



Pengaruh penggunaan akun kuliner di Media Instagram Terhadap Pola Makan Siswa SMK Negeri 2 Binjai

The Effect of Using Culinary Accounts on Instagram Media on Diet of State Vocasional School 2 Binjai Students

Ernawati Nasution¹  , Fitri Ardiani² , Evawany Y. Aritonang³ 

^{1,2} Program Studi S1 Gizi, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

³ Program Studi S1 Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia



Penulis Korespondensi: ernawati@usu.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received January 16th 2024

Revised February 22nd 2024

Accepted March 29th 2024

Available online

<https://talenta.usu.ac.id/trophico>

E-ISSN: 2797-751X

P-ISSN: 2774-7662

How to cite:

Nasution, E., Adriani, F., Aritonang, EY. (2024). Pengaruh Penggunaan Akun Kuliner di Media *Instagram* terhadap Pola Makan Siswa SMK Negeri 2 Binjai. *Tropical Public Health Journal*, 4(1), 19-26.

ABSTRACT

Today's adolescent food consumption is inseparable from the eating habits of the adolescents themselves and the ease of access to food. The number of technological media that offer food through culinary accounts such as instagram, YouTube, WhatsApp, and others makes it easy to access the food offered on these media. The population in this study were students of SMK Negeri 2 Binjai with a sample size of 205 people. Data on the use of culinary accounts on instagram media which includes duration and frequency and student eating patterns were collected by means of interviews using the food recall form and the food frequency form. The research results show that 199 people (97.1%) students whose types of food are not diverse. This non-variety food consumption was more common among female students at SMK Negeri 2 Binjai. The duration of using culinary accounts on instagram media in the low category is 126 (61.5%). However, the frequency of using culinary accounts on instagram is high, namely 107 (52.2%). The results of the Chi Square test also showed that there was a significant relationship between the duration of using culinary accounts on instagram media and students' eating patterns that were not good ($p < 0.05$). Multivariate analysis also shows that there is a significant effect on the duration and frequency of using culinary accounts on instagram media on students' eating patterns that are not good. The variables that influence student eating patterns are the duration and frequency of using instagram media culinary accounts.

Keywords: Culinary Account, Instagram, Diet



This work is licensed under a Creative Commons

Attribution-ShareAlike 4.0 International.

<http://doi.org/10.32734/trophico.v4i1.11805>

1. Pendahuluan

Remaja yang produktif, kreatif, serta kritis menjadi salah satu upaya yang dipentingkan di Indonesia demi untuk memajukan bangsa. Hal ini bisa dicapai jika remaja memiliki status gizi yang baik dan fisik yang sehat. Remaja yang tidak hanya sehat dari segi fisik tetapi juga kognitif, psikologis dan sosial. Masa remaja dikatakan juga *windows of opportunity* kedua yang sangat sensitif, sehingga hal ini menentukan kualitas hidup seorang individu saat dia menjadi dewasa dan sekaligus dalam menghasilkan generasi yang selanjutnya.

Tiga beban masalah (*triple burden*) yaitu stunting, wasting dan obesitas serta kekurangan zat gizi mikro seperti anemia merupakan masalah di Indonesia saat ini. Hasil Riskesdas (10) menemukan bahwa ada sebesar 25,7% remaja yang berusia 13-15 tahun, dan sebesar 26,9% remaja berusia 16-18 tahun memiliki status gizi pendek dan sangat pendek. Ada sebesar 8,7% remaja usia 13-15 tahun dan 8,1% remaja usia 16-18 tahun dengan keadaan tubuh yang kurus dan sangat kurus. Remaja usia 13-15 tahun memiliki berat badan berlebih sebesar 16,0%, dan obesitas sebesar 16,0%. Pada remaja yang berusia 16-18 tahun juga memiliki status gizi berlebih sebesar 13,5%, dan yang obesitas ada sebesar 16,0%.

Pola konsumsi remaja merupakan faktor yang menentukan status gizi remaja. Konsumsi makan remaja saat ini tidak terlepas dari kebiasaan makan dari remaja itu sendiri dan adanya kemudahan mengakses makanan. Banyaknya media-media teknologi yang menawarkan makanan melalui akun-akun kuliner seperti *Instagram*, *Youtube*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Line*, *Pinterest*, *Facebook*, *Messenger* dan lain-lain memberikan kemudahan untuk mengakses makanan-makanan yang ditawarkan di media tersebut. Media-media teknologi ini memudahkan setiap orang untuk mengakses informasi yang dibutuhkan dan berkomunikasi dengan siapapun di dunia.

We Are Social dan *Hootsuite* (Kemp, 2021), suatu lembaga platform media sosial seperti *Youtube*, *Instagram*, *WhatsApp*, *Pinterest*, *Facebook*, *Messenger*, *Twitter*, *Line*, dan lain-lain telah melakukan suatu survei. Survei tersebut menemukan bahwa ada sebanyak 3,80 milyar dari 7,75 milyar populasi di dunia sebagai pengguna aktif media sosial. Penggunaan media sosial di Asia Tenggara ada sebesar 63 persen, dan merupakan peringkat keempat terbanyak dalam penggunaan media sosial. Masyarakat Indonesia yang menggunakan media sosial pada tahun 2020 ada sebanyak 160 juta atau mencapai sebesar 56 persen dari jumlah populasi masyarakat Indonesia, dan di tahun 2021 sudah mencapai 170 juta. Jumlah ini menunjukkan adanya peningkatan dari survei sebelumnya pada tahun 2018 yaitu sekitar 130 juta (48%) dari total populasi.

Perkembangan teknologi ini dan wisata kuliner menjadi suatu gaya hidup saat ini dan meningkatkan semangat atau keinginan para pemakai media sosial untuk memuat berbagai akun *Instagram* kuliner yang memunculkan makanan. *Instagram* sebagai salah satu media sosial yang banyak digunakan masyarakat saat ini. Selain itu dengan melalui media ini orang dapat membagikan foto dan video yang dapat dimodifikasi terlebih dahulu dengan menggunakan filter yang kemudian membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, salah satunya ke *Instagram* miliknya sendiri (Suwannapinunt et al., 2013).

Akun tutorial pembuatan makanan cepat saji dan akun wisata kuliner menjadi akun yang sangat menarik perhatian para pengguna *Instagram*. Tempat-tempat kuliner yang diinformasikan melalui *Instagram* ini memberikan berbagai informasi sebelum masyarakat mengunjunginya secara langsung. Pada *Instagram*, melalui tagar atau hashtag yang ditulis, pengguna dapat memperoleh informasi yang diinginkan. Hal ini merupakan salah satu keunggulan dari *Instagram* karena *Instagram* sebagai platform populer yang bisa digunakan untuk berbagi informasi makanan. Orang dapat dengan mudah membagikan pengalaman-pengalaman mereka tentang restoran atau tempat-tempat makan yang dikunjungi ataupun makanan-makanan yang pernah mereka nikmati melalui aplikasi ini.

Media *Instagram* ini memudahkan bagi seorang *food blogger*, yaitu orang yang mengambil foto, membuat video serta menulis ulasan tentang makanan yang kemudian diunggahnya ke media sosial yang salah satunya *Instagram* (Goenawan, 2015). Sehingga melalui foto dan video, *food blogger* ini dapat membagikan pengalamannya dengan menginterpretasikan rasa makanan yang pernah dinikmatinya, harga makanan dan suasana tempat makan yang dikunjunginya. Tujuan *food blogger* membagikan foto makanan ini adalah agar masyarakat banyak mengunjungi tempat makan yang direkomendasikannya. Rekomendasi makanan yang disampaikan oleh *food blogger* bisa menjadi suatu bentuk informasi dan acuan dalam memilih makanan. Konsumen biasanya sangat mempercayai rekomendasi dari orang lain. Seperti survei yang dilakukan oleh Nielsen (2015) menunjukkan bahwa 83 persen konsumen mempercayai makanan dan tempat makanan yang direkomendasikan oleh keluarga, kerabat, atau bahkan orang yang tidak dikenal seperti *food blogger*.

Karmila et al. (2020) dalam penelitiannya menemukan bahwa penggunaan media sosial *Instagram* di kalangan mahasiswa tergolong tinggi (≥ 3 jam/hari), dimana mahasiswa yang menggunakan *Instagram* ini ada sebesar 55,8 persen. Analisis bivariat menemukan ada hubungan yang signifikan antara durasi media sosial *Instagram* dengan perilaku makan ($p < 0,05$). Paparan informasi makanan di media sosial *Instagram* menimbulkan permasalahan dalam memilih makanan bagi mahasiswa yang kurang memperhatikan kandungan gizi makanan sehingga menyebabkan terjadinya perubahan perilaku makan.

Selain itu media sosial juga saat ini dapat menjadi salah satu media promosi untuk meningkatkan pemahaman terhadap suatu makanan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Qutteina et al. (2021) menunjukkan bahwa media sosial berhubungan positif dengan asupan makan remaja ($p < 0,01$). Keterpaparan remaja terhadap media sosial juga memiliki hubungan yang positif terhadap konsumsi sayuran meraka ($p < 0,00$).

Penggunaan media sosial yang terlalu lama juga dapat memberikan dampak terhadap status gizi seseorang, seperti penelitian yang dilakukan oleh Shinde dan Garg (2020), menyebutkan bahwa siswa yang menghabiskan waktunya di sosial media selama 3 jam memiliki rata-rata BMI yang lebih tinggi dibandingkan dengan siswa yang menghabiskan waktunya di sosial media di bawah 3 jam. Selain itu siswa yang lebih lama menggunakan sosial media juga lebih banyak mengonsumsi konsumsi makanan yang tinggi garam, gula, dan lemak.

Hasil survei pendahuluan menunjukkan bahwa siswa SMK Negeri 2 Binjai ini sering mengunjungi tempat-tempat makan yang ada di akun *food blogger* yang dilihat mereka di media sosial seperti *Instagram*. Selain itu letak SMK Negeri 2 Binjai yang berada 500 meter dari Kota Binjai membuat siswa ini mudah mengakses tempat-tempat makan yang dilihat mereka di akun kuliner dan mengakses makanan-makanan yang mereka lihat di akun kuliner tersebut.

Semakin mudahnya remaja untuk mengakses internet menyebabkan terjadinya perubahan gaya hidup mereka. Hal ini membuat lebih banyak remaja bisa memilih makanan apa yang ingin mereka konsumsi. Kemudahan untuk mengakses makanan sekaligus memudahkan mereka mengonsumsi makanan yang kadang-kadang memiliki kandungan gizi yang tidak seimbang sehingga sering memunculkan masalah gizi pada remaja. Maka untuk meningkatkan status gizi remaja perlu dilakukan intervensi gizi yang spesifik seperti meningkatkan pemahaman melalui pendidikan gizi, menambah asupan zat gizi tertentu dalam makanan dengan fortifikasi dan pengayaan zat gizi dalam produk makanan tertentu serta suplementasi zat gizi tertentu. Sehingga dapat memutus rantai inter-generasi masalah gizi, masalah penyakit tidak menular dan kemiskinan.

Maka berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu dilakukan suatu penelitian tentang pengaruh penggunaan akun kuliner di *Instagram* dengan pola makan siswa SMK Negeri 2 Binjai.

2. Metode

Penelitian analitik deskriptif ini menggunakan desain *cross sectional* yang dilakukan di SMK Negeri 2 Binjai. Penelitian dimulai dari bulan Maret sampai dengan bulan Oktober 2022. Penelitian ini dilakukan pada 205 siswi SMK Negeri 2 Binjai.

Data tentang jenis makanan diperoleh dengan menggunakan metode *food frequency*. Data jenis makanan dikategorikan:

- (1) Beragam, jika makanan utama terdiri dari makanan pokok, lauk-pauk (hewani atau nabati), sayur dan buah-buahan.
- (2) tidak beragam, jika makanan utama tidak ada salah satu dari makanan pokok, lauk-pauk (hewani atau nabati), sayuran dan buah-buahan.

Tingkat kecukupan energi, karbohidrat, lemak, dan protein dikategorikan berdasarkan banyaknya energi, karbohidrat, lemak, dan protein yang dikonsumsi dibandingkan kecukupan dalam sehari dan dinyatakan dalam persentase dengan pengkategorian sebagai berikut:

- Kurang: Jika konsumsi zat gizi lebih rendah dari 80%
- Cukup: Jika konsumsi zat gizi diantara 80-120%
- Lebih: Jika konsumsi lebih tinggi dari 120%

Kemudian untuk pola makan siswa/i dikategorikan menjadi:

- Baik: Jika jenis makanan siswa/i beragam dan tingkat kecukupan zat gizi makronya
- Cukup
- Tidak baik: Jika jenis makanan siswa/i tidak beragam dan tingkat kecukupan zat gizi makronya kurang atau lebih.

Durasi penggunaan akun kuliner di media *Instagram* dibagi menjadi dua, yaitu:

- Tinggi: jika lebih dari 30 menit/hari
- rendah: jika lebih kurang 30 menit/hari

Frekuensi penggunaan akun kuliner di media *Instagram* diukur dengan kategori sebagai berikut:

- Tinggi: jika frekuensi penggunaan 2-3 kali/hari
- Rendah: jika frekuensi penggunaan 1 kali/hari

Selanjutnya data dinarasikan secara deskriptif. Untuk melihat hubungan variabel independent dengan variabel dependen dilakukan uji statistik menggunakan Uji *Chi-square*. Kemudian dilakukan analisis multivariat untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara bersama-sama dengan menggunakan Uji Regresi Linier Berganda.

3. Hasil

3.1. Karakteristik Responden

Sebagian besar responden dalam penelitian ini berumur 15 tahun ada sebanyak sebanyak 97 orang (47,3%) dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 106 orang (53,2%). Sebagian besar responden memiliki uang saku berkisar antara Rp 5.000- Rp10.000, yaitu sebanyak 116 orang (56,6%). Secara jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Gambaran karakteristik responden berdasarkan umur, jenis kelamin, dan uang saku

Karakteristik Responden	n=205	%
Umur (tahun)		
14	26	12,7
15	97	47,3
16	40	19,5
17	36	17,6
18	6	2,9
Jenis Kelamin		
Laki-laki	96	46,8
Perempuan	106	53,2
Uang Saku (Rp)		
5000-10000	116	56,6
11000-15000	50	24,4
16,000-20,000	24	11,7
21,000-25,000	9	4,4
26,000-30,000	4	2,0
>30,000	2	1,0

3.2. Pola Makan Siswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola makan siswa/i sebagian besar adalah tidak baik sebanyak 199 orang (97,1%).

3.3. Jenis Makanan Siswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada sebanyak 191 orang (93,2%) yang jenis makanannya tidak beragam.

3.4. Frekuensi Makan Siswa

Hasil penelitian mendapatkan bahwa nasi paling sering dikonsumsi sebagai makanan pokok sehari-hari (2-3x/hr) oleh seluruh siswa yaitu, sebanyak 170 orang (82,9%). Selain siswa juga ada yang setiap hari mengonsumsi roti sebanyak 105 orang (51,2%) dan mie 50 orang (24,4%) dan ada 46 orang (22,4%) yang mengonsumsi mie 2-3x/hr. Telur dikonsumsi oleh sebanyak 78 orang (38,0%), ikan basah sebanyak 77 orang (37,6%), dan daging ayam sebanyak 71 orang (34,6%) sebagai lauk hewani yang paling sering dikonsumsi (2-3x/hr). Tempe dan tahu juga merupakan makanan yang juga sering dikonsumsi siswa selain ada yang mengonsumsinya setiap hari ada juga yang mengonsumsi 2-3x/hr. Sayuran yang paling sering (2-3x/hr) dikonsumsi oleh siswa adalah kangkung, bayam, wortel, daun singkong, sawi hijau, dan kembang kol. Buah-buahan yang paling sering dikonsumsi adalah pisang 65 orang (31,7%); jambu 63 orang (30,7%); jeruk 54 orang (26,3%), pepaya 45 orang (22,0%); dan semangka 42 orang (20,5%). Makanan jajanan yang setiap hari dikonsumsi oleh siswa adalah bakso sebanyak 150 orang (51,2%) dan gorengan sebanyak 87 orang (42,4%). Minuman jajanan yang paling sering (2-3x/hr) dikonsumsi oleh siswa adalah *Thai tea* sebanyak 56 orang (27,3%) selain *Boba Milk Tea* dan es campur yang masing-masing sebanyak yang paling jarang dikonsumsi adalah es campur yaitu 43 orang (21,0%).

3.5. Jumlah Zat Gizi Makro

Jumlah zat gizi makro (energi, protein, lemak dan karbohidrat) yang dikonsumsi siswa siswa masih dalam kategori kurang. Masing-masing jumlah asupan yang kurang untuk energi, yaitu sebanyak 195 orang (95,1%); karbohidrat sebanyak 196 orang (95,6%); protein sebanyak 121 orang (59,0%); dan lemak sebanyak 185 orang (90,2%). Rata-rata jumlah konsumsi energi, lemak, protein dan karbohidrat siswa masing-masing, yaitu energi 1093,03 kalori; lemak 39,70g; protein 53,97g; dan karbohidrat 130,80g.

3.6. Durasi Penggunaan Akun Kuliner Media Instagram

Hasil penelitian mendapatkan bahwa sebagian besar durasi siswa dalam penggunaan akun kuliner di media *Instagram* dikategorikan rendah, yaitu 126 orang (61,5%) menggunakan akun kuliner media *Instagram* dengan durasi yang tinggi. Mereka melihat akun kuliner di media *Instagram* selama kurang dari 30 menit setiap hari.

3.7. Frekuensi Penggunaan Akun Kuliner Instagram

Frekuensi penggunaan akun kuliner media *Instagram* ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu tinggi (>1 kali/hari) dan rendah (1 kali/hari). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa frekuensi siswa dalam menggunakan akun kuliner media *Instagram* dikategorikan tinggi (>1 kali/hari), yaitu sebanyak 107 orang (52,2%).

3.8. Hubungan Durasi Penggunaan Akun Kuliner Media Instagram dengan Pola Makan Siswa/i SMK Negeri 2 Binjai

Berdasarkan hasil analisis Uji *Chi Square* ditemukan bahwa durasi menggunakan akun kuliner *Instagram* ada hubungannya dengan pola makan mereka ($p=0,022$). Karena siswa/i yang tinggi maupun rendah dalam menggunakan akun kuliner di *Instagram* mempunyai pola makan yang sama dengan kategori tidak baik. Secara jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Analisis Bivariat Antara Durasi Penggunaan Akun Kuliner Media Instagram dengan Pola Makan Siswa/i SMK Negeri 2 Binjai.

Durasi	Pola Makan				Total		p
	Baik		Tidak Baik		n	%	
	n	%	n	%			
Tinggi	5	6,3	74	93,7	79	100	0,022
Rendah	1	0,8	125	99,2	126	100	

3.9. Hubungan Frekuensi Penggunaan Akun Kuliner Media Instagram dengan Pola Makan Siswa/i of SMK Negeri 2 Binjai

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ada 106 siswa/siswi (99,1%) yang frekuensi menggunakan akun kuliner di media *Instagram* tinggi, mempunyai pola makan yang tidak baik. Namun dari Uji *Chi Square* yang dilakukan didapatkan tidak ada hubungan yang bermakna antara frekuensi penggunaan akun kuliner di media *Instagram* dengan pola makan siswa dengan $p=0,077$. Lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3. Hasil Analisis Bivariat Antara Frekuensi Penggunaan Akun Kuliner Media Instagram dengan Pola Makan Siswa/i SMK Negeri 2 Binjai.

Frekuensi	Pola Makan				Total		p
	Baik		Tidak Baik		n	%	
	n	%	n	%			
Tinggi	1	0,9	106	99,1	107	100	0,077
Rendah	5	5,1	93	94,9	98	100	

3.10. Pengaruh Penggunaan Akun Kuliner Media Instagram terhadap Pola Makan Siswa/i SMK Negeri 2 Binjai

Hasil analisis multivariat dengan menggunakan Uji Regresi Logistik Berganda menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan akun kuliner di media *Instagram* memiliki nilai *p value* di bawah 0,05. Maka dari hasil uji ini didapatkan bahwa frekuensi penggunaan akun kuliner di media *Instagram* yang tinggi memberi pengaruh yang bermakna terhadap pola makan siswa/i yang tidak baik. Siswa/i yang frekuensi melihat akun kuliner di Media *Instagram*-nya rendah akan memiliki pola makan yang lebih baik sebesar 4,346 kali dibandingkan dengan siswa/i yang frekuensi melihat akun kulinernya tinggi.

Tabel 4. Hasil Analisis Multivariat Regresi Logistik Berganda antara Variabel Durasi Penggunaan Akun Kuliner Media Instagram dan Frekuensi Penggunaan Akun Kuliner Media Instagram dengan Pola Makan

Variabel	B	p Value	Exp(B)	95% CI. for EXP (B)	
				Lower	Upper
Durasi	0,028	0,965	1,028	0,291	3,638-
Frekuensi	1,469	0,035	4,346	1,111	16,995
Constant	-5,056	0,000	0,006		

4. Pembahasan

Pada masa kini generasi milenial memiliki gaya hidup konsumtif yang ingin lebih tampil maju dan terdepan, terlebih mengenai makanan. Salah satunya dengan mencoba mengonsumsi sesuai berdasarkan keinginan mereka bukan berdasarkan kebutuhan. Perubahan selera makan pada generasi masa kini cenderung menjauhi konsep gizi seimbang. Dimana mereka lebih sering mengonsumsi makanan yang tinggi gula, lemak jenuh, dan rendah serat. Selain itu, aktivitas di sekolah yang padat menyebabkan siswa/i tidak makan tepat waktu dan menjadi lebih sering mengonsumsi makanan dari luar rumah dengan mengunjungi tempat-tempat makan dengan menu makanan yang tinggi kalori dan rendah serat. Dimana dalam hal ini media sosial menjadi sumber referensi mereka terkait wisata kuliner yang banyak direkomendasikan oleh *food blogger* pada media *Instagram*. Berbagai informasi tentang makanan disajikan dalam bentuk informasi terkini dan kreatif sehingga makanan yang direkomendasikan membuat siswa/i penasaran untuk mencoba makanan tersebut yang pada umumnya merupakan makanan cepat saji.

Usia remaja merupakan masa dimana lingkungan dan orang sekitar sangat mempengaruhi mereka di dalam memilih makanan. Adanya tren makanan yang saat ini berkembang di berbagai media *online* membuat tidak beragamnya pola makan remaja. Perempuan lebih aktif menggunakan media sosial *Instagram* dibandingkan laki-laki untuk memenuhi kebutuhan gaya hidupnya, sedangkan laki-laki cenderung memanfaatkan teknologi untuk bermain *game* sehingga remaja perempuan juga yang lebih banyaknya menggunakan akun kuliner media *Instagram*.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa siswi perempuan mengonsumsi zat gizi makro yang kurang baik karbohidrat, lemak, protein, maupun energi seperti yang tergambar pada Tabel 5. Secara psikologis, porsi makanan laki-laki lebih banyak dibandingkan perempuan, dan frekuensi konsumsi makan laki-laki juga lebih sering dibandingkan dengan perempuan. Menurut Ezelle, et al (dalam Suswanti, 2013) menyebutkan adanya kecenderungan yang sama untuk pola konsumsi makanan ringan pada anak laki-laki dengan anak perempuan walaupun asupan energi dan kalsium anak laki-laki cenderung lebih tinggi anak perempuan. Tetapi, makanan ringan yang dikonsumsi oleh perempuan memberi sumbangan yang lebih besar terhadap total asupan energinya (21%), sedangkan asupan pada laki-laki hanya sebesar 14 persen.

Terpaan informasi yang dihasilkan dari media *Instagram* sangat berdampak pada semua lini, tak terkecuali pada pola makan seseorang. Keterpaparan informasi di media *Instagram* berdampak memberikan kemudahan kepada Masyarakat untuk mendapat informasi baru. Masyarakat mengatakan informasi yang disampaikan di media *Instagram* sangat menarik dan kreatif. Maka sebenarnya melalui media *Instagram* ini kita juga dapat memperbaiki perilaku makan mereka karena di media tersebut terdapat berbagai akun yang memberikan edukasi seputar makanan sehat. Tetapi perkembangan teknologi dan informasi di masa kini juga dapat memberikan pengaruh yang negatif, diantaranya masyarakat menjadi lebih mudah memesan makanan via *online* hanya dengan satu genggaman saja (melalui *handphone*) yang membuat aktivitas fisik menjadi rendah. Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Fristanti dan Ruhana (2021) yang menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan *smartphone* terhadap aktivitas fisik dengan nilai $p = 0,031$.

Sebagian besar siswa/i pada penelitian ini sering mengonsumsi makanan di luar dan juga sering mencari makanan dengan cara melihat informasi kuliner yang ada pada media sosial *Instagram*. Menariknya informasi tentang makanan yang ditayangkan di media sosial *Instagram* akan meningkatkan keinginan untuk sering membeli makanan, sehingga hal ini dapat memberikan efek yang buruk terhadap pola makan mereka. Konsumsi makanan di luar biasanya memiliki zat gizi yang tidak seimbang. Seperti sedikit menggunakan sayur sehingga makanan yang di pesan sedikit mengandung vitamin, mineral dan serat, sedangkan tubuh membutuhkan vitamin, mineral dan juga serat.

Pada Uji *Chi-Square* yang dilakukan didapatkan ada hubungan antara durasi penggunaan akun kuliner media *Instagram* dengan pola makan siswa/i dengan nilai $p = 0,022$. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara durasi penggunaan akun kuliner media *Instagram* dengan pola makan. Hasil analisis ini menyatakan bahwa pola makan siswa/i yang tidak baik disebabkan oleh lamanya mereka menggunakan akun kuliner di media *Instagram*. Selain itu mengakses akun kuliner di *Instagram* dengan waktu yang lama dapat juga mempengaruhi perilaku konsumtif. Semakin lama melihat akun kuliner *Instagram*, maka semakin banyak informasi mengenai makanan yang didapatkan karena para *food blogger* menampilkan informasi makanan dengan warna yang menarik. Hal ini sering menyebabkan remaja menjadi lupa terhadap waktu. Apa yang didapatkan dalam penelitian ini juga sama dengan penelitian Hidayatun (2015) yang menyatakan bahwa banyak waktunya berinteraksi dengan media sosial cenderung membuat dewasa muda memiliki gaya hidup yang bermalasan-malasan. Fokusnya mereka terhadap informasi kuliner pada media tersebut membuat mereka melewatkan waktu makannya. Waktu makan yang terlambat dan melewatkan waktu makan menyebabkan kelompok dewasa muda ini memiliki perilaku makan yang salah dan tidak sehat.

Kemudahan mencari informasi jenis makanan pada media sosial *Instagram* dan dapat memilih sendiri makanan dan tempat makan yang mereka inginkan menjadikan adanya fenomena banyaknya dan seringnya generasi muda untuk menghabiskan waktunya di kafe atau restoran sambil menyantap berbagai makanan yang disediakan. Makan di kafe saat ini menjadi gaya hidup baru, khususnya bagi anak muda perkotaan. Keadaan ini juga dikuatkan dengan temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Nisak dan Hariyanto (2017). Hasil uji statistik yang dilakukan dalam penelitiannya menunjukkan adanya hubungan yang signifikan ($p = 0,000$) antara *food photography* dengan gaya hidup *eating out* masyarakat di Sidoarjo. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Surjadi (2013) yang menyebutkan bahwa berkaitan dengan adanya globalisasi maka media sosial saat ini menjadi bagian dari kehidupan para remaja dan dewasa muda terutama dalam hal untuk kemudahan mendapatkan informasi makanan dan tempat makan yang menarik.

Letak sekolah SMK Negeri 2 Binjai berada pada lingkungan perkotaan. Lingkungan perkotaan merupakan lingkungan yang banyak menyediakan gerai makanan ataupun minuman, mulai dari pedagang kecil yang berjualan di pinggir pasar hingga pedagang yang telah memiliki tempat untuk memudahkan pembeli dalam mengonsumsi makanan yang dibeli. Selain itu, mayoritas siswa mengikuti ekstrakurikuler yang menyebabkan jam pulang siswa lebih lama dari jam sekolah biasa. Banyaknya kegiatan yang diikuti siswa dan adanya peluang untuk memilih berbagai jenis makanan di sekitar kota membuat siswa lebih sering makan di luar rumah, dimana pada umumnya makanan yang dikonsumsi siswa adalah makanan cepat saji.

Hasil Uji *Chi-Square* menunjukkan tidak adanya hubungan antara frekuensi penggunaan akun kuliner media *Instagram* dengan pola makan ($p = 0,077$). Temuan ini tidak sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwanti (2017), yang menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara frekuensi penggunaan media sosial dengan keinginan untuk membeli produk ($p = 0,0001$).

Hasil analisis dengan menggunakan Uji Regresi Logistik Berganda mendapatkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai Uji *Wald (sig)* $< 0,05$ artinya variabel independen memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap variabel dependen. Durasi dan frekuensi penggunaan akun kuliner media *Instagram* masing-masing mempunyai nilai $p = 0,013$ dan $0,026$. Artinya ada pengaruh parsial yang signifikan terhadap variabel pola makan.

Lamanya menggunakan akun kuliner pada media *Instagram* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Hal ini dikarenakan terus-menerusnya para *food blogger* memberikan promosi sehingga dapat merangsang otak para pengguna akun tersebut untuk berkeinginan membeli produk yang ditawarkan. Kita tidak bisa memungkiri bahwa teknologi informasi telah berhasil mempengaruhi perkembangan wisata kuliner Indonesia saat ini. Sehingga kecanggihan teknologi ini juga memudahkan dan berhasil membuat para *food blogger* dengan mudah untuk menyebarkan informasi mengenai wisata kuliner di Indonesia bahkan mancanegara. Informasi yang disebarkan melalui media in-stagram dapat berupa foto, video dan tulisan. Dengan begitu, masyarakat yang berselancar di media *Instagram* banyak yang mengunjungi kafe dan restoran setelah melihat postingan yang disebarkan. Fenomena ini sering dimanfaatkan oleh pelaku bisnis dengan menda-tangkan *food blogger* ke restoran mereka untuk mencicipi, memotret dan memberikan umpan balik di blog mereka sehingga konsumen akan mendengar lebih banyak tentang restoran dan tertarik mengunjunginya Azzam dan Waleed (2020).

Media *Instagram* yang mudah dalam penggunaannya membuat media ini sering digunakan. Kemudahan yang ditawarkan pada media *Instagram* membuat para penggunanya sering menggunakannya. Individu dengan intensitas penggunaan media sosial yang tinggi akan menggunakan media sosial dengan jangka waktu yang lama berdasarkan durasi dan frekuensi penggunaan. Melalui tingginya penggunaan media sosial, para pengguna akan berpotensi terpapar lebih banyak berbagai informasi mengenai makanan. Sebaliknya apabila individu memiliki intensitas penggunaan media sosial yang rendah, kemungkinan individu akan jarang menggunakan media sosialnya, sehingga tidak akan mengalami perubahan nilai akibat paparan informasi mengenai berbagai makanan yang direkomendasikan. Media serta isinya sangat berperan membangun pikiran dalam kegiatan konsumsi karena hubungan media dengan kehidupan sehari-hari sangat erat. Ada kemungkinan yang besar pada siswa yang menggunakan media dan isinya berperilaku konsumtif karena lama dan seringnya melihat konten *food blogger* yang direkomendasikan melalui *Instagram* yang pada akhirnya akan mempengaruhi pola makan siswa.

5. Kesimpulan

Penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa durasi penggunaan akun kuliner media *Instagram* pada siswa/i dikategorikan rendah (< 30 menit/hari) yaitu sebesar 61,5 persen, tetapi siswa/i sering (2-3 kali/hari) menggunakan akun kuliner, yaitu sebesar 52,2 persen. Jumlah asupan zat gizi makro pada siswa/i tergolong kurang. Masing-masing asupan zat gizi makro yang kurang untuk energi, yaitu sebesar 95,1 persen; karbohidrat

95,6 persen; protein sebesar 59,0 persen; dan lemak sebesar 90,2 persen. Sebagian besar (93,2%) konsumsi makan remaja tidak beragam karena mereka jarang mengonsumsi sayur dan buah-buahan.

Nasi merupakan makanan pokok yang paling sering dikonsumsi (2-3x/hr) oleh seluruh siswa (82,9%). Lauk hewani yang paling sering dikonsumsi (2-3x/hr) adalah telur (38,0%), ikan basah (37,6%), dan daging ayam (34,6%). Sayuran yang paling sering (2-3x/hr) dikonsumsi oleh siswa adalah kangkong, bayam, wortel, daun singkong, sawi hijau, dan kembang kol. Buah-buahan yang paling sering dikonsumsi, yaitu pisang 31,7 persen dan jambu 30,7 persen. Makanan jajanan yang setiap hari dikonsumsi oleh siswa adalah bakso sebanyak 51,2 persen dan gorengan sebanyak 42,4 persen. Minuman jajanan yang paling sering (2-3x/hr) dikonsumsi oleh siswa adalah *Thai tea* sebanyak 27,3 persen. Variabel yang berpengaruh dengan pola makan siswa/i yaitu variabel durasi dan frekuensi penggunaan akun kuliner media *Instagram*.

Daftar Pustaka

- Azzam, R., & Waleed, N. (2020). The impact of egyptian food bloggers toward consumer's attitude and behavior in restaurant selection. *Misir International University*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.16388.55686>
- Fristanti, Y. M., & Ruhana, A. (2021). Hubungan intensitas penggunaan smartpone terhadap aktivitas fisik dan tingkat konsumsi pangan pada mahasiswa gizi UNESA di era pandemi COVID-19. *Jurnal Gizi UNESA*, 01(02), 89–94.
- Goenawan, G. (2015). Co-creation communication pengguna Instagram dalam foodstagram di Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 3(1), 1–10.
- Hidayatun, U. (2015). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial dan dukungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015. *E-Journal Bimbingan Dan Konseling*, 4(10), 1–13. <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/fipbk/article/view/269/247>
- Karmila, S., Aritonang, E. Y., & Sudaryati, E. (2020). The relationship of the duration of social media Instagram usage and student's eating behavior in University of Sumatera Utara, 2019. *Britain International of Humanities and Social Sciences (BioHS) Journal*, 2(1), 289–295. <https://doi.org/10.33258/biohs.v2i1.190>
- Kemp, S. (2021). *Digital 2021: wawasan terkini tentang "keadaan digital."* We Are Social. https://wearesocial-com.translate.google.uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc
- Nisak, K., & Hariyanto, D. (2017). Food photography dan eating out di media sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 31–40. <http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal>
- Purwanti, S. R. (2017). Hubungan terpaan komunikasi pemasaran kuliner pada akun media sosial Instagram @Kulinersby terhadap motivasi konsumen Surabaya usia 18-25 tahun dalam membeli produk yang di posting @Kulinersby. *Jurnal Unair*, 7(3). https://repository.unair.ac.id/67924/20/JURNAL_HUBUNGAN_TERPAAN_KOMUNIKASI_PEMASARAN_KULINER_PADA_AKUN_MEDIA_SOSIAL_INSTAGRAM_%40KULINERSBY.pdf
- Qutteina, Y., Hallez, L., Raedschelders, M., De Backer, C., & Smits, T. (2021). Food for teens: how social media is associated with adolescent eating outcomes. *Public Health Nutrition*, 25(2), 290–302. <https://doi.org/10.1017/S1368980021003116>
- Shinde, N., & Garg, V. (2020). Social media usage , eating habits and nutritional status of school- going adolescents : a descriptive study. *International Journal of Scientific Research in Biological Sciences*, 7(4), 19–25. <https://doi.org/10.26438/ijrsbs/v7i4.1925>
- Surjadi, C. (2013). Globalisasi dan pola makan mahasiswa: Studi kasus di Jakarta. *CDK-205*, 40(6), 416–421. https://www.academia.edu/download/32454267/07_205Globalisasi_dan_Pola_Makan_Mahasiswa-Studi_Kasus_di_Jakarta.pdf
- Suwannapinunt, P., Sitthikraiwong, K., Nimitsukcharoen, P., Dollayanukloh, S., Puttiphaibool, T., & Nattharika. (2013). social media usage related to food and beverages : an investigation of college students in Bangkok and metropolitan area. *Proceedings of the 4 Years International Conference on Engineering, Project, and Production Management*, 2013720–2013733.