



Analisis Resepsi Stuart Hall terhadap Edukasi MPASI di Instagram @drtanshotyen

Stuart Hall's Reception Analysis of Complementary Feeding Education on Instagram @drtanshotyen

Esanora Ayu Arinda¹, Farikha Rachmawati²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

esanoraarin11@gmail.com, farikha.r.ilkom@upnjatim.ac.id

Abstrak

Instagram menjadi ruang penting bagi ibu untuk memperoleh informasi pengasuhan dan kesehatan anak, termasuk edukasi Makanan Pendamping ASI (MPASI). Penelitian ini bertujuan menganalisis resepsi ibu terhadap pesan edukasi MPASI pada akun Instagram @drtanshotyen dengan menggunakan teori resepsi Stuart Hall. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dalam paradigma konstruktivisme. Data diperoleh melalui observasi terhadap sembilan konten Instagram @drtanshotyen dan wawancara mendalam dengan delapan ibu yang memiliki anak usia 6-24 bulan, aktif menggunakan Instagram, dan pernah mengakses konten MPASI akun tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga informan berada pada posisi dominant-hegemonic karena menerima pesan utama tentang real food, pembatasan ultra-processed food (UPF), dan evaluasi GTM secara kuat. Lima informan berada pada posisi negotiated karena menerima prinsip edukasi dr. Tan, tetapi menyesuaikannya dengan pekerjaan, waktu, respons anak, biaya, dukungan keluarga, dan saran dokter anak. Tidak ditemukan informan yang berada pada posisi oppositional penuh, meskipun tiga informan menunjukkan oposisi parsial terhadap pesan yang dianggap terlalu kaku. Temuan ini menunjukkan bahwa resepsi ibu tidak hanya dibentuk oleh kredibilitas dokter, tetapi juga oleh beban pengasuhan, budaya keluarga, algoritma platform, dan pengalaman anak. Kontribusi penelitian ini terletak pada penguatan kajian parenting digital dengan memperlihatkan ibu sebagai audiens aktif yang menyeleksi, membandingkan, dan menegosiasikan pesan kesehatan sebelum menerapkannya dalam praktik MPASI.

Kata kunci: analisis resepsi; Stuart Hall; komunikasi kesehatan; parenting digital; MPASI

Abstract

Instagram has become an important space for mothers to obtain parenting and child health information, including complementary feeding education. This study analyzes mothers' reception of complementary feeding messages on the Instagram account @drtanshotyen using Stuart Hall's reception theory. A descriptive qualitative approach within a constructivist paradigm was employed. Data were collected through observation of nine Instagram contents from @drtanshotyen and in-depth interviews with eight mothers who had children aged 6-24 months, actively used Instagram, and had accessed complementary feeding content from the account. The findings show that three informants were in the dominant-hegemonic position because they strongly accepted the core messages about real food, limiting ultra-processed food (UPF), and evaluating feeding refusal. Five informants were in the negotiated position because they accepted dr. Tan's educational principles but adjusted them to work demands, time constraints, children's responses, costs, family support, and pediatricians' advice. No informant occupied a fully oppositional position, although three informants expressed partial opposition toward messages perceived as overly rigid. These findings indicate that mothers' reception is shaped not only by the doctor's credibility but also by caregiving burdens, family culture, platform algorithms, and children's feeding experiences. The study contributes to digital parenting studies by positioning

mothers as active audiences who select, compare, and negotiate health messages before applying them in complementary feeding practices.

Keywords: *reception analysis; Stuart Hall; health communication; digital parenting; complementary feeding*

I. PENDAHULUAN

Media sosial telah mengubah cara masyarakat mengakses, memverifikasi, dan menyebarkan informasi kesehatan. Dalam konteks komunikasi kesehatan, platform digital tidak hanya menjadi kanal penyebaran pesan, tetapi juga ruang interaktif tempat audiens memberikan respons, membagikan pengalaman, serta menegosiasikan makna pesan yang diterima (Chen & Wang, 2021; Ghahramani et al., 2022). Bagi ibu, media sosial memiliki posisi penting karena digunakan untuk mencari informasi pengasuhan, nutrisi anak, tumbuh kembang, dan pengalaman praktis dari sesama orang tua (Moon et al., 2019; Mertens et al., 2024). Instagram menjadi platform yang relevan untuk dikaji karena menyediakan kombinasi teks, gambar, video pendek, komentar, fitur berbagi, dan story highlight yang memungkinkan pesan edukasi beredar secara visual, cepat, dan berulang (Picazo-Sánchez et al., 2022; Sari & Basit, 2020).

Isu MPASI menjadi penting karena periode usia 6-24 bulan merupakan fase kritis dalam pemenuhan gizi, pembentukan kebiasaan makan, dan pencegahan stunting. Pemberian MPASI perlu memperhatikan waktu, tekstur, frekuensi, porsi, jenis makanan, dan kualitas gizi agar kebutuhan anak dapat terpenuhi secara optimal (Afriani et al., 2024; Praharani et al., 2024). Dalam praktiknya, ibu sering berhadapan dengan informasi yang tidak selalu seragam, misalnya perbedaan pandangan mengenai makanan instan, makanan rumahan, gula-garam, makanan digoreng, atau penggunaan produk fortifikasi (Frey et al., 2023; Waring et al., 2023). Kondisi tersebut menjadikan MPASI bukan hanya isu gizi, tetapi juga isu komunikasi kesehatan karena ibu harus menafsirkan pesan, memilih sumber, dan menyesuaikannya dengan kondisi keluarga.

Akun Instagram @drtanshotyen menjadi objek yang relevan karena secara konsisten memproduksi konten mengenai gizi anak, pangan lokal, real food, ultra-processed food (UPF), stimulasi oromotor, GTM, dan pencegahan stunting. Berdasarkan observasi penelitian, korpus yang digunakan terdiri dari sembilan konten, yaitu tiga feed, tiga reels, dan tiga story highlight yang dijadikan stimulus dalam wawancara. Sejumlah konten menunjukkan engagement tinggi, misalnya reels mengenai evaluasi program MBG dan pangan lokal yang memperoleh 92,8 ribu likes, 3.794 komentar, 14,6 ribu repost, dan 11,8 ribu share pada saat observasi. Data ini memperlihatkan bahwa pesan MPASI di akun tersebut tidak hanya dikonsumsi, tetapi juga dibagikan, dikomentari, dan berpotensi memicu diskusi publik.

Karakter khas akun @drtanshotyen terletak pada gaya komunikasi yang tegas, langsung, dan sering dipersepsikan “saklek” oleh audiens. Dalam skripsi yang menjadi sumber data artikel ini, beberapa informan menyebut gaya dr. Tan sebagai tegas dan langsung ke inti pesan, tetapi sebagian lain menilai gaya

tersebut berpotensi terasa menghakimi. Aspek ini penting karena pesan kesehatan yang disampaikan oleh dokter tidak otomatis diterima sebagai kebenaran tunggal. Ketika pesan tentang real food, pembatasan UPF, atau evaluasi GTM bertemu dengan pengalaman ibu bekerja, anak picky eater, kebiasaan keluarga, serta keterbatasan biaya dan waktu, proses decoding menjadi dinamis dan penuh negosiasi.

Teori resepsi Stuart Hall digunakan untuk membaca dinamika tersebut. Hall (1980) menjelaskan bahwa pesan media dikonstruksi melalui proses encoding, sedangkan audiens melakukan decoding berdasarkan pengalaman, nilai sosial, pengetahuan, dan konteks budaya yang dimiliki. Posisi decoding dapat berbentuk dominant-hegemonic, negotiated, atau oppositional (Hall, 1980; Song, 2025). Dalam era platform digital, proses decoding tidak hanya berlangsung setelah audiens melihat pesan, tetapi juga dipengaruhi oleh cara platform mengatur distribusi pesan melalui algoritma, rekomendasi, dan fitur interaktif (Song, 2025). Oleh karena itu, resepsi ibu terhadap konten @drtanshotyen perlu dilihat sebagai hasil pertemuan antara pesan dokter, logika platform Instagram, dan realitas pengasuhan sehari-hari.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas resepsi pesan kesehatan dan parenting di media digital. Moeksim dan Alamiyah (2025) menemukan bahwa resepsi ibu terhadap konten stunting di YouTube Nikita Willy Official terbagi ke dalam dua informan dominant-hegemonic, tiga informan negotiated, dan satu informan oppositional. Anjasmika et al. (2025) menunjukkan bahwa audiens TikTok @farhanzubedi menafsirkan konten mitos kesehatan berdasarkan pengetahuan dan pengalaman pribadi. Nafi'ah dan Tutiasri (2025) menegaskan bahwa algoritma Instagram membantu pengguna menemukan konten parenting yang relevan dengan kebutuhan mereka. Sementara itu, Noviafni et al. (2025) memperlihatkan bahwa pesan visual dan narasi di Instagram dapat meningkatkan keterlibatan audiens, sedangkan Bari et al. (2025) menunjukkan bahwa paparan berita Instagram dapat memengaruhi sikap sosial audiens.

Berbeda dari penelitian tersebut, artikel ini menempatkan MPASI sebagai isu komunikasi kesehatan yang spesifik dan menelaah resepsi ibu terhadap akun Instagram dokter yang memiliki gaya komunikasi tegas. Celah penelitian tidak hanya berada pada perbedaan platform atau objek, tetapi pada pertanyaan teoretis tentang bagaimana pesan kesehatan yang bersifat korektif dinegosiasikan oleh ibu dalam konteks parenting digital. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana ibu menerima, memaknai, dan menempatkan diri terhadap pesan edukasi MPASI pada akun Instagram @drtanshotyen, serta bagaimana konteks sosial-budaya pengasuhan membentuk posisi resepsi tersebut.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian bukan mengukur pengaruh pesan secara kuantitatif, melainkan memahami bagaimana

ibu membangun makna atas pesan edukasi MPASI berdasarkan pengalaman, relasi keluarga, dan penggunaan media sosial (Creswell & Poth, 2016; Lincoln & Guba, 1985). Paradigma konstruktivisme memandang makna sebagai sesuatu yang dibentuk melalui interaksi antara pesan, pengalaman individu, dan konteks sosial-budaya, sehingga sesuai dengan teori resepsi Stuart Hall.

Objek penelitian adalah konten edukasi MPASI pada akun Instagram @drtanshotyen yang diamati dalam bentuk feed, reels, dan story highlight. Korpus penelitian terdiri dari sembilan konten yang membahas real food, UPF, pangan lokal, stimulasi oromotor, GTM, dan stunting. Konten tersebut digunakan sebagai bahan pengamatan sekaligus stimulus dalam wawancara agar informan dapat menanggapi pesan secara lebih konkret berdasarkan konten yang pernah mereka lihat.

Informan penelitian dipilih melalui purposive sampling dengan tiga kriteria: ibu yang memiliki anak usia 6-24 bulan, aktif menggunakan Instagram, dan pernah mengakses konten MPASI dari akun @drtanshotyen. Rentang usia anak 6-24 bulan dipilih karena periode tersebut merupakan fase utama pengenalan dan pengembangan MPASI, sekaligus fase penting dalam pencegahan masalah gizi dan stunting (Afriani et al., 2024; Praharani et al., 2024). Variasi pekerjaan, domisili, dan pola pengasuhan sengaja dipertahankan karena dalam teori resepsi, latar sosial audiens memengaruhi cara mereka melakukan decoding pesan (Hall, 1980; Song, 2025).

Tabel 1. Profil informan penelitian

Kode	Usia Ibu	Usia Anak	Pekerjaan/Latar Belakang	Media Wawancara
I-1	23 tahun	10 bulan	Mahasiswa S1, diasuh langsung oleh ibu	Zoom/daring
I-2	30 tahun	10 bulan	Working mom/staf BUMN, anak dititipkan kepada keluarga	Zoom/daring
I-3	25 tahun	20 bulan	Freelance mom, diasuh ibu dan dibantu keluarga	Zoom/daring
I-4	35 tahun	12 bulan	Dosen honorer/freelance mom, dibantu keluarga	Zoom/daring
I-5	26 tahun	24 bulan	Business mom/UMKM, diasuh langsung oleh ibu	Tatap muka
I-6	27 tahun	6 bulan	Ibu rumah tangga, diasuh langsung oleh ibu	Zoom/daring
I-7	31 tahun	11 bulan	Working mom/admin kantor, dibantu pengasuh berbayar	Tatap muka
I-8	25 tahun	18 bulan	Freelance mom, diasuh langsung oleh ibu	Tatap muka

Data utama diperoleh melalui wawancara mendalam yang dilakukan secara hybrid, yakni sebagian melalui Zoom dan sebagian secara tatap muka. Wawancara diarahkan pada pengalaman informan dalam mengenal akun, memahami pesan, membandingkan informasi dengan sumber lain, menegosiasikan pesan dengan kondisi keluarga, serta menerapkan atau tidak menerapkan pesan dalam praktik MPASI. Selain wawancara, peneliti juga menggunakan data observasi konten Instagram sebagai data sekunder.

Analisis data mengikuti model Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Pada tahap reduksi, data dikelompokkan ke dalam tema paparan, pemaknaan, posisi resepsi, faktor sosial-budaya, dan implikasi praktik MPASI. Pada tahap penyajian, data disusun dalam narasi analitis dan tabel pemetaan posisi resepsi. Pada tahap verifikasi, kutipan informan dicocokkan dengan indikator posisi resepsi Stuart Hall agar kategorisasi tidak hanya didasarkan pada pernyataan setuju atau tidak setuju, tetapi juga alasan, konteks, dan praktik nyata informan.

Kredibilitas temuan dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, yaitu membandingkan data wawancara informan, data observasi konten Instagram, dan dokumentasi penelitian. Peneliti juga melakukan pembacaan berulang terhadap transkrip untuk memastikan konsistensi makna, serta mencocokkan kategori resepsi dengan kutipan representatif. Dengan cara ini, proses analisis diarahkan agar tetap terikat pada data skripsi dan tidak semata-mata bertumpu pada interpretasi peneliti.

Tabel 2. Indikator kategorisasi posisi resepsi

Posisi Resepsi	Indikator Analisis	Contoh Kecenderungan Data
Dominant-hegemonic	Informan menerima pesan utama dan menjadikannya acuan praktik tanpa penolakan bermakna.	Menerima real food, pembatasan UPF, no gula-garam, dan evaluasi GTM sebagai rujukan utama.
Negotiated	Informan menerima prinsip utama, tetapi menyesuaikan dengan kondisi sosial, ekonomi, waktu, respons anak, dan keluarga.	Mengutamakan homemade, tetapi tetap memberi fortifikasi ketika bekerja, bepergian, atau anak sulit makan.
Oppositional	Informan menolak makna dominan dan menggantinya dengan pemaknaan yang bertentangan.	Tidak ditemukan sebagai posisi penuh; penolakan hanya parsial pada pesan yang dianggap terlalu kaku.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Paparan dan Pemaknaan Awal terhadap Konten MPASI

Hasil wawancara menunjukkan bahwa paparan ibu terhadap konten @drtanshotyen terjadi melalui tiga jalur utama, yaitu rekomendasi orang terdekat, algoritma media sosial, dan pencarian mandiri menjelang atau selama fase MPASI. Temuan ini memperlihatkan bahwa awal paparan tidak selalu berasal dari keputusan sadar untuk mengikuti akun, tetapi juga dapat muncul melalui beranda Instagram, FYP, unggahan ulang, video YouTube, atau kiriman dari jaringan sosial. Dalam konteks platform digital, algoritma berperan sebagai perantara yang mempertemukan ibu dengan pesan kesehatan yang dianggap relevan dengan pola konsumsi kontennya (Ghahramani et al., 2022; Song, 2025).

“Kalau nggak salah sih lewat beranda, karena waktu itu kan masa-masa MPASI ya. Terus beranda aku tuh yang munculnya pasti kalau enggak tentang MPASI, resep-resep MPASI, kalau nggak gitu ya tentang dokter-dokter, tips-tips kayak gitu. (I-3, wawancara, 2026)”

Kutipan I-3 menunjukkan bahwa proses decoding telah diawali bahkan sebelum informan berinteraksi langsung dengan akun @drtanshotyen. Dalam kerangka Song (2025), platform digital tidak hanya menyalurkan pesan, tetapi ikut mengondisikan kemungkinan audiens untuk bertemu dengan pesan tertentu. Dengan demikian, resepsi terhadap konten MPASI tidak hanya dibentuk oleh isi pesan, tetapi juga oleh infrastruktur platform yang menyusun arus informasi sesuai minat pengguna.

Pada tahap pemaknaan awal, sebagian besar informan menangkap pesan dr. Tan sebagai seruan untuk mengutamakan real food, membatasi UPF, tidak terburu-buru menggunakan gula-garam, serta mengevaluasi penyebab GTM sebelum beralih ke produk instan. Pemaknaan ini menunjukkan bahwa pesan yang dikodekan sebagai edukasi gizi diterjemahkan ibu menjadi pedoman praktis dalam pengasuhan. Namun, pemahaman tersebut tidak berhenti pada “setuju” atau “tidak setuju”; ibu memeriksa kesesuaian pesan dengan pengalaman anak, sumber medis lain, dan kemampuan keluarga.

“Real food. Jadi dokter Tan itu bener-bener gencarin ke real food ... usahain mama-mama itu masak sendiri yang real food. (I-8, wawancara, 2026)”

“Kalau GTM pindah ke fortif, nggak boleh, harus cari evaluasinya, apa permasalahannya. (I-1, wawancara, 2026)”

Dua kutipan tersebut memperlihatkan bahwa pesan dr. Tan diterima sebagai perangkat berpikir, bukan sekadar daftar larangan. I-8 memaknai real food sebagai arah praktik, sedangkan I-1 menafsirkan GTM sebagai persoalan yang perlu dievaluasi melalui kemungkinan anemia, pencernaan, sensori, atau kemampuan oromotor. Dalam konteks Hall (1980), makna pesan tidak melekat secara tetap pada teks, tetapi dibangun oleh audiens melalui pengalaman konkret sebagai ibu.

Posisi Resepsi Ibu terhadap Pesan Edukasi MPASI

Pemetaan data menunjukkan bahwa kedelapan informan tidak berada pada posisi resepsi yang sama. Tiga informan berada pada posisi dominant-hegemonic, lima informan berada pada posisi negotiated, dan tidak ada informan yang berada pada posisi oppositional penuh. Pemetaan ini memperbaiki penyajian hasil agar tidak menggunakan istilah umum seperti “beberapa informan”, melainkan menyebutkan jumlah dan kode informan secara spesifik.

Tabel 3. Pemetaan posisi resepsi informan terhadap pesan edukasi MPASI

Posisi Resepsi	Jumlah	Informan	Kecenderungan Penerimaan
Dominant-hegemonic	3 informan	I-2, I-6, I-8	Menerima pesan utama dr. Tan secara kuat, terutama real food, homemade, pembatasan UPF, no gula-garam, dan evaluasi GTM.
Negotiated	5 informan	I-1, I-3, I-4, I-5, I-7	Menerima prinsip edukasi, tetapi menyesuaikannya dengan pekerjaan, waktu, respons anak, perjalanan, biaya, dokter anak, dan kebiasaan keluarga.
Oppositional	0 informan	Tidak ditemukan	Tidak ada penolakan penuh terhadap pesan utama; oposisi hanya muncul secara parsial pada I-1, I-3, dan I-4.

Posisi dominant-hegemonic muncul pada I-2, I-6, dan I-8. Ketiganya menerima pesan dr. Tan sebagai rujukan yang kredibel karena pesan tersebut dianggap sesuai dengan pengalaman anak, diperkuat oleh sumber medis lain, dan dapat diterapkan dalam praktik MPASI. Pada posisi ini, kredibilitas dokter berfungsi sebagai penguat kode dominan, tetapi penerimaan tetap diperantarai oleh validasi pengalaman pribadi.

“Kayaknya sejauh ini belum sih, belum nemu yang gak srek kayaknya belum. (I-6, wawancara, 2026)”

“Berat badan setiap bulan bertambah ... karena real food dan porsinya ngikutin yang disarankan dokter Tan. (I-2, wawancara, 2026)”

I-6 menerima pesan karena tidak menemukan pertentangan dengan pengalamannya, sedangkan I-2 menghubungkan penerimaan pesan dengan hasil konkret berupa kenaikan berat badan anak. Hal ini menegaskan bahwa posisi dominan bukan hanya hasil kepatuhan pada otoritas dokter, tetapi juga terbentuk karena ada kesesuaian antara kode pesan dan bukti yang dialami ibu dalam praktik pengasuhan.

Posisi negotiated menjadi temuan paling dominan karena lima informan menerima pesan utama dr. Tan, tetapi tidak menerapkannya secara mutlak. Negosiasi muncul terutama pada ibu yang bekerja, ibu yang memiliki lebih dari satu anak, ibu dengan anak yang sulit makan, serta ibu yang berada dalam lingkungan keluarga dengan kebiasaan makan berbeda. Dengan kata lain, negosiasi bukan sekadar “setuju sebagian”, melainkan strategi adaptasi audiens ketika pesan ideal bertemu dengan keterbatasan material dan relasional.

“Kalau aku sih pengennya 100% homemade. Tapi kalau nggak bisa ya fleksibel ke fortif. (I-7, wawancara, 2026)”

“Gak harus kan semuanya harus kita ikuti ... kalau gak cocok ya sudah lewat dulu. (I-4, wawancara, 2026)”

“Kadang yang terlihat di sosial media tidak semulus yang kita jalankan. (I-3, wawancara, 2026)”

Ketiga kutipan tersebut memperlihatkan bahwa posisi negotiated dipicu oleh pertemuan antara kode dominan dan struktur keseharian ibu. I-7 menegosiasikan pesan homemade karena tuntutan kerja dan keterbatasan waktu. I-4 memprioritaskan agar anak tetap makan ketika real food tidak memungkinkan. I-3 menyadari kesenjangan antara standar di media sosial dan realitas pengasuhan. Temuan ini memperluas pembacaan Hall karena posisi negotiated tidak hanya lahir dari perbedaan opini, tetapi juga dari beban kerja pengasuhan, ekonomi rumah tangga, dan respons anak sebagai aktor dalam praktik makan.

Posisi oppositional penuh tidak ditemukan. Tidak ada informan yang menolak pesan utama tentang real food, pembatasan UPF, atau evaluasi GTM. Penolakan yang muncul bersifat parsial, terutama terhadap bagian pesan yang dianggap terlalu saklek, seperti teknik memasak tertentu, jadwal makan, atau standar penghindaran UPF yang sulit dilakukan secara konsisten. Pada titik ini, teori Hall perlu dibaca secara lebih luwes: satu informan dapat menerima pesan tertentu secara dominan, tetapi menolak sebagian pesan lain pada level praktik.

Faktor Sosial-Budaya dalam Negosiasi Pesan

Analisis terhadap lima informan negotiated menunjukkan bahwa faktor paling kuat bukan hanya kurangnya dukungan suami atau mahalnnya real food, melainkan pertemuan beberapa lapis konteks: beban pengasuhan ibu, kondisi kerja, biaya dan waktu memasak, budaya keluarga, respons anak, serta ekosistem informasi multi-platform. Temuan ini dapat dibaca sebagai cultural mapping, yaitu pemetaan konteks sosial audiens yang membuat pesan yang sama diterjemahkan menjadi praktik yang berbeda.

Tabel 4. Cultural mapping faktor pembentuk posisi negotiated

Faktor	Data yang Muncul	Makna bagi Decoding
Beban kerja dan waktu	Ibu bekerja atau mengurus lebih dari satu anak tidak	Pesan homemade diterima sebagai ideal, tetapi diterapkan fleksibel.

Faktor	Data yang Muncul	Makna bagi Decoding
	selalu memiliki waktu memasak dari nol.	
Kondisi ekonomi dan biaya	Real food, stok bahan, dan food preparation membutuhkan biaya, tenaga, dan perencanaan.	Prinsip gizi dinegosiasikan dengan kemampuan material keluarga.
Budaya keluarga	Muncul saran lama seperti memberi pisang sebelum enam bulan, kopi saat sakit, atau jajanan dari keluarga.	Ibu menggunakan konten dokter sebagai legitimasi, tetapi tetap menjaga relasi keluarga.
Respons anak	Anak GTM, picky eater, atau mulai mengenal snack dari lingkungan.	Pesan ideal disesuaikan dengan kebutuhan praktis agar anak tetap makan.
Multi-sumber digital	Ibu membandingkan Instagram dr. Tan dengan TikTok, YouTube, dokter anak, grup WhatsApp, dan pengalaman ibu lain.	Decoding terjadi dalam ekosistem informasi, bukan melalui satu akun saja.

Pemetaan tersebut memperlihatkan bahwa posisi negotiated merupakan hasil dari kerja interpretatif ibu dalam menghadapi standar kesehatan yang ideal. Dalam data, pesan tentang real food tidak ditolak, tetapi diatur ulang agar sesuai dengan jadwal kerja, stamina ibu, respons anak, dan dukungan keluarga. Ini sejalan dengan Nafi'ah dan Tutiasri (2025) yang menunjukkan bahwa konten parenting Instagram dipahami melalui pengalaman generasi pengguna dan konteks pengasuhan mereka, serta sejalan dengan Anjasmika et al. (2025) yang menemukan bahwa pengalaman pribadi dapat menggeser resepsi audiens terhadap pesan kesehatan.

Faktor keluarga juga berperan penting. Beberapa informan menghadapi kebiasaan pengasuhan lama yang berbeda dari pesan dr. Tan, seperti memberi makanan sebelum usia enam bulan, memberi kopi ketika anak sakit, atau memberikan jajanan. Dalam kondisi ini, konten dokter berfungsi sebagai sumber legitimasi untuk menjelaskan pilihan pengasuhan kepada keluarga. Namun, legitimasi tersebut tidak menghapus negosiasi relasional karena ibu tetap harus mempertimbangkan hubungan dengan orang tua, mertua, atau anggota keluarga lain.

Di sisi lain, algoritma dan fitur platform memperluas paparan sekaligus memperbesar kemungkinan perbandingan antarsumber. Ibu tidak hanya mengonsumsi Instagram dr. Tan, tetapi juga TikTok, YouTube, podcast, grup WhatsApp, kelas MPASI, dan konsultasi dokter anak. Dengan demikian, proses decoding di era digital bersifat lintas-platform. Temuan ini menghidupkan kembali

argumentasi Song (2025) bahwa model encoding/decoding perlu dibaca dalam konteks platform, karena audiens tidak hanya menafsirkan pesan, tetapi juga dibentuk oleh cara pesan didistribusikan, diulang, direkomendasikan, dan dipertemukan dengan pesan lain.

Implikasi Instagram sebagai Ruang Edukasi Kesehatan

Implikasi utama dari penerimaan pesan dr. Tan terlihat pada perubahan cara ibu memandang MPASI. MPASI tidak lagi dimaknai hanya sebagai aktivitas memberi makan, tetapi sebagai praktik komunikasi kesehatan keluarga yang berkaitan dengan kualitas bahan makanan, proses belajar makan, kemampuan oromotor, evaluasi GTM, dan pengambilan keputusan berbasis informasi. Bagi informan dominant-hegemonic, Instagram berfungsi sebagai panduan praktik yang mendorong mereka menyiapkan real food, membatasi jajanan kemasan, dan mengevaluasi penyebab anak sulit makan.

Bagi informan negotiated, implikasinya lebih banyak terlihat pada peningkatan literasi informasi. Mereka mulai membandingkan sumber, menelusuri istilah teknis, bertanya kepada dokter anak, berdiskusi dengan pasangan, dan menyesuaikan pesan dengan kondisi anak. Dengan demikian, efektivitas konten dr. Tan tidak hanya terletak pada perubahan perilaku makan, tetapi juga pada pembentukan kemampuan ibu untuk menilai, menyaring, dan mengadaptasi informasi kesehatan. Temuan ini selaras dengan Chen dan Wang (2021) serta Kite et al. (2023) bahwa media sosial dalam komunikasi kesehatan dapat membangun partisipasi, keterlibatan, dan perubahan perilaku melalui paparan berulang dan interaksi sosial.

Namun, gaya komunikasi dr. Tan yang tegas menghasilkan efek yang ambivalen. Pada sebagian ibu, ketegasan memperkuat kredibilitas pesan karena dr. Tan diposisikan sebagai dokter yang berani memberikan koreksi. Pada sebagian lainnya, gaya yang terlalu keras dapat memicu resistensi emosional sehingga pesan yang dianggap benar belum tentu mudah diterima. Hal ini menunjukkan bahwa dalam komunikasi kesehatan digital, kredibilitas sumber perlu berjalan bersama sensitivitas terhadap beban sosial audiens. Pesan yang akurat secara medis tetap membutuhkan strategi komunikasi yang realistis, tidak menghakimi, dan memberi ruang alternatif bagi kondisi ibu yang berbeda-beda.

Kontribusi konseptual penelitian ini terletak pada tiga hal. Pertama, resepsi ibu terhadap pesan kesehatan di Instagram bersifat bergerak, karena satu informan dapat dominan pada pesan tertentu dan negotiated atau oposisi parsial pada pesan lain. Kedua, posisi negotiated merupakan bentuk adaptasi sosial, bukan sekadar ketidakpatuhan terhadap pesan dokter. Ketiga, platform digital ikut membentuk resepsi melalui algoritma, sirkulasi konten, dan keterhubungan dengan sumber lain. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi kesehatan digital dengan menunjukkan bahwa ibu merupakan audiens aktif yang melakukan kerja interpretatif sebelum mengintegrasikan pesan MPASI ke dalam praktik pengasuhan.

Tabel 5. Ringkasan kontribusi temuan bagi komunikasi kesehatan digital

Temuan Utama	Makna Komunikasi	Implikasi Praktis
3 informan dominan	Kredibilitas dokter dan kesesuaian pengalaman memperkuat penerimaan pesan.	Konten dapat mendorong praktik real food, evaluasi GTM, dan pembatasan UPF.
5 informan negosiasi	Audiens menerima pesan, tetapi menyesuaikannya dengan struktur keseharian dan budaya keluarga.	Edukasi perlu menyediakan alternatif realistis bagi ibu bekerja, anak picky eater, dan keluarga dengan keterbatasan biaya/waktu.
0 oposisi penuh, 3 oposisi parsial	Penolakan tidak terjadi pada pesan utama, tetapi pada bagian yang dianggap terlalu kaku.	Komunikator kesehatan perlu menjaga ketegasan pesan tanpa mengabaikan keragaman kondisi ibu.
Paparan lintas-platform	Algoritma dan sumber digital lain ikut membentuk proses decoding.	Edukasi kesehatan perlu hadir dengan format yang mudah dibagikan, diverifikasi, dan didiskusikan lintas platform.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan ibu terhadap pesan edukasi MPASI pada akun Instagram @drtanshotyen berlangsung secara aktif, selektif, dan kontekstual. Tiga informan berada pada posisi dominant-hegemonic karena menerima pesan utama dr. Tan tentang real food, pembatasan UPF, no gula-garam, dan evaluasi GTM sebagai rujukan yang relevan untuk praktik MPASI anak. Lima informan berada pada posisi negotiated karena menerima prinsip utama tersebut, tetapi menyesuaikannya dengan pekerjaan, waktu, biaya, dukungan keluarga, respons anak, pengalaman perjalanan, dan saran dokter anak. Tidak ditemukan informan yang menolak pesan utama secara penuh, meskipun tiga informan menunjukkan oposisi parsial terhadap bagian pesan yang dianggap terlalu kaku. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat teori resepsi Stuart Hall dengan menunjukkan bahwa posisi decoding pada konteks parenting digital tidak selalu stabil. Seorang ibu dapat menerima satu pesan secara dominan, menegosiasikan pesan lain, dan menolak sebagian aspek yang tidak sesuai dengan kondisi anak atau keluarga. Secara praktis, penelitian ini menunjukkan bahwa edukasi kesehatan di Instagram perlu menggabungkan akurasi medis, kredibilitas sumber, dan kepekaan terhadap keragaman kondisi ibu. Pesan yang tegas tetap perlu disertai alternatif yang realistis agar dapat

diterima oleh ibu bekerja, ibu dengan keterbatasan dukungan keluarga, dan ibu yang menghadapi anak dengan respons makan berbeda. Keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah informan yang terbatas, fokus pada ibu yang pernah mengakses konten @drtanshotyen, serta konteks wawancara yang belum membandingkan secara langsung dengan audiens yang menolak akun tersebut. Penelitian selanjutnya dapat memperluas informan pada kelompok ayah, tenaga kesehatan, atau keluarga besar yang ikut memengaruhi praktik MPASI, serta membandingkan resepsi antara platform Instagram, TikTok, dan YouTube. Penelitian lanjutan juga dapat mengkaji bagaimana gaya komunikasi dokter atau influencer kesehatan memengaruhi kepercayaan, resistensi emosional, dan keputusan pengasuhan di ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, D., Mentari, W. D., & Azahra, Z. (2024). Pengaruh promosi kesehatan melalui media sosial WhatsApp terhadap pemahaman ibu tentang menu MPASI bergizi di Kabupaten Sumedang. *Jurnal Epidemiologi Kesehatan Indonesia*, 8(1), 3.
- Anjasmika, D. A., Destiwati, R., & Rochimah, H. A. I. N. (2025). Analisis resepsi konten mitos seputar kesehatan pada audiens TikTok @farhanzubedi. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, 4(1), 116–131.
- Bari, H. A., Romadlan, S., & Maududi, M. M. (2025). Analysis of the influence of Palestinian-Israeli conflict news exposure on Instagram @eye.on.palestine on social care attitudes of youth RW.01 Kebon Jeruk (Quantitative study with S-O-R theory). *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, 4(1)
- Chen, J., & Wang, Y. (2021). Social media use for health purposes: Systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 23(5), e17917.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage.
- Frey, E., Bonfiglioli, C., & Frawley, J. (2023). Parents' use of social media for health information before and after a consultation with health care professionals: Australian cross-sectional study. *JMIR Pediatrics and Parenting*, 6(1), e48012.
- Ghahramani, A., de Courten, M., & Prokofieva, M. (2022). The potential of social media in health promotion beyond creating awareness: An integrative review. *BMC Public Health*, 22, 2402.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language: Working papers in cultural studies*, 1972–79 (pp. 128–138). Routledge.
- Kite, J., Chan, L., MacKay, K., Corbett, L., Reyes-Marcelino, G., Nguyen, B., Bellew, W., & Freeman, B. (2023). A model of social media effects in public health communication campaigns: Systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 25, e46345.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage.

- Mertens, E., Ye, G., Beuckels, E., & Hudders, L. (2024). Parenting information on social media: Systematic literature review. *JMIR Pediatrics and Parenting*, 7, e55372.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. Sage.
- Moeksim, T. P., & Alamiyah, S. S. (2025). Analisis resepsi mengenai stunting pada akun YouTube Nikita Willy Official. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, 4(2), 418–432.
- Moon, R. Y., Mathews, A., Oden, R., & Carlin, R. (2019). Mothers' perceptions of the internet and social media as sources of parenting and health information: Qualitative study. *Journal of Medical Internet Research*, 21(7), e14289.
- Nafi'ah, S., & Tutiasri, R. P. (2025). Analisis resepsi Generasi Z terhadap peran ayah dalam parenting di Instagram @babeheji. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, 4(2), 558–575.
- Noviafni, F. N., Sarmiati, S., & Asnawi, A. (2025). Persuasive social media communication strategies in the 2024 West Sumatra regional elections. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, 4(2), 433–443.
- Picazo-Sánchez, L., Domínguez-Martín, R., & García-Marín, D. (2022). Health promotion on Instagram: Descriptive-correlational study and predictive factors of influencers' content. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(23), 15817.
- Praharani, I. R., Suryantara, B., & Dewi, N. P. (2024). Penyuluhan MPASI cerdas untuk cegah stunting di Kelurahan Bukit Biru Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 2(4), 101–105.
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media sosial Instagram sebagai media informasi edukasi parenting. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23–36.
- Song, D. (2025). Hall's encoding/decoding model revisited in the digital platform age: De/encoding, linencoding, affordecoding, and en/decoding. *Information, Communication & Society*.
- Waring, M. E., Blackman Carr, L. T., & Heersping, G. E. (2023). Social media use among parents and women of childbearing age in the US. *Preventing Chronic Disease*, 20, E10.

Lampiran: Profil Informan dan Jadwal Wawancara

Kode	Nama/Inisial	Domisili/Media	Tanggal Wawancara
I-1	Najwa	Malang/Zoom	6 Februari 2026
I-2	Tya	Yogyakarta/Zoom	7 Februari 2026
I-3	Widya	Bojonegoro/Zoom	7 Februari 2026
I-4	Fiza	Bengkulu/Zoom	9 Februari 2026
I-5	Marsha	Sidoarjo/Tatap muka	9 Februari 2026
I-6	Aliptiyani	Cirebon/Zoom	7 Februari 2026
I-7	Desi	Gresik/Tatap muka	7 Februari 2026
I-8	Faray	Surabaya/Tatap muka	4 Maret 2026