

**LAPORAN AKHIR**  
**PENELITIAN DOSEN PEMULA (PDP)**



**PENGARUH PENGETAHUAN REMAJA, PENYEDIAAN MAKAN  
KELUARA DAN *CONSUMER ENGAGEMENT* PADA SOSIAL MEDIA  
TERHADAP POLA PERILAKU MAKAN REMAJA DI KOTA DEPOK**

Oleh;

Elia Nur A'yunin S.K.M., M.KM. (0322029101)

Imas Arumsari, S.Gz. M.Sc (0313039202)

Nomor Kontrak Penelitian: 288/F.03.07/2022

Dana Penelitian: Rp. 8.000.000

**FAKULTAS ILMU-ILMU KESEHATAN  
PROGRAM STUDI KESEHATAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR HAMKA**

**JAKARTA  
2022**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN**

Jln. Tanah Merdeka, Pasar Rebo, Jakarta Timur  
Telp. 021-8416624, 87781809; Fax. 87781809

**SURAT PERJANJIAN KONTRAK KERJA PENELITIAN  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR HAMKA**

Nomor : **200** / F.03.07 / 2022  
Tanggal : 2 Maret 2022

***Bismillahirrahmanirrahim***

Pada hari ini, Rabu, tanggal Dua, bulan Maret, Tahun Dua Ribu Dua Puluh Dua, yang bertanda tangan di bawah ini **Dr. apt. Supandi M.Si.**, Ketua Lembaga Penelitian dan Pengembangan Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, selanjutnya disebut sebagai PIHAK PERTAMA; **Elia Nur A'yunin SKM, MKM**, selanjutnya disebut sebagai PIHAK KEDUA.

PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA sepakat untuk mengadakan Perjanjian Kontrak Kerja Penelitian yang didanai oleh RAPB Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Pasal 1

PIHAK KEDUA akan melaksanakan kegiatan penelitian dengan judul : **PENGARUH PENGETAHUAN REMAJA, PENYEDIAAN MAKAN KELUARGA DAN CONSUMER ENGAGEMENT PADA SOSIAL MEDIA TERHADAP PERILAKU MAKAN REMAJA DI KOTA DEPOK** dengan luaran wajib dan luaran tambahan sesuai data usulan penelitian Batch 2 Tahun 2021/2022 melalui [simakip.uhamka.ac.id](http://simakip.uhamka.ac.id).

Pasal 2

Kegiatan tersebut dalam Pasal 1 akan dilaksanakan oleh PIHAK KEDUA mulai tanggal 2 Maret 2022 dan selesai pada tanggal 2 Agustus 2022.

Pasal 3

- (1) Bukti progres luaran wajib dan tambahan sebagaimana yang dijanjikan dalam Pasal 1 dilampirkan pada saat Monitoring Evaluasi dan laporan.
- (2) Luaran penelitian, dalam hal luaran publikasi ilmiah wajib mencantumkan ucapan terima kasih kepada pemberi dana penelitian Lemlitbang UHAMKA dengan menyertakan nomor kontrak dan Batch 2 tahun 2021.
- (3) Luaran penelitian yang dimaksud wajib PUBLISH, maksimal 1 tahun sejak tanggal SPK.

Pasal 4

Berdasarkan kemampuan keuangan lembaga, PIHAK PERTAMA menyediakan dana sebesar Rp.8.000.000,- (Terbilang : *Delapan Juta*) kepada PIHAK KEDUA untuk melaksanakan kegiatan tersebut dalam Pasal 1. Sumber biaya yang dimaksud berasal dari RAB pada Lembaga Penelitian dan Pengembangan Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Tahun Anggaran 2021/2022.

Pasal 5

Pembayaran dana tersebut dalam Pasal 4 akan dilakukan dalam 2 (dua) termin sebagai berikut;

- (1) Termin I 70 % : Sebesar 5.600.000 (Terbilang: *Lima Juta Enam Ratus Ribu Rupiah*) setelah PIHAK KEDUA menyerahkan proposal penelitian yang telah direview dan diperbaiki sesuai saran

reviewer pada kegiatan tersebut Pasal 1.

(2) Termin II 30 % : Sebesar 2.400.000 (Terbilang: *Dua Juta Empat Ratus Ribu Rupiah*) setelah PIHAK KEDUA mengunggah laporan akhir penelitian dengan melampirkan bukti luaran penelitian wajib dan tambahan sesuai Pasal 1 ke [simakip.uhamka.ac.id](http://simakip.uhamka.ac.id).

#### Pasal 6

(1) PIHAK KEDUA wajib melaksanakan kegiatan tersebut dalam Pasal 1 dalam waktu yang ditentukan dalam Pasal 3.

(2) PIHAK PERTAMA akan melakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan tersebut sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 1. Bila PIHAK KEDUA tidak mengikuti Monitoring dan Evaluasi sesuai dengan jadwal yang ditentukan, tidak bisa melanjutkan penyelesaian penelitian dan harus mengikuti proses Monitoring dan Evaluasi pada periode berikutnya.

(3) PIHAK PERTAMA akan membekukan akun SIMAKIP PIHAK KEDUA jika luaran sesuai pasal 3 ayat (3) belum terpenuhi.

(4) PIHAK PERTAMA akan mendenda PIHAK KEDUA setiap hari keterlambatan penyerahan laporan hasil kegiatan sebesar 0,5 % (setengah persen) maksimal 20% (dua puluh persen) dari jumlah dana tersebut dalam Pasal 4.

(5) Dana Penelitian dikenakan Pajak Penghasilan (PPh) dari keseluruhan dana yang diterima oleh PIHAK PERTAMA sebesar 5 % (lima persen).

(6) PIHAK PERTAMA akan memberikan dana penelitian Termin II dalam pasal 5 ayat (2) maksimal 2 Agustus 2022.

Jakarta, 2 Maret 2022

PIHAK PERTAMA  
Lembaga Penelitian dan Pengembangan  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
Ketua,



**Dr. apt. Supandi M.Si.**

PIHAK KEDUA  
Peneliti,



**Elia Nur A'yunin SKM, MKM**

Mengetahui  
Wakil Rektor II UHAMKA



**Dr. ZAMAH SARI M.Ag.**



**LAPORAN PENELITIAN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR. HAMKA Tahun 2022**

Judul : Pengaruh Pengetahuan Remaja, Penyediaan Makan Keluarga dan Consumer Engagement Pada Sosial Media Terhadap Perilaku Makan Remaja Di Kota Depok  
 Ketua Peneliti : Elia Nur A'yunin SKM MKM  
 Skema Hibah : Penelitian Dosen Pemula (PDP)  
 Fakultas : Ilmu-ilmu Kesehatan  
 Program Studi : Kesehatan Masyarakat

**Luaran Wajib**

No	Judul	Nama Jurnal/ Penerbit/Prosiding	Level SINTA/SCIM AGO	Progress Luaran (Draf/Submit/in review/accepted/publish)
1	Pengaruh Pengetahuan Remaja, dan Consumer engagement Pada Sosial Media Terhadap Perilaku Makan Remaja Di Kota Depok	Jurnal kesehatan	SINTA 3	draft

**Luaran Tambahan**

No	Judul	Nama Jurnal/ Penerbit/Prosiding	Level SINTA/SCIM AGO	Progress Luaran (Draf/Submit/in review/accepted/publish)
1	Pola Penyediaan Makan pada remaja	ICS DH conference		draft

Mengetahui,  
Ketua Program Studi

Dian Kholika Hamal, S.KM., M.Kes.  
NIDN. 092802820

Ketua Peneliti

Elia Nur A'yunin S.KM., M.KM.  
NIDN. 0322029101

Menyetujui,  
Dekan Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan

Ony Linda, S.KM., M.Kes.  
NIDN. 0330107403

Ketua Lemlitbang UHAMKA

Dr. apt. Supandi, M.Si  
NIDN. 0319067801

**LAPORAN AKHIR****Judul (Title)**

Pengaruh Pengetahuan Remaja, Penyediaan Makan Keluarga dan Consumer Engagement Pada Sosial Media Terhadap Perilaku Makan Remaja Di Kota Depok

**Latar Belakang (Background)**

Remaja adalah salah satu fase yang akan dilalui oleh setiap manusia. Masa remaja adalah masa peralihan menuju dewasa. Pada fase ini remaja mengalami peningkatan otoritas dalam dirinya. Hal tersebut dapat berpengaruh dalam pengambilan keputusan dan pembentukan perilaku pada remaja, termasuk juga pada perilaku kesehatan. Paparan dan pengaruh dari diri sendiri, keluarga, teman dan lingkungan yang tidak tepat dapat menciptakan berbagai perilaku berisiko terhadap kesehatannya.

Salah satunya adalah perilaku makan pada remaja, Perilaku makan remaja dapat berisiko dan berdampak pada kesehatan serta kualitas hidup remaja. Perilaku makan yang tidak sehat akan mendatangkan berbagai permasalahan kesehatan saat ini dan juga dikemudian hari.

Perilaku makan remaja dapat diketahui melalui pola konsumsi hariannya. Fenomena pola konsumsi remaja saat ini telah mengalami pergeseran dari pola makan seimbang. Pola konsumsi remaja saat ini cenderung pada pola konsumsi. Pola konsumsi tersebut berpotensi untuk terus terbawa hingga kehidupan dewasa kelak.

Dengan pola konsumsi tersebut dapat membuat remaja memiliki potensi berbagai masalah gizi yang dapat mempengaruhi kesehatannya saat ini dan masa depan. Masalah gizi yang biasa ditemui antara lain obesitas, gizi kurang, anemia dan penyakit gangguan makan.

Pola konsumsi remaja memiliki keterkaitan yang besar dengan pola konsumsi dalam keluarga. Hal tersebut dikarenakan remaja masih tinggal dan bergantung pada keluarga di rumah. Namun sebagai remaja yang juga sudah meningkat otoritasnya, remaja juga sudah mulai memilih dan menentukan apa yang akan konsumsinya sendiri. Sehingga terjadi perbedaan antara pola konsumsi remaja dengan keluarganya.

Pola konsumsi remaja juga memiliki hubungan dengan pemasaran produk makanan. Maraknya pemasaran produk-produk makanan yang tidak hanya ditampilkan melalui saluran media konvensional (televisi), namun sudah mulai merambah kepada para pengguna media sosial. Remaja merupakan pengguna tertinggi media sosial yaitu dengan persentase 75,50% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017).

**Tujuan Riset (Objective)**

1. Mengetahui pola perilaku makan remaja di Kota Depok
2. Mengetahui pengaruh pengetahuan remaja terhadap perilaku makan remaja di Kota

Depok

3. Mengetahui pengaruh penyediaan makan keluarga terhadap perilaku makan remaja di Kota Depok

4. Mengetahui pengaruh consumer engagement pada social media terhadap perilaku makan remaja di Kota Depok

### **Metodologi (Method)**

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif observasional dengan pendekatan crosssectional. Dalam rancangan penelitian ini peneliti melakukan pengambilan data secara langsung dan dalam satu waktu tertentu untuk mencari hubungan antara variabel dependen (efek) dengan variabel independen (faktor risiko).

Populasi pada penelitian ini adalah remaja pada usia 16-18 tahun (adolescent) di kota Depok. Dengan jumlah sampel minimal untuk penelitian ini dihitung dengan menggunakan perhitungan sampel minimal untuk uji hipotesis beda 2 proporsi berdasarkan rumus Lemeshow sebagai berikut. Menurut hasil perhitungan didapatkan jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian sebanyak 93 responden, yang berarti jumlah minimal sampel pada variabel penggunaan media sosial menjadi yang terbesar, dikarenakan hasil menggunakan proporsi pada penelitian (Adelina et al., 2018). dikarenakan penelitian merupakan penelitian uji hipotesis menggunakan dua proporsi, maka jumlah sampel minimal dikalikan dua menjadi 186 orang. Untuk mengantisipasi terjadinya drop out, maka terdapat penambahan sampel sebesar 10% sehingga sampel yang digunakan sebesar 205 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan stratified random sampling pada satu sekolah di Kota Depok.

Instrument penelitian

1. Perilaku konsumsi : metode food recall 24 jam, dengan 2 kali pengukuran
2. Pengetahuan : General Nutrition Knowledge Questionnaire (section 2 – 3)
3. consumer engagement: kuesioner dengan pertanyaan terstruktur pengembangan dari pengertian consumer engagement, pemasaran digital dan media akses yang berkaitan dengan perilaku konsumsi
4. penyediaan makan dalam keluarga: Kuesioner terstruktur berkaitan kebiasaan dan sumber penyediaan pangan dalam keluarga.

Analisis data menggunakan uji statistic yakni analisis univariat dan bivariat. Analisis univariat berfungsi untuk memberikan gambaran besaran frekuensi masing variable. Analisis bivariat berfungsi untuk mengetahui pengaruh antar variable. Uji bivariat menggunakan uji chi-square dengan Confidence Interval (CI) sebesar 95% .

### **Hasil dan pembahasan**

Masih dalam proses pengambilan data, dikarenakan terkendala waktu libur sekolah (lokasi penelitian

### **Daftar Pustaka (Voncoover)**

- Brodie, R. J., Ilic, A., Juric, B., & Hollebeek, L. (2013). Consumer engagement in a virtual brand community: An exploratory analysis. *Journal of Business Research*, 66(1), 105–114.
- Buchanan, L.; Kelly, B.; Yeatman, H.; Kariippanon, K. (2018). The Effects of Digital Marketing of Unhealthy Commodities on Young People: A Systematic Review. *Nutrients* , 10, 148.
- Dian, P. (2020). *Media Sosial Periklanan Instagram*. Deepublish Publisher.
- Karmila, S. (2019). *Hubungan Terpaan Informasi Makanan pada Media Sosial Instagram dengan Perilaku Makan pada Mahasiswa di Universitas Sumatera Utara Tahun 2019*.
- Kelly, B.; Vandevijvere, S.; Freeman, B.; Jenkin, G. (2015). New media but same old tricks: Food marketing to children in the digital age. *Curr. Obes. Rep.* 4, 37–45.
- Palazon, M., Sicilia, M., dan Lopez, M. (2015). *The Influence of 'Facebook Friends' on The Intention to Join Brand Pages*. *Journal of Product and Brand Management*, 24(6), 580–595.
- Prayitno, A., Putriani, A., Wibowo, A., & ... (2020). Pengaruh sosial media marketing. Customer engagement dan digital advertising terhadap kepercayaan merk (Pengguna GOJEK.... *Jurnal Manajemen ...*, 33(2), 123–130.
- Stephen, A.; Galak, J. (2012). The effects of traditional and social earned media on sales: A study of a microlending marketplace. *J. Mark. Res.* 49, 624–639
- Tania, A. S. R., Fitria, A., Damayanti, L., & Fajarudin, M. N. (2020). *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya*. Intrans Publishing Group.
- 1.

Target Jurnal Internasional (Output)

**Lampiran LuaranWajib****PENGARUH PENGETAHUAN REMAJA DAN CONSUMER  
ENGAGEMENT PADA SOSIAL MEDIA TERHADAP PERILAKU  
MAKAN REMAJA DI KOTA DEPOK**

Elia Nur A'yunin\* dan Imas Arum Sari

Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka (uhamka

\*Autor Corespondensi : EliaNur A'yunin, elianurayunin@uhamka.ac.id

**ABSTRAK**

Remaja memiliki potensi berbagai masalah gizi yang dapat mempengaruhi kesehatannya saat ini dan masa depan. Mulai dari obesitas, gizi kurang, anemia dan penyakit gangguan makan. Hal tersebut sangat berkaitan dengan perilaku makan pada remaja. Perilaku makan yang ditunjukkan melalui pola konsumsi harian pada remaja tentunya akan terus terbawa pada kehidupan pada fase dewasa kelak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengaruh pengetahuan remaja, penyediaan makan dalam keluarga, dan consumer engagement pada media sosial dalam perilaku konsumsi remaja di Kota Depok. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif observasional dengan pendekatan crosssectional. Populasi pada penelitian ini adalah remaja pada usia 16-18 tahun (adolescent) di kota Depok. Jumlah minimal sampel dari hasil perhitungan adalah sebanyak 205 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan stratified random sampling pada satu sekolah di Kota Depok. Penelitian ini menggunakan instrument kuesioner metode recall 24 jam untuk pengumpulan data variable independennya. Sedangkan pengumpulan data dependen menggunakan kuesioner dengan pengembangan penelitian terdahulu, sehingga diperlukan uji validitas dan reabilitas instrument. Pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara menggunakan kuesioner. Proses pengambilan data akan dilakukan oleh enumerator. Analisis data menggunakan uji statistic yakni analisis univariat dan bivariat. Analisis univariat berfungsi untuk memberikan gambaran besaran frekuensi masing variable. Analisis bivariat berfungsi untuk mengetahui pengaruh antar variable. Uji bivariat menggunakan uji chi-square dengan Confidence Interval (CI) sebesar 95%

**Keyword :** Pola Makan, customer engagement, pengetahuan gizi

**LATAR BELAKANG**

Remaja adalah salah satu fase yang akan dilalui oleh setiap manusia. Masa remaja adalah masa peralihan menuju dewasa. Pada fase ini remaja mengalami peningkatan otoritas dalam dirinya. Hal tersebut dapat berpengaruh dalam pengambilan keputusan dan pembentukan perilaku pada remaja, termasuk juga pada perilaku kesehatan. Paparan dan pengaruh dari diri sendiri, keluarga, teman dan lingkungan yang tidak tepat dapat menciptakan berbagai perilaku berisiko terhadap kesehatannya.

Salah satunya adalah perilaku makan pada remaja, Perilaku makan remaja dapat berisiko dan berdampak pada kesehatan serta kualitas hidup remaja. Perilaku makan yang tidak sehat akan mendatangkan berbagai permasalahan kesehatan saat ini dan juga dikemudian hari.

Perilaku makan remaja dapat diketahui melalui pola konsumsi hariannya. Fenomena pola konsumsi remaja saat ini telah mengalami pergeseran dari pola makan seimbang. Pola konsumsi remaja saat ini cenderung pada pola konsumsi. Pola konsumsi tersebut berpotensi untuk terus terbawa hingga kehidupan dewasa kelak.

Dengan pola konsumsi tersebut dapat membuat remaja memiliki potensi berbagai masalah gizi yang dapat mempengaruhi kesehatannya saat ini dan masa depan. Masalah gizi yang biasa ditemui antara lain obesitas, gizi kurang, anemia dan penyakit gangguan makan.

Pola konsumsi remaja memiliki keterkaitan yang besar dengan pola konsumsi dalam keluarga. Hal tersebut dikarenakan remaja masih tinggal dan bergantung pada keluarga di rumah. Namun sebagai remaja yang juga sudah meningkat otoritasnya, remaja juga sudah mulai memilih dan menentukan apa yang akan konsumsinya sendiri. Sehingga terjadi perbedaan antara pola konsumsi remaja dengan keluarganya.

Pola konsumsi remaja juga memiliki hubungan dengan pemasaran produk makanan. Maraknya pemasaran produk-produk makanan yang tidak hanya ditampilkan melalui saluran media konvensional (televisi), namun sudah mulai merambah kepada para pengguna media sosial. Remaja merupakan pengguna tertinggi media sosial yaitu dengan persentase 75,50% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2017). Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk melihat pengetahuan dan customer engagement pada media masa terhadap pengetahuan.

## **METODE PENELITIAN**

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif observasional dengan pendekatan crosssectional. Populasi pada penelitian ini adalah remaja pada usia 16-18 tahun (adolescent) di kota Depok. Dengan jumlah sampel minimal untuk penelitian ini dihitung dengan menggunakan perhitungan sampel minimal untuk uji hipotesis beda 2 proporsi berdasarkan rumus Lemeshow. Hasil perhitungan didapatkan jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian sebanyak 205 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan stratified random sampling pada satu sekolah di Kota Depok. Analisis data menggunakan uji statistic yakni analisis univariat dan bivariat. Uji bivariat menggunakan uji chi-square dengan Confidence Interval (CI) sebesar 95% .

## **HASIL PENELITIAN**

Masih dalam proses pengambilan data

## **PEMBAHASAN**

## **KESIMPULAN**

### Bukti Indexed



**SURAT PERNYATAAN  
KESANGGUPAN PUBLIKASI PENELITIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama lengkap : Elia Nur A'yunin S.KM., M.KM  
NIDN : 0322029101  
Fakultas / Program Studi : Ilmu-ilmu Kesehatan / Kesehatan Masyarakat

Menyatakan bahwa luaran wajib dan tambahan pada Penelitian batch 2 Tahun 2021/2022 skema PDP dengan judul Pengaruh Pengetahuan Remaja, Penyediaan Makan Keluarga dan *Consumer Engagement* pada Sosial Media Terhadap Pola Perilaku Makan Remaja di Kota Depok akan dipublikasikan maksimal bulan maret tahun 2022 sesuai dengan surat kontrak penelitian yang sudah saya tanda tangani.

Demikian surat pernyataan ini ditulis untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 22 Juni 2022

Dekan FIKES UHAMKA  
  
Ony Linda, M.Kes  
NIDN: 0330107403

Peneliti  
  
Elia Nur A'yunin S.KM., M.KM.  
NIDN: 0322029101