

**HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN LAYANAN PESAN ANTAR
MAKANAN PADA APLIKASI TRANSPORTASI ONLINE
DENGAN PERUBAHAN KEBIASAAN MAKAN
MAHASISWA TINGKAT 1 DAN 2
STIKES PERINTIS PADANG
TAHUN 2019**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai
Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana Gizi
STIKes Perintis**



Oleh :

DIANA LATIFAH

NIM : 1513211005

**PROGRAM STUDI SARJANA GIZI
STIKES PERINTIS PADANG**

2019

Pernyataa Persetujuan

**HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN LAYANAN PESAN ANTAR
MAKANAN PADA APLIKASI TRANSPORTASI ONLINE
DENGAN PERUBAHAN KEBIASAAN MAKAN
MAHASISWA TINGKAT 1 DAN 2
STIKES PERINTIS PADANG
TAHUN 2019**

Oleh:

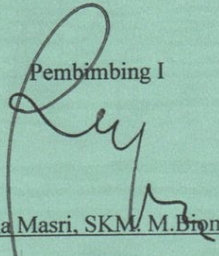
DIANA LATIFAH
NIM: 1513211005

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa untuk diseminarkan dihadapan Tim Penguji Skripsi.

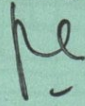
Padang, Agustus 2019

Dosen Pembimbing

Pembimbing I

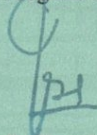

Erina Masri, SKM, M.Promed
NIDN: 007028204

Pembimbing II


Rahmitha Yanti, M.Kes
NIK: 1321126098309050

Diketahui,

Ketua Program Studi,


Widia Dara, MP
NIK. 1341101026897020

Pernyataa Pengesahan

**HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN LAYANAN PESAN ANTAR
MAKANAN PADA APLIKASI TRANSPORTASI ONLINE
DENGAN PERUBAHAN KEBIASAAN MAKAN
MAHASISWA TINGKAT 1 DAN 2
STIKES PERINTIS PADANG
TAHUN 2019**

Yang dipersiapkan dan dipertahankan oleh:

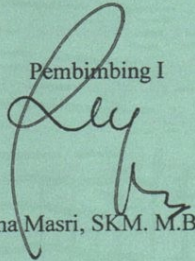
DIANA LATIFAH

NIM: 1513211005

**Telah disetujui, diperiksa dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi pada
tanggal 9 Agustus 2019**

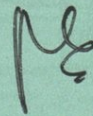
Komisi

Pembimbing I



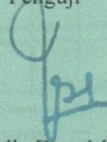
(Erina Masri, SKM. M.Biomed)

Pembimbing II



(Rahmitha Yanti, M.Kes)

Penguji

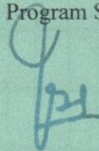


(Widia Dara,MP)

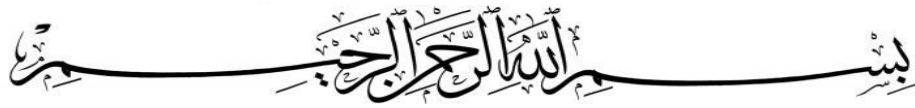
Sekolah Tinggi Kesehatan Perintis Padang

Program Studi S1 Gizi

Ketua Program Studi,



(Widia Dara,MP)



Alhamdu lillahi rabbil 'alamin

Telah selesai sebuah karya yang saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, Bapak Kasrial dan Ibu Hj. Erlinda. Yang mana telah besusah payah, selalu menyemangati, dan tidak pernah mengeluh hingga saya sampai dititik yang sekarang ini. Ini hanya sebuah hadiah kecil yang tidak ada apa-apanya dengan perjuangan mereka selama ini. Namun setidaknya melalui ini saya bisa membuat senyum kecil dibibir mereka.

Terimakasih saya ucapkan kepada Uda Yogi, Uni Sherly, dan Abang Imam sebagai saudara saya yang selalu mengingatkan agar adiknya ini bisa menyelesaikan perkuliahan dengan tepat waktu. Serta selalu ada disaat-saat susah.

Untuk teman-teman seperjuangan Fani, Ijom, Rani yang menemani dari awal perkuliahan, yang dari tidak tau apa-apa kita sama-sama belajar untuk menjadi seseorang yang lebih berguna. Terimakasih sudah ada, terimakasih untuk semua waktu dan tenaga yang telah terbuang. Terimakasih juga sudah mau sama-sama berjuang.

Bagi warga Jl.Surabaya yaitu Evi, Retno, Kak Fitri, Kak Rahma terimakasih sudah menjadi teman mengadu diperantauan, sudah menjadi keluarga kedua bagi saya. Tempat yang slalu saya rindukan. Terimakasih sudah menjadi tempat saya tertawa tanpa mengenal waktu.

Tak lupa pula saya ucapkan terimakasih kepada ibuk Erina Masri selaku dosen pembimbing akademik dan pembimbing pertama skripsi saya yang sudah sangat banyak memberikan ilmu serta pelajaran terhdap saya. serta kepada ibuk Rahmita Yanti selaku pembimbing kedua dan Ibuk Widia Dara sebagai penguji yang sudah membimbing serta mengarahkan saya kepada hal yang lebih baik, menjadi pribaddi yang lebih bai, dengan cara yang baik pula.

Serta terimakasih juga kepada semua dosen yang telah mengajakan saya selama saya menuntut ilmu di perkuliahan ini. Semoga ilmu ini bisa bermanfaat serta berkah, baik bagi saya maupun semua orang.

Hanya ini yang bisa saya persembahkan kepada mereka, maaf jika belum seberapa.

Terimakasih untuk semua Doa, Motivasi, Bantuan, dan Waktu yang telah diberikan.

Tertanda : Diana latifah

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Diana Latifah

Nim : 1413211005

Tempat/Tanggal Lahir : Bukittinggi, 31 Agustus 1997

Program Studi : S-1 Gizi

Nama Pembimbing Akaemik : Erina Masri, M.Biomed

Nama Pembimbing I : Erina Masri, M.Biomed

Nama Pembimbing II : Rahmita Yanti, M.Kes

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul :

“ Hubungan Penggunaan Media Sosial dan Layanan Pesan Antar Makanan pada Aplikasi Transportasi Online dengan Perubahan Kebiasaan Makan Mahasiswa Tingkat 1 dan 2 STIKes Perintis Padang tahun 2019”

Merupakan karya sendiri bukan plagiat dari skripsi orang lain, dan diakui keabsahannya, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi ketentuan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, September 2019



Diana latifah

Nim : 1513211005

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Diana Latifah
Nim : 1513211005
Tempat/Tanggal Lahir : Bukittinggi, 31 Agustus 1997
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Nama Ayah : Kasrial
Nama Ibu : Erlinda
Email : dianaltfh31@gmail.com
Alamat : Perumahan Griya Madinah Asri Talangkawo, Bangko.



Riwayat Pendidikan

1. SDN 115 Bangko : Tamatan Tahun 2009
2. SMP N 1 Merangin : Tamatan Tahun 2012
3. SMA N 1 Merangin : Tamatan Tahun 2015
4. S1 Gizi STIKes Peintis Padang : Tamatan Tahun 2019

Kegiatan PBL

1. PBL Table manner di Hotel Novotel Bukittinggi.
2. PBL di PT. Aerofood ACS Garuda Indonesia.
3. PBL di PT. Yakult Sukabumi.
4. PBL di RS. Muhamadiyah Bandung
5. PBL di Poltekes Kemenkes Denpasar Bali.
6. PBL di Hotel Grand Inna Muara Padang dan Hotel Pangeran Beach Padang
7. PBL di PT. Anugerah Agung Citratama Padang
8. PKL di RSUD. Raden Mattaher Jambi
9. PMPKL di Jorong Kuranji, Nagari Guguah VII Koto, Kab.50 koto.

PROGRAM STUDI GIZI STIKES PERINTIS
SKRIPSI, AGUSTUS 2019
DIANA LATIFAH
NIM : 1513211005

HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN LAYANAN PESAN ANTAR MAKANAN PADA APLIKASI TRANSPORTASI ONLINE DENGAN PERUBAHAN KEBIASAAN MAKAN MAHASISWA TINGKAT 1 DAN 2 STIKES PERINTIS PADANG TAHUN 2019

viii + VII BAB + 65 Halaman + 7 Tabel + 6 Lampiran

ABSTRAK

Angka pengguna internet di seluruh dunia telah mencapai angka 31,7 miliar dan dari tahun ke tahun jumlah pengguna *internet* tumbuh hingga 7,6 persen. Sedangkan untuk pengguna media sosial sendiri mencapai mencapai 3,7 miliar. Di media sosial banyak iklan makanan maupun informasi tentang makanan. Kemudahan akses makanan melalui layanan pesan antar makanan yang disediakan oleh aplikasi transportasi *online*. Hal ini akan mempengaruhi jumlah asupan kalori yang masuk kedalam tubuh. Sehingga ketidakseimbangan antara konsumsi energi dan pengeluaran energi akan mengakibatkan status gizi lebih. Tujuan penelitian : hubungan penggunaan media sosial dan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi *online* dengan kebiasaan makan mahasiswa maka peneliti melakukan penelitian ini.

Desain penelitian adalah *cross sectional*, untuk mengetahui hubungan antar penggunaan media sosial dan layana pesan antar makanan pada aplikasi transportasi *online* dengan perubahan kebiasaan makan. Jumlah sampel 62 orang, dengan teknik simple random sampling. Intrumen yang digunakan kuesioner dan formulir FFQ. Diolah menggunakan uji *Chi-square*

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang bermakna antara penggunaan media sosial dengan perubahan kebiasaan makan dengan $p < 0,05$ yaitu 0,000. Dan tidak ada hubunngan yang bermakna antara penggunaan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi *online* dengan perubahan kebiasaan makan dengan $p > 0,05$ yaitu 0,792

Penggunaan media sosial ternyata berubungan dengan perubahan kebiasaan makan, diharapkan agar mahasiswa lebih selektif menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi mengenai makanan yang bergizi.

Kata kunci : media sosial, layanan pesan antar makananan, kebiasaan makan

Sumber Literatur : 22 kepustakaan (2007-2018)

THE CORRELATION OF THE USE OF SOCIAL MEDIA AND FOOD DELIVERY SERVICE IN THE ONLINE TRANSPORTATION APPLICATION WITH CHANGE IN EATING HABITS STUDENTS CLASS 1 AND 2 STIKES PERINTIS PADANG IN 2019

viii + VII CHAPTER + 65 Page + 7 Table + 6 Attachment

ABSTRACT

The number of internet users worldwide has reached 31.7 billion and from year to year the number of internet users has grown by 7.6 percent. Whereas for social media users alone reached 3.7 billion. On social media a lot of food advertisements as well as information about food. Easy access to food through a food delivery service provided by the online transportation application. This will affect the amount of calorie intake that enters the body. So that the imbalance between energy consumption and energy expenditure will result in more nutritional status. Research purposes: to analyze the correlation of the use of social media and food delivery services in online transportation applications with student eating habits

The study design was cross sectional, to determine the relationship between the use of social media and service delivery between food in online transportation applications with changes in eating habits. Total samples was 62 people, with simple random sampling technique. The instruments used were questionnaire and FFQ form. Processed using Chi-square test

The results showed a significant correlation of the use of social media with changes in eating habits with $p < 0.05$, 0.000. And there is no meaningful correlation between the use of food delivery services in online transportation applications with changes in eating habits with $p > 0.05$, 0.792

The use of social media turns out to be related to changes in eating habits, it is hoped that students will be more selective in using social media to get information about nutritious food.

Keywords: social media, food delivery services, eating habits

Literature Sources: 22 libraries (2007-2018)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga kami mampu menyelesaikan Skripsi penelitian yang berjudul **“Hubungan Penggunaan Media Sosial dan Layanan Pesan Antar Makanan pada Aplikasi Transportasi Online dengan Perubahan Kebiasaan Makan Mahasiswa Tingkat 1 dan 2 STIKes Perintis Padang Tahun 2019”**. Shalawat dan salam kami junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan makna bagi kehidupan di dunia ini.

Dalam pembuatan dan penyusunan proposal penelitian ini penulis mendapat bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Yendrizal Jafri, S.Kep, M.Biomed selaku Ketua STIKes Perintis Padang.
2. Ibu Widia Dara,MP selaku Ketua Program Studi S-1 Gizi STIKes Perintis Padang.
3. Ibu Erina Masri,M.Biomed selaku dosen pembimbing 1 skripsi penelitian yang telah mengarahkan dan memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

4. Ibu Rahmita Yanti, M.Kes selaku dosen pembimbing 2 skripsi penelitian yang telah mengarahkan dan memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
5. Ibu Widia Dara,MP selaku dosen penguji.
6. Dosen beserta staf Prodi S-1 Gizi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis serta pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini.
7. Terutama kepada orang tua penulis Papa dan Mama yang selalu ada memberikan semangat, dorongan, dan do'a yang tulus untuk penulis serta seluruh keluarga tercinta.
8. Teman-teman seperjuangan S-1 Gizi angkatan 2015 STIKes Perintis Padang.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan Skripsi ini. Penulis berharap mudah-mudahan Skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Agustus 2019

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Umum.....	5
1.3.2 Tujuan Khusus.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Bagi Mahasiswa.....	6
1.4.2 Bagi Institusi.....	6
1.4.3 Bagi Masyarakat.....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kebiasaan Makan.....	8
--------------------------	---

2.1.1	Pengertian Kebiasaan Makan.....	8
2.1.2	Faktor yang Mempengaruhi Kebiasaan Makan.....	9
2.2	Cara Pengukuran Konsumsi.....	14
2.2.1	Metode Kualitatif.....	14
2.2.2	Metode Kuantitatif.....	19
2.3	Media sosial.....	24
2.3.1	Pengertian Media Sosial.....	24
2.3.2	Klasifikasi Media Sosial.....	25
2.3.3	Karakteristik Media Sosial.....	27
2.3.4	Fungsi Media Sosial.....	28
2.4	Aplikasi Transportasi Online.....	30
2.4.1	Sejarah Transportasi Online.....	30
2.4.2	Contoh Aplikasi Transportasi Online.....	30
2.4.3	Tujuan dan Manfaat Aplikasi Transportasi Online.....	32
2.5	Teori Lawrence Green.....	33
2.6	Kerangka Teori.....	37
2.7	Penelitian Terkait.....	37

BAB III KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS

3.1	Kerangka Konsep.....	40
3.2	Definisi Operasional.....	40
3.3	Hipotesa	41

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Desain Penelitian.....	42
4.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
4.3 Populasi dan Sampel.....	42
4.3.1 Populasi.....	42
4.3.2 Sampel.....	43
4.4 Instrument Penelitian.....	44
4.5 Pengumpulan Data.....	44
4.5.1 Data Primer.....	44
4.5.2 Data Sekunder.....	45
4.6 Pengolahan dan Analisa Data.....	45
4.6.1 Pengolahan Data.....	45
4.6.2 Analisa Data.....	46
4.7 Etika Penelitian.....	47

BAB V HASIL PENELITIAN

5.1 Gambaran Umum Penelitian.....	50
5.2 Karakteristik Responden.....	50
5.3 Hasil Penelitian.....	51
5.3.1 Analisa Univariat.....	51
5.3.2 Analisa Bivariat.....	53

BAB VI PEMBAHASAN

6.1 Keterbatasan Peneltian.....	56
---------------------------------	----

6.2 Analisa Univariat.....	56
6.2.1 Penggunaan Media Sosial.....	56
6.2.2 Penggunaan Aplikasi Transportasi Online.....	57
6.2.3 Kebiasaan Makan Mahasiswa.....	58
6.3 Analisa Bivariat.....	59
6.3.1 Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan PerubahanKebiasaan Makan Mahasiswa Tingkat 1 dan 2 STIKes Perintis Padang	59
6.3.2 Hubungan Penggunaan Aplikasi Transportasi Online dengan Perubahan Kebiasaan Makan Mahasiswa Tingkat 1 dan 2 STIKes Perintis Padang	61
BAB VII PENUTUP	
7.1 Kesimpulan	62
7.2 Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Distribusi karakteristik Responden	51
Tabel 5.2 Distribusi Frekuensi Penggunaan Media Sosial pada Mahasiswa	52
Tabel 5.3 Distribusi Frekuensi Penggunaan Layanan Pesan Antar Makanan pada Aplikasi Transportasi Online pada Mahasiswa.....	53
Tabel 5.4 Distribusi Frekuensi Kebiasaan Makan Mahasiswa.....	53
Tabel 5.5 Distribusi Penggunaan Media Sosial dengan Perubahan Kebiasaan makan.....	54
Tabel 5.6 Hubungan Penggunaan Layanan Pesan Antar Makanan pada Aplikasi Transportasi Online dengan Perubahan Kebiasaan Makan Mahasiswa	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. I Pernyataan kesediaan menjadi Responden

Lampiran. 2 Form Kuesioner Penelitian

Lampiran. 3 Form FFQ konsumsi makanan responden

Lampiran. 4 Master Tabel

Lampiran. 5 Dokumentasi

Lampiran. 6 Lembar Konsultasi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern seperti sekarang ini internet adalah salah satu hal yang sering di akses oleh semua kalangan masyarakat. Adapun pengguna internet di seluruh dunia telah mencapai angka 31,7 miliar dan dari tahun ke tahun jumlah pengguna *internet* tumbuh hingga 7,6 persen. Sedangkan untuk pengguna media sosial sendiri mencapai angka 2,2 miliar dengan pengguna mencapai 3,7 miliar. Hal ini yang menjadi fokus utama dalam pelaksanaan penelitian ini adalah berkembang pesatnya jumlah pengguna *internet* yang menurut Kemenkominfo Republik Indonesia, di Indonesia sendiri 80 persen di antaranya terdiri dari remaja 15-19 tahun. Sedangkan pada kenyataannya, remaja menggunakan hanya untuk kebutuhan edukasi saja, melainkan dipergunakan juga untuk hiburan, belanja, media sosial dan lain sebagainya (Noviandari, 2015).

Kegiatan jual-beli makanan melalui internet, baik itu melalui website maupun media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Youtube merupakan hal yang paling populer dilakukan oleh orang-orang yang terhubung ke internet. Dengan adanya media sosial orang-orang yang biasanya harus belanja secara langsung bisa berbelanja melalui media sosial yang lebih dikenal dengan *online shopping*. Pemasaran melalui media sosial (*social media marketing*) adalah bentuk pemasaran langsung atau tidak langsung untuk membangun kesadaran, dan tindakan untuk sesuatu merek, bisnis, orang, atau badan lain dan dilakukan

dengan menggunakan alat-alat dari web sosial, seperti blogging mikrologging, jejaring sosial, bookmark sosial, dan konten (Gunelius,2011). Ketika adanya media sosial perusahaan maupun pedagang kecil bisa memasarkan produknya melalui media sosial seperti instagram, facebook, youtube, dan twitter. Dengan adanya media sosial konsumen juga bisa dengan gampang melihat apa makanan terbaru dan menarik sehingga pembeli tertarik untuk membelinya. Sebuah produk yang dibuat di pulau jawa dapat dibeli oleh orang sumatera dengan adanya promosi melalui media sosial.

Selain media sosial, bukti adanya pengaruh internet yaitu dengan adanya transportasi online. Maraknya pengguna smartphone baik sistem android maupun IOS menjadikan masyarakat bergantung pada smartphone serta internet. Peluang tersebut yang menjadikan pendiri bisnis transportasi online menghadirkan ojek berbasis online. Fenomena transportasi online saat ini hangat diperbincangkan, karena pemesanan berbasis aplikasi yang mudah didownload oleh pengguna smartphone. Pemesanan aplikasi yang mudah membuat ojek online dapat diterima dengan cepat dikalangan masyarakat, serta berbagaimacam pilihan layanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang jasa (Anis Agustin, 2017).

Adanya transportasi online juga mempermudah seseorang untuk mendapatkan suatu makanan dengan hanya mengandalkan sebuah smartphone dan aplikasi transportasi online yang memiliki layanan pesan antar makanan, tanpa perlu keluar rumah kita bisa memesan makanan yang kita inginkan. Seperti yang disebutkan oleh Riswanto Tumuwe (2018) dalam jurnalnya salah satu layanan

pada aplikasi transportasi online yaitu Go-Jek adalah Go-Food. Go-Food yaitu menu layanan untuk memesan makanan di resto atau rumah makan yang telah melakukan kerja sama dengan perusahaan Go-Jek. Kemudahan dalam mengakses dan mendapatkan makanan melalui aplikasi ojek online ini sedikit banyaknya sudah merubah kebiasaan makan masyarakat.

Kebiasaan makan dipengaruhi oleh 2 faktor utama yaitu faktor ekstrinsik dan faktor intrinsik. Faktor ekstrinsik terdiri dari faktor lingkungan alam, faktor lingkungan social, faktor lingkungan budaya dan agama, dan faktor lingkungan ekonomi. Sedangkan faktor intrinsic terdiri dari faktor asosisasi emosional, faktor keadaan jasmani dan kejiwaan yang sedang sakit, dan faktor yang lebih terhadap mutu makanan (Khumaidi, 2004).

Faktor lain yang mempengaruhi kebiasaan makan yaitu faktor fisik, dimana salah satunya yaitu distribusi. Dengan adanya kemudahan dalam pendistribusian makanan melalui aplikasi transportasi online sehingga mempermudah masyarakat untuk mendapatkan makanan. Kemudahan ini akan berpengaruh kepada jumlah asupan kalori yang masuk kedalam tubuh. Sehingga ketika ketidakseimbangan antara konsumsi energi dan pengeluaran energi akan mengakibatkan status gizi lebih (I Nyoman Supariasa, 2013). Asupan energi yang berlebihan dapat menimbulkan *overweight* dan obesitas (Irene Ubro, 2014).

Berdasarkan Pemantauan Status Gizi (PSG) Kementerian Kesehatan, sekitar 25,8 persen penduduk dewasa tergolong obesitas pada 2017. Jumlah itu melonjak dua kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya 10,6

persen. Dan Sumatera Barat berada pada posisi ke 7 dari 34 provinsi dengan angka 30,1. Sementara Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan tahun 2018 menemukan adanya tren peningkatan proporsi obesitas pada orang dewasa sejak tahun 2007 sebagai berikut 10,5% (Riskesdas 2007), 14,8% (Riskesdas 2013) dan 21,8% (Riskesdas 2018).

Pengaruh globalisasi dan perkembangan media sangat mempengaruhi pola makan di negara berkembang. Informasi dapat menyebar dengan cepat di seluruh dunia. Media sosial adalah salah satu sarana yang mempermudah orang-orang untuk mendapatkan informasi. Salah satunya yaitu iklan makanan pada media sosial yang dapat merubah perilaku kesehatan masyarakat (Notoatmodjo, 2007)

Berdasarkan hasil observasi pada 28 orang mahasiswa STIKes Perintis Padang. Dari 28 orang yang menggunakan media sosial dan pernah memesan makanan melalui media sosial, 16 orang diantaranya sering memesan, dan 19 diantaranya mengaku adanya perubahan kebiasaan makan. Sedangkan dari 26 orang yang menggunakan aplikasi transportasi online dan pernah memesan makanan melalui aplikasi tersebut, diantaranya 15 orang sering memesan, dan 15 orang mengaku adanya perubahan kebiasaan makan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “ Hubungan penggunaan media sosial dan aplikasi ojek online dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa tingkat 1 dan 2 STIKes Perintis Padang ”

1.2 Rumusan Masalah

Apakah ada hubungan penggunaan media sosial dan aplikasi transportasi online dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Untuk menganalisa hubungan penggunaan media sosial dan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online dengan kebiasaan makan mahasiswa

1.3.2 Tujuan Khusus

- a. Diketuinya distribusi perubahan kebiasaan makan pada mahasiswa
- b. Diketuinya distribusi frekuensi penggunaan media sosial pada mahasiswa
- c. Diketuinya distribusi frekuensi penggunaan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online pada mahasiswa
- d. Diketuinya hubungan penggunaan media sosial dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa
- e. Diketuinya hubungan penggunaan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa

- f. Diketuinya hubungan penggunaan media sosial dan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Mahasiswa

Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mahasiswa terhadap hubungan media sosial dan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online terhadap perubahan kebiasaan makan untuk menciptakan kebiasaan makan yang lebih baik dengan adanya kemajuan teknologi.

1.4.2 Bagi Institusi

Dapat dijadikan sebagai bahan bacaan di perpustakaan dan juga sebagai sumber informasi mahasiswa mengenai pengaruh penggunaan media sosial dan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online terhadap perubahan kebiasaan makan.

1.4.3 Bagi Masyarakat

Dapat dijadikan masyarakat untuk bahan pertimbangan saat ingin menggunakan media sosial dan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online dalam hal perubahan kebiasaan makan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian yang dilakukan mengenai hubungan penggunaan media sosial dan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online dengan perubahan kebiasaan makan. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa STIKes Perintis Padang tahun 2019. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan penggunaan media sosial dan aplikasi transportasi online dengan perubahan kebiasaan makan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kebiasaan Makan

2.1.1 Pengertian Kebiasaan Makan

Kebiasaan (*habit*) adalah pola untuk melakukan tanggapan terhadap situasi tertentu yang dipelajari oleh seorang individu dan yang dilakukan secara berulang untuk hal yang sama. Kebiasaan adalah pola perilaku yang diperoleh pola praktik yang terjadi. Kebiasaan makan yaitu suatu pola kebiasaan konsumsi yang diperoleh karena terjadi berulang-ulang. Kebiasaan makan adalah tindakan manusia, dan perasaan apa yang dirasakan mengenai persepsi tentang hal itu. Arisman (2004) menyatakan bahwa “kebiasaan makan” adalah sebagai cara individu dan kelompok memilih, mengkomsumsi, dan menggunakan makanan yang tersedia yang didasarkan kepada faktor-faktor sosial dan budaya dimana mereka hidup.

Jadi kebiasaan makan adalah hasil rakitan dari bermacam-macam segi yang bersifat multidimensional. Kebiasaan makan adalah berupa apa, oleh siapa, untuk siapa, kapan dan bagaimana makanan siap diatas meja untuk disantap. Oleh karena itu kebiasaan makan dapat dipelajari dan di ukur menurut prinsip-prinsip ilmu gizi melalui pendidikan, latihan dan penyuluhan sejak manusia mulai mengenal makan untuk kelangsungan hidupnya (Abd.Kadir A, 2016)

2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Kebiasaan Makan

Menurut Khumaidi (2004) Faktor-faktor yang berpengaruh pada kebiasaan makan masyarakat pada dasarnya dapat digolongkan dua faktor utama, yaitu faktor ekstrinsik dan faktor intrinsik.

1. Faktor Ekstrinsik yaitu faktor yang berasal dari luar diri manusia. Faktor-faktor ini antarlain sebagai berikut:

- a. Faktor lingkungan alam

Pola makan masyarakat pedesaan di Indonesia pada umumnya dipengaruhi oleh jenis-jenis bahan makanan yang umum dapat diperoleh di tempat. Di daerah dengan pola pangan pokok beras biasanya belum puas atau mengatakan belum makan apabila belum makan nasi, meskipun perut sudah kenyang oleh makanan lain (non beras). Sebaliknya daerah yang berpola pangan pokok jagung atau ubi kayu akan mengeluh kurang tenaga kalau belum makan jagu atau ubi. Jadi apa yang ada dilingkungan itulah yang dikonsumsi.

- b. Faktor lingkungan sosial

Lingkungan sosial memberikan gambaran yang jelas tentang perbedaan-perbedaan kebiasaan makan. Tiap-tiap bangs dan suku bangsa mempunyai kebiasaan makan yang berbeda-beda sesuai dengan kebudayaan yang dianut turun-temurun. Suharjo (2003) mengatakan

bahwa ”unsur-unsur sosial budaya mampu menciptakan suatu kebiasaan makan secara turun temurun yang susah berubah”.

Sebagai ilustrasi dapat dikemukakan, pada sekitar tahun 2007 silam terjadi bencana kekeringan di daerah pegunungan Irian Barat dimana penduduknya pola makanan pokoknya adalah ubi, namun terjadi gagal panen karena bencana kekeringan. Maka pemerintah lewat Dolok memberikan bantuan beras, namun yang terjadi beras yang dikirim tidak dapat mengatasi masalah kelaparan. Maka akhirnya presiden memerintahkan pengiriman bantuan makanan sesuai makanan pokok daerah setempat yaitu Ubi, barulah permasalahan kelaparan dapat teratasi. Dalam suatu rumah tangga, kebiasaan makan juga sering ditentukan adanya perbedaan antara suami dan istri, orang tua dan anak-anak, tua dan muda. Asa budaya mendahulukan kepala keluarga, anggota keluarga lainnya menempati urutan berikutnya yang paling umum mendapatkan prioritas terbawah adalah ibu-ibu rumah tangga (Suhardjo, 2003)

c. Faktor lingkungan budaya dan agama

Faktor lingkungan budaya yang berkaitan dengan kebiasaan makan biasanya meliputi nilai-nilai kehidupan rohani dan kewajiban-kewajiban sosial. Pada masyarakat kita ada kepercayaan bahwa nilai spiritual yang tinggi akan dapat dicapai oleh seorang ibu atau anaknya apabila ibu tersebut sanggup memenuhi pantangan-pantangan dalam hal makanan.

Agama juga memberikan pedoman dan batasan-batasan dalam kebiasaan makan. Misalnya “ Makanlah engkau setelah lapar dan berhentilah makan sebelum kenyang” (HadisNabi). Menurut Suhardjo (2003) bahwa pantangan atau tabu makan jenis makanan tertentu hampir berlaku di semua daerah di Indonesia. Pantangan makan jenis makanan tertentu biasanya dilakukan oleh para wanita dan mencakup anak-anak yang ada di bawah asuhannya. Pantangan ini sering dikaitkan dengan masalah kesehatan dan dipelihara secara turun temurun dari leluhur ke kakek dan nenek, terus ke orang tua, anak-anak dan seterusnya ke generasi-generasi yang akan datang. Pantangan ini biasanya diikuti dengan ketat sekali, tetapi ada pula yang goyah dan berubah bahkan dihilangkan. Yang diikuti dengan ketat adalah pantangan makan makanan yang dilarang agama. Dari sudut ilmu gizi, pantangan makan jenis makanan tertentu dapat dikategorikan kedalam tiga kelompok, yaitu:

1. Haram menurut agama (Islam) yaitu pantangan yang tak boleh dipersoalkan lagi dan harus diterima tanpa perdebatan.
2. Pantangan makan jenis makanan tertentu yang tidak berdasarkan agama (kepercayaan), jenis pantangan ini sebaiknya dihapuskan, kalau jelas-jelas merugikan kondisi kesehatan gizi
3. Pantangan yang tidak jelas akibatnya terhadap kesehatan dan kondisi gizi, sebaiknya diteliti (observasi) terus untuk melihat akibatnya dalam

jangka panjang, sebagai bahan untuk memutuskan kelak, apa benar merugikan atau tidak.

d. Faktor lingkungan ekonomi

Kebiasaan makan juga sangat ditentukan oleh kelompok-kelompok masyarakat menurut taraf ekonominya. Golongan masyarakat ekonomi kuat mempunyai kebiasaan makan yang cenderung banyak, dengan konsumsi rata-rata melebihi angka kecukupannya. Sebaliknya masyarakat ekonomi paling lemah, yang justru pada umumnya produsen pangan, mereka mempunyai kebiasaan makan yang memberikan nilai gizi dibawah kecukupan jumlah maupun mutunya. Karena faktor ekonomi, tidak selalu produsen atau penyalur pangan berarti pula konsumen. Kita dengan mudah menemukan seorang anak di pasar dengan kondisi imenderita marasmus padahal ibunya seorang pedagang telur. Ibu-ibu yang terpaksa harus bekerja untuk menambah pendapatan keluarga, meninggalkan anaknya di rumah dengan diberi uang untuk jajan, makanan yang dibeli tanpa sedikitpun pertimbangan gizi. Oleh karena itu, maka lingkungan ekonomi juga merupakan salah satu determinan yang mewarnai kebiasaan makan. Seperti yang dikemukakan Suhardjo (2003) bahwa “ golongan orang yang berekonomi lemah menggunakan sebagian terbesar dari pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, pola makan cukup menghilangkan rasa lapar”

2. Faktor Intrinsik

Faktor instrinsik yaitu faktor yang berasal dari dalam diri manusia.

Faktor instrinsik ini meliputi, antara lain:

a. Faktor Asosiasi Emosional

Contoh Seorang guru Sekolah Dasar member pelajaran prakarya kepada muridnya dengan beternak ayam atau kelinci misalnya, anak itu tidak akan mau memakan daging dari hewan peliharaannya, (mungkin orang yang perilaku seperti anak tadi ada di sekitar kita) karena telah tumbuh saling kasih sayang antara yang memelihara dan yang dipelihara, sehingga kita tidak sampai hati untuk memakan daging hewan peliharaan kita itu. Karena tujuan beternak yang semula dimaksudkan untuk meningkatkan konsumsi protein tidak tercapai dan kenyataannya terganti dengan tujuan ekonomi karena produksi terpaksa dijual.

Wawasan konsumsi yang merupakan faktor internal yang ada pada tiap individu akan berpengaruh terhadap kebiasaan makan (Ahmad 2001)

b. Faktor Keadaan Jasmani dan Kejiwaan yang sedang sakit

Kebiasaan makan (food habit) juga sangat dipengaruhi oleh faktor keadaan (status) kesehatan seseorang. Di samping itu, perasaan bosan, kecewa, putus asa, stress adalah ketidak seimbangan kejiwaan yang dapat mempengaruhi kebiasaan makan. Pengaruhnya akan berdampak pada berkurangnya nafsu makan.

c. Faktor Penilaian yang Lebih Terhadap Mutu Makanan

Madu, telur ayam kampung dan beberapa jenis makanan lain sering dianggap sebagai bahan makanan superior yang melebihi mutu zat gizi yang dikandungnya. Keadaan yang demikian, apabila tampak menonjol dalam kebiasaan makan akan menimbulkan kekurangan beberapa zat gizi.

Dari segi ilmu gizi, kebiasaan makan ada yang baik yaitu menunjang terpenuhinya kecukupan gizi, tetapi tak kurang pula yang jelek yaitu yang menghambat terpenuhinya kecukupan gizi. Kebiasaan makan yang jelek antara lain tabu (pantangan) yang justru berlawanan dengan konsep-konsep gizi seperti anak-anak dilarang makan daging/ ikan dengan alasan nanti akan cacangan. Oleh karena itu, dalam program perbaikan gizi ataupun dalam program diversifikasi pangan, seharusnya kebiasaan makan yang baik dapat dipertahankan, dan kebiasaan makan yang buruk dan bertentangan dengan konsep-konsep gizi sedikit demi sedikit harus ditinggalkan melalui berbagai cara, terutama dengan meningkatkan fungsi (Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE)).

2.2 Cara Pengukuran Konsumsi

2.2.1 Metode Kualitatif

Metode yang bersifat kualitatif biasanya untuk mengetahui frekuensi makan, frekuensi konsumsi menurut jenis bahan makanan dan menggali informasi

tentang kebiasaan makan (*food habits*) serta cara-cara memperoleh bahan makanan tersebut.

a. Metode Frekuensi Makanan (Food Frequency)

Metode frekuensi makanan adalah untuk memperoleh data tentang frekuensi konsumsi sejumlah bahan makanan atau makanan jadi selama periode tertentu seperti hari, minggu, bulan atau tahun.

Menurut Supriasa (2001) langkah-langkah metode frekuensi makanan adalah :

1. Responden diminta untuk memberi tanda pada daftar yang tersedia pada kuesioner mengenai frekuensi penggunaannya dan ukuran porsi.
2. Lakukan rekapitulasi tentang frekuensi penggunaan jenis-jenis bahan makanan terutama bahan makanan yang merupakan sumber-sumber zat gizi tertentu selama periode tertentu pula.

Kelebihan metode frekuensi makanan :

1. Relatif murah dan sederhana
2. Dapat dilakukan sendiri oleh responden
3. Tidak membutuhkan latihan khusus
4. Dapat membantu untuk menjelaskan hubungan antara penyakit dan kebiasaan makan

Kekurangan metode frekuensi makanan :

1. Tidak dapat untuk menghitung intake zat gizi sehari
2. Sulit mengembangkan kuesioner pengumpulan data

3. Cukup menjemukan bagi pewawancara
4. Perlu percobaan pendahuluan untuk menentukan jenis bahan makanan yang akan masuk dalam daftar kuesioner
5. Responden harus jujur dan mempunyai motivasi tinggi.

b. Metode Riwayat Makanan (*Dietary History*)

Metode ini bersifat kualitatif 'karena memberikan gambaran pola konsumsi berdasarkan pengamatan dalam waktu yang cukup lama (bisa 1 minggu, 1 bulan, 1 tahun). Burke (1947) menyatakan bahwa metode ini terdiri dari tiga komponen, yaitu:

1. Komponen pertama adalah wawancara (termasuk *recall* 24 jam), yang mengumgulkan data tentang apa saja yang dimakan responden selama 24 jam terakhir.
2. Komponen kedua adalah tentang frekuensi penggunaan dari sejumlah bahan makanan dengan memberikan daftar (*check list*) yang sudah disiapkan, untuk mengecek kebenaran dari *recall* 24 jam tadi.
3. Komponen ketiga adalah pencatatan konsumsi selama 2-3 hari sebagai cek ulang

Langkah-langkah metode riwayat makanan :

1. Petugas menanyakan kepada responden tentang pola kebiasaan makannya. Variasi makan pada hari-hari khusus seperti hari libur, dalam keadaan sakit dan sebagainya juga dicatat. Termasuk jenis makanan,

frekuensi penggunaan, ukuran porsi dalam URT serta cara memasaknya (direbus, digoreng, dipanggang dan sebagainya).

2. Lakukan pengecekan terhadap data yang diperoleh dengan cara mengajukan pertanyaan untuk kebenaran data tersebut.

Kelebihan metode riwayat makanan :

1. Dapat memberikan gambaran konsumsi pada periode yang panjang secara kualitatif dan kuantitatif.
2. Biaya relatif murah.
3. Dapat digunakan di klinik gizi untuk membantu mengatasi masalah kesehatan yang berhubungan dengan diet pasien.

Kekurangan metode riwayat makanan :

1. Terlalu membebani pihak pengumpul data dan responden.
2. Sangat sensitif dan membutuhkan pengumpul data yang sangat terlatih.
3. Tidak cocok dipakai untuk survei-survei besar.
4. Data yang dikumpulkan lebih bersifat kualitatif.
5. Biasanya hanya difokuskan pada makanan khusus, sedangkan variasi makanan sehari-hari tidak diketahui.

c. Metode Pendaftaran Makanan (*food list*)

Metode pendaftaran ini dilakukan dengan menanyakan dan mencatat seluruh bahan makanan yang digunakan keluarga selama periode survei dilakukan (biasanya 1-7 hari). Pencatatan dilakukan berdasarkan jumlah

bahan makanan yang dibeli, harga dan nilai pembeliannya, termasuk makanan yang dimakan anggota keluarga diluar rumah. Jadi data yang diperoleh merupakan taksiran/perkiraan dari responden. Metode ini tidak memperhitungkan bahan makanan yang terbuang, rusak atau diberikan pada binatang piaraan.

Jumlah bahan makanan diperkirakan dengan ukuran berat atau URT. Selain itu dapat dipergunakan alat bantu seperti *food model* atau contoh lainnya (gambar-gambar, contoh bahan makanan aslinya dan sebagainya) untuk membantu daya ingat responden.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara yang dibantu dengan formulir yang telah disiapkan, yaitu kuesioner terstruktur yang memuat daftar bahan makanan utama yang digunakan keluarga. Karena data yang diperoleh merupakan taksiran atau perkiraan maka data yang diperoleh kurang teliti.

Langkah-langkah metode Pendaftaran Makanan :

1. Catat semua jenis bahan makanan atau makanan yang masuk ke rumah tangga dalam URT berdasarkan jawaban dari responden selama periode survei.
2. Catat jumlah makanan yang dikonsumsi masing-masing anggota keluarga baik dirumah maupun diluar rumah,
3. Jumlahkan semua bahan makanan yang diperoleh.
4. Catat umur dan jenis kelamin anggota keluarga yang ikut makan.

5. Hitung rata-rata perkiraan konsumsi bahan makanan sehari untuk keluarga.
6. Bila ingin mengetahui perkiraan konsumsi per kapita, dibagi dengan jumlah anggota keluarga.

Kelebihan metode pendaftaran makanan :

Relatif murah, karena hanya membutuhkan waktu yang singkat.

Kekurangan metode pendaftaran makanan :

1. Hasil yang diperoleh kurang teliti karena berdasarkan estimasi/perkiraan
2. Sangat subyektif, tergantung kejujuran dari responden.
3. Sangat bergantung pada daya ingat responden.

2.2.2 Metode Kuantitatif

Metode secara kuantitatif dimaksudkan untuk mengetahui jumlah makanan yang dikonsumsi sehingga dapat dihitung konsumsi zat gizi dengan menggunakan Daftar Komposisi Bahan Makanan (DKBM) atau daftar lain yang diperlukan seperti Daftar Ukuran Rumah Tangga (URT), Daftar Konversi Mentah-Masak (DKMM) dan Daftar Penyerapan Minyak.

a. Metode Food Recall 24 Jam

Prinsip dari metode *recall* 24 jam, dilakukan dengan mencatat jenis dan jumlah bahan makanan yang dikonsumsi pada periode 24 jam yang lalu.

Langkah-langkah pelaksanaan *recall* 24 jam :

1. Petugas atau pewawancara menanyakan kembali dan mencatat semua makanan atau minuman yang dikonsumsi responden dalam ukuran rumah

tangga (URT) selama kurun waktu 24 jam, 48 jam hingga 3 hari yang lalu tergantung pada tujuan survey konsumsi makanan, kemudian petugas melakukan konversi dari Ukuran Rumah Tangga (URT) seperti potong, ikat, gelas, piring dan alat atau ukuran lain yang biasa digunakan di rumahtangga ke dalam ukuran berat (gram). Daftar URT digunakan dalam menaksirkan jumlah bahan makanan, bila ingin mengkonversi dari URT kedalam ukuran berat (gram) dan ukuran volume (liter). Pada umumnya URT untuk setiap daerah dan rumah tangga berbeda-beda, oleh karena itu sebelum menggunakan daftar URT perlu dilakukan koreksis sesuai dengan URT yang digunakan. Terutama untuk ukuran-ukuran potong, buah, butir, iris, bungkus, biji, batang, ikat dan lain-lainnya, sehingga informasi dan pencatatan harus dilengkapi dengan besar dan kecil ukuran bahan makanan atau makanan tersebut

2. Menganalisis bahan makanan ke dalam zat gizi dengan menggunakan Daftar Komposisi Bahan Makanan (DKBM). DKBM adalah daftar yang memuat susunan kandungan zat-zat gizi berbagai jenis bahan makanan atau makanan. Zat gizi tersebut meliputi energi, protein, lemak, karbohidrat, beberapa mineral penting (kalsium, besi, dan vitamin, (Vitamin A, Vitamin B, Niasin dan Vitamin C).
3. Membandingkan dengan Daftar Kecukupan Gizi yang Dianjurkan (DKGA) atau Angka Kecukupan Gizi (AKG) untuk Indonesia. Untuk menilai tingkat konsumsi makanan diperoleh suatu standar kecukupan

yang dianjurkan atau Recommended Dietary Allowance (RDA) untuk populasi yang diteliti.

Kelebihan metode *recall* 24 jam :

1. Mudah melaksanakannya serta tidak terlalu membebani responden.
2. Biaya relatif murah, karena tidak memerlukan peralatan khusus dan tempat yang luas untuk wawancara
3. Cepat, sehingga dapat mencakup banyak responden.
4. Dapat digunakan untuk responden yang buta huruf
5. Dapat memberikan gambaran nyata yang benar-benar dikonsumsi individu sehingga dapat dihitung intake zat gizi sehari

Kekurangan metode *recall* 24 jam :

1. Ketepatannya sangat tergantung pada daya ingat responden Oleh karena itu responden harus mempunyai daya ingat yang baik, sehingga metode ini tidak cocok dilakukan pada anak usia di bawah 7 tahun, orang tua berusia di atas 70 tahun dan orang yang hilang ingatan atau orang yang pelupa.
2. *The flat slope syndrome*, yaitu kecenderungan bagi responden yang kurus untuk melaporkan konsumsinya lebih banyak (*over estimate*)

Dan bagi responden yang gemuk cenderung melaporkan lebih sedikit (*under estimate*)

3. Membutuhkan tenaga atau petugas yang terlatih dan terampil dalam menggunakan alat-alat bantu URT dan ketetapan alat bantu yang dipakai menurut kebiasaan masyarakat. Pewawancara harus dilatih untuk dapat

secara tepat menanyakan apa-apa yang dimakan oleh responden, dan mengenal cara-cara pengolahan makanan serta pola pangan daerah yang akan diteliti secara umum.

4. Responden harus diberi motivasi dan penjelasan tentang tujuan dari penelitian. Untuk pada saat panen, hari pasar, hari akhir pecan, pada saat melakukan upacara-upacara keagamaan, selamatan dan lain-lain.

b. *Estimated Food Record*

Metode ini disebut juga *food records* atau *diary records*, yang digunakan untuk mencatat jumlah yang dikonsumsi. Pada metode ini responden diminta untuk mencatat semua yang is makan dan minum setiap kali sebelum makan dalam Ukuran Rumah Tangga (URT) atau menimbang dalam ukuran berat (gram) dalam periode tertentu (2-4 hari berturut-turut), termasuk cara persiapan dan pengolahan makanan tersebut.

Langkah-langkah pelaksanaan *food record* :

1. Responden mencatat makanan yang dikonsumsi dalam URT atau gram (nama masakan, cara persiapan dan pemasakan bahan makanan).
2. Petugas memperkirakan/estimasi URT ke dalam ukuran berat (gram) untuk bahan makanan yang dikonsumsi tadi.
3. Menganalisis bahan makanan ke dalam zat gizi dengan DKBM.
4. Membandingkan dengan AKG

Kelebihan metode *food record* :

1. Metode ini relatif murah dan cepat.
2. Dapat menjangkau sampel dalam jumlah besar.

3. Dapat diketahui konsumsi zat gizi sehari.
4. Hasilnya relatif lebih akurat

Kekurangan metode *food record* :

1. Metode ini terlalu membebani responden, sehingga sering menyebabkan responden merubah kebiasaan makanannya.
2. Tidak cocok untuk responden yang buta huruf.
3. Sangat tergantung pada kejujuran dan kemampuan responden dalam mencatat dan memperkirakan jumlah konsumsi.

c. Penimbangan Makanan (*Food Weighing*)

Pada metode penimbangan makanan, responden atau petugas menimbang dan mencatat seluruh makanan yang dikonsumsi responden selama 1 hari. Penimbangan makanan ini biasanya berlangsung beberapa hari tergantung dari tujuan, dana penelitian dan tenaga yang tersedia.

Langkah-langkah pelaksanaan penimbangan makanan:

1. Petugas/responden menimbang dan mencatat bahan makanan/makanan yang dikonsumsi dalam gram.
2. Jumlah bahan makanan yang dikonsumsi sehari, kemudian dianalisis dengan menggunakan DKBM atau DKGJ (Daftar Komposisi Gizi Jajanan).
3. Membandingkan hasilnya dengan Kecukupan Gizi yang Dianjurkan (AKG). Perlu diperhatikan disini adalah, bila terdapat sisa makanan setelah makan maka perlu juga ditimbang sisa tersebut untuk mengetahui jumlah sesungguhnya makanan yang dikonsumsi.

Kelebihan metode penimbangan:

Data yang diperoleh lebih akurat/teliti.

Kekurangan metode penimbangan :

1. Memerlukan waktu dan cukup mahal karena perlu peralatan.
2. Bila penimbangan dilakukan dalam periode yang cukup lama, maka responden dapat merubah kebiasaan makan mereka.
3. Tenaga pengumpul data harus terlatih dan terampil.
4. Memerlukan kerjasama yang baik dengan responden.

2.3 Media Sosial

2.3.1 Pengertian Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi (Laughey, 2007; McQuail, 2003). Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam mak-na bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial (Durkheim dalam Fuchs, 2014).

Menurut Gunelius (2011) media sosial adalah penerbitan online dan alat-alat komunikasi, situs, dan tujuan dari Web 2.0 yang beakar pada percakapan, keterlibatan, dan partisipasi.

Menurut Silvia Cambie dan Yang-May Ooi (2009) Media sosial adalah sebuah media online diaman para penggnanya dapat dengan mudah berpartisipasi serta berbagi informasi. Selain berbai informasi, pengguna media sosial dapat berbagi foto, menambah wawasan, bahkan bisamencari atau menambah teman.

Andreas Kaplan dan Michel Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “ sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknoloi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generaten content.

2.3.2 Klasifikasi Media Sosial

Media sosial teknologi mengambl berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, weblog, blog sosial, microbloging, wiki, podcast, foto atau gambar, video, peringkat, dan bookmark sosial. Dengan menerapkan satu set teori-teori dalam bidang penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (self-presentasi, self-disclosure) Kaplan dan Heinlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel Horizons Bisnis yang diterbitkan tahun 2010.

Menurut Kaplan dan Heinlein ada 6 jenis media sosial :

a. Proyek Kolaborasi

Website mengizinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun me-remove konten-konten yang ada di website ini. Contohnya
Wikipedia

b. Blog dan Microblog

User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya Twitter

c. Konten

Para user dari pengguna website ini saling berbagi konten-konten media, baik seperti video, ebook, gambar dan lain-lain. Contohnya Youtube

d. Situs jejaring sosial

Aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. Contohnya Facebook

e. Virtual game world

Dunia virtual, dimana mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana user bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya game online

f. Virtual social world

Dunia virtual yang dimana penggunaannya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berinteraksi dengan yang lain. namun,

virtual social world lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan.

Contohnya Second life

2.3.3 Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial menurut Tim Humas Kementerian Perdagangan RI (2014:25-27) yaitu :

- a. Konten yang dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu.
- b. Isi pesan muncul tanpa melalui suatu gatekeeper dan tidak ada gerbang penghambat
- c. Isi disampaikan secara online dan langsung
- d. Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna.
- e. Media sosial menjadikan penggunanya sebagai kreator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri
- f. Dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (sharing), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (group)

2.3.4 Fungsi Media Sosial

Fungsi media sosial menurut Tim Humas Kementerian Perdagangan (2014:33-35) yaitu :

- a. Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan.

Berbagai aplikasi medsos dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lain, medsos juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten di dalam medsos berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi dan tendensi. Oleh karena itu, benar jika dalam arti positif, medsos adalah sebuah ensiklopedi global yang tumbuh dengan cepat. Dalam konteks ini, pengguna medsos perlu sekali membekali diri dengan kekritisan, pisau analisa yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan dan emosi yang terkontrol.

- b. Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi.

Berbagai aplikasi medsos pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga dan perorangan dapat memanfaatkannya dengan cara membentuk kebijakan penggunaan medsos dan pelatihannya bagi segenap karyawan, dalam rangka memaksimalkan fungsi medsos sesuai dengan target-target yang telah dicanangkan. Beberapa hal yang bisa

dilakukan dengan medsos, antara lain membuat blog organisasi, mengintegrasikan berbagai lini di perusahaan, menyebarkan konten yang relevan sesuai target di masyarakat, atau memanfaatkan medsos sesuai kepentingan, visi, misi, tujuan, efisiensi dan efektifitas operasional organisasi.

c. Sarana perencanaan, strategi dan manajemen.

Akan diarahkan dan dibawa ke mana medsos, merupakan domain dari penggunaannya. Oleh sebab itu, medsos di tangan para pakar manajemen dan marketing dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas customer, menjajaki market, mendidik publik, sampai menghimpun respons masyarakat.

d. Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran.

Medsos berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana masyarakat memahami suatu isu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur ditaati atau dilanggar publik, dan seperti apa keinginan dari masyarakat, akan bisa dilihat langsung melalui medsos. Pergerakan keinginan, ekspektasi, tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat terekam dengan baik di dalam medsos. Oleh sebab itu,

medsos juga dapat digunakan sebagai sarana preventif yang ampuh dalam memblok atau memengaruhi pemahaman publik.

2.4 Aplikasi Transportasi Online

2.4.1 Sejarah Aplikasi Transportasi Online

Jasa transportasi berbasis online disebut juga dengan aplikasi ridesharing yang kemunculannya di Indonesia mulai marak pada tahun 2014. Pada awal kemunculannya dimulai oleh aplikasi Uber yang mengusung UberTaxi sebagai bisnis layanan transportasi berbasis aplikasi online. Kemudian diikuti dengan kemunculan Gojek, GrabBike, GrabTaxi, dan aplikasi berbasis onlinelainnya. Terkait fenomena aplikasi berbasis online, dapat diketahui sebelum kemunculan dan maraknya aplikasi seperti Gojek, GrabBike, GrabTaxi, maupun aplikasi lainnya, kita telah mengenal terlebih dahulu Uber. Perusahaan aplikasi berbasis online ini dilahirkan oleh Garret Camp dan Travis kalanick di kota San Fransisco, Amerika Serikat sekitar pada tahun 2009. Di San Fransisco pun yang beroperasi tidak hanya Uber tetapi ada pesaing terbesarnya yaitu, Lyft dan SideCar. Di lain negara seperti halnya di Asia, aplikasi transportasi berbasis online pun sudah ada seperti EasyTaxi serta Ola di India.

2.4.2 Contoh Aplikasi Transportasi Online

a. Go-Jek

Pada prinsipnya, aplikasi Go-Jek bekerja dengan mempertemukan permintaan angkutan ojek dari penumpang dengan jasa tukang ojek yang

beroperasi di sekitar wilayah penumpang tersebut. Cukup dengan mengunduh aplikasinya dari Google Play Store, maka kita bisa memesan jasa layanan tersebut. Tarif angkutannya disesuaikan dengan jarak tempuh yang akan dicapai. Selain jasa angkutan penumpang, ada juga layanan antar barang (kurir) dan belanja.

b. Uber

Uber adalah perusahaan jaringan transportasi dari Amerika yang menggunakan aplikasi di smartphone untuk pemesanan mobil. Bedanya, armada mobil yang digunakan bukan transportasi public plat kuning, melainkan mobil pribadi bernomor polisi hitam dengan logo khusus Uber. Jika menggunakan jasa ini tidak bisa membayar tunai, tapi secara online atau kartu kredit. Tarif yang ditetapkan adalah Rp 30 ribu sebagai tarif minimal dan selanjutnya dikenakan tarif perjalanan berdasar waktu dan jarak yang ditempuh. Jenis mobil yang digunakan adalah Toyota Innova, Alphard dan Hyundai Sonata

c. Grab

Grab didirikan oleh Anthony Tan dan Hooi Ling Tan yang merupakan warga negara Malaysia, mereka melihat adanya dampak negatif dari tidak efisiennya sistem transportasi yang ada pada saat itu. Merekapun memiliki ide untuk membuat aplikasi pemesanan transportasi, khususnya taksi, yang kemudian menobatkan mereka sebagai finalis dalam Kontes Harvard Business School's 2011 Business Plan. Grab merupakan aplikasi layanan

transportasi terpopuler di Asia Tenggara yang kini telah berada di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam, menghubungkan lebih dari 10 juta penumpang dan 185.000 pengemudi di seluruh wilayah Asia Tenggara.

2.4.3 Tujuan dan Manfaat Aplikasi Transportasi Online

- a. Praktis dan mudah digunakan, layanan jasa transportasi berbasis aplikasi online ini cukup menggunakan telepon pintar yang sudah menggunakan internet dan aplikasi jasa transportasi online yang ada didalamnya, kita dapat melakukan pemesanan layanan jasa transportasi.
- b. Transparan, dengan jasa transportasi berbasis aplikasi online ini juga memungkinkan pelanggan mengetahui dengan pasti setiap informasi jasa transportasi online secara detail seperti nama driver, nomor kendaraan, posisi kendaraan yang akan dipakai, waktu perjalanan, lisensi pengemudi dan lain sebagainya
- c. Lebih terpercaya, maksudnya disini lebih terpercaya adalah para pengemudi atau driver sudah terdaftar didalam perusahaan jasa transportasi berbasis aplikasi online ini berupa identitas lengkap dan perlengkapan berkendara yang sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI) sehingga dapat meminimalisir resiko kerugian terhadap pengguna jasa transportasi ini
- d. Adanya asuransi kecelakaan bagi pengguna dan pengemudi, salah satu perusahaan jasa transportasi berbasis aplikasi online yaitu GO-JEK telah melakukan kerjasama dengan perusahaan asuransi Allianz dalam

memberikan perlindungan asuransi kecelakaan bagi para pengguna jasa transportasi GOJEK.

2.5 Teori Lawrence Green

Lawrence green menganalisis perilaku manusia dari tingkat kesehatan. Kesehatan seseorang atau masyarakat dipengaruhi oleh 2 faktor pokok, yaitu faktor perilaku (*behavior causes*) dan faktor di luar perilaku (*non-behavior causes*).

Faktor perilaku ditentukan atau dibentuk oleh :

1. Faktor predisposisi (*predisposing factor*), yang terwujud dalam pengetahuan, sikap, kepercayaan, keyakinan, nilai-nilai dan sebagainya.
2. Faktor pemungkin (*enabling factor*), yang terwujud dalam lingkungan fisik, tersedia atau tidak tersedianya fasilitas-fasilitas atau sarana-sarana kesehatan, misalnya puskesmas, obat-obatan, alat-alat steril dan sebagainya
3. Faktor pendorong (*reinforcing factor*), yang terwujud dalam sikap dan perilaku petugas kesehatan atau petugas lain, yang merupakan kelompok referensi dari perilaku masyarakat.

Pengukuran hasil, ketiga domain itu diukur dari :

1. Pengetahuan (*knowlegde*)

Pengetahuan adalah hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Tanpa pengetahuan seseorang tidak mempunyai dasar untuk mengambil keputusan dan menentukan tindakan terhadap masalah yang dihadapi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang :

- 1) Faktor internal : faktor dari dalam diri sendiri, misalnya intelegensia, minat, kondisi fisik.

- 2) Faktor eksternal : faktor dari luar diri, misalnya keluarga, masyarakat, sarana.
- 3) Faktor pendekatan belajar : faktor upaya belajar, misalnya strategi dan metode dalam pembelajaran.

Ada enam tingkatan domain pengetahuan yaitu :

- 1) Tahu (*know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat kembali (*recall*) terhadap suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya.

- 2) Memahami (*compehension*)

Suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar.

- 3) Aplikasi

Diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi kondisi yang sebenarnya.

- 4) Analisis

Suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek kedalam komponen-komponen tetapi masih dalam satu struktur organisasi dan ada kaitannya dengan yang lain.

- 5) Sintesa

Suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian dalam suatu bentuk keseluruhan baru.

- 6) Evaluasi

Berkaitan dengan kemampuan untuk melaksanakan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi/objek.

2. Sikap (*attitude*)

Sikap merupakan reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu stimulus atau objek. Allport (1954) menjelaskan bahwa sikap mempunyai tiga komponen pokok :

- 1) Kepercayaan (keyakinan), ide, konsep terhadap suatu objek
- 2) Kehidupan emosional atau evaluasi terhadap suatu objek
- 3) Kecenderungan untuk bertindak (*tend to behave*)

Seperti halnya pengetahuan, sikap ini terdiri dari berbagai tingkatan :

1) Menerima (*receiving*)

Menerima diartikan bahwa orang (subyek) mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan (obyek)

2) Merespon (*responding*)

Memberikan jawaban apabila ditanya, mengerjakan, dan menyelesaikan tugas yang diberikan adalah suatu indikasi dari sikap.

3) Menghargai (*valuing*)

Mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan suatu masalah adalah suatu indikasi sikap tingkat tiga

4) Bertanggung jawab (*responsible*)

Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah dipilihnya dengan segala resiko merupakan sikap yang paling tinggi.

3. Tindakan (*practice*)

Suatu sikap belum otomatis terwujud dalam suatu tindakan (*overt behavior*). Untuk mewujudkan sikap menjadi suatu perbuatan yang nyata diperlukan faktor pendukung atau suatu kondisi yang memungkinkan,

antara lain adalah fasilitas dan faktor dukungan (*support*) praktik ini mempunyai beberapa tingkatan :

1) Persepsi (*perception*)

Mengenal dan memilih berbagai objek sehubungan dengan tindakan yang akan diambil adalah merupakan praktik tingkat pertama

2) Respon terpimpin (*guide response*)

Dapat melakukan sesuatu sesuai dengan urutan yang benar dan sesuai dengan contoh adalah merupakan indikator praktik tingkat kedua

3) Mekanisme (*mecanism*)

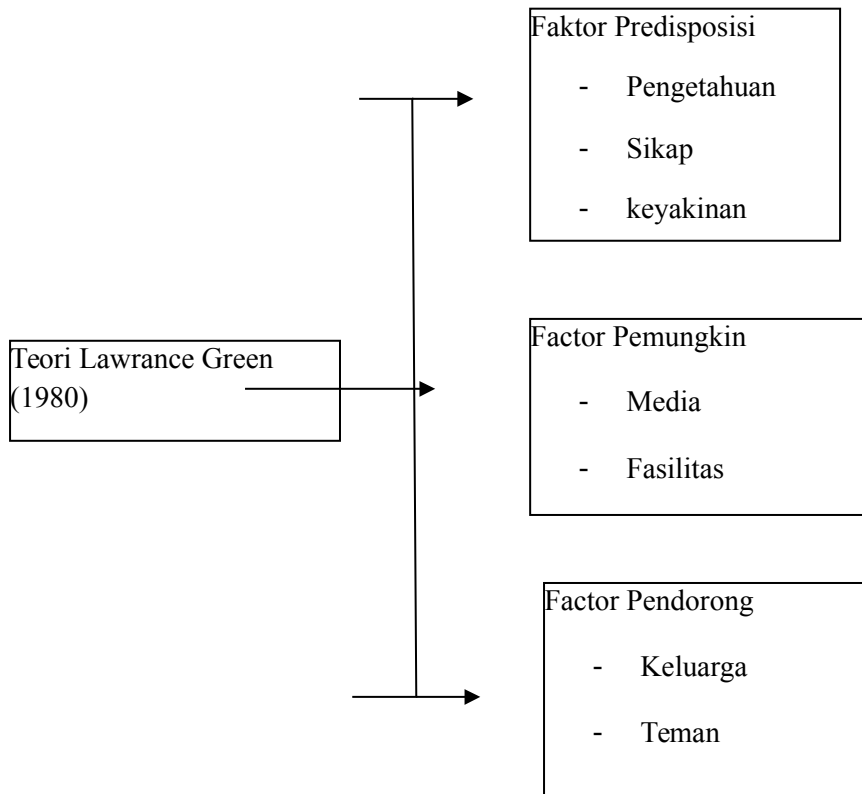
Apabila seseorang telah dapat melakukan sesuatu dengan benar secara otomatis, atau sesuatu itu sudah merupakan kebiasaan, maka ia sudah mencapai praktik tingkat tiga

4) Adopsi (*adoption*)

Adopsi adalah suatu praktek atau tindakan yang sudah berkembang dengan baik. Artinya tindakan ini sudah dimodifikasi tanpa mengurangi kebenaran tindakan tersebut.

Pengukuran perilaku dapat dilakukan secara langsung yakni dengan wawancara terhadap kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan beberapa jam, hari atau bulan yang lalu (*recall*). Pengukuran juga dapat dilakukan secara langsung, yakni dengan mengobservasi tindakan atau kegiatan responden.

2.6 Kerangka Teori



2.7 Penelitian Terkait

N O	NAMA	TAHUN	JUDUL	HASIL
1	Charles Surjadi	2013	Globalisasi dan Pola Makan Mahasiswa: Studi Kasus di Jakarta	1. Globalisasi mengubah pola makan mahasiswa berupa peningkatan konsumsi makanan di luar rumah, mengkonsumsi lebih banyak makanan

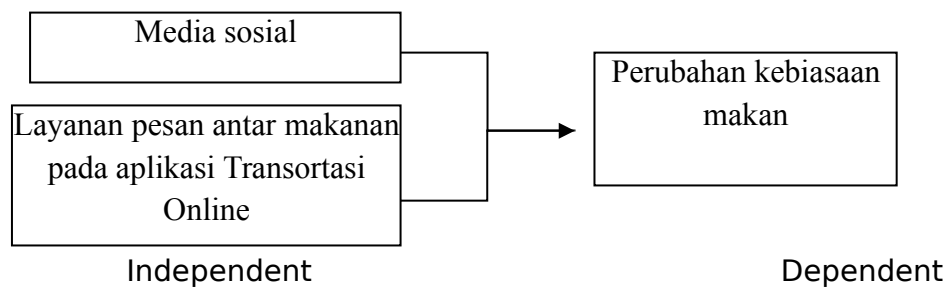
				<p>olahan. Proses terjadinya kondisi</p> <p>2. Proses globalisasi mengubah pola makan terjadi melalui banyak cara, melalui restoran dan metode promosi mereka, tidak adanya kebijakan universitas dan perubahan gaya hidup keluarga.</p>
2	Kadeni dan Nini Srijani	2018	Pengaruh media sosial dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa	<p>1. Ada pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa</p> <p>2. Ada pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa</p> <p>3. Ada pengaruh media sosial dan teman sebaya secara bersamaan terhadap perilaku konsumtif</p>
3	Riswanto Tumuwe	2018	Pengguna ojek online di kalangan mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado	<p>Minat para mahasiswa memanfaatkan Ojek Online memang menimbulkan pro kontra antar Ojek online dan Ojek konvensional. Tetapi, sebagai suatu realitas sosial budaya dan antropologis kenyataannya Ojek online telah banyak diminati para</p>

				mahasiswa Univeristas Sam Ratulangi.
4	Moch Hari Purwidiatoro, Dany Fajar Kristanto S.W, dan Widiyanto Hadi	2016	Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengembangan Usaha Keil Menengah (UKM)	Penggunaan media sosial dapat meningkatkan penjualan hingga lebih dari 100% apabila perusahaan melakukan <i>update</i> informasi secara konsisten melalu media sosial setiap hari

BAB III

KERANG KONSEP DAN HIPOTESIS

3.1 Kerangka Konsep



Gambar 3.1 Kerangka Konsep Penelitian

3.2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Alat Ukur	Hasil Ukur	Skala
----------	----------	-----------	------------	-------

	Operasional		Kriteria	Nilai	ukur
Penggunaan media sosial	Keterpaparan responden terhadap iklan makanan di media sosial	kuesioner	1. Sering 2. Jarang	1. Jika ≥ 3 kali/minggu 2. Jika < 3 kali/minggu	ordinal
Penggunaan aplikasi transportasi online	Digunakannya layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online oleh responden untuk mendapatkan makanan	kuesioner	1. Sering 2. Jarang	1. Jika > 2 kali/minggu 2. Jika ≤ 2 kali/minggu	ordinal
Kebiasaan makan	Kebiasaan responden dalam mengkonsumsi makanan olahan	<i>Food frequency</i>	1. Baik 2. Tidak baik	1 = Jika pola makan sesuai dengan PUGS (membatasi konsumsi makanan asin, manis, dan berlemak, banyak makan sayur dan cukup buah-buahan, membiaskan makan lauk pauk protein tinggi) (KemenkesRI, 2014) 0 = jika pola makan tidak sesuai dengan	Ordinal

				PUGS	
--	--	--	--	------	--

3.3 Hipotesa

H_{a1} = adanya hubungan penggunaan media sosial dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa

H_{a2} = adanya hubungan penggunaan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa.

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Desain penelitian

Penelitian ini ialah penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain *cross sectional*. Desain *cross sectional* merupakan desain studi penelitian yang meneliti variabel terikat (*dependent*) dan variabel bebas (*independent*) secara bersamaan. Variabel terikat pada penelitian ini adalah perubahan kebiasaan makan mahasiswa. Dan variabel bebas adalah media sosial dan layanan pesan antar makanan pada aplikasi ojek online.

4.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di STIKes Perintis Padang pada bulan Maret sampai Juni 2019.

4.3 Populai dan Sampel

4.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian atau objek yang diteliti (Notoatmodjo,2010). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa tingkat 1 dan 2 prodi S1 gizi dan D4 Analis Kesehatan STIKes perintis Padang yang berjumlah 164 orang.

4.3.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel, Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin seperti berikut (Umar 2000):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan: n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (misalnya,1%,5%,10%)

Jadi jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini yaitu :

$$n = 164/1 + 164(0.1^2) = 62 \text{ orang}$$

Sampel ditentukan secara proporsional dengan teknik *random sampling* dengan metode acak sederhana setiap nomor absen dilangkahi 2, 4, 6, dst.

Sampai didapati jumlah orang dengan rincian dibawah :

- a. S1 gizi tingkat 1 : $37/164 \times 62 = 14$ orang
- b. S1 gizi tingkat 2 : $35/164 \times 62 = 13$ orang
- c. D4 analis kesehatan tingkat 1 : $47/164 \times 62 = 18$ orang
- d. D4 analis kesehatan tingkat 2 : $45/164 \times 62 = 17$ orang

Kriteria pemilihan sampel :

a. Kriteria inklusi

1. Menggunakan media sosial dan aplikasi ojek online
2. Bersedia dijadikan sampel penelitian
3. Dapat berkomunikasi dengan baik

b. Kriteria eksklusi

1. Sampel tidak berada ditempat saat penelitian atau dalam keadaan sakit
2. Tidak menggunakan media sosial dan aplikasi transportasi online
3. Sampel tidak bersedia menjadi sampel

4.4 Instrument Penelitian

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner disini diartikan sebagai daftar pernyataan yang sudah tersusun dengan baik, dimana responden (objek penelitian) tinggal memberikan jawaban (Notoatmodjo,2010). Dan alat yang digunakan untuk mengetahui kebiasaan makan yaitu formulir *food frequency*.

4.5 Pengumpulan Data

4.5.1 Data Primer

Data primer dikumpulkan oleh peneliti yang terdiri dari penggunaan media sosial dan aplikasi ojek online didapat dengan menggunakan kuesioner. Serta data kebiasaan makan responden yang didapat dengan mengisi formulir *food frequency*.

4.5.2 Data sekunder

Data sekunder meliputi gambaran umum lokasi penelitian, gambaran umum responden berisikan tentang nama mahasiswa, angkatan, dan program studi.

4.6 Pengolahan dan Analisa Data

4.6.1 Pengolahan Data

Data ini diolah dengan cara komputerisasi dengan program SPSS pengolahan data dilakukan dengan tahap-tahap sebagai berikut :

- a. Editing

Merupakan kegiatan memeriksa semua kuesioner satu persatu, untuk memastikan apakah kuesioner yang diperoleh dapat dibaca, semua pertanyaan telah terjawab, atau ada kesalahan-kesalahan lain.

b. Coding

Kegiatan memberi kode dan informasi terhadap terhadap data yang telah terkumpul diubah dalam bentuk yang lebih ringkas dengan memberi kode.

c. Data Entri

Kegiatan untuk memasukkan semua data yang telah diberi kode dipindahkan kedalam microsoft excel

d. Pembersihan Data (Cleaning)

Pengecekan kembali data yang telah dimasukkan untuk melihat kemungkinan adanya kesalahan-kesalahan kod, ketidaklengkapan dan sebagainya.

4.6.2 Analisa Data

4.6.2.1 Univariat

Analisis univariat untuk menggambarkan karakteristik variabel media sosial dan aplikasi ojek online terhadap perubahan kebiasaan makan pada mahasiswa dengan melihat distribusi frekuensi.

4.6.2.2 Bivariat

Analisis bivariat untuk melihat hubungan penggunaan media sosial dan aplikasi ojek online dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa apakah bermakna atau tidak.

Analisis bivariat yang digunakan adalah uji statistik Chi Square tingkat kepercayaan 95% dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rumus : } X^2 = \sum \frac{[(O-E)-0.05]^2}{E}$$

Keterangan :

X = Chi Square

\sum = jumlah/ total

O = Observed (nilai yang diamati)

E = Expected (nilai yang diharapkan)

1. Jika nilai $p < 0,05$ berhubungan secara bermakna antara penggunaan media sosial dan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online dengan perubahan kebiasaan makan pada mahasiswa

2. Jika nilai $p > 0,05$ tidak berhubungan secara bermakna antara penggunaan media sosial dan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online dengan perubahan kebiasaan makan pada mahasiswa

4.7 Etika Penelitian

Menurut Nursalam (2006) terdapat 3 macam prinsip etika dalam penelitian atau pengumpulan data yang harus diperhatikan oleh setiap peneliti, yaitu :

1. Prinsip menghargai hak asasi manusia (*respect human determination*)
 - a. Hak untuk ikut/tidak menjadi responden (*right to self determination*)

Setiap responden dalam penelitian ini harus dilakukan secara manusiawi. Responden dapat memutuskan bersedia atau tidak sebagai responden dalam penelitian, karena responden memiliki hak untuk menolak tanpa adanya sangsi apapun.

- b. Hak untuk mendapatkan jaminan dari perlakuan yang diberikan (*right to full discover*)

Peneliti harus memberikan penjelasan kepada responden secara rinci serta akan bertanggung jawab apabila terjadi sesuatu pada responden

- c. Persetujuan yang diberikan oleh klien atau keluarganya atas dasar informasi (*informed consen*)

Saat dilakukan penelitian, responden harus mendapatkan informasi secara lengkap dari tujuan penelitian yang akan dilaksanakan, dan mempunyai hak untuk menolak menjadi responden. Pada *informed consent*, perlu dicantumkan bahwa data yang telah diperoleh hanya untuk pengembangan ilmu

2. Prinsip keadilan (*right to justice*)

a. Hak untuk mendapatkan pengobatan yang adil (*right in fair treatment*)

Sebelum, selama, dan sesudah keikutsertaannya dalam penelitian, responden harus dilakukan secara adil oleh peneliti dan tanpa adanya diskriminasi apabila responden tidak bersedia atau dikeluarkan dari penelitian

b. Hak dijaga kerahasiaannya (*right to privacy*)

Responden mempunyai hak untuk meminta bahwa data yang diberikan harus dirahasiakan, sehingga perlu adanya tanpa nama (*anonymity*) dan rahasia (*confidentiality*).

3. Prinsip manfaat

a. Risiko (*benefits ratio*)

Peneliti harus hati-hati mempertimbangkan risiko dan keuntungan yang akan berakibat bagi responden pada setiap tindakan.

b. Bebas dari eksploitasi

Responden harus diyakinkan bahwa partisipasinya dalam penelitian atau informasi yang telah diberikan, tidak akan digunakan dalam hal-hal yang dapat merugikan responden. Partisipasi responden dalam penelitian ini harus dihindarkan dari keadaan yang tidak menguntungkan.

BAB V

HASIL PENELITIAN

5.1 Gambaran Umum Penelitian

Yayasan Perintis didirikan sejak 21 Juli 1988 sesuai dengan AKTA No.88. Tujuannya yaitu membantu dalam melaksanakan upaya-upaya pendidikan tenaga kesehatan. Dikarenakan tidak semua tamatan SMA/ sederajat yang berminat pada pendidikan kesehatan memiliki kesempatan untuk kuliah di Perguruan Tinggi kesehatan dibawah naungan Departemen Kesehatan.

Pada awal didirikan, Yayasan Perintis mengelola Sekolah Analisa Kesehatan di Padang pada tahun 1988. Kemudian tahun 1989 didirikan Akademi Keperawatan Perintis Bukittinggi.

Tahun 1995 SMAK menjadi Akademi Analisa Kesehatan (AAK) setara dengan DIII sesuai surat keputusan Menteri Kesehatan RI No. HK 00.06.13.5946. Pada tahun yang sama Mendikbud RI No. SK.082/D/O/1995 berdiri pula Akademi Gizi. Tahun 1997 Yayasan Perintis mendirikan Sekolah Tinggi Farmasi. Pada tahun 2006 melalui Kepmendiknas No. 162/D/O/2006 dikeluarkan izin dua program studi S1 Keperawatan dan DIII kebidanan. Melalui Kepmendiknas No. 17/D/2007 untuk program studi S1 Gizi dan DIV Analisis Kesehatan.

5.2 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa tingkat 1 dan 2 prodi S1 Gizi dan DIV Analisis Kesehatan di Stikes Perintis Padang

Dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 5.1 Distribusi karakteristik Responden

		frekuensi	Persen (%)
Jenis kelamin	Perempuan	54	87,1
	Laki-laki	8	12,9
Uang jajan	Rendah (Rp. 500.000- Rp.1000.000)	28	45,2

	Tinggi (>Rp. 1000.000)	34	54,8
Program studi	S1 gizi	27	43,5
	D4 kesehatan analis	35	56,5
Tahun angkatan	2017	32	51,6
	2018	30	48,4
Pengetahuan terhadap kebiasaan makan	Baik	57	91,9
	Kurang baik	5	8,1
Sikap terhadap kebiasaan makan	Baik	57	91,9
	Kurang baik	5	8,1

Dari tabel 5.1 dapat diketahui bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini hampir dari semua populasi (87,1%) yaitu berjenis kelamin perempuan. 54,8% memiliki uang jajan tinggi, 91,9% memiliki pengetahuan dan sikap yang baik mengenai kebiasaan makan.

5.3 Hasil Penelitian

5.3.1 Analisis Univariat

Analisa univariat dilakukan untuk mengetahui distribusi frekuensi masing-masing variabel yang diteliti meliputi penggunaan media sosial, penggunaan aplikasi transportasi online, dan kebiasaan makan.

5.3.1.1 Penggunaan Media Sosial

Pengukuran penggunaan media sosial dilakukan dengan kuesioner yang diberikan langsung dan didapatkan mahasiswa STIKes Perintis Padang yang menggunakan media sosial yaitu sebagai berikut :

Tabel 5.2 Distribusi Frekuensi Penggunaan Media Sosial pada Mahasiswa

Penggunaan Media Sosial	F	%
Sering	39	62,9
Jarang	23	37,1
TOTAL	62	100

Berdasarkan tabel 5.2 lebih dari setengah responden (62,9%) sering menggunakan media sosial.

5.3.1.2 Penggunaan Layanan Pesan Antar Makanan pada Aplikasi Transportasi Online

Pengukuran penggunaan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online dilakukan dengan kuesioner yang diberikan langsung dan didapatkan mahasiswa STIKes Perintis Padang yang menggunakan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online yaitu sebagai berikut :

Tabel 5.3 Distribusi Frekuensi Penggunaan Layanan Pesan Antar Makanan pada Aplikasi Transportasi Online pada Mahasiswa

Penggunaan Aplikasi Transportasi Online	F	%
Sering	24	38,7
Jarang	38	61,3
TOTAL	62	100

Berdasarkan tabel 5.3 diketahui bahwa kurang dari setengah (38,7%) mahasiswa sering menggunakan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online.

5.3.1.3 Kebiasaan Makan Mahasiswa

Kebiasaan makan mahasiswa diukur menggunakan formulir kuesioner *FFQ* (*Food Frequency*) yang diisi langsung oleh responden dimana responden terlebih dahulu diberitahu tentang cara pengisian formulir *FFQ*.

Hasil yang didapatkan diantaranya yaitu :

Tabel 5.4 Distribusi Frekuensi Kebiasaan Makan Mahasiswa

Kebiasaan Makan	F	%
Baik	22	35,5
Tidak baik	40	64,5
TOTAL	62	100

Berdasarkan tabel 5.4 diketahui bahwa lebih dari setengah (64,5%) responden memiliki kebiasaan makan yang tidak baik.

5.3.2 Analisis Bivariat

5.3.2.1 Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Perubahan

Kebiasaan Makan Mahasiswa.

Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Perubahan Kebiasaan

Makan Mahasiswa dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.5 Distribusi Penggunaan Media Sosial dengan Perubahan Kebiasaan makan.

Penggunaan media sosial	Kebiasaan makan				Total	%	P value
	Baik		Tidak baik				
	F	%	F	%			
Sering	7	11,3	32	51,6	39	62,9	0,000
Jarang	15	24,2	8	12,9	23	37,1	
Total	22	35,5	40	64,5	62	100	

Berdasarkan tabel 5.5 proporsi responden penggunaan media sosial sering dengan kebiasaan makan tidak baik (51,6%) lebih tinggi dibandingkan penggunaan media sering yang memiliki kebiasaan makan baik (11,3%). Berdasarkan hasil uji statistik didapatkan ada hubungan bermakna antara penggunaan media sosial dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa tingkat 1 dan 2 di STIKes Perintis Padang tahun 2019 dengan P value = 0,000 ($p < 0,05$).

Tabel 5.6 Penggunaan masing-masing Media Sosial dengan Perubahan Kebiasaan makan

Media Sosial	Kebiasaan makan				Total pengguna
	Baik	%	Tidak baik	%	
Instagram	22	35,5	39	62,9	61 orang
Whatsapp	22	35,5	39	62,9	61 orang
Facebook	18	29	29	46,8	47 orang
Youtube	18	29	37	59,7	55 orang

Berdasarkan tabel 5.6 instagram dan whatapps merupakan media sosial yang paling banyak digunakan dan merupakan media sosial dengan pengguna yang memiliki kebiasaan makan yang tidak baik paling tinggi yaitu 62,9%.

5.3.2.2 Hubungan Penggunaan Layanan Pesan Antar Makanan pada Aplikasi Transportasi Online dengan Perubahan Kebiasaan Makan Mahasiswa.

Hubungan Penggunaan layanan pesan antar makanan pada Aplikasi Transportasi Online dengan Perubahan Kebiasaan Makan Mahasiswa dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.7 Distribusi Penggunaan layanan pesan antar makanan pada Aplikasi Transportasi Online dengan Perubahan Kebiasaan makan

Penggunaan Aplikasi Transportasi Online	Kebiasaan makan				Total	%	<i>P value</i>
	Baik		Tidak baik				
	F	%	F	%			
Sering	9	14,5	15	24,2	24	38,7	0,792
Jarang	13	21	25	40,3	38	61,3	
Total	22	35,5	40	64,5	62	100	

Berdasarkan tabel 5.7 responden penggunaan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online sering dengan kebiasaan makan baik yaitu 14,5% sedangkan penggunaan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online jarang yang memiliki kebiasaan makan baik yaitu 21%. Berdasarkan hasil uji statistik didapatkan tidak ada hubungan bermakna antara penggunaan aplikasi transportasi online dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa tingkat 1 dan 2 di STIKes Perintis Padang tahun 2019 dengan *P value* = 0,792 ($p < 0,05$).

BAB VI

PEMBAHASAN

6.1 Keterbatasan Penelitian

Kebiasaan makan diketahui melalui formulir *FFQ*. Yang mana metode ini sangat tergantung pada kemampuan responden dalam mengingat makanan apa yang dimakan.

Pengambilan data dilakukan dengan cara pengisian kuesioner yang diisi sendiri oleh responden. Hal tersebut menjadikan kejenuhan bagi responden sehingga jawaban yang diperoleh kadang tidak memuaskan atau asal jawab.

6.2 Analisa Univariat

Hasil pembahasan hubungan penggunaan media sosial dan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa tingkat 1 dan 2 di Stikes Perintis Padang adalah sebagai berikut :

6.2.1 Penggunaan Media Sosial

Hasil dari penelitian yang dilakukan pada mahasiswa tingkat 1 dan 2 prodi S1 Gizi dan D4 Analis Kesehatan Stikes Perintis Padang didapatkan lebih dari setengah mahasiswa sering menggunakan media sosial yaitu 39 orang (62,9%). Hasil ini sesuai dengan penelitian Diniari (2016) yang mengatakan bahwa mahasiswa yang menggunakan media sosial dalam durasi lama yaitu berjumlah 46 orang (54,8%) dan yang menggunakan media sosial dalam durasi singkat yaitu 38 orang (45,2%).

Riset yang dipublikasikan oleh Crowdtap, Ipsos MediaCT, dan The Wall Street Journal pada tahun 2014 melibatkan 839 responden dari usia 16 hingga 36 tahun menunjukkan bahwa jumlah waktu yang dihabiskan khalayak untuk mengakses internet dan media sosial mencapai 6 jam 46 menit per hari, melebihi aktivitas untuk mengakses media tradisional (Nasrullah, 2015)

Dari penelitian ini didapatkan bahwa media sosial yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa yaitu instagram (98,4%) whatsapp (98,4%), youtube (88,7%) dan facebook (75,8%).

6.2.2 Penggunaan Layanan Pesan Antar Makanan pada Aplikasi

Transportasi Online

Hasil dari penelitian yang dilakukan pada mahasiswa tingkat 1 dan 2 prodi S1 Gizi dan D4 Analis Kesehatan Stikes Perintis Padang didapatkan kurang dari setengah mahasiswa sering menggunakan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online yaitu 24 orang (38,7%) dan yang jarang menggunakan layanan pesan antar makanan pada aplikasi transportasi online yaitu 38 orang (61,3%).

Didukung oleh penelitian Irawan (2018) didapatkan sebanyak 18 mahasiswa yang tinggal di rumah dan 22 mahasiswa yang tinggal di kos memiliki frekuensi penggunaan layanan 1 kali setiap minggu. Sedangkan penggunaan layanan 4-6 kali dan > 6 kali setiap minggu, pada mahasiswa yang tinggal di rumah menempati jumlah terendah yaitu 2 mahasiswa. Penggunaan layanan daring lebih dari 6 kali setiap minggu, pada mahasiswa yang tinggal di kos menempati jumlah terendah yaitu 2 mahasiswa.

Sejalan dengan penelitian Palahuddin (2016) frekuensi jasa Go-Food 1-3 kali/bulan berjumlah 59 orang (73,75%), 4-6 kali/bulan 19 orang (23,75%), dan 7-9 kali/bulan 2 orang (2,5%).

6.2.3 Kebiasaan Makan Mahasiswa

Hasil dari penelitian yang dilakukan pada mahasiswa tingkat 1 dan 2 prodi S1 Gizi dan D4 Analis Kesehatan Stikes Perintis Padang didapatkan lebih dari setengah mahasiswa (64,5%) memiliki kebiasaan makan yang tidak baik seperti sering mengonsumsi mie instan dan goreng-gorengan serta kurangnya konsumsi sayuran dan buah-bahan. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Khairiyah (2016) bahwa dari 650 mahasiswa, lebih banyak mahasiswa yang memiliki pola makan kurang yaitu 59,5%. Pola makan mahasiswa yang kurang dan lebih dari anjuran standar yang direkomendasikan Pedoman Gizi Seimbang masih cukup banyak, sedangkan pola makan cukup hanya sedikit.

Menurut hasil penelitian Putri (2013) dari 84 orang siswi, didapatkan 62 orang (73,8%) sudah menjalankan perilaku makan yang sehat, sedangkan 22 siswi (26,2%) masih memiliki perilaku makan yang tidak sehat. Hasil ini

menggambarkan sebagian kecil siswi penelitian masih memiliki sikap perilaku makan yang tidak sehat.

6.3 Analisa Bivariat

6.3.1 Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Perubahan Kebiasaan

Makan Mahasiswa Tingkat 1 dan 2 STIKes Perintis Padang

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa ($p < 0,05$)

yang berarti ada hubungan bermakna antara penggunaan media sosial dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa tingkat 1 dan 2 Stikes Perintis Padang. Dengan hasil penelitian diketahui dari 39 responden yang sering menggunakan media sosial, 32 orang mahasiswa (51,6%) memiliki kebiasaan makan yang tidak baik dan 7 orang mahasiswa (11,3%) memiliki kebiasaan makan yang baik. Sedangkan 23 orang mahasiswa yang jarang menggunakan media sosial, 8 orang mahasiswa (12,9) memiliki kebiasaan makan tidak baik dan 15 orang (24,2%) memiliki kebiasaan makan yang baik.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Putri (2013) diketahui bahwa dari 54 responden yang dipengaruhi oleh media atau periklanan, 45 siswi (83,3%) melakukan perilaku makan yang sehat dan 9 siswi (16,7%) memiliki perilaku makan yang tidak sehat. Sedangkan 30 orang siswi yang tidak dipengaruhi oleh media atau periklanan, 17 orang (56,7%) diantaranya memiliki perilaku makan yang sehat dan 13 orang (43,3%) masih memiliki perilaku makan yang tidak sehat. Dari hasil uji statistik, didapatkan nilai $p = 0,016$, maka ini berarti ada hubungan yang signifikan antara faktor media atau periklanan dengan perilaku makan.

Secara teoritis, ini disebabkan karena siswi yang merupakan remaja usia sekolah adalah kelompok masyarakat yang relatif rentan terhadap iklan ataupun media, seperti iklan makanan cepat saji atau iklan mengenai gaya hidup terkini. Teori lain yang berkaitan dengan penelitian ini adalah teori yang dikemukakan oleh Maurer & Smith (2005) bahwa televisi mempunyai hubungan dengan peningkatan konsumsi makanan tinggi lemak, gula, garam dan minuman berkarbonat serta rendah serat, serta makanan yang ditayangkan lewat televisi beresiko memberi pengaruh pada perilaku makan anak

Banyak juga dari pengguna instagram dan whatsapp memiliki kebiasaan makan yang buruk yaitu 39 orang (62,9%) terdapat pada tabel 5.6. Hal ini disebabkan karena pengguna instagram yang sering melihat iklan di instagram, atau melihat jual-beli makanan di instagram akan memesannya melalui aplikasi whatsapp. Dan hal itu bisa menjadi kebiasaan dan mempengaruhi kebiasaan makan mahasiswa.

Didukung oleh penelitian Freisling, Haas, dan Elamdafa tahun 2009 yang menemukan bahwa iklan makanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku makan pada remaja. Selain menjadi media pemasaran makanan, media massa juga mempunyai peranan yang penting sebagai sumber informasi gizi dari booklet, internet, artikel, majalah, dan koran mengonsumsi buah dan sayur setiap hari. Sedangkan remaja yang terpapar iklan komersial di televi dan radio, kemungkinan mengganggu konsumsi buah dan sayur setiap hari.

6.3.2 Hubungan Penggunaan Layanan Pesan Antar Makanan pada Aplikasi Transportasi Online dengan Perubahan Kebiasaan Makan Mahasiswa Tingkat 1 dan 2 STIKes Perintis Padang

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa ($p > 0,05$) yaitu $p = 0,792$ yang berarti tidak ada hubungan bermakna antara penggunaan media sosial dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa tingkat 1 dan 2 Stikes Perintis Padang. Belum ditemukan penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian ini.

Tidak ada hubungan antara aplikasi transportasi online dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa dikarenakan Faktor pemungkin (*enabling factor*) yaitu kurangnya frekuensi penggunaan (Tabel 5.3) layanan pesan antar makanan pada penggunaan aplikasi transportasi online dalam kehidupan sehari-hari.

BAB VII

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dan berdasarkan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Lebih dari setengah mahasiswa STIKes Perintis Padang sering menggunakan media sosial yaitu 39 orang (62,9%).
2. Kurang dari setengah mahasiswa STIKes Perintis Padang sering menggunakan aplikasi transportasi online yaitu 24 orang (38,7%) dan yang jarang menggunakan aplikasi transportasi online yaitu 38 orang (61,3%).
3. Lebih dari setengah (64,5%) mahasiswa STIKes Perintis Padang memiliki kebiasaan makan yang tidak baik seperti sering mengkonsumsi mie instan dan goreng-gorengan serta kurangnya konsumsi sayuran dan buah-bahan.
4. Terdapat hubungan bermakna antara penggunaan media sosial dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa tingkat 1 dan 2 Stikes Perintis Padang ($p\text{ value} = 0,000$).
5. Tidak terdapat hubungan bermakna antara penggunaan media sosial dengan perubahan kebiasaan makan mahasiswa tingkat 1 dan 2 Stikes Perintis Padang ($p\text{ value} = 0,792$)

7.2 Saran

1. Diharapkan agar mahasiswa lebih selektif dalam menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi mengenai makanan yang begizi agar tidak menjadi pengguna media sosial yang konsumtif.

2. Diharapkan semoga penelitian ini dapat mejadi referensi bagi penelitian yang akan datang.
3. Semoga masyarakat dapat menjadi lebih bijak dalam menggunakan media sosial dan layanan pesan antar makanan, yaitu dengan memilih makanan yang lebih bergizi.

DAFTAR PUSTAKA

Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157.

- DILA, Y. P. (2014). Faktor–Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Makan Pada Remaja Putri Di Sma Negeri 10 Padang Tahun 2013.
- Diniari, N. K. S., & Sanglah, R. S. U. P. Durasi Penggunaan Media Sosial dan Kecemasan Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Udayana, Bali.
- Freisling Heinz, Karin Haas & Ibrahim Elmadfa (2009). Mass media nutrition information sources and associations with fruit and vegetable consumption among adolescents. *Public Health Nutrition*.
- IRAWAN, K. M. (2018). *Knowledge, Perception And Attitude Among Male Students Of Soegijapranata Catholic University toward Food Quality And Food Safety From Online Services* (Doctoral Dissertation, Unika Soegijapranata Semarang).
- Kadeni, N. S. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 6(1), 61-70.
- Kadir, A.A. (2016). Kebiasaan Makan dan Gangguan Pola Makan serta Pengaruhnya Terhadap Status Gizi Remaja. *Jurnal Publikasi Pendidikan*
- Khairiyah, E. L. (2016). *Pola Makan Mahasiswa Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan (FKIK) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2016* (Bachelor's thesis, FKIK UIN Jakarta).
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2016). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 1(2).
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36-44.
- Nandini, W. (2018). 1 dari 4 Penduduk Dewasa Mengalami Obesitas. Diakses tanggal 10 Desember 2018 <<https://katadata.co.id/infografik/2018/04/05/1-dari-4-penduduk-dewasa-mengalami-obesitas>

- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2007). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta
- Palahuddi, A. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Penggunaan Go-food di Kota Bogor*
- Purba, Ricky Bermana. (2017). *Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi Online yang Mengalami Kecelakaan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Skripsi Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara
- Purwiantoro, M. H., SW, D. F. K., & Hadi, W. (2016). *Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UKM)*. *Eka Cida*, 1(1).
- Rahim, supratini. (2011). *Hubungan Tingkat Pengetahuan Gizi dengan Zat Besi dan Vitamin C serta Kaitanya dengan Anemia Gizi Besi pada Mahasiswa Puteri Prodi S1 Gizi di STIKes Perintis Padang*
- Saufika, A. (2012). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Kebiasaan Makan Mahasiswa*. Skripsi Institut Pertanian Bogor
- Smith, Claudia M. dan Frances A. Maurer. (2005). *Community Health Nursing Theory and Practice Second Edition*. United States: Saunders.
- Supariasa, I.D.N. (2013). *Pendidikan & Konsultasi Gizi*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC
- Surjadi, C. (2013). *Globalisasi dan Pola Makan Mahasiswa: Studi Kasus di Jakarta*. *Jurnal Kesehatan*, 4(06), 416.
- Tumuwe, R., Damis, M., & Mulianti, T. (2018). *Pengguna Ojek Online di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado*. *Jurnal Holistik*

HASIL PENGOLAHAN DATA

A. Analisa Univariat Frequencies

Statistics

		penggunaan media sosial	penggunaan aplikasi transportasi online	kebiasaan makan
N	Valid	62	62	62
	Missing	0	0	0
Mean		1.3710	1.5484	1.6452
Median		1.0000	2.0000	2.0000
Mode		1.00	2.00	2.00
Sum		85.00	96.00	102.00

Frequency Tabel

penggunaan media sosial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sering	39	62.9	62.9	62.9
	jarang	23	37.1	37.1	100.0
Total		62	100.0	100.0	

penggunaan aplikasi transportasi online

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sering	24	38.7	38.7	38.7
	jarang	38	61.3	61.3	100.0
Total		62	100.0	100.0	

kebiasaan makan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	baik	22	35.5	35.5	35.5
	tidak baik	40	64.5	64.5	100.0
Total		62	100.0	100.0	

B. Analisis Bivariat

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
penggunaan media sosial * kebiasaan makan	62	100.0%	0	.0%	62	100.0%
penggunaan aplikasi transportasi online * kebiasaan makan	62	100.0%	0	.0%	62	100.0%

penggunaan media sosial * kebiasaan makan

Crosstab

			kebiasaan makan		Total
			Baik	tidak baik	
penggunaan media sosial	sering	Count	7	32	39
		Expected Count	13.8	25.2	39.0
		% within penggunaan media sosial	17.9%	82.1%	100.0%
		% of Total	11.3%	51.6%	62.9%
	jarang	Count	15	8	23
		Expected Count	8.2	14.8	23.0
		% within penggunaan media sosial	65.2%	34.8%	100.0%
		% of Total	24.2%	12.9%	37.1%
Total	Count	22	40	62	
	Expected Count	22.0	40.0	62.0	
	% within penggunaan media sosial	35.5%	64.5%	100.0%	
	% of Total	35.5%	64.5%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	14.120 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	12.131	1	.000		
Likelihood Ratio	14.220	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	13.893	1	.000		
N of Valid Cases ^b	62				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,16.

b. Computed only for a 2x2 table

penggunaan aplikasi transportasi online * kebiasaan makan

Crosstab

			kebiasaan makan		Total
			baik	tidak baik	
penggunaan aplikasi transportasi online	sering	Count	9	15	24
		Expected Count	8.5	15.5	24.0
		% within penggunaan aplikasi transportasi online	37.5%	62.5%	100.0%
		% of Total	14.5%	24.2%	38.7%
	jarang	Count	13	25	38
		Expected Count	13.5	24.5	38.0
		% within penggunaan aplikasi transportasi online	34.2%	65.8%	100.0%
		% of Total	21.0%	40.3%	61.3%
Total	Count	22	40	62	
	Expected Count	22.0	40.0	62.0	
	% within penggunaan aplikasi transportasi online	35.5%	64.5%	100.0%	
	% of Total	35.5%	64.5%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.070 ^a	1	.792		
Continuity Correction ^b	.000	1	1.000		
Likelihood Ratio	.069	1	.792		
Fisher's Exact Test				.793	.501
Linear-by-Linear Association	.068	1	.794		
N of Valid Cases ^b	62				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,52.

b. Computed only for a 2x2 table

KARAKTERISTIK RESPONDEN

JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PEREMPUAN	54	87.1	87.1	87.1
LAKI-LAKI	8	12.9	12.9	100.0
Total	62	100.0	100.0	

UANG JAJAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RENDAH	28	45.2	45.2	45.2
TINGGI	34	54.8	54.8	100.0
Total	62	100.0	100.0	

PROGRAM STUDI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid S1 GIZI	27	43.5	43.5	43.5
D4 ANALIS KESEHATAN	35	56.5	56.5	100.0
Total	62	100.0	100.0	

BP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2017	32	51.6	51.6	51.6
2018	30	48.4	48.4	100.0
Total	62	100.0	100.0	

UANG JAJAN * KEBIASAAN MAKAN Crosstabulation

Count		KEBIASAAN MAKAN		Total
		BAIK	TIDAK BAIK	
UANG JAJAN RENDAH		10	18	28
TINGGI		12	22	34
Total		22	40	62

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.001 ^a	1	.973		
Continuity Correction ^b	.000	1	1.000		
Likelihood Ratio	.001	1	.973		
Fisher's Exact Test				1.000	.591
Linear-by-Linear Association	.001	1	.973		
N of Valid Cases ^b	62				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,94.

b. Computed only for a 2x2 table

PENGETAHUAN KEBIASAAN MAKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	BAIK	57	91.9	91.9	91.9
	KURANG BAIK	5	8.1	8.1	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

SIKAP KEBIASAAN MAKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	BAIK	57	91.9	91.9	91.9
	KURANG BAIK	5	8.1	8.1	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

PENGETAHUAN KEBIASAAN MAKAN * KEBIASAAN MAKAN Crosstabulation

Count		KEBIASAAN MAKAN		
		BAIK	TIDAK BAIK	Total
PENGETAHUAN KEBIASAAN MAKAN	BAIK	21	36	57
	KURANG BAIK	1	4	5
Total		22	40	62

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.570 ^a	1	.450		
Continuity Correction ^b	.071	1	.789		
Likelihood Ratio	.620	1	.431		
Fisher's Exact Test				.647	.412
Linear-by-Linear Association	.560	1	.454		
N of Valid Cases ^b	62				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,77.

b. Computed only for a 2x2 table

SIKAP KEBIASAAN MAKAN * KEBIASAAN MAKAN Crosstabulation

Count		KEBIASAAN MAKAN		Total
		BAIK	TIDAK BAIK	
		SIKAP KEBIASAAN MAKAN BAIK	22	
	KURANG BAIK	0	5	5
Total		22	40	62

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2.991 ^a	1	.084		
Continuity Correction ^b	1.543	1	.214		
Likelihood Ratio	4.621	1	.032		
Fisher's Exact Test				.151	.102
Linear-by-Linear Association	2.943	1	.086		
N of Valid Cases ^b	62				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,77.

b. Computed only for a 2x2 table

FREKUENSI PENGGUNAAN MASING-MASING MEDIA SOSIAL

instagram

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak menggunakan	1	1.6	1.6	1.6
Menggunakan	61	98.4	98.4	100.0
Total	62	100.0	100.0	

facebook

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak menggunakan	15	24.2	24.2	24.2
menggunakan	47	75.8	75.8	100.0
Total	62	100.0	100.0	

twitter

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak menggunakan	45	72.6	72.6	72.6
menggunakan	17	27.4	27.4	100.0
Total	62	100.0	100.0	

youtube

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak menggunakan	7	11.3	11.3	11.3
menggunakan	55	88.7	88.7	100.0
Total	62	100.0	100.0	

whatsapp

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak menggunakan	1	1.6	1.6	1.6
megggunakan	61	98.4	98.4	100.0
Total	62	100.0	100.0	

line

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak menggunakan	33	53.2	53.2	53.2
menggunakan	29	46.8	46.8	100.0
Total	62	100.0	100.0	

instagram * kebiasaan makan Crosstabulation

			kebiasaan makan		Total
			baik	tidak baik	
instagram	tidak menggunakan	Count	0	1	1
		% of Total	.0%	1.6%	1.6%
	menggunakan	Count	22	39	61
		% of Total	35.5%	62.9%	98.4%
Total		Count	22	40	62
		% of Total	35.5%	64.5%	100.0%

facebook * kebiasaan makan Crosstabulation

			kebiasaan makan		Total
			baik	tidak baik	
facebook	tidak menggunakan	Count	4	11	15
		% of Total	6.5%	17.7%	24.2%
	menggunakan	Count	18	29	47
		% of Total	29.0%	46.8%	75.8%
Total		Count	22	40	62
		% of Total	35.5%	64.5%	100.0%

whatsapp * kebiasaan makan Crosstabulation

			kebiasaan makan		Total
			baik	tidak baik	
whatsapp	tidak menggunakan	Count	0	1	1
		% of Total	.0%	1.6%	1.6%
	megggunakan	Count	22	39	61
		% of Total	35.5%	62.9%	98.4%
Total		Count	22	40	62
		% of Total	35.5%	64.5%	100.0%

youtube * kebiasaan makan Crosstabulation

			kebiasaan makan		Total
			baik	tidak baik	
youtube	tidak menggunakan	Count	4	3	7
		% of Total	6.5%	4.8%	11.3%
	menggunakan	Count	18	37	55
		% of Total	29.0%	59.7%	88.7%
Total		Count	22	40	62
		% of Total	35.5%	64.5%	100.0%

**PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI RESPONDEN
(INFORMED CONSENT)**

Yang betanda tangan dibawah ini, saya :

Nama :

Tempat, Tanggal Lahir :

Umur :

Alamat :

Bersedia dan mau berpartisipasi menjadi responden penelitian dengan judul “Hubungan Penggunaan Media Sosial dan Aplikasi Transportasi Online dengan Perubahan Kebiasaan Makan Mahasiswa Tingkat 1 dan 2 Stikes Perintis Padang Tahun 2019” yang akan dilakukan oleh :

Nama : Diana Latifah

Alamat : Komplek Kharismatama Blok C.2 Lubuk Buaya, KotoTengah.

Jurusan : S1 Gizi STIKes Perintis Padang

No. Hp : 081271893385

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun

Padang, Januari 2019

Penulis

Responden

(DIANA LATIFAH)

()

KUESIONER PENELITIAN

HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN APLIKASITRANSPORTASI ONLINE DENGAN PERUBAHAN KEBIASAAN MAKAN MAHASISWA TINGKAT 1 DAN 2 STIKES PERINTIS PADANG TAHUN 2019

DATA PRIBADI RESPONDEN

NAMA :

JENIS KELAMIN :

UMUR :

PENDIDIKAN TERKAHIR :

ASAL DAERAH/ SUKU :

SUDAH BERAPA LAMA TINGGAL DI KOTA PADANG :

Uang jajan dalam satu bulan :

a. Rp. 500.000 – Rp. 1000.000

b. > Rp. 1000.000

MEDIA SOSIAL

1. Saat ini media sosial apa yang digunakan dalam 6 bulan terakhir ?

MEDIA SOSIAL	YA	TIDAK
Instagram		
Facebook		
Twitter		
Youtube		
Whats App		
LINE		
Lain-lain (sebutkan)		

2. Media sosial apa yang paling sering digunakan? (sebutkan)

3. Informasi apa yang paling sering dilihat di media sosial ?

Informasi Media Sosial	Ya	Tidak
Kesehatan		
Makanan		
Kecantikan		
Fashion		
Online Shop		
Ilmu Agama		
Lain-lain (Sebutkan)		

4. Berapa lama anda menggunakan media sosial dalam sehari ?

1	< 2 jam	
2	2- 6 jam	
3	>6 jam	

5. Seberapa sering and melihat iklan/konten makanan melalui media sosial?

1. <1 kali/minggu
2. 1-3 kali/minggu
3. > 3 kali/minggu

6. Apa yang membuat anda tertarik dengan makanan yang ada di media sosial?

1. Bentuk makanan
2. Warna makanan
3. Bahan-bahan dalam makanan
4. Rasa penasaran terhadap makanaan
5. Lain-lain (sebutkan)

7. Apakah anda pernah memesan makana melalui media sosial ?

1. Pernah
2. Tidak pernah

8. Apa alasan anda memesan makanan melalui media sosial ?
 1. Harganya lebih murah
 2. Rasanya yang beragam
 3. Lebih bervariasi
 4. Tidak membutuhkan usaha yang besar, hanya bermodalkan smartphone.
 5. Lain-lain (sebutkan)
9. Seberapa seringkah anda memesan makanan melalui media sosial ?
 1. 2 kali/bulan
 2. 1 kali/minggu
 3. 2 kali/minggu
 4. > 2 kali/minggu
10. Perubahan kebiasaan makan apa yang anda rasakan sejak adanya iklan/konten makanan di media sosial?

APLIKASI TRANSPORTASI ONLINE

1. Saat ini apa aplikasi transportasi online yang anda gunakan dalam 6 bulan terakhir?

Nama aplikasi transportasi online	Ya	Tidak
GOJEK		
GRAB		
Goonbike		
Jekline		
Uber		

2. Aplikasi transportasi online apa yang sering anda gunakan?
3. Apakah anda pernah memesan makanan melalui aplikasi transportasi online?
 1. Pernah
 2. Tidak pernah

4. Berapa sering anda menggunakan aplikasi transportasi online untuk memesan makanan?
 1. 2 kali/bulan
 2. 1 kali/minggu
 3. 2 kali/minggu
 4. > 2 kali/minggu
5. Apa alasan anda menggunakan aplikasi transportasi online untuk memesan makanan?
 1. Banyaknya menu yang ditawarkan
 2. Kemudahan untuk mendapatkan makanan, meskipun jaraknya jauh,
 3. Adanya prom yang dibuat oleh Aplikasi transportasi online tersebut
 4. Harganya yang beragam sehingga dapat disesuaikan dengan keuangan yang ada
 5. Lain-lain (sebutkan)

PENGETAHUAN KEBIASAAN MAKAN

N O	PERANYAAN	YA	TIDA K
1	Apakah kebiasaan makan merupakan cara individu dan kelompok memilih, mengkonsumsi, dan menggunakan makanan yang tersedia		
2	Apakah faktor ekonomi dan budaya mempegaruhi kebiasaan makan seseorang		
3	Apakah keluarga bisa membentuk kebiasaan makan seseorang		
4	Apakah anak-anak dan orang dewasa memiliki kebiasaan makan yang berbeda		
5	Apakah kebiasaan makan orang yang bertempat tinggal di dataran rendah dan dataran tinggi berbeda		
6	Apakah kebiasaan makan bisa berubah karena adanya perubahan emosional		
7	Apakah kebiasaan makan bisa ditentukan denga menggunakan formulir <i>FOOD FREQUENCY</i>		
8	Apakah lingkungan pertemanan bisa merubah kebiasaan makan		
9	Apakah Kebiasaan makan yang baik adalah yang sesuai dengan 13 pesan gizi seimbang		
10	Apakah Makan 3 kali sehari merupakan contoh kebiasaan makan yang baik		
11	Apakah Serinng mengkonsumsi makanan yang tinggi natrum dan tinggi gula merupakan kebiasaan makan yang buruk		
12	Apakah Buah dan sayur merupakan makanan yang aman bagi kesehatan jika cara pengolahanya benar		
13	Apakah Membiasakan sarapan pagi merupakan salah satu pesan dari 13 pesan		

	gizi seimbang		
14	Apakah Mengatur pola makan yang bergizi sehingga membuat kebiasaan makan yang sehat dapat mengurangi resiko terkenanya penyakit degeneratif		
15	Apakah Kebiasaan makan yang bergizi bisa membuat kita memiliki Berat Badan yang ideal		

SIKAP TERHADAP KEBIASAAN MAKAN

N O	PERNYATAAN	Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju
1	Makanan yang anda konsumsi setiap hari merupakan kebiasaan makan anda				
2	Kebiasaan makan anak dari balita bisa mempengaruhi kebiasaan makannya ketika sudah remaja				
3	Orang yang bertempat tinggal dekat dengan laut memiliki resiko lebih tinggi terkena penyakit jantung koroner daripada orang yang tinggal di daerah pegunungan				
4	Orang ang memiliki status ekonmi tinggi lebih sering mengkonsumsi makanan cepat saji daripada yang berstatus ekonomi rendah				
5	Mahasiswa yang tinggal di tempat kos lebih sering memesan makanan melalui aplikasi transportasi online dibandingkan masak sendiri.				
6	Adanya media sosial membuat kebiasaan makaan seseorang mengalami perububahan				
7	Perubahan budaya dari kampung ke kota dapat merubah kebiasaan makan seseorag				
8	Kebiasaan makan yang baik yaitu dengan sering mengkonsumsi makanan tinggi gula dan natrium				
9	Sering mengkonsumsi makanan cepat saji dapat mengurangi resiko terkena penyakit jantung koroner				
10	Kebiasaan makan diatas jam 9 malam merupakan kebiasaan makan yang baik				
11	Sarapan pagi merupakan kebiasaan makan yang sebaiknya tidak dilakukan				
12	Pola makan yang sehat akan membuat status gizi lebih bersiko menjadi obesitas				
13	Adanya kemudahan akses makanan melalui media				

	sosial dapat meningkatkan angka obesitas				
14	Dengan melihat iklan makan yang ada ddi media sosial membuat nafsu makan menjadi tinggi				
15	Aadanya aplikasi transportasi online membuat orang menjadi malas untuk masak sendiri makannya				

FORMULIR *FOOD FREQUENCY*

No	Nama Bahan Makanan	Frekuensi Konsumsi						
		>1x/ hari	1x/ hari	4-6 x /mgg	1-3 x /mgg	1 x /bln	>1 bln	Tdk prn
1.	Makanan pokok							
	Beras/nasi							
	Mie							
	Kentang							
	Singkong/ubi							
	Roti putih							
	Sereal							
	Jagung							
	Lainnya, sebutkan							
2.	Sayuran							
	Bayam							
	Kangkung							
	Daun singkong							
	Sawi							
	Kol							
	Kembang kol							
	Brokoli							
	Timun							
	Kacang panjang							
Buncis								

	Lainnya, sebutkan							
3.	Lauk hewan							
	Daging sapi							
	Daging kambing							
	Ayam							
	Telur ayam							
	Telur puyuh							
	Telur itik							
	Ikan segar							
	Ikan asin							
	Udang							
	Cumi-cumi							
	Nugget							
	Sosis							
	Bakso							
	Lainnya, sebutkan							
4.	Lauk nabati							
	Tahu							
	Tempe							
	Kacang tanah							
	Kacang merah							
	Lainnya, sebutkan							
5.	Buah-buahan							
	Pisang							
	Apel							
	Melon							
	Mangga							

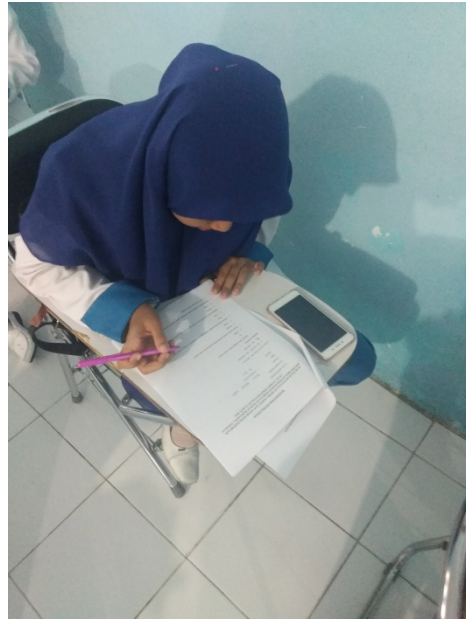
	Buah naga							
	Nanas							
	Pepaya							
	Semangka							
	Jeruk							
	Lain-lain (sebutkan)							
6.	Makanan jajanan							
	Bakwan							
	Tahu goreng							
	Pisang goreng							
	Chiki-chiki							
	Biskuit							
	Bakso bakar							
	Sosis telur							
	pisang nugget							
	pempek							
	batagor							
	roti bakar							
	martabak							
	puding/agar-agar							
	coklat							
	kue							
	lainnya, sebutkan							
7.	Susu dan olahannya							
	Keju							
	Susi uht							
	Susu full cream							
	Lainnya, sebutkan							

NO	NAM A	JK	KD	PROGRA M STUDI	K D	BP	K D	UANG JAJAN	K D	KEBIASAA N MAKAN	K D	PENG. MEDIA SOSIAL	K D	PENG. APK TRANSPORTASI ONLINE	K D	PNGETAH UAN	K D	SIKAP	KD
1	a	laki-laki	2	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
2	a	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
3	a	laki-laki	2	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
4	a	perempuan	1	S1 GIZI	1	2017	1	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	JARANG	2	SERING	1	KURANG BAIK	2	KURANG BAIK	2
5	a	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
6	a	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	500.000-1000.000	1	BAIK	1	JARANG	2	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
7	a	perempuan	1	S1 GIZI	1	2017	1	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
8	a	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
9	b	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	> 1000.000	2	BAIK	1	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
10	c	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	KURANG BAIK	2
11	d	perempuan	1	S1 GIZI	1	2017	1	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	JARANG	2	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
12	d	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
13	d	perempuan	1	S1 GIZI	1	2017	1	> 1000.000	2	BAIK	1	SERING	1	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
14	d	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
15	d	laki-laki	2	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	JARANG	2	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
16	d	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
17	e	perempuan	1	S1 GIZI	1	2018	2	> 1000.000	2	BAIK	1	JARANG	2	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
18	f	laki-laki	2	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
19	f	laki-laki	2	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	JARANG	2	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
20	g	perempuan	1	S1 GIZI	1	2017	1	> 1000.000	2	BAIK	1	JARANG	2	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
21	g	laki-laki	2	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	KURANG BAIK	2	BAIK	1
22	g	perempuan	1	S1 GIZI	1	2017	1	500.000-1000.000	1	BAIK	1	JARANG	2	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
23	i	perempuan	1	S1 GIZI	1	2017	1	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
24	i	perempuan	1	S1 GIZI	1	2018	2	500.000-1000.000	1	BAIK	1	JARANG	2	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
25	l	perempuan	1	S1 GIZI	1	2018	2	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	SERING	1	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1

26	l	perempuan	1	S1 GIZI	1	2018	2	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	JARANG	2	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
27	l	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	> 1000.000	2	BAIK	1	JARANG	2	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
28	m	laki-laki	2	S1 GIZI	1	2018	2	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
29	m	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
30	n	perempuan	1	S1 GIZI	1	2017	1	> 1000.000	2	BAIK	1	SERING	1	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
31	n	perempuan	1	S1 GIZI	1	2018	2	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
32	n	perempuan	1	S1 GIZI	1	2017	1	500.000-1000.000	1	BAIK	1	JARANG	2	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
33	n	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	SERING	1	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
34	n	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	> 1000.000	2	BAIK	1	SERING	1	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
35	p	laki-laki	2	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	KURANG BAIK	2	KURANG BAIK	2
36	p	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	> 1000.000	2	BAIK	1	SERING	1	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
37	r	perempuan	1	S1 GIZI	1	2018	2	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
38	r	perempuan	1	S1 GIZI	1	2017	1	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
39	r	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
40	r	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	> 1000.000	2	BAIK	1	JARANG	2	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
41	r	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
42	r	perempuan	1	S1 GIZI	1	2017	1	500.000-1000.000	1	BAIK	1	JARANG	2	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
43	r	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
44	r	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	500.000-1000.000	1	BAIK	1	JARANG	2	SERING	1	KURANG BAIK	2	BAIK	1
45	r	perempuan	1	S1 GIZI	1	2017	1	500.000-1000.000	1	BAIK	1	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
46	r	perempuan	1	S1 GIZI	1	2018	2	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	KURANG BAIK	2	KURANG BAIK	2
47	r	perempuan	1	S1 GIZI	1	2017	1	500.000-1000.000	1	BAIK	1	JARANG	2	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
48	s	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
49	s	perempuan	1	S1 GIZI	1	2018	2	> 1000.000	2	BAIK	1	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
50	s	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	JARANG	2	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
51	s	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	> 1000.000	2	BAIK	1	JARANG	2	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1

52	s	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
53	s	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
54	t	perempuan	1	S1 GIZI	1	2017	1	500.000-1000.000	1	BAIK	1	JARANG	2	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
55	t	perempuan	1	S1 GIZI	1	2018	2	500.000-1000.000	1	TIDAK BAIK	2	SERING	1	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
56	u	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	> 1000.000	2	BAIK	1	JARANG	2	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
57	w	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	KURANG BAIK	2
58	w	perempuan	1	S1 GIZI	1	2018	2	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	JARANG	2	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
59	y	perempuan	1	S1 GIZI	1	2018	2	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	JARANG	2	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
60	y	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2018	2	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1
61	y	perempuan	1	S1 GIZI	1	2018	2	> 1000.000	2	TIDAK BAIK	2	SERING	1	SERING	1	BAIK	1	BAIK	1
62	y	perempuan	1	D4 Analisis Kesehatan	2	2017	1	500.000-1000.000	1	BAIK	1	JARANG	2	JARANG	2	BAIK	1	BAIK	1

DOKUMENTASI PENEITIAN



Pengisian kuesione penelitian dilakukan langsung oleh responden



Proses pembagian kuesioner dan pemberitahuan tata cara pengisiannya