

Hubungan Frekuensi dan Durasi Penggunaan Instagram dengan Perilaku Pemilihan Makanan Jajanan pada Remaja

Ravi Masitah¹, Ni Putu Eny Sulistyadewi²

Jurusan Gizi, Institut Ilmu Kesehatan dan Teknologi Muhammadiyah Palembang, Indonesia¹

Jurusan Gizi, Universitas Dhyana Pura Bali, Bali²

Email: masitahravi@gmail.com

Abstract

Instagram is a medium that is widely used by teenagers to upload or search for various information on snack menus. The frequency and duration of using Instagram will affect the behavior of snack selection. Implementing good behavior can help teenagers to meet their nutritional needs but bad behavior can cause health problems. This study aims to analyze the relationship between the frequency and duration of using Instagram with the behavior of choosing snacks in adolescents. Variable independent variables are the frequency and duration of using Instagram, while the dependent variable is the behavior of choosing snacks. This research is a quantitative descriptive study with a cross sectional design. The research sample was 91 adolescents aged 14-16 years, the sample selection was done by purposive sampling. Data analysis used chi-square test with SPSS. The results showed that there was a relationship between the frequency and duration of using Instagram on the behavior of choosing snacks in adolescents with a p-value (0.000) <0.05. The right use of Instagram to find various types of healthy snacks is related to good adolescent behavior in choosing, buying and consuming healthy snacks.

Keywords: *instagram, snack, teenager.*

1. Pendahuluan

Dunia saat ini tengah menghadapi beban ganda malnutrisi yaitu adanya kekurangan gizi dan kelebihan berat badan atau obesitas dalam populasi, komunitas, rumah tangga, dan individu (Lowe *et al.*, 2021). Remaja adalah kelompok rentan mengalami malnutrisi. Status gizi pada masa remaja menentukan kualitas status gizi dan kesehatan saat dewasa. Nutrition Global Report (2018) mencatat bahwa pada tahun 2016 terdapat 16,2 juta (5,7%) remaja di dunia menderita gizi kurang. Tren lain menunjukkan peningkatan obesitas dari tahun 2000 hingga 2016, dengan peningkatan 3,8% pada anak laki-laki dan 2,6% pada anak perempuan (Indriasari *et al.*, 2020).

Indonesia mengalami malnutrisi beban ganda karena transisi gizi mempengaruhi populasi remaja. Berdasarkan data Riskesdas 2018 menunjukkan bahwa 25,7% remaja usia 13-15 tahun dan 26,9% remaja usia 16-18 tahun dengan status gizi pendek dan sangat pendek. Selain itu terdapat 8,7% remaja usia 13-15 tahun dan 8,1% remaja usia 16-18 tahun dengan kondisi kurus dan sangat kurus. Sedangkan prevalensi berat badan lebih dan obesitas sebesar 16,0% pada remaja usia 13-15 tahun dan 13,5% pada remaja usia 16-18 tahun (Kemenkes RI, 2020). Hasil skrining status gizi pada 13,269 remaja SMA/SMK/MA di kota Denpasar tahun 2018 menunjukkan remaja dengan status gizi gemuk sebesar 4,51%, obesitas 0,66%, sangat kurus 0,05%, dan kurus 2,58% (Dinas Kesehatan Kota Denpasar, 2018).

Makanan yang bergizi dan aman merupakan kunci penting untuk mendukung kesehatan. Salah satu jenis makanan yang sering dikonsumsi adalah jajanan. Konsumsi makanan jajanan saat ini menjadi perhatian global karena identik dengan makanan yang Remaja umumnya menyukai konsumsi makanan jajanan yang memiliki kandungan energi dan lemak yang tinggi, rendah serat, vitamin, dan mineral (Pramono dan Sulchan, 2014). Penerapan perilaku yang baik dalam memilih makanan jajanan yang sehat dapat meningkatkan status kesehatan seseorang. Perilaku pada pemilihan makanan jajanan

yang dikonsumsi mempengaruhi asupan dan status gizi (Maduretno *et al.*, 2015).

Kegemukan dan obesitas pada remaja berhubungan dengan peningkatan risiko kematian, masalah kesehatan kronis, dan komorbiditas di masa dewasa. Kekurangan gizi pada masa remaja menyebabkan pertumbuhan terhambat dan gangguan perkembangan. Remaja putri yang memasuki masa usia subur dan mengalami kekurangan gizi dapat meningkatkan risiko kehamilan yang merugikan yaitu lahir mati, kelahiran prematur, dan bayi dengan berat badan lahir rendah (Yusni & Meutia, 2019).

Remaja adalah tahap pertumbuhan dan perkembangan yang membutuhkan peningkatan asupan zat gizi makro dan zat gizi mikro. Remaja mengalami kemandirian yang lebih besar terkait untuk pilihan makanan, dan banyak dari kebiasaan diet berkembang selama masa remaja cenderung bertahan hingga dewasa (Hastert *et al.*, 2021). Selain memiliki kebutuhan makanan yang unik, banyak karakteristik yang membedakan remaja dari populasi lain dalam hal bagaimana mereka terlibat dengan pengaturan makanan. Remaja sangat rentan terhadap iklan dan pemasaran yang dapat mempengaruhi keinginan untuk menerapkan diet tertentu serta refrensi diet dikemudian hari (Raza *et al.*, 2020)

Munculnya ponsel pintar, tablet, dan peningkatan konektivitas online telah menyebabkan peningkatan pemasaran perusahaan makanan dan minuman menggunakan platform digital. Pemasaran digital memiliki efektivitas yang lebih besar daripada beriklan di televisi atau dengan cara tradisional lainnya (Gascoyne *et al.*, 2021). Media sosial adalah jenis platform digital yang banyak digunakan sebagai media pemasaran makanan dan minuman. Media sosial sebagai tempat virtual yaitu komunikasi melalui sarana dialog, chat, komentar, fotografi, dan interaksi antar pengguna dapat berlangsung tanpa batas atau jeda. Media sosial menyediakan fitur seperti pesan instan, pesan publik dan pribadi, dan berbagi suara, video, gambar, dan file multimedia yang telah menarik jutaan pengguna dari seluruh dunia. Terdapat banyak jenis media sosial yang

digunakan oleh remaja seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Snapchat*, *What-sApp*, dan lain-lain (Elsayed, 2021).

Instagram merupakan platform media sosial yang paling populer dibandingkan dengan platform lain seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Snapchat* terutama di kalangan remaja (Pekpazar *et al.*, 2021). Instagram adalah media sosial yang dapat digunakan unruk mempromosikan makanan melalui foto ataupun video. Penggunaanya dapat mengunggah, membagikan dan mengirim pesan pada pengguna lain berkaitan dengan berbagai jenis makanan yang yang dikosumsi (Masitah dan Sulistyadewi, 2020). Instagram dapat dimanfaatkan penggunaanya untuk mencari dan berbagi informasi makanan sehat dan saling memberikan dukungan untuk mengimplementasikannya (Chung *et al.*, 2017). Promosi makanan di media sosial dengan kandungan tinggi lemak, tinggi gula dan tinggi garam lebih banyak diminati daripada makanan sehat. Hal ini memiliki implikasi promosi makanan yang tidak sehat sehingga akan berdampak buruk bagi kesehatan (Coates *et al.*, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan durasi dan frekuensi penggunaan instagram dengan perilaku pemilihan makanan jajanan pada remaja.

2. Metode

2.1 Metode Pengumpulan Data

Jenis penelitian adalah *deskriptif kuantitatif* dengan desain *cross-sectional*. Populasi adalah siswa-siswi kelas X SMK Kesehatan Bali Dewata Denpasar sebanyak 104 remaja. Perhitungan jumlah subjek penelitian menggunakan rumus *Slovin* diperoleh sebanyak 91 remaja usia 14-16 tahun. Pemilihan populasi terjangkau penelitian ditentukan berdasarkan hasil skrining data status gizi remaja SMA/SMK/MA kota Denpasar pada tahun 2018. Sekolah tersebut terpilih karena di bawah wilayah kerja puskesmas Denpasar Utara yang memiliki jumlah remaja dengan status gizi normal terendah.

Pemilihan subjek penelitian dilakukan secara *purposive sampling* berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan peneliti. Kriteria inklusi subjek

penelitian adalah siswa-siswi usia 14-16 tahun, memiliki *smartphone* pribadi, memiliki akun aktif instagram, mengikuti minimal 2 akun yang berkaitan dengan gizi dan kesehatan dan 2 akun yang berkaitan dengan kuliner dan *fast food*, tinggal bersama orang tua/keluarga dan bersedia menandatangani *informed consent*. Sedangkan kriteria eksklusi subjek penelitian adalah siswa-siswi yang tidak mengikuti keseluruhan rangkaian kegiatan penelitian, sedang melakukan diet penurunan/penambahan berat badan, vegetarian dan menderita penyakit yang mengharuskan menjalankan diet tertentu (diabetes, ginjal, jantung, kanker, hipertensi).

Kuesioner frekuensi dan durasi berkaitan dengan seberapa sering dan seberapa lama subjek menggunakan instagram dalam sehari. Frekuensi rendah jika 1-4 kali/hari dan tinggi >4 kali/hari. Durasi rendah jika 1-3 jam/hari dan tinggi >3 jam/hari. Kuesioner perilaku pemilihan makanan jajanan menggambarkan bagaimana subjek penelitian memilih dan mengonsumsi berbagai pilihan jenis makanan jajanan. Perilaku baik jika $\geq 60\%$ dan tidak baik <60%. Perilaku baik berkaitan dengan tindakan subjek penelitian dalam memilih, membeli dan mengonsumsi makanan jajanan yang sehat, bergizi, bersih, tertutup, tidak berbau busuk, tanpa pengawet, tinggi lemak, tinggi natrium dan menghindari konsumsi *fast food*.

2.2 Metode Analisis Data

Pengolahan dan analisis data dilakukan secara univariat dan bivariat menggunakan program komputer SPSS. Analisis univariat digunakan untuk melihat gambaran karakteristik umum sampel penelitian yaitu usia, jenis kelamin dan status gizi. Analisis bivariat digunakan untuk mengetahui hubungan frekuensi dan durasi penggunaan instagram dengan perilaku pemilihan makanan jajanan pada remaja dengan melakukan uji *Chi-Square*. Penelitian ini telah memperoleh persetujuan *ethical clearance* dari Komisi Etik Penelitian (KEP) Fakultas Kedokteran Universitas Udayana/Rumah Sakit Umum Pusat Sanglah Denpasar No.2019.02.2.1013 yang diterbitkan pada 18 Juli 2019.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

Karakteristik umum subjek penelitian menunjukkan sebagian besar subjek penelitian berusia 15 tahun (75,8 persen), jenis kelamin perempuan (90,1 persen), telah mengikuti akun gizi dan kesehatan serta akun kuliner dan *fast food* selama >6 bulan masing-masing 44 persen dan 56 persen.

Tabel 1. Karakteristik Umum Subjek Penelitian

| Karakteristik | n | % |
|---|----|------|
| Usia | | |
| 14 tahun | 11 | 12,1 |
| 15 tahun | 69 | 75,8 |
| 16 tahun | 11 | 12,1 |
| Jenis kelamin | | |
| Laki-laki | 9 | 9,9 |
| Perempuan | 82 | 90,1 |
| Lama mengikuti akun gizi dan kesehatan | | |
| <3bulan | 24 | 26,4 |
| 3-6 bulan | 27 | 29,7 |
| >6 bulan | 40 | 44 |
| Lama mengikuti akun fast food dan kuliner | | |
| <3bulan | 12 | 13,2 |
| 3-6 bulan | 28 | 30,8 |
| >6 bulan | 51 | 56 |

Sumber : Data Primer, 2018.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 69 akun instagram yang berkaitan dengan gizi dan kesehatan dan 76 akun instagram yang berkaitan dengan kuliner dan *fast food* yang diikuti oleh subjek penelitian. Sebagian besar akun gizi dan kesehatan menampilkan tips pola makan sehat didukung oleh contoh menu, resep, manfaat mengonsumsi dan kandungan zat gizi makanan sedangkan akun kuliner dan *fast food* menampilkan menu makanan cepat saji, makanan dan minuman manis, dan makanan pedas dalam porsi besar.

Tabel 2. Hubungan Frekuensi Penggunaan Instagram dengan Perilaku Pemilihan Makanan Jajanan Remaja

| | | Perilaku pemilihan makanan jajanan | | | | p |
|-----------|--------|------------------------------------|------|------------|------|--------------------|
| | | Baik | | Tidak baik | | |
| Frekuensi | | n | % | n | % | |
| Rendah | | 10 | 13,3 | 9 | 56,3 | 0,000 ^a |
| | Tinggi | 65 | 86,7 | 7 | 43,7 | |
| Total | | 75 | 100 | 16 | 100 | |

^aUji Chi-Square

Hasil penelitian menunjukkan subjek yang menggunakan instagram dengan frekuensi tinggi sebanyak 65 (86,7%) memiliki perilaku yang baik dalam pemilihan makanan jajanan. Subjek penelitian mengakses instagram yaitu > 4 kali/hari, aktivitas termasuk diantaranya adalah untuk mencari berbagai jenis makanan jajanan yang akan dan ingin dikonsumsi. Hasil uji statistik menunjukkan terdapat hubungan frekuensi penggunaan instagram dengan perilaku pemilihan makanan jajanan pada remaja dengan nilai $p < 0,05$.

Tabel 3. Hubungan Durasi Penggunaan Instagram dengan Perilaku Pemilihan Makanan Jajanan Remaja

| | | Perilaku pemilihan makanan jajanan | | | | p |
|--------|--------|------------------------------------|------|------------|-----|--------------------|
| | | Baik | | Tidak baik | | |
| Durasi | | n | % | n | % | |
| Rendah | | 23 | 30,7 | 12 | 75 | 0,000 ^a |
| | Tinggi | 52 | 69,3 | 4 | 25 | |
| Total | | 75 | 100 | 16 | 100 | |

^aUji Chi-Square

Hasil penelitian menunjukkan subjek yang menggunakan instagram dengan durasi tinggi sebanyak 52 (69,3%) memiliki perilaku yang baik dalam pemilihan makanan jajanan. Hasil uji statistik menunjukkan terdapat hubungan durasi penggunaan instagram dengan perilaku pemilihan makanan jajanan pada remaja dengan nilai $p < 0,05$.

3.2 Pembahasan

Hasil analisis bivariat menunjukkan terdapat hubungan instagram baik frekuensi dan sikap dengan perilaku pemilihan makanan jajanan pada remaja dengan nilai $p < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan Purwanti (2018) yang menunjukkan bahwa frekuensi dan durasi yang tinggi menyebabkan responden melihat postingan dengan jumlah yang banyak. Semakin tinggi frekuensi dan durasi responden melihat postingan komunikasi pemasaran (promosi), maka semakin besar responden mendapatkan informasi kuliner, tertarik dengan promosi yang diposting @kulinersby, teringat dengan promosi yang ditawarkan dan terakhir akan melakukan pembelian produk kuliner. Akun

instagram yang diikuti sampel penelitian menampilkan unggahan yang menarik baik untuk makanan sehat ataupun makanan tidak sehat.

Hasil ringkasan wawancara dalam penelitian Sufa *et al* (2017) melalui beberapa tanggapan dari para pelaku pola makan sehat food combining bahwa mereka mempergunakan media sosial (*facebook, instagram, twitter, whatsapp*) sebagai saluran komunikasi paling efektif dalam berbagai informasi atau pesan. Komunikasi tersebut dapat menimbulkan minat untuk merubah perilaku terhadap kesehatan yang lebih baik. Hasil penelitian Sanjaya (2017) menunjukkan bahwa kemajuan teknologi membuat pelaku bisnis terutama yang bergerak dibidang kuliner sering menjadikan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Promosi yang dilakukan dengan memposting makanan atau minuman sebaik mungkin sehingga menarik perhatian pengguna lain dan dapat mempengaruhi pola konsumsi seseorang. Hasil penelitian menunjukkan 80% siswa menyatakan sering terpengaruh membeli makanan atau minuman karena postingan di media sosial. Remaja mengalami periode pertumbuhan dan perkembangan yang cepat dan merupakan periode kritis terjadinya perubahan perilaku yang berkaitan dengan kesehatan seperti pemilihan makanan dan aktivitas fisik (Maehara *et al.*, 2019).

Perilaku gizi yang sehat pada remaja sangat penting dan akan bertahan pada usia dewasa (Lopez *et al.*, 2019). Makanan yang bergizi dan aman merupakan kunci penting untuk mendukung kesehatan (Roth *et al.*, 2018). Konsumsi makanan jajanan diantara waktu makan utama dapat membantu memenuhi kebutuhan gizi (Bucher *et al.*, 2016). Makanan jajanan adalah berbagai jenis olahan makanan dan minuman yang dijual dan disajikan sebagai makanan siap santap. Umumnya makanan jajanan yang disukai adalah makanan dengan warna, tekstur, aroma, suhu dan tampilan yang menarik (Rahayu *et al.*, 2016).

Media memiliki pengaruh besar terhadap perilaku pemilihan makanan jajanan. Berbagai penyebaran informasi kesehatan melalui media sosial telah umum dilakukan, misalnya 1 dari 9 pengguna media sosial

mempromosikan kesehatan di akun mereka masing-masing (Nabi *et al.*, 2019). Media sosial telah terbukti secara signifikan mempengaruhi perilaku kesehatan pada berbagai kelompok usia. Remaja merupakan kelompok sasaran yang sangat tepat menggunakan media sosial sebagai media pembelajaran perubahan perilaku kesehatan (Frazier *et al.*, 2015).

Instagram adalah media sosial yang populer dan dapat digunakan sebagai media promosi makanan melalui foto ataupun video (Saboaia *et al.*, 2018). Instagram dapat menyajikan secara menarik berbagai gambar makanan, mulai dari makanan sehat ataupun tidak sehat (Allen *et al.*, 2018). Beberapa pengguna instagram memposting makanan dengan tujuan kesehatan dan menggunakannya untuk mencari berbagai macam pilihan makanan sehat (Chung *et al.*, 2017). Pemanfaatan pesan instagram yang positif dapat membantu penggunanya lebih memperhatikan ukuran porsi, manfaat konsumsi makanan dan meningkatkan asupan makan (Maria *et al.*, 2017).

Remaja memasuki periode *indendependensi* yaitu mereka memiliki kebebasan dalam memilih makanan yang disukainya. Sebagian besar pemilihan makanan tidak berdasarkan kandungan zat gizi namun hanya untuk kesenangan dan status sosial (Laenggeng dan Lumalang, 2017). Pemanfaatan pesan instagram yang negatif misalnya dari berbagai unggahan makanan yang mengandung tinggi kalori dan lemak. Unggahan dengan tampilan yang menarik dan ditambahkan keterangan yang menunjukkan kelezatan makanan dapat menyebabkan pengguna lain turut mengonsumsi makanan tersebut dan memberikan implikasi promosi makanan yang tidak sehat (Holmberg *et al.* 2016).

Media sosial khususnya instagram dapat digunakan sebagai media pendidikan gizi pada remaja karena sudah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari. Informasi yang disampaikan melalui media sosial tidak terbatas ruang dan waktu, menarik dan dapat diakses dan digunakan dengan mudah oleh remaja. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengintervensi akun-akun gizi dan kesehatan yang banyak diikuti oleh remaja.

4. Simpulan dan Saran

4.1 Simpulan

Ada hubungan frekuensi dan durasi instagram dengan perilaku pemilihan makanan jajanan pada remaja. Frekuensi dan durasi penggunaan instagram yang digunakan untuk mencari, memahami dan berbagi informasi berkaitan dengan makanan jajanan sehat berhubungan dengan perilaku yang baik terhadap pemilihan makanan jajanan tersebut.

4.2 Saran

Sebaiknya terdapat beberapa akun instagram yang khusus menyediakan berbagai informasi makanan jajanan sehat sehingga dapat membantu remaja memenuhi kebutuhan gizi yang tepat.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada SMK Kesehatan Bali Dewata dan semua pihak yang telah membantu.

Daftar Pustaka

- Allen B, Dodson R, Zuercher Z. (2018). Painting a global picture of health: use of instagram to portray #healthyfoods vs #unhealthyfoods. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 50 (7), 58. <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2018.04.135>.
- Bucher T, Collins C, Diem S, Siegrist M. (2016). Adolescents' perception of the healthiness of snacks. *Food Quality and Preference*, 50, 94–101. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2016.02.001>.
- Chung C, Agapie E, Schroeder J, Mishra S, Fogarty J, Munson S. (2017). When personal tracking becomes social: examining the use of instagram for healthy eating. *Social Computing and Health*, 1674-1687. <https://doi.org/10.1145/3025453.3025747>.
- Coates AE, MPhil, Hardman CA, Halford JC, Christiansen P, Boyland EJ. (2019). Social media influencer marketing and children's food intake: a randomized trial. *Pediatrics*, 143(4):1-11. <https://doi.org/10.1542/peds.2018-2554>.
- Dinas Kesehatan Kota Denpasar. *Profil kesehatan kota Denpasar tahun 2018*. 2018. Denpasar. Elsayed W. (2021). The negative effects of social media on the social identity of adolescents from the perspective of social work. *Heliyon*, 7 (2021) e06327. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06327>.
- Frazier J, Cochrane K, Mitrovich C, Pascual M, Buscaino E, Eaton L, Panlasigui N, Clopp B, Malik F. (2015). Using instagram as a modified application of photovoice for storytelling and sharing in adolescents with type 1 diabetes. *Qual Health Res*, 25 (10), 1372–1382. <https://doi.org/10.1177/1049732315583282>.
- Gascoyne C, Scully M, Wakefield M, Morley B. (2021). Food and drink marketing on social media and dietary intake in Australian adolescents: Findings from a cross-sectional survey. *Appetite*, 166(2021)105431. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105431>.
- Hastert M, Goetz JR, Sullivan DK, Hull HR, Donnelly JE, Ptomey LT. (2021). Calcium, fiber, iron, and sodium intake in adolescents with intellectual and developmental disabilities and overweight and obesity. *Disability and Health Journal*, 14 (2021) 101155. <https://doi.org/10.1016/j.dhjo.2021.101155>.
- Holmberg C, Chaplin J, Hillman T, Berg C. (2016). Adolescents' presentation of food in social media: an explorative study. *Appetite*, (99) 121-129. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.01.009>.
- Indriasari R, Fitayani NS, Mansur MA, Tunru A. (2020). enfermeriaclinicaAlarming nutrition problems among adolescentstudents attending islamic boarding school inIndonesia. *Enferm Clin*, 2020;30(S4):44-47. <https://doi.org/10.1016/j.enfcli.2019.10.037>.

Jurnal Kesehatan

Author(s) : Ravi Masitah, Ni Putu Eny Sulistyadewi

- Kemenkes RI. 2020. *Gizi saat Remaja Tentukan Kualitas Keturunan*. URL : <https://www.kemkes.go.id/article/view/20012600004/gizi-saat-remaja-tentukan-kualitas-keturunan.html>. Diakses tanggal 29 November 2021.
- Lopez G, Oliver S, Ries F, Jurado J. (2019). Mediterranean diet, physical fitness and body composition in sevilian adolescents: a healthy lifestyle. *Nutrients*, 11(9) 2-14. <https://doi.org/10.3390/nu11092009>.
- Lowe C, Kelly M, Sarma H, Richardson A, Kurscheid jm, Laksono B , Amaral S, Stewart D, Gray DR. (2021). The double burden of malnutrition and dietary patterns in rural Central Java, Indonesia. *The Lancet Regional Health - Western Pacific*, 14 (2021) 100205. <https://doi.org/10.1016/j.lanwpc.2021.100205>.
- Maduretno I , Setijowati N, Wirawan, N. (2015). Niat dan perilaku pemilihan jajanan anak sekolah yang mendapat pendidikan gizi metode ceramah dan TGT. *Indonesian Journal of Human Nutrition*, 2(1), 23-37. <http://dx.doi.org/10.21776/ub.ijhn.2015.002.01.3>.
- Maehara M, Rah J, Roshita A, Suryantan J, Rachmadewi A, Izwardy D. (2019). Patterns and Risk Factors of Double Burden of Malnutrition Among Adolescent Girls and Boys in Indonesia. *Plose One*, 14 (8), 1-15. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0221273>.
- Maria D, Alssafi A, Coccia C. (2017). The Food Selfie Project: Eating Behaviors of Dietetic Students Through The Use of Instagram. *Journal of The Academy of Nutrition And Dietetics*, 117(9), hlm.65. <https://doi.org/10.1016/j.jand.2017.06.203>.
- Masitah, R dan Sulistyadewi, N.P. 2020. Pemanfaatan isi pesan instagram dan perilaku pemilihan makanan jajanan pada remaja. *Gizi Indon*. 43(2), hlm. 77-86. <https://doi.org/10.36457/gizindo.v43i2.487>.
- Nabi R., Huskey R., Nicholls S, Keblusek L, Reed M. (2019). When audiences become advocates: self-induced behavior change through health message posting in social media. *Computers in Human Behavior*, 99, 260–267. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.05.030>.
- Pekpazar A, Aydın GK, Aydın U, Beyhan H, Ari E. (2021). Role of Instagram Addiction on Academic Performance among Turkish University Students: Mediating Effect of Procrastination. *Computers and Education Open*, 2(2021)100049. <https://doi.org/10.1016/j.caeo.2021.100049>.
- Pramono, A dan Sulchan, M. (2014). Kontribusi makanan jajan dan aktivitas fisik terhadap kejadian obesitas pada remaja di kota Semarang. *Gizi Indon*, 37 (2), 129-136. <https://doi.org/10.36457/gizindo.v37i2.158>.
- Rahayu S, Refirman, Sari D. (2016). Hubungan pengetahuan tentang zat aditif dengan sikap pemilihan makanan jajanan siswa SMPN 74 Jakarta. *Jurnal Pendidikan Biologi*, 9 (2), 45-53. <https://doi.org/10.21009/biosferjpb.9-2.7>.
- Raza A, Fox EL, Morrise SS, Kupkaf R, Timmer A, Dalmiya N, Fanzo J. (2020). Conceptual framework of food systems for children and adolescents. *Global Food Security*, 27(2020)100436. <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2020.100436>.
- Roth S, Gill M, Puri S, Golston A, Crespi C, Albert S, Rice L, Prelip M. (2018). Nutrition campaign knowledge and dietary behavior in middle school students. *Calif JHealth Promot*, 16 (2), 1-10. <https://doi.org/10.32398/cjhp.v16i2.2086>.
- Sufa, S., Christantyawati, N., Jusnita, R. (2017). Tren gaya hidup sehat dan saluran komunikasi pelaku pola makan *Food Combining*. *Jurnal Komunikasi*

Jurnal Kesehatan

Author(s) : Ravi Masitah, Ni Putu Eny Sulistyadewi

Profesional, 1 (2), 105-120.
<https://doi.org/10.25139/jkp.v1i2.473>.

Yusni Y & Meutia F. (2019). Anthropometry analysis of nutritional indicators in Indonesian adolescents. *Journal of Taibah University Medical Sciences*, 14(5), 460-465.
<https://doi.org/10.1016/j.jtumed.2019.07.001>.