

## BAB IV

### HASIL & PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil

##### 4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

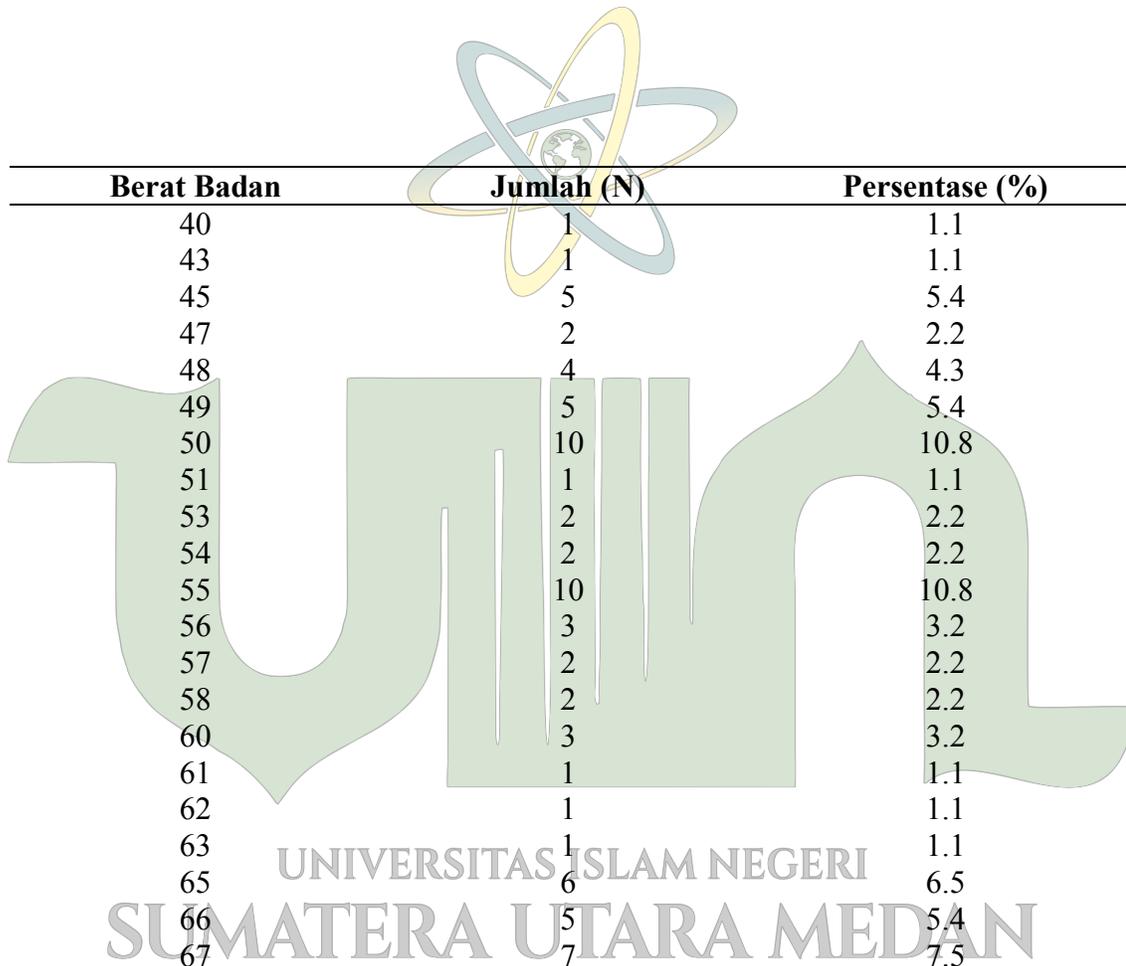
Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Kesehatan Masyarakat UIN Sumatera Utara merupakan Fakultas ke 7 yang berdiri berdasarkan Peraturan Menteri Agama No.14 Tahun 2013. Dengan Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat dan Program Studi Gizi yang berdiri berdasarkan keputusan kementerian pendidikan, kebudayaan, riset dan teknologi tahun 2023. Kampus IV UINSU Medan yang berlokasi di Lapangan Golf Desa Tuntungan II Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Terdiri dari Program Studi Program Sarjana Ilmu Kesehatan Masyarakat dan Program Sarjana Gizi. Fasilitas Laboratorium Kesehatan Masyarakat, Ruang diskusi dan seminar, Sarana Penelitian.

##### 4.1.2 Hasil Analisis Univariat

**Tabel 4. 1 Karakteristik Responden. Distribusi Usia, Berat Badan dan Tinggi**

Usia	Jumlah (N)	Persentase (%)
18 Tahun	4	4.3
19 Tahun	28	30.1
20 Tahun	19	20.4
21 Tahun	21	22.6
22 Tahun	20	21.5
23 Tahun	1	1.1
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>100.0</b>

Jenis Kelamin	Jumlah (N)	Persentase (%)
Laki-Laki	11	11.8
Perempuan	82	88.2
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>100.0</b>



Berat Badan	Jumlah (N)	Persentase (%)
40	1	1.1
43	1	1.1
45	5	5.4
47	2	2.2
48	4	4.3
49	5	5.4
50	10	10.8
51	1	1.1
53	2	2.2
54	2	2.2
55	10	10.8
56	3	3.2
57	2	2.2
58	2	2.2
60	3	3.2
61	1	1.1
62	1	1.1
63	1	1.1
65	6	6.5
66	5	5.4
67	7	7.5
68	2	2.2
69	2	2.2
70	13	14.0
71	1	1.1
80	1	1.1
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.0</b>

Tinggi Badan	Jumlah (N)	Persentase (%)
149	1	1.1
150	7	7.5
152	1	1.1
155	9	9.7
156	5	5.4
157	8	8.6
158	2	2.2
159	11	11.8
160	13	14.0
161	1	1.1
162	3	3.2
163	7	7.5
165	16	17.2
166	6	6.5
167	1	1.1
168	1	1.1
169	1	1.1
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100.0</b>

Berdasarkan karakteristik responden usia yang paling dominan adalah 19 Tahun 28 Responden sebanyak 30,1%. Kemudian berdasarkan Jenis kelamin paling dominan adalah perempuan 82 responden sebanyak 88,2%. Kemudian Berat Badan yang paling dominan yaitu 70( Kg), 13 responden sebanyak 14,0%. dan Tinggi badan 165(cm) 16 responden sebanyak 17,2%.

**Tabel 4. 2 Karakteristik Responden**

Variabel	N	%	CI 95%	
			Lower	Upper
<b>Jenis Kelamin</b>				
Laki-laki	11	11.8	5.8	18.9
Perempuan	82	88.2	81.1	94.2
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Status Gizi</b>				
Gizi Lebih	32	34.4	23	43
Normal	61	65.6	57	77
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Pada tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada penelitian ini didominasi oleh salah satu gender yaitu perempuan dengan proporsi 88.2%.Kemudian jika dilihat dari status gizi, lebih banyak responden yang memiliki status gizi normal yakni sebesar 65.6% dari total keseluruhan.

**Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Penggunaan Sosial Media, Layanan Pesan Makan Online, dan Perilaku Makan Fastfood Responden**

Variabel	N	%	CI 95%	
			Lower	Upper
<b>Intensitas Penggunaan Sosial Media</b>				
Tinggi	67	72	62.8	81.7
Sedang	19	20.4	13.7	30.7
Rendah	7	7.5	2.2	12.5
<b>Jenis Sosial Media</b>				
Whatsapp	8	8.6	3.6	15.1
Tiktok	49	52.7	41.9	65.2
Instagram	31	33.3	23	44.1
Youtube	3	3.2	0	8.2
Facebook	2	2.2	0	5.4
<b>Penggunaan Layanan Pesan Makan Online</b>				
Tinggi	31	33.3	20.4	44.7
Sedang	32	34.4	25.2	45.2
Rendah	30	32.3	25.2	43.2
<b>Perilaku Makan <i>Fastfood</i></b>				
Tinggi	77	82.2	75.3	92.1
Rendah	16	17.2	7.9	24.7
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa intensitas penggunaan sosial media oleh responden mayoritas termasuk dalam kategori tinggi. Adapun jenis sosial media yang paling sering digunakan adalah tiktok. Penggunaan layanan pesan

makan *online* oleh responden 31 orang termasuk tinggi, 32 orang sedang, dan 30 orang termasuk rendah. Kemudian untuk perilaku makan *fastfood* oleh responden mayoritas responden termasuk dalam kategori tinggi. Artinya, rata-rata responden sering mengonsumsi makanan *fastfood*.

#### 4.1.3 Hasil Analisis Bivariat

Tabel 4. 4 Hubungan Penggunaan Sosial Media dengan Perilaku Makan

Penggunaan Media Sosial	Perilaku Makan <i>Fastfood</i>				<i>P-value</i>
	Tinggi		Rendah		
	N	%	N	%	
Tinggi	67	87	0	0	0.000
Sedang	10	13	9	56.3	
Rendah	0	0	7	43.7	
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>	

Berdasarkan tabel hasil analisis *chisquare* diatas, diketahui bahwa pada alpha 5% didapatkan nilai *p-value* 0.000 atau  $<0.05$ . Artinya, secara statistik terdapat Hubungan yang signifikan antara penggunaan sosial media dengan perilaku makan *fastfood*.

Tabel 4. 5 Hubungan Layanan Pesan Makan Online dengan Perilaku Makan

Layanan Pesan Makan Online	Perilaku Makan <i>Fastfood</i>				<i>P-value</i>
	Tinggi		Rendah		
	N	%	N	%	
Tinggi	31	40.3	0	0	0.000
Sedang	31	40.3	1	6.3	
Rendah	15	19.5	15	93.8	
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100</b>	<b>16</b>	<b>100</b>	

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa hasil analisis uji *chisquare* pada alpha 5% ditemukan nilai p-value 0.000 atau <0.05. Artinya, secara statistik terdapat Hubungan yang bermakna antara penggunaan layanan pesan makan *online* dengan perilaku makan *fastfood*.

**Tabel 4. 6 Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Status Gizi**

Penggunaan Media Sosial	Status Gizi				P-value
	Gizi Lebih		Normal		
	N	%	N	%	
Tinggi	28	87.5	39	63.9	0.034
Sedang	4	12.5	15	24.6	
Rendah	0	0	7	11.5	
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>100</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	

Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa hasil analisis uji *chisquare* pada alpha 5% diperoleh nilai p-value 0.034 atau <0.05. Artinya, secara statistik adanya Hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial dengan status gizi.

**Tabel 4. 7 Hubungan Layanan Pesan Makan Online dengan Status Gizi**

Layanan Pesan Makan Online	Status Gizi				P-value
	Gizi Lebih		Normal		
	N	%	N	%	
Tinggi	16	50	15	24.6	0.016
Sedang	11	34.4	21	34.4	
Rendah	5	15.6	25	41	
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>100</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, diketahui bahwa hasil analisis uji *chisquare* pada alpha 5% diperoleh nilai p-value 0.016 atau <0.05. Artinya, secara statistik terdapat

hubungan yang signifikan antara penggunaan layanan pesan makan online dengan status gizi.

**Tabel 4. 8 Hubungan Perilaku Makan Fastfood dengan Status Gizi**

Perilaku Makan <i>Fastfood</i>	Status Gizi				<i>P-value</i>
	Gizi Lebih		Normal		
	N	%	N	%	
Tinggi	32	100	45	73.8	0.004
Rendah	0	0	16	26.2	
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>100</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	

Berdasarkan tabel hasil analisis uji statistik *chisquare* diatas, dapat terlihat bahwa didapatkan nilai p-value 0.004 atau  $<0.05$ . Artinya, secara statistik terdapat hubungan yang signifikan antara perilaku makan *fast-food* dengan status gizi

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil tabel 4.1 menunjukkan bahwa rata-rata usia responden pada penelitian adalah 19 tahun, dengan usia terendah adalah 18 tahun Terdapat hampir 150 juta Pengguna aktif media sosial di Indonesia dengan rata-rata umur pengguna berada di umur 18 sampai 24 tahun hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Media Sosial lebih dominan ke usia remaja (Hardono et al., 2019). Berat Badan Rata-rata responden pada penelitian ini yaitu 70 kg, dengan berat badan minimal 40 kg dan maksimal 80 kg. Tinggi badan rata-rata tinggi badan responden secara keseluruhan adalah 165 cm, dengan tinggi badan minimal atau paling pendek 149 cm dan tinggi maksimal 169 cm. **hasil tabel 4.2** menunjukkan bahwa Berdasarkan karakteristik

jenis kelamin responden pada penelitian ini didominasi oleh salah satu gender yaitu perempuan dengan proporsi 88.2%. hal ini berhubungan dengan jumlah mahasiswa/i FKM yang menunjukkan lebih banyak Mahasiswa perempuan dibandingkan Mahasiswa laki-laki. Kemudian jika dilihat dari status gizi, lebih banyak responden yang memiliki status gizi normal yakni sebesar 65.6% dari total keseluruhan.

**Berdasarkan tabel 4.3** dapat diketahui bahwa intensitas penggunaan sosial media oleh responden mayoritas termasuk dalam kategori tinggi. Adapun jenis sosial media yang paling sering digunakan adalah tiktok. Penggunaan layanan pesan makan online oleh responden 31 orang termasuk tinggi, 32 orang sedang, dan 30 orang termasuk rendah. Kemudian untuk perilaku makan fastfood oleh responden mayoritas responden termasuk dalam kategori tinggi. Artinya, rata-rata responden sering mengkonsumsi makanan fastfood. Media sosial memiliki Pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku konsumsi fast food pada Remaja. Melalui platform-platform Tersebut, remaja terpapar secara Intensif kepada konten-konten Promosi dari restoran cepat saji, Yang dapat meningkatkan keinginan Dan persepsi positif terhadap fast Food. Selain itu, gaya hidup yang Serba cepat dalam menciptakan Citra diri yang diinginkan juga memperkuat asosiasi antara remaja dalam mengkonsumsi fast food. Penelitian pada tahun 2019 Terhadap individu berusia 13-18 Tahun mengenai perilaku makan menunjukan bahwa 38,8% mereka mengakses konten kuliner di media Sosial untuk mencari referensi mengenai makanan dan tempat makan, Sebanyak 63,9% seseorang mudah terpengaruh oleh konten kuliner baik melalui gambar maupun Video, sedangkan 54,6% seseorang Melakukan pemesanan makanan Ketika melihat konten media sosial. Dampak negatifnya termasuk kecenderungan

meningkatnya konsumsi makanan tidak sehat, Berkontribusi pada peningkatan Masalah kesehatan seperti obesitas dan penyakit terkait lainnya pada populasi remaja (Amalia, Octaria, Maryusman, & Imrar, 2023).

#### **4.2.2 Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dengan Perilaku Makan Fast Food**

Berdasarkan Penelitian terdapat Hubungan penggunaan media sosial dengan perilaku makan fast food dengan penggunaan media sosial dalam kategori Tinggi. Kebiasaan menggunakan media Sosial berpengaruh terhadap kebiasaan Mengkosumsi fast food. Remaja yang Sering menggunakan media sosial memiliki Kecenderungan mengonsumsi fast food Yang lebih tinggi. Hasil ini sejalan dengan Hasil penelitian Latifah (2019). yang Menunjukkan bahwa terdapat hubungan Bermakna antara penggunaan media sosial Dengan kebiasaan makan mahasiswa ( $p=0.000$ ). Penggunaan media sosial saat ini Menjadikan seseorang khususnya Mahasiswa menjadi sangat tergantung Karena kebanyakan dari mereka menjadikan Media sosial untuk mencari informasi, Berkomunikasi dengan orang lain, untuk Hiburan, bahkan melihat gambar atau video Yang berkaitan dengan makanan (Margawati, dkk, 2020).

Frekuensi Penggunaan media sosial ini bisa saja Memengaruhi perilaku konsumtif (Khrishananto, dkk, 2021) dan juga Berpengaruh pada perilaku makan Seseorang (Wilksch et al., 2020). Hal ini Sejalan dengan hasil penelitian Karini (2022) Yang menunjukkan bahwa ada hubungan Akses media sosial terkait informasi Makanan dengan prilaku makan. Melalui Media sosial para remaja sering terpapar Dengan berbagai informasi dan iklan serta Promo tentang makanan cepat saji. Disamping itu pula, melalui media sosial Akan lebih mudah mengakses dan memesan

makanan termasuk fast food. Penelitian oleh Wijaya pada tahun 2019 terhadap Individu berusia 18-25 tahun Mengenai perilaku makan menunjukkan bahwa 38,8% responden mengakses Konten Kuliner di media sosial untuk mencari referensi mengenai makanan dan tempat makan, 63,9% Responden mudah terpengaruh oleh konten kuliner baik Melalui gambar maupun video, dan 54,6% responden akan melakukan pemesanan makanan ketika melihat Konten di media sosial.

Perkembangan usaha makanan dan minuman yang sekarang mulai marak menuntut Umat Muslim harus lebih selektif dalam memilih makanan dan minuman yang baik dikonsumsi Oleh tubuh dan hal yang menjadi syarat utama adalah bersertifikat halal sehingga tidak Mudah Terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditampilkan di media massa yang sudah tentu memikat dan Menjanjikan harga yang murah dan rasa yang memanjakan lidah. Kegiatan jual beli online yang mulai menjamur khususnya jual beli dibidang makanan dan Minuman sangat mempermudah konsumen namun sebagai umat muslim harus lebih berhati-hati, perhatikan dengan sesama tempat dan menú yang ditawarkan, pilihlah menú makanan Atau Minuman yang bisa dikonsumsi oleh semua orang dengan tanpa ada tindakan yang bisa menyebabkan makanan tersebut tidak halal bagi umat muslim, dan bukan pula meragukan Karena binatang tersebut harus ada proses penyembelihan, dan juga dengan melihat tekstur Dagingnya yang membedakan binatang yang halal dan haram, yang perlu diingatkan ketika Jual Beli terjadi harus terjalin azaz suka sama suka, tidak ada pihak yang merasa dirugikan Dan diuntungkan.

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman dalam QS Al-Baqarah ayat 186

لِي فَلْيَسْتَجِيبُوا ۖ نَدَعَا إِذَا عَدَا دَعْوَةَ أُجِيبُ ۖ قَرِيبٌ نِّي فَا عَنِّي دِي عِبَا لَكَ سَا دَا وَ  
يَرْشُدُونَ لَعَلَّهُمْ بِي وَلِيُؤْمِنُوا

“Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu (Muhammad) tentang Aku, maka sesungguhnya Aku dekat. Aku kabulkan permohonan orang yang berdoa apabila dia berdoa kepada-Ku. Hendaklah mereka itu memenuhi (perintah)-Ku dan beriman kepada-Ku agar mereka memperoleh kebenaran.”

Makanan halal adalah makanan yang tidak haram baik zat maupun cara memperolehnya. Sementara makanan baik artinya makanan yang sehat, aman, dan tidak berlebihan. Senada dengan itu, Ibnu Katsir dalam tafsirnya mengatakan, Allah SWT memperbolehkan segala makanan di Bumi selama makanan tersebut halal, baik, dan tidak membahayakan tubuh serta akal. Hal itulah bentuk karunia dari Allah SWT. Selain itu, pembahasan mengenai hukum halal dan haram makanan serta Minuman juga dibahas dalam sebuah hadits yang diriwayatkan Imam Muslim Berikut ini:

كُلُوا الرُّسُلُ أَيُّهَا يَا فَقَالَ الْمُرْسَلِينَ بِهِ أَمَرَ بِمَا الْمُؤْمِنِينَ أَمَرَ اللَّهُ وَإِنَّ طَيِّبًا إِلَّا لِيُفَبَّ لَا طَيِّبَ اللَّهُ إِنَّ  
مَا اتَّطَيَّبَ مِنْ كُلُوا آمَنُوا الَّذِينَ أَيُّهَا يَا وَقَالَ عَلِيمٌ تَعْمَلُونَ بِمَا إِنِّي صَالِحًا وَأَعْمَلُوا الطَّيِّبَاتِ مِنْ  
رَزَقْنَاكُمْ

Artinya: Sesungguhnya Allah itu Maha Baik dan tidak menerima kecuali Sesuatu yang baik. Dan sesungguhnya Allah telah memerintahkan kaum Mukminin dengan perintah yang Allah gunakan untuk memerintahkan para rasul. Maka Allah berfirman; Wahai para rasul, makanlah segala sesuatu yang baik dan Beramal baiklah

sesungguhnya Aku mengetahui apa yang kalian kerjakan. Dan Allah juga berfirman; Wahai orang-orang yang beriman, makanlah segala sesuatu Yang baik yang telah kami berikan kepada kalian (HR. Muslim).

#### **4.2.3 Pengaruh Penggunaan Layanan Pesan Makan Online Terhadap Perilaku Makan Fast-Food**

Berdasarkan Penelitian ini terdapat Frekuensi Tinggi penggunaan layanan pesan makan online Hubungan terhadap perilaku makan fast food. Aplikasi pesan antar makanan online lebih Sering digunakan untuk membeli makan siang dan Makan malam, sementara waktu makan yang paling Sering dilewatkan subjek adalah sarapan. Aplikasi Pesan antar makanan online dapat menjadi alternatif Untuk mendapatkan akses makanan, namun apabila Subjek tidak meluangkan waktu untuk makan, maka Aplikasi pesan antar makanan online tidak dapat Membantu meningkatkan frekuensi makan Fast food (Utari, 2023). Hasil penelitian (Hidayat, 2021) menunjukkan banyak Pengguna aplikasi go food kurang dari tiga Kali penggunaan sebanyak 32 responden, Lebih dari tiga kali pemakaian sebanyak 52 Responden dan yang menyatakan dengan Pemakaian berulang-ulang kali sebanyak 16 Responden.

Makanan dan minuman adalah kebutuhan pokok manusia, setiap manusia memerlukan Makanan dan minuman untuk memenuhi kelangsungan hidupnya, namun tidak semua makan Memenuhi kesehatan manusia dan tidak semua makanan dan minuman baik dikonsumsi oleh Manusia, begitu pula tidak semua makanan dan minuman halal dimakan oleh manusia Terutama bagi umat muslim. Umat muslim

harus selalu selektif dalam memilih dan memilih Makanan Dan minuman yang akan dikonsumsi, jangan hanya mengutamakan cita rasa dan Harga yang Terjangkau tetapi kehalalan dari makanan dan minuman tersebut juga sangat diragukan.

Kemudian Dijaman sekarang ini semua orang diberikan Kemudahan untuk melakukan jual beli dengan Hanya berada di tempat tanpa harus Mengeluarkan biaya dan waktu, hanya dengan Pemesanan lewat dunia maya semua bisa Dimiliki, termasuk dengan membeli makan dan Minuman yang diinginkan barang langsung Diantar kerumah dengan menggunakan jasa Delivery. Dengan alasan-alasan tertentu masyarakat Sekarang lebih memilih jual beli online.

Terdapat beberapa kriteria makanan dan minuman yang Halal dimakan Dan diminum menurut para ulama.Kriteria makanan yang halal menurut para Fuqaha terbagi kepada dua yaitu halal dari Segi zatnya dan halal dari segi memperolehnya. Semua tumbuhan halal dimakan oleh umat Muslim kecuali tumbuhan itu mengandung racun Yang mempengaruhi kesehatan dan Memudharatkan tubuh atau badan manusia. Semua Binatang juga bisa dikonsumsi umat muslim Asalkan penyembelihannya berdasarkan hukum Islam kecuali binatang tersebut tidak Disembelih dengan baik dan tidak berdasarkan tatacara Penyembelihan syari'at Islam, apabila Hal tersebut dilakukan maka hukum mengkonsumsi Makanan yang berasal dari binatangTersebut haram dan semua binatang yang diharamkan Oleh Allah melalui Al qur an dan hadist Juga haram dimakan.Allah Swt berfirman dalam QS. Al Baqarah ayat 172 Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

تَعْبُدُونَ إِلَهًا كُنْتُمْ إِنْ لَمْ تَشْكُرُوا وَارْزَقْنَاكُمْ مَا طَيَّبْتُمْ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ يَخْتَارُ لِذَلِكَ الَّذِينَ يَتَذَكَّرُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami Anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar hanya Menyembah kepada Nya.”

Di dalam ayat ini ditegaskan agar seorang mukmin makan makanan yang baik yang Diberikan Allah, dan rezeki yang diberikan-Nya. Fenomena yang terjadi dimasyarakat sekarang banyak dijumpai masyarakat yang suka Kuliner dan menyukai berbagai macam makanan dan minuman yang banyak diproduksi di Pasar, dan memilih makanan hanya karena rasanya yang lezat tapi tidak jelas kehalalannya.

#### **4.2.4 Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dengan Status Gizi**

Berdasarkan Penelitian ini didapatkan dominan kategori Status Gizi Normal. Makanan adalah zat yang dimakan makhluk hidup untuk menambah nutrisi yang kemudian diproses menjadi energi. Makanan yang terdapat di alam raya ini Menurut Meilani Sawitri (2019), dari segi pola makan, remaja merupakan kelompok yang mudah terpengaruh oleh lingkungan luar, misalnya banyak iklan makanan cepat saji (fast food) yang umumnya mengandung tinggi kalori, tinggi lemak, tinggi natrium dan rendah serat, sehingga berpotensi terjadinya obesitas pada remaja. Menurut Meilani Sawitri (2019), menunjukkan sampel yang sering mengonsumsi fast food sebanyak 55% sedangkan yang jarang mengonsumsi fast food sebanyak 45%.

Makanan dan minuman yang boleh dimakan dan dikonsumsi oleh umat muslim adalah makanan dan minuman yang halal artinya diperbolehkan untuk dimakan dan

tidak dilarang oleh hukum syari'at Islam dan makan Tersebut tayyib yaitu Makanan yang baik dan bergizi serta bermanfaat untuk kesehatan

( QS. Al Maidah ayat 88; An Nahl ayat 114 )

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman:

تَعْبُدُونَ إِيَّاهُ كُنْتُمْ إِنْ اللَّهُ نِعْمَتَ شَكَرْتُمْ وَأَنَّ طَيِّبًا حَلَالًا اللَّهُ رَزَقَكُمْ مِمَّا فَكُلُوا

“ Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan Janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah Musuh yang nyata bagimu” Rasulullah SAW bersabda “ apa yang diharamkan oleh Allah Swt Dalam kitab-Nya adalah Halal dan apa yang diharamkan Allah dalam kitab-Nya adalah haram Dan apa yang didiamkan( tidak diterangkan ) maka barang itu termasuk yang dimaafkan“ ( HR. Ibnu Majah dan Tirmidzi) Hadits tersebut menjelaskan bahwa setiap makanan dan Minuman halal dimakan Kecuali yang diharamkan oleh Allah dan rasulnya. Makanan dan Minuman yang layak Dikonsumsi adalah makan yang aman dan tidak mengandung mudharat (Hakim, A. R., 2020)

#### 4.2.5 Penggunaan Layanan Pesan Makan Online Terhadap Status Gizi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh intensitas penggunaan layanan pesan makan online yang tinggi dan berpengaruh. Terhadap status gizi Frekuensi makan berdasarkan pembelian makanan online cenderung tidak teratur. Sebagian besar responden cenderung lebih sering memesan makanan secara online pada waktu Makan malam dan makan siang sebagai kategori terbanyak kedua.

Penelitian serupa yang Dilakukan oleh (Firdaus et al., 2020) menunjukkan bahwa waktu yang paling sering digunakan Sebagian besar responden untuk memesan jasa aplikasi pesan antar makanan online adalah pada saat makan siang (41,5%), makan malam (29,4%), serta waktu lainnya (4,6%). Hasil penelitian Menunjukkan adanya hubungan antara frekuensi makan dengan pembelian secara online Terhadap status gizi. Sedangkan, jumlah porsi makan berdasarkan pembelian makanan online cenderung dalam Porsi yang cukup dan hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara jumlah porsi Makan yang dibeli secara online terhadap status gizi. Jumlah porsi makan yang dikonsumsi Serta waktu makan dapat menjadi kombinasi yang mempengaruhi secara langsung status gizi Seseorang. Penelitian yang dilakukan oleh (Susanti, Pratiwi and Athika, 2021).menemukan Bahwa adanya hubungan antara asupan energi makan malam terhadap status gizi remaja ( $p=0,044$ ). Selain itu, penelitian selaras juga dilakukan oleh (Larasati, Gozali and Haribowo, 2020) dimana terdapat hubungan signifikan antara asupan makan malam dengan status gizi Berlebih (overweight) pada remaja

Alasan seseorang membeli makanan beragam, tetapi sebagai umat muslim seharusnya Selalu mengutamakan makanan dan minuman yang halal karena itulah yang diperintahkan oleh Allah Swt dan Rasulnya. Terdapat beberapa faktor yang menjadi alasan umat muslim belum Selektif dalam pemilihan makanan dan minuman berdasarkan sertifikat kehalalan makanan dan Minuman tersebut yaitu

1. Adanya faktor religiusitas yaitu proses seseorang dalam mencari jalan Kebenaran yang meliputi aspek islam, iman, ihsan, ilmu dan amal.Jadi apabila seseorang tidak memiliki Religiusitas yang baik dalam dirinya maka akan terdapat

penyimpangan-penyimpangan yang Dilakukan karena yang menjadi landasan utama hanya untuk memuaskan diri dan mencari Kenikmatan bukan untuk menggapai kemaslahatan, dalam hal memilih produk juga akan Terlihat perbedaan antara seorang yang religiusitas akan mengutamakan produk yang kehalalan Sedangkan orang yang belum memiliki religiusitas yang baik akan memilih produk Berdasarkan Apa yang diinginkan dan memuaskan diri, tidak mengutamakan label kehalalan Produk tersebut Jika tidak ada isu haram terhadap produk tersebut.

2. Pemasaran produk Yang semakin baik, pembuatan dikemas yang memikat dan adanya Sarana dan prasarana yang Menunjang membuat konsumen semakin mudah tertarik pada Produk yang jual.
3. Perkembangan usaha khususnya usaha dibidang makanan dan minuman yang sekarang Mulai Marak menuntut umat muslim harus lebih selektif dalam memilih makanan dan Minuman yang Baik dikonsumsi oleh tubuh dan hal yang menjadi syarat utama adalah Bersertifikat halal Sehingga tidak mudah terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditampilkan di Media massa yang Sudah tentu memikat dan menjanjikan harga yang murah dan rasa yang Memanjakan lidah. namun Karena tidak semua Makanan yang berlabel halal, hal itulah yang menyebabkan seseorang Kesulitan untuk Membedakan makanan yang halal dan haram untuk umat muslim. Belum Semua umat Muslim memiliki kesadaran tentang pentingnya memilih makanan dan minuman Halal, padahal Makanan dan minuman yang halal itu akan mempengaruhi pribadi seseorang.

#### 4.2.6 Pengaruh Perilaku Makan Fast Food Dengan Status Gizi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh perilaku makan fast food yang tinggi dengan status gizi. Konsumsi fast-food yang berlebihan memiliki efek negatif bagi kesehatan dimana dapat menyebabkan berbagai macam gangguan dan penyakit bagi tubuh. Menurut Widyastuti (2019), gangguan kesehatan yang dapat terjadi adalah overweight atau status gizi lebih serta Risiko terjadinya penyakit seperti diabetes mellitus, kanker, dislipidemia dan kardiovaskuler. Pada dasarnya status gizi seseorang ditentukan berdasarkan konsumsi gizi dan kemampuan tubuh dalam menggunakan zat-zat gizi tersebut. Remaja lebih menyukai makanan dengan kandungan natrium dan lemak yang tinggi Tetapi rendah vitamin dan mineral.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa responden dengan status gizi lebih dan status gizi kurang, didapat hasil responden lebih menyukai makan Cemilan dan Fast-food dibanding dengan makanan pokok yang seimbang untuk dikonsumsi. Hasil penelitian ini sejalan dengan Hanum et al, (2021). Hasil uji statistik Pearson Chi-square didapatkan p value = 0,029 yang berarti p value > (0.05), bahwa Ada hubungan antara frekuensi konsumsi Fast food dengan status gizi pada remaja. Hasil dari penelitian ini terdapat beberapa Responden yang memiliki konsumsi fastFood sering dengan status gizi normal, hal ini dapat menyebabkan beberapa gangguan seperti gangguan pencernaan, aktivitas fisik yang berlebihan dapat menyebabkan metabolisme tubuh yang tinggi meskipun sering mengkonsumsi fastFood. Yang memiliki status gizi normal belum tentu mengkonsumsi energi yang cukup untuk memenuhi kebutuhan tubuhnya per hari, namun yang memiliki status gizi lebih bisa disebabkan karena kurangnya aktivitas fisik, tingkat aktivitas fisik juga dapat

mempengaruhi status Gizi. Terdapat beberapa faktor lain Selain fast food yang mempengaruhi status Gizi pada mahasiswa sehingga terjadi Ketidakseimbangan antara konsumsi zat Gizi dengan kebutuhan lain.

Penemuan dalam pembahasan ini adalah makanan yang halal dan baik Dalam Islam dapat dicermati di dalam konsep maqashid syariah. Menurut Pendapat para ahli fikih, bahwa makanan yang halal dan baik itu harus Berdasarkan konsep maqashid syariah, yaitu berdasarkan kemaslahatan (masalah) dan berupaya menghindari kerusakan /keburukan (mafsadah). Tujuan maqashid syariah adalah menjamin hal-hal yang bersifat dharuri, Hajiyyat, dan tahsiniyyat. Tujuan tersebut dapat dicapai bagi seseorang yang Terbebani atau taklif, yang pelaksanaannya tergantung pada pemahaman sumber Hukum yang utama yaitu Al-Qur'an dan hadits. Islam merupakan agama yang Sangat memperhatikan segala aktivitas umatnya dan segala sesuatu yang Menyangkut kehidupan manusia diatur sedemikian rupa. Segala jenis aspek kehidupan dipertimbangkan dari segi manfaat dan Mudaratnya dan Islam telah memberikan petunjuk yang jelas Bahwa segala sesuatu yang memberikan manfaat diperbolehkan hukumnya Sementara segala sesuatu yang justru membawa mudharot dari pada membawa Manfaat maka Islam melarangnya.

Salah satu hal yang diatur dalam Islam adalah Menyangkut makanan dalam rangka menjaga keselamatan jiwa, raga, dan akal. Seperti kita ketahui bahwa makanan merupakan salah satu hal terpenting Yang dibutuhkan manusia setiap harinya. Seseorang yang setiap harinya selalu Makan halal, maka akhlaknya akan baik, hatinya akan hidup. Menjadi alasan Terkabulnya doa, dan bermanfaat bagi jiwa dan raga. Untuk menciptakan Kemaslahatan (masalah) dan berusaha menghindari

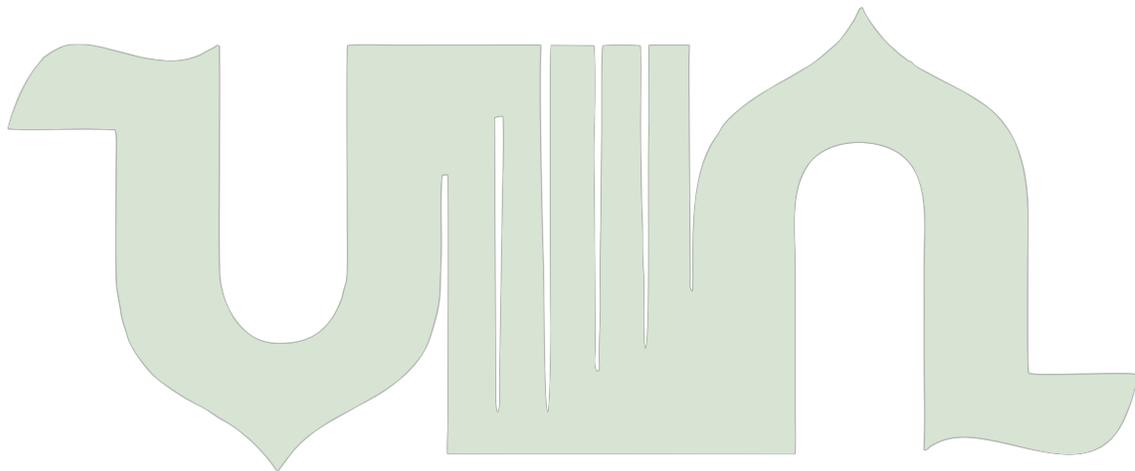
kerusakan/keburukan (mafsadah), dalam kajian ushula ada lima unsur pokok yang harus dilestarikan Dan diciptakan, atau dikenal dengan istilah Maqashid asy-Syariah.

Kelima unsur Pokok tersebut adalah menjaga agama (Hifdz Ad-Diin).

Menjaga jiwa (Hifdz An-Nafs), menjaga akal (Hifdz Al-‘Aql), menjaga keturunan (Hifdz An-Nasl), dan Menjaga harta benda (Aifdz Al-Mal). Dalam penelitian peneliti

mengaitkannya pada Hifdz An-Nafs. Dengan Selalu menjaga agama dengan memakan makanan yang halal dan baik, maka sama Dengan menjaga jiwa (Hifdz An-

Nafs). Begitulah konsep maqashid syariah dalam Mengatur tatanan kehidupan umat Islam pada kebersihan jiwa melalui penjagaan Makanan yang halal dan thayyib.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN