

**KOMUNIKASI *HEALTH BRANDING* TENTANG GAYA HIDUP SEHAT  
KETOFASTOSIS (STUDI TEKSTUAL-DIGITAL PADA GRUP FACEBOOK  
KOMUNITAS KETOFASTOSIS INDONESIA)**

**Tugas Akhir**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**Salsabila Azhaar  
1161003020**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2021**

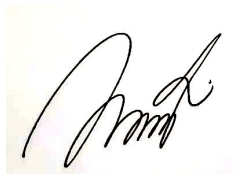
**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

NIM : 1161003020

Nama : Salsabila Azhaar

Tanda Tangan :



Tanggal : 30 Agustus 2021

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas akhir ini diajukan oleh :

Nama : Salsabila Azhaar

NIM : 1160033020


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

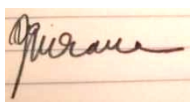
Judul Skripsi : Komunikasi *Health Branding* Tentang Gaya Hidup Sehat  
Ketofastosis (Studi Tekstual-Digital Pada Grup Facebook  
Komunitas Ketofastosis Indonesia)

Telah berhasil dipertahankan dalam Seminar Proposal Tugas Akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk penelitian dan penulisan manuskrip Tugas Akhir pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si., Dr. (  )

Penguji 1 : Suharyanti, Dra., M.S.M (  )

Penguji 2 : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac. (  )

Ditetapkan di : Universitas Bakrie, Jakarta

Tanggal : 30 Agustus 2021

## KATA PENGANTAR

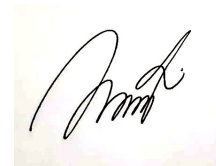
Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah berkenan memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir tepat dengan waktunya. Skripsi yang berjudul “Identifikasi Health Branding Dalam Grup Facebook Komunitas Ketofastosis Indonesia” ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, tentu tak lepas dari arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada banyak pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Dalam Proses pengerjaan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan bimbingan dan motivasi dari orang-orang disekitar penulis, yaitu:

1. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dan penguji yang memberi masukan saat sidang akhir.
2. Bapak Dr.Bambang S.WIjaya, M.Si. selaku pembimbing skripsi yang selalu memberi masukan dan bimbingan demi hasil ksripsi yang baik.
3. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac selaku penguji yang memberikan masukan saat sidang akhir
4. Orangtua terimakasih kepada keluarga inti, yang selalu mendukung dan memotivasi agar selalu kuat dalam setiap langkah yang dilalui setiap hari. Terimakasih juga selalu mendoakan penulis untuk tetap berusaha dengan keras dan tetap tidak lupa ibadah disaat menyusun laporan magang ini.
5. Terima kasih yang terkhusus untuk teman seperjuangan, Hilman dan Nisrina yang sangat membantu saat penulisan seminar proposal hingga akhirnya bisa lanjut mengerjakan sidang akhir.
6. Sahabat SMA penulis, Nadya Listya, Nurwianti Susila Wardani yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, dan semangat kepada penulis agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Sahabat seperjuangan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie 2016, Raden Roro Nisrina S.H, Ulfah Nurfadhillah, Khairunnisa Ghariza Fahira Utami, dan Lulu Nadhifah yang sudah menemani masa perkuliahan penulis dari awal hingga sampai saat ini dan memberikan warna selama berkuliah serta memberikan

8. dukungan dan motivasi kepada penulis agar bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman-teman peminatan Komunikasi Pemasaran angkatan 2016 yang telah memberikan dukungan dan semangat satu sama lain.
10. Teman-teman Komunal 2016 yang selalu memberikan dukungan dan semangatnya satu sama lain

Karena kebaikan dari semua pihak yang penulis sebutkan tadi, maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Penulis sudah berusaha sebaik mungkin dalam menyusun skripsi ini. Sekali lagi terima kasih, semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pembacanya.

Jakarta,30 Agustus 2021



**Salsabila Azhaar**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Salsabila Azhaar  
NIM : 1161003020  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

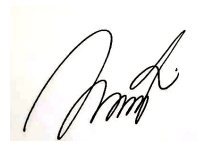
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“KOMUNIKASI *HEALTH BRANDING* TENTANG GAYA HIDUP SEHAT KETOFASTOSIS (STUDI TEKSTUAL-DIGITAL PADA GRUP FACEBOOK KOMUNITAS KETOFASTOSIS INDONESIA)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 30 Agustus 2021  
Yang menyatakan,



Salsabila Azhaar

**KOMUNIKASI *HEALTH BRANDING* TENTANG GAYA HIDUP SEHAT  
KETOFASTOSIS (STUDI TEKSTUAL-DIGITAL PADA GRUP FACEBOOK  
KOMUNITAS KETOFASTOSIS INDONESIA)**

Salsabila Azhaar

---

**ABSTRAK**

Penelitian yang berjudul Identifikasi Health Branding Dalam Grup Facebook Komunitas Ketofastosis Indonesia. Seiring berkembangnya zaman, maka akan semakin berkembang pula gaya hidup, termasuk gaya hidup sehat. Di era modern seperti ini gaya hidup itu ada gaya hidup sehat dan ada juga gaya hidup yang tidak sehat. Gaya hidup yang tidak sehat banyak macamnya seperti konsumsi makanan instant, stress, kurang berolahraga, merokok serta lingkungan yang tidak sehat juga dapat memperburuk kondisi kesehatan seseorang. Seseorang yang memiliki gaya hidup tidak sehat dapat dengan mudah terserang penyakit mulai dari penyakit jantung, diabetes, stroke sampai dengan kanker di mana kondisi tersebut dapat menjadikan kualitas kesehatan seseorang menjadi sangat menurun (Cahyono, 2012). Dengan adanya health communication ini, dapat menjadikan suatu proses penyampaian pesan terkait adanya informasi kesehatan yang dapat menjadikan suatu pengetahuan terkait adanya gaya hidup sehat. Di mana penyampaian informasi seperti kanker, apa itu kanker, apa saja penyebab - penyebab timbulnya kanker, dan juga tindakan untuk melakukan pencegahan terhadap kanker tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis isi kualitatif dengan pendekatan Qualitative Content Analysis(QCA), Analisis konten kualitatif adalah salah satu dari banyak metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis data teks. Berdasarkan dari hasil temuan penelitian terkait health branding dalam grup facebook ketofastosis terdapat postingan yang mengandung unsur Health branding. Health Branding dalam komunitas ketofastosis dilakukan dengan cara memamerkan atau menunjukkan identitas ke ketoan mereka dengan rajin memposting hasil-hasil yang berkaitan dengan gaya hidup sehat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Health Branding dalam komunitas ketofastosis dilakukan melalui rekomendasi produk-produk atau brand-brand komersial dan non komersial seperti yang berkaitan dengan pra medis yang terkait dengan mendukung gaya hidup ala ketofastosis.

**Kata Kunci** : Health Branding, Gaya Hidup Sehat Ketofastosis, Consumer Community, Media Sosial, Facebook, Ketofastosis.

**COMMUNICATIONS *HEALTH BRANDING* ABOUT KETOPHASTOSIS  
HEALTHY LIFESTYLE (TEXTUAL-DIGITAL STUDY ON THE  
FACEBOOK GROUP OF THE INDONESIAN KETOPHASTOSIS  
COMMUNITY)**

Salsabila Azhaar

---

**ABSTRACT**

*Research entitled Identification of Health Branding in Indonesian Ketofastosis Community Facebook Groups. Along with the development of the times, it will also develop a lifestyle, including a healthy lifestyle. In this modern era, there is a healthy lifestyle and there is also an unhealthy lifestyle. There are many kinds of unhealthy lifestyles such as consumption of instant food, stress, lack of exercise, smoking and an unhealthy environment can also worsen a person's health condition. A person who has an unhealthy lifestyle can easily get diseases ranging from heart disease, diabetes, stroke to cancer where these conditions can make a person's health quality greatly decline (Cahyono, 2012). With this health communication, it can make a process of delivering messages related to health information that can make knowledge related to a healthy lifestyle. Where is the delivery of information such as cancer, what cancer is, what are the causes - the causes of cancer, and also actions to prevent cancer. In this study the researchers used a qualitative content analysis method with a Qualitative Content Analysis (QCA) approach. is one of the many research methods used to analyze text data. Based on the research findings related to health branding in the ketofastosis facebook group, there are posts that contain elements of Health branding. diligently post the results related to a healthy lifestyle. The results of this study indicate that HealthBranding in the ketofastosis community is carried out through recommendations for commercial and non-commercial products or brands such as those related to pre-medical which are related to supporting a ketofastosis-style lifestyle.*

**Keywords** : *Health Branding, Ketofastosis Healthy Lifestyle, Consumer Community, Social Media, Facebook, Ketofastosis.*



## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya.....	9
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran .....	20
2.2.1 Health Branding.....	20
2.2.2 Gaya Hidup Sehat Ketofastosis.....	21
2.2.3 Consumer Community.....	23
2.2.4 Media Sosial.....	24
2.2.5 Facebook .....	24
2.2.6 Ketofastosis.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Metode Penelitian.....	27
3.2 Objek Penelitian.....	32
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3.1 Sumber Data.....	32
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	37
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	37
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	37

**BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... 38

    4.1.1 Profil Komunitas Ketofastosis.....38

4.2 Hasil Penelitian.....40

    4.2.1 Komunikasi *Health Branding* melalui *Unique Identity* ..... 40

    4.2.2 Komunikasi *Health Branding* melalui *Forging Relationship* .....42

    4.2.3 Komunikasi *Health Branding* melalui *Ensuring Stickiness*.....42

    4.2.4 Komunikasi *Health Branding* melalui *Againts non-keto*.....43

4.3 Pembahasan..... 45

    4.3.1 Health Branding ketofastosis melalui pamer hasi .....45

    4.3.2 Health Branding ketofastosis melalui rekomendasi komunitas .....47

    4.3.3 Health Branding ketofastosis melalui praktik gaya hidup sehat.....49

**BAB V KESIMPULAN**

5.1 Kesimpulan.....51

5.2 Saran.....52

**DAFTAR TABEL**

2.1 Penelitian Sebelumnya

2.2 Dimensi Gaya Hidup

2.3 kerangka Pemikiran

3.1 Perbedaan Type of Content Analysis

3.4.2 Operasional Konsep

## DAFTAR GAMBAR

- 1.1 Gambar pada kemasan akibat merokok
- 1.2 Gambar sosial media facebook komunitas ketofastosis
- 1.3 Gambar beberapa acara yang telah berlangsung
- 1.4 Gambar protokol kesehatan ketofastosis pada komunitas
- 1.5 Gambar informasi salah satu produk penunjang ketofastosis