

PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN KEBIASAAN MENGONSUMSI FAST FOOD PADA REMAJA DI KOTA MAKASSAR*The Use Of Social Media And Fast Food Consumption Habits Among Adolescents In Makassar City***Nadimin*, Lydia Fanny, Annisa Nurmagfira T.**

Jurusan Gizi Poltekkes Kemenkes Makassar

Email: *nadimin@poltekkes-mks.ac.id

ABSTRACT

Background. The level of social media usage, especially among teenagers, is very high. This can have an impact on the habit of consuming fast food and the nutritional status of teenagers. Objective. This study is a survey research conducted using a cross-sectional study design. The research sample was recruited online, with inclusive criteria of age 12-21 years, education level of junior high school, senior high school, and college, and residing in Makassar City. The frequency of social media usage was collected through an online questionnaire. The habit of consuming fast food was assessed using the Food Frequency Questionnaire (FFQ) form. Data analysis was performed using the Chi-Square test. Results. The research findings indicate that teenagers who frequently use social media generally have a low frequency of consuming fast food (36.4%). The most commonly used social media platform is Instagram (87.7%), with food-related information being frequently accessed (75.9%). The habit of consuming fast food is generally categorized as infrequent (56.5%). There is a significant relationship between the frequency of social media usage and the habit of consuming fast food ($p=0.035$). Conclusion. The frequency of social media usage influences the habit of consuming fast food among teenagers in Makassar City.

Keywords: Fast food, social media**ABSTRAK**

Latar belakang. Tingkat penggunaan media sosial terutama pada remaja sangat tinggi. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap kebiasaan mengonsumsi makanan siap saji (fast food) dan status gizi remaja. Tujuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan frekuensi penggunaan media sosial dengan kebiasaan mengonsumsi *fast food* pada remaja di Kota Makassar. Metode. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan desain *cross sectiona study*. Sampel penelitian direkrut secara online dengan kriteria inklusif usia 12-21 tahun, pendidikan SMP, SMU, perguruan tinggi dan berdomisili di Kota Makassar. Frekuensi penggunaan media sosial dikumpulkan dengan cara mengisi kuesioner online. Kebiasaan mengonsumsi *fast food* menggunakan formulir FFQ (*Food Frequency Questionnaire*). Analisis data menggunakan uji *Chi-Square*. Hasil penelitian menunjukkan remaja yang sering menggunakan media sosial umumnya rendah (36,4%). Media sosial yang paling banyak digunakan umumnya adalah *Instagram* (87,7%) dengan informasi yang sering akses adalah makanan (75,9%). Kebiasaan mengonsumsi *fast food* umumnya tergolong jarang (56,5%). Ada hubungan frekuensi penggunaan media sosial dengan kebiasaan mengonsumsi *fast food* ($p=0,035$). Kesimpulan. Frekuensi penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kebiasaan mengonsumsi *fast food* pada remaja di Kota Makassar.

Kata kunci : Fast Food, Media Sosial**PENDAHULUAN**

Kemenkes RI (2018) menemukan bahwa 40,7% penduduk berusia di atas 10 tahun di Indonesia mengonsumsi makanan berlemak, berkolesterol, dan gorengan, konsumsi makanan asin 26,2%, dan makanan manis 53,1%. Konsumsi sayur dan buah 93,6%. Kebiasaan makan yang buruk, seperti sedikit makan buah dan sayur, mengonsumsi makanan cepat saji dan jajanan modern, dapat mempengaruhi kesehatan dan kesejahteraan psikologis seseorang (Karini dkk, 2022).

Dilihat dari segi gizinya, *fast food* memiliki ciri kandungan gizi yang tidak seimbang, sebagian besar tinggi kalori, tinggi lemak (termasuk kolesterol), gula, dan garam namun sangat rendah serat (Yulyanti, dkk, 2021). Hasil penelitian Health Education Authority menunjukkan usia 15-34 tahun adalah konsumen terbanyak yang memilih menu *fast food* (Firdianty, 2019).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Anshari, 2019) menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki frekuensi konsumsi sering dalam mengonsumsi *fast food* yaitu sebanyak 41 orang (59,4%). Tidak dapat dipungkiri makanan cepat saji ini memiliki rasa yang sedap sehingga remaja lebih tertarik mengonsumsi *fast food* daripada makanan bernutrisi lainnya (Pinasti, 2021).

Remaja mengalami periode pertumbuhan dan perkembangan yang cepat dan merupakan periode kritis terjadinya perubahan perilaku yang berkaitan dengan kesehatan seperti pemilihan makanan dan aktivitas fisik (Maehara, dkk, 2019). Apabila remaja kurang memperhatikan kuantitas dan kualitas dalam mengonsumsi makanan maka akan menimbulkan beberapa gangguan kesehatan pada tubuh yang

dapat meningkatkan resiko penyakit (Pamelia, 2018). Salah satu masalah kesehatan yang sering kali dialami oleh remaja yaitu masalah gizi lebih yang biasa disebut dengan obesitas. Obesitas dapat disebabkan oleh ketidakseimbangan antara pola asupan makan dengan aktivitas fisik (Pamelia, 2018). Menurut data RISKESDAS 2018, prevalensi obesitas pada orang berusia di atas 18 tahun terus meningkat antara tahun 2007 hingga 2018 di Indonesia. Untuk obesitas, pada tahun 2018 mencapai angka 21,8 % (Kemenkes, 2018).

Faktor yang mempengaruhi prevalensi obesitas pada remaja yaitu perubahan gaya hidup dan kebiasaan makan. Kebiasaan makan yang berlebihan (menyebabkan jumlah energi yang masuk ke dalam tubuh tidak sesuai dengan kebutuhan energi) dan konsumsi *fast food* yang berlebihan dapat menyebabkan penumpukan lemak (Cahyorini, dkk, 2022). Hasil penelitian dari (Resky, dkk, 2019) menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kebiasaan konsumsi *fast food* dengan kejadian obesitas pada mahasiswa yang tinggal di sekitar Universitas Muhammadiyah Pare-pare.

Konsumsi *fast food* pada remaja juga dapat dipengaruhi oleh paparan iklan, pengaruh media, terjadinya urbanisasi dan teman sebaya (Normate, dkk, 2017). Zaman yang serba modern pada saat ini banyak sekali makanan dan minuman *fast food* yang populer di kalangan remaja, didukung dengan iklan yang sangat menarik, sehingga *fast food* sangat cepat dalam pemasarannya. Media merupakan salah satu faktor konsumsi *fast food* pada remaja. Hasil penelitian (Yetmi, dkk, 2021) menunjukkan bahwa dari 120 responden yang diteliti, ada sebanyak 50 (81,97%) responden terpapar dengan media dan mengonsumsi *fast food*.

Munculnya ponsel pintar, tablet, dan peningkatan konektivitas online telah menyebabkan peningkatan pemasaran perusahaan makanan dan minuman menggunakan platform digital (Gascoyne et al, 2021). Media sosial adalah jenis platform digital yang banyak digunakan sebagai media pemasaran makanan dan minuman (Masitah, dkk, 2022). Hasil penelitian (Hidayat, 2021) menunjukkan banyak pengguna aplikasi *go food* kurang dari tiga kali penggunaan sebanyak 32 responden, lebih dari tiga kali pemakaian sebanyak 52

responden dan yang menyatakan dengan pemakaian berulang-ulang kali sebanyak 16 responden.

Berbagai akun kuliner atau iklan makanan di media sosial cenderung menampilkan makanan siap saji (*fast food*). (Potvin Kent et al, 2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa anak-anak dan remaja melihat iklan makanan 30 hingga 189 kali seminggu di media sosial sebagian besarnya mempromosikan makanan cepat saji dan minuman manis.

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 (Khoiriani, 2017).

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. Hasil penelitian (Latifah, 2019) menunjukkan adanya hubungan bermakna antara penggunaan media sosial dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa tingkat 1 dan 2 Stikes Perintis Padang.

Berdasarkan masalah di atas perlu melakukan penelitian tentang Hubungan frekuensi penggunaan media sosial dengan kebiasaan mengonsumsi *fast food* pada remaja di Kota Makassar”.

METODE

Desain dan Waktu

Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan rancangan *cross sectional study* dimana variabel penggunaan media sosial dan variabel kebiasaan mengonsumsi *fast food* diukur dalam waktu satu titik waktu. Pengumpulan data penelitian dilakukan secara online mulai pada bulan Pebruari 2023.

Jumlah dan Cara Pengambilan Sampel

Sampel penelitian adalah remaja yang berdomisili di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan, yang pendidikan mulai tingkat SMP, SMU/ sederajat dan perguruan tinggi dengan umur antara 12-21 tahun. Jumlah sampel penelitian sebanyak 253 orang yang dihitung menggunakan rumus

Lemeshow. Sampel dipilih secara online dengan kriteria inklusif: berdomisili di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan, pendidikan mulai tingkat SMP, SMU/ sederajat dan perguruan tinggi dan berumur antara 12-21 tahun. Responden yang tidak memenuhi kriteria tersebut dikeluarkan sebagai sampel penelitian. Penjangkauan sampel dilakukan secara online dengan menyebarkan link registrasi melalui aplikasi Instagram, facebook dan grup WhatsApp dan grup Telegram. Berdasarkan hasil kuesioner terdapat 277 orang yang mengisi kuesioner, namun yang memenuhi kriteria dan ditetapkan sebagai sampel sampai sebanyak 253 orang.

Cara Pengumpulan Data

Data penelitian yang dikumpulkan terdiri atas data karakteristik sampel, penggunaan media sosial dan kebiasaan konsumsi *Fast Food*. Data kebiasaan konsumsi *Fast Food* dikumpulkan menggunakan formulir FFQ (*Food Frequency Questionnaire*). Pengumpulan data karakteristik remaja dan penggunaan media sosial menggunakan kuesioner dalam bentuk pertanyaan tertutup. Kuesioner dan FFQ dibuat menggunakan aplikasi *Google Form* kemudian disebarluaskan <https://forms.gle/1E1v2QUJh4jESYTN8>. Pelebaran kuesioner dilakukan dengan membagikan link kuesioner secara terbuka di media sosial maupun melalui grup WhatsApp dan telegram SMP, SMA dan mahasiswa di kota Makassar.

Pengolahan dan Analisis Data

Hasil rekap data dari google drive dikonversi ke program excel sebelum diinput dalam program SPSS. Data penggunaan media sosial dikategorikan menjadi dua yaitu sering jika menggunakan > 4 kali sehari dan kurang jika < 4 kali sehari. Kebiasaan konsumsi *Fast Food* didasarkan pada frekwensi konsumsi setiap minggu, sering jika konsumsi 3-6 kali/minggu dan kurang jika frekwensi konsumsi kurang 3 kali/minggu.

Analisa data dilakukan dengan cara *univariate* dan *bivariate*. Analisa *univariate* menganalisis data karakteristik, penggunaan media sosial dan kebiasaan mengonsumsi *fast food*, yaitu dengan menggunakan nilai proporsi (%). Analisis *bivariate* menggunakan uji *Chi-Square* untuk menguji hubungan penggunaan media sosial

dengan kebiasaan mengonsumsi *fast food* dengan tingkat kepercayaan 95%.

HASIL

Tabel 1 menunjukkan distribusi karakteristik sampel berdasarkan jenis kelamin terbanyak ialah perempuan berjumlah 193 orang (76,3%), usia sampel paling banyak ialah 18-21 tahun berjumlah 165 orang (65,2%), dan pendidikan paling banyak dari sampel ialah perguruan tinggi berjumlah 148 orang (58,5%).

Tabel 2 menunjukkan lebih dari setengah dari responden (63,6%) memiliki frekuensi penggunaan media sosial rendah dan durasi penggunaan media sosial yang paling banyak digunakan oleh responden adalah termasuk ke dalam *medium users* (45,1%). Tabel 3 menunjukkan jenis media sosial yang paling banyak digunakan oleh responden adalah *Instagram* (87,7%).

Tabel 4 menunjukkan setengah dari responden (56,6%) memiliki kebiasaan jarang mengonsumsi *fast food*.

Tabel 5 menunjukkan bahwa responden frekuensi pengguna media sosial rendah dengan kebiasaan mengonsumsi *fast food* jarang (39,1%) lebih tinggi dibandingkan frekuensi penggunaan media sosial tinggi yang memiliki kebiasaan mengonsumsi *fast food* jarang (17,4%). Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan uji *chi square* p value = 0,035 < 0,05 menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara frekuensi penggunaan media sosial dengan kebiasaan mengonsumsi *fast food*.

PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian yang dilakukan pada remaja di Kota Makassar didapatkan setengah dari remaja memiliki frekuensi rendah menggunakan media sosial yaitu 161 orang (63,6%). Hasil ini sejalan dengan penelitian Latifah (2019) yang menunjukkan bahwa lebih dari setengah mahasiswa jarang menggunakan media sosial yaitu 23 orang (37,1%). Durasi penggunaan media sosial pada remaja pada penelitian ini umumnya tergolong *medium users*, sekitar 3-6 jam per hari, dan media sosial yang sering digunakan remaja adalah *Instagram*. Hasil ini sejalan yang dilaporkan oleh Karmila (2020) yang bahwa frekwensi dan durasi penggunaan media sosial *Instagram* pada mahasiswa tergolong tinggi. Media sosial selama ini banyak digunakan untuk kegiatan pendidikan dan edukasi, terutama

pada masa pandemic COVID-19. Penggunaan internet dan media sosial saat ini bukan hanya untuk kebutuhan edukasi semata, namun juga dipergunakan untuk hiburan, belanja, media sosial dan hal lainnya (Karini, dkk, 2022). Temuan kami menunjukkan bahwa remaja lebih banyak menggunakan media sosial untuk memperoleh informasi terkait makanan (75,9%), ilmu agama (55,3%), online shop (54,5%), kecantikan dan *fashion* (52,6%),

Kebiasaan mengonsumsi *Fast food* bagi remaja pada temuan ini relative rendah. Hanya seperti dari remaja yang memiliki kebiasaan mengonsumsi *Fast food*. Hal ini tentu berbeda dengan kebiasaan remaja pada umumnya yang gemar dan memiliki frekwensi yang tinggi dalam mengonsumsi *Fast food*. Selama ini *Fast food* banyak digemari kalangan remaja dikarenakan mudah didapatkan dan praktis (Daulay & Purwati (2019). 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 fast food (Kristiantietal, 2016; Rahma (2021).

Menurut (Lubis,2019) *fast food* yang dimaksud mengacu pada makanan yang dapat diperoleh dan disajikan dalam waktu yang singkat, seperti ayam goreng, hamburger, dan pizza. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti yang menunjukkan *fried chicken* dan bakso merupakan jenis *fast food* terbanyak yang dikonsumsi remaja yaitu 231 (91,3%). Hasil penelitian tersebut juga sejalan dengan penelitian (Lestari, dkk, 2020) yang menunjukkan bahwa 3 jenis makanan cepat saji (*fast food*) yang terbanyak di pilih oleh responden adalah ayam kentucky sebanyak 252 orang (81%), mie instant sebanyak 241 orang (77,5%), dan kentang goreng sebanyak 198 orang (63,7%) dibandingkan jenis makanan cepat saji (*fast food*) lainnya.

Hasil analisis statistic menunjukkan bahwa terdapat hubungan frekuensi penggunaan media sosial dengan kebiasaan mengonsumsi *fast food* ($p=0,035$). Kebiasaan menggunakan media social berpengaruh terhadap kebiasaan mengkosnumsi fast food. Remaja yang sering menggunakan media social memiliki kecenderungan mengonsumsi fast food

yang lebih tinggi. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Latifah (2019) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan bermakna antara penggunaan media sosial dengan kebiasaan makan mahasiswa ($p=0.000$).

Penggunaan media sosial saat ini menjadikan seseorang khususnya mahasiswa menjadi sangat tergantung karena kebanyakan dari mereka menjadikan media sosial untuk mencari informasi, berkomunikasi dengan orang lain, untuk hiburan, bahkan melihat gambar atau video yang berkaitan dengan makanan (Margawati, dkk, 2020). Frekuensi penggunaan media sosial ini bisa saja memengaruhi perilaku konsumtif (Khrishananto, dkk, 2021) dan juga berpengaruh pada perilaku makan seseorang (Wilksch et al., 2020). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Karini (2022) yang menunjukkan bahwa ada hubungan akses media sosial terkait informasi makanan dengan prilaku makan. Melalui media social para remaja sering terpapar dengan berbagai informasi dan iklan serta promo tentang makanan cepat saji. Disamping itu pula, melalui media social akan lebih mudah mengakses dan memesan makanan termasuk fast food.

KESIMPULAN

Sepertiga remaja puteri di Kota Makassar sering menggunakan media sosial (36,6%). Media social yang paling sering digunakan oleh remaja adalah Instagram, youtub dab tik tok. Sebagian besar remaja di kota ini memiliki kebiasaan mengonsumsi *fast food* (56,5%). Frekuensi penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kebiasaan mengonsumsi *fast food* pada remaja di Kota Makassar.

SARAN

Remaja diharapkan lebih cerdas menggunakan media social terutama dalam menanamkan kebiasaan makanan yang baik, sehat dan bergizi seimbang.

DAFTAR PUSTAKA

Cahyorini, Rutnia Widyaning, I Nengah Tanu Komalyna, and I Komang Suwita. (2022). *Hubungan Pola Makan, Aktivitas Fisik Dan Konsumsi Fast Food Terhadap Kejadian Gizi Lebih*

- Pada Remaja*. AgriHealth: Journal of Agri-Food, Nutrition and Public Health. Volume 2 (2).
- Daulay, Meirina dan Purwati, Kasih. (2019). *Hubungan Penggunaan Kb Suntik Depo Provera 3 Bulan Terhadap Kadar Hb Pada Wus Wanita Usia Subur Di Bpm (Bidan Praktek Mandiri) Nuni Nuraeni Kelurahan Padasuka Ciomas Kabupaten Bogor*. Zona Kedokteran. Volume 9 (2).
- Firdianty, A.N., (2019). *Hubungan Pengetahuan Gizi dengan Frekuensi Konsumsi Fast Food Pada Remaja di SMA Negeri 5 Surakarta*. Skripsi. Program Studi Ilmu Gizi Fakultas Ilmu Kesehatan.
- Gascoyne, C., Scully, M., Wakefield, M., dkk., (2021). *Food and drink marketing on social media and dietary intake in Australian adolescents: Findings from a cross-sectional survey*. Appetite, 166, 105431.
- Hidayat, Wahyu. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Go Food Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen*. Skripsi. Program Studi Ekonomi Islam dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Karini, T.A., Arranury, Z., Ansyar, D.I., dkk. (2022). *Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Perilaku Makan Mahasiswa di Kota Makassar*. Jurnal Kesehatan Lingkungan. Volume 8 (2).
- Karmila, Selvi (2020). *Hubungan Terpaan Informasi Makanan pada Media Sosial Instagram dengan Perilaku Makan pada Mahasiswa di Universitas Sumatera Utara Tahun 2019*. Repositori Institusi Universitas Sumatera Utara.
- Kemenkes RI. Laporan Hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) Indonesia Tahun 2018. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Kemenkes RI; 2018.
- Khoiriani, Izzati Nur. (2017). *Media Sosial Instagram, Perilaku Makan Dan Status Gizi: Studi Pada Kelompok Usia Dewasa Muda Di Kabupaten Sleman Yogyakarta*.
- Khrishananto, R. dan Adriansyah, MA. (2021). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z*. Psikoborneo Jurnal Ilmiah Psikologi. Volume 9 (2).
- Latifah, Diana. (2019). *Hubungan Penggunaan Media Sosial dan Layanan Pesan Antar Makanan Pada Aplikasi Transportasi Online dengan Perubahan Kebiasaan Makan Mahasiswa Tingkat 1 dan 2 Stikes Padang Tahun 2019*. Tugas Akhir. Program Studi Sarjana Gizi Stikes Perintis Padang.
- Lestari, El dan Asthiningsih, Ni Wayan Wiwin. (2020). *Hubungan Pola Makan dengan Kebiasaan Konsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food) Pada Siswa-Siswi Kelas XI di SMA Negeri Samarinda*. Borneo Student Research. Volume 1 (3).
- Maehara, Masumi, Jee Hyun Rah, dkk. (2019). *Patterns and Risk Factors of Double Burden of Malnutrition among Adolescent Girls and Boys in Indonesia*. PLoS ONE 14 (8).
- Mahpolah, Mahdalena and Purnamasari, V. (2018). *Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Kebiasaan Mengonsumsi Fast Food pada Remaja SMA Kartika V-1 Balikpapan*. Jurnal Kedokteran Yarsi. Volume 16 (3).
- Masitah, Ravi, and Ni Putu Eny Sulistyadewi. (2022). *Hubungan Frekuensi Dan Durasi Penggunaan Instagram Dengan Perilaku Pemilihan Makanan Jajanan Pada Remaja*. Jurnal Kesehatan. Volume 9 (3).
- Margawati, Wijayanti, Faizah dan Syaher. (2022). *Hubungan Menonton Video Mukbang Autonomous Sensory Meridian Response, Keinginan Makan dan Uang Saku dengan Asupan Makan dan Status Gizi Mahasiswa*. Jurnal Gizi Indonesia. Volume 8 (2).
- Normate, Erni Susana, Marselinus Laga Nur, and Sarci Magdalena Toy. (2017). *Hubungan Teman Sebaya, Citra Tubuh Dan Pola Konsumsi Dengan Status Gizi Remaja Putri*. Unnes Journal of Public Health 6 (3).
- Pamelia, Icha. (2018). *Fast Food Consumption Behavior in Adolescent and ITS Impact for Health*. Jurnal IKESMA 14 (2).
- Pinasti, Siti Rara Oyi. (2021). *Pengaruh Media Sosial Instagram Dalam Mengiklankan Makanan Cepat Saji Dan Dampak Bagi Kesehatan Pada Remaja*. INFOTECH Journal. Volume 9 (2).

- 7 (1).
- Potvin Kent, Monique, Elise Pauzé, Elisabeth Anne Roy, et al. (2019). *Children and Adolescents' Exposure to Food and Beverage Marketing in Social Media Apps*. *Pediatric Obesity* 14 (6).
- Rahma, Benefita (2021). *Hubungan Kebiasaan Konsumsi Fast Food dan Stress Terhadap Siklus Menstruasi Pada Remaja Putri SMAN 12 Kota Bekasi*. *Jurnal Health Sains*. Volume 2 (4).
- Resky, NA., Haniarti (2019). *Hubungan Kebiasaan Konsumsi Makanan Cepat Saji dan Asupan Energi dengan Kejadian Obesitas Pada Mahasiswa yang Tinggal di Sekitar Universitas Muhammadiyah Pare-Pare*. *Jurnal Ilmiah Manusia dan Kesehatan*. Volume 2 (3).
- Wilksch, S. M., O'Shea, A., Ho, P., Byrne, S., & Wade, T. D. (2020). *The relationship between social media use and disordered eating in young adolescents*. *The International journal of eating disorders*. Volume 53 (1)
- Yetmi, Fevi. (2021). *Analisis Faktor yang Memengaruhi Konsumsi Fast Food pada Siswa di SMA Cerdas Bangsa Kabupaten Deli Serdang Tahun 2020*. *Jurnal Hasil Penelitian Mahasiswa*. Volume 6 (1).
- Yulyanti, Fauzi, Rudiansyah, dkk,. (2021). *Pengaruh Konsumsi Fast Food Dengan Kejadian Obesitas Pada Remaja Di Indramayu*. *Jurnal Kesehatan Indra Husada*. Volume 9 (1).

LAMPIRAN

Tabel 1. Karakteristik Sampel

Variabel	n	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	60	23,7
Perempuan	193	76,3
Usia		
12-15 Tahun	46	18,2
15-17 Tahun	42	16,6
18-21 Tahun	165	65,2
Pendidikan		
SMP	47	18,6
SMA	58	22,9
Perguruan Tinggi	148	58,5

Tabel 2. Distribusi Frekuensi dan Durasi Penggunaan Media Sosial Pada Remaja

Frekwensi dan durasi menggunakan media sosial	n	%
Frekuensi Penggunaan Media Sosial		
Tinggi	92	36,4
Rendah	161	63,6
Durasi Penggunaan Media Sosial		
<i>Light Users</i>	41	16,2
<i>Medium Users</i>	114	45,1
<i>Heavy Users</i>	98	38,7

Tabel 3. Jenis Media Sosial yang biasa digunakan remaja

Jenis Media Sosial	Ya	%	Tidak	%	Total
<i>Instagram</i>	222	87,7	31	12,3	253
<i>Facebook</i>	80	31,6	173	68,4	253
<i>Tik Tok</i>	172	68	81	32	253
<i>Youtube</i>	163	64,4	90	35,6	253

Tabel 4. Distribusi Kebiasaan Mengonsumsi *Fast Food* Pada Remaja

Kebiasaan Mengonsumsi <i>Fast Food</i>	n	%
Sering	110	43,5
Jarang	143	56,5
Total	253	100

Tabel 5. Hubungan Frekuensi Penggunaan Media Sosial dengan Kebiasaan Mengonsumsi *Fast Food*

Penggunaan Media Sosial	Kebiasaan Mengonsumsi <i>Fast Food</i>		ρ Value
	Sering n (%)	Jarang n (%)	
Tinggi	48 (19%)	44 (17,4%)	0,035
Rendah	62 (24,5%)	99 (39,1%)	