

**Tren Gaya Hidup Sehat dan Saluran Komunikasi Pelaku Pola Makan *Food Combining***

**Siska Armawati Sufa, Nevrettia Christantyawati, Raden Ayu Erni Jusnita**

*Universitas dr. Soetomo, Indonesia*

siska.armawati@unitomo.ac.id

**ABSTRAK**

Penelitian ini berkaitan dengan penyebaran informasi tentang tren gaya hidup sehat yang baru-baru ini banyak digemari masyarakat di Indonesia melalui pendekatan pola makan *Food Combining* sebagai proses difusi inovasi dalam komunikasi kesehatan. Dengan menerapkan pola makan *Food Combining* diharapkan bahwa tubuh manusia akan bertambah sehat, penuh energi, dan bebas dari penyakit. Permasalahan yang ingin diteliti adalah mengenai: 1) Apa yang memotivasi para pelaku pola makan *food combining* dalam menerapkan gaya hidup sehat? dan 2) Saluran komunikasi apa sajakah yang digunakan untuk mencari informasi terkait pola makan *food combining*? sekaligus juga 3) Bagaimana cara berinteraksi dengan komunitas pelaku *food combining* lainnya di seluruh Indonesia?

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, dengan obyek penelitiannya adalah berbagai media informasi (media cetak, media sosial, maupun media elektronik) beserta seluruh saluran komunikasi yang digunakan oleh para pelaku pola makan (*member* atau komunitas) *Food Combining Indonesia* dengan pendekatan Teori Difusi Inovasi.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *food combining* adalah tren baru gaya hidup sehat masa kini yang dimotivasi kebutuhan fisiologis yang merupakan hirarki kebutuhan manusia paling dasar untuk dapat mempertahankan hidup termasuk juga menjaga agar tubuh tetap bugar dan sehat serta terbebas dari segala macam penyakit. Sedangkan saluran komunikasi dalam rangka proses difusi inovasi dalam rangka penyebaran informasi dan pengetahuan mengenai tren gaya hidup sehat *food combining* dilakukan melalui *social media* dengan metode komunikasi dua tahap yang merupakan gabungan antara penggunaan saluran media massa dan saluran antar pribadi dengan cara berinteraksi melalui: *personal contact*, *chatting applications*, *social media group*, dan *gathering*.

**Kata kunci:** saluran komunikasi, difusi inovasi, komunikasi kesehatan, gaya hidup sehat, *food combining*

**ABSTRACT**

*This research is concerned with the dissemination of information about healthy lifestyle trends that have been popular in Indonesia through Food Combining as a process of diffusion of innovation in health communication. By applying the diet Food Combining is expected that the human body will grow*

*healthier, full of energy, and free from disease. Problems to be studied are about: 1) What motivates the perpetrators of diet combining diet in applying a healthy lifestyle? and 2) What channels of communication are used to find information related to diet combining? as well as 3) How to interact with the community of other food combining actors across Indonesia?*

*This research uses qualitative methodology, with the object of research is various media information (print media, social media, and electronic media) along with all communication channel used by food combiner (member or community) Food Combining Indonesia with approach of Innovation Diffusion Theory.*

*The results concluded that food combining is a new trend of healthy lifestyle of today that is motivated physiological needs which is the hierarchy of the most basic human needs to survive, including keeping the body fit and healthy and free from all kinds of diseases. While the communication channels in the process of diffusion of innovation in order to disseminate information and knowledge about healthy food lifestyle trends is done through social media with two-stage communication method which is a combination between the use of mass media channels and interpersonal channels by interacting through: personal contact, chatting applications, social media group, and gathering.*

**Keywords:** *communication channels, innovation diffusion, health communication, healthy lifestyle, food combining*

## **PENGANTAR**

Cara menerapkan gaya hidup sehat memang merupakan hal yang sangat penting untuk dapat meningkatkan kesejahteraan hidup manusia. Hidup akan sangat baik jika manusia dapat tetap berkaitan dengan kesehatan. Pada dasarnya menerapkan gaya hidup sehat dalam kehidupan sehari-hari adalah mencakup beberapa hal, yakni makanan, minuman, nutrisi dan juga olahraga yang diperlukan dalam keseharian hidup.

Namun di masa sekarang banyak orang tidak lagi terlalu menganggap gaya hidup sehat sebagai hal yang penting, dengan gaya hidup saat ini yang semakin modern dan beberapa orang memilih makanan cepat saji (fast food) dan junkfood tentu akan sangat membahayakan kesehatan tubuh, terlebih jika tak diimbangi dengan olahraga yang teratur.

Widyanti Yuliandari, salah satu penulis buku *FOOD COMBINING: Pola Makan Sehat, Enak dan Mudah* menyampaikan dalam instagramnya tentang gaya hidup sehat *Food Combining* adalah pola makan yang sangat nge-tren akhir-akhir ini. Pola makan ini sangat alami, namun bukan sekadar alami dalam artian mengasup bahan-bahan yang belum terlalu jauh bentuknya dengan bentuk aslinya di alam. Alami di sini dalam arti, *Food Combining* memperhatikan apa yang terjadi di dalam tubuh seperti yang sudah digariskan alam, apa yang dibutuhkan tubuh, kemudian mengatur asupan makanan yang sesuai dengan itu semua. Sebagian orang mengernyitkan dahi, memandang aneh terhadap pola makan ini, seakan-akan *Food Combining* adalah sesuatu yang sama sekali baru bahkan terkesan mengada-ada. Sebagian bahkan berpendapat bahwa *Food Combining* tak lebih hanyalah takhayul makanan modern, sesuatu yang belum terbukti kebenarannya. Faktanya? Justru sejarah telah mencatat

bahwa sejak 2.000 hingga 3.000 tahun lalu, prinsip-prinsip dasar *Food Combining* telah diterapkan dengan penuh konsistensi oleh suku bangsa Esseni yang tinggal di kawasan Palestina. Suku Esseni mengikuti ajaran-ajaran yang berhubungan dengan pola makan, misalnya: tidak makan roti dan daging dalam waktu bersamaan, tidak makan susu bersama dengan daging, tidak makan berlebihan dan memiliki kebiasaan puasa dalam rentang waktu tertentu.

Terkait hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang mencakup dua kasus, yaitu: (1) Apa yang memotivasi para pelaku pola makan *food combining* dalam menerapkan gaya hidup sehat?, (2) Saluran komunikasi apa sajakah yang digunakan *food combiner* (pelaku pola makan *food combining*) untuk mencari informasi terkait pola makan *food combining*?, dan (3) Bagaimana cara berinteraksi dengan komunitas pelaku *food combining* lainnya di Indonesia?

Selama ini pemikiran orang mengenai pola makan umumnya terpusat pada makanan kelompok empat sehat (karbohidrat, protein, sayur, dan buah), yang dijabarkan sebagai makanan seimbang dalam satu menu. Salah satu aspek yang menentukan pilihan seseorang atas pola konsumsi makan tersebut adalah gaya hidup (Ratnasari, dalam *MEDIATOR - Jurnal Komunikasi*, 2008: 4).

Menurut Kotler (1992: 189), gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapat yang bersangkutan. Hal ini, menunjukkan rupa keseluruhan pola perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari.

Selama hampir satu abad, aspek pemikiran yang berkenaan dengan gizi terpusat pada makanan kelompok empat sehat. Sebagian besar orang menafsirkan menu seimbang sebagai kelengkapan semua makanan empat sehat dalam satu kali makan. Konsep pola makan ini ditanamkan sejak dini pada murid-murid sekolah dasar, digunakan oleh banyak ahli gizi, bahkan diterapkan pada menu makanan rumah sakit. Namun fakta sudah cukup membuktikan bahwa pola makan ini hampir tidak ada yang benar-benar berhasil mengatasi berbagai masalah kesehatan yang ada selama ini (Gunawan, 2015: 18).

Konsep empat sehat dalam satu menu sebetulnya tidak terlalu menimbulkan masalah seperti sekarang, karena pola makan manusia beberapa puluh tahun yang lalu lebih alami. Seperti diungkapkan Gunawan (2015: 19), meningkatnya taraf hidup masyarakat yang disertai dengan modernisasi teknologi industri makanan, menyebabkan masyarakat semakin jauh dari makanan-makanan alami. Pola makan masyarakat modern sudah dipengaruhi promosi gencar produk-produk makanan tinggi lemak, garam dan gula yang berlawanan di balik konsep empat sehat. Misalnya, produk sereal bersalut gula, makanan instan, sari buah, margarin, camilan asin, daging olahan, dan sebagainya. Makanan-makanan seperti ini tidak memberi kontribusi gizi pada tubuh kecuali tambahan beban berat badan.

Selanjutnya, Gunawan (2015: 19) mengungkapkan bahwa menu empat sehat yang dikonsumsi masyarakat sekarang umumnya tinggi lemak jenuh dan karbohidrat halus atau olahan, tetapi rendah karbohidrat alami dan lemak sehat ( lemak tak jenuh ganda). Sebagai contoh, sumber hidrat arang yang lebih banyak dikonsumsi adalah nasi putih dan gula pasir, produk tepung seperti roti dan kue, yang kualitas gizinya rendah akibat

proses pengolahan yang lama. Sedangkan hidrat arang yang kualitas gizinya masih utuh seperti kentang, beras merah, atau jagung, umumnya dijadikan makanan selingan atau hampir tidak digemari. Buah atau sayuran yang juga termasuk sumber hidrat arang utuh, lebih sering ditempatkan sebagai makanan sampingan, dan seringkali tidak sempat dimakan karena perut sudah terlanjur kenyang. Asupan protein yang hanya dianjurkan separuh dari total asupan hidrat arang juga sering dikonsumsi lebih dari takaran. Ini adalah akibat dari persepsi yang keliru mengenai protein, Kebutuhan protein memang vital tetapi tidak sebanyak yang diperkirakan orang.

*Food Combining* (atau FC) adalah Pola Makan Harian, (Sarapan, Makan Siang, dan Makan Malam) yang mencari keseimbangan dalam tubuh, yang bertujuan untuk membentuk PH darah yang netral antara acid-base (asam-basa), dan mengkondisikan Homeostasis tubuh (Homeostasis = kondisi keseimbangan internal yang ideal, di mana semua sistem tubuh bekerja optimal untuk memenuhi semua kebutuhan tubuh).

Kenapa parameternya melalui PH tubuh? Sempel, karena kondisi tubuh yang sehat dengan fungsi yang normal, memiliki PH netral. Lalu, kenapa *Food Combining*? Masalahnya adalah, paduan dan pola makan dewasa ini cenderung menghasilkan PH ke arah yang asam (*acid*), dan menjadi pemicu masalah-masalah kesehatan dari yang ringan hingga yang fatal. Solusinya? Dengan cara mengembalikan kadar PH menjadi netral, dengan mengkonsumsi asupan pembentuk basa seperti buah dan sayuran sayuran segar, dan menghindari atau setidaknya meminimalkan asupan pembentuk asam. Rumit? Tidak juga, dasarnya hanya perlu memperhatikan padu padan asupan makanannya, cara mengkonsumsinya, dan waktu yang tepat untuk mengkonsumsinya. Semua dapat diterapkan dengan "sedikit memodifikasi" asupan dan kebiasaan makanan harian. Sedikit *reminder* untuk pola dasar dari *Food Combining*:

- 1) Konsumsi air hangat dengan perasan jeruk nipis/lemon sesaat setelah bangun pagi,
- 2) Sarapan hanya buah-buahan segar pada pagi hari hingga jelang siang, agar tidak membebani saluran cerna di fase "pembuangan".
- 3) Menghindari mempertemukan Karbohidrat Pati dengan Protein Hewani. Pertemuan keduanya dalam satu waktu makan akan memberatkan saluran cerna dan akan menghasilkan PH tubuh asam.
- 4) Minum hanya air putih berkualitas 2,5 hingga 3 liter perhari, hindari minum berlebihan setelah makan.
- 5) Kunyahan yang banyak; membantu meringankan dan mengoptimalkan kualitas asupan makanan.

Juga perlu dipahami sedikit mengenai siklus harian tubuh manusia terkait pola makan: "*You are what You eat*", apapun yang menjadi asupan harian akan menentukan kualitas kesehatan termasuk berat badan, yang akan mencari titik berat idealnya secara otomatis.

Teori Difusi Inovasi pada dasarnya menjelaskan proses bagaimana suatu inovasi disampaikan (dikomunikasikan) melalui saluran-saluran tertentu sepanjang waktu kepada sekelompok anggota dari sistem sosial. Hal tersebut sejalan dengan pengertian difusi dari Rogers (1961), yaitu "*as the process by which an innovation is communicated through certain channels over time among the members of a social system*". Lebih jauh dijelaskan bahwa difusi adalah suatu bentuk komunikasi yang bersifat khusus

berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan yang berupa gagasan baru, atau dalam istilah Rogers (1961) difusi menyangkut “*which is the spread of a new idea from its source of invention or creation to its ultimate users or adopters*”.

Sesuai dengan pemikiran Rogers, dalam proses difusi inovasi terdapat 4 (empat) elemen pokok, yaitu:

1) Inovasi; gagasan, tindakan, atau barang yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam hal ini, kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya. Jika suatu ide dianggap baru oleh seseorang maka ia adalah inovasi untuk orang itu. Konsep ‘baru’ dalam ide yang inovatif tidak harus baru sama sekali.

2) Saluran komunikasi; ‘alat’ untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Dalam memilih saluran komunikasi, sumber paling tidak perlu memperhatikan: a.) tujuan diadakannya komunikasi, dan b.) karakteristik penerima. Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak yang banyak dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien, adalah media massa. Tetapi jika komunikasi dimaksudkan untuk mengubah sikap atau perilaku penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah saluran interpersonal.

3) Jangka waktu; proses keputusan inovasi, dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya, dan pengukuhan terhadap keputusan itu sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Paling tidak dimensi waktu terlihat dalam: a.) proses pengambilan keputusan inovasi, b.) keinovatifan seseorang; relatif lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi, dan c.) kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial.

4) Sistem sosial; kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama.

Lebih lanjut teori yang dikemukakan Rogers (1995) memiliki relevansi dan argumen yang cukup signifikan dalam proses pengambilan keputusan inovasi. Teori tersebut antara lain menggambarkan tentang variabel yang berpengaruh terhadap tingkat adopsi suatu inovasi serta tahapan dari proses pengambilan keputusan inovasi. Variabel yang berpengaruh terhadap tahapan difusi inovasi tersebut mencakup: 1.) atribut inovasi (*perceived attribute of innovation*), 2.) jenis keputusan inovasi (*type of innovation decisions*), 3.) saluran komunikasi (*communication channels*), 4.) kondisi sistem sosial (*nature of social system*), dan 5.) peran agen perubah (*change agents*).

Sementara itu tahapan dari proses pengambilan keputusan inovasi mencakup:

1) Tahap Munculnya Pengetahuan (*Knowledge*) ketika seorang individu (atau unit pengambil keputusan lainnya) diarahkan untuk memahami eksistensi dan keuntungan/manfaat dan bagaimana suatu inovasi berfungsi,

2) Tahap Persuasi (*Persuasion*) ketika seorang individu (atau unit pengambil keputusan lainnya) membentuk sikap baik atau tidak baik.

3) Tahap Keputusan (*Decisions*) muncul ketika seorang individu atau unit pengambil keputusan lainnya terlibat dalam aktivitas yang mengarah pada pemilihan adopsi atau penolakan sebuah inovasi.

- 4) Tahapan Implementasi (*Implementation*), ketika seorang individu atau unit pengambil keputusan lainnya menetapkan penggunaan suatu inovasi.
- 5) Tahapan Konfirmasi (*Confirmation*), ketika seorang individu atau unit pengambil keputusan lainnya mencari penguatan terhadap keputusan penerimaan atau penolakan inovasi yang sudah dibuat sebelumnya.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dalam upaya menelaah komunikasi kesehatan tentang tren gaya hidup sehat *food combining* melalui teori difusi inovasi serta berusaha menjelaskan dan menganalisis saluran komunikasi yang digunakan oleh para pelaku pola makan *food combining* dalam berbagi informasi tentang pesan gaya hidup sehat dengan menerapkan pola makan *food combining*. Proses penelitian yang akan dilakukan melalui data primer yang didapatkan dari observasi, mengajukan daftar pertanyaan kepada *key informan*, mengumpulkan berbagai data yang spesifik, menganalisis data secara induktif dari yang bersifat khusus ke umum, dan menafsirkan makna data-data mengenai komunikasi kesehatan dan saluran komunikasi dalam menerapkan gaya hidup sehat dengan menerapkan pola makan *food combining*. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui kajian pustaka, dengan menggunakan literatur yang relevan dengan penelitian ini dan dapat menunjang dalam melakukan analisis serta berita ataupun artikel dari internet yang terkait dengan objek penelitian.

Dalam penelitian kualitatif menurut Moleong (2004: 20) desain penelitian dapat disusun sebelumnya secara tidak lengkap. Ketika desain tersebut sudah mulai digunakan, maka desain tersebut dapat dilengkapi dan disempurnakan. Adapun desain dapat senantiasa diubah dan disesuaikan dengan data yang diperoleh di lapangan dan disesuaikan pula dengan pengetahuan baru yang ditemukan.

Creswell (2009: 175) menjelaskan bahwa untuk mendapatkan gambaran dari fenomena yang akan diteliti, didapatkan dari sejumlah data. Peneliti di dalam penelitian kualitatif mendapatkan data dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian peneliti melakukan *review* semua hasil data tersebut, memahami, dan mengorganisasikan ke dalam kategori-kategori yang relevan dengan sumber data.

## **PEMBAHASAN**

### **Saluran – Saluran Komunikasi *Food Combining***

Pendapat Rogers (1983), menyatakan bahwa saluran komunikasi adalah alat atau media yang dapat dimanfaatkan oleh individu-individu atau kelompok serta organisasi yang berkomunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan (*messages*) mereka. Sedangkan pendapat Berlo (1960), mengartikan dalam beragam pengertian, yaitu:

- 1) saluran sebagai alat pembawa pesan,
- 2) saluran yang dilalui oleh alat pembawa pesan,
- 3) media/wahana yang memungkinkan alat pembawa pesan itu melalui jalan atau saluran yang harus dilaluinya, dan
- 4) media/wahana yang dapat dijadikan sarana untuk berkomunikasi, seperti: pertemuan serta pertunjukan.

Secara konseptual, dikenal adanya tiga macam saluran atau media komunikasi, yaitu: saluran antar pribadi (*inter-personal*), media massa (*mass media*), dan forum media yang dimaksudkan untuk menggabungkan

keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh saluran antar pribadi dan media massa.

Semakin banyak ragam media yang digunakan oleh pihak-pihak yang berkomunikasi (baik sumber maupun penerima manfaat), akan memberikan pengaruh yang sangat baik. Karena selain jumlah informasi menjadi lebih lengkap, biasanya juga lebih bermutu/semakin memberikan kejelasan terhadap inovasi yang diterimanya.

Media antar pribadi (*inter-personal*), adalah media yang memungkinkan para pihak yang berkomunikasi dapat berkomunikasi secara langsung, baik dengan tatap muka (ex: percakapan antar individu, diskusi dalam kelompok kecil, pertemuan di dalam maupun di luar ruangan), atau menggunakan alat (ex: melalui telepon, *chatting* lewat internet, dan menggunakan *teleconference*).

Lionberger dan Gwin (1982), mengemukakan dua ciri yang harus diperhatikan dalam penerapan saluran antar pribadi, yaitu:

1) Saluran antar pribadi sebenarnya merupakan saluran ganda (multi channels), di dalam berkomunikasi tatap muka memperhatikan bahasa yang digunakan, serta menyangkut ekspresi raut muka, pakaian yang dikenakan, tingkat kelantangan suara, waktu dan tempat yang tepat untuk berkomunikasi.

2) Saluran antar pribadi sering menghadapi hambatan (*barrier*) yang berupa: kesenjangan budaya, generalisasi yang salah, serta perilaku yang mencurigakan.

Saluran media massa adalah segala bentuk media massa (media cetak, media elektronik, dan multi media) yang dapat digunakan oleh pihak-pihak yang berkomunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan mereka.

Yang termasuk dalam media cetak adalah surat kabar, tabloid, majalah, jurnal ilmiah, poster, leaflet, folder, serta brosur. Media elektronik dapat berbentuk audio suara (ex: radio, pita rekaman atau tipe recorder dan CD atau compact disc), atau audio visual (ex: film, TV, VCD). Serta multi media merupakan segala bentuk produk media (cetak dan audio visual) yang digabungkan dalam satu paket media komunikasi.

Media massa biasanya lebih efektif dan lebih murah untuk mengenalkan inovasi pada tahap-tahap kesadaran dan menumbuhkan minat, tetapi saluran/media ini memiliki kelemahan-kelemahan yang mencakup:

- 1) Pesan yang disampaikan sering kurang jujur,
- 2) Bahasa dan kalimat (istilah) yang digunakan seringkali kurang akrab dengan masyarakat penerima manfaatnya,
- 3) Isi pesan sering kurang memperhatikan kebutuhan pembangunan masyarakat,
- 4) Isi pesan sering kali terlalu berorientasi kepada masalah-masalah teknis,
- 5) Isi pesan kurang memperhatikan sistem nilai yang berlaku di dalam masyarakat.

Forum media adalah saluran komunikasi yang berupa sekelompok kecil orang yang dapat saling tatap muka untuk berkomunikasi (mendiskusikan pesan-pesan tertentu) yang diterima media massa. Bentuk-bentuk forum media yang dapat kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari

adalah: kelompok belajar, kelompok pendengar, dan kelompok pencapir (kelompok pendengar, pembaca, dan pemirsa televisi).

Dalam praktik komunikasi pembangunan, terutama fasilitator harus mampu mengidentifikasi dan sekaligus memilih saluran/media yang efektif. Pengertian efektif ini, di satu pihak disukai penerima manfaatnya, dan di lain pihak dia harus mampu dan terampil menggunakan/mengoperasionalkan.

Jika inovasi dapat dengan mudah dan jelas dapat disampaikan lewat media massa, atau sebaliknya jika kelompok penerima manfaatnya dapat dengan mudah menerima inovasi yang disampaikan melalui media massa, maka proses adopsi akan berlangsung relatif lebih cepat dibanding dengan inovasi yang harus disampaikan lewat media antar pribadi.

Jika inovasi tersebut sulit disampaikan lewat media massa atau penerima manfaatnya belum mampu (dapat) memanfaatkan media masa, inovasi yang disampaikan lewat komunikasi antar pribadi akan lebih cepat dapat diadopsi oleh masyarakat penerima manfaatnya. Disamping pemanfaatan ragam saluran komunikasi, tahapan dan ragam pendekatan dalam komunikasi juga berpengaruh terhadap cepat atau lambatnya inovasi diterima masyarakat.

Pilihan terhadap penggunaan saluran komunikasi banyak tergantung pada maksud dan tujuan komunikasi. Hasil penelitian membuktikan bahwa mass media akan berperan secara efektif dalam merubah pendapat (misalnya, menambah pengetahuan), sedangkan komunikasi antar pribadi umumnya lebih efektif dalam merubah sikap.

Pesan-pesan melalui media massa memang kurang kuat dalam merubah sikap, kecuali kalau pesan-pesan tersebut justru memperkuat nilai-nilai dan kepercayaan (belief) penerimanya, sedangkan pesan-pesan yang bertentangan akan disaring melalui tingkat selektivitas mereka.

Dalam komunikasi yang menggunakan saluran media, gangguan terjadi dalam bentuk noise, baik karena mutu peralatan, ketepatan gelombang radio, dan gangguan cuaca. Sedang komunikasi yang menggunakan saluran antar pribadi gangguan yang terjadi seringkali disebabkan oleh karakteristik pribadi dari pihak-pihak yang berkomunikasi berupa: citra diri, nilai-nilai, kesenjangan sosial ekonomi, kesenjangan umur, jenis kelamin, agama serta etnis.

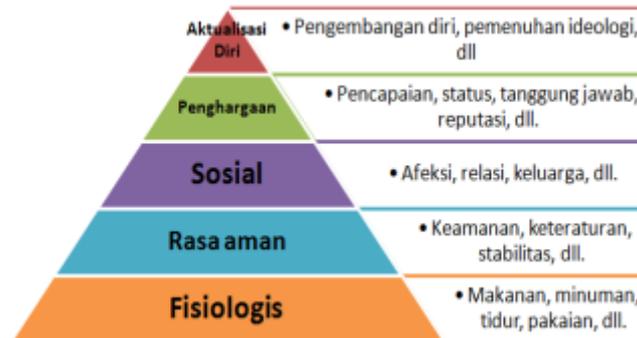
Selaras dengan macam saluran komunikasi yang digunakan, model penyebaran informasi (inovasi) dalam komunikasi pembangunan juga beragam.

Model komunikasi jarum hipodermis, merupakan model komunikasi searah dengan menggunakan saluran media masa. Media masa dianggap sebagai jarum raksasa yang menyuntik semua penerima manfaatnya yang bersifat pasif, dengan dilandasi dua asumsi pokok, yaitu:

- 1) Media massa mempunyai pengaruh yang tinggi dalam melaksanakan kehendak (penerapan inovasi) terhadap masyarakat yang tidak memiliki kesempatan untuk berfikir,
- 2) Setiap individu sifatnya otonom, artinya hanya terikat pada informasi yang diterima dari media masa dan tidak terikat oleh anggota kelompok masyarakat.

### **Motivasi Kebutuhan Maslow**

Abraham Maslow (1943 - 1970) dalam Reksohadiprojo dan Handoko (1996) mengemukakan bahwa pada dasarnya semua manusia memiliki kebutuhan pokok. Ia menunjukkannya dalam 5 tingkatan yang berbentuk piramida, seseorang memulai dorongan dari tingkatan terbawah. Lima tingkat kebutuhan itu dikenal dengan sebutan Hirarki Kebutuhan Maslow, dimulai dari kebutuhan biologis dasar sampai motif psikologis yang lebih kompleks; yang hanya akan penting setelah kebutuhan dasar terpenuhi. Kebutuhan pada suatu peringkat paling tidak harus terpenuhi sebagian sebelum kebutuhan pada peringkat berikutnya menjadi penentu tindakan yang penting.



Gambar 1. Motivasi Kebutuhan Maslow

- 1) Kebutuhan fisiologis (rasa lapar, rasa haus, dan sebagainya)  
Kebutuhan fisiologis merupakan hirarki kebutuhan manusia yang paling dasar yang merupakan kebutuhan untuk dapat hidup seperti makan, minum, perumahan, oksigen, tidur dan sebagainya.
- 2) Kebutuhan rasa aman (merasa aman dan terlindung, jauh dari bahaya),  
Apabila kebutuhan fisiologis relatif sudah terpuaskan, maka muncul kebutuhan yang kedua yaitu kebutuhan akan rasa aman. Kebutuhan akan rasa aman ini meliputi keamanan akan perlindungan dari bahaya kecelakaan kerja, jaminan akan kelangsungan pekerjaannya dan jaminan akan hari tuanya pada saat mereka tidak lagi bekerja.
- 3) Kebutuhan akan rasa cinta dan rasa memiliki (berafiliasi dengan orang lain, diterima, memiliki),  
Jika kebutuhan fisiologis dan rasa aman telah terpuaskan secara minimal, maka akan muncul kebutuhan sosial, yaitu kebutuhan untuk persahabatan, afiliasi dan interaksi yang lebih erat dengan orang lain. Dalam organisasi akan berkaitan dengan kebutuhan akan adanya kelompok kerja yang kompak, supervisi yang baik, rekreasi bersama dan sebagainya.
- 4) Kebutuhan akan penghargaan (berprestasi, berkompetensi, dan mendapatkan dukungan serta pengakuan),  
Kebutuhan ini meliputi kebutuhan keinginan untuk dihormati, dihargai atas prestasi seseorang, pengakuan atas kemampuan dan keahlian seseorang serta efektifitas kerja seseorang.
- 5) Kebutuhan aktualisasi diri (kebutuhan kognitif: mengetahui, memahami, dan menjelajahi; kebutuhan estetik: keserasian, keteraturan, dan keindahan; kebutuhan aktualisasi diri: mendapatkan kepuasan diri dan menyadari potensinya)

Aktualisasi diri merupakan hirarki kebutuhan dari Maslow yang paling tinggi. Aktualisasi diri berkaitan dengan proses pengembangan potensi yang sesungguhnya dari seseorang. Kebutuhan untuk menunjukkan kemampuan, keahlian dan potensi yang dimiliki seseorang. Malahan kebutuhan akan aktualisasi diri ada kecenderungan potensinya yang meningkat karena orang mengaktualisasikan perilakunya. Seseorang yang didominasi oleh kebutuhan akan aktualisasi diri senang akan tugas-tugas yang menantang kemampuan dan keahliannya.

Teori Maslow mengasumsikan bahwa orang berkuasa memenuhi kebutuhan yang lebih pokok (fisiologis) sebelum mengarahkan perilaku memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi (perwujudan diri). Kebutuhan yang lebih rendah harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan yang lebih tinggi seperti perwujudan diri mulai mengembalikan perilaku seseorang. Hal yang penting dalam pemikiran Maslow ini bahwa kebutuhan yang telah dipenuhi memberi motivasi. Apabila seseorang memutuskan bahwa ia menerima uang yang cukup untuk pekerjaan dari organisasi tempat ia bekerja, maka uang tidak mempunyai daya intensitasnya lagi. Jadi bila suatu kebutuhan mencapai puncaknya, kebutuhan itu akan berhenti menjadi motivasi utama dari perilaku. Kemudian kebutuhan kedua mendominasi, tetapi walaupun kebutuhan telah terpuaskan, kebutuhan itu masih mempengaruhi perilaku hanya intensitasnya yang lebih kecil.

Bila makanan dan rasa aman sulit diperoleh, pemenuhan kebutuhan tersebut akan mendominasi tindakan seseorang dan motif-motif yang lebih tinggi akan menjadi kurang signifikan. Orang hanya akan mempunyai waktu dan energi untuk menekuni minat estetika dan intelektual, jika kebutuhan dasarnya sudah dapat dipenuhi dengan mudah. Karya seni dan karya ilmiah tidak akan tumbuh subur dalam masyarakat yang anggotanya masih harus bersusah payah mencari makan, perlindungan, dan rasa aman.

### **Temuan Data**

Penelitian ini dilaksanakan secara tertutup kepada beberapa pelaku pola makan sehat *Food Combining* yang tersebar di beberapa wilayah Indonesia melalui media sosial, terutama *Facebook Group* dengan nama *Food Combining Indonesia*.

Pada bab ini merupakan deskripsi data dan analisis hasil penelitian yang dilakukan dengan wawancara mendalam melalui [https://docs.google.com/forms/d/1mtF5XSGK91JEY6OdBcQn7trFq0ukI17jz8n7oKohiEg/viewform?edit\\_requested=true](https://docs.google.com/forms/d/1mtF5XSGK91JEY6OdBcQn7trFq0ukI17jz8n7oKohiEg/viewform?edit_requested=true) dengan *key informan* yaitu para pelaku pola makan sehat *Food Combining* (selanjutnya disebut dengan *Food Combiner*) yang merupakan anggota dalam *Food Combining Indonesia* sebagai salah satu *Facebook Group*, dilengkapi pula dengan beberapa hasil dokumentasi berupa foto kegiatan pertemuan antara komunitas *Food Combiner* sebagai media berbagi informasi serta motivasi, hasil *capture* data yang dijadikan penunjang dalam analisis penelitian ini.

### **Motivasi Para Pelaku Pola Makan Food Combining dalam Menerapkan Gaya Hidup Sehat**

Mayoritas *food combiner* memiliki motivasi ingin hidup sehat berkualitas, yang tersampaikan dari beberapa jawaban *key informan*, diantaranya adalah: Tri Erlani (melalui *What's App Chat*), Dian Yuliani (melalui *Google Form* dengan alamat *email*: deearana47@gmail.com), dan Dwikanthi (melalui *What's App Chat*), Franciscus Halim (melalui *Google Form* dengan alamat *email*: franciscushalim@yahoo.com). Selain itu, motivasi lainnya adalah untuk menghindari berbagai faktor pemicu penyakit degeneratif, seperti: obesitas, hiperkolesterol, diabetes, yang di kemudian hari akan terakumulasi dan beresiko menjadi kardiovaskular (gagal jantung), stroke, sindrom metabolik, gagal ginjal, penyimpangan gen atau keganasan sel, *solid tumor* dan lainnya.

Di sisi lain, *food combiner* lainnya menyatakan bahwa termotivasi menerapkan pola makan sehat dipicu oleh penyakit yang diderita sebelumnya, diantaranya adalah adanya kista di payudara (Esther melalui *Google Form* dengan *email*: icethers@gmail.com), juga demikian halnya dengan Priliani Juwitha (melalui *Google Form* dengan alamat *email*: prilianijuwitha@gmail.com) menyatakan sebagai berikut:

“Motivasi awal Saya adalah ingin sembuh, karena pada kurun waktu tahun 2013 hingga 2015 banyak keluhan kesehatan yang Saya alami, mulai dari sering migrain, sakit pinggang, sakit perut, sakit saat menstruasi sampai masalah reproduksi. Tepatnya pada tahun 2013 Saya pernah mengalami sakit perut hebat sampai dilarikan ke dokter, hasil diagnosis dokter, pada ovarium kiri Saya terdapat PCOS (Polistik Ovarium). Kejadian ini belum membuat Saya tersadar, masih saja berfokus ke penyembuhan bukan pencegahan.

Belum berhenti disitu saja, Qodarullah ketika Ramadhan tahun 2015, pinggang Saya sakit, dan diharuskan opname karena ginjal sebelah kiri bengkak. Melalui berbagai tes laboratorium, tes urin, USG sampai CT Scan, dokter belum berhasil mengetahui penyebab ginjal Saya bengkak. Inilah yang menjadi titik balik Saya saat itu, hingga akhirnya Saya langsung mencari informasi dari berbagai sumber, salah satunya dengan mencari tahu melalui informasi *online* yaitu *googling* tentang penyebab berbagai macam penyakit dan keluhan yang Saya alami saat itu. Dalam proses pencarian informasi tersebut, Saya menemukan pola makan *food combining* sebagai salah satu solusi yang Saya pikir tepat, bahwa *food combining* mengedepankan pencegahan bukan hanya pengobatan. Saya pun jatuh cinta sama *food combining*. Bertepatan dengan Ramadhan tahun 2016, segera Saya pun mengaplikasikan *food combining* hingga saat ini”.

Dalam hal ini, *Food Combining* (atau FC) adalah Pola Makan Harian, (Sarapan, Makan Siang, dan Makan Malam) yang mencari keseimbangan dalam tubuh, yang bertujuan untuk membentuk PH darah yang netral antara *acid-base* (asam-basa), dan mengkondisikan homeostasis tubuh (Homeostasis = kondisi keseimbangan internal yang ideal, di mana semua sistem tubuh bekerja optimal untuk memenuhi semua kebutuhan tubuh) sehingga kesehatan tubuh menjadi prima dan sehat secara optimal.

Kaitannya dengan teori motivasi yang dikemukakan oleh Abraham Maslow, kebutuhan akan pola makan harian yang sehat bagi tubuh termasuk dalam kebutuhan fisiologis yang merupakan hirarki kebutuhan manusia paling dasar untuk dapat mempertahankan hidup. Kebutuhan yang dimulai dari kebutuhan biologis dasar sampai motif psikologis yang lebih kompleks; yang hanya akan penting setelah kebutuhan dasar

terpenuhi. Kebutuhan pada suatu peringkat paling tidak harus terpenuhi sebagian sebelum kebutuhan pada peringkat berikutnya menjadi penentu tindakan yang penting.

Sedangkan informasi mengenai pola makan sehat *food combining* kebanyakan didapatkan dari informasi dan artikel di internet, *facebook group* dan media sosial lainnya seperti *twitter @erikarlebang*, sebagian lainnya mendapatkan informasi dari beberapa teman dekat yang selanjutnya digali melalui berbagai artikel, buku yang berkaitan tentang *food combining* (sumber: <https://docs.google.com/a/unitomo.ac.id/forms/d/1mtF5XSGK9lJEY6OdBcQn7trFq0ukl17jz8n7oKohiEg/edit#responses>).

### **Saluran Komunikasi yang Dipergunakan *Food Combiner* dalam Menggali Informasi Terkait Pola Makan Sehat**

Dalam pembahasan ini, yang dimaksud saluran komunikasi adalah alat, media atau wahana pembawa pesan tentang pola makan sehat *food combining* dari satu individu ke individu yang lainnya di dalam suatu organisasi atau komunitas.

Hasil ringkasan yang didapatkan peneliti dalam melakukan wawancara melalui beberapa tanggapan dari para pelaku pola makan sehat *food combining*, bahwa mereka mempergunakan media sosial (*facebook, instagram, twitter, whatsapp*) sebagai saluran komunikasi paling efektif dalam berbagi informasi atau pesan. Salah satu tanggapan dari Arnaldo Wenas (melalui *Google Form* dengan alamat *email: arnaldowenas@gmail.com*) menyatakan bahwa dalam hal saluran komunikasi antar *food combiner*, *facebook* sebagai saluran komunikasi dengan *platform* paling luas dan *user friendly* untuk semua kalangan.

Dalam hal ini, pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang telah memiliki akun media sosial sendiri. Jika untuk memiliki media (massa) tradisional seperti: televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses *social media* dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Kita sebagai pengguna *social media* dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model *content* lainnya.

Media sosial mempunyai ciri-ciri, yaitu sebagai berikut:

- 1) Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa ke berbagai banyak orang, contohnya pesan melalui SMS ataupun internet,
- 2) Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *gatekeeper*,
- 3) Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya,
- 4) Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi,
- 5) Pesatnya pertumbuhan media sosial.

Di sisi lain, peneliti mendapatkan ringkasan tanggapan dari *key informan* yang menyatakan bahwa mereka juga tergabung ke dalam komunitas *Food Combining Indonesia*, baik melalui *social media, whatsapp group* maupun komunitas riil sesungguhnya. Dalam hal ini, komunikasi

dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak yang banyak dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien selain media massa adalah melalui *social media*.

### Cara Berinteraksi antar *Food Combiner* di Seluruh Indonesia

Berdasarkan hasil wawancara dengan *food combiner*, mereka menyatakan beberapa cara berinteraksi antara sesama pelaku pola makan sehat *food combining* diantaranya adalah melalui:

- 1) *Personal Contact*
- 2) *Chatting Applications*
- 3) *Social Media Group*
- 4) *Gathering*

Mayoritas *food combiner* mengawali interaksi dari saluran komunikasi antar pribadi yaitu melalui pertemanan yang berlanjut dengan komunikasi intens melalui *chatting applications* (*Blackberry Messenger, Facebook Messenger, Whatsapp, Line*). Hal ini dinyatakan oleh Widyanti Yuliandari (melalui *Google Form* dengan alamat email: wyuliandari@gmail.com) bahwa pertama kali mengetahui tentang pola makan *food combining* dari teman, sama halnya dengan Esther (melalui *Google Form* dengan alamat email: icethers@gmail.com) yang mengetahui informasi tentang *food combining* dari teman SMPnya.

Tahapan berikutnya setelah komunikasi interpersonal adalah komunikasi melalui saluran media massa (media cetak, media elektronik, dan multi media) yang dapat digunakan oleh pihak-pihak yang berkomunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan mereka. Dalam hal ini, yang termasuk dalam media cetak adalah surat kabar, tabloid, buku, majalah, jurnal ilmiah, poster, leaflet, folder, serta brosur.



Gambar 2. Kumpulan Brosur

### **Establish Good Training Program**

Setelah memperdalam informasi dari berbagai sumber media massa, mayoritas *food combiner* membutuhkan *reinforcement* (penguatan) dalam rangka mulai merubah *mindset* dari pola makan lama untuk kemudian menjalankan pola makan *food combining*. Penguatan itu dapat diperoleh melalui *social media group* (*facebook group, whatsapp group*) yang dijadikan sebagai media saling bertukar informasi dan pengalaman pribadi serta motivasi masing-masing *food combiner* dalam menerapkan pola hidup sehat.

Guna memperkuat dan saling *support* semangat diantara *food combiner*, seringkali diadakan pertemuan (*gathering*) baik yang terencana (formal) maupun yang sifatnya insidental atau mendadak (informal). Mulai

dari yang *free on charge* maupun yang berbayar seperti layaknya seminar dengan menghadirkan *nutripreneur* yang kebanyakan adalah penulis buku *best seller* tentang *food combining*, seperti: Andang W. Gunawan, Wied Harry, Erikar Lebang.



Gambar 3. Seminar Sehat Alami “*Food Combining* Ramadhan” bersama Wied Harry (*nutripreneur* dan penulis berbagai seri buku dan resep masakan *Food Combining*)



Gambar 4. Pertemuan Insidental (non formal) antara *Food Combiner* Surabaya, Jakarta dan Situbondo di *Food Court* - Galaxy Mall Surabaya



Gambar 5. *Banner Pertemuan Food Combining Bali*

*Gathering* dalam hal ini termasuk forum media yang merupakan saluran komunikasi berupa sekelompok kecil orang yang dapat saling tatap muka untuk berkomunikasi (mendiskusikan pesan-pesan tertentu) yang diterima media massa. Bentuk-bentuk forum media yang dapat kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari adalah: kelompok belajar, kelompok pendengar, dan kelompok pencapir (kelompok pendengar, pembaca, dan pemirsa televisi).

Interaksi antara *food combiner* di seluruh Indonesia ini termasuk ke dalam model komunikasi dua tahap yang merupakan gabungan antara penggunaan saluran media massa dan saluran antar pribadi. Model ini selain tidak hanya menggandalkan saluran media massa sebagai satu-satunya saluran komunikasi yang ampuh, juga berasumsi bahwa setiap individu tidaklah otonom, tetapi selalu berinteraksi dengan anggota masyarakat lainnya.

## KESIMPULAN

Dapat disimpulkan dari hasil penelitian bahwa *food combining* adalah tren baru gaya hidup sehat masa kini yang dimotivasi kebutuhan fisiologis yang merupakan hirarki kebutuhan manusia paling dasar untuk dapat mempertahankan hidup termasuk juga menjaga agar tubuh tetap bugar dan sehat serta terbebas dari segala macam penyakit. Sedangkan saluran komunikasi dalam rangka proses difusi inovasi dalam rangka penyebaran informasi dan pengetahuan mengenai tren gaya hidup sehat *food combining* dilakukan melalui *social media* dengan metode komunikasi dua tahap yang merupakan gabungan antara penggunaan saluran media massa dan saluran antar pribadi dengan cara berinteraksi melalui: *personal contact*, *chatting applications*, *social media group*, dan *gathering*.

Saran yang dapat diberikan peneliti dalam kaitannya dengan saluran komunikasi yang dipergunakan oleh para *food combiner*, bahwa nantinya akan ada suatu forum atau komunitas yang berbadan hukum sebagai media yang mewadahi mereka untuk dapat berkomunikasi secara intens (rutin) dan terjadwal serta mendapatkan *support* dari pemerintah (khususnya departemen kesehatan) sebagai suatu program komunikasi kesehatan (*public health*) sehingga penyebaran informasi tentang pola

makan sehat *food combining* tidak hanya dipahami sebagai suatu kefanatikan terhadap suatu pola makan (diet) tertentu, tetapi lebih kepada suatu kebutuhan fisiologis untuk selalu mempertahankan kesehatan dan kebugaran tubuh.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitatif, Quantitatif, and Mixed Method Approaches (3rd edition)*. California: Sage Publications, Inc.
- Denzin, N. K. and Lincoln, Yvonna S. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gunawan, A. W. (2015). *Food Combining: Pola Makan untuk Langsing dan Sehat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Handoko, H. T, Dr.MBA dan ReksHADIPRODJO, S, Dr. M.Com. 1996. *Organisasi Perusahaan (edisi kedua)*. Yogyakarta: BPFE.
- Moleong, L. J. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif (Cetakan ke-18)*. Bandung: PT. Remaja Rosda karya.
- Mulyana, D. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosda karya.
- Susilo, D. (2017). Etnometodologi Sebagai Pendekatan Baru dalam Kajian Ilmu Komunikasi. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 1(1).