

Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Konsumsi Fast Food pada Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia Tahun 2024 = Factors Related to Fast Food Consumption in College Students of the Faculty of Public Health University of Indonesia in 2024

Jesslyn Metta Santi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920550346&lokasi=lokal>

Abstrak

Fast food adalah jenis makanan yang sudah diolah atau dimasak dalam waktu singkat dan disajikan cepat atas dasar pesanan, dalam kondisi yang masih panas, dan dapat dibawa pergi untuk dikonsumsi di jalan. Fast food ditandai dengan kandungan gizi yang tidak seimbang, dimana sebagian besar mengandung kalori, lemak, gula dan garam yang relatif tinggi, tetapi kandungan serat rendah. Saat ini, industri fast food telah berkembang pesat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Hal ini dapat mempengaruhi pola makan remaja akibat peningkatan frekuensi konsumsi fast food. Remaja sedang mengalami perubahan dalam pola gaya hidup, seperti perilaku makan yang berubah dan pilihan makanan yang dikonsumsi cenderung tidak sehat, yaitu makanan yang tinggi gula, garam, dan lemak. Dibuktikan dari WHO (2020) yang menyatakan bahwa 80% remaja di seluruh dunia sering mengonsumsi fast food dan Nilsen (2009) menyatakan 69% masyarakat Indonesia sering mengonsumsi fast food. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumsi fast food pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia angkatan 2023. Penelitian ini dilakukan dengan metode cross-sectional yang melibatkan 151 responden. Pengambilan data dilakukan pada bulan Maret – April 2024 dengan metode simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 76,2% responden mengonsumsi fast food dengan frekuensi sering (3 kali/minggu). Hasil analisis uji bivariat menunjukkan adanya perbedaan signifikan antara uang saku untuk membeli fast food (p-value 0,007; OR 3,111), emotional eating (p-value 0,025; OR 3,821), jarak kampus ke gerai fast food (p-value 0,002; OR 3,600), promosi fast food (p-value 0,042; OR 2,445), dan paparan media sosial instagram (p-value <0,001; OR 28,8) dengan konsumsi fast food. Namun, tidak terdapat perbedaan signifikan antara jenis kelamin (p-value 0,370), uang saku keseluruhan (p-value 0,331), pengetahuan gizi dan fast food (p-value 1,000), peer group (p-value 0,344), online food delivery (p-value 1,000), dan jarak tempat tinggal ke gerai fast food (p-value 0,685). Setelah mengetahui hasil penelitian, diharapkan mahasiswa dapat mengonsumsi makanan yang lebih sehat dan membatasi penggunaan media sosial dan pengaruh iklan serta promosi fast food.

.....Fast food is a type of food that has been processed or cooked in a short time and that is served quickly on order basis, in a still hot condition, and can be taken away to be eaten in the street. Fast food is characterized by unbalanced nutritional intake, which is mostly high in calories, fat, sugar and salt, but low in fiber. Currently, the fast food industry has grown rapidly around the world, including in Indonesia. This may affect adolescents' diet due to increased frequency of fast food consumption. Adolescents are experiencing changes in lifestyle patterns such as changing dietary behavior and food choices that are consumed which are often unhealthy, such as foods that contain high amounts of sugar, salt, and fat. Evidenced by WHO (2020) which states that 80% of adolescents around the world often consume fast food and Nilsen (2009) states that 69% of people in Indonesia often consume fast food. This study aims to determine factors related to fast food consumption among students of the Faculty of Public Health,

University of Indonesia class of 2023. This research was conducted using a cross-sectional method involving 151 respondents. Data collection was carried out from Maret – April 2024 using the simple random sampling. The results showed that 76,2% of respondents consumed fast food frequently (3 times/week). The results of the bivariate test analysis showed that there is a significant difference between pocket money to buy fast food (p-value 0,007; OR 3,111), emotional eating (p-value 0,025; OR 3,821), campus distance to fast food outlets (p-value 0,002; OR 3,600), fast food promotion (p-value 0,042; OR 2,445), dan of social media instagram exposure (p-value <0,001; OR 28,8) dengan konsumsi fast. However, it is no significant difference between gender (p-value 0,370), total pocket money (p-value 0,331), nutrition and fast food knowledge (p-value 1,000), peer group (p-value 0,344), online food delivery (p-value 1,000), dan residential distance to fast food outlets (p-value 0,685). After knowing the research results, it is hoped that college students can eat healthier foods and limit the use of social media and the influence of advertisements and fast food promotions.