

ABSTRAK

HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, PENGARUH TEMAN SEBAYA, DAN PAPARAN IKLAN MAKANAN DENGAN PERILAKU MAKAN PADA REMAJA

Indah Permata Sari¹, Emy Huriyati², Setyo Utami Wisnusanti²

Latar Belakang: Remaja cenderung memiliki perilaku makan yang tidak baik. Perilaku makan yang tidak baik dapat dipengaruhi oleh kebiasaan remaja yang senang bersosialisasi dengan teman sebaya dan pengaruh dari media sosial serta iklan makanan. **Tujuan:** Mengetahui apakah ada hubungan antara penggunaan media sosial, pengaruh teman sebaya, dan paparan iklan makanan dengan perilaku makan. **Metode:** Penelitian dengan metode desain *cross-sectional* yang dilaksanakan dari April-Mei 2021. Subjek dipilih secara *purposive* dengan total subjek 86 orang dari SMPN 3 Yogyakarta (56 orang) dan SMP Muhammadiyah 6 Yogyakarta (30 orang) kelas VII dan VIII. Variabel bebas berupa penggunaan media sosial, paparan iklan makanan, dan pengaruh teman sebaya. Variabel terikat merupakan perilaku makan. Alat ukur variabel adalah kuesioner. Hubungan antara variabel bebas dan terikat dianalisis menggunakan uji *chi square*, *chi square for trend*, *t* tidak berpasangan, dan *Mann-Whitney*. **Hasil:** Volume penggunaan media sosial memiliki hubungan dengan perilaku makan ($p = 0,049$) dengan OR 2,42 pada penggunaan lebih dari 60 menit/hari. Tidak terdapat hubungan antara perilaku makan dengan frekuensi penggunaan media sosial ($p = 0,66$), pengaruh penggunaan media sosial ($p = 0,80$), paparan iklan makanan ($p = 0,795$), dan pengaruh teman sebaya ($p = 0,057$). Namun terdapat kecenderungan perilaku makan tidak baik pada frekuensi penggunaan media sosial lebih dari 30 kali/minggu (OR = 1,215) dan paparan iklan tinggi (OR = 1,15). Skor pengaruh penggunaan media sosial pada perilaku makan tidak baik juga cenderung lebih tinggi dan skor pengaruh teman sebaya cenderung lebih tinggi pada kelompok perilaku makan baik. **Simpulan:** Terdapat hubungan antara volume penggunaan media sosial dengan perilaku makan dan adanya peningkatan risiko sebesar 2,42 jika menggunakan media sosial lebih dari 60 menit/hari.

Kata Kunci: media sosial, teman sebaya, iklan makanan, perilaku makan, remaja.

-
1. Mahasiswa Program Studi Gizi Kesehatan Fakultas Kedokteran, Kesehatan Masyarakat, dan Keperawatan Universitas Gadjah Mada.
 2. Staf Pengajar Program Studi Gizi Kesehatan Fakultas Kedokteran, Kesehatan Masyarakat, dan Keperawatan Universitas Gadjah Mada.

ABSTRACT

ASSOCIATIONS BETWEEN SOCIAL MEDIA USAGE, PEER FRIENDS INFLUENCE, AND FOOD ADVERTISEMENT EXPOSURE WITH EATING BEHAVIOR IN ADOLESCENCES

Indah Permata Sari¹, Emy Huriyati², Setyo Utami Wisnusanti²

Background: Adolescences tend to have a poor eating behavior. Adolescences' poor eating behavior could possibly affected by their habit which is socializing with their peers and also exposure from social media and food advertisement. **Purpose:** To determine the associations between social media usage, peer influence, and food advertisement with adolescences' eating behavior. **Method:** A cross-sectional study that was held from April until May 2021. Subject was chosen purposively with total 86 subjects from SMPN 3 Yogyakarta (56 subjects) and SMP Muhammadiyah 6 Yogyakarta (30 subjects) grade VII and VIII. The independent variables were social media usage, peer influence, and food advertisement exposure. The dependent variable was eating behavior. Questionnaires were used to measure each variable and would be analyzed using chi square test, chi square for trend test, independent t test, and Mann-Whitney test. **Result:** Social media usage volume had an association with eating behavior ($p = 0,049$) with OR value 2,42 in usage above 60 minutes/day. There were no associations between eating behavior and social media usage frequency ($p = 0,66$), social media usage ($p = 0,80$), food advertisement exposure ($p = 0,795$), and peer influence ($p = 0,057$). Nonetheless, there were tendencies to have a poor eating behavior in group with social media usage frequency above 30 times/week (OR = 1,215) and in a group with high exposure of food advertisement (OR = 1,15). Social media usage score was higher in group with poor eating behavior and peer influence score was higher in group with healthy eating behavior. **Conclusion:** There is association between social media usage volume with eating behavior and a 2,42 times increase risk in group that use social media above 60 minutes/day compared to group that use social media less than 60 minutes/day.

Key words: social media, peer friend, food advertisement, eating behavior, adolescences.

-
1. Student of Health Nutrition Study Program, Faculty of Medicine, Public Health, and Nursing, Universitas Gadjah Mada.
 2. Lecturer of Health Nutrition Study Program, Faculty of Medicine, Public Health, and Nursing, Universitas Gadjah Mada

