

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh media sosial terhadap sikap dalam kebiasaan jajan. Dibuktikan dengan hasil uji bivariat yang telah digunakan menggunakan uji paired-sampel t test. Berdasarkan hasil uji paired-sampel t test diperoleh nilai signifikansi $0,001 < 0,05$.
2. Terdapat pengaruh media sosial terhadap perilaku dalam kebiasaan jajan. Dibuktikan dengan hasil uji bivariat yang telah digunakan menggunakan uji paired-sampel t test. Berdasarkan hasil uji paired-sampel t test diperoleh nilai signifikansi $0,006 < 0,05$.
3. Terdapat pengaruh media sosial terhadap pengetahuan dalam kebiasaan jajan. Dibuktikan dengan hasil uji bivariat yang telah digunakan menggunakan uji paired-sampel t test. Berdasarkan hasil uji paired-sampel t test diperoleh nilai signifikansi $0,001 < 0,05$.
4. Terdapat pengaruh media sosial terhadap kebiasaan jajanan pada mahasiswa . Dibuktikan dengan uji bivariat yang telah digunakan menggunakan uji paired- sampel t test. Berdasarkan hasil uji paired-sampel t test diperoleh nilai signifikansi $0,001 (p < 0,05)$.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian tersebut, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Untuk Mahasiswa:

Hendaknya lebih selektif dalam memilih makanan jajanan yang dipengaruhi oleh konten media sosial, dengan mempertimbangkan nilai gizi dan keamanan pangan.

Disarankan untuk meningkatkan pengetahuan tentang Angka

Kecukupan Gizi (AKG) agar dapat memilih jajanan yang sesuai dengan kebutuhan gizi harian.

Membuat perencanaan makan yang seimbang dan tidak terlalu terpengaruh tren makanan di media sosial.

2. Untuk Pihak Universitas:

Mengadakan edukasi atau seminar tentang pemilihan jajanan sehat dan pentingnya memenuhi AKG bagi mahasiswa.

Memastikan kantin kampus menyediakan pilihan makanan yang sehat dan memenuhi standar gizi.

Membuat kebijakan terkait standar makanan yang dijual di lingkungan kampus.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya

Melakukan penelitian lanjutan dengan variabel yang lebih beragam, seperti pengaruh pendapatan, pengetahuan gizi, atau faktor lainnya.

Memperluas cakupan responden ke fakultas lain atau universitas lain untuk hasil yang lebih komprehensif.

Menggunakan metode penelitian yang lebih mendalam seperti analisis konten media sosial yang spesifik mempengaruhi kebiasaan jajan.

4. Untuk Pelaku Usaha Makanan

Mempertimbangkan aspek gizi dalam menyajikan makanan, tidak hanya fokus pada tampilan yang menarik untuk media sosial.

Mencantumkan informasi nilai gizi pada produk makanan yang dijual.

Mempromosikan makanan sehat yang tetap menarik secara visual untuk media sosial.

5. Untuk Dinas Kesehatan atau Badan Pengawas Makanan

Meningkatkan pengawasan terhadap penjualan makanan di sekitar kampus.

Memberikan edukasi kepada pedagang makanan tentang standar keamanan dan gizi makanan.

Membuat kampanye kesehatan yang menarik di media sosial tentang pemilihan jajanan sehat.