

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Generasi saat ini dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu generasi X, generasi Y, dan generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang saat ini berada pada usia sekolah, baik itu pada tingkat SMP dan Tingkat SMA, bahkan generasi Z ini saat ini sudah mulai masuk di bangku kuliah. Generasi Z lahir dan tumbuh pada saat teknologi digital berkembang dengan cepat, sehingga teknologi informasi sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. (Irwanto & Hariatiningsih, 2019). Lahir dan dibesarkan seiring dengan kemajuan-kemajuan dalam dunia digital ini membuat Gen-Z berbeda dengan generasi sebelumnya. Perbedaan yang sangat mencolok dari generasi Z dengan generasi lainnya ialah penggunaan telepon seluler (Firamadhina & Krisnani, 2021).

Generasi Z saat ini diperkirakan berusia 8 hingga 23 tahun. Belum semua usia Generasi Z produktif, tetapi sekitar tujuh tahun lagi seluruh Generasi Z akan masuk usia produktif. Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data statistik yang mengungkapkan komposisi penduduk Indonesia berdasarkan kelompok umur.

Pada era globalisasi di bidang ekonomi saat ini, mengharuskan manusia mengikuti perkembangan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Meningkatnya mobilitas masyarakat dan aktivitas kerja yang padat juga salah satu penyebab perubahan perilaku masyarakat yang dulunya masih dapat menyempatkan waktu untuk memasak sendiri kini beralih untuk membeli makanan siap saji untuk memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut juga tidak menutup kemungkinan menyebabkan jumlah restoran terus meningkat setiap tahunnya. Salah satu jenis restoran yang mengalami perkembangan adalah restoran

cepat saji atau *fast-food restaurants*. Restoran cepat saji merupakan rumah makan yang menghadirkan makanan dalam waktu yang relatif singkat. Penyajian makanan yang cepat tersebutlah yang menjadi keunggulan dari restoran cepat saji sehingga pelanggan tidak harus menunggu lama untuk dapat menikmati makanannya (Kaban et al., 2022).

Penggunaan teknologi *smartphone* memiliki kontribusi besar di dunia berbelanja ataupun pemesanan. Berbagai aplikasi juga dapat digunakan untuk melakukan *Online food delivery* Sebagai contohnya *Shopee-Food* yang menggunakan layanan aplikasi *Shopee* dan dapat membuat pesanan apa saja yang diinginkan. Perkembangan teknologi komunikasi saat ini yaitu telepon pintar berupa *smartphone*. Pada zaman sekarang yang serba digital ini, sebagian orang menganggap bahwa memiliki *smartphone* merupakan suatu hal yang pasti semua kalangan mempunyainya. Dengan adanya *smartphone* dapat memudahkan untuk mengakses informasi apapun serta menerima dan mengirim informasi secara cepat dan tidak terbatas tempat maupun waktu. Penggunaan *smartphone* ini sudah menggantikan gaya hidup penggunanya, *smartphone* yang seharusnya dikendalikan oleh manusia berubah menjadi manusia yang dikendalikan oleh *smartphone*, selain itu ada beberapa pengguna yang tidak bisa mengendalikan waktu sehingga terlalu berlebihan dalam penggunaannya (Agianto et al., 2020).

SUMATERA UTARA MEDAN

Remaja cenderung memanfaatkan aplikasi layanan pesan antar makanan online daripada mendatangi warung makan atau restoran untuk membeli makanan. Namun, kebanyakan makanan dan minuman yang ditawarkan memiliki kandungan kadar lemak, natrium, dan gula yang tinggi tetapi kandungan folat, serat, vitamin C, A, dan kalsium di dalamnya rendah. Aplikasi pesan antar makanan saat ini diminati remaja karena

memberikan kemudahan akses layanan, menu yang tersedia beragam dan menawarkan berbagai promo menarik. Hal tersebut dapat berdampak pada transaksi pemesanan menu yang berlebihan dan memicu pola makan yang tidak bergizi seimbang(Suryaningsih, 2019).

Di Indonesia kemunculan perusahaan teknologi berbasis digital seperti Gojek dan Grab menjadi pelopor salah satu ekonomi dengan memanfaatkan perkembangan digital dan internet sebagai penunjang dalam sistem kerjanya, dimana layanan Gojek dan Grab dapat diakses oleh masyarakat dengan melalui sebuah aplikasi dalam operating system smartphone. Perusahaan Gojek dan Grab merupakan perusahaan transportasi online yang bertujuan memberi banyak manfaat bagi masyarakat Indonesia, terutama untuk membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup. Gojek dan Grab merupakan sebuah brand yang memberikan pelayanan dengan menawarkan banyak fitur di dalam aplikasinya. salah satu fturnya yang saat ini sedang marak yaitu layanan *Gofood* serta *Grabfood*. *Gofood* dan *Grabfood* merupakan sebuah jenis layanan *online food delivery* layaknya *delivery order* di sebuah restoran atau rumah makan yang sudah ada sebelumnya. Hanya dengan menggunakan *smartphone* dan membuka fitur *Go-food* atau *Grabfood* di dalam aplikasi *Grabfood* atau Grab, konsumen bisa memesan makanan dari restoran atau rumah makan yang sudah bekerja sama dengan *Grabfood* ataupun Grab, makanan akan dipesan dan diantar langsung oleh para driver(Nur & Sartika Djafar, 2022).

Menurut *Hootsuite: Indonesian Digital Report 2021* pengguna media sosial aktif di Indonesia sebanyak 170 juta jiwa (61,8% dari jumlah populasi di Indonesia) dengan rata-rata durasi penggunaan media sosial sebanyak 3 jam 41 menit dalam sehari

(Fitriyani et al., 2021). Siswa merupakan kelompok dewasa muda yang mudah terkena pengaruh dari media sosial. Sebagian besar siswa kurang selektif dalam memilih makanan sesuai standar gizi kesehatan karena lebih mengedepankan kepraktisan atau mengikuti tren yang ada (Amalia, 2019). Hal ini sejalan dengan penelitian Sanjaya (2019) bahwa 80% siswa sering terpengaruh membeli makanan dan minuman setelah menggunakan media sosial yang mempromosikan kuliner. Penelitian Fitriani (2022) menemukan 86% responden mengaku tertarik untuk mengonsumsi makanan yang diiklankan melalui akun kuliner di media sosial. Serta 54,7% responden lalu mengonsumsi makanan yang direkomendasikan tersebut. Jumlah siswa SMA 2 Kendari kelas XI IPA sebanyak 281 orang. Berdasarkan hasil wawancara 10 responden saat melakukan pengambilan data awal. 5 diantaranya mengatakan kebiasaan konsumsi makanan siap saji adalah kemudahan dalam akses sarana grab. Kemudahan akses seperti *grab food, shoppe-food* mempermudah untuk mendapatkan makanan *fast-food*. Hal ini dapat mempengaruhi kebiasaan atau frekuensi konsumsi *fast-food* seseorang. Kemudian 5 diantaranya mengatakan banyaknya informasi terkait promo makanan siap saji dengan adanya promo tersebut mereka bisa membeli makanan siap saji.

Kemenkes RI (2018) menemukan bahwa 40,7% penduduk berusia di atas 10 tahun di Indonesia mengonsumsi makanan berlemak, berkolesterol, dan gorengan, konsumsi makanan asin 26,2%, dan makanan manis 53,1%. Konsumsi sayur dan buah 93,6%. Kebiasaan makan yang buruk, seperti sedikit makan buah dan sayur, mengonsumsi makanan cepat saji dan jajanan modern, dapat mempengaruhi kesehatan dan kesejahteraan psikologis seseorang (Karini dkk, 2022). Dilihat dari segi gizinya, *fast-food* memiliki ciri kandungan gizi yang tidak seimbang, sebagian besar tinggi kalori,

tinggi lemak (termasuk kolesterol), gula, dan garam namun sangat rendah serat (Yulyanti, dkk, 2021). Hasil penelitian *Health Education Authority* menunjukkan usia 15- 34 tahun adalah konsumen terbanyak yang memilih menu *fast-food* (Firdianty, 2019). Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Anshari, 2019) menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki frekuensi konsumsi sering dalam mengonsumsi fast food yaitu sebanyak 41 orang (59,4%). Tidak dapat dipungkiri makanan cepat saji ini memiliki rasa yang sedap sehingga remaja lebih tertarik mengonsumsi fast food daripada makanan bernutrisi lainnya (Pinasti, 2021).

Fast food adalah makanan yang dapat dengan mudah dan cepat diolah sebagai makanan pengganti rumahan. Populernya *fast-food* di kalangan gen Z didukung oleh beberapa faktor (Irwanto & Hariatiningsih, 2019). Pernyataan yang di berikan Suhariyanto selaku Kepala Badan Pusat Statistik (BPS), teknologi dan komunikasi yang semakin berkembang telah mengubah Berdasarkan data *World Health Organisation* (WHO) tahun 2020 diketahui bahwa 80% remaja di dunia sering mengonsumsi fast food yang terdiri dari 50% makan siang, 15% makan malam, dan 15% makan pagi. Studi Nilsen melaporkan bahwa 69% masyarakat kota di Indonesia mengonsumsi fast food, sebanyak 33% mengungkapkan bahwa makan siang di restoran fast food, 25% untuk makan malam, 9% menyatakan sebagai makanan selingan dan 2% memilih untuk makan pagi. Hal tersebut akan semakin berkembang sesuai dengan meningkatnya tingkat konsumsi makanan fast food di Indonesia (Yetmi, 2021).

Gaya hidup terutama pola konsumsi masyarakat telah banyak mengalami perubahan sebagai pengaruh dari adanya perkembangan teknologi. Perubahan gaya hidup terkait penggunaan jasa online food delivery sekarang ini semakin meningkat.

Adanya kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan hidup termasuk kebutuhan pangan tersebut, membuat manusia harus mengimbangi perkembangan teknologi tersebut. Kemudahan tersebut juga cenderung meningkatkan budaya konsumtif seseorang. Meningkatnya budaya konsumtif tersebut akan mempengaruhi tingkat konsumsi seseorang, yang mana semakin meningkat tingkat konsumsi seseorang maka status gizi juga akan cenderung meningkat (Damar Handayani & Khomsan, 2023).

Status Gizi pada remaja penting diperhatikan karena masih dalam keadaan tumbuh dan pembentukan diri yang dapat memengaruhi status gizinya. Menurut data Riskesdas 2018, prevalensi Status Gizi di Indonesia pada usia >18 tahun berdasarkan Indeks Massa Tubuh (IMT) yaitu kurus(9,3%), normal(55,3%), Gizi lebih (13,6%) Kebiasaan mengkonsumsi fast-food dapat mengubah perilaku makan sehingga mengarah pada pola makan tinggi kalori, lemak dan kolestrol yang dapat mempengaruhi status gizi (Marianingrum, 2020). Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi status gizi remaja ialah kebiasaan makan, yaitu perilaku, sikap, kepercayaan serta pemilihan terhadap makanan yang dikonsumsi (Prasasti, 2019). Pengetahuan dapat mempengaruhi perilaku seseorang, termasuk pengetahuan tentang gizi yang dapat mempengaruhi perilaku mengonsumsi makanan (Pamelia, 2019). Tingkat pengetahuan seorang remaja akan berpengaruh terhadap sikap dan perilaku dalam memilih makanan, yang menentukan mudah tidaknya seseorang memahami manfaat kandungan gizi dari makanan yang dikonsumsi. Perilaku yang didasari pengetahuan akan lebih langgeng dari pada perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan sebelum seseorang mengadopsi perilaku baru (Amalia, 2019).

Berdasarkan hasil survei awal pengisian kuesioner oleh 10 responden 9 diantaranya sering melihat informasi kuliner melalui media sosial, didapatkan 6 diantaranya sering memesan makanan cepat saji pada siang hari menggunakan layanan pesan antar makanan secara online, didapatkan 9 diantaranya sering mengkonsumsi fast food saat sedang berkumpul Bersama teman, didapatkan 9 diantaranya sering mengkonsumsi makanan yang berlemak dan berminyak dan serta 7 diantaranya orang sering mengkonsumsi minuman manis. selanjutnya berdasarkan hasil IMT yaitu berdasarkan pengukuran tinggi badan dan berat badan bahwa 6 orang diantaranya mengalami berat berlebih, 3 diantaranya berat ideal dan 2 diantaranya berat normal.

Berdasarkan uraian yang disampaikan pada permasalahan yang dikemukakan peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian pada Gen-z yang ada di FKM UINSU Medan dengan judul “Hubungan Media Sosial dan Layanan Pesan Makan Online Dengan Perilaku Makan *Fast-Food* dan status gizi Pada *Gen-z*.”

1.2 Rumusan Masalah

“Bagaimana Hubungan Media sosial dan layanan pesan makanan *online* dengan perilaku makan *fast-food* dan status gizi pada *Gen-Z* di Fakultas Kesehatan Masyarakat UIN Sumatera Utara Medan?”

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan media sosial dan layanan pesan makanan online dengan perilaku makan *fast-food* dan status gizi pada *gen-z*.

1.3.2 Tujuan Khusus

- 1) Menganalisis Hubungan media sosial dengan perilaku makan *fast-food*
- 2) Menganalisis Hubungan layanan pesan makan online dengan perilaku makan *fast-food*
- 3) Menganalisis Hubungan Layanan pesan makan online dengan perilaku konsumsi *Fast-Food*
- 4) Menganalisis Hubungan layanan pesan makan *online* dengan status gizi

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian yang telah dilakukan dijadikan sebagai sumber informasi dan aplikasi ilmu yang diperoleh selama berada pada perkuliahan, dan dapat bermanfaat sebagai sumbangan pemikiran tentang Hubungan media sosial dan layanan pesan makan online dengan perilaku makan *Fast-food* dan status gizi pada Gen-Z.

1.4.2 Manfaat Praktisi

1) Bagi Peneliti

Peneliti ini dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan mengenai Hubungan media sosial dan layanan pesan makan *online* dengan perilaku makan *Fast-Food* dan status gizi pada *Gen-Z*.

2) Bagi Institusi

Penelitian ini menjadi bahan informasi dalam hal pengembangan ilmu pengetahuan mengenai Hubungan media sosial dan layanan pesan makan *online* dengan perilaku makan *Fast-food* dan *status gizi* pada *Gen-Z*, sebagai referensi penelitian lanjutan.

3) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman dalam penerapan yang didapat selama perkuliahan sehingga dapat memahami penerapan ilmu gizi dan perilaku makan pada khususnya.