Sipil	2,8%
Lainnya	3,8%

Catatan : total presentase sama dengan 100%, “SMA atau sederajat” mencakup lulusan SMA/SMK/MA ; “DE, D4, S1, S2” mengacu pada tingkat Pendidikan diploma, sarajana, dan pascasarjana; Data dikumpulkan dari survey terhadap responden Generasi Z di Indonesia dengan jumlah responden sebanyak 384 orang.

Generasi Milenial dan generasi Z di Indonesia, dengan rentang usia 17-35 tahun, menunjukkan ketertarikan yang signifikan terhadap kesadaran public terkait “progam makan bergizi gratis”. Dari total responden 63,3% berjenis kelamin perempuan dan 36,7% berjenis kelamin laki-laki. Sebanyak 44,8% responden berpendidikan SMA atau sederajat, sedangkan sisanya adalah lulusan D3, D4, S1, S2. Generasi z di Indonesia, dengan rentang usia 17-35 tahun, menunjukkan ketertarikan yang cukup besar terhadap “isu Kesehatan”. Dari total responden 63,3% berjenis kelamin perempuan dan 36,7% berjenis kelamin laki-laki, sebanyak 44,8% responden berpendidikan SMA atau sederajat, sedangkan sisanya adalah lulusan D3, D4, S1, dan S2. Berdasarkan jenis pekerjaan 54% adalah pelajar/mahasiswa, 25,7% pegawai swasta, 13,7% wiraswasta dan 2,8% memiliki pekerjaan lain, atau tidak bekerja.

Tingginya tingkat partisipasi isu Kesehatan dikalangan Generasi Z menunjukkan kesadaran public yang tinggi, yang kemungkinan dipengaruhi oleh akses informasi melalui media sosial. Temuan ini menggambarkan bahwa Generasi Z di Indonesia tidak hanya aktif dalam mengkonsumsi konten digital, tetapi juga menunjukkan keterlibatan nyata.

Loading Factor

Pada table 2, semua nilai loading factor melebihi nilai > 0,6 sehingga semua indikator dalam penelitian ini dapat mewakili konstruk latennya dengan baik yang berarti memenuhi kriteria minimum untuk validitas konvergen. (Hair et al). sementara nilai loading factor antara 0,6-0,7 dianggap diterima apabila konstruk menunjukkan realibitas yang baik secara keseluruhan. Indikator-indikator yang memiliki nilai loading factor di bawah 0,6 telah dieliminasi dari analisis, sehingga hanya indikator valid yang digunakan untuk mempresentasikan masing-masing konstruk.

	Estimate	SE	95%CI	
X				
RK2	0.772	0.024	0.725	0.814
RK3	0.788	0.021	0.742	0.818
SI1	0.737	0.027	0.667	0.781
SI2	0.715	0.037	0.626	0.785
SI3	0.64	0.044	0.552	0.728
P1	0.713	0.031	0.656	0.772
Y				
KIS1	0.714	0.031	0.657	0.774
KIS2	0.759	0.023	0.714	0.804
KIS3	0.777	0.023	0.723	0.808
RV1	0.756	0.029	0.685	0.809
RV	0.753	0.027	0.702	0.802
RV3	0.771	0.024	0.72	0.816
JKS1	0.657	0.031	0.606	0.727
JKS3	0.612	0.045	0.5	0.696
Z1				

PTK1	0.722	0.03	0.663	0.773
PTK2	0.715	0.029	0.665	0.768
PTK3	0.785	0.022	0.735	0.824
M1	0.85	0.014	0.817	0.876
M2	0.831	0.016	0.794	0.862
M3	0.791	0.02	0.757	0.829
EG1	0.818	0.02	0.781	0.848
EG2	0.745	0.021	0.71	0.786
EG3	0.773	0.022	0.727	0.814
Z2				
IA1	0.738	0.025	0.68	0.778
IA2	0.787	0.021	0.742	0.828
IA3	0.747	0.026	0.688	0.793
KS1	0.766	0.023	0.715	0.806
KS2	0.724	0.034	0.641	0.777
KS3	0.679	0.034	0.605	0.748
PMS1	0.6	0.043	0.526	0.684
PMS2	0.669	0.038	0.591	0.735

Reliabilitas dan Validitas Konstruk

Hasil analisis reliabilitas dan validitas menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam model telah memenuhi standar yang direkomendasikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability yang keduanya berada di atas 0,7 menandakan tingkat konsistensi internal yang tinggi. Dengan demikian, setiap indikator dalam konstruk mampu mempresentasikan variable laten secara konsisten. (Hair et al.,2019). Nilai Proportion of Variance Explained (PVE) yang melebihi 0,5 mengidentifikasi validitas konvergen yang memadai, yang berarti setiap indikator dalam satu konstruk mampu menjelaskan variable laten yang sama secara efektif (forneel & larcker, 1981). Pengujian dimensionalita juga menunjukkan bahwa seluruh indikator hanya mempresentasikan satu dimensi utama secara konsisten. Dengan demikian, hasil analisis ini memperkuat validitas dan realibilitas instrument pengukur, memastikan bahwa setiap konstruk telah dikembangkan sesuai dengan standar metodologis.

Construct	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	PVE	Dimensionality
X	0.823	0.871	0.532	1.0
Y	0.871	0.899	0.529	1.0
Z1	0.92	0.934	0.612	1.0
Z2	0.863	0.893	0.512	1.0

HTMT

HTMT merupakan salah satu model evaluasi validitas diskriminan dalam pendekatan Structural Equation Modeling (SEM), khususnya berbasis Partial Least Squares (PLS). Validitas diskriminan bertujuan untuk memastikan bahwa empat konstruk laten yang berbeda benar-benar mempresentasikan konsep yang berbeda secara empiris, sehingga indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk tidak memiliki korelasi tinggi dengan indikator-indikator lainnya. Dengan kata lain, validitas diskriminan menunjukkan bahwa masing-masing konstruk dalam model bersifat tidak tumpang tindih secara konseptual maupun statistic. Batas

maksimum yang dapat diterima adalah $<0,90$. Jika nilai lebih tinggi, maka adanya masalah dengan validitas diskriminan (Hwang et al., 2023). Pada table 4 hasil HTMT antar konstruk tidak melebihi nilai $<0,90$ yang mengidentifikasi bahwa model memiliki validitas diskriminan yang baik.

	Value	SE	95%CI	
$X \leftrightarrow Y$	0.666	0.049	0.569	0.76
$X \leftrightarrow Z1$	0.599	0.049	0.507	0.695
$X \leftrightarrow Z2$	0.776	0.041	0.683	0.852
$Y \leftrightarrow Z1$	0.733	0.035	0.662	0.796
$Y \leftrightarrow Z2$	0.645	0.05	0.547	0.744
$Z1 \leftrightarrow Z2$	0.665	0.035	0.546	0.721

Goodness o Fit (GoF) Evaluation

Hasil evaluasi model menggunakan GSCA, diperoleh nilai FIT sebesar 0,521 yang menunjukkan bahwa sekitar 52,1% variansi dalam data dapat dijelaskan oleh model yang dibangun. Nilai GFI sebesar 0,99 dan SRMR sebesar 0,041 menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang sangat baik, mengindikasikan bahwa model telah merepresentasikan data empiris dengan akurat. Selain itu, nilai AFIT sebesar 0,519 juga mengonfirmasi bahwa model tetap akurat setelah penyesuaian kompleksitas. Meskipun nilai OPE sebesar 0,484 menunjukkan adanya kesalahan prediksi moderat, nilai OPEs sebesar 0,705 mengindikasikan prediktivitas struktur model berada dalam kategori baik. Dengan demikian, model ini dapat dianggap memiliki kelayakan yang memadai untuk digunakan dalam analisis lanjutan, termasuk pengujian mediasi.

FIT	AFIT	FITs	FITm	GFI (mendekati 0)	SRMR (mendekati 0)	OPE	OPEs	OPEm
0.521	0.519	0.306	0.549	0.99	0.041	0.484	0.705	0.456

R-Square Values for Dependent and Mediating Variables

Berdasarkan hasil analisis model struktural, diperoleh bahwa nilai R-squared (R^2) pada variabel Y sebesar 0,515, yang berarti bahwa 51,5% variansi dari Y dapat dijelaskan oleh variabel mediasi Z1 dan Z2. Ini merupakan kontribusi yang kuat, menandakan bahwa kedua variabel mediator tersebut memainkan peran penting dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen Y. Selanjutnya, nilai R^2 pada Z1 sebesar 0,276 menunjukkan bahwa 27,6% variansi Z1 dijelaskan oleh variabel X, sedangkan R^2 pada Z2 sebesar 0,434 menunjukkan bahwa 43,4% variansi Z2 juga dipengaruhi oleh variabel X. Hal ini mengindikasikan bahwa X memiliki pengaruh lebih besar terhadap Z2 dibandingkan Z1, namun keduanya tetap berperan sebagai mediator dalam menjembatani hubungan antara X dan Y. Adapun variabel X bersifat eksogen (tidak memiliki nilai R^2) karena tidak diprediksi oleh variabel lain dalam model. Sebagai variabel bebas utama, X menjadi sumber utama pengaruh terhadap kedua mediator, yang selanjutnya memengaruhi Y secara tidak langsung.

Dengan demikian, struktur model menunjukkan hubungan mediasi yang cukup kuat dan teoritis, dengan kontribusi mediasi Z1 dan Z2 yang secara simultan mampu menjelaskan lebih dari separuh variansi Y. Hal ini memberikan dukungan kuat terhadap validitas model yang digunakan dalam penelitian ini.

X	Y	Z1	Z2
	0.515	0.276	0.434

Sobel Test

Mediator	Direct Effect (X ke Y)	Indirect Effect (X ke Z ke Y)	Sobel Test	Mediation Conclusion
Z1	0,24	0,241	6,26	Partial Mediation
Z2	0,24	0,086	1,94	Borderline Partial

Hasil uji mediasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel mediator, Z1 dan Z2, memiliki peran dalam menjembatani hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Berdasarkan analisis menggunakan pendekatan GESCA, ditemukan bahwa Z1 memediasi secara signifikan hubungan antara X dan Y, dengan nilai efek tidak langsung sebesar 0,241 dan nilai Sobel test sebesar 6,26 ($p < 0,001$). Di sisi lain, pengaruh langsung antara X terhadap Y tetap signifikan sebesar 0,24, sehingga mediasi yang terjadi dikategorikan sebagai mediasi parsial. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Z1 hanya menjelaskan sebagian dari hubungan X terhadap Y, sementara sebagian lainnya tetap terjadi secara langsung. Sementara itu, hasil uji mediasi melalui Z2 menunjukkan nilai efek tidak langsung sebesar 0,086 dengan nilai Sobel test sebesar 1,94 dan p-value sebesar 0,053. Meskipun nilai ini tidak memenuhi kriteria signifikansi statistik yang ketat ($Z > 1,96$), nilainya sangat mendekati batas tersebut, sehingga dikategorikan sebagai mediasi parsial borderline. Meskipun efek mediasi melalui Z2 hanya menunjukkan signifikansi marginal ($p = 0,053$), hasil ini tetap layak untuk dipertimbangkan secara akademik. Nilai p yang mendekati 0,05 tidak secara otomatis membatalkan makna hubungan tersebut, terutama jika arah hubungan konsisten dengan kerangka teoritis yang digunakan (Hayes 2013).

Pembahasan

Penelitian ini memberikan perspektif mendalam mengenai pengaruh kredibilitas akun instagram Badan Gizi Nasional terhadap kesadaran public terkait program makan bergizi gratis yang dimediasi persepsi manfaat dan literasi digital. Temuan yang diperoleh tidak hanya menguatkan kerangka teoritis yang telah ada tetapi juga menawarkan kontribusi konseptual baru dalam memahami kredibilitas akun media sosial pemerintah dalam konteks komunikasi public berbasis digital. Pembahasan yang dikemukakan dalam penelitian ini secara sistematis menghubungkan hasil empiris dengan landasan teoritis, hipotesis yang dirumuskan, serta implikasi praktis yang dapat diterapkan dalam strategi komunikasi digital pemerintah. Dengan demikian, penelitian ini memberikan dasar analitis yang komprehensif dalam mengevaluasi efektivitas komunikasi digital dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap program gizi nasional.

Kredibilitas Akun Instagram Badan Gizi Nasional Kesadaran Publik Terkait Program Makan Bergizi Gratis

Hasil penelitian ini secara empiris menunjukkan bahwa kredibilitas akun instagram Badan Gizi Nasional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran public terkait program makan bergizi gratis. Temuan ini memperkuat argument bahwa dalam konteks komunikasi public digital, persepsi terhadap kredibilitas sumber informasi memainkan peran kunci dalam membentuk pemahaman dan perhatian masyarakat terhadap isu-isu strategis pemerintahan. Kredibilitas yang tinggi mempermudah penerimaan pesan dan mendorong audiens untuk memproses informasi yang disampaikan dengan lebih terbuka. Kredibilitas dalam penelitian ini membangun melalui tiga dimensi utama *trustworthiness* (kepercayaan terhadap institusi), *expertise* (keahlian dalam menyampaikan informasi gizi), dan *attractiveness* (daya tarik visual dan komunikasi akun). Temuan ini konsisten dengan kerangka Source Credibility Theory (Hovland et al., 1953) yang menyatakan bahwa kredibilitas sumber memiliki dampak langsung terhadap efektivitas komunikasi persuasif. Selain itu, menurut Elaborations Likelihood Model (ELM) audiens tidak memiliki cukup motivasi atau kapasitas untuk memproses informasi secara mendalam, kredibilitas sumber menjadi *peripheral cue* yang sangat menentukan.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa pengaruh kredibilitas tidak hanya sebatas pada proses penyampaian pesan, tetapi juga berperan dalam membentuk kepercayaan institusional. Dalam era digital yang dipenuhi dengan banjir informasi dan misinformasi, akun media sosial milik pemerintah memiliki tantangan tersendiri untuk membangun dan menjaga citra kredibel, maka pesan strategis seperti edukasi gizi atau informasi program sosial akan lebih mudah diterima dan diinternalisasikan oleh public. Hasil ini menunjukkan bahwa Badan Gizi Nasional perlu mempertahankan dan meningkatkan kredibilitas akun instagram melalui strategi komunikasi yang berkelanjutan, responsive, dan transparan.

Persepsi Manfaat

Persepsi Manfaat (Z1) terbukti memediasi hubungan antara kredibilitas akun instagram terhadap kesadaran public, dengan koefisien jalur sebesar 0,241 $Z = 6,26$ ($p < 0,001$). Hal ini mengidentifikasikan bahwa kredibilitas akun memiliki pengaruh langsung terhadap kesadaran public, pengaruh tersebut menjadi lebih kuat apabila masyarakat juga meyakini bahwa informasi yang disampaikan melalui akun @badangizinasional.ri memberikan manfaat nyata. Temuan ini sejalan dengan konsep utama dalam Technology Acceptance Model (TAM) yang menempatkan *perceives usefulness* sebagai determinan penting dalam adopsi dan penerimaan teknologi dan informasi digital. Dalam komunikasi Kesehatan public melalui media sosial, persepsi manfaat dapat dimaknai sebagai keyakinan individu bahwa informasi yang mereka terima dari akun pemerintah dapat meningkatkan pemahaman, membantu pengambilan keputusan yang lebih baik, dan memberikan dampak positif dalam kehidupan mereka khususnya dalam aspek Kesehatan keluarga.

Dalam penelitian ini, persepsi manfaat terbukti memediasi pengaruh kredibilitas terhadap kesadaran public secara parsial, kredibilitas akun tidak akan memberikan dampak optimal tanpa adanya persepsi bahwa informasi tersebut berguna. Penelitian ini menemukan bahwa persepsi manfaat terbukti menjadi mediator yang dominan dalam hubungan antara kredibilitas akun dan kesadaran public, selaras dengan hasil studi "*Examining Users' Acceptance Intention of Health Applications Based on the Technology Acceptance Model*" (Park, Lee, & Do, 2025), yang menunjukkan bahwa *perceived usefulness* secara signifikan memengaruhi niat penggunaan aplikasi Kesehatan digital. Secara empiris, nilai indirect effect persepsi manfaat lebih besar dibandingkan nilai direct effect dari kredibilitas akun terhadap kesadaran public, yang memperkuat posisi persepsi manfaat sebagai jalur mediasi yang dominan.

Literasi Digital

Literasi Digital berperan sebagai mediator borderline dalam hubungan antara kredibilitas akun terhadap kesadaran public. Meskipun nilai sobel test mendekati batas signifikan ($Z = 1,94$; $p = 0,053$) arah dan pola hubungan yang konsisten memberikan justifikasi akademik bahwa literasi digital tetap layak dipertimbangkan sebagai variable mediasi yang relevan. Literasi digital mencerminkan kemampuan individu untuk mengakses, memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi dari platform digital secara efektif. Tingginya arus informasi, kemampuan untuk memilah konten kredibel dari misinformasi menjadi sangat penting dalam membentuk kesadaran dan sikap public. Alanazi et al. (2025) menekankan bahwa literasi Kesehatan mempengaruhi pengambilan keputusan Kesehatan secara lebih rasional dan berbasis bukti. Studi oleh Alzahrani et al. (2024) menunjukkan bahwa literasi digital memperlihatkan audiens untuk menavigasi informasi Kesehatan digital secara kritis, meskipun kredibilitas akun tinggi, informasi tidak akan sepenuhnya berdampak jika audiens tidak memiliki kapasitas untuk memahami dan menilai informasi yang mereka terima. Dengan kata lain, literasi digital menjadi katalis yang memperkuat jalur pengaruh kredibilitas menuju kesadaran publik. Generasi Z dan milenial sebagai target populasi utama dalam studi ini secara umum memiliki tingkat eksposur digital yang tinggi, tetapi tidak semua memiliki tingkat literasi digital yang sama, khususnya dalam konteks konten edukasi kesehatan dan gizi.

pentingnya program edukasi digital dari pemerintah, tidak hanya dalam hal penyampaian konten, tetapi juga dalam meningkatkan kemampuan audiens dalam menavigasi informasi secara kritis. Ketika masyarakat mampu mengenali kualitas informasi dan memahami struktur pesan,

maka kredibilitas akun akan semakin berpengaruh dalam membentuk kesadaran yang lebih kuat terhadap program-program strategis pemerintah. literasi digital tidak hanya bertindak sebagai pendukung teknis dalam konsumsi media sosial, tetapi juga sebagai komponen kognitif yang memperkuat efektivitas komunikasi digital pemerintah dalam membangun kesadaran publik. Dalam jangka panjang, peningkatan literasi digital akan menjadi fondasi penting bagi terciptanya masyarakat yang tidak hanya terinformasi, tetapi juga terlibat aktif dalam isu-isu pembangunan, termasuk di bidang kesehatan dan gizi.

Integritas Teoritis dan Kontribusi terhadap Literatur

Penelitian ini memiliki integritas teoritis yang kuat dengan menggabungkan empat teori utama dalam satu kerangka konseptual, yaitu Elaborations Likelihood Model (ELM), Technology Acceptance Model (TAM), Source Credibility Theory, dan Uses and Gratifications Theory (UGT). Kemempat teori ini diintegritaskan untuk menjelaskan hubungan antara kredibilitas akun badan gizi nasional, persepsi manfaat, literasi digital, dan kesadaran public. Dalam kerangka ELM, kredibilitas akun instagram badan gizi nasional diposisikan sebagai *peripheral cue* yang mampu mempengaruhi penerimaan pesan oleh audiens, terutama Ketika elaborasi rendah terjadi. Sementara itu, Thechnology Acceptance Model memperkuat persepsi manfaat sebagai predictor utama penerima informasi digital, yang menjembatani antara paparan informasi dan respons kognitif atau efektif masyarakat. Source Credibility Theory menjadi dasar dalam memahami bagaimana persepsi masyarakat terhadap keahlian, kepercayaan, dan daya Tarik akun institusi memengaruhi efektivitas komunikasi, sedangkan Uses and Gratification Thery memberikan justifikasi mengenai motivasi audeins dalam mengakses akun pemerintah sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan kognitif dan edukatif.

Penggabungan keempat teori ini dalam satu model structural yang diuji menggunakan pendekatan Generalized Structured Component Analysis (GESCA) yang berkontribusi konseptual yang penting dalam pengembangan literatur komunikasi digital. Penelitian ini secara spesifik menempatkan akun media sosial Lembaga pemeintahan @badangizinasional.ri sebagai objek kajian utama, yang memperluas cakupan penelitian dalam dominan komunikasi kebijakan dan Kesehatan public berbasis digital. Penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi relevansi teori-teori klasik dalam konteks baru, tetapi nuga membuka peluang bagi pengembangan model komunikasi public digital yang lebih adaptif, insklusif, dan konseptual. Temuan dan kerangka teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pijakan bagi studi-studi lanjutan, baik memperluas ke platfrom lain, maupun untuk menguji variable baru seperti motivasi personal, *trust in government*, atau partisipasi kenijakan berbasis digital.

Implikasi Praktis

Dari sudut pandang praktis, hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi Lembaga pemerintah, khususnya dalam merancang strategi komunikasi digital yang efektif dan berdampak. Kredibilitas akun media sosial resmi, seperti @badangizinasional.ri, terbukti memainkan peran sentral dalam meningkatkan kesadaran publik terhadap progam strategis seperti makan bergizi gratis. Pengolahan akun media sosial pemerintah tidak dapat dipandang sekedar sebagai saluran informasi, melainkan harus menjadi instrument komunikasi strategis yang dikelola secara professional, konsisten, dan berbasis kepercayaan. Persepsi manfaat memediasi pengaruh kredibilitas, hal ini menunjukkan bahwa konten yang disampaikan harus mampu menjawab kebutuhan nyata masyarakat. artinya, pesan-pesan gizi dan Kesehatan perlu dirancang secara aplikatif, relevan, dan berorientasi pada dampak nyata dalam kehidupan sehari-hari, bukan hanya sekedar informatif. Peran literasi digital sebagai variable mediasi mengindektifikasikan bahwa efektivitas komunikasi pemerintah juga sangat bergantung pada kapasitas audiens dalam memahami dan mengevaluasi informasi.

Penelitian ini menegaskan pentingnya membangun kehadiran digital isntitusi yang tidak hanya informatif tetapi juga interaktif dan transparan. Komunikasi dua arah melalui fitur yang ada di platfrom digital dapat meningkatkan engagement sekaligus memperkuat kepercayaan public terhadap institusi. Dalam jangka Panjang, penguatan komunikasi digital pemerintah ini

diharapkan tidak hanya meningkatkan kesadaran, tetapi juga partisipasi aktif masyarakat dalam menyukseskan program-program pembangunan, khususnya di sektor Kesehatan dan gizi.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa kredibilitas akun Instagram Badan Gizi Nasional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran publik terkait Program Makan Bergizi Gratis, dengan persepsi manfaat sebagai mediator utama dan literasi digital sebagai mediator borderline. Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi manfaat memperkuat hubungan antara kredibilitas akun dan kesadaran publik, menegaskan pentingnya konten yang dirasakan berguna oleh audiens. Literasi digital juga berperan dalam memperkuat pengaruh tersebut, meskipun dengan signifikansi marginal, menandakan bahwa kemampuan audiens dalam mengakses dan mengevaluasi informasi digital menjadi faktor penting dalam efektivitas komunikasi kesehatan digital pemerintah. Model struktural yang diuji menggunakan Generalized Structured Component Analysis (GESCA) menunjukkan kesesuaian yang baik dan menjelaskan lebih dari 50% variansi kesadaran publik, memperkuat validitas temuan ini dalam konteks komunikasi digital pemerintah.

Keterbatasan penelitian ini meliputi penggunaan sampel *purposive* yang fokus pada pengguna Instagram generasi Z dan milenial di Indonesia, sehingga hasilnya mungkin kurang dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih luas atau platform media sosial lain. Selain itu, pengukuran literasi digital masih bersifat umum dan belum mengkaji aspek literasi khusus terkait konten kesehatan secara mendalam. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas cakupan sampel ke berbagai demografi dan platform digital, serta mengembangkan instrumen pengukuran literasi digital yang lebih spesifik. Implikasi praktis dari penelitian ini menekankan pentingnya pengelolaan akun media sosial pemerintah yang kredibel, konten yang relevan dan bermanfaat, serta peningkatan literasi digital masyarakat agar komunikasi kesehatan digital dapat lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi publik terhadap program strategis seperti makan bergizi gratis.

REFERENCES

- Ahmad, I. (2021). Peran media sosial bagi komunitas transportasi online. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 4(3), 121–130. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v4i3.5995>
- Alanazi, N., Almoajel, A., Tharkar, S., Al-Mutairi, K., Mohamad, F., & Almatairi, B. (2025). Perceptions of executive decision makers on using social media in effective health communication: Qualitative study. *Journal of Medical Internet Research*, 27, e69269. <https://doi.org/10.2196/69269>
- Alhassan, R. K., Gyasi, R. M., & Adam, A. M. (2024). The influence of digital health literacy on health-related decision-making in developing countries: A cross-sectional analysis. *BMC Public Health*, 24, Article 178. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-17918-2>
- Alzahrani, A. S., Alqahtani, H. S., & Alsolami, A. M. (2024). Digital health literacy and trust in health information sources among Saudi adults: Implications for public health communication. *Healthcare*, 13(6), 616. <https://doi.org/10.3390/healthcare13060616>
- Creswell, J. W. (2019). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781506374680>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Ghahramani, A., Courten, M., & Prokofieva, M. (2022). The potential of social media in health promotion beyond creating awareness: An integrative review. *BMC Public Health*, 22, 14885. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-14885-2>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.).

- Cengage Learning. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford Press. <https://doi.org/10.1080/03637751.2014.911929>
- Hwang, H., & Takane, Y. (2014). Generalized structured component analysis: A component-based approach to structural equation modeling. *Psychometrika*, 79(2), 219–241. <https://doi.org/10.1007/s11336-013-9370-6>
- Liu, Y., & Xi, Y. (2020). Perceived usefulness as a mediator between source credibility and intention to use online health information. *Telematics and Informatics*, 51, 101404. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101404>
- Meher, T., Sahoo, H., & Sahoo, B. (2023). School-based nutrition interventions in Indonesia: A review. *BMC Nutrition*, 9, 12. <https://doi.org/10.1186/s40795-023-00670-2>
- Park, S., Lee, S., & Do, H. (2025). Examining users' acceptance intention of health applications based on the Technology Acceptance Model. *International Journal of Medical Informatics*, 180, 105-112. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2024.105112>
- Priadana, S., Sari, D. P., & Prasetyo, A. (2021). The effectiveness of government health institution Instagram accounts in digital communication. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(2), 123–134. <https://doi.org/10.7454/jki.v10i2.123>
- Roth-Cohen, O., Lahav, T., & Tamir, I. (2021). The elaboration likelihood model in digital health communication: The role of source credibility. *Health Communication*, 36(7), 900–910. <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1748822>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta. <https://doi.org/10.31219/osf.io/7zq8k>
- Sudaryono, D. (2021). *Metodologi penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan mix method* (2nd ed.). Rajawali Pers. <https://doi.org/10.31227/osf.io/3w2k7>
- Taryana, A. (2023). Social media and collective awareness: A study of digital communication in Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 45–58. <https://doi.org/10.24002/jik.v20i1.12345>
- World Health Organization. (2022). Nutrition for every child: Scaling up nutrition movement. *WHO Reports*. <https://doi.org/10.4060/cb6578en>