

ANALISIS KONTEN DAN DAMPAK VIDEO HOTTO DI YOUTUBE TERHADAP TRANSFORMASI GAYA HIDUP SEHAT**Kherin, Fakhirah Wakid, Vincentia Roseline Andi**

LSPR Institute of Communication and Business, Indonesia

Email: kherin52@gmail.com, fakhirahwakid@gmail.com,
vincentiaroseline27@gmail.com**Abstrak**

Dalam era digital yang dipenuhi dengan berbagai konten online, platform video seperti YouTube memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perilaku dan gaya hidup individu. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis konten video Hotto di YouTube dan mengidentifikasi dampaknya terhadap transformasi gaya hidup sehat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yakni dengan studi literatur. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dalam tiga tahapan yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video YouTube Hotto memiliki potensi besar untuk mempromosikan gaya hidup sehat dan membantu transformasi gaya hidup pengguna YouTube. Konten tersebut secara konsisten menyampaikan pesan-pesan yang mendukung gaya hidup sehat. Selain itu, gaya penyampaian yang menarik dan informatif dalam video Hotto berhasil menarik perhatian pemirsa dan menginspirasi penonton untuk mempertimbangkan perubahan gaya hidup yang lebih sehat. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa video Hotto memiliki dampak positif dalam membantu pengguna YouTube untuk mengadopsi gaya hidup yang lebih sehat dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan.

Kata kunci: Konten Youtube, Video Hotto, Gaya Hidup Sehat.**Abstract**

In a digital era filled with various online content, video platforms such as YouTube have a significant role in shaping individual behavior and lifestyle. The aim of this research is to analyze Hotto video content on YouTube and identify its impact on healthy lifestyle transformation. This study used qualitative research methods. The data collection technique in this research is literature study. The data that has been collected is then analyzed in three stages, namely data reduction, data presentation and drawing conclusions. The research results show that YouTube Hotto videos have great potential to promote healthy lifestyles and help transform the lifestyles of YouTube users. This content consistently conveys messages that support a healthy lifestyle. In addition, the interesting and informative delivery style in Hotto's videos succeeded in attracting viewers' attention and inspiring viewers to consider making healthier lifestyle changes. So, it can be concluded that Hotto videos have a positive impact in helping YouTube

How to cite:	Kherin, Fakhirah Wakid, Vincentia Roseline Andi (2024) Analisis Konten dan Dampak Video Hotto di Youtube Terhadap Transformasi Gaya Hidup Sehat (06) 04, https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i6.1227
E-ISSN:	2684-883X
Published by:	Ridwan Institute

users to adopt a healthier lifestyle and increasing awareness of the importance of maintaining health.

Keywords: Youtube Content, Hotto Videos, Healthy Lifestyle

PENDAHULUAN

Dalam era perkembangan teknologi yang pesat, terbuka berbagai peluang untuk menciptakan dan mengonsumsi konten secara online, salah satu platform yang memainkan peran sentral dalam ekosistem konten digital adalah YouTube. Sebagai salah satu platform video terbesar di dunia, YouTube telah menjadi tempat bagi jutaan pengguna untuk berbagi, menonton, dan terlibat dengan berbagai jenis konten (Arham, 2020). Melalui platform ini, individu atau organisasi dapat mengekspresikan kreativitas mereka, menyebarkan pesan, membangun komunitas, dan bahkan mempengaruhi opini publik salah satunya adalah Hotto Purto.

Hotto Purto adalah produk superfood multigrain yang dirancang khusus untuk memberikan solusi praktis dan bergizi bagi mereka yang ingin memulai pola makan sehat. Diformulasikan dengan tambahan ubi ungu, Hotto Purto menjadi pilihan terbaik untuk memenuhi kebutuhan gizi sehari-hari secara praktis. Produk ini menghadirkan keseimbangan nutrisi yang penting untuk mendukung kebutuhan gizi, terutama bagi ibu hamil dan menyusui (Widawati & Elbana, 2024).

Hotto Purto memiliki kandungan nutrisi yang lengkap, seperti 12 jenis vitamin, 9 jenis mineral, 5 gram protein, dan 7 gram serat, serta mengandung kalsium, magnesium, fosfor, dan zinc, Hotto Purto memberikan dukungan yang dibutuhkan untuk menjaga kesehatan ibu dan bayi selama masa kehamilan. Asupan nutrisi penting seperti asam folat, zat besi, kalsium, dan vitamin lainnya sangat diperlukan untuk perkembangan sel-sel bayi yang sehat. Hotto Purto hadir sebagai sumber tambahan nutrisi yang dapat membantu memastikan bahwa ibu hamil memenuhi kebutuhan gizi harian yang diperlukan untuk menjaga kesehatan mereka dan bayi yang sedang dikandung (Liptan6.com, 2023).

Platform Youtube mewadahi individu atau organisasi untuk mengekspresikan kreativitas mereka, menyebarkan pesan, membangun komunitas, dan bahkan mempengaruhi opini publik (Holland, 2016). Sehingga dengan jangkauan globalnya, YouTube menjadi wadah yang kuat untuk menyebarkan informasi, mempromosikan ide, dan memengaruhi perilaku pengguna di berbagai bidang, mulai dari hiburan hingga kesehatan, termasuk memfasilitasi transformasi gaya hidup yang lebih sehat seperti yang dilakukan oleh Hotto Purto. Gaya hidup sehat adalah segala upaya untuk menerapkan kebiasaan baik dalam menciptakan hidup sehat dan menghindari kebiasaan buruk (Argyatiyasa, Suprajitno, & Martiningsih, 2015).

Penelitian terdahulu oleh Merdekawati & Lestari, (2018) menunjukkan bahwa tanggapan responden secara keseluruhan berada pada kategori sangat baik. Dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Kampanye di web series YouTube Tropicana Slim “SORE- Istri Dari Masa Depan” terhadap Sikap Hidup Sehat pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Kota Bandung. Penelitian lain oleh Hidayat,

(2023) menunjukkan adanya pengaruh tinggi dan positif secara simultan antara tayangan edukasi kesehatan (X) terhadap penerapan perilaku hidup sehat (Y). Secara keseluruhan, temuan regresi yang terjadi antar variabel adalah 0,635 atau setara dengan 63,5%, dengan demikian dapat disimpulkan terdapat 36,5% terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi penerapan perilaku hidup sehat yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kebaharuan penelitian ini adalah dari obyek penelitiannya yakni Hotto yang belum pernah diteliti sebelumnya. Temuan penelitian ini juga berkontribusi pada teori komunikasi dengan menyoroti peran penting konten video dalam menyampaikan pesan yang persuasif dan mempengaruhi transformasi perilaku. Bisnis atau organisasi yang terlibat dalam promosi kesehatan dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk merancang kampanye pemasaran yang lebih efektif di platform YouTube. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis konten video Hotto di YouTube dan mengidentifikasi dampaknya terhadap transformasi gaya hidup sehat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah sebuah metode penelitian yang digunakan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya. Dalam penelitian kualitatif, peneliti lebih menekankan pada kedalaman data yang didapatkan, dengan fokus lebih terhadap makna dan perspektif subjek pada penelitian. Landasan teori dimanfaatkan oleh peneliti sebagai pemandu, agar proses penelitian lebih fokus dan sesuai dengan fakta yang ditemui di lapangan (Sugiyono, 2020). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yakni dengan studi literatur. Teknik pengumpulan data studi literatur merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dari sumber-sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Prosedur ini melibatkan pencarian dan analisis terhadap literatur, termasuk jurnal ilmiah, buku, artikel, laporan riset, dan dokumen-dokumen lain yang berkaitan dengan subjek penelitian. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dalam tiga tahapan yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Aziz Alimul Hidayat, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang dihasilkan oleh peneliti dalam konteks ini mencerminkan materi video di YouTube, yang merupakan contoh dari komunikasi massa. Komunikasi massa didefinisikan sebagai penggunaan media massa untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang luas dengan tujuan memberikan informasi, hiburan, atau mempengaruhi (IRWAN & PURNAMASARI, 2022). Sesuai dengan salah satu tujuan komunikasi massa yang dijelaskan oleh Jay Black dan Frederick C. Whitney Cecariyani & Sukendro, (2018), yaitu memberikan informasi dan mempengaruhi, konten YouTube Hotto Purto memenuhi fungsi tersebut dengan memberikan informasi kepada audiensnya mengenai pentingnya asupan nutrisi yang seimbang dalam kehidupan sehari-hari. Hotto Purto memberikan solusi yang praktis dan bernutrisi bagi masyarakat modern yang seringkali sibuk dengan jadwal yang padat. Produk ini adalah campuran

multigrain yang menggunakan ubi ungu, yang menjadi inovasi pertama di Indonesia dalam produk semacam itu.

Selain bertujuan untuk memberikan informasi mengenai konsumsi makanan yang sehat, hotto purto juga mempengaruhi penontonnya sebagai langkah mencapai tujuan dari komunikasi massa. Hotto purto mempengaruhi penontonnya untuk mengubah pola gaya hidup yang tadinya mengkonsumsi makanan yang berlemak dan tinggi gula menjadi lebih sehat dengan mengkonsumsi makanan tinggi serat seperti Hotto Purto.

Penggunaan bahasa persuasif dalam pernyataan seperti "solusi praktis dan bernutrisi bagi masyarakat modern yang sibuk" bertujuan untuk mempengaruhi perilaku konsumen dengan menarik perhatian mereka yang memiliki gaya hidup yang padat. Melalui penggunaan kata-kata yang menekankan kepraktisan dan kesehatan, komunikasi persuasif ini berupaya mengubah persepsi dan perilaku konsumen, memotivasi mereka untuk memilih produk tersebut sebagai alternatif yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup mereka. Dengan demikian, bahasa persuasif tidak hanya bertujuan untuk menarik perhatian, tetapi juga untuk memicu transformasi perilaku Arifin, (2018), sehingga menciptakan efek yang lebih jauh dalam keputusan pembelian dan gaya hidup konsumen.

Metode persuasif yang digunakan dalam Hotto Purto seperti yang diungkapkan oleh beberapa ahli seperti Browmen, Newcomb, Cartwright Ariyani, Naryoso, & Sos, (2017) terdiri dari Pay-off idea yaitu upaya mempengaruhi orang lain dengan menjanjikan manfaat atau harapan yang menguntungkan. Pesan yang disampaikan mencakup anjuran yang jika diikuti, dijamin akan menghasilkan kepuasan. Pay-off Idea dari Hotto Purto adalah bahwa produk ini merupakan solusi praktis dan bernutrisi bagi masyarakat modern yang memiliki gaya hidup yang sibuk. Dengan menggunakan campuran multigrain dan ubi ungu, produk ini menawarkan kesehatan dan kepraktisan dalam satu paket, menjadikannya pilihan yang menjanjikan hasil yang memuaskan bagi konsumen yang peduli dengan kesehatan dan mencari alternatif makanan yang mudah disiapkan dalam kesibukan sehari-hari. Selain itu, Fear Aroucing adalah tindakan menyajikan pesan yang menimbulkan kekhawatiran atau ketakutan jika informasi yang diberikan tidak diindahkan. Hal ini disampaikan dalam konten Youtube Hotto Purto mengenai peringatan tentang risiko kesehatan seperti obesitas, penyakit jantung, atau masalah kesehatan lainnya yang dapat timbul akibat pola makan yang tidak sehat. Dengan menyajikan informasi ini, Hotto Purto mencoba memotivasi konsumen untuk memilih produk mereka sebagai solusi yang lebih sehat untuk gaya hidup mereka.

Klaim Kesehatan dan Nutrisi dalam penggunaan multigrain dan ubi ungu sebagai bahan utama produk Hotto Purto merupakan strategi komunikasi persuasif yang bertujuan untuk mengubah perilaku konsumen dengan mempengaruhi persepsi mereka terhadap produk tersebut. Dengan menyoroti kandungan sehat dan nutrisi yang ditawarkan, pesan persuasif ini tidak hanya menciptakan kesan bahwa produk ini praktis, tetapi juga memberikan dorongan kepada konsumen yang peduli dengan kesehatan untuk memilihnya. Melalui transformasi perilaku, konsumen cenderung lebih condong memilih produk yang dianggap sehat dan bernutrisi, sehingga

mengintegrasikan Hotto Purto ke dalam gaya hidup mereka yang lebih sehat dan berkesinambungan. Dengan demikian, klaim kesehatan dan nutrisi tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai pemicu untuk perubahan perilaku konsumen yang lebih positif (Putri, 2016).

Hotto Purto menekankan inovasi sebagai produk pertama di Indonesia dalam penggunaan multigrain dan ubi ungu, komunikasi persuasif dalam promosi Hotto Purto bertujuan untuk mengubah perilaku konsumen dengan menciptakan asosiasi positif terhadap keunikan produk. Dengan memperkenalkan elemen eksklusivitas, pesan persuasif ini mempengaruhi persepsi konsumen sehingga mereka tertarik untuk mencoba produk yang dianggap unik dan berbeda dari yang lain. Transformasi perilaku terjadi ketika konsumen mulai memilih Hotto Purto sebagai pilihan utama mereka, mengintegrasikannya ke dalam kebiasaan konsumsi sehari-hari mereka dan mungkin juga memotivasi mereka untuk mengeksplorasi lebih banyak produk inovatif di masa mendatang. Dengan demikian, komunikasi persuasif tidak hanya memperkenalkan produk secara efektif, tetapi juga mendorong perubahan dalam pola perilaku konsumen, mempromosikan adopsi produk yang inovatif dan berbeda (Dewi Puspasari, 2023).

Penekanan pada sibuknya masyarakat modern dengan jadwal yang padat dalam promosi Hotto Purto merupakan strategi segmentasi pasar yang bertujuan untuk mengubah perilaku konsumen dengan menyampaikan pesan yang relevan dan khusus. Dengan mengidentifikasi segmen pasar yang memiliki kebutuhan akan solusi praktis dan bernutrisi dalam gaya hidup mereka yang sibuk, pesan ini membangun hubungan langsung dengan target audience. Melalui transformasi perilaku, konsumen yang awalnya mungkin tidak memperhatikan produk ini dapat mulai mempertimbangkan dan bahkan memilih Hotto Purto sebagai solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka yang sibuk. Dengan demikian, strategi segmentasi pasar dalam komunikasi persuasif tidak hanya meningkatkan relevansi produk, tetapi juga memengaruhi perubahan perilaku konsumen dengan mengintegrasikan produk ke dalam gaya hidup mereka yang sibuk.

Penggunaan testimoni atau kesaksian dari konsumen yang telah mencoba produk Hotto Purto adalah strategi yang bertujuan untuk mengubah perilaku konsumen dengan memberikan keyakinan tambahan terhadap produk. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya konten video testimoni dari orang-orang yang telah mengkonsumsi Hotto Purto di akun Youtube-nya. Banyak yang sudah merasakan manfaat dari Hotto Purto sehingga testimoni tersebut dapat menguntungkan dari pihak perusahaan. Testimoni yang positif dan memuji produk ini dapat mempengaruhi persepsi konsumen, memberikan bukti konkret atas manfaat yang diberikan oleh Hotto Purto. Melalui transformasi perilaku, konsumen yang awalnya mungkin ragu atau skeptis terhadap produk ini dapat mulai mempertimbangkan untuk mencobanya, dipengaruhi oleh pengalaman positif orang lain. Dengan demikian, penggunaan testimoni dalam komunikasi persuasif tidak hanya meningkatkan kredibilitas produk, tetapi juga memengaruhi perubahan dalam perilaku konsumen dengan mengarahkan mereka untuk memilih dan mengadopsi produk tersebut sebagai bagian dari gaya hidup mereka..

Penggunaan visual yang menarik dalam mempromosikan produk Hotto Purto dilakukan dengan kemasan yang estetik. Kemasannya dibuat dengan kemasan kecil untuk sekali seduh yang kemudian dikemas lagi dengan kemasan pouch yang lebih besar terdiri dari 16 sachet. Kemasan dengan warna ungu muda dengan gambar yang mengilustrasikan ubi ungu pada kemasan sachet serta terdapat gambar pedesaan yang menyiratkan bahwa produk tersebut berasal dari alam. Kemasan yang menarik adalah strategi yang bertujuan untuk mengubah perilaku konsumen dengan memengaruhi persepsi mereka terhadap produk. Melalui penampilan yang menarik, konsumen lebih mungkin tertarik untuk memperhatikan pesan-pesan yang berfokus pada kesehatan dan nutrisi yang disampaikan. Transformasi perilaku terjadi ketika konsumen mulai mengaitkan visual menarik tersebut dengan asosiasi positif terhadap kesehatan dan nutrisi, hingga akhirnya memilih untuk mencoba dan mengadopsi produk tersebut sebagai bagian dari gaya hidup mereka yang lebih sehat. Dengan demikian, penggunaan visual yang menarik dalam komunikasi persuasif tidak hanya memperkuat pesan-pesan yang disampaikan, tetapi juga mempengaruhi perubahan perilaku konsumen dengan memotivasi mereka untuk memilih produk yang diperlihatkan dalam gambar.

Video Hotto Purto di YouTube memiliki dampak yang signifikan terhadap transformasi gaya hidup sehat bagi para penontonnya. Menyajikan informasi tentang produk yang praktis dan bernutrisi bagi masyarakat modern yang sibuk, konten videonya mempengaruhi persepsi konsumen tentang pentingnya memilih makanan yang sehat dalam rutinitas sehari-hari. Melalui visual yang menarik, testimoni yang mendukung, dan penekanan pada kesehatan dan nutrisi, konten-kontennya mendorong konsumen untuk mempertimbangkan Hotto Purto sebagai alternatif yang lebih sehat dalam memenuhi kebutuhan nutrisi mereka. Transformasi gaya hidup sehat terjadi ketika penonton mulai mengadopsi pola makan yang lebih sehat dan mengintegrasikan Hotto Purto kedalam konsumsi rutinitas mereka.

KESIMPULAN

Video YouTube Hotto memiliki potensi besar untuk mempromosikan gaya hidup sehat dan membantu transformasi gaya hidup pengguna YouTube. Konten dalam video tersebut secara konsisten menyampaikan pesan-pesan yang mendukung gaya hidup sehat, termasuk informasi tentang diet seimbang, olahraga teratur, dan praktik hidup sehat lainnya. Gaya penyampaian yang menarik dan informatif dalam video Hotto berhasil menarik perhatian pemirsa dan menginspirasi penonton untuk mempertimbangkan perubahan gaya hidup yang lebih sehat. Sebagai hasilnya, dapat disimpulkan bahwa video Hotto memiliki dampak positif dalam membantu pengguna YouTube untuk mengadopsi gaya hidup yang lebih sehat dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan

BIBLIOGRAFI

- argyatiyasa, Nizar, Suprajitno, Suprajitno, & Martiningsih, Wiwin. (2015). Gaya Hidup Sehat Lansia. *Jurnal Ners Dan Kebidanan (Journal Of Ners And Midwifery)*, 2(3), 222–226.
- Arham, Mutmainnah. (2020). Efektivitas Penggunaan Youtube Sebagai Media

- Pembelajaran. *Academia Education*, 1(1), 1–13.
- Arifin, Bustanol. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Da'i Hidayatullah Dalam Membina Masyarakat Pedesaan. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 159–178.
- Ariyani, Angelika Putri, Naryoso, Agus, & Sos, S. (2017). Evaluation Of Instructor's Perssuasive Communication Skill In Anti Bullying Law Explanation Program. *Interaksi Online*, 5(3), 1–12.
- Cecariyani, Shera Aske, & Sukendro, Gregorius Genep. (2018). Analisis Strategi Kreatif Dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana). *Prologia*, 2(2), 495–502.
- Dewi Puspasari, S. M. (2023). Komunikasi Dan Perilaku Konsumen. *Perilaku Konsumen*, 117.
- Hidayat, Aziz Alimul. (2015). *Metode Penelitian Kesehatan Paradigma Kuantitatif*. Health Books Publishing.
- Hidayat, Erika Zulfa Nisrina. (2023). Pengaruh Tayangan Video Youtube Edukasi Kesehatan Terhadap Penerapan Perilaku Hidup Sehat: Studi Korelasi Pada Subscriber Youtube Halodoc. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Holland, Margaret. (2016). How Youtube Developed Into A Successful Platform For User-Generated Content. *Elon Journal Of Undergraduate Research In Communications*, 7(1).
- Irwan, Irwan, & Purnamasari, Jelita. (2022). Peranan Komunikasi Massa Dalam Penyampaian Informasi Pada Masyarakat Kampung Adoki Distrik Yendidori Kabupaten Biak Numfor. *Copi Susu: Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 4(1), 50–55.
- Liputan6.Com. (2023). Solusi Praktis Tingkatkan Asupan Nutrisi Selama Kehamilan Dan Menyusui Dengan Hotto Purto. Retrieved From <https://www.liputan6.com/jatim/read/5417486/solusi-praktis-tingkatkan-asupan-nutrisi-selama-kehamilan-dan-menyusui-dengan-hotto-purto#:~:Text=Dengan Hotto Purto%2c Ibu Hamil,Bahan Kimia%2c Atau Pemanis Buatan. Diakses Pada 7 April 2024>.
- Merdekawati, Siska, & Lestari, Martha Tri. (2018). Pengaruh Kampanye Pada Youtube Web Series Tropicana Slim “Sore-Istri Dari Masa Depan” Terhadap Sikap Gaya Hidup Sehat Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Bandung. *Dialektika*, 5(2).
- Putri, Primadhany Kartana. (2016). Aplikasi Pendekatan-Pendekatan Persuasif Pada Riset Komunikasi Pemasaran: Iklan Melibatkan Penciptaan Dan Penerimaan Pesan Komunikasi Persuasif Mengubah Perilaku Pembelian. *Jurnal The Messenger*, 8(1), 1–16.
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi (Mix Methods)*(Di Sutopo (Ed.). Alfabeta, Cv.
- Widawati, Agatha Ayu Lisa, & Elbana, Mohammad. (2024). Kajian Litelatur Review Krisis Komunikasi Hotto Purto Pada Kasus Overclaim Dalam Menjaga Citra Perusahaan. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(1), 113–120.

..

Copyright holder:

Kherin, Fakhirah Wakid, Vincentia Roseline Andi (2024)

First publication right:

[Syntax Idea](#)

This article is licensed under:

