

ABSTRAK

Peningkatan jumlah penderita diabetes di Indonesia mendorong pencarian alternatif pemanis yang lebih sehat, salah satunya yaitu stevia. Meskipun memiliki manfaat kesehatan yang tinggi, tingkat penggunaan stevia masih rendah karena kurangnya informasi yang tersebar secara luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi penderita diabetes pada penyampaian informasi gula stevia sebagai pemanis alami melalui akun Instagram @beeruindonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan teori resepsi Stuart Hall. Informasi diperoleh melalui wawancara mendalam kepada lima informan penderita diabetes yang mengikuti akun @beeruindonesia dan memiliki pengalaman menggunakan stevia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan berada pada posisi *Dominant Hegemonic* dan *Negotiated Hegemonic* yang artinya mereka cenderung menerima dan menyetujui pesan yang disampaikan oleh akun tersebut atau menyesuaikan dengan pengalaman dan pandangan dari masing-masing pribadi daripada menolaknya secara langsung. Akun @beeruindonesia dinilai efektif dalam memberikan edukasi kesehatan dan memengaruhi perilaku penderita diabetes dalam mengganti gula dengan stevia. Penelitian ini menekankan pentingnya komunikasi kesehatan yang informatif, visual dan interaktif melalui media sosial dalam membentuk pemahaman dan keputusan masyarakat terhadap gaya hidup sehat.

Kata Kunci: Diabetes, Stevia, Resepsi, Komunikasi Kesehatan, Media Sosial