

PENGETAHUAN GIZI, IKLAN KOMERSIAL, TEMAN SEBAYA, DAN KONSUMSI *FAST FOOD* DENGAN STATUS GIZI LEBIH PADA REMAJA DI SMPN 1 DEPOK TAHUN 2015

Septiani Estu Antari

Abstrak

Gizi lebih merupakan masalah gizi di negara maju dan berkembang, termasuk Indonesia. Pada remaja angka *overweight* dan obesitas mencapai 10,8%. Salah satu faktor penyebab gizi lebih pada remaja karena mengkonsumsi *fast food*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan karakteristik responden yaitu jenis kelamin, pengetahuan gizi, iklan, teman, dan konsumsi *fast food* dengan kejadian gizi lebih pada remaja. Penelitian ini menggunakan desain studi *cross sectional* dan dilakukan pada 132 siswa-siswi SMPN 1 Depok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 81,8% siswa mengalami gizi lebih dan berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa pengetahuan gizi memiliki hubungan yang bermakna dengan kejadian gizi lebih dengan nilai *p-value* sebagai berikut pengetahuan gizi ($p=0,000$), jenis kelamin ($p=0,640$), iklan ($p=0,978$), teman ($p=0,805$), frekuensi konsumsi *fast food* ($p=0,119$), mean asupan energi *fast food* terbilang tinggi pada remaja gizi lebih yaitu 835,599 kkal. Saran dari peneliti program gizi melakukan edukasi gizi mengenai gizi seimbang sehingga remaja dapat menerapkan pedoman gizi seimbang dalam kehidupan sehari-hari, melakukan pemantauan berat badan, dan membatasi konsumsi *fast food*.

Kata Kunci: Status Gizi Lebih, Pengetahuan Gizi, Teman Sebaya, Iklan Komersial, Asupan Energi *Fast Food*.

**NUTRITION KNOWLEDGE, COMMERCIAL ADVERTISING,
PEER GROUP, AND FAST FOOD CONSUMPTION WITH
OVERNUTRITION ON ADOLESCENTS
SMPN 1 DEPOK ON 2015**

Septiani Estu Antari

Abstract

Overweight and obesity were occurs in the developed and developing countries, including Indonesia. In adolescent, the rate of overweight and obesity are 10,8%. One of risk factor in adolescent overnutrition was fast food intake. The purpose of this study was to identify respondents characteristics sex, include nutrition knowledge, advertisements, friends, fast food intake and it's corelation to overweight and obesity. This research used cross sectional methode, with 132 samples junior high school student. The result showed 81,8% of adolescents was overweight and obesity. The statistic analyze showed nutrition knowledge was positively assosiated to overweight and obesity (nutrition knowledge: $p = 0,000$, sex: $p = 0,640$, advertisements: $p = 0,978$, friends: $p = 0,805$, frequency consumption fast food: $p = 0,119$, mean of fast food intake was higher in overnutrition students (835,599 kcal). The prevalence of overweight and obesity in that school was high. Suggestionsofresearcher for nutrition program do nutrition ducation in order that student the student is to have balance diet, they should have nutrition education to improve their diet and balance to their needs, make weight balancing, and cutback eat fast food.

Keywords: Overnutrition, Knowledge, Comercial Advertisements, Peer Group, Fast Food Intake.