

# HUBUNGAN PENGETAHUAN GIZI, KETERPAPARAN IKLAN MEDIA SOSIAL DAN *PEER GROUP SUPPORT* TERHADAP PEMILIHAN MAKANAN SEHAT PADA REMAJA SMAN 9 TANGERANG

Fairuzza Rahmaniah Khulaidah<sup>1\*</sup>, Annisa Yuri Ekaningrum<sup>2</sup> dan Lulu'ul Badriyah<sup>3</sup>

Program Studi Sarjana Gizi  
Fakultas Ilmu Kesehatan  
Universitas Indonesia Maju  
farahkhulaidah28@gmail.com

## **Abstract:**

*Poor nutritional behavior among students is reflected in the high prevalence of snacking and the consumption of unhealthy foods, such as the selection of less healthy and unsafe meals. This behavior increases the risk of health problems. This study aims to examine the relationship between nutritional knowledge, exposure to social media advertisements, and peer group support on healthy food choices among adolescents at SMAN 9 Tangerang. This research utilized a quantitative approach with a cross-sectional design. A total of 88 students were selected using simple random sampling. Data were collected using a questionnaire as the measurement tool. Univariate and bivariate analyses were conducted, with the chi-square test used for statistical evaluation. The results revealed no significant relationship between nutritional knowledge ( $p = 0.696$ ) and social media advertisement exposure ( $p = 0.656$ ) with healthy food choices. However, peer group support showed a marginally significant relationship ( $p = 0.052$ ). Schools are encouraged to enhance nutrition education and provide healthy canteens to support adolescents in making healthier food choices.*

*Keyword : Knowledge, Social Media, Peers*

## **Abstrak**

Perilaku gizi yang buruk di kalangan pelajar dapat terlihat dari tingginya kebiasaan jajan dan konsumsi makanan yang tidak bergizi seperti pemilihan makanan yang kurang sehat dan tidak aman. Hal ini dapat meningkatkan risiko masalah kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pengetahuan gizi, keterpaparan iklan media sosial, dan *peer group support* terhadap pemilihan makanan sehat pada remaja SMAN 9 Tangerang. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan desain *cross sectional*. Penelitian ini dilakukan pada remaja SMAN 9 Tangerang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *simple random sampling* dengan jumlah sampel 88 siswa. Alat ukur yang digunakan adalah kuesioner. Analisis yang digunakan adalah analisis univariat dan bivariat dengan *uji chi-square*. Hasil menunjukkan tidak ada hubungan signifikan antara pengetahuan gizi ( $p = 0,696$ ) dan paparan iklan media sosial ( $p = 0,656$ ) dengan pemilihan makanan sehat. Namun, dukungan teman sebaya menunjukkan hubungan signifikan marginal ( $p = 0,052$ ). Sekolah diharapkan meningkatkan edukasi gizi dan menyediakan kantin sehat untuk mendukung pilihan makanan sehat remaja.

**Kata Kunci :** Pengetahuan, Media Sosial, Teman Sebaya

## PENDAHULUAN

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia tahun 2014, dikatakan remaja yaitu berusia 10-18 tahun dan belum menikah (Kemenkes RI, 2014). Pada usia remaja perlu memperhatikan kebutuhan gizi yang seimbang dengan memenuhi asupan protein, vitamin dan mineral lebih banyak dari setiap energi yang dikonsumsi dibandingkan dengan masa anak-anak (Qomariah et al., 2021). Pada studi (Puspawati & Briawan, 2014) menunjukkan bahwa sekitar 70% remaja tidak mempertimbangkan masalah kesehatan saat memilih makanan, dan persepsi remaja terhadap makanan sehat diduga mempengaruhi pilihan makanan yang dikonsumsi sehingga akan menentukan kebiasaan makan sehat.

Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pemilihan makanan. Pengetahuan atau *kognitif* sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang (*overt behavior*) (Aisyah, 2015). Secara umum permasalahan gizi merupakan permasalahan yang terutama disebabkan oleh faktor pengetahuan. Dengan kata lain, banyak permasalahan gizi dan kesehatan yang terjadi karena masyarakat tidak mengetahui apa saja penyebab permasalahan gizi yang sedang dihadapinya (Sukraniti et al., 2018).

Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), di Indonesia

saat ini mencapai 63 juta pengguna internet, dan 95% pengguna internet menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial (Kominfo, 2023). Jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya (Mahdi, 2022). Tingginya *screen time* dan berbagai tren informasi mengenai makanan di media sosial menunjukkan bahwa media elektronik memberikan dampak yang signifikan terhadap remaja, seperti rekomendasi tempat makan dan makanan yang sedang *hype* atau tren dapat mempengaruhi perilaku makan (Karini et al., 2022).

Kebiasaan makan adalah ekspresi pilihan pada konsumsi makanan setiap individu sehingga menimbulkan perilaku makan. Oleh karena itu, ekspresi setiap orang yang memilih makanan juga berbeda-beda (Suhada & Asthiningsih, N, W, 2019). Banyak anak usia sekolah yang masih membeli makanan berdasarkan kesukaannya sendiri tanpa mengetahui bahan pada makanan yang dibelinya. Hal ini berdampak buruk bagi kesehatan, karena anak sekolah belum mengetahui cara memilih jajanan sehat (Kustriyani et al., 2016). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pengetahuan gizi, keterpaparan iklan media sosial, dan *peer group support* terhadap pemilihan makanan sehat pada remaja SMAN 9 Tangerang

## METODE

### Desain, Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan menggunakan desain studi observasional dengan pendekatan *cross-sectional*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan pengetahuan gizi, keterpaparan iklan media sosial dan *peer group support* terhadap pemilihan makanan sehat pada remaja di SMAN 9 Tangerang. Waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 9-10 November 2023.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua siswa kelas XII yang berjumlah 406 siswa di SMAN 9 Tangerang. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Simple Random Sampling*, yaitu penarikan menggunakan *Microsoft Excel* dengan memperhatikan kriteria inklusi yaitu siswa bersedia mengikuti penelitian dan menjadi subjek penelitian, serta dalam keadaan sehat dan kriteria eksklusi yaitu siswa tidak hadir dalam penelitian.

### Jenis dan Teknik Pengambilan Data

Data pada studi ini ialah data primer yaitu data yang didapat langsung dari responden. Data primer mencakup skrining kepada subjek yang dilakukan dengan turun langsung ke lokasi dan melakukan wawancara kepada subjek. Angket pemilihan makanan sehat ini meliputi

pengetahuan gizi, keterpaparan iklan media sosial dan *peer group support*.

Sebelum melakukan pengambilan data, responden diminta untuk membaca lembar persetujuan *informed consent*. Apabila responden menyetujui, selanjutnya peneliti memberikan absensi dengan mengisi nama, umur dan jenis kelamin responden. Responden yang hadir akan diwawancarai dan mengisi angket mengenai pemilihan makan sehat, pengetahuan gizi, keterpaparan iklan media sosial dan *peer group support*.

### Analisa Data

Analisa data dilakukan dalam bentuk univariat dan bivariat. Analisis univariat dijalankan untuk menganalisa frekuensi dari tiap variabel yang akan diteliti baik dari aspek variabel terikat ataupun dari variabel bebas. Analisa univariat yang dipergunakan yaitu uji deskriptif untuk menentukan nilai rata-rata, standar deviasi, dan persentase. Analisis bivariate dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan pengetahuan gizi, keterpaparan iklan media sosial dan *peer group support* (variabel bebas) serta pemilihan makanan sehat (variabel terikat).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisa univariate

Hasil analisa univariat data responden dapat dilihat pada tabel 1.

| Variabel                | n  | %     |
|-------------------------|----|-------|
| Pemilihan Makanan Sehat |    |       |
| Perilaku negatif        | 37 | 42,0% |

|  |    |       |
|--|----|-------|
| Perilaku Positif                       | 51 | 58,0% |
| <b>Pengetahuan Gizi</b>                |    |       |
| Sedang                                 | 33 | 37,5% |
| Tinggi                                 | 55 | 62,5% |
| <b>Keterpaparan Iklan Media Sosial</b> |    |       |
| Tidak Terpapar                         | 38 | 43,2% |
| Terpapar                               | 50 | 56,8% |
| <b>Peer Group Support</b>              |    |       |
| Support Negatif                        | 44 | 50,0% |
| Support Positif                        | 44 | 50,0% |

Berdasarkan pada tabel di atas, bahwa sebagian besar pemilihan makanan pada remaja menunjukkan (58,0%) responden dengan berperilaku positif. Gambaran pengetahuan gizi, keterpaparan iklan media sosial dan *peer group support* siswa pada penelitian ini yakni, sejumlah (62,5%) pengetahuan tinggi, (56,8%) terpapar media sosial, dan 50% *support* positif dan *support* negatif dalam kelompok teman sebaya.

### Analisis Bivariat

analisa bivariat Hasil variabel-variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut.

| Variabel                               | Pemilihan Makanan Sehat |      |                  |      | p-value |
|--|-------------------------|------|------------------|------|---------|
|  | Perilaku negatif        |      | Perilaku positif |      |         |
|  | n                       | %    | n                | %    |         |
| <b>Pengetahuan Gizi</b>                |                         |      |                  |      |         |
| Sedang                                 | 13                      | 39,4 | 20               | 60,6 | 0,696   |
| Tinggi                                 | 24                      | 43,6 | 31               | 56,4 |         |
| <b>Keterpaparan Iklan Media Sosial</b> |                         |      |                  |      |         |
| Tidak Terpapar                         | 17                      | 44,7 | 21               | 55,3 | 0,656   |
| Terpapar                               | 20                      | 40,0 | 30               | 60,0 |         |
| <b>Peer Group Support</b>              |                         |      |                  |      |         |
| Support Negatif                        | 23                      | 52,3 | 21               | 47,7 | 0,052   |
| Support Positif                        | 14                      | 31,8 | 30               | 68,2 |         |

Berdasarkan tabel tabulasi silang diatas antara pemilihan makanan sehat dengan pengetahuan gizi ada sebanyak 20 (60,6%) responden yang pengetahuan gizi nya sedang dengan perilaku positif dalam pemilihan makanan. Sedangkan diantara responden yang pengetahuan gizi nya tinggi terdapat sebanyak 31 (56,4%) responden dengan perilaku positif dalam pemilihan makanan. Hasil uji statistik diperoleh nilai *p-value* = 0,696 yang berarti ( $p > 0,05$ ) sehingga  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya tidak ada hubungan pengetahuan gizi dengan pemilihan makanan sehat pada remaja di SMAN 9 Tangerang.

Tidak adanya hubungan pada pengetahuan gizi dengan pemilihan makanan sehat terjadi karena pengetahuan yang baik saja tidak cukup untuk mengubah kebiasaan makan seseorang, kemungkinan remaja memahami mengenai makanan sehat tetapi tidak bisa menerapkan pengetahuannya di dalam kehidupan. Terdapat faktor lain yang berhubungan seperti karakteristik individu, karakteristik makan dan lingkungan. Perilaku gizi seseorang tidak dapat berubah menjadi lebih baik hanya dengan pemahaman saja, karena pemahaman hanya bersifat kognitif.

Hasil analisis hubungan antara keterpaparan iklan media sosial dengan pemilihan makanan sehat diperoleh bahwa ada sebanyak 21 (55,3%) responden yang tidak terpapar iklan media sosial dengan

perilaku positif dalam pemilihan makanan. Sedangkan diantara responden yang terpapar iklan media sosial terdapat sebanyak 30 (60,0%) dengan perilaku positif dalam pemilihan makanan. Hasil uji statistik diperoleh nilai  $p\text{-value} = 0,656$  yang berarti ( $p > 0,05$ ) sehingga  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya tidak ada hubungan keterpaparan iklan media sosial dengan pemilihan makanan sehat pada remaja di SMAN 9 Tangerang.

Hal tersebut dapat disebabkan karena seseorang yang mendapatkan informasi dari media sosial tidak selalu dapat langsung mengubah perilaku makan seseorang. Karena pada saat kita menggunakan aplikasi media sosial tertentu tidak semua subjek mengakses informasi terkait gizi, selain itu pengetahuan gizi terkait makanan sehat yang didapatkan oleh subjek juga dapat berasal dari sumber lain seperti materi perkuliahan, buku, maupun media massa (Firdausi et al., 2022).

Hasil analisis hubungan antara *peer group support* dengan pemilihan makanan sehat diperoleh bahwa ada sebanyak 23 (52,3%) responden yang mendapatkan support negatif dari teman sebaya dengan perilaku negatif dalam pemilihan makanan. Sedangkan diantara responden yang mendapatkan support positif dari teman sebaya terdapat sebanyak 30 (68,2%) dengan perilaku positif dalam pemilihan makanan. Hasil uji statistik diperoleh nilai  $p\text{-value} = 0,052$  yang berarti ( $p > 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada hubungan *peer group support* dengan pemilihan makanan sehat remaja di SMAN 9 Tangerang.

$value = 0,052$  yang berarti ( $p > 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada hubungan *peer group support* dengan pemilihan makanan sehat remaja di SMAN 9 Tangerang.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa adanya hubungan pada *peer group support* dengan pemilihan makanan sehat terjadi karena pada anak sekolah merupakan kelompok anak yang sangat mudah menerima perubahan karena anak sekolah merupakan kelompok anak yang sedang tumbuh dan berkembang serta mudah menerima perubahan (Kustriyani et al., 2016).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini, siswa SMAN 9 Tangerang mayoritas memiliki perilaku positif dalam pemilihan makanan, terdapat 31 responden yang memiliki pengetahuan gizi tinggi, 30 responden yang terpapar iklan media sosial dan 30 responden yang memiliki *support* positif dalam *peer group support*.
2. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan gizi dengan pemilihan makanan

sehat pada siswa dengan *p-value* = 0,696.

3. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara keterpaparan iklan media sosial dengan pemilihan makanan sehat pada siswa dengan *p-value* = 0,656.
4. Terdapat hubungan yang signifikan antara *peer group support* dengan pemilihan makanan sehat pada siswa dengan *p-value* = 0,052.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, U. N. (2015). Hubungan pengetahuan dan sikap anak terhadap perilaku pemilihan makanan jajanan yang sehat di SD Muhammadiyah 16 Karangasem Surakarta. *Husada Mahakam: Jurnal Kesehatan*, 10(2), 145–155.
- Firdausi, A., Khomsan, A., & Rahman, P. H. (2022). Hubungan penggunaan Instagram dengan pengetahuan gizi, perilaku makan, aktivitas fisik, dan status gizi mahasiswa IPB. *Jurnal Ilmu Gizi Dan Dietetik*, 1(1), 16–24. <https://doi.org/10.25182/jigd.2022.1.1.16-24>
- Karini, T. A., Arranury, Z., Ansyar, D. I., Wijaya, D. R., & Syahrir, R. A. (2022). Hubungan penggunaan media sosial dengan perilaku makan mahasiswa di Kota Makasar. *Higiene*, 8(2), 118–124.
- Kemenkes RI. (2014). *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2014*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Kominfo. (2023). Pengguna internet di Indonesia 63 juta orang. *Berita Kominfo*. [https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker)
- Kustriyani, M., Widyaningsih, T. S., & Prasetyo, A. (2016). Hubungan peer group support dengan perilaku memilih jajanan sehat pada anak usia sekolah di Madrasah Ibtidaiyah (MI) Al Mukmin Prawoto Kota Pati. *Jurnal Ilmu Kesehatan*, 9(3), 334–342.
- Mahdi, M. I. (2022). Pengguna media sosial capai 191 juta pada 2022. *Data Indonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Puspadewi, R. H., & Briawan, D. (2014). Persepsi tentang pangan sehat, alasan pemilihan pangan dan kebiasaan makan sehat pada mahasiswa. *Jurnal Gizi Dan Pangan*, 9(3), 211–218.
- Qomariah, S., Herlina, S., Sartika, W., & Juwita, S. (2021). Pengaruh fast food terhadap gizi lebih pada remaja di era pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Kesehatan*, 6(1), 1–8.
- Rahman, N., Dewi, N. U., & Armawaty, F. (2016). Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku makan pada remaja SMA Negeri 1 Palu. *Jurnal Preventif*, 7(1), 1–64.
- Setyaningsih, A., & Ismawanti, Z. (2020). Upaya peningkatan pengetahuan masyarakat terkait pembatasan konsumsi gula, garam, dan lemak melalui kegiatan konseling gizi di wilayah Puskesmas Gambisari. *Jurnal Kreativitas Pengabdian kepada Masyarakat (PKM)*, 3(4), 437–445.

- Siregar, F. R. (2018). Tingkat pengetahuan gizi dan pemilihan jajanan sehat pada siswa sekolah dasar di SD Negeri Gonilan 02. *Jurnal Pendidikan Gizi Indonesia*, 6(2), 128–135.
- Suhada, R., & Asthiningsih, N. W. (2019). Hubungan teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi makanan cepat saji (fast food) pada siswa-siswi kelas XI di SMA Negeri Samarinda. *Borneo Student Research*, 1(3), 38–45.
- Sukraniti, D. P., Taufiqurrahman, & Sudarma, S. I. (2018). *Konseling gizi*. (Edisi 1). Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka.
- Sulistiyadewi, N. P. E., & Wasita, R. R. (2022). Pengetahuan gizi seimbang terhadap perilaku pemilihan makanan jajanan pada remaja di SMK Kesehatan Bali Khresna Medika. *Jurnal Kesehatan*, 10(3), 140–148. <https://doi.org/10.25047/j-kes.v10i3.338>
- Syafira, S. (2015). Hubungan pengetahuan gizi dengan sikap mengkonsumsi makanan sehat siswa SMK. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 3(1), 1–8.
- Syawitri, W. A., & Sefrina, L. R. (2022). Pengaruh media, pendidikan gizi, dan lingkungan sebagai penunjang kesadaran dalam pemilihan makanan. *Journal of Nutrition College*, 11(3), 197–203. <https://doi.org/10.14710/jnc.v11i3.32194>
- Yimer, M. (2014). Knowledge, attitude and practices of high-risk populations on louse-borne relapsing fever in Bahir Dar City, North-West Ethiopia. *Science Journal of Public Health*, 2(1), 15–19. <https://doi.org/10.11648/j.sjph.20140201.13>