

HUBUNGAN INTENSITAS PAPARAN MEDIA SOSIAL DENGAN POLA KONSUMSI *JUNK FOOD* PADA IBU RUMAH TANGGA

Agus Sudrajat¹, Catur Retno Lestari¹

¹Program Studi Gizi, Fakultas Kesehatan, Universitas Ivet

Info Articles

Sejarah Artikel:

Disubmit 27 Desember 2023

Direvisi 19 Januari 2024

Disetujui 29 Januari 2024

Keywords:

Media social; junk food; eating behavior.

Abstrak

Pola makan dan asupan gizi pada anak-anak menjadi tanggung jawab seorang ibu, oleh sebab itu seorang ibu harus memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam proses pengolahan makanan untuk keluarga. Pengetahuan gizi yang baik akan menerapkan pola konsumsi pangan dan mengetahui pengolahan makanan sehat dalam rangka pemenuhan kecukupan gizi. Selain itu, terdapat faktor media sosial yang dikenal sangat baik dalam mengembangkan pemasaran modern cepat saji. Saat mengonsumsi junk food kebanyakan orang tidak memperhatikan kandungan gizinya, sehingga dalam waktu lama berpengaruh terhadap perubahan status gizinya. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan intensitas paparan media sosial dengan pola konsumsi *junk food* pada ibu rumah tangga. Desain penelitian ini adalah *cross sectional* dengan jumlah sampel 44 responden. Instrumen pengambilan data menggunakan angket online yaitu *google form* yang disebarluaskan melalui media sosial. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan intensitas paparan media sosial dengan pola konsumsi *junk food* pada ibu rumah tangga $p=0.012$, selanjutnya juga terdapat hubungan antara paparan media sosial dengan indeks massa tubuh pada ibu rumah tangga ($p=0.003$). Kecenderungan memilih kebiasaan makan dipengaruhi dari apa yang kita lihat. Adanya media sosial juga dapat membuat konsumen lebih mudah melihat adanya makanan terbaru dan menarik sehingga pembeli tertarik untuk membelinya. Disamping itu, kondisi sosial ekonomi dan kepraktisan untuk menyediakan makanan dan waktu menjadi pendukung remaja dalam memilih makanan *junk food*.

Abstract

Children's eating patterns and nutritional intake are the responsibility of a mother, therefore a mother must have knowledge and skills in processing food for the family. Good nutritional knowledge will apply food consumption patterns and know how to process healthy food in order to fulfill nutritional adequacy. Apart from that, there are social media factors which are known to be very good in developing modern fast food marketing. When consuming junk food, most people do not pay attention to its nutritional content, so over a long period of time it will affect changes in their nutritional status. This study aims to analyze the relationship between the intensity of social media exposure and junk food consumption patterns among housewives. The design of this research is cross sectional with a sample size of 44 respondents. The data collection instrument uses an online questionnaire, namely Google Form which is distributed via social media. The research results showed that there was a relationship between the intensity of social media exposure and junk food consumption patterns among housewives, $p=0.012$, and there was also a relationship between social media exposure and body mass index among housewives ($p=0.003$). The tendency to choose eating habits is influenced by what we see. The existence of social media can also make it easier for consumers to see the latest and interesting food so that buyers are interested in buying it. Apart from that, socio-economic conditions and the practicality of providing food and time support teenagers in choosing junk food.

✉ Alamat Korespondensi: Program Studi Gizi, Fakultas Kesehatan,
Universitas Ivet, Jalan Pawiyatan Luhur No. 16, Semarang,
Jawa Tengah, Indonesia 50232
E-mail: agussudrajat.gizi410@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, internet merupakan bukti dari adanya perkembangan teknologi dan komunikasi yang terjadi dengan sangat cepat. Media sosial merupakan salah satu inovasi dalam perkembangan teknologi yang dapat mempermudah pelaksanaan komunikasi. Media sosial merupakan tempat yang dibuat untuk berinteraksi, bekerja sama, berbagi informasi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain secara virtual (Siregar, 2022). Media sosial pada zaman modern kini telah menjadi salah satu kebutuhan utama bagi setiap orang mengingat adanya kebutuhan akan informasi, pendidikan, hiburan, dan untuk mengakses pengetahuan yang lebih luas (Prihatiningsih, 2017). Berkaitan dengan hal tersebut maka berdampak terhadap peningkatan popularitas dan penggunaan media sosial yang semakin bertambah. Berdasarkan data laporan digital dari Hootsuite (*We Are Social*) tahun 2021 jumlah pengguna media sosial aktif di Indonesia adalah 170 juta orang (61,8% dari jumlah populasi di Indonesia) dengan rata-rata waktu penggunaan 3 jam 41 menit per hari (Nisfilaeliah, Tjahjono and Fitriani, 2023). Perkembangan teknologi secara tidak langsung dapat merubah gaya pemasaran produk yang akan dijual karena menyesuaikan dengan kemajuan teknologi yang terjadi yaitu dengan menggunakan sistem pemasaran produk secara digital yang termasuk salah satunya adalah makanan cepat saji sehingga dapat mengubah pola konsumsi pangan dalam rumah tangga.

Pola makan dan asupan gizi pada anak-anak menjadi tanggung jawab seorang ibu, oleh sebab itu seorang ibu harus memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam proses pengolahan makanan untuk keluarga. Pengetahuan gizi yang baik akan menerapkan pola konsumsi pangan dan mengetahui pengolahan makanan sehat dalam rangka pemenuhan kecukupan gizi (Pormes, Rompas and Ismanto, 2013). Pemenuhan asupan gizi akan mempengaruhi dalam pemenuhan zat gizi anak usia dini dalam menunjang perkembangan dan pertumbuhan anak. Konsumsi pangan dan status gizi dipengaruhi oleh pengetahuan gizi, hal tersebut memiliki kaitan yang erat. Pengetahuan gizi memiliki cakupan yang luas, mulai dari penyusunan menu yang sehat, pemilihan bahan pangan untuk diolah menjadi makanan yang sehat, pengolahan pangan yang baik sampai pada menentukan pola konsumsi pangan yang sehat (Badriyah *et al.*, 2023). Faktor lingkungan merupakan faktor penting dalam penentuan konsumsi suatu makanan. Pada penelitian ditemukan bahwa faktor pemungkin yang diperkirakan paling berpengaruh pada perilaku makan adalah ketersediaan makanan melalui aplikasi layanan pesan antar (Dewi, Amalia and Rahim, 2021). Selain itu, terdapat faktor media sosial yang dikenal sangat baik dalam mengembangkan pemasaran modern cepat saji. Sejalan dengan penelitian dimana electronic word-of-mouth di media sosial Twitter berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada salah satu restoran cepat saji (Razkia, 2023). Penelitian terdahulu menyatakan bahwa penggunaan media sosial dapat memengaruhi pola konsumsi remaja karena pengaruh dari iklan produk makanan yang dipromosikan pada media sosial. Saat mengonsumsi junk food kebanyakan orang tidak memperhatikan kandungan gizinya, sehingga dalam waktu lama berpengaruh terhadap perubahan status gizinya (Husna and Puspita, 2020). Hal tersebut diakibatkan karena kurangnya pengetahuan masyarakat tentang gizi seimbang. Sebagian orang malas untuk menyiapkan menu makan yang sehat, sehingga hanya membeli makanan diluar tanpa memperhatikan jenis makanan yang dibeli (Rao and Fisher, 2021). Selain itu, tingginya pengaruh dari media sosial yang gencar mempromosikan berbagai makanan berisiko DM dan kemudahan akses untuk mendapatnya semakin mempermudah mahasiswa memiliki perilaku konsumsi makanan berisiko (Fitriani *et al.*, 2022).

Faktor genetik, pengaruh iklan, faktor psikologis, status sosial ekonomi, program diet, usia, jenis kelamin, kurangnya aktifitas fisik, dan tingginya asupan junk food merupakan faktor pendukung obesitas sejak usia dini. Dampak kesehatan pada remaja yang berlebihan mengonsumsi *junk food* bisa menderita penyakit degeneratif seperti diabetes melitus II, hipertensi, kanker, gangguan jantung, dan bahkan sampai stroke. Beberapa studi menjelaskan bahwa makanan tinggi garam dapat meningkatkan produksi air liur dan sekresi enzim. Kandungan lemak jahat dan natrium akan mengakibatkan gangguan keseimbangan sodium dan potassium dalam tubuh yang kemudian muncul hipertensi (Faurina Risca Fauzia, 2022). Berbagai produk olahan *junk food* tersedia dengan mudah karena dapat memenuhi kebutuhan makan secara cepat lantaran desakan waktu. Apabila kondisi tersebut berlanjut terus menerus, akan muncul ketergantungan yang mana akan mengakibatkan ketidakseimbangan fisik

dan munculnya berbagai macam penyakit tidak menular (Mehroliya, Alagarsamy and Solaikutty, 2021).

METODE

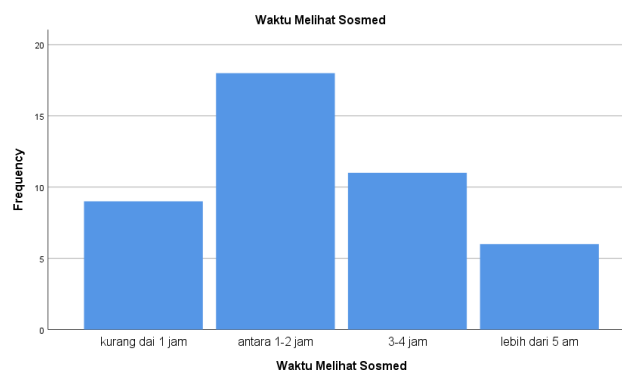
Penelitian ini menggunakan desain *cross sectional*. Populasi penelitian merupakan Ibu rumah tangga yang berada di Kota Semarang, sedangkan sampel yang digunakan pada penelitian ini sejumlah 44 responden dengan menggunakan *purposive sampling*. Penelitian dilaksanakan pada bulan September 2023. Variabel yang diteliti meliputi penggunaan sosial media dan pola konsumsi *junk food*. Data identitas responden dan pengisian kuesioner oleh responden. Instrumen pengambilan data menggunakan angket online yaitu *google form* yang disebarakan melalui media sosial.

Analisis data dilakukan berdasarkan kategori pengukuran masing-masing dengan menggunakan program komputer secara univariat dan bivariat. Analisis univariat dilakukan untuk mendeskripsikan masing-masing variabel. Analisis bivariat dilakukan untuk melihat korelasi intensitas paparan sosial media dan pola konsumsi *junk food*. Analisis bivariat dalam penelitian ini menggunakan uji hubungan chi- square untuk menguji hubungan antar variabel dalam penelitian.

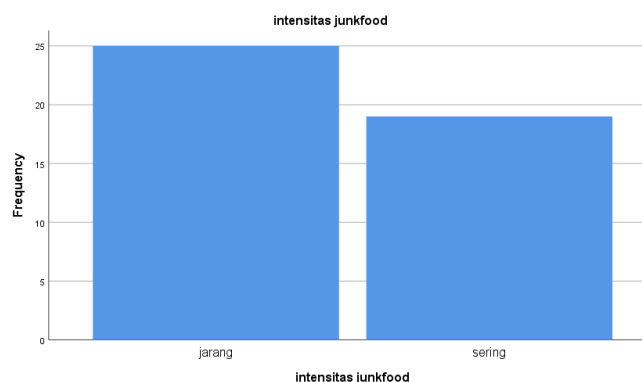
HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Subjek Penelitian

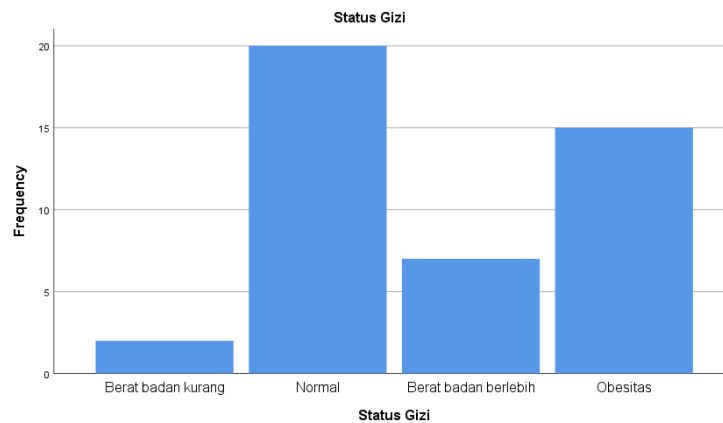
Berdasarkan data yang diperoleh didapatkan jumlah sampel 44 responden ibu rumah tangga dengan umur rerata 38 tahun, rentang umur 21 -54 tahun. Hasil kuesioner data penggunaan media sosial menunjukkan intensitas penggunaannya paling besar adalah antara 1-2 jam 40,9 %, sedangkan pola konsumsi *junk food* subjek menunjukkan sebagian besar responden jarang mengkonsumsi *junk food* yaitu sebanyak 56,8%.



Gambar. 1. Intensitas penggunaan sosial media



Gambar. 2. Pola konsumsi *junk food*



Gambar.3. Status Gizi

Berdasarkan gambar 3 diketahui bahwa mayoritas responden status gizi yang paling terbanyak (20%).

Hubungan Paparan Media Sosial Dengan Intenstas *Junk Food*

Tabel 1. Hubungan Paparan Media Sosial Dengan Intenstas *Junk Food*

Variabel	<i>Junk Food</i>	
Hubungan Paparan Media Sosial	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,012
	N	44

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa terdapat hubungan antara paparan sosial media dengan intensitas *junk food* (0,012). Sejalan dengan Penelitian Fitriani *et al.*, (2022) Responden yang lebih sering terpapar media sosial lebih banyak mengkonsumsi makanan berisiko DM dibanding responden yang jarang terpapar media sosial. Selain dengan mengikuti akun kuliner di media sosial, durasi dan frekuensi penggunaan media sosial juga mempengaruhi tingkat terpaan informasi yang dapat mempengaruhi perilaku makan seseorang. Pada penelitian ini diketahui 40,9 % responden mengakses media sosial 1-23jam/hari. Durasi penggunaan media sosial yang melebihi 3 jam berpeluang 39,3% menyebabkan terjadinya perilaku makan tidak seimbang. Semakin lama intensitas seseorang dalam menggunakan media sosial maka akan semakin berpotensi terpapar lebih banyak informasi mengenai makanan sehingga menstimulir otak untuk mencicipi makanan tersebut (Fitriani *et al.*, 2022). Keinginan responden untuk mencicipi makanan yang dipromosikan di media sosial saat ini bisa dengan mudah diwujudkan karena kemudahan akses yang telah tersedia. Dengan adanya berbagai aplikasi online pesan antar seperti *GoFood* dan *ShopeeFood*, seseorang bisa dengan mudah membeli makanan tanpa harus mengeluarkan usaha lebih untuk datang langsung ke warung/ restoran tersebut. Hal ini semakin meningkatkan potensi seseorang memiliki perilaku makan berisiko (Hasanah Harahap, Aritonang and Zulhaida Lubis, 2020).

Berbagai akun kuliner atau Iklan makanan di media sosial cenderung menampilkan makanan siap saji. Ibu rumah tangga melihat iklan makanan 30 hingga 189 kali seminggu di media sosial sebagian besarnya mempromosikan makanan cepat saji dan minuman manis (Potvin Kent *et al.*, 2019). Perkembangan tren seperti wisata kuliner dan teknologi menyebabkan antusiasme di kalangan pengguna media sosial untuk membuat berbagai akun kuliner. Rekomendasi food blogger dapat dijadikan sebagai informasi, pengaruh, nasehat, saran dan juga sebagai acuan untuk menentukan perilaku makan (Nadimin, Fanny and T, 2023). Kebiasaan makan kita juga dipengaruhi dari apa yang kita lihat. Adanya media sosial juga dapat membuat konsumen lebih gampang melihat adanya makanan terbaru dan menarik sehingga pembeli tertarik untuk membelinya.

Kesibukan orang tua yang tidak sempat menyediakan makanan dirumah menyebabkan remaja cenderung makan makanan siap saji. Disamping itu, kondisi sosial ekonomi dan kepraktisan untuk menyediakan makanan dan waktu menjadi pendukung remaja dalam memilih makanan *junk food* (Benefita Rahma, 2021).

Hubungan Paparan Media Sosial Dengan Indeks Massa Tubuh**Tabel 2. Hubungan Paparan Media Sosial Dengan Indeks Massa Tubuh**

Variabel	<i>Junk Food</i>	
Hubungan Paparan Media Sosial	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,003
	N	44

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa terdapat hubungan antara paparan sosial media dengan intensitas *junk food* (0,003). Sejalan dengan penelitian Fleming *et al.*, (2018) yang mengungkapkan bahwa terdapat hubungan antara pemesanan makanan secara online dengan kejadian obesitas pada mahasiswa. Mahasiswa dengan obesitas dan perilaku makan tidak sehat lebih banyak terdapat pada mahasiswa dengan frekuensi membeli makanan secara online yang tinggi. Pada kondisi obesitas terjadi akan peningkatan kadar hormon ghrelin dan penurunan kadar hormon leptin. Leptin tidak hanya berperan pada sistem oreksin namun juga berperan dalam kontrol ventilasi. Kadar dan fungsi leptin yang tidak adekuat pada kondisi obesitas diduga berdampak pada gangguan pada kontrol ventilasi. Leptin bersama adipokin lainnya seperti TNF- α dan interleukin-6 dapat mengakibatkan depresi aktivitas susunan saraf pusat yang mengatur saraf dan otot pada saluran nafas (Wiyana *et al.*, 2023).

Indeks massa tubuh seorang perempuan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor risiko diantaranya usia, jenis kelamin, kebiasaan makan dan aktivitas fisik. Angka kejadian obesitas terus meningkat pada rentang usia 20-60 tahun. Setelah memasuki usia diatas 60 tahun, angka obesitas akan menurun. Berdasarkan epidemiologi, kategori IMT berlebih ditemukan lebih banyak pada laki-laki, sedangkan obesitas ditemukan paling banyak pada perempuan. Pada laki-laki penambahan berat badan disebabkan oleh peningkatan massa otot, sedangkan pada perempuan disebabkan oleh peningkatan jaringan lemak (Wiyana *et al.*, 2023). Selain itu, gaya hidup seperti kebiasaan makan yang berlebih dengan jumlah asupan protein, karbohidrat dan lemak yang tinggi namun asupan serat rendah akan meningkatkan risiko terjadinya peningkatan IMT. Peningkatan porsi makan dan konsumsi camilan ataupun makanan instan yang mengandung banyak gula dan lemak juga berperan menyebabkan peningkatan berat badan. Aktivitas fisik adalah gambaran gerakan tubuh yang dilakukan karena adanya kontraksi otot untuk menghasilkan energi. Keseimbangan IMT dapat diperoleh dengan beraktivitas fisik, di mana tubuh akan mengeluarkan energi dalam bentuk keringat. Jika energi tidak dikekuarkan maka akan menumpuk menjadi lemak dalam tubuh dan memicu terjadinya peningkatan IMT.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara paparan media sosial dengan perilaku konsumsi *junk food* pada ibu rumah ($p=0,012$), selanjutnya juga terdapat hubungan antara paparan media sosial dengan indeks massa tubuh pada ibu rumah tangga ($p=0,003$). Kecenderungan memilih kebiasaan makan dipengaruhi dari apa yang kita lihat. Adanya media sosial juga dapat membuat konsumen lebih mudah melihat adanya makanan terbaru dan menarik sehingga pembeli tertarik untuk membelinya. Disamping itu, kondisi sosial ekonomi dan kepraktisan untuk menyediakan makanan dan waktu menjadi pendukung remaja dalam memilih makanan *junk food*. Saran untuk penelitian lebih lanjut agar dapat diterapkan pada populasi remaja yang lebih banyak menggunakan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Badriyah, I. *et al.* (2023) 'Peningkatan Keterampilan Ibu Rumah Tangga dalam Pemanfaatan Bahan Pangan Lokal untuk Pengolahan Makanan Sehat di Desa Ciherang Kabupaten Pacet Cianjur', *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(2), pp. 445–450. doi: 10.54082/jamsi.677.

Benefita Rahma (2021) 'Hubungan Kebiasaan Konsumsi Fast Food Dan Stres Terhadap Siklus

Menstruasi Pada Remaja Putri Sman 12 Kota Bekasi', *Jurnal Health Sains*, 2(4). Available at: <http://jurnal.healthsains.co.id/index.php/jhs/article/view/151>.

Dewi, N., Amalia, I. S. and Rahim, F. K. (2021) 'PAPARAN INSTAGRAM DAN PERAN TEMAN SEBAYA TERHADAP POLA KONSUMSI FAST FOOD PADA REMAJA BERDASARKAN WILAYAH SEKOLAH PERKOTAAN DAN PEDESAAN', *journal of Public Health Innovation*, 2(1).

Faurina Risca Fauzia, D. N. (2022) 'Konsumsi Junkfood Berhubungan dengan Kejadian Kegemukan Pada Siswi di Bantul Selama Covid 19', *Persatuan Ahli Gizi Indonesia*, pp. 211–218.

Fitriani, N. S. *et al.* (2022) 'Hubungan Tingkat Pengetahuan dan Pengaruh Media Sosial dengan Perilaku Konsumsi Makanan Berisiko Diabetes Melitus pada Mahasiswa Universitas Diponegoro', *Jurnal Epidemiologi Kesehatan Komunitas*, 7(1), pp. 404–410. doi: 10.14710/jekk.v7i1.13308.

Fleming, T. P. *et al.* (2018) 'Origins of lifetime health around the time of conception: causes and consequences', *The Lancet*. Elsevier Ltd, 391(10132), pp. 1842–1852. doi: 10.1016/S0140-6736(18)30312-X.

Hasanah Harahap, L. A., Aritonang, E. and Zulhaida Lubis (2020) 'The Relationship between Type and Frequency of Online Food Ordering With Obesity in Students of Medan Area University', *Britain International of Exact Sciences (BIOEx) Journal*, 2(1), pp. 29–34. doi: 10.33258/bioex.v2i1.109.

Husna, D. S. and Puspita, I. D. (2020) 'Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Durasi Tidur Dan Status Gizi Mahasiswa S-1 Ilmu Gizi', *Jurnal Riset Gizi*, 8(2), pp. 76–84. doi: 10.31983/jrg.v8i2.6273.

Mehrolia, S., Alagarsamy, S. and Solaikutty, V. M. (2021) 'Customers response to online food delivery services during COVID-19 outbreak using binary logistic regression', *International Journal of Consumer Studies*, 45(3), pp. 396–408. doi: 10.1111/ijcs.12630.

Nadimin, Fanny, L. and T, A. N. (2023) 'PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN KEBIASAAN MENGONSUMSI', *Media Kesehatan Politeknik Kesehatan Makassar*, XVIII(1), pp. 38–44.

Nisfilaeliah, O. W., Tjahjono, S. and Fitriani, A. (2023) 'Intensitas Mengakses Media Sosial Instagram dan Kebiasaan Mengonsumsi Fast Food Pada Remaja Putri Di Desa Caracas Kabupaten Kuningan Jawa Barat', *Jurnal Formil (Forum Ilmiah) KesMas Respati*, 8(3), pp. 268–280.

Pormes, W. E., Rompas, S. and Ismanto, A. Y. (2013) 'Hubungan Pengetahuan Orang Tua Tentang Gizi dengan Stunting Pada Anak Usia 4-5 Tahun di TK Malaekat Pelindung Manado', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699.

Potvin Kent, M. *et al.* (2019) 'Children and adolescents' exposure to food and beverage marketing in social media apps', *Pediatric Obesity*, 14(6), pp. 1–9. doi: 10.1111/ijpo.12508.

Prihatiningsih, W. (2017) 'Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja', *Communication*, 8(1), p. 51. doi: 10.36080/comm.v8i1.651.

Rao, N. and Fisher, P. A. (2021) 'The impact of the COVID-19 pandemic on child and adolescent development around the world', *Child Development*, 92(5), pp. e738–e748. doi: 10.1111/cdev.13653.

Razkia, A. (2023) 'Predisposing dan Enabling Factor dalam Menentukan Pola Konsumsi Modern Fast Food pada Pekerja Kantor Usia 18-35 Tahun di DKI Jakarta', *Muhammadiyah Journal of Nutrition and Food Science (MJNF)*, 3(2), p. 73. doi: 10.24853/mjnf.3.2.73-81.

Siregar, H. (2022) 'Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila', *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, (1), pp. 71–82. doi: 10.52738/pjk.v2i1.102.

Wiyana, I. G. *et al.* (2023) 'Hubungan Indeks Massa Tubuh , Aktivitas Fisik dan Durasi Penggunaan Media Sosial dengan Kualitas Tidur Siswa', *Jurnal Global Ilmiah*, 1(2), pp. 130–142.