

Hubungan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji Pada Siswa SMP Negeri 1 Kota Jambi

Ezra Ayu Novita S*, Asparian, Kasyani, M. Ridwan

Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat, Universitas Jambi, Jambi, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Redaksi: 13 Oktober 2026
Revisi Akhir: 20 Oktober 2026
Diterbitkan Online: 21 Oktober 2026

KATA KUNCI

Durasi Penggunaan Media Sosial
Frekuensi Penggunaan Media Sosial
Makanan Cepat Saji
Media Sosial
Paparan Konten
Perilaku Konsumsi

KORESPONDENSI (*)

Phone: +62 815-3938-7771
E-mail: ezraayunovita123@gmail.com

ABSTRAK

Penggunaan media sosial yang pesat pada remaja memperluas paparan promosi makanan cepat saji, sehingga berpotensi memengaruhi perilaku makan dan memicu masalah gizi jangka panjang. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara frekuensi, durasi, dan paparan konten media sosial dengan perilaku konsumsi makanan cepat saji pada siswa Smp Negeri 1 Kota Jambi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara penggunaan media sosial dengan perilaku konsumsi makanan cepat saji pada siswa Smp Negeri 1 Kota Jambi. Penelitian kuantitatif observasional analitik ini menggunakan pendekatan *cross-sectional*. Sampel terdiri dari 250 siswa kelas VII dan VIII yang dipilih menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur, kemudian dianalisis secara univariat dan bivariat menggunakan uji *Chi-Square*. Mayoritas responden memiliki perilaku konsumsi makanan cepat saji kategori tidak baik (65,6%), frekuensi penggunaan media sosial tinggi (73,6%), durasi tinggi (72,4%), dan paparan konten tinggi (51,6%). Uji bivariat menunjukkan hubungan signifikan antara perilaku konsumsi makanan cepat saji dengan frekuensi penggunaan media sosial ($p<0,00$; $PR=1,98$; 95% CI: 1,44–2,74), durasi penggunaan ($p<0,00$; $PR=1,93$; 95% CI: 1,42–2,62), serta paparan konten ($p<0,00$; $PR=1,42$; 95% CI: 1,18–1,72). Frekuensi, durasi, dan paparan konten media sosial yang tinggi berhubungan signifikan dengan tingginya risiko perilaku konsumsi makanan cepat saji yang tidak baik pada remaja. Sekolah dan orang tua diimbau meningkatkan literasi gizi digital serta membatasi *screen time* siswa.

PENDAHULUAN

Media sosial memiliki karakteristik yang berbeda dari media pemasaran konvensional. Informasi dapat disajikan dalam bentuk foto, video pendek, ulasan pengguna, siaran langsung, serta tautan menuju layanan pemesanan. Pengguna tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga dapat menyukai, membagikan, mengomentari, dan mengunggah kembali konten. Interaksi ini memungkinkan promosi makanan menyebar melalui jaringan pertemanan dan rekomendasi algoritmik, sehingga konten yang serupa dapat muncul berulang kali pada linimasa pengguna (Elida Sina, Daniel Boakye, Lara Christianson, Wolfgang Ahrens, 2022). Pada kelompok siswa sekolah menengah pertama, media sosial dapat menjadi sumber hiburan sekaligus rujukan dalam menentukan pilihan gaya hidup. Konten kuliner sering disampaikan melalui visual makanan yang menggugah selera, narasi pengalaman mencoba makanan, informasi harga, penilaian rasa, dan rekomendasi tempat makan (D.L.M. Van Der Bend, T Jakstas, E Van Kleef, 2022). Bentuk penyajian tersebut berpotensi menonjolkan aspek rasa, kepraktisan, dan popularitas produk sedangkan informasi mengenai kandungan gizi atau konsekuensi konsumsi berlebihan belum tentu menjadi perhatian utama.

Frekuensi penggunaan menggambarkan seberapa sering siswa mengakses media sosial dalam sehari. Durasi menggambarkan jumlah waktu yang digunakan untuk mengakses platform, sedangkan paparan konten menggambarkan

seberapa sering siswa menjumpai materi yang berhubungan dengan makanan cepat saji, seperti iklan, promosi, ulasan food vlogger, atau rekomendasi dari kreator dan teman. Sebaliknya, pengguna yang mengakses dalam waktu lebih lama dapat memiliki kesempatan lebih besar untuk melihat konten kuliner (Monique Potvin Kent, Mariangela Bagnato, Lauren Remedios, Julia Soares Guimarães, Grace Gilis, Carolina Soto, 2024).

Makanan cepat saji sering dipilih karena mudah diperoleh, dapat dikonsumsi tanpa persiapan panjang, serta dipromosikan melalui potongan harga atau paket tertentu. Di lingkungan sekolah, keberadaan kantin dan penjual makanan di sekitar sekolah dapat mempermudah akses. Ketika kemudahan akses bertemu dengan ketertarikan yang muncul setelah melihat konten digital, siswa dapat lebih sering mempertimbangkan makanan tersebut sebagai pilihan (Delisle, 2005). Kebiasaan konsumsi yang tidak seimbang, terutama jika makanan yang dipilih tinggi energi, lemak, gula, atau natrium dan kurang mengandung serat, dapat berkontribusi terhadap risiko masalah gizi apabila berlangsung terus-menerus (M. Yamin, A Wahab Jufri, Jamaluddin, 2021).

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji

Perilaku konsumsi makanan cepat saji pada remaja mencakup motif pemilihan seperti kepraktisan, rasa, harga, serta pengaruh media sosial. Perilaku ini mencakup seberapa sering makanan tersebut dikonsumsi, jenis makanan yang dipilih, alasan pemilihannya, serta berbagai faktor yang memengaruhi proses pengambilan keputusan, baik dari aspek individu maupun lingkungan (Delvi Fitrianti, Retno Mardhiati, 2023). WHO menjelaskan bahwa fast food consumption merupakan perilaku makan yang ditandai dengan tingginya konsumsi makanan tinggi kalori dan rendah nilai gizi, yang sering dipicu oleh pemasaran masif dan kemudahan akses (Delisle, 2005).

Media Sosial

Media sosial didefinisikan sebagai ekosistem digital berbasis internet yang memfasilitasi partisipasi interaktif, pertukaran informasi, serta pembuatan berbagai materi kreatif oleh pengguna melalui platform blog, forum, hingga ruang komunikasi virtual. Berdasarkan pendapat atau pandangan lain, media sosial adalah media berbasis internet yang mendukung dan memungkinkan untuk terjadinya interaksi sosial melalui pemanfaatan teknologi berplatform web sehingga komunikasi dapat berlangsung dalam bentuk dialog yang interaktif (Jain Rahman, 2001),.

Frekuensi Penggunaan Media Sosial

Frekuensi penggunaan menggambarkan intensitas individu dalam menyisihkan durasi dan seberapa intens mereka terhubung ke platform jejaring digital dalam rentang waktu khusus. Frekuensi penggunaan media sosial juga diartikan sebagai tingkat keseringan individu dalam mengakses, menggunakan, atau berinteraksi dengan platform media sosial dalam periode waktu tertentu, yang biasanya diukur melalui jumlah kunjungan, intensitas akses, serta durasi penggunaan harian atau mingguan. Konsep ini tidak hanya menggambarkan seberapa sering seseorang terlibat dalam aktivitas digital, tetapi juga mencerminkan tingkat paparan individu terhadap beragam informasi, pesan, maupun konten yang beredar di lingkungan media sosial (Belajar, 2023).

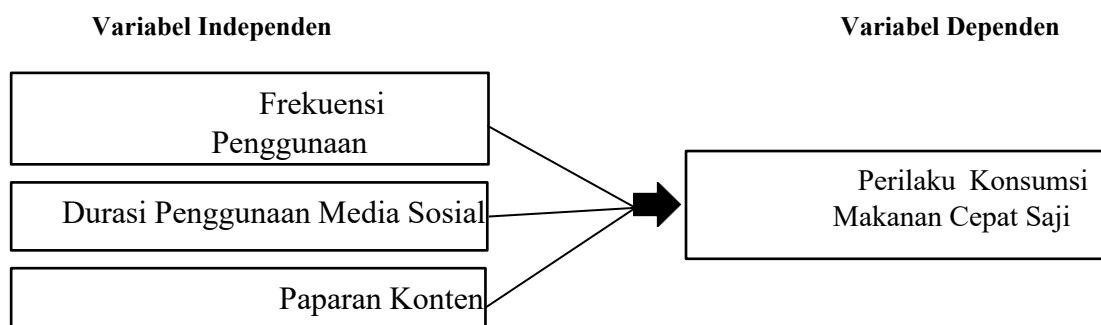
Durasi Penggunaan Media Sosial

Durasi Penggunaan media sosial dalam jangka waktu yang panjang dapat memicu ketergantungan, karena banyak individu yang memanfaatkannya untuk memperoleh informasi, berinteraksi dan berkomunikasi, mencari hiburan, serta sebagai media untuk mengakses berbagai konten, salah satunya konten visual seperti konten terkait makanan. (Ani Margawati, Hartanti Sandu Wijayanti, Nur Azkiyati Faizah, 2020) Media sosial kini menjadi saluran utama bagi remaja dalam menerima berbagai paparan terkait makanan cepat saji, termasuk promosi, iklan, dan informasi seputar produk tersebut. Selain itu, platform media sosial menyediakan kemudahan bagi remaja untuk mengakses informasi kuliner sekaligus memesan makanan cepat saji dengan cepat dan praktis. (Tri Addya Karini, Zilfadhilah Arranury, Dian Ihwana Ansyar, Dian Rezki Wijaya, 2022).

Paparan Konten

Paparan konten di media sosial berpengaruh terhadap pola konsumsi atau kebiasaan makan-makanan cepat saji pada remaja. Paparan materi promosi restoran fast food yang ditemui secara berulang di berbagai kanal media secara perlahan menumbuhkan ketertarikan sekaligus membingkai pandangan positif terhadap produk tersebut. Pada akhirnya, kebiasaan remaja bertransformasi melalui proses internalisasi dari apa yang mereka amati di lingkungan sosial harian. (Mizya Sabthea Simanjuntak, Muhammad Syukri, Kasyani, Asparian, Muhammad Ridwan, 2025).

Kerangka Konsep



Gambar 1. Kerangka Konsep

METODOLOGI

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif melalui desain observasional analitik guna menguji keterkaitan antara variabel pemanfaatan media sosial dan kebiasaan konsumsi makanan cepat saji pada kelompok siswa. Rancangan penelitian menggunakan pendekatan *cross-sectional*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas VII & VIII di SMP Negeri 01 Kota Jambi, dengan jumlah 630 siswa. Setelah melalui uji menggunakan rumus Slovin, diperoleh jumlah sampel definitif sebanyak 250 responden.

Alat ukur utama dalam studi ini berwujud angket kuesioner, dengan persetujuan melalui lembar Inform Consern yang dirancang untuk menggali dan menganalisis variabel-variabel penentu di balik perilaku konsumsi makanan cepat saji para siswa. Pengolahan data dalam studi ini diarahkan untuk menyajikan sebaran frekuensi dan persentase tiap variabel, sekaligus mengevaluasi keterkaitan antara variabel bebas dan variabel terikat. Proses analisis data ini meliputi analisis univariat dan analisis bivariat. Setelah melalui uji normalitas data berdistribusi tidak normal sehingga menggunakan Median sebagai nilai cut-off. Nilai cut off pada variabel Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji adalah 22, Frekuensi Penggunaan Media Sosial adalah 5, Durasi Penggunaan Media Sosial 5, dan Paparan Konten adalah 21.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Variabel	Frekuensi (n)	Presentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	116	46,4
Perempuan	134	53,6
Umur		
12	73	29,2
13	71	28,4
14	106	42,4
Kelas		
VII	113	46,4
VIII	137	53,6
Total	250	100

Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin memperlihatkan bahwa populasi sampel didominasi oleh perempuan sebanyak 134 siswa (53,6%), sementara kelompok laki-laki secara keseluruhan berjumlah 116 siswa (46,4%). Berdasarkan variabel umur kelompok responden terbesar yaitu kelompok siswa usia 14 Tahun sebanyak 106 siswa atau sebesar 42,4%, kelompok usia 12 Tahun 73 siswa atau sebesar 29,2% dan usia 13 Tahun 71 siswa atau sebesar 28,4%. Berdasarkan tingkat kelas, distribusi responden mencakup siswa dari dua tingkat Siswa dari kelas VIII menjadi kelompok mayoritas dengan jumlah 137 siswa (53,6%). Siswa dari kelas VII berjumlah 113 siswa (46,4%). Secara keseluruhan, seluruh sampel yang berjumlah 250 siswa (100%) telah mewakili karakteristik populasi yang diteliti berdasarkan variabel-variabel demografi tersebut.

Analisis Univariat

Tabel 2. Analisis Univariat

Variabel	Frekuensi (n)	Presentase (%)
Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji		
Tidak Baik	164	65,6
Baik	84	34,4
Frekuensi Penggunaan Media Sosial		
Tinggi	184	73,6
Rendah	66	26,4
Durasi Penggunaan Media Sosial		
Tinggi	181	72,4
Rendah	69	27,6
Paparan Konten		
Tinggi	129	51,6
Rendah	121	48,4
Total	250	100

Sumber: Data Primer Terolah, 2026

Secara keseluruhan, hasil analisis univariat ini menggambarkan fenomena yang saling berkaitan di mana tingkat keterpaparan dan interaksi responden terhadap media sosial berada pada proporsi yang sangat dominan. Tingginya persentase responden yang memiliki frekuensi (73,6%) dan durasi (72,4%) penggunaan media sosial kategori tinggi sejalan dengan tingginya angka perilaku konsumsi makanan cepat saji yang tidak baik (65,6%). Hal ini mengindikasikan adanya kecenderungan bahwa kebiasaan menghabiskan waktu di media sosial serta keterpaparan akan konten-konten di dalamnya dapat memengaruhi pola pikir, gaya hidup, hingga pilihan makanan harian responden, yang pada akhirnya mendorong tingginya perilaku konsumsi makanan cepat saji di kelompok sampel ini.

Analisis Bivariat

Tabel 3. Analisis Bivariat

Variabel	Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji				Total		PR (95% CI)	P- Value
	Tidak Baik		Baik					
	n	%	n	%	n	%		
Frekuensi Penggunaan Media Sosial								
Tinggi	139	75,5	45	24,5	184	100	1,99	0,000
Rendah	25	37,9	41	62,1	66	100	(1,44-2,74)	
Durasi Penggunaan Media Sosial								
Tinggi	137	75,7	44	24,3	181	100	1,93	0,000
Rendah	27	39,1	42	60,9	69	100	(1,42-2,62)	
Paparan Konten								
Tinggi	99	76,7	30	23,3	129	100	1,42	0,000
Rendah	65	53,7	56	46,3	121	100	(1,18-1,72)	

Sumber: Data Primer Terolah, 2026

Hubungan Frekuensi Penggunaan Media Sosial dengan Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji pada Siswa SMP Negeri 1 Kota Jambi

Hasil pengujian pada siswa Smp Negeri 1 Kota Jambi, diketahui bahwa responden dengan frekuensi penggunaan media sosial dalam kategori tinggi memiliki prevalensi perilaku konsumsi makanan cepat saji yang tidak baik sebesar 1,99 kali dibandingkan dengan responden yang memiliki frekuensi penggunaan media sosial dalam kategori rendah ($PR = 1,99$; 95% $CI: 1,44-2,74$). Temuan ini menunjukkan adanya kecenderungan bahwa semakin sering siswa menggunakan media sosial, semakin tinggi pula prevalensi perilaku konsumsi makanan cepat saji yang tidak baik. Nilai *Prevalence Ratio* (PR) sebesar 1,99 menunjukkan bahwa kelompok siswa dengan frekuensi penggunaan media sosial tinggi dan memiliki probabilitas risiko yang hampir dua kali lebih besar relatif terhadap frekuensi penggunaan media sosial.

Pada penelitian Amerta Nutrition juga menemukan adanya hubungan yang signifikan antara Frekuensi dan Durasi Penggunaan Media sosial dengan perilaku makan $p=0,022$ dan $p=0,003$ (Amalia et al., 2023). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu pada remaja usia 12 tahun ke atas yang berpendidikan SMP dan SMA. Penelitian tersebut menggunakan uji *Chi-Square* dan menemukan adanya hubungan yang signifikan antara frekuensi penggunaan media sosial dengan kebiasaan konsumsi makanan cepat saji dengan nilai $p = 0,035$. sehingga dapat memengaruhi perilaku konsumsi. Penelitian Ares et al. (2025) pada 1.542 remaja usia 11–19 tahun di Uruguay menunjukkan adanya hubungan antara penggunaan media sosial dan paparan pemasaran makanan digital dengan perilaku konsumsi makanan cepat saji (Gastón Ares, Lucía Antúnez, Florencia Alcaire, Virginia Natero, Vanessa Gugliucci, Leandro Machín, Carolina de León, 2025).

Hubungan Durasi Penggunaan Media Sosial dengan Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji pada Siswa SMP Negeri 1 Kota Jambi

Hasil penelitian pada populasi siswa Smp Negeri 1 Kota Jambi mengonfirmasi adanya keterkaitan yang signifikan antara durasi pengaksesan media sosial dan kebiasaan makan cepat saji. Siswa pada kategori durasi tinggi tercatat memiliki kecenderungan perilaku konsumsi *fast food* yang kurang baik sebesar 1,93 kali lipat ketimbang kelompok kontrol berdurasi rendah ($PR 1,93$; 95% $CI: 1,42 - 2,62$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin lama durasi penggunaan media sosial, semakin besar kecenderungan siswa untuk memiliki perilaku konsumsi makanan cepat saji yang tidak baik. Durasi penggunaan media sosial yang panjang memberikan kesempatan yang lebih besar bagi siswa untuk berinteraksi dengan berbagai informasi, promosi, serta konten makanan yang tersedia pada media sosial.

Temuan ini menunjukkan transparansi ilmiah yang sejalan dengan eksplorasi riset terdahulu, di mana korelasi signifikan antara akumulasi durasi penggunaan media sosial dan pola konsumsi makanan cepat saji terbukti nyata ($p = 0,00$). (Khoirunissa Nadiva Nareswari, Muwakhidah, 2025) Temuan ini menunjukkan korelasi ilmiah yang sejajar dengan riset-riset terdahulu, di mana frekuensi dan durasi pengaksesan media sosial secara signifikan berhubungan dengan pola perilaku makan remaja, masing-masing dengan nilai signifikansi $p = 0,022$ dan $p = 0,003$. Konfirmasi ini makin diperkuat oleh studi komparatif lain ($p = 0,040$) yang mengidentifikasi adanya keterkaitan nyata antara durasi paparan media sosial dan kecenderungan pemilihan makanan pada kelompok usia remaja (Cholida Adiba, Siti Fatimah Pradigdo, 2020).

Hubungan Paparan Konten dengan Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji pada Siswa SMP Negeri 1 Kota Jambi

Berdasarkan hasil penelitian pada siswa Smp Negeri 1 Kota Jambi, responden yang memiliki paparan konten media sosial kategori tinggi berisiko 1,42 kali lebih besar untuk memiliki perilaku konsumsi makanan cepat saji yang tidak baik dibandingkan dengan responden yang memiliki paparan konten kategori lebih rendah ($PR = 1,42$; 95% $CI: 1,18-1,72$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat paparan siswa terhadap konten makanan di media sosial, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk memiliki perilaku konsumsi makanan cepat saji yang tidak baik. Paparan konten yang dimaksud dalam penelitian ini mencakup berbagai informasi dan materi terkait makanan yang ditemui siswa melalui media sosial, seperti ulasan kuliner (*food vlogging*), promosi atau iklan makanan, rekomendasi makanan, tren kuliner, serta konten gaya hidup yang menampilkan makanan cepat saji sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang menemukan bahwa paparan media sosial memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku konsumsi makanan cepat saji $p=0,024$. (Fanny Arya Rahmasari, Zata Ismah,

2024). Dan dalam penelitian Ghidza juga menunjukkan bahwa frekuensi melihat konten foodies berhubungan signifikan dengan pola konsumsi fast food pada remaja $p=0,017$. (Karina Ramadany, Fahmi Hafid, Ani Intiyati, 2025) Pada penelitian yang dilakukan di Indonesia, Lwin et al. menunjukkan bahwa paparan media sosial berhubungan dengan frekuensi konsumsi makanan cepat saji pada anak di wilayah suburban dengan nilai $p=0,02$. (Elida Sina, Daniel Boakye, Lara Christianson, Wolfgang Ahrens, 2022).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan penggunaan media sosial dengan perilaku konsumsi makanan cepat saji pada siswa SMP Negeri 1 Kota Jambi Tahun 2026, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki frekuensi penggunaan media sosial tinggi (73,6%), durasi penggunaan tinggi (72,4%), dan paparan konten makanan cepat saji tinggi (51,6%). Hal menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara frekuensi, durasi, dan paparan konten media sosial dengan perilaku konsumsi makanan cepat saji. Semakin tinggi frekuensi dan durasi penggunaan media sosial serta paparan konten makanan cepat saji, semakin tinggi kecenderungan siswa memiliki perilaku konsumsi makanan cepat saji yang tidak baik.

Diharapkan siswa lebih bijak saat menggunakan media sosial dengan tidak mudah percaya atau langsung tertarik pada iklan dan makanan yang sedang viral. Batasi penggunaan media sosial untuk hiburan sekitar maksimal 2 jam sehari agar tidak terlalu sering terpengaruh oleh promosi makanan cepat saji. Dan untuk pihak SMP Negeri 01 Kota Jambi dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kesehatan siswa, Upaya ini perlu dilakukan karena penggunaan media sosial dapat memengaruhi perilaku konsumsi makanan cepat saji pada siswa. Dengan melibatkan kepala sekolah, guru BK, guru UKS, wali kelas, dan pengelola kantin, serta dilaksanakan di lingkungan sekolah, terutama melalui kegiatan BK, UKS, ekstrakurikuler, dan kantin sekolah

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S. N. I., Octaria, Y. C., Maryusman, T., & Imrar, I. F. (2023). Hubungan Pola Penggunaan Media Sosial dengan Perilaku Makan, Aktivitas Fisik, dan Status Gizi pada Remaja di DKI Jakarta. *Amerta Nutrition*, 7(2SP), 193–198. <https://doi.org/10.20473/amnt.v7i2SP.2023.19>
- Ani Margawati, Hartanti Sandu Wijayanti, Nur Azkiyati Faizah, M. I. S. (2020). Hubungan Menonton Video Mukbang Autonomous Sensory Meridian Response, Keinginan Makan Dan Uang Saku Dengan Asupan Makan Dan Status Gizi Mahasiswa. *Jurnal Gizi Indonesia*, 8(2), 102–109.
- Belajar, P. (2023). *Perbedaan Frekuensi dan Durasi*. 8(1), 7–23.
- Cholida Adiba, Siti Fatimah Pradigdo, M. I. K. (2020). Association Tetween Social Media Exposure to Food And Beverages With Nutrient Intake Of Female Adolescents Association Between Social Media Exposure To Food And Beverages With Nutrient Intake Of Female Adolescents. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional*, 15(4), 191–198. <https://doi.org/10.21109/kesmas.v15i4.3561>
- D.L.M. Van Der Bend, T Jakstas, E Van Kleef, V. A. S. and T. B. (2022). Adolescents' Exposure To And Evaluation Of Food Promotions On Social Media : A Multi-Method Approach. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 3, 1–15. <https://doi.org/10.1186/s12966-022-01310-3>
- Delisle, H. (2005). Nutrition In Adolescence – Issues And Challenges For The Health Sector. *World Health Organization*, 1–115. https://www.who.int/publications/i/item/9241593660?utm_source=chatgpt.com
- Delvi Fitrianti, Retno Mardhiati, C. N. (2023). Determinants Of Fast Food Consumption Behavior In Adolescents In The City Of Jakarta. *Jurnal Riset Kesehatan*, 12(1), 1–7. <https://doi.org/10.31983/jrk.v12i1.9190>
- Elida Sina, Daniel Boakye, Lara Christianson, Wolfgang Ahrens, A. H. (2022). Social Media And Children's And Adolescents' Diets: A Systematic Review Of The Underlying Social And Physiological Mechanisms. *Advances in Nutrition*, 13(3), 913–937. <https://doi.org/10.1093/advances/nmac018>
- Fanny Arya Rahmasari, Zata Ismah, D. A. (2024). Hubungan Teman Sebaya Dan Paparan Media Sosial Dengan Perilaku Fast Food Pada Siswa. *Malahayati Health Student Journal*, 4(8), 3105–3119.
- Gastón Ares, Lucía Antúnez, Florencia Alcaire, Virginia Natero, Vanessa Gugliucci, Leandro Machín, Carolina de León, T. O. (2025). Associations Between Exposure To Digital Food Marketing And Food Consumption In Adolescence : A Cross-Sectional Study In An Emerging Country. *BMC Public Health*, 3158(25), 11–11.
- Jain Rahman, S. K. (2001). *Pengaruh Media Sosial Bagi Proses Belajar Siswa*.

- Karina Ramadany, Fahmi Hafid, Ani Intiyati, I. S. (2025). Influence Of Junk Food Advertising And Consumption On Overweight And Obesity In Surabaya Adolescents. *Journal Of Nutrition And Health Development*, 1(1), 12–20.
- Khoirunissa Nadiva Nareswari, Muwakhidah, L. H. (2025). Hubungan Durasi Screen Time Media Sosial Dan Peran Teman Sebaya Terhadap Frekuensi Konsumsi Fast Food Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Jurnal Gizi Dan Kesehatan*, 9(1), 150–158.
- M. Yamin, A Wahab Jufri, Jamaluddin, K. (2021). Makanan Siap Saji Dan Dampaknya Terhadap Kesehatan Manusia. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(3), 116–124.
- Mizya Sabtheca Simanjuntak, Muhammad Syukri, Kasyani, Asparian, Muhammad Ridwan, P. S. (2025). Case Study Of Smoking Behavior Among Suku Anak Dalam Adolescents In Tanjung Village, Bathin VIII Sub-District, Sarolangun Regency, 2025. *International Journal Of Health, Engineering And Technology (IJHET)*, 4(2), 84–88.
- Monique Potvin Kent, Mariangela Bagnato, Lauren Remedios, Julia Soares Guimarães, Grace Gilis, Carolina Soto, F. H. and M. P. (2024). Child And Adolescent Exposure To Unhealthy Food Marketing Across Digital Platforms In Canada. *Jurnal BMC Public Health*, 24, 1–10. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-19094-5>
- Tri Addya Karini, Zilfadhilah Arranury, Dian Ihwana Ansyar, Dian Rezki Wijaya, R. A. S. (2022). Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Perilaku Makan Mahasiswa Di Kota Makassar. *Jurnal Kesehatan Lingkungan*, 8(2).