

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masa remaja merupakan periode penting dalam tahap kehidupan yaitu meliputi masa pertumbuhan dan perkembangan yang ditandai dengan perubahan sangat cepat secara fisik, psikis dan kognitif. Pemenuhan gizi yang baik selama masa remaja sangat penting karena digunakan untuk pertumbuhan, perkembangan fisik dan kognitif, serta menyediakan penyimpanan energi yang cukup untuk menyiapkan kehamilan serta untuk mencegah kekurangan gizi (Rogol et al. 2002; Stang & Story 2005; WHO 2006; dalam Anwar dkk., 2018). Permasalahan gizi yang dialami remaja dapat terjadi karena asupan makanan yang tidak seimbang. Remaja adalah kelompok berisiko tinggi karena mampu mengalami kenaikan berat badan lebih cepat serta mengonsumsi lebih banyak makanan dan minuman yang tidak sehat daripada kelompok usia lainnya, selain itu juga mereka menghabiskan lebih banyak waktu dengan membuka internet (Buchanan *et al.*, 2018).

Secara psikososial masa remaja dibedakan menjadi 3 tahapan yaitu *early*, *middle*, dan *late adolescent*. Remaja pada tahap pertumbuhan *middle adolescent* cenderung berfikir secara abstrak serta mulai ingin lepas dari orang tua. Periode *middle adolescent* terjadi antara usia 15-17 tahun. Periode *late adolescent* yaitu dimulai usia 18 tahun juga sudah mampu membuat keputusan lebih mandiri. Hal

ini karena remaja pada periode ini sudah mampu memikirkan ide serta mampu mengekspresikan diri dengan kata-kata (Batubara, 2010).

Pada periode *middle* hingga awal *late adolescent* yaitu usia 15-18 tahun remaja sudah mampu membuat keputusan yang lebih mandiri, tetapi kurangnya pengendalian diri dan peningkatan impulsif menghambat proses pengambilan keputusan remaja (Qutteina *et al.*, 2019). Salah satunya yaitu remaja sudah mampu membuat keputusan terkait pemilihan makanan dan minuman yang ingin mereka konsumsi. Namun keputusan yang diambil terkadang mengarah pada pemilihan makanan yang kurang sehat. Masalah gizi yang sering dialami remaja adalah obesitas, kurang energi kronis (KEK), dan anemia (Rusdi, 2021).

Pola makan orang Indonesia semakin tidak sehat, namun hanya ada sedikit bukti tentang kelompok remaja di Indonesia (Rachmi *et al.*, 2020). Pada penelitian yang dilakukan Rachmi (2020), ditemukan bahwa lebih dari separuh anak-anak dan remaja berusia 6-18 tahun mengonsumsi lebih banyak Natrium daripada jumlah yang direkomendasikan setiap hari, dan 50% konsumsinya bersumber dari makanan. Menurut literature review, pada usia 10-17 tahun minuman manis adalah minuman kedua yang paling sering diminum setelah air putih dan wanita lebih sering mengkonsumsinya daripada laki-laki. Di negara berpenghasilan rendah dan menengah (LMIC) separuh remaja putri (51%) mengonsumsi minuman manis. Menurut penelitian setengah dari wanita (49%) yang di survei mengonsumsinya 4-6 kali per minggu, sementara 46% mengonsumsinya 2-3 kali per minggu (Rachmi *et al.*, 2020).

Dewasa ini kasus obesitas masih sering dijumpai pada remaja. Menurut penelitian Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas), Presentase orang yang kelebihan berat badan atau obesitas meningkat dari 10% pada tahun 2013 menjadi 16% pada tahun 2018. Berdasarkan hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas), pada tahun 2018 prevalensi obesitas di Indonesia menunjukkan angka 21,8% (Riskesdas, 2018). Prevalensi obesitas tahun 2019 pada penduduk usia ≥ 15 tahun mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu menjadi sebesar 35,4%. Selain itu, kasusnya lebih tinggi pada perempuan (29,3%) dibandingkan pada laki-laki (14,5%) (Dinkes, 2019). Salah satu daerah di Jawa Tengah yang masih memiliki masalah gizi cukup tinggi adalah Kabupaten Purworejo.

Pada tahun 2017 presentase obesitas pada usia >15 tahun di kabupaten Purworejo menunjukkan hasil sebesar (8,89%). Presentase ini tergolong cukup tinggi karena berada di atas rata-rata persentase seluruh kabupaten di Jawa Tengah yaitu sebesar 6,04% (Dinkes, 2017). Pada tahun 2018, remaja berusia 16-18 tahun di Kabupaten Purworejo memiliki prevalensi status gizi (BMI/U) gemuk yang masih cukup tinggi yaitu 12,45%. Menurut survei anemia remaja putri di Purworejo tahun 2019, salah satu SMA dengan presentase gemuk dan obesitas yang cukup tinggi jika dibandingkan dengan sekolah lain adalah dari SMA 6 Purworejo yaitu gemuk 6,93% dan obesitas 2,97% (Dinkes, 2019). Pada hasil survei tersebut tren kenaikan berat badan terlihat semakin meningkat dilihat dari tahun 2019 yang hanya 6,35% meningkat menjadi 7,01% pada tahun 2020 (Dinkes, 2020).

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, prevalensi status gizi lebih pada remaja usia 16-18 tahun di Kabupaten Purworejo menunjukkan hasil perempuan lebih gemuk dan obesitas dibandingkan laki-laki (Riskesdas, 2018). Kejadian obesitas pada remaja mampu memicu munculnya penyakit degenerative di kemudian hari. Oleh karenanya, permasalahan gizi pada remaja ini perlu diatasi sedini mungkin agar tidak berkembang menjadi penyakit degenerative lainnya.

Permasalahan gizi yang terjadi pada remaja disebabkan karena berbagai faktor, salah satunya dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Proses interaksi remaja dalam lingkungan sosialnya telah mengalami perubahan karena adanya pengaruh dari teknologi komunikasi. Penggunaan alat komunikasi seperti *gawai* atau *handphone* sudah menjadi kebutuhan bagi remaja. Munculnya teknologi komunikasi memberikan pengaruh pada proses interaksi sosial. Media komunikasi yang semakin berkembang mampu memudahkan aktivitas masyarakat, khususnya di masa pandemi ini. Salah satunya dapat membantu masyarakat dalam komunikasi secara online atau virtual. Mayoritas remaja sudah menggunakan aplikasi dan berbagai jenis sosial media untuk berinteraksi dengan masyarakat. Tidak hanya untuk berkomunikasi media sosial juga digunakan untuk memilih dan membeli makanan. Kondisi ini kemudian membuat pola konsumsi berubah dan menjadi lebih konsumtif. Namun sebagian besar remaja masih kurang mempertimbangkan kandungan gizi makanan dan minuman saat membeli dan mengkonsumsinya. Penggunaan aplikasi dan media sosial terbukti telah mengalami peningkatan secara cepat. Hal ini sejalan dengan hasil survey pengguna internet di Indonesia yang dilakukan APJII pada tahun 2020.

Berdasarkan hasil survei APJII 2019-2020, presentase pengguna internet pada tahun 2019 sebesar 73,7% naik dari 64,8% pada tahun 2018. Menurut survei, jawaban terbanyak dari pertanyaan rata-rata waktu menggunakan internet dalam sehari paling adalah dengan durasi lebih dari 8 jam yaitu sebesar 19,5%. Untuk 3 jawaban teratas alasan menggunakan internet adalah karena sosial media (51,5%), komunikasi lewat pesan (29,3%), dan layanan informasi pendidikan (21,7%) (APJII, 2020). Menurut hasil survei tersebut terlihat bahwa masyarakat menjadi semakin banyak yang menggunakan media komunikasi secara online. Menurut Adiba dkk., (2020) mayoritas pengguna internet berada di rentan usia 15-19 tahun. Berbagai aplikasi chatting, hiburan, maupun media sosial lainnya menjadi semakin populer di kalangan remaja.

Sejalan dengan survey APJII 2020, remaja adalah kelompok usia yang paling sering mengakses internet untuk bermain sosial media. Aplikasi sosial media yang menjadi favorit remaja adalah aplikasi yang berfokus pada unggahan foto atau video singkat. Jenis aplikasi sosial media seperti intagram, twitter, tiktok, dan facebook biasanya banyak digunakan remaja. Media sosial telah dijadikan tempat promosi atau iklan berbagai produk komersial termasuk produk *food and beverage*. Menurut penelitian yang dilakukan di Belgium pada remaja Flemish menunjukkan bahwa penggunaan siaran langsung televisi setiap hari turun dari 37,7% pada tahun 2015 menjadi 22% pada tahun 2020; pada saat yang sama, 98% remaja dilaporkan menggunakan media sosial pada tahun 2020. Mengingat popularitas media sosial di kalangan remaja tidak mengherankan

bahwa kelompok usia ini sangat terpapar iklan pembelian makanan secara online (Qutteina *et al.*, 2021).

Berdasarkan survey APJII 2020, konten di youtube terkait kuliner merupakan konten terbanyak yang ditonton setelah film (APJII, 2020). Sejalan dengan hasil survei tersebut, tren *food and beverage* di masyarakat menjadi semakin beragam. Penyajian aneka jenis hidangan dibuat semenarik mungkin untuk memikat konsumen melalui hasil foto atau video yang diupload di sosial media mereka. Preferensi makanan dapat berubah karena pengaruh dari informasi yang diperoleh di sosial media. Holmberg's studi di Swedia, menunjukkan bahwa sebagian besar gambar yang dibagikan di media sosial (67,7%) menggambarkan makanan berkalori tinggi tetapi rendah gizi (Adiba, 2020). Konten makanan yang dikemas dalam bentuk gambar dan video, iklan, postingan influencer terkait makanan, acara memasak, atau postingan di media sosial lainnya memiliki pesan yang cenderung mendorong konsumsi makanan yang menyebabkan obesitas.

Menurut penelitian Qutteina *et al.* (2021) salah satu faktor terpenting yang berkontribusi pada kebiasaan makan yang tidak sehat adalah lingkungan obesogenic. Lingkungan *obesogenic* adalah istilah yang menggambarkan bahwa lingkungan membuat masyarakat menjadi obese. Menurut B Swindurn dan Reidpath *et al.*, (2002) sit. Sari dkk., (2013) lingkungan obesogenik adalah lingkungan yang memberikan pengaruh terhadap pola konsumsi yang tidak sehat serta aktivitas fisik yang rendah sehingga mendukung individu atau populasi menjadi obese. Jones A, dkk, menyatakan bahwa faktor lingkungan yang berpengaruh terhadap kejadian obesitas (*obesogenic environment*) adalah asupan

makanan dan aktivitas fisik yang rendah. Laporan Bloom menyatakan bahwa ada kecenderungan remaja meremehkan masalah kesehatan karena remaja berpikir dengan fleksibilitas dan vitalitas yang tinggi pada dirinya, keadaan ini membuat remaja memiliki risiko yang tinggi terhadap berbagai jenis penyakit dan salah satu penyebabnya adalah kebiasaan makan yang tidak sehat (Puwaningrum, 2008 sit. Banowati dkk., 2011). Salah satu lingkungan *obesogenic* yang bisa mempengaruhi pemilihan makan remaja adalah sosial media. Sebagian besar iklan atau promosi makanan di sosial media yang mengandung pesan konsumsi makanan tidak sehat merupakan bagian dari lingkungan *obesogenic*.

Remaja merupakan target yang menarik bagi pembuat iklan makanan karena mereka memiliki uang saku dan dapat berbelanja makanan sendiri. Menurut penelitian, remaja sangat rentan terhadap efek pemasaran karena tahap perkembangan psikologis dan neurologis mereka (Kent *et al.*, 2018). Uang saku yang dimiliki remaja sangat bervariasi, mulai dari uang *cash* maupun uang elektronik yang disimpan dalam dompet digital. Berdasarkan hasil dari Snapcart Indonesia, transaksi *retail* yang paling sering digunakan masyarakat pengguna elektronik dalam dompet digital adalah untuk pemesanan transportasi *online* (27%), pemesanan makanan *online* (20%), dan sisanya untuk transaksi *e-commerce* (15%) dan pembayaran tagihan (7%) (Kumala, 2020). Remaja menjadi lebih mudah terpapar pesan berupa iklan atau promosi makanan di sosial media, yaitu melalui postingan dari teman sebaya atau *influencer* yang mereka ikuti. Pesan yang disampaikan dalam postingan tersebut biasanya sering merujuk pada makanan yang sedang tren dan kurang sehat, seperti *fast food*.

Penelitian Subardjo, *et al.*, menemukan bahwa anak-anak yang terpapar iklan makanan dan minuman akan mengkonsumsi asupan energi yang lebih tinggi dibandingkan anak-anak yang tidak terpapar (Adiba, 2020). Apabila pengguna sosial media tidak bisa secara selektif menyaring informasi terkait makanan yang baik untuk dikonsumsi maka akan berdampak pada konsumsi yang berlebihan dan bisa menyebabkan munculnya masalah gizi. Oleh karenanya, penting bagi pengguna sosial media memahami apa itu literasi makanan. Vidgen dan Gallegos (2014) mendefinisikan literasi makanan sebagai “kumpulan pengetahuan, sikap dan perilaku yang saling terkait yang diperlukan untuk merencanakan, mengelola, memilih, menyiapkan dan mengonsumsi makanan untuk memenuhi kebutuhan dan menentukan asupan”. Keterampilan literasi makanan tersebut penting dalam memberdayakan remaja untuk mencapai hasil makan yang lebih baik. Keterampilan yang diperlukan ini juga mengarahkan sikap makanan remaja, menginformasikan keputusan makanan mereka dan mempengaruhi konsumsi makanan mereka (Vidgen and Gallegos, 2014; dalam Qutteina *et al.*, 2021),

Menurut sebuah penelitian yang dilakukan di Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia postingan foto makanan di instagram dikaitkan dengan makan di luar (Adiba, 2020). Kebiasaan jajan diluar ini disebabkan karena remaja cenderung lebih menyukai makanan cepat saji atau *fast food*. Frekuensi konsumsi *fast food* yang terlalu sering juga menjadi faktor terjadinya obesitas pada remaja. Berbagai jenis makanan cepat saji atau *fast food* ini dapat berupa *western fast food* maupun *traditional fast food*. Berbagai produk makanan yang dikenal sebagai *western fast*

food diantaranya *hamburger, French fries patato, fried chicken, pizza, sandwich, hot dog, donat, ice cream* dan *soft drink*. *Traditional fast food* juga makanan yang memiliki kandungan gizi yang tidak seimbang. Contoh produk *traditional fast food* misalnya nasi goreng, bakso, mie ayam, soto, dan sate ayam (Bonita dkk., 2017). Jenis makanan ini cenderung memiliki kandungan kalori yang cukup tinggi sehingga tidak dianjurkan dikonsumsi setiap hari.

Restoran cepat saji menarik bagi segala usia, khususnya remaja karena variasi makanan yang tersedia, biaya yang relative rendah, layanan yang cepat dan aksesibilitasnya (Maria, 2012). Makanan *western fast food* memiliki daya pikat, terjangkau, cepat dalam penyajian, praktis, serta umunya memenuhi selera. Namun, *western fast food* merupakan makanan tinggi kalori, lemak, gula dan sodium (Na), dan rendah serat, vitamin A, asam askorbat, kalsium, dan folat. Kandungan gizi yang tidak seimbang ini apabila dikonsumsi secara berlebihan akan menimbulkan masalah gizi, dan merupakan faktor risiko berat badan lebih atau obesitas serta penyakit degeneratif seperti kardiovaskuler, diabetes mellitus, artritis, penyakit kantong empedu, beberapa jenis kanker, gangguan fungsi pernapasan dan berbagai gangguan kulit (Bonita dkk., 2017).

Menurut penelitian Qutteina *et al.*, (2021) menemukan penelitian terkait efek pemasaran (iklan makanan) dengan perilaku makan remaja terbukti menunjukkan hubungan. Dalam penelitian ini juga menyoroti kurangnya studi tentang pengaruh pemasaran makanan di media sosial pada remaja 14-18 tahun, meskipun remaja banyak yang menggunakan sosial media. Semakin banyak waktu paparan dengan informasi terkait makanan di sosial media mampu

meningkatkan intake energi dan protein (Adiba dkk., 2020). Energi dan protein intake ini memiliki korelasi dengan masalah gizi seperti kejadian overweight atau obesitas.

Selain itu, konsumsi *fast food* yang terlalu sering juga dapat mengganggu status anemia remaja. Salah satu penyebab terjadinya anemia pada remaja putri yaitu kurang optimalnya kemampuan penyerapan zat besi dalam tubuh. Remaja yang terlalu sering mengonsumsi makanan tidak sehat akan lebih berisiko mengalami defisiensi zat gizi mikro. Apabila remaja mengalami kekurangan zat mikro maka akan berisiko menghambat penyerapan zat besi (Rahmawati dkk., 2020). Oleh karenanya, penting bagi remaja untuk memperhatikan pola konsumsi serta pemilihan makannnya agar mampu menjaga tubuh tetap sehat sehingga tidak menimbulkan terjadinya masalah gizi.

1.2 Identifikasi Masalah

Mayoritas pengguna internet di Indonesia adalah usia remaja yaitu berada di rentan usia 15-19 tahun. Berbagai aplikasi chatting, hiburan, maupun media sosial lainnya menjadi semakin populer di kalangan remaja. Penggunaan sosial media yang semakin populer memberikan perubahan pada pola konsumsi remaja. Remaja pada usia 15-18 tahun cenderung sudah mampu membuat keputusan terkait pemilihan makanan. Selain itu remaja sudah memiliki uang saku dari orang tua, hal ini membuat remaja dengan mudah membeli jajanan yang mereka sukai. Kondisi ekonomi keluarga juga menjadi salah satu faktor seberapa sering remaja menghabiskan uang saku untuk jajan. Melalui iklan makanan yang dilihat melalui sosial media membuat remaja menjadi lebih konsumtif. Selain itu,

kurangnya kemampuan mempertimbangkan kandungan gizi dapat menyebabkan asupan gizi pada remaja tidak adekuat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Husna (2020) menemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan status gizi remaja (Husna & Puspita, 2020).

Menurut penelitian Adiba (2020), ditemukan bahwa dikalangan remaja putri durasi paparan konten makanan dan minuman dari media sosial dikaitkan dengan pemilihan makanan. Pemilihan makanan dikaitkan dengan asupan energi dan protein. Semakin lama durasi paparan media sosial pada konten makanan dan minuman menyebabkan asupan energi dan protein menjadi lebih tinggi. Penelitian ini menyarankan untuk melakukan studi lebih lanjut di daerah lain untuk menggeneralisasi studi.

Menurut penelitian yang dilakukan Qutteina *et al.*, (2021), menunjukkan hasil bahwa sikap makan remaja, perilaku, dan literasi makanan memiliki keterkaitan positif dengan paparan iklan atau promosi makanan di media sosial. Penelitian ini merekomendasikan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut terkait hubungan antara paparan makanan di media sosial dan perilaku makan remaja dengan mempertimbangkan kemampuan literasi makanan. Selanjutnya perlu dilakukan penelitian secara eksperimental untuk mengukur hubungan sosial media dengan pola konsumsi remaja dan menentukan jumlah makanan yang dikonsumsi sebagai akibat dari paparan iklan atau promosi makanan di media sosial.

Di Kabupaten Purworejo, paparan media sosial di kalangan remaja cukup tinggi. Di Jawa Tengah, persentase penduduk yang mengakses internet dalam 3 bulan terakhir pada tahun 2019 untuk usia 13-15 sebesar 8,68% dan usia 16-18 tahun sebesar 10,24%. Angka ini termasuk tinggi jika dibandingkan dengan persentase di provinsi lain di Indonesia, dengan rata-rata di Indonesia adalah sebesar usia 13-15 tahun 7,86% dan usia 16-18 tahun 9,66% (BPS, 2019). Berdasarkan data Riskesdas (2018) masalah gizi remaja di Kabupaten Purworejo juga masih banyak terjadi seperti KEK, anemia, masalah gizi kurang dan berlebih (gemuk dan obesitas).

Menurut survei anemia remaja putri di Purworejo tahun 2019, salah satu SMA dengan presentase gemuk dan obesitas yang cukup tinggi adalah dari SMA 6 Purworejo yaitu gemuk 6,93% dan obesitas 2,97% (Dinkes, 2019). Selain menggunakan internet untuk menunjang kebutuhan akademik, remaja juga secara tidak langsung telah terpapar iklan makanan dan minuman. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis apakah kebiasaan penggunaan media sosial untuk mengakses makanan dan minuman telah mempengaruhi asupan dan status gizi mereka. Berdasarkan penelitian sebelumnya maka dalam penelitian ini penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai hubungan paparan informasi tentang makanan di media sosial terhadap pemilihan makan dan status gizi remaja SMA di Kabupaten Purworejo.

1.3 Rumusan Masalah

1. Apakah ada hubungan antara frekuensi paparan sosial media dalam mengakses informasi mengenai makanan dengan pemilihan makan?

2. Apakah ada hubungan antara frekuensi paparan sosial media dalam mengakses informasi mengenai makanan dengan asupan gizi?
3. Apakah ada hubungan antara frekuensi paparan sosial media dalam mengakses informasi mengenai makanan dengan status gizi remaja?
4. Apakah ada hubungan antara frekuensi paparan sosial media dalam mengakses informasi mengenai makanan dengan aktivitas fisik dan status gizi remaja?

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Umum

Menganalisis hubungan paparan informasi tentang makanan di media sosial terhadap pemilihan makan dan status gizi remaja SMA di Purworejo.

1.4.2 Tujuan Khusus

1. Mengidentifikasi karakteristik Sosial ekonomi keluarga siswa
2. Menilai status gizi siswa
3. Mendeskripsikan paparan sosial media
4. Menganalisis hubungan antara frekuensi paparan sosial media dalam mengakses informasi mengenai makanan dengan pemilihan makan
5. Menganalisis hubungan antara frekuensi paparan sosial media dalam mengakses informasi mengenai makanan dengan asupan gizi
6. Menganalisis hubungan antara frekuensi paparan sosial media dalam mengakses informasi mengenai makanan dengan status gizi remaja
7. Menganalisis hubungan antara frekuensi paparan sosial media dalam mengakses informasi mengenai makanan dengan aktivitas fisik dan status gizi remaja.

1.4.3 Manfaat Penelitian

1.4.3.1 Bagi Responden

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada remaja putri mengenai hubungan paparan informasi tentang makanan di media sosial terhadap pemilihan makan, asupan gizi, dan status gizi pada remaja sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penggunaan media sosial secara bijak. Selain itu, melalui penelitian ini diharapkan dapat membuat remaja lebih memperhatikan terkait pemenuhan asupan gizi yang sesuai dengan angka kecukupan gizi untuk mempertahankan status gizi normal.

1.4.3.2 Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan pemahaman tentang permasalahan masyarakat, terutama yang berhubungan dengan paparan konten makanan di media sosial dan status gizi remaja.

1.4.3.3 Bagi Institusi Pendidikan

Manfaat penelitian ini juga dapat digunakan untuk pengambil keputusan dalam membuat regulasi atau kebijakan menggunakan media sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperkaya kajian kesehatan masyarakat dan dapat dijadikan dasar dalam penanggulangan masalah gizi siswa dan sebagai sumber informasi dan wacana bacaan yang dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.