

ABSTRACT

Obesitas merupakan suatu keadaan di mana terjadi penimbunan jaringan lemak tubuh secara berlebihan. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia pada Riset Kesehatan Dasar tahun 2013 diketahui bahwa prevalensi kelebihan berat badan dan obesitas meningkat tiap tahunnya. Yogyakarta masuk dalam 15 besar provinsi dengan tingkat obesitas tertinggi di Indonesia. Kemajuan teknologi pada era *new media*, menghadirkan Instagram sebagai *platform* media sosial yang memberikan ruang kepada masyarakat untuk berekspresi dan membagikan segala informasi yang diketahui, salah satunya Lexxi Reed. Sebagai pemilik akun @fatgirlfedup, Lexxi hadir sebagai seorang *influencer* dalam bidang kesehatan, terutama dalam lingkup obesitas. Penelitian ini dilakukan untuk melihat dan menunjukan posisi audiens dalam meresepsi akun @fatgirlfedup sebagai media komunikasi kesehatan preventif dengan menggunakan analisis resepsi sebagai metodenya. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa terdapat dua posisi audiens dalam meresepsi akun @fatgirlfedup sebagai media komunikasi kesehatan preventif, yaitu *dominant position* dan *negotiated position*.

KEYWORDS

Based on data released by the Ministry of Health of the Republic of Indonesia on 2013 Basic Health Research, it is known that the prevalence of overweight and obesity increases every year. Yogyakarta is included in the 15 major provinces with the highest obesity rates in Indonesia. Technological advances in the new media era, presents Instagram as a social media platform that gives space for the public to express and share all known information, one of which is Lexxi Reed. As the owner of the @fatgirlfedup account, Lexxi is present as an influencer in the health field, especially in the area of obesity. This research was conducted to see and show the position of the audience in perceiving the @fatgirlfedup account as a preventative health communication media by using reception analysis as the method. The results of this study show that there are two audience positions in perceiving the @fatgirlfedup account as a preventive health communication media, namely a dominant position and negotiated position.