

ANALISIS KOMUNIKASI PERSUASIF SEBAGAI UPAYA MENGUBAH PERILAKU MAKANAN MAKANAN SEHAT

Siti Munawaroh¹, Rayhan Syawal Firizki²

¹ Universitas Muhammadiyah Cirebon

² Politeknik Siber Cerdika Internasional, Indonesia

*Email untuk Korespondensi: Smunawaroh1002@gmail.com, rayhansyawal77@gmail.com

ABSTRAK

Keywords:

Komunikasi Persuasif
Perilaku
Makanan Sehat

Makanan sehat adalah salah satu faktor penting untuk menjaga kesehatan. Namun, banyak orang yang tidak makan makanan sehat karena berbagai alasan, seperti kurangnya pengetahuan, kurangnya motivasi, atau akses yang terbatas ke makanan sehat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis komunikasi persuasif sebagai upaya mengubah perilaku makan makanan sehat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengeksplorasi jurnal, buku dan informasi lain yang relevan dengan penelitian yang diperoleh dari Google Scholar. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dalam tiga tahapan yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif dapat digunakan untuk mengubah perilaku makan makanan sehat dengan cara memberikan informasi yang akurat dan relevan tentang manfaat makan makanan sehat, membangun kepercayaan dengan transparansi dan kejujuran, sehingga audiens merasa yakin dengan informasi yang disampaikan, dan menciptakan rasa empati dengan cara memahami kebutuhan dan keinginan audiens.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](#).

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.

PENDAHULUAN

Makanan sehat adalah salah satu faktor penting untuk menjaga kesehatan. Makanan sehat memberikan tubuh kita dengan nutrisi yang dibutuhkan untuk berfungsi secara optimal. Nutrisi ini membantu tubuh kita melawan penyakit, menjaga berat badan yang sehat, dan meningkatkan energi. Sedangkan makan makanan tidak sehat dapat meningkatkan risiko penyakit, seperti penyakit jantung, stroke, diabetes, dan kanker. Namun, banyak orang yang tidak makan makanan sehat karena berbagai faktor. Kebiasaan makan yang buruk dapat meningkatkan risiko kesehatan. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi pola makan, yaitu faktor ekstrinsik dan intrinsik.

Faktor ekstrinsik adalah faktor yang bersumber dari luar diri seseorang, seperti lingkungan, sosial, budaya, ekonomi, dan agama. Sementara faktor intrinsik adalah faktor yang bersumber dari dalam diri seseorang, seperti motivasi, persepsi, sikap, dan preferensi. Persepsi bahwa makanan sehat tidak enak dapat menyebabkan individu lebih banyak mengonsumsi makanan yang tidak sehat. Sikap terhadap makanan sehat juga mengubah pola makan seseorang. Faktor psikologis terkait dengan bagaimana seseorang memproses informasi secara internal untuk melakukan pemilihan pangan (food selection) (KM, 2020). Oleh karena itu, kebiasaan makan makanan tidak sehat ini perlu diatasi salah satunya dengan komunikasi persuasif.

Komunikasi persuasif adalah bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mengubah sikap, pandangan, atau tindakan seseorang (Putri, 2016). Komunikasi persuasif dapat dilakukan dalam berbagai konteks, seperti dalam bisnis, politik, pendidikan, dan kehidupan sehari-hari (Suryana, 2014). Untuk mencapai tujuan komunikasi persuasif diperlukan pendapat, fakta, dan himbauan motivasi yang dapat membentuk sifat dalam memperkuat tujuan persuasif. Komunikasi persuasif berpegang pada prinsip keberhasilan dalam mengubah sikap, mengajak sasaran persuasi, dan menciptakan kepercayaan agar dapat menghasilkan sesuatu yang sesuai dengan keinginan si pemberi persuasi (persuader) (EKO, 2022).

Pada penelitian terdahulu dilakukan oleh (Zain, 2017) komunikasi persuasif terbukti dapat mengubah perilaku seseorang yakni peningkatan motivasi belajar siswa, komunikasi personal oleh guru kepada siswa dan juga kepada orang tua memegang peran penting dalam meningkatkan motivasi belajar siswa. Sebuah

penelitian lain yang dilakukan oleh (Dilla & Candraningrum, 2019) mengenai gerakan anti hoaks menggunakan komunikasi persuasif untuk menyampaikan hasilnya. Penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye gerakan anti hoaks yang dijalankan oleh Komunitas Mafindo mengandung dua bentuk pendekatan, yaitu edukasi dan sosialisasi, yang dikemas dalam dua bentuk, yaitu secara online melalui media sosial dan secara offline melalui pelatihan literasi digital. Komunikasi persuasif dalam penelitian ini mencakup unsur Claim, Warrant, dan Data, serta diterapkan dengan menggunakan Teknik Asosiasi untuk menyajikan pesan dengan cara yang menarik dan menarik perhatian publik. Penelitian oleh (Mirawati, 2021) pada penelitiannya menyampaikan teori komunikasi persuasif yang berkaitan erat dengan pemasaran suatu barang atau jasa. Berdasarkan hasil penelitian, umumnya digunakan teori model efek kuat, efek pengalaman sintetis, model kemungkinan elaborasi, disonansi kognitif, dan atribusi. Sehingga, belum adanya penelitian yang menganalisis komunikasi persuasif sebagai upaya mengubah perilaku makan makanan sehat menjadi kebaruan dalam penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis komunikasi persuasif sebagai upaya mengubah perilaku makan makanan sehat.

METODE

Studi ini menerapkan pendekatan penelitian kualitatif, yaitu pendekatan penelitian yang didasarkan pada interpretasi data yang diperoleh dari pihak yang terlibat dalam fenomena tersebut (Sugiyono, 2019). Data yang dihasilkan dari metode kualitatif bisa berupa kata-kata, gambar, atau video. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memahami makna yang terkandung di dalamnya. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menjelajahi jurnal, buku, dan sumber informasi relevan yang diperoleh dari Google Scholar. Data yang terkumpul kemudian dianalisis melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Makanan adalah kebutuhan pokok yang sangat diperlukan tubuh untuk pertumbuhan dan perkembangan, baik secara kualitas ataupun kuantitas jika kurang dalam mengonsumsi makanan dapat menyebabkan gangguan proses metabolisme dalam tubuh, pada akhirnya akan menimbulkan penyakit (Pamelia, 2018). Saat ini hadir berbagai makanan yang tidak sehat dan menyebabkan gangguan metabolisme. Contohnya makanan saji yang sudah tidak asing lagi dan bahkan banyak yang menggemarinya karena tidak perlu untuk menunggu lama dan rasanya memang enak. Makanan cepat saji mayoritas memiliki sedikit gizi hingga mengandung zat yang tidak baik bagi kesehatan. Makanan cepat saji umumnya memiliki kandungan lemak tinggi, rendah serat, dan banyak mengandung garam, gula, serta zat aditif. Selain itu, makanan ini juga mengandung kalori yang tinggi, namun rendah nutrisi dan vitamin. Makanan cepat saji sangat berbahaya jika terlalu sering dikonsumsi baik itu anak-anak, remaja, hingga orang lanjut usia (Nurhan, 2023). Orang-orang modern saat ini bergaya hidup ingin serba cepat, membutuhkan waktu yang cepat, tidak ingin banyak berkerenget, hingga selalui bergaya hidup konsumtif dengan mengikuti trend yang pada akhirnya mengabaikan kesehatan (Nursaadah & Wasik, 2019).

Arti sehat dalam KBBI dalam (Hamandia, 2022) yaitu (1) bagian-bagian tubuh berada dalam kondisi baik terbebas dari sakit, (2) adanya kebaikan yang datang pada tubuh, (3) sembuh, (4) baik dan keadaan biasa, (5) dapat dipercaya, (6) lancar baik itu keuangan, ekonomi, dan sebagainya. (7) hati-hati dan baik. Ada baiknya konsumsi makanan sehat perlu dibiasakan sejak kecil karena biasanya saat kecil anak sulit untuk memakan makanan sehat, dengan demikian perlu dilakukan pembiasaan agar dapat menimbulkan kebiasaan baik yang akan dibawa anak hingga dewasa (Amalia & Nurfadilah, 2021).

Makanan sehat adalah makanan yang memiliki kandungan gizi yang baik serta tidak terdapat kandungan bahan berbahaya bagi tubuh. Beberapa zat gizi yang penting dalam makanan sehat adalah karbohidrat, protein, dan lemak (Siahaan, 2017). Berbagai jenis makanan sehat yang dapat dikonsumsi. Contohnya sebagai berikut.

1. Buah-buahan dan Sayuran

Buah dan sayur adalah makana yang sangat memberikan dampak baik bagi tubuh terkhusus dalam memenuhi kebutuhan akan vitamin. Walaupun tubuh memiliki kebutuhan vitamin yang kecil namun vitamin memiliki peranan yang sangat penting. Termasuk dalam mengelola dan mengatur pemeliharaan dan pertumbuhan. Vitamin adalah senyawa organik yang sangat rentan terhadap kerusakan akibat pengelolaan dan penyimpanan. Jika tubuh tidak mampu memproduksi vitamin dalam jumlah yang cukup, maka vitamin harus diperoleh melalui makanan (Hamidah, 2015).

2. Kacang-kacangan

Kacang-kacangan memiliki kandungan serat pangan yang lebih tinggi daripada serat tidak larut. Mereka cenderung kehilangan komponen yang mudah larut seperti gula, protein larut, mineral, dan

substansi pektat ketika direndam dalam air, yang menyebabkan penurunan kadar bahan kering. Hal ini berakibat pada peningkatan kadar serat pangan dalam kacang-kacangan tersebut.

3. Protein tanpa lemak

Beberapa makanan yang mengandung protein dengan sedikit lemak dan kalori antara lain daging tanpa lemak, ikan, makanan laut, dan telur (Rani, Syainah, & Mas' odah, 2021).

4. Lemak sehat

Lemak berperan dengan beberapa fungsi, termasuk sebagai cadangan energi, melindungi organ tubuh, membentuk hormon, serta membantu penyerapan gizi. Lemak tak jenuh termasuk dalam jenis lemak yang baik bagi kesehatan. Beberapa makanan yang merupakan sumber lemak sehat meliputi ikan, alpukat, biji-bijian, kacang-kacangan, minyak zaitun, telur, dan yoghurt (Andayani et al., 2023).

Sebenarnya, konsep empat sehat dalam satu menu tidak begitu menimbulkan masalah seperti saat ini, karena beberapa puluh tahun yang lalu pola makan manusia lebih alami. Seperti diungkapkan Gunawan dalam (Sufa, 2017), perkembangan sosial dan teknologi industri telah membawa perubahan signifikan dalam gaya hidup masyarakat, namun sayangnya, modernisasi ini juga menjadikan masyarakat sulit mengkonsumsi makanan alami. Pola makan masyarakat modern dipengaruhi oleh promosi agresif produk-produk makanan yang tinggi lemak, garam, dan gula, yang seringkali disembunyikan di balik klaim konsep empat sehat. Akibatnya, kebiasaan makan yang buruk dapat berdampak negatif pada kesehatan mereka. Faktor-faktor utama yang memengaruhi pola makan termasuk pengaruh ekstrinsik, seperti iklan dan promosi makanan, serta pengaruh intrinsik, seperti preferensi dan keinginan individu terhadap makanan tertentu. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah kebiasaan makan yang tidak sehat ini, diperlukan pendekatan komunikasi persuasif.

Penekanan pada komunikasi persuasif dalam mengubah pola makan masyarakat modern dapat menjadi solusi yang efektif. Melalui pendekatan ini, informasi mengenai manfaat makanan sehat dapat disampaikan dengan cara yang meyakinkan dan menarik bagi audiens. Selain itu, pesan-pesan komunikasi harus berfokus pada memberikan informasi yang akurat dan relevan tentang dampak negatif dari makanan tinggi lemak, garam, dan gula, serta mencerminkan kejujuran tentang risiko kesehatan yang dapat terjadi. Komunikasi persuasif yang efektif juga dapat memahami kebutuhan dan keinginan masyarakat modern, sehingga pesan-pesan tersebut dapat disampaikan dengan cara yang lebih personal dan relevan. Dengan pendekatan komunikasi persuasif yang tepat, diharapkan masyarakat dapat terdorong untuk mengubah kebiasaan makan mereka menuju pola makan yang lebih sehat dan berimbang, serta mengurangi risiko kesehatan yang berhubungan dengan pola makan tidak sehat. Komunikasi memiliki hubungan yang erat dengan kehidupan sehari-hari. Sebagai makhluk sosial, manusia memerlukan komunikasi untuk bertahan hidup. Tanpa komunikasi, keberlangsungan hidup manusia akan terganggu. Banyak ahli mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai kegiatan psikologis yang dapat mengubah sikap komunikasi (Ainunnisa, 2020). Komunikasi persuasi terdiri dari dua kata yakni komunikasi dan persuasi. (Adebayo & Govender, 2015) menjelaskan bahwa konsep persuasi mengandung prinsip-prinsip dasar yang mencakup makna sebagai berikut:

1. Persuasi adalah salah satu bentuk komunikasi yang melibatkan interaksi antara pengirim pesan dan penerima pesan dalam prosesnya. Ikatan yang terjalin antara keduanya menjadi faktor krusial dalam seluruh proses persuasi. Tanpa adanya kontak atau interaksi antara pengirim dan penerima pesan, kemungkinan saling memengaruhi akan menjadi hal yang sulit dicapai.
2. Persuasi adalah suatu proses yang tidak bersifat statis atau sekadar kejadian semata. Ia juga bukan objek yang dapat disentuh, diraba, atau diukur dengan pasti. Persuasi hanya hadir ketika kita terlibat di dalamnya dan berlangsung secara berkelanjutan. Proses persuasi tidak dibatasi oleh ruang, melainkan oleh waktu. Hal ini memungkinkan untuk mengidentifikasi tahap-tahap atau fase-fase dari permulaan dan perkembangan proses persuasif, meskipun dalam kenyataannya, pembagian tersebut tidak selalu begitu jelas.
3. Persuasi berhubungan erat dengan perubahan. Pesan persuasif bisa dianggap seperti intervensi terapeutik yang dilakukan oleh seorang dokter. Oleh karena itu, intervensi persuasif dimulai dengan tujuan yang ditentukan dengan harapan dapat menyebabkan perubahan pada sasaran dengan bermacam cara. Keberhasilan atau kegagalan proses ini diukur berdasarkan tingkat efek yang berhasil dicapai. Perubahan dalam hal ini diukur dengan membandingkan aspek-aspek yang lebih dalam atau perilaku yang terlihat sebelum dan setelah intervensi persuasif.

4. Persuasi dapat memanfaatkan pesan verbal dan pesan nonverbal. Diketahui bahwa kata-kata yang disusun dengan tepat dapat memiliki efek persuasif.

Menurut Kamus Ilmu Komunikasi dalam (ASIH, 2023), komunikasi persuasif dapat dijelaskan sebagai proses untuk mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan pendekatan psikologis, sehingga individu tersebut merespons sesuai dengan keinginannya sendiri. Dalam upaya membangun kepercayaan masyarakat, penggunaan komunikasi persuasif sangatlah penting. Ruslam dalam (Hafni & Sutjipto, 2019) mengatakan, komunikasi persuasif dimanfaatkan untuk mempengaruhi kalangan masyarakat tertentu karena mampu mengubah sikap, keyakinan, persepsi, dan tindakan seseorang.

(Pradipto, Sukarelawati, & Kusumadinata, 2017) menjelaskan bahwa Pesan persuasif dianggap sebagai upaya mengubah pemikiran dan sikap seseorang dengan menyembunyikan motif dan tujuan. Ketika seseorang berusaha mempengaruhi orang lain, mereka cenderung memperhatikan bagaimana orang lain menilai diri mereka. Dengan demikian, individu tersebut dapat beradaptasi di lingkungan sosial dan perlahan mempengaruhi penilaian orang lain terhadap dirinya.

Dengan demikian, mengadopsi perilaku makan makanan sehat merupakan langkah krusial dalam mencapai gaya hidup yang lebih sehat dan energik. Salah satu metode efektif untuk mencapai tujuan tersebut adalah melalui komunikasi persuasif yang informatif. Memberikan informasi yang akurat dan relevan tentang manfaat makan makanan sehat dapat membantu menyadarkan audiens akan pentingnya asupan nutrisi yang tepat. Misalnya, kita dapat menyampaikan bahwa makan makanan sehat dapat meningkatkan daya tahan tubuh, mengurangi risiko penyakit kronis seperti diabetes dan kardiovaskular, serta meningkatkan konsentrasi dan kinerja sehari-hari. Dengan menyediakan data ilmiah yang terpercaya, kita bisa membantu audiens untuk lebih memahami dampak positif dari keputusan makan mereka, dan dengan demikian, meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya menerapkan pola makan sehat.

Selain memberikan informasi, penting juga untuk membangun kepercayaan dalam komunikasi persuasif ini. Kejujuran dan transparansi adalah kunci untuk mencapai hal ini. Jika kita ingin audiens merasa yakin dengan apa yang kita sampaikan, kita perlu berkomunikasi secara jelas dan jujur. Hal ini melibatkan memberikan fakta yang tepat, menghindari manipulasi data, dan mengakui keterbatasan dari saran yang diberikan. Ketika audiens merasa bahwa informasi yang disampaikan berasal dari sumber yang dapat dipercaya, mereka lebih cenderung untuk mengubah perilaku makan mereka. Selain itu, menciptakan rasa empati juga sangat penting dalam komunikasi persuasif. Memahami kebutuhan dan keinginan audiens membantu kita menyampaikan pesan dengan lebih relevan dan personal. Kita bisa mencoba menghubungkan manfaat makan makanan sehat dengan tujuan dan aspirasi individu audiens, sehingga mereka merasa termotivasi untuk mengadopsi gaya hidup yang lebih sehat. Dengan menggabungkan informasi akurat, kejujuran, dan rasa empati, komunikasi persuasif dapat menjadi alat yang efektif untuk mengubah perilaku makan masyarakat menuju pola makan yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif dapat digunakan untuk mengubah perilaku makan makanan sehat dengan cara memberikan informasi yang akurat dan relevan tentang manfaat makan makanan sehat, membangun kepercayaan dengan transparansi dan kejujuran, sehingga audiens merasa yakin dengan informasi yang disampaikan, dan menciptakan rasa empati dengan cara memahami kebutuhan dan keinginan audiens.

KESIMPULAN

Komunikasi persuasif dapat digunakan untuk mengubah perilaku makan makanan sehat dengan cara memberikan informasi yang akurat dan relevan tentang manfaat makan makanan sehat, membangun kepercayaan dengan transparansi dan kejujuran, sehingga audiens merasa yakin dengan informasi yang disampaikan, dan menciptakan rasa empati dengan cara memahami kebutuhan dan keinginan audiens. Komunikator harus memberikan informasi yang akurat dan relevan tentang manfaat makan makanan sehat. Informasi ini harus dapat dipahami oleh audiens, dan harus dapat mendorong audiens untuk mengambil tindakan. Komunikator harus membangun kepercayaan dengan audiens. Kepercayaan dapat dibangun dengan cara bersikap transparan dan jujur. Selain itu, komunikator harus memahami kebutuhan dan keinginan audiens.

REFERENSI

- Adebayo, Rufus Olufemi, & Govender, Jeevarathnam Pathasarathy. (2015). Using Marketing As A Means To'sell'salvation. *African Journal Of Rhetoric*, 7(1), 249–273.
- Ainunnisa, Nur Ayu. (2020). *Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Literasi Sastra Pada Kalangan Difabel Netra (Studi Kasus Komunikasi Persuasif Komunitas Difalitera Dalam Meningkatkan Literasi Sastra Pada Kalangan Difabel Netra)*.
- Amalia, Via, & Nurfadilah, Nurfadilah. (2021). Pelaksanaan Program Pembiasaan Konsumsi Makanan Sehat

- Di Dandelion Daycare Plus Depok. *Jurnal Anak Usia Dini Holistik Integratif (Audhi)*, 3(1), 36–41.
- Andayani, Rifka Putri, Sastra, Lenni, Syofiah, Putri Nelly, Riyantori, Refki, Muharamsyah, Dika Dwi, Lidiyawati, Susi, Wulandari, Rosiana, Wulandari, Aulia, Sutami, Putri Mayanda, & Roza, Mahkfira Putria. (2023). Diversifikasi Produk Olahan Ikan Untuk Mencegah Kejadian Stunting Pada Anak. *Jurnal Abdi Mercusuar*, 3(1), 40–50.
- Asih, S. R. I. (2023). *Karakteristik Mutu Simplisia Dan Uji Aktivitas Antioksidan Beberapa Ekstrak Daun Mengkudu (Morinda Citrifolia L.) Menggunakan Metode Dpph (2, 2-Difenil-1-Pikrilhidrazil)*. Universitas Bakti Tunas Husada Tasikmalaya.
- Dilla, Asyffa Nauma, & Candraningrum, Diah Ayu. (2019). Komunikasi Persuasif Dalam Kampanye Gerakan Anti Hoaks Oleh Komunitas Mafindo Jakarta. *Koneksi*, 3(1), 199–206.
- Eko, Prasetyo. (2022). *Omunikasi Persuasif Da'i Dalam Membina Akhlak Remaja Islam Masjid (Risma) As-Salaam Di Korprijaya Kecamatan Sukarame Bandar Lampung*. Uin Raden Intan Lampung.
- Hafni, Rayni Delya, & Sutjipto, Vera Wijayanti. (2019). Faktor-Faktor Komunikasi Persuasif Susi Pudjiastuti Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat Untuk Mengonsumsi Ikan. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 3(2), 117–125.
- Hamandia, Muhammad Randicha. (2022). Strategi Komunikasi Persuasif Lurah Taba Lestari Dalam Meningkatkan Kesadaran Pola Hidup Sehat Di Era New Normal. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(1), 45–57.
- Hamidah, Siti. (2015). Sayuran Dan Buah Serta Manfaatnya Bagi Kesehatan. *Artikel Ilmiah. Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Km, Irwan S. (2020). *Etika Dan Perilaku Kesehatan*. Absolute Media.
- Mirawati, Ira. (2021). Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce Di Era Digital. *Medium*, 9(1), 58–80.
- Nurhan, Fatimatu Zahro. (2023). *Implementasi Kesempatan Kerja Penyandang Disabilitas: Studi Di Kawasan Wisata Jatim Park 1*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Nursaadah, Olivia, & Wasik, Abdul. (2019). Pola Makan Dan Dampaknya Terhadap Kondisi Psikologis Dan Spiritualitas. *Syifa Al-Qulub*.
- Pamelia, Icha. (2018). Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji Pada Remaja Dan Dampaknya Bagi Kesehatan. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 14(2), 144–153.
- Pradipto, Novanda Agung, Sukarelawati, Sukarelawati, & Kusumadinata, Ali Alamsyah. (2017). Pengaruh Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Kesadaran Solidaritas Anggota Scooter Mods Bogor Indonesia. *Jurnal Komunikatio*, 3(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.
- Rani, Jihan Kartika, Syainah, Ermina, & Mas' Odah, Siti. (2021). Hubungan Aktifitas Fisik, Asupan Lemak Dan Karbohidrat Terhadap Status Gizi Mahasiswa Gizi Poltekkes Banjarmasin. *Jurnal Riset Pangan Dan Gizi*, 17–25.
- Siahaan, Riana Frisca. (2017). Mengawal Kesehatan Keluarga Melalui Pemilihan Dan Pengolahan Pangan Yang Tepat. *Jurnal Keluarga Sehat Sejahtera*, 15(2), 57–64.
- Sufa, Siska Armawati. (2017). Tren Gaya Hidup Sehat Dan Saluran Komunikasi Pelaku Pola Makan Food Combining. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 1(7), 105–120.
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*, 67.
- Suryana, Asep. (2014). Konsep-Konsep Dasar Komunikasi Persuasif. *Universitas Terbuka*.
- Zain, Nisfun Laily. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa. *Jurnal Nomosleca*, 3(2).