

# HUBUNGAN MEDIA IKLAN DAN TEMAN SEBAYA DENGAN PEMILIHAN MAKANAN JAJANAN TERHADAP KEJADIAN GIZI LEBIH PADA REMAJA DI SMP NEGERI 253 JAKARTA

Dyas Aristya Pratiwi

## Abstrak

Gizi lebih merupakan masalah yang banyak dialami oleh beberapa golongan masyarakat salah satunya remaja. Prevalensi gizi lebih pada remaja umur 13-15 tahun di provinsi DKI Jakarta tahun 2013 sebesar 16,0%. Perilaku pemilihan makanan jajanan dipengaruhi oleh orang tua, teman sebaya, dan media iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan media iklan dan teman sebaya dengan pemilihan makanan jajanan terhadap kejadian gizi lebih pada remaja di SMP Negeri 253 Jakarta tahun 2017. Penelitian ini menggunakan pendekatan *cross sectional*. Subjek penelitian ini merupakan siswa-siswa kelas 7 dan 8 yang memenuhi kriteria sebanyak 80 responden yang didapatkan dengan metode *stratified random sampling*. Data penelitian yang didapatkan dengan cara pengukuran antropometri tinggi badan, dan berat badan, *food frequency questionnaire* dan kuesioner. Perhitungan statistik dilakukan menggunakan analisis univariat dan bivariat dengan uji *chi-square*. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan yang bermakna antara media iklan dengan pemilihan makanan jajanan terhadap kejadian gizi lebih ( $p=0,000$ ) dan ada hubungan antara teman sebaya dengan pemilihan makanan jajanan terhadap kejadian gizi lebih ( $p=0,000$ ). Perlu diberikan edukasi kepada siswa mengenai gizi dan dampak terlalu sering mengonsumsi makanan jajanan.

**Kata kunci** : Media iklan, teman sebaya, pemilihan makanan jajanan, remaja, gizi lebih

# **THE CORRELATION FOOD ADVERTISING MEDIA AND PEERS WITH SNACK FOOD CHOICE A HIGH INCIDENCE OF OVERNUTRITION IN ADOLESCENTS IN JUNIOR HIGH SCHOOL 253 JAKARTA**

**Dyas Aristya Pratiwi**

## **Abstract**

Overnutrition commonly happen in adolescents. The prevalence of overnutrition in adolescents, aged 13-15 years in DKI Jakarta in 2013 16,0%. The behavior of snack food choice is influenced by parents, peers, and advertising media. The purpose of this study was, to determine correlation between food advertising media and peers with snack food choice a high incidence of overnutrition in adolescents in Junior High School 253 Jakarta 2017. This study used cross sectional approach. Subjects for this research are 80 of 7th and 8th grade students who meet the criteria. They were selected by stratified random sampling. Data for this research are obtained by anthropometry measurements for height and weight, food frequency questionnaire and questionnaires. Statistical calculations perfomed using univariate and bivariate analysis with chi-square test. The results of study showed a significant correlation between the food advertising media with snack food choice a high incidence of overnutrition ( $p= 0,000$ ) and there was correlation between peers with snack food choice a high incidence of overnutrition ( $p= 0,000$ ). It is important to give nutrition education for student about balance diet and the impact of snack food consumption.

**Keyword** : Advertising, peers, snack food choice, adolescents, overnutrition