

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

1. Remaja

a. Definisi Remaja

Istilah remaja bersumber dari bahasa Latin *adolescere* yang memiliki arti tumbuh menjadi dewasa (Dieny, 2014). Remaja merupakan masa perpindahan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa dan berada pada rentang usia 13-19 tahun (Afifah *et al.*, 2022). Masa remaja yaitu masa terjadinya perubahan pada fisik, kognitif, dan psikososial remaja (Ningtyias *et al.*, 2020).

b. Karakteristik Remaja

Karakteristik remaja yaitu mengalami beberapa perubahan (Ningtyias *et al.*, 2020), terdiri dari:

- 1) Perubahan fisik, yaitu perubahan pada pertumbuhan dan perkembangan dari tinggi dan berat badan, berkembangnya fungsi tanda seksual sekunder seperti tumbuh payudara, rambut di sekitar alat reproduksi, dan lainnya.
- 2) Perubahan kognitif, yaitu terlihat dari perkembangan kemampuan remaja dalam berpikir, menyusun rencana, serta menentukan keputusan yang menjadi lebih logis dan idealis.
- 3) Perubahan psikososial, yaitu perubahan dalam mengatur emosi, kepribadian, serta dalam berinteraksi dengan hal lainnya.

c. Ciri Khas Perkembangan Remaja Usia 16-18 Tahun

Remaja usia 16-18 tahun memiliki ciri khas perkembangannya sendiri (Pratama dan Sari, 2021), yaitu:

- 1) Tumbuh ketertarikan untuk mencari kebenaran dan solusi, serta mencerna berbagai hal dengan sikap yang baik.
- 2) Memiliki identitas seksual yang telah terbentuk dan keinginan untuk terikat dengan lawan jenis.
- 3) Mulai menyeimbangkan sifat egois menjadi lebih perhatian kepada orang lain.
- 4) Membuat pembatas yang memisahkan diri sendiri dengan orang lain atau masyarakat.

d. Kebutuhan Gizi Remaja Usia 16-18 Tahun

Kebutuhan gizi remaja usia 16-18 tahun terdapat pada Tabel 2.1

Tabel 2. 1
Angka Kecukupan Gizi Remaja Usia 16-18 Tahun

Jenis Kelamin	Energi (kkal)	Karbohidrat (gr)	Protein (gr)	Lemak (gr)
Laki-laki	2650	400	75	85
Perempuan	2100	300	65	70

Sumber: Kemenkes RI, (2019c)

Angka kecukupan gizi (AKG) dari asupan gula yang dianjurkan untuk setiap orang adalah maksimal 50 gr/hari (Kemenkes RI, 2013a).

2. Kejadian Gizi Lebih pada Remaja

a. Definisi Gizi Lebih

Gizi lebih terdiri dari gemuk/*overweight* dan obesitas yang merupakan suatu keadaan akibat berlebihnya konsumsi makanan yang tidak seimbang dengan energi yang dikeluarkan oleh tubuh

(Februhartanty *et al.*, 2019). Gizi lebih adalah kondisi berat badan remaja yang berada di atas batas normal (Wahyuningsih dan Ninggrat, 2019). Gizi lebih yaitu kondisi berat badan yang ditandai dengan penimbunan lemak tubuh secara berlebihan dan dapat berisiko terhadap kesehatan remaja di kemudian hari (Rahayu *et al.*, 2023).

b. Faktor yang Memengaruhi Kejadian Gizi Lebih pada Remaja

Kejadian gizi lebih pada remaja dipengaruhi oleh dua faktor (Modifikasi Afifah *et al.*, 2022), yaitu:s

1) Faktor Internal

- a) Genetik, yaitu orang tua dengan gizi lebih memiliki peluang 40-80% mempunyai anak dengan status gizi lebih juga.
- b) Jenis kelamin, yaitu berkaitan dengan perempuan yang paling banyak mengalami masalah gizi akibat masalah hormonal terutama ketika terjadi menopause di masa dewasa.
- c) Usia, yaitu berkaitan dengan usia yang banyak mengalami peningkatan gizi lebih adalah 20-30 tahun akibat berat badan dari usia remaja yang kurang diperhatikan dengan baik.
- d) Tingkat kecukupan zat gizi, yaitu berkaitan dengan kebiasaan dan perilaku makan yang salah terkait perbandingan konsumsi zat gizi yang melebihi angka kecukupan gizi (AKG) remaja. Konsumsi zat gizi yang paling berisiko meningkatkan gizi lebih pada remaja adalah lemak dan gula (Syifa dan Djuwita, 2023).

- e) Aktivitas fisik, yaitu berkaitan dengan penurunan aktivitas pembakaran energi yang dilakukan oleh tubuh sehingga meningkatkan risiko gizi lebih.

2) Faktor Eksternal

- a) Sosioekonomi, yaitu berasal dari pekerjaan dan penghasilan keluarga yang dapat menimbulkan adanya gizi baik dan gizi lebih karena pemilihan makanan yang dikonsumsi remaja.
- b) Pendidikan, yaitu tingkat pendidikan yang memadai dapat memberikan edukasi dan pengetahuan terkait pentingnya zat gizi yang cukup pada remaja.
- c) Akses dan ketersediaan pangan, yaitu terkait kemudahan dalam memperoleh konsumsi pangan pada suatu wilayah.
- d) Paparan media sosial, yaitu berkaitan dengan penggunaan alat elektronik seperti *gadget* untuk menggunakan media sosial serta mengakses informasi terkait makanan dan minuman di media sosial.

c. Penilaian Status Gizi Remaja

Penilaian status gizi melalui pengukuran antropometri berat dan tinggi badan remaja dapat digunakan untuk mengetahui terjadinya kondisi gizi lebih dan gizi kurang pada remaja (Afifah *et al.*, 2022). Antropometri termasuk dalam metode pengukuran dengan konsep penilaian untuk melihat pertumbuhan remaja (Par.i *et al.*, 2017). Hasil akhir pengukuran antropometri remaja dapat disesuaikan dengan nilai

cut off point IMT/U dari klasifikasi Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2020 Tentang Standar Antropometri Anak (Muchtar *et al.*, 2022). Klasifikasi status gizi remaja disajikan dalam Tabel 2.2.

Tabel 2. 2
Klasifikasi Status Gizi Berdasarkan Indeks Antropometri IMT/U

Kategori Status Gizi	Ambang Batas (<i>Z-score</i>)
Gizi Buruk (<i>Severely Thinness</i>)	< -3SD
Gizi Kurang (<i>Thinnes</i>)	-3SD sd < -2SD
Gizi Baik (<i>Normal</i>)	-2SD sd +1SD
Gizi Lebih (<i>Overweight</i>)	+1SD sd +2SD
Obesitas (<i>Obese</i>)	> +2SD

Sumber : Kemenkes RI, (2020)

1) Penilaian Status Gizi Remaja secara Manual

Data yang dibutuhkan untuk menghitung status gizi remaja adalah data berat badan dan tinggi badan yang akan dihitung menggunakan rumus IMT (Afifah *et al.*, 2022). Rumus perhitungan IMT yaitu:

$$IMT = \frac{\text{Berat badan (kg)}}{(\text{Tinggi badan (m)})^2}$$

Hasil perhitungan IMT tersebut akan dikonversikan dalam bentuk *z-score* melalui perhitungan rumus *z-score* IMT/U yang mengacu pada tabel standar IMT/U anak usia 5-18 tahun (Kemenkes RI, 2020). Rumus *z-score* IMT/U (Bintanah *et al.*, 2018) yaitu:

$$\text{Jika nilai IMT/U individu} < \text{median} = \frac{\text{Nilai IMT individu} - \text{IMT median}}{\text{Nilai IMT median} - (\text{IMT pada} -1\text{SD})}$$

$$\text{Jika nilai IMT/U individu} > \text{median} = \frac{\text{Nilai IMT individu} - \text{IMT median}}{(\text{Nilai IMT pada} +1\text{SD}) - \text{IMT median}}$$

Jika nilai IMT/U individu = median = $\frac{\text{Nilai IMT individu} - \text{IMT median}}{\text{Nilai IMT median}}$

Hasil pengukuran antropometri dalam bentuk *z-score* tersebut disesuaikan dengan klasifikasi IMT/U dalam Tabel 2.2.

2) Penilaian Status Gizi Remaja dengan *Software WHO AnthroPlus*

Software WHO AnthroPlus yaitu *software* yang dikembangkan untuk mengolah data antropometri serta memantau pertumbuhan anak sekolah dan remaja usia 6-19 tahun (WHO, 2009). Data yang dimasukkan dalam *WHO AnthroPlus* terdiri dari tanggal melakukan pengukuran, berat badan, tinggi badan, tanggal lahir, jenis kelamin, dan lainnya. Hasil perhitungan status gizi akan secara otomatis terlihat pada laman *software WHO AnthroPlus* dan dapat dibandingkan dengan klasifikasi status gizi pada Tabel 2.2.

Software WHO AnthroPlus memiliki fasilitas untuk mengolah data (WHO, 2009), yaitu:

- a) *Anthropometric calculator*, yaitu bertujuan untuk mengetahui penilaian status gizi melalui pengolahan data antropometri dan hasil pengolahan datanya tidak dapat disimpan.
- b) *Individual assesment*, yaitu untuk mengolah data antropometri, memantau pertumbuhan, serta dapat diaplikasikan di pelayanan kesehatan karena mampu menyajikan data berbentuk grafik untuk memvisualisasikan tren pertumbuhan anak.

c) *Nutritional survey*, yaitu bertujuan untuk mengolah data antropometri dalam jumlah banyak sehingga cocok digunakan untuk penelitian.

d. Dampak Gizi Lebih pada Remaja

Gizi lebih ditandai dengan adanya penimbunan lemak yang berlebih pada tubuh remaja. Penimbunan lemak dalam tubuh dapat menimbulkan adanya penyumbatan dan penyempitan pada pembuluh darah, terganggunya kinerja pankreas untuk menghasilkan insulin, kesulitan bernapas akibat adanya lemak yang menekan diafragma dan paru-paru, pengurangan cairan sendi, hingga ketidakseimbangan hormon yang mengakibatkan masalah kesuburan (Wahyuningsih dan Ningrat, 2019). Hal tersebut berdampak pada munculnya risiko berbagai penyakit seperti aterosklerosis, penyakit jantung, diabetes, gangguan napas, osteoarthritis, dan lainnya (Par.i *et al.*, 2017).

3. Komunikasi

a. Definisi Komunikasi

Komunikasi yaitu proses berbagi pesan untuk mencapai kesamaan makna dari pemberi kepada penerima pesan (Hariyanto, 2021). Komunikasi adalah proses penyampaian pesan melalui suatu media untuk menimbulkan adanya efek tertentu (Harahap dan Putra, 2020). Komunikasi secara paradigmatis merupakan proses pengiriman pesan untuk mengubah perilaku seseorang (Ramli *et al.*, 2022).

b. Unsur Komunikasi

Unsur komunikasi terbagi menjadi lima (Ramli *et al.*, 2022), terdiri dari:

- 1) Komunikator, yaitu pihak yang ingin memberikan informasi/pesan kepada komunikan.
- 2) Pesan, yaitu informasi yang akan diberikan.
- 3) Media, yaitu alat dan cara yang digunakan untuk proses penyampaian pesan.
- 4) Komunikan, yaitu pihak yang menerima informasi/pesan.

c. Media Komunikasi

- 1) Media Komunikasi berdasarkan Jenisnya

Jenis media komunikasi terbagi menjadi tiga bagian (Haro *et al.*, 2022), yaitu:

- a) Media audio, merupakan proses komunikasi yang penggunaannya hanya memanfaatkan media dalam bentuk suara. Contohnya radio, *tape recorder*, dan lainnya.
- b) Media visual, merupakan proses komunikasi dengan memanfaatkan indra penglihatan seperti membaca buku, poster, dan lainnya.
- c) Media audiovisual, merupakan proses komunikasi yang dapat menggunakan media dalam bentuk suara dan tulisan/gambar secara bersamaan seperti pesan dari internet melalui media sosial, televisi, film, dan lainnya.

2) Media Komunikasi berdasarkan Fungsinya

Media komunikasi berdasarkan fungsinya dapat dikelompokkan menjadi tiga (Haro *et al.*, 2022), yaitu:

- a) Media cetak, yaitu media yang memanfaatkan pesan visual dalam bentuk kata-kata atau tulisan, gambar, dan lainnya. Contohnya majalah, poster, surat kabar, dan lainnya.
- b) Media elektronik, yaitu media yang pesannya dapat didengar dan dilihat serta dilakukan melalui pemanfaatan teknologi elektronik seperti *gadget*, internet, dan lainnya.
- c) Media luar ruang/media papan (*billboard*), yaitu media yang proses penyampaian pesannya menggunakan media cetak dan elektronik yang ditempatkan di luar ruangan. Contohnya yaitu spanduk, papan reklame, dan lainnya.

4. Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media komunikasi yang menggunakan alat elektronik dengan teknologi berbasis internet (Hasniaty *et al.*, 2023). Media sosial yaitu salah satu tren berbasis teknologi informasi yang berkembang di era digital (Abdillah, 2022). Media sosial didefinisikan sebagai media berupa situs dan aplikasi yang menggunakan internet (Triastuti *et al.*, 2017). Media sosial adalah media yang menyajikan konten berupa berita, foto, video, dan lainnya sehingga dapat digunakan untuk melakukan komunikasi dan

mengakses konten hiburan (Baskoro *et al.*, 2023). Rata-rata syarat pembuatan akun di media sosial adalah pengguna yang ingin mendaftar minimal berusia 13 tahun (Triastuti *et al.*, 2017).

b. Jenis Media Sosial

Media sosial terdiri dari enam jenis (Sugito *et al.*, 2022), yaitu:

- 1) Proyek kolaboratif, yaitu suatu media yang menjadikan penggunanya dapat mengubah konten secara bersamaan pada suatu *website*. Contohnya adalah Wikipedia.
- 2) Blog dan mikroblog, yaitu digunakan untuk mengekspresikan dan mengulas sesuatu. Contohnya yaitu X.
- 3) Konten, yaitu pengguna dapat saling berbagi konten dalam bentuk foto, video, dan lainnya. Contohnya yaitu YouTube.
- 4) Situs jejaring sosial, yaitu media untuk mengunggah informasi pribadi seperti foto, video, blog, dan lainnya sehingga dapat diakses oleh orang lain. Contohnya yaitu Facebook.
- 5) Dunia permainan virtual, yaitu berkaitan dengan replikasi dari lingkungan tiga dimensi dimana pengguna dapat berada dalam suatu permainan sebagai avatar dan dapat melakukan interaksi seperti di dunia nyata. Contohnya yaitu *game online*.
- 6) Dunia sosial virtual, yaitu hampir mirip dengan dunia permainan virtual dan tergolong lebih bebas seperti kehidupan. Contoh aplikasi dunia sosial virtual adalah Second Life.

c. Paparan Media Sosial

Paparan media sosial didefinisikan sebagai adanya penerimaan informasi/konten secara terbuka terhadap apa yang didengar, dilihat, dan diperoleh dari media sosial (Kartini *et al.*, 2020). Paparan media sosial yaitu kegiatan yang memiliki perhatian khusus terhadap suatu informasi/konten dengan melihat, mendengar, dan membaca informasi/konten dari media sosial (Michelle dan Susilo, 2021). Paparan media sosial pada remaja yaitu terjadi ketika remaja secara rutin mengakses, menonton, dan menemukan informasi/konten dari media sosial (Kartini *et al.*, 2020).

d. Durasi Paparan Media Sosial

Durasi paparan media sosial dapat digambarkan melalui lama waktu remaja untuk mengakses media sosial dalam hitungan jam (Windarwati *et al.*, 2020). Durasi paparan media sosial merupakan jumlah waktu yang digunakan untuk membuka dan mengakses media sosial (Muthia *et al.*, 2022). Durasi paparan media sosial yaitu berkaitan dengan lama waktu yang digunakan remaja untuk mengakses konten dan terpapar informasi dari media sosial (Adiba *et al.*, 2020). Rekomendasi durasi *screen time* untuk bermain *gadget* termasuk mengakses media sosial oleh *American Academy of Child and Adolescent Psychiatry* pada remaja usia 16-18 tahun adalah 2 jam/hari (Chassiakos *et al.*, 2016). Berdasarkan hal tersebut, kategori

durasi paparan media sosial tergolong rendah jika ≤ 2 jam/hari, dan tergolong tinggi jika > 2 jam/hari (Apinda *et al.*, 2023).

e. Dampak Paparan Media Sosial pada Perilaku Makan

Paparan media sosial ditandai dengan adanya paparan informasi/konten yang diperoleh dari media sosial (Michelle dan Susilo, 2021). Perilaku makan merupakan suatu kegiatan yang menghubungkan interaksi antara suatu individu dengan makanan (Rasmaniar *et al.*, 2023). Dampak paparan media sosial pada perilaku makan yaitu diketahui berdasarkan adanya paparan konten makanan dan minuman di media sosial melalui foto, video, dan lainnya yang berkaitan dengan perilaku remaja dalam mengonsumsi makanan (Muthia *et al.*, 2022).

f. Pengukuran Dampak Paparan Media Sosial pada Perilaku Makan

Pengukuran dari dampak paparan media sosial pada perilaku makan dapat diketahui melalui pengisian kuesioner *The Scale of Effects of Social Media on Eating Behaviour* (SESMEB). Kuesioner SESMEB memiliki 18 pernyataan dengan skala likert lima poin yang terdiri dari tidak pernah, jarang, kadang-kadang, sering, dan selalu. Skor total dihitung berdasarkan penjumlahan skor dari seluruh pernyataan (Keser *et al.*, 2020).

Istilah 'tidak pernah, jarang, kadang-kadang, sering, dan selalu' dalam Bahasa Inggris termasuk dalam kata keterangan frekuensi (*adverbs of frequency*) yang menjelaskan bahwa 'tidak

pernah' yaitu tidak pernah kapanpun, 'jarang' yaitu sebagian kecil waktu/hampir tidak pernah, 'kadang-kadang' yaitu sebagian/beberapa waktu, 'sering' yaitu sebagian besar waktu, dan 'selalu' yaitu dilakukan setiap waktu (Folse, 2012). Istilah tersebut merupakan *adverbs of frequency* yang sifatnya *indefinite* sehingga disebut sebagai *adverbs of indefinite frequency* karena dapat menyatakan terjadinya suatu tindakan tanpa menjelaskan jumlah waktu/pengulangan secara spesifik (Dehham, 2015). *Adverbs of frequency* juga dapat digunakan untuk menggambarkan suatu kebiasaan yang telah terjadi di masa lalu (Pauzan, 2021).

g. Faktor yang Memengaruhi Paparan Media Sosial pada Remaja

Media sosial dapat memengaruhi remaja karena memiliki daya tarik (Triastuti *et al.*, 2017), yaitu:

- 1) Media sosial termasuk aplikasi yang populer sehingga remaja tidak ingin tertinggal *trend* untuk berselancar di media sosial.
- 2) Media sosial memiliki fitur untuk menonton, berbagi informasi, dan menikmati konten yang diposting di media sosial melalui foto, video, dan lainnya.
- 3) Media sosial memberikan akses untuk remaja bergabung dengan suatu komunitas yang diminatinya.

Daya tarik tersebut berkaitan dengan aktivitas remaja untuk mencari informasi terbaru sebagai rasa keingintahuan yang tinggi,

menyalurkan minat dengan terlibat aktivitas *online*, serta mengakses media sosial untuk hiburan (Triastuti *et al.*, 2017).

h. Dampak Negatif Media Sosial pada Remaja

Media sosial memiliki dampak negatif pada remaja (Triastuti, *et al.*, 2017), yaitu:

- 1) Media sosial mendorong perilaku *Fear of Missing Out* (FOMO) atau takut tertinggal informasi yang terbaru sehingga remaja memiliki keinginan untuk terus mengakses media sosial.
- 2) Media sosial dapat berdampak buruk pada kesehatan remaja karena dapat mengurangi aktivitas fisik remaja akibat durasi mengakses konten yang berlebihan dan memengaruhi asupan makan yang cenderung berlebih pada remaja.

5. Teori Perubahan Perilaku dan Model Komunikasi

a. Definisi Perilaku

Perilaku merupakan aktivitas yang dilakukan oleh seseorang sebagai respon terhadap rangsangan yang diberikan (Tumurang, 2018). Perilaku yaitu kegiatan yang dilakukan oleh suatu individu (Ismiriyam, 2021). Perilaku adalah suatu proses aksi dan reaksi dari suatu individu terhadap lingkungan di sekitarnya (Irwan, 2017).

b. Teori Perubahan Perilaku

Salah satu teori perubahan perilaku yang berkaitan dengan adanya rangsangan atau stimulus dari lingkungan adalah teori yang dikembangkan oleh Skinner yang disebut sebagai teori S-O-R

(Tumurang, 2018). Teori S-O-R merupakan singkatan dari Stimulus-Organisme-Respon (Yusuf, 2021). Teori S-O-R menjelaskan bahwa adanya perubahan perilaku pada suatu individu bergantung pada rangsangan yang diterima oleh individu tersebut (Irwan, 2017). Tahap perubahan perilaku dalam teori S-O-R (Irwan, 2017), yaitu:

- 1) Stimulus, yaitu rangsangan yang ditujukan kepada suatu individu.
- 2) Organisme, yaitu jika suatu individu telah menerima stimulus maka individu tersebut akan memberikan perhatian pada stimulus.
- 3) Respon, yaitu berupa dorongan untuk melakukan suatu tindakan atau perilaku setelah menerima stimulus.

Respon dalam teori S-O-R terbagi menjadi dua jenis (Tumurang, 2018), yaitu:

- 1) *Respondent respons/reflexive*, yaitu respon akibat adanya rangsangan tertentu dan bersifat tetap. Contohnya ketika suatu individu melihat makanan dan minuman maka hal tersebut dapat menimbulkan keinginan untuk makan.
- 2) *Operant respons*, yaitu respon yang muncul dan mengalami perkembangan sehingga diikuti dengan adanya rangsangan lain untuk memperkuat respon. Rangsangan lain tersebut disebut sebagai *reinforcer* atau *reinforcing stimuli*. Contohnya stimulus dari gaji yang memadai menimbulkan respon pegawai kesehatan menjadi bekerja dengan lebih baik, lalu bekerja dengan baik

tersebut menjadi *reinforcer* stimulus lainnya untuk respon pegawai mendapatkan promosi kerja.

c. Model Komunikasi melalui Media Sosial

Teori S-O-R merupakan salah satu model komunikasi yang bersumber dari ilmu psikologi dan memiliki kesamaan dalam penggunaan objeknya yaitu manusia (Yusuf, 2021). Teori S-O-R adalah dasar dari model komunikasi yang dipengaruhi oleh ilmu psikologi dengan aliran behavioristik (Hariyanto, 2021). Berdasarkan hal tersebut, unsur dari model komunikasi ini terdiri dari S yaitu stimulus/pesan, O yaitu organisme/komunikan, dan R yaitu respon/efek (Yusuf, 2021).

Penerapan teori S-O-R dalam model komunikasi melalui media sosial didukung oleh penelitian Trampubolon dan Rorong (2024), yaitu:

- 1) Stimulus, yaitu rangsangan berupa pesan atau paparan dari media sosial.
- 2) Organisme, yaitu pesan dari stimulus diterima oleh individu sebagai komunikan yang merupakan pengguna aktif media sosial.
- 3) Respon, yaitu individu akan mengalami perubahan perilaku sebagai efek atau respon balik terhadap pesan yang diterima.

Teori S-O-R mengasumsikan bahwa semakin besar stimulus yang diperoleh dari paparan media sosial, maka respon berupa perubahan perilaku pada remaja juga semakin besar (Abdina, 2022). Perubahan perilaku pada suatu individu bergantung pada kualitas

stimulus yang berkomunikasi dan diterima oleh organisme/individu. Jika suatu individu mencurahkan perhatian pada stimulus, maka individu tersebut akan mengalami efek berupa kesediaan bertindak sesuai dengan stimulus yang diterima menjadi adanya perubahan perilaku (Rochim *et al.*, 2023).

6. Hubungan Paparan Media Sosial dengan Kejadian Gizi Lebih pada Remaja
 - a. Hubungan Durasi Paparan Media Sosial dengan Kejadian Gizi lebih pada Remaja

Remaja mengakses media sosial dalam bentuk melihat foto, menonton konten video dan lainnya sehingga proses komunikasi yang digunakan yaitu melalui panca indra untuk melihat dan mendengar (Kartini *et al.*, 2020). Paparan media sosial dapat membuat remaja terlena dan lebih tertarik untuk terus mengakses media sosial sehingga cenderung mengurangi aktivitas fisik remaja (Etika *et al.*, 2023).

Waktu remaja untuk melakukan aktivitas fisik akan berkurang jika durasi penggunaan *gadget* tergolong tinggi (Kumala *et al.*, 2019). Remaja dengan status gizi lebih cenderung menggunakan *gadget* untuk mengakses media sosial dalam waktu lama sehingga memicu adanya ketidakseimbangan pengeluaran energi tubuh karena aktivitas fisik yang rendah (Suraya *et al.*, 2020). Ketidakseimbangan energi dari penurunan aktivitas fisik dan asupan zat gizi dapat meningkatkan kondisi penumpukan lemak dalam tubuh yang memicu adanya kejadian gizi lebih pada remaja (Firdausi *et al.*, 2023).

Hasil penelitian Apinda *et al.*, (2023) menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara durasi *screen time* dengan kejadian gizi lebih pada remaja ditandai dengan sebagian besar remaja yang mengalami gizi lebih memiliki durasi *screen time* yang tinggi. Remaja yang memiliki durasi *screen time* tinggi akan lebih berisiko mengalami gizi lebih dibandingkan remaja dengan durasi *screen time* yang tergolong normal (Manja *et al.*, 2020). Remaja dengan *screen time* dan penggunaan *gadget* yang tinggi yaitu > 2 jam/hari cenderung memiliki status gizi lebih karena adanya penurunan aktivitas fisik pada remaja (Jeki *et al.*, 2023).

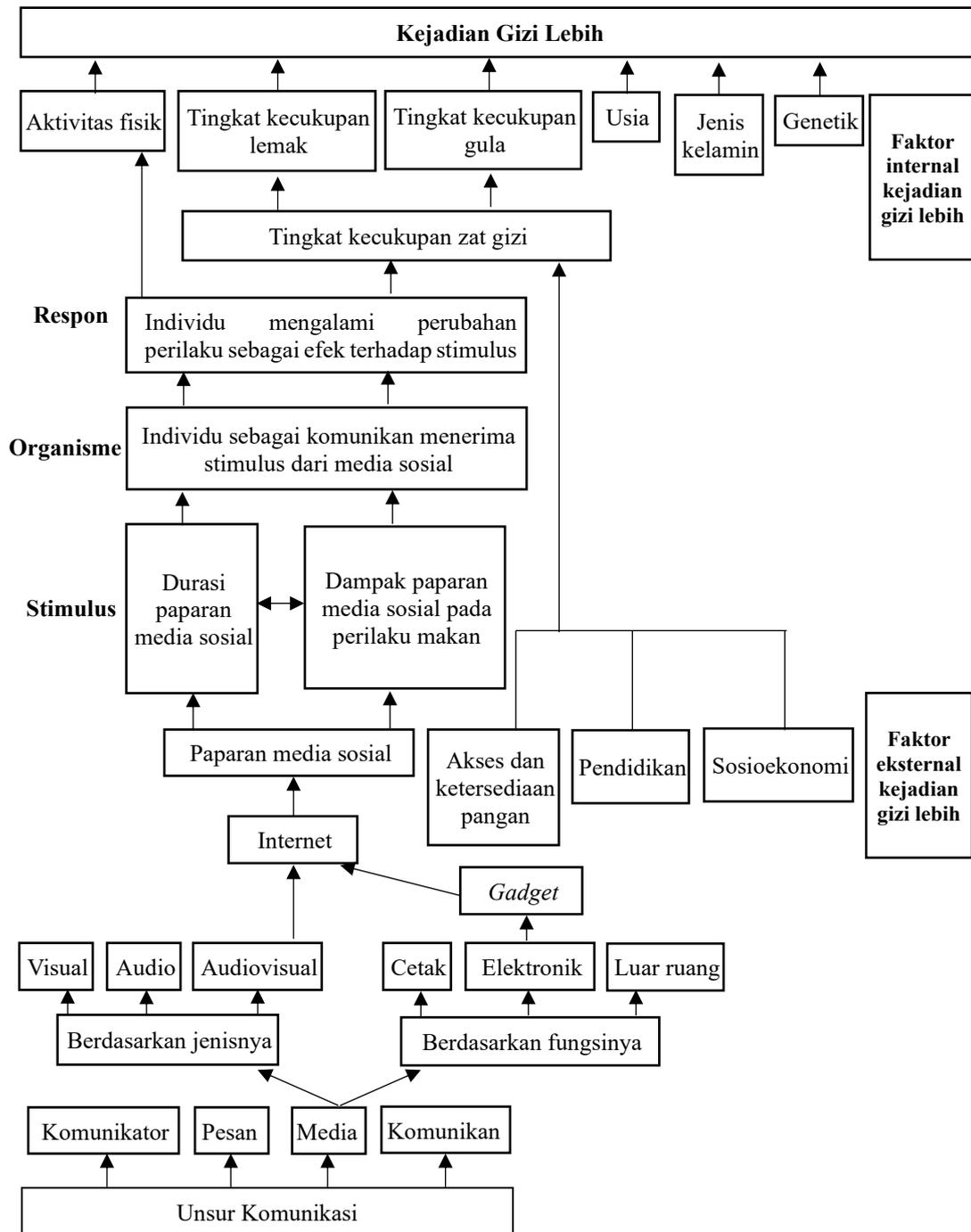
b. Hubungan Dampak Paparan Media Sosial pada Perilaku Makan dengan Kejadian Gizi Lebih pada Remaja

Media sosial digunakan untuk menyampaikan informasi dalam bentuk foto, video, dan lainnya melalui panca indra dengan melihat dan mendengarkan informasi dari media sosial (Kartini *et al.*, 2020). Media sosial dapat meningkatkan paparan informasi terkait makanan yang terdapat pada iklan dalam bentuk gambar dan video, postingan makanan, konten memasak, serta informasi lainnya yang sering mempromosikan makanan tidak sehat (Qutteina *et al.*, 2022). Meningkatnya paparan dari media sosial akan memengaruhi keinginan remaja terhadap makanan atau kelaparan visual (Shrestha, 2021). Paparan tersebut juga berpengaruh terhadap asupan makan karena postingan di media sosial dapat meningkatkan ketertarikan pengguna media sosial untuk mengikuti postingan tersebut (Firdausi *et al.*, 2022).

Dampak paparan media sosial pada perilaku makan dapat meningkatkan asupan makan secara berlebih sehingga berisiko mengakibatkan adanya gizi lebih pada remaja (Hawkins *et al.*, 2020). Hal ini dibuktikan oleh penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa paparan media sosial yang tergolong tinggi dapat memengaruhi berat badan remaja (Artadini *et al.*, 2022). Paparan makanan kurang sehat dapat memicu berbagai respons otak terhadap isyarat visual makanan yang berpengaruh kuat dan terbukti memprediksi gizi lebih pada remaja (Alwafi *et al.*, 2022).

Dampak paparan media sosial pada perilaku makan dapat meningkatkan kejadian gizi lebih dikarenakan adanya konten terkait makanan dan minuman di media sosial dapat menarik perhatian remaja untuk turut mengonsumsi makanan dan minuman secara bersamaan saat mengakses media sosial. Hal tersebut dapat memengaruhi asupan makan remaja sehingga akan meningkatkan terjadinya gizi lebih pada remaja (Kumala *et al.*, 2019).

B. Kerangka Teori



Gambar 2. 1 Kerangka Teori

Sumber: Modifikasi Irwan, (2017), Afifah *et al.*, (2022), Haro *et al.*, (2022), Ramli *et al.*, (2022), Syifa dan Djuwita, (2023), Trampubolon dan Rorong, (2024).