

**THE INFLUENCE OF BLOGGER FOOD CONTENT IN  
SELECTING HEALTHY CULINARY  
(A CASE STUDY: FOOD BLOGGER “ANAK JAJAN”)**

**Dewi Ayu Kusumaningrum<sup>1</sup>,**

Prodi Perhotelan

Politeknik Sahid

*dewiayu1908@gmail.com*

**Suci Sandi Wachyuni<sup>2</sup>,**

Prodi Perhotelan

Politeknik Sahid

*sucisandi@stpsahid.ac.id*

**Stephanie Nathania<sup>3</sup>**

Prodi Perhotelan

Politeknik Sahid

*stephaninth@gmail.com*

**ABSTRACT**

Consumer behavior changes as the development of technology, becomes the advantage of promoting or marketing products using internet technology, which can be called inbound marketing. One example of inbound marketing is the famous Food Blogger, ANAKJAJAN. Food blogger content becomes product information that will be delivered to users of social media or the term in the Instagram, namely followers who read. So that it affects their behavior, in this case changing eating behavior. This study uses a quantitative approach using a questionnaire research instrument. The research in May-July 2018 was conducted in Jakarta. The population to be taken in this study is ANAKJAJAN Blogger Food Followers. This study examines the dependent variable, namely the selection of healthy culinary (Y), while the independent variable is blogger food content (X). The statement in the questionnaire was measured using a Likert Scale and analysis with the SPSS for Windows Program. The results of the data analysis showed that there was a close correlation between Food blogger variables on the selection of culinary healthy food consumers. The results found that Food Content bloggers influence the selection of healthy food culinary Percentage of influence of Food blogger variables on healthy food culinary selection by 23.6%.

**Keywords:** *selection of healthy culinary, content, food bloggers, Instagram*

**PENGARUH KONTEN *FOOD BLOGGER* DALAM  
PEMILIHAN KULINER SEHAT  
(STUDI KASUS: *FOOD BLOGGER “ANAKJAJAN”*)**

**ABSTRAK**

Perilaku konsumen berubah seiring perkembangan teknologi khususnya teknologi internet yang menjadi keunggulan promosi atau pemasaran produk dengan menggunakan teknologi internet yang dapat disebut dengan *inbound marketing*. Salah satu contoh *inbound marketing* yaitu yang dilakukan *Food Blogger* yang terkenal yaitu *ANAKJAJAN*. Konten *food blogger* menjadi informasi produk yang akan disampaikan ke pengguna sosial media atau sebutan dalam *instagram* yaitu *follower* yang membaca. Sehingga mempengaruhi perilaku mereka, dalam hal ini merubah perilaku makan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan instrument penelitian kuesioner. Waktu penelitian bulan Mei-Juli 2018 yang dilakukan di Jakarta. Populasi yang akan diambil didalam penelitian ini adalah *Followers Food Blogger ANAKJAJAN* sekitar kurang lebih 300.000 orang di media sosial Instagram. Penelitian ini meneliti variabel terikat yaitu pemilihan kuliner sehat (Y), sedangkan variable bebas konten *food blogger* (X). Pernyataan dalam kuisisioner diukur menggunakan Skala Likert dan analisis dengan Program SPSS *for Windows*. Hasil analisis data didapatkan terdapat korelasi erat antara variabel *Food blogger* terhadap *pemilihan kuliner makanan sehat konsumen* sebesar 0,486. Hasil signifikansi pada uji T kurang dari 0,05 (0,002 dan 0,000 < 0,05) maka  $H_0$  ditolak. Artinya Konten *Food blogger* berpengaruh terhadap pemilihan kuliner makanan sehat Persentase pengaruh variabel *Food blogger* terhadap *pemilihan kuliner makanan sehat* sebesar 23,6%.

**Kata Kunci** : pemilihan kuliner sehat, konten, food blogger, instagram

**PENDAHULUAN**

Di era *modern* seperti sekarang ini, media sosial sangat berpengaruh dalam kehidupan semua orang. Berbagai kalangan dapat mengakses media sosial hanya dengan telepon genggam. Beragam informasi yang bisa didapatkan dan disebarkan melalui media sosial. Informasi dapat berupa gambar, artikel, berita, dan lain-lain. Banyak pelaku usaha yang menggunakan media sosial sebagai tempat untuk berjualan dan mempromosikan barang/jasa yang dijual. Hal ini mengubah perilaku konsumen.

Suryani (2013) mengemukakan perilaku konsumen berubah seiring perkembangan teknologi khususnya teknologi internet yang mempermudah dalam hal memperoleh informasi, mempersingkat waktu mengambil keputusan, tidak terikat ruang dan waktu, serta sebagai wadah mengekspresikan diri di dunia maya. Hal ini menjadi keunggulan promosi atau pemasaran produk dengan menggunakan teknologi internet yang dapat disebut dengan *inbound marketing* (Widodo et al,2015).

Salah satu contoh *inbound marketing* yaitu yang dilakukan *Food Blogger* untuk mempromosikan produk restoran atau industri *food and beverages* lainnya. Para *food blogger* cenderung menghabiskan banyak waktu keseharian mereka dengan menulis, mengedit tulisan dan foto hingga mengunggahnya ke dalam blog mereka. Sebenarnya, banyak dari mereka yang memiliki pekerjaan lain namun tetap memiliki keinginan untuk berbagi *review* masakan yang telah mereka cicipi kepada masyarakat, hal itulah yang disebut dengan *passion*. *Food Blogger* akan memberikan *review* tentang restoran dan makanan di *blog* atau akun media sosial mereka, secara tidak langsung *followers* dari para *Food Blogger* yang selalu menantikan info *terupdate* akan membaca dan menjadi hal ini menjadi salahsatu trik promosi terbaru di era digital saat ini. Berdasarkan laporan myYearbook dalam Hanifati (2015), menyatakan bahwa *blogger* memiliki dampak yang signifikan karena 81 persen orang mencari informasi melalui situs sosial sebelum melakukan pembelian.

Situs sosial media yang populer yaitu *instagram*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia mengemukakan data jumlah pengguna *website*, *mobile*, dan media sosial dari seluruh dunia, *instagram* berada pada posisi ke-7 sebagai sosial media dengan pengguna paling banyak di Indonesia pada tahun 2015 (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2015). *Food blogger* di *instagram* yang memiliki follower terbanyak yaitu ANAKJAJAN yang digawangi oleh pasangan Julia Veronica dan Marius Tjenderasa. ANAKJAJAN adalah blog Sosial media *instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* dan *snapchat* yang membahas gaya hidup, jalan-jalan (*travelling*) dan makanan. Konten *food blogger* anakjajan itu berupa *review* jajanan / kuliner di banyak daerah. Bisa *street food*, makanan cepat saji (*junk food*), makanan restoran, *fine dining*, bahkan makanan warung pinggir jalan. Seperti yang ditulis anakjajan dalam blognya, mereka menulis *review* tentang kuliner yang mereka *upload* berdasarkan opini personal mereka.

Yang terpenting dalam postingan di sosial media seperti *instagram* yaitu konten atau pesan yang ingin disampaikan. Konten *food blogger* menjadi informasi produk yang akan disampaikan ke pengguna sosial media atau sebutan dalam *instagram* yaitu *follower* yang membaca. Pengguna media sosial dapat mendengarkan, mengukur, dan melakukan pencarian tanpa batas waktu. Pengguna menggunakan apa yang ia pelajari untuk memodifikasi atau mengubah dan memperbaiki apa yang

ditawarkan dan dengan demikian juga mempengaruhi perilaku mereka, dalam hal ini merubah perilaku makan.

Di jaman modern saat ini, muncul kecenderungan perilaku makan yang yang tidak mementingkan gizi dan kualitas dari makanan yang dikonsumsi. Kecenderungan masyarakat yang menyukai pangan olahan, makanan yang diawetkan dan cepat saji yang jelas-jelas kurang sehat. Timbul permasalahan penyakit yang disebabkan karena makanan yang kurang sehat. Susianah (2015), mengungkapkan bahwa "*pola konsumsi masyarakat Indonesia masih mengandalkan beras, dan sangat kurang dalam hal konsumsi sayuran, buah maupun hewani.*" Dengan konsumsi pangan yang tidak seimbang dapat mengakibatkan berbagai penyakit degeneratif dan hal ini tidak banyak disadari oleh masyarakat Indonesia. Masalah dalam perilaku konsumsi makanan lainnya yaitu berubahnya manfaat konsumsi yaitu sebagai pemenuhan kebutuhan 'biologis', kini lebih menjadi pemenuhan kebutuhan 'sosiologis'. Dapat dengan mudah ditemui di pusat perbelanjaan, sekelompok orang makan bersama di sebuah restoran untuk sebuah pertemuan 'rapat' atau 'loby-loby' urusan penting dan bukan sekedar mengenyangkan perut. Pemerintah sendiri kesulitan dalam mensosialisasikan dan mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya gizi seimbang. Hal ini yang dimungkinkan menyebabkan meski berbagai program perbaikan pangan telah diluncurkan, hingga kini Indonesia masih mengalami masalah gizi baik gizi kurang, gizi buruh, stunting (pendek) maupun gizi lebih (obesitas). Untuk konten *ANAKJAJAN* mereview kuliner berdasarkan opini mereka pribadi. Mulai dari segi penampilan, rasa, kualitas, harga, kandungan gizi, makanan, bahkan terdapat budaya atau cerita dibalik makanan. Konten makanan sehat mulai berkembang dibahas oleh para *food blogger*. Hal ini dimungkinkan makin berkembang pemikiran kesadaran akan kesehatan besar dipengaruhi oleh konsumsi makanan sehari-hari, sehingga tren mencari makanan sehat mulai dilirik para *food blogger*, tak terkecuali *ANAKJAJAN* pernah mereview mengenai makanan sehat.

Makanan sehat adalah makanan yang higienis dan bergizi sesuai dengan Pedoman Gizi Seimbang. Upaya dalam menyadarkan masyarakat akan pentingnya pemilihan makanan sehat, pemerintah terus melakukan upaya edukasi, sosialisasi, kampanye dan kegiatan lainnya terkait gizi. Antara lain dengan Peraturan Menteri Kesehatan RI No 41 tahun 2014 tentang Pedoman Gizi Seimbang, dan buku-buku tentang gizi antara lain Angka Kecukupan Gizi, Pedoman Gizi Seimbang, Pelayanan Gizi Rumah Sakit dan Komik Ayo Sarapan Sehat. Diharapkan dengan diberikannya pengetahuan yang cukup akan merubah perilaku konsumsi masyarakat. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Setiadi (2010), yaitu pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Berdasarkan latar belakang masalah

diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Konten *Food Blogger* dalam Pemilihan Kuliner Sehat (studi kasus: *Food Blogger ANAKJAJAN*)”

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diketahui identifikasi masalah yang ada di wilayah studi adalah sebagai berikut:

1. Meningkatnya pengguna media sosial yang membuat perilaku konsumen ingin selalu *update*.
2. Pengaruh promosi di media sosial dalam meningkatkan penjualan suatu produk/jasa.
3. Kecenderungan perilaku makan yang yang tidak mementingkan gizi dan kualitas dari makanan yang dikonsumsi.
4. Berubahnyamanfaat konsumsi yaitu sebagai pemenuhan kebutuhan ‘biologis’, kini lebih menjadi pemenuhan kebutuhan ‘sosiologis’.
5. Pengaruh *Food Blogger* dalam pemilihan makanan sehat konsumen.

Maka dapat dirumuskan masalah yaitu apakah *Food Blogger* mempengaruhi pemilihan kuliner sehat konsumen?

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat dirumuskan manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Untuk memberikan informasi mengenai *Food Blogger*.
2. Untuk memberikan informasi tentang makanan sehat.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Food Blogger* dalam pemilihan makanan sehat bagi konsumen.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan instrument penelitian kuesioner. Waktu penelitian dilakukan dari bulan Mei-Juli 2018 di Jakarta.

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi yang akan diambil didalam penelitian ini adalah *Followers Food Blogger ANAKJAJAN* sekitar kurang lebih 300.000 orang di media sosial Instagram. Didalam penelitian ini populasi yang berhubungan dengan pengaruh konten *Food Blogger* dalam mempengaruhi pemilihan makanan sehat. Penarikan sampel dengan metode *non probability sampling* yaitu sampling jenuh (sensus) yang menggunakan model *purposive sampling*. Peneliti membatasi *range* umur 15-30 tahun karena biasanya orang pada *range* umur itu sedang aktif-aktifnya dalam mencoba hal-hal baru di media sosial. Dan peneliti membatasi daerah Jakarta karena Jakarta merupakan Daerah Ibukota. Jakarta juga merupakan salah satu Kota

Besar di Indonesia yang segalanya ada di Jakarta. Banyak orang berdatangan ke Jakarta untuk mencari keberuntungan, mencari nafkah, mencari pekerjaan, bahkan ada juga yang menempuh pendidikan setinggi-tingginya di ibukota ini. Rumus untuk menentukan jumlah sampel yaitu rumus Slovin (Riduwan, 2005)

$$n = N/N(d)^2 + 1$$

n = sampel; N = populasi; d = tingkat kesalahan yang dipilih (1%, 5%, dan 10%).

Jumlah populasi adalah 300.000, dan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 10%, maka jumlah sampel yang digunakan adalah :

$$N = 300.000 / 300.000 (0,1)^2 + 1 = 99,966678, \text{ dibulatkan } 100.$$

### **Data dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data tersebut terdiri dari:

##### **a. Form Kuesioner**

Sugiyono (2012) mengungkapkan bahwa "*Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab*".

Data primer dalam penelitian ini adalah berupa jawaban responden atas kuesioner yang disebarkan kepada masyarakat Jakarta dengan *range* umur 15-30 tahun.

##### **b. Observasi**

Sugiyono (2013) mengungkapkan bahwa "*Observasi yaitu cara mengumpulkan data dengan mengamati, meneliti, mengukur kejadian yang sedang berlangsung*".

Observasi penelitian ini dilakukan dengan pengamatan langsung dilokasi penelitian agar dapat memahami konteks data dalam keseluruhan situasinya sehingga dapat memperoleh pandangan yang menyeluruh.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya. Data sekunder merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer berupa buku-buku, artikel yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian, internet, beserta teori-teori dan penelitian terdahulu (teori kepastakaan).

## **Variabel, Pengukuran dan Definisi Operasional Variabel**

### **1. Variabel**

Variabel terikat (*Dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas). Variabel ini juga sering disebut variabel terikat, variabel respons atau endogen. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pemilihan kuliner sehat (Y), sedangkan variabel bebas yaitu konten *food blogger* (X)

### **2. Pengukuran Variabel**

Pertanyaan dan pernyataan dalam kuisioner pada masing-masing variabel diukur dengan menggunakan Skala Likert. Sugiyono (2014) mengungkapkan bahwa “*skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial*”. Kriteria pemberian skala bobot nilai untuk alternatif jawaban responden sebagai berikut:

Skala 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

Skala 2: Tidak Setuju (TS)

Skala 3: Kurang Setuju (KS)

Skala 4: Setuju (S)

Skala 5: Sangat Setuju (SS)

### **3. Operasional Variabel**

Operasional variable dapat dilihat lengkap pada Tabel 1 (Operasional variable) pada halaman berikut.

**Tabel 1. Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator
Konten <i>Food Blogger</i>	1. Pengetahuan <i>Food Blogger</i>	1. Pengetahuan <i>Food Blogger</i> tentang makanan sehat
	2. Tanggung jawab <i>Food Blogger</i>	2. <i>Food Blogger</i> memberikan informasi makanan sehat yang dapat dipercaya kepada <i>Follower</i>
	3. Transparansi <i>Food Blogger</i>	3. <i>Food Blogger</i> jujur dan profesional dalam mereview makanan sehat sesuai dengan yang dirasakan
	4. Originalitas <i>Food Blogger</i>	4. Foto yang diunggah <i>Food Blogger</i> asli
	5. Kejujuran <i>Food Blogger</i> (Burton & Greenstein, 2009 dalam Rousseau, Signe. (2012)	5. <i>Food Blogger</i> memberikan review makanan sehat sesuai dengan apa yang dirasakan
	6. <i>Selectivity</i>	6. <i>Follower</i> menetapkan pilihan makanan sehat setelah melihat review <i>Food Blogger</i>
	7. <i>Intentionally</i>	7. <i>Follower</i> berniat / sengaja melihat review <i>Food Blogger</i> sebelum memilih makanan sehat
	8. <i>Utilitarianism</i>	8. <i>Follower</i> mampu membedakan makanan sehat yang direview <i>Food Blogger</i>
	9. <i>Involvement</i>	9. <i>Follower</i> intens/ selalu mengecek update/ hal terbaru dari <i>Food Blogger</i>
	10. <i>Previous to influence.</i>  Frank Biocca dalam Littlejohn (Marta, 2016)	10. <i>Follower</i> dapat menahan diri untuk hal negatif setelah melihat review <i>Food Blogger</i>



Pemilihan kuliner Makanan Sehat	1. Kemantapan pada sebuah produk	11. Makanan sehat sangat penting 12. Kesadaran masyarakat harus ditingkatkan untuk mengkonsumsi makanan sehat
	2. Kebiasaan dalam membeli produk	13. Informasi tentang makanan sehat mudah dicari 14. Makanan sehat mudah dicari 15. Makanan sehat dapat dikonsumsi dalam berbagai cara/inovasi pembuatan 16. Pembeli merekomendasikan produk makanan sehat kepada orang lain
	3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain	17. Melakukan pembelian kembali makanan sehat 18. Melakukan pembelian ulang karena kesadaran akan makanan sehat
	4. Melakukan pembelian ulang (Kotler, 2007)	

### Teknik Analisis Data

Kriyantono (2012), mendefinisikan analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Dalam penelitian ini, jenis metode analisis data yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan analisis statistika melalui bantuan komputerisasi Program SPSS *for Windows*. Sebelum melakukan uji hipotesis (analisis bivariat) maka perlu dilakukan pengujian data kuesioner dengan uji validitas dan realibitas. Untuk uji data peneliti menggunakan sampel dari populasi, yakni sebanyak 107 orang.

#### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas menurut Sugiyono (2014) “*Valid berarti instrumen atau alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur*”. Instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur dengan tepat, maka kuesioner sebelum dijadikan sebagai instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur penelitian harus diukur terlebih dahulu tingkat validitas tinggi dan angket dikatakan valid jika:

- 1) Jika  $r_{xy} > r$  tabel dan taraf signifikansi lebih kecil dari signifikan 5% (0,05), berarti item (butir soal angket) dinyatakan valid sekaligus memiliki persyaratan untuk dijadikan instrumen penelitian.

2) Jika  $r_{xy} < r$  tabel dan taraf signifikansi lebih besar dari signifikan 5% (0,05), berarti item (butir soal kuesioner) dinyatakan tidak valid sekaligus tidak memiliki persyaratan untuk dijadikan instrumen penelitian.

Untuk mengetahui tingkat kestabilan alat ukur dilakukan uji reliabilitas. Dimana uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Untuk Uji reliabilitas untuk menguji kepercayaan data yang diperoleh. Kriteria penilaian, uji signifikan menggunakan taraf  $\alpha = 0,05$ . Instrumen dapat dikatakan reliabel bila nilai Alpha lebih besar dari rtabel (*Product Moment*). Kedua analisis yang telah dilakukan memberikan kesimpulan bahwa semua pernyataan kuesioner sistem penyimpanan makanan, kualitas makanan yang disajikan, dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian selanjutnya.

## 2. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data / mendekati normal. Cara untuk mengetahui normalitas adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan *plotting* data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang memberikan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Penelitian ini menggunakan metode Scatter Plot untuk mendeteksi adanya gejala heterokedastisitas, jika terdapat pola tertentu seperti titik yang membentuk satu pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terdapat gejala heterokedastisitas, tetapi sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titiknya menyebar maka tidak terjadi heterokedastisitas.

## 4. Uji Hipotesis (Analisis Bivariat)

Untuk menguji hipotesis yaitu Ada Pengaruh konten *Food Blogger* terhadap Pemilihan kuliner Makanan Sehat. Hubungan antarvariabel ini mempunyai beberapa kemungkinan: Simetris (Ada hubungan tetapi sifat hubungan adalah simetris, yaitu tidak saling mempengaruhi. Perubahan pada variabel satu tidak disebabkan variabel lainnya), dua variabel mempunyai hubungan dan saling mempengaruhi (timbang balik), atau aimetris (sebuah variabel memengaruhi variabel yang lain atau sebuah variabel berubah disebabkan variabel yang lain).

a. Uji Regresi

Koefisien Regresi Sederhana (Uji t), uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (Konten *Food Blogger*) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Pemilihan kuliner). Signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan). Analisis hubungan antara dua variabel disebut sebagai analisis regresi sederhana jika hanya melibatkan satu variabel independen.

Hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) dituliskan dalam model linier umum di mana,  $i = 1, 2, \dots, p$  adalah koefisien regresi yang berarti besarnya perubahan pada  $Y_i$  jika  $X_i$  bertambah satu satuan dan variabel yang lain konstan, adalah *intercept*. Residual  $e$  mengikuti distribusi normal dengan rata-rata 0 dan varians konstan sebesar  $s^2$ . Asumsi dasar dalam analisis regresi adalah setiap Y yang merupakan kombinasi linier atas X dan mengikuti distribusi normal,  $e$  tersebar secara acak dan tidak berpola mengikuti besarnya nilai X, tidak terdapat hubungan (korelasi) yang tinggi antar variabel X. Perlu diketahui apakah regresi Y pada X bermakna. Hal ini dapat dilihat pada rumus persamaan regresi sederhana:

$$Y = a + bX$$

Y = kualitas makanan

X = sistem penyimpanan makanan

a = Konstanta regresi (slope)

b = Koefisien regresi (kemiringan)

Kriteria Pengujian :

Ho diterima jika  $-t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$

Ho ditolak jika  $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$  atau  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

b. Uji Korelasi

Korelasi Sederhana merupakan suatu teknik statistik yang dipergunakan untuk mengukur kekuatan hubungan 2 variabel dan juga untuk dapat mengetahui bentuk hubungan antara 2 variabel tersebut dengan hasil yang sifatnya kuantitatif. Kekuatan hubungan antara 2 variabel yang dimaksud disini adalah apakah hubungan tersebut erat, lemah, ataupun tidak erat, sedangkan bentuk hubungannya adalah apakah bentuk korelasinya linear positif ataupun linear negatif. Kekuatan hubungan antara 2 variabel biasanya disebut dengan koefisien korelasi dan dilambangkan dengan symbol r. Nilai koefisien r akan selalu berada di antara -1 sampai +1. Rumus yang dipergunakan untuk menghitung Koefisien Korelasi Sederhana adalah sebagai berikut: (Rumus *Pearson Product Moment*).

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

- Y = kualitas makanan
- X = sistem penyimpanan makanan
- r = Koefisien Korelasi
- n = Jumlah Responden

**Tabel 2. Pedoman umum dalam menentukan Kriteria Korelasi**

R	Kriteria Hubungan
0	Tidak ada Korelasi
0 – 0.5	Korelasi Lemah
0.5 – 0.8	Korelasi sedang
0.8 – 1	Korelasi Kuat / erat
1	Korelasi Sempurna

## HASIL DAN PEMBAHASAN

DKI Jakarta merupakan ibukota negara menjadi pusat pemerintahan, pusat ekonomi serta pusat perkembangan kehidupan rakyat Indonesia secara umum. Jakarta menjadi acuan dalam melihat perkembangan kesehatan, pola makan, pola hidup masyarakat Indonesia secara umum. Namun, pengetahuan masyarakat tentang makanan sehat memang masih sangat minim, khususnya masyarakat di Daerah Ibu Kota Jakarta. Masyarakat khususnya di DKI Jakarta lebih suka membeli makanan di pinggir jalan dibanding di rumah makan atau restoran. Selain harga lebih murah, terkadang masyarakat juga merasa makanan di pinggir jalan lebih enak dan mudah dijangkau. Makanan yang dijual di pinggir jalan tidak terjamin kebersihan, keamanan pangan serta pilihan bahan baku yang digunakan. Sehingga sering terjadi masalah kesehatan khususnya masalah pencernaan dikarenakan ketidakpedulian dan sering mengkonsumsi makanan pinggir jalan yang tidak terjamin keamanannya.

Banyak orang yang tidak begitu peduli terhadap pentingnya mengkonsumsi makanan sehat. Akan tetapi, tidak sedikit masyarakat DKI Jakarta yang memang mengkonsumsi makanan sehat. Biasanya, mereka yang mengkonsumsi makanan sehat memilih memasak sendiri dan membawa makanan sendiri dari rumah, atau menghindari makanan yang dijual di pinggir jalan dengan memilih tempat makan/restoran yang lebih terjamin kebersihan dan keamanan pangannya. Akan terlihat

bedanya jika membeli makanan di pinggir jalan dibandingkan dengan membeli makanan di sebuah restoran atau rumah makan. Makanan yang disajikan di sebuah restoran atau rumah makanan lebih *hygiene* dan sehat dibanding makanan yang dijual di pinggir jalan.

### **Karakteristik Responden**

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden yang pernah melihat *review* makanan sehat pada *Food blogger* yang di ikuti/follow dari 100 responden adalah perempuan 72 orang atau 64% dan laki – laki 26 orang atau 26 %. Berdasarkan criteria umur responden yang pernah melihat *review* makanan sehat pada *Food blogger* yang di ikuti/follow dari 100 responden adalah <15th adalah 3 orang atau 3% ; 15-30 th adalah 92 orang atau 92 % dan >30 th adalah 5 orang atau 5%. Berdasarkan kriteri pekerjaan responden yang pernah melihat *review* makanan sehat pada *Food blogger* yang di ikuti/follow dari 100 responden adalah pelajar / mahasiswa adalah 58 orang atau 58% ; karyawan swasta adalah 37 orang atau 37 % dan wiraswasta adalah 5 orang atau 5%. Berdasarkan criteria domisili responden yang pernah melihat *review* makanan sehat pada *Food blogger* yang di ikuti/follow dari 100 responden adalah Jakarta Barat adalah 65 orang atau 65% ; Jakarta Utara adalah 23 orang atau 23% ; Jakarta Selatan adalah 7 orang atau 7% ; Jakarta Pusat adalah 4 orang atau 4% ; Jakarta Timur adalah 1 orang atau 1%.

### **Uji Validitas dan Reliabilitas**

Hasil uji validitas keseluruhan butir pernyataan pada penelitian ini berdasarkan  $r$  hitung >  $r$  tabel maka dinyatakan Valid. Sedangkan untuk hasil uji reliabilitas didapatkan bahwa koefisien *Cronbach Alpha* Reliabel.

### **Uji Normalitas Data**

Hasil uji didapatkan nilai signifikansi (Asymp.Sig 2-tailed) sebesar 0,016. Karena signifikansi lebih dari 0,05 maka nilai residual variabel Y tersebut telah normal.

### **Uji Heteroskedastisitas**

Hasil uji didapatkan bahwa tidak terdapat bentuk pola khusus. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

## Analisis Regresi Linier Sederhana

### 1. Korelasi Variabel

R dalam regresi linier sederhana menunjukkan nilai korelasi variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, jika mendekati 1 maka hubungan semakin erat, tetapi jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah. R Square ( $R^2$ ) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. (Priyatno, 2012). Dari hasil olahan SPSS didapatkan sebagai berikut :

**Tabel 3. Model Summary Uji R**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.486 <sup>a</sup>	.236	.228	4.625

a. Predictors: (Constant), total y

Sumber : olah data SPSS, 2018

Angka R yang didapat 0,486, artinya korelasi antara variabel *Food blogger* terhadap *pemilihan kuliner makanan sehat konsumen* sebesar 0,486. Hal ini berarti terjadi hubungan yang erat karena nilai mendekati 1.

Nilai  $R^2$  sebesar 0,236 artinya persentase pengaruh variabel *Food blogger* terhadap *pemilihan kuliner makanan sehat* sebesar 23,6%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

### 2. ANOVA

Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi. Ada 2 cara uji F yakni dengan menghitung F hitung dan membandingkannya dengan F table. Atau dengan cara pengambilan keputusan berdasarkan signifikansi (Priyatno., 2012). Dalam uji analisa ini digunakan uji F dengan cara pengambilan keputusan berdasarkan signifikansi. Berdasarkan signifikan, jika signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, dan jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima (Priyatno., 2012). Dari hasil olahan SPSS didapatkan sebagai berikut :

**Tabel 4. Anova**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	647.450	1	647.450	30.264	.000 <sup>b</sup>
Residual	2096.550	98	21.393		
Total	2744.000	99			

a. Dependent Variable: total X  
 b. Predictors: (Constant), total y  
 Sumber : olah data SPSS, 2018

Berdasarkan output diatas dapat menjelaskan hasil uji F atau uji koefisien regresi secara bersama-sama. Karena signifikansi kurang dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak. Artinya model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi.

**3. Koefisien Persamaan Regresi**

Pada penelitian ini analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh *food blogger* (X) terhadap pemilihan kuliner makanan sehat (Y) dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X$$

Keterangan:

Y : pemilihan kuliner

a : konstanta

X : konten *Food blogger*

**Tabel 5. Coefficients persamaan regresi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	23.445	2.614		8.968	.000
total y	.454	.082	.486	5.501	.000

a. Dependent Variable: total X  
 Sumber : olah data SPSS, 2018

Berdasarkan tabel diatas maka persamaan regresi yang didapat adalah :

$$Y = 23,445 + 0,454X$$

**4. Uji Hipotesis**

Uji hipotesis dengan melihat Uji T untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Ada 2 cara uji T yakni dengan menghitung T hitung dan membandingkannya dengan T tabel. Atau dengan cara pengambilan keputusan berdasarkan signifikansi (Priyatno, 2012). Dalam uji analisa ini digunakan uji T dengan cara pengambilan keputusan berdasarkan signifikansi.

Berdasar signifikansi, jika signifikansi < 0,05 maka Ho ditolak, dan jika signifikansi > 0,05 maka Ho diterima (Priyatno, 2012). Dari hasil olahan SPSS didapatkan sebagai berikut :

**Table 6. Coefficients Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	23.445	2.614		8.968	.000
total y	.454	.082	.486	5.501	.000

Dependent Variable: total X

Sumber : olah data SPSS, 2018

Berdasarkan output diatas karena signifikansi pada uji T kurang dari 0,05 (0,002 dan 0,000 < 0,05) maka Ho ditolak. Artinya Konten *Food blogger* berpengaruh terhadap *pemilihan kuliner makanan sehat*. Hal ini sesuai dengan teori Kotler (2010) yang mengemukakan bahwa “*sebelum konsumen melakukan pembelian dalam penelitian ini pembelian makanan sehat, konsumen akan melakukan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative kemudian melakukan pemilihan kuliner , serta dapat dilanjutkan ke perilaku pasca pembelian.*” Dimana pada pencarian informasi tentang makanan sehat dapat dilakukan dengan membaca *review* dari *Food blogger* yang membahas manan sehat. Sehingga *review* atau postingan dari *Food blogger* mempengaruhi pemilihan kuliner konsumen.

**SIMPULAN**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. Menurut jenis kelamin responden, yang pernah melihat *review* makanan sehat pada *Food blogger* yang di ikuti/follow dari 100 responden adalah perempuan 72 orang atau 64% dan laki – laki 26 orang atau 26 %.



2. Menurut umur responden, yang pernah melihat *review* makanan sehat pada *Food blogger* yang di ikuti/follow dari 100 responden adalah <15th adalah 3 orang atau 3% ; 15-30 th adalah 92 orang atau 92 % dan >30 th adalah 5 orang atau 5%.
3. Menurut pekerjaan responden, yang pernah melihat *review* makanan sehat pada *Food blogger* yang di ikuti/follow dari 100 responden adalah pelajar / mahasiswa adalah 58 orang atau 58% ; karyawan swasta adalah 37 orang atau 37 % dan wiraswasta adalah 5 orang atau 5%.
4. Menurut domisili responden, yang pernah melihat *review* makanan sehat pada *Food blogger* yang di ikuti/follow dari 100 responden adalah Jakarta Barat adalah 65 orang atau 65% ; Jakarta Utara adalah 23 orang atau 23% ; Jakarta Selatan adalah 7 orang atau 7% ; Jakarta Pusat adalah 4 orang atau 4% ; Jakarta Timur adalah 1 orang atau 1%.
5. Angka R yang didapat 0,486, artinya korelasi antara variabel *Food blogger* terhadap *pemilihan kuliner makanan sehat konsumen* sebesar 0,486. Hal ini berarti terjadi hubungan yang erat karena nilai mendekati 1.
6. Nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,236 artinya persentase pengaruh variabel *Food blogger* terhadap *pemilihan kuliner makanan sehat* sebesar 23,6%.
7. Hasil uji F atau uji koefisien regresi secara bersama-sama. Karena signifikansi kurang dari 0,05 (0,000<0,05) maka Ho ditolak. Artinya model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi.
8. Persamaan regresi yang didapat adalah :  $Y = 23,445 + 0,454X$
9. Signifikansi pada uji T kurang dari 0,05 (0,002 dan 0,000 < 0,05) maka Ho ditolak. Artinya Konten *Food blogger* berpengaruh terhadap pemilihan kuliner makanan sehat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2015). Profil Pengguna Internet Indonesia 2014. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Hanifati, A. N. (2015). The Impact of Food Blogger toward Consumer's Attitude and Behavior in Choosing Restaurant. *Internasional Journal of Humanities and Management Sciences (IJHMS)* Volume 3, Issue 3 (2015), 153.<https://anakjajan.com/about-anakjajan/>
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT.Indeks
- Kotler, P.( 2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT.Indeks
- Kriyantono, R.( 2012). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana

- Marta, R, F., Denise, M, W. (2016). Studi Terpaan Media Pemasaran Melalui Posting Instagram Terhadap Ekuitas Merek Pelanggan Sumoboo! (Analisis Eksplanatif pada Komunitas Food Blogger #WTFoodies) Program Studi Ilmu Komunikasi – Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora (FISH) Universitas Bunda Mulia. *Jurnal Komunikasi ISSN 2085-1979, EISSN 772528 202009 Vol. 8, No. 1, Juli 2016, Hal 68 – 82*
- Priyatno, Duwi. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset
- Riduwan. (2015). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rousseau, Signe. (2012). *Food and Social Media: You Are What You Tweet*. United Kingdom. AltaMira Pres.
- Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta : Kencana.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widodo, A., Yusiana, R., & Stevanie, C. (2015). Pengaruh Green Marketing Terhadap Nilai yang Dipersepsikan Dalam Keputusan Pembelian Pada Ades (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University). *Ecodemica.Vol III. No.2 September 2015,529*.