

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Masa perkuliahan merupakan masa terjadinya proses transisi dari remaja menuju dewasa yang mengakibatkan berbagai perubahan dalam kehidupan individu, salah satunya adalah peningkatan fokus akan pencapaian dan penilaian akademik. Beban akademik yang ada sejak masa perkuliahan dimulai membuat individu perlu menyiapkan kesehatan fisik maupun mentalnya. Namun, beberapa studi penelitian menyatakan bahwa individu dewasa awal banyak melakukan perilaku yang membahayakan kesehatan, seperti mengalami obesitas dan cenderung mengalami masalah kesehatan mental. Lebih lanjut, dalam hal ini beberapa studi longitudinal mengungkapkan bahwa mahasiswa banyak melakukan kebiasaan buruk, salah satunya adalah memiliki pola makan yang buruk, seperti mengembangkan pola tidak sarapan, tidak makan teratur, dan makan berlebihan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa perilaku makan mahasiswa merupakan salah satu hal yang penting untuk individu jaga dalam menjalankan kesehariannya di masa perkuliahan (Santrock, 2019).

Perilaku makan (*eating behavior*) merupakan perilaku yang mencerminkan interaksi kompleks antara faktor fisiologis, psikologis, sosial, dan genetik yang dapat mempengaruhi waktu makan, preferensi makanan, kuantitas makanan, dan pemilihan makanan (Grimm & Steinle, 2012). Pada umumnya, individu akan makan dan berhenti makan sebagai respon dari reaksi fisiologis, yakni adanya rasa lapar dan kenyang. Dalam hal ini, bagian otak yakni hipotalamus akan berperan penting sebagai pusat rasa lapar dan rasa kenyang untuk memulai perilaku makan dan memicu penghentian makan (Flanagan *et.al.*, 2022).

Studi terkait *eating behavior* individu di Kota Makassar telah dikaji oleh Zaenal *et.al.* (2022) menggunakan desain kualitatif terkait studi fenomena *foodie* di Kota Makassar yang melibatkan sekitar 33 informan berusia 16-46 tahun dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan FGD. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa individu memperoleh preferensi makanan dari berbagai hal, seperti tontonan film, iklan, sosial media, ataupun rekomendasi individu lain. Beberapa informan mengungkapkan bahwa sosial media, seperti *Instagram* dijadikan sebagai “etalase” pertama ketika ingin memesan suatu makanan. Informan juga mengungkap bahkan ketika ia tidak memiliki niat makan atau tidak lapar sekalipun, tetapi tidak sengaja melihat beranda sosial media, secara tidak langsung



an yang ia sebut dengan “lapar mata”. Selain itu, beberapa mahasiswa juga menyatakan bahwa adanya “tradisi” minum kopi di Kota Makassar atau hadirnya para *coffee holic* awalnya dipengaruhi oleh budaya yang bertemakan kopi dan banyaknya rekomendasi *vlogger* yang mengunjungi *coffee shop* di Kota Makassar. Hal ini juga terjadi pada para mahasiswa yang mengatakan ketertarikannya mengeksplor tempat makan “Korea”

karena banyaknya informasi yang diperoleh di sosial media dan film drama korea yang pada akhirnya mempengaruhi preferensi makanan individu. Beberapa informan juga mengungkapkan bahwa preferensi makanannya ditentukan oleh *mood* yang dirasakannya, seperti ada informan yang mengungkap bahwa makan adalah bentuk distraksi yang ia lakukan untuk mengatasi *mood* yang tidak baik.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa *eating behavior* individu di Kota Makassar bukanlah hanya sekedar reaksi fisiologis individu karena adanya sinyal lapar maupun kenyang, melainkan dapat digunakan juga sebagai respons akan emosi negatif yang individu rasakan (*emotional eating*), respon terhadap isyarat eksternal (*external eating*), maupun respon membatasi makanan untuk mempertahankan atau menurunkan berat badan (*restrained eating*). *Emotional eating* merupakan tipe perilaku makan sebagai respon emosi negatif yang dirasakan individu, seperti adanya rasa kecemasan, kemarahan, kesedihan yang nantinya akan berakibat meningkatkan tingkat konsumsi makanan pada individu (Kaplan & Kaplan dalam Macht & Simons, 2011). Sementara itu, *external eating* merupakan tipe perilaku makan individu sebagai respon terhadap isyarat eksternal, seperti tampilan dan aroma makanan. Selain itu, terdapat juga *restrained eating* yang merupakan tipe perilaku makan yang membatasi asupan makanan dengan sengaja untuk mempertahankan berat badan ataupun penurunan berat badan (Tuschl dalam Meule, 2016).

Lebih lanjut, *emotional eating*, *external eating*, dan *restrained eating* juga memiliki dampak bagi kesehatan individu. Hal ini karena ketiga tipe perilaku makan tersebut mengarah pada perilaku makan yang berpotensi menjadi masalah. Individu yang mengadopsi tipe *emotional eating* dan *external eating* akan mengalami penambahan berat badan karena adanya konsumsi makanan secara berlebihan (Novrianti, 2023). Hal ini pun membuat individu cenderung mengonsumsi makanan dengan tinggi lemak, gula, dan garam sehingga akan meningkatkan kemungkinan individu akan terkena beberapa penyakit, seperti diabetes dan sakit jantung (Alharbi & Alharbi, 2023; Novrianti, 2023). Selain itu, ketiga tipe perilaku makan tersebut juga dalam jangka waktu panjang dapat berdampak negatif bagi kesehatan fisik maupun mental individu. Hal ini karena tipe *emotional*, *external*, dan *restrained eating* dapat mengakibatkan adanya penambahan berat badan, timbulnya gangguan makan, dan gangguan psikologis (Novrianti *et.al.*, 2023).

Tipe *eating behavior* yang berbeda-beda di Makassar juga dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan Tamrin (2021) yang memperoleh hasil dari 405 responden, terdapat 35 mahasiswa dengan tingkat *emotional eating* sangat tinggi dan 71 mahasiswa dengan tingkat *emotional eating* yang tinggi. Sementara itu,



siswa dengan tingkat *external eating* yang sangat tinggi dan 10 mahasiswa dengan tingkat *external eating* yang tinggi. Lebih lanjut, data juga terdapat 28 mahasiswa dengan tingkat *restrained eating* sangat tinggi dan 10 mahasiswa dengan tingkat *restrained eating* yang tinggi. Data ini menunjukkan bahwa semua partisipan memiliki semua tipe *eating behavior* dengan tingkat yang berbeda-beda dalam setiap tipenya yang kemudian dapat diklasifikasikan ke dalam tipe dari partisipan. Hal ini pun menunjukkan bahwa

terdapat fenomena tipe *eating behavior* mahasiswa di Kota Makassar yang berbeda-beda dan didominasi oleh mahasiswa dengan *eating behavior* yang buruk, seperti pernyataan salah satu responden yang menyatakan bahwa responden dapat makan 4-5 kali sehari diluar mengemil dan kebanyakan makanan yang dibeli adalah makanan yang manis dan berlemak yang tentunya berdampak pada kesehatan individu tersebut.

Tipe *eating behavior* individu yang berbeda-beda dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni faktor sosial, faktor budaya, dan faktor biologis (Flanagan *et.al.*, 2022). Salah satu faktor sosial yang dapat mempengaruhi perilaku makan individu adalah paparan media sosial (Ettridge *et.al.*, 2023). Berdasarkan survei awal yang dilakukan oleh peneliti kepada 104 mahasiswa di Kota Makassar terkait suatu hal yang dapat membuat individu memiliki keinginan untuk makan maupun berhenti makan memperoleh hasil bahwa sebanyak 52 mahasiswa memilih media sosial, 35 mahasiswa memilih budaya atau lingkungan sekitar, 13 mahasiswa memilih kondisi keuangan, dan 4 mahasiswa memilih kehadiran orang lain. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa media sosial merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *eating behavior* mahasiswa di Kota Makassar.

Media sosial merupakan seperangkat media yang memiliki berbagai peran dalam kehidupan individu, salah satunya adalah sebagai sumber informasi. Dalam bidang pendidikan, media sosial memiliki beberapa manfaat, yakni menjadi sarana peserta didik untuk mengembangkan kemampuannya, sebagai sarana untuk memperluas jejaring sosial, serta dapat membantu peserta didik untuk lebih efisien mencari materi pembelajarannya (Simarmata *et.al.* dalam Rahman *et.al.*, 2023). Namun, dibalik berbagai peran dan manfaat dari media sosial, media sosial juga ternyata berperan dalam hal mengubah perilaku individu. Dalam hal ini, paparan informasi yang diposting oleh *influencer* di media sosial dapat mempengaruhi preferensi serta kuantitas makanan individu (Ettridge *et.al.*, 2023).

Jika ditinjau dari usia, persentase pengguna media sosial tertinggi diraih pada individu yang berada pada tingkat usia 19-29 tahun (93, 5%). Selain itu, jika ditinjau berdasarkan jenjang pendidikan, persentase pengguna media sosial tertinggi diraih pada individu yang berada pada tingkat pendidikan Diploma/S1 (97,55%) (Anggraini, 2018). Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa kehidupan individu dewasa awal dan berprofesi sebagai mahasiswa tidak mudah terlepas dari peran media sosial.

Lebih lanjut, media (tv, majalah, dan media sosial) memiliki peran penting dalam mengarahkan individu untuk melakukan *modelling* pada perilaku atau sikap yang ditunjukkan pada media tersebut. Dalam hal ini, paparan media khususnya



berdampak pada persepsi individu akan tubuhnya yang kemudian dapat berwujud dalam bentuk perubahan perilaku makan (Sanchez *et.al.*, Hudson (2016) menyatakan bahwa perilaku makan individu dengan paparan media yang diterimanya, dalam hal ini perilaku pada media dapat dipelajari melalui observasi dan pemodelan. Responden mahasiswa di Lebanon menunjukkan bahwa media yang terpapar pada mahasiswa terobsesi untuk menjadi langsing dan akhirnya

membatasi makannya, serta menghadirkan emosi negatif dalam diri mahasiswa yang menyebabkan adanya peningkatan nafsu makan (Zeeni dalam Sanchez *et.al.*, 2019).

Berbagai studi mengenai paparan media dan perilaku makan individu telah dilakukan. Penelitian terkait hubungan antara *media social exposure* dan tipe *restrained eating behavior* menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan positif antara *media exposure* dan tipe *restrained eating behavior*. Dalam hal ini, *visual exposure* yang ditampilkan di media sosial dapat membentuk *thin ideal body shape* dan mengarahkan individu untuk membatasi makannya (*restraint*) dan mengadopsi tipe *restrained eating behavior*. Selain itu, media seperti majalah, televisi, dan media sosial juga dianggap banyak membagikan ide terkait “*perfect body*” yang kemudian dapat meningkatkan keinginan individu untuk menurunkan berat badannya dan/atau membangun ototnya seperti yang individu lihat di media sosial yang diwujudkan ke dalam tipe *restrained eating behavior* (Fu *et.al.*, 2022; Sanchez-Ruiz, 2017).

Penelitian lainnya terkait hubungan paparan sosial media dan *eating behavior* juga telah dilakukan pada masyarakat China. Penelitian yang dilakukan mengenai hubungan *social media exposure* dan *emotional eating behavior* yang menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan positif antara *social media exposure* dan *emotional eating* pada saat Covid-19. Dalam hal ini, paparan dari media sosial, seperti berita atau iklan dapat secara langsung meningkatkan kecemasan individu yang berakibat pada perilaku makannya yang berlebihan secara emosional (Gao *et.al.*, 2022). Selain itu, dalam beberapa penelitian terbaru juga menemukan bahwa individu yang menghabiskan lebih dari 2 jam sehari di media sosial memiliki skor *emotional eating* dan *restrained eating* yang lebih tinggi (Durmaz dalam Seslikaya & Arslan 2023).

Penelitian lainnya juga dilakukan menggunakan variabel tipe *eating behavior* yang berbeda, yakni *external eating*. Penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap *external eating behavior* individu. Dalam hal ini, melihat foto maupun video terkait makanan di media sosial akan meningkatkan keinginan individu untuk makan (Brignell dalam Muthia *et.al.*, 2022).

Tidak senada dengan penelitian sebelumnya, penelitian lainnya justru menunjukkan hasil yang berbeda dari hasil penelitian yang telah dipaparkan. Penelitian yang dilakukan oleh Norazman dan Mahmood (2020) terkait asosiasi antara penggunaan media sosial dan perilaku makan mahasiswa di Universitas Malaysia Kuantan, memperoleh hasil bahwa tidak terdapat asosiasi atau pengaruh antara penggunaan media sosial terhadap perilaku makan (*emotional*, *external*, dan



avior) mahasiswa. Dalam hal ini, visual dari foto maupun video media sosial tidak mempengaruhi keinginan individu untuk nanti makan. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Seslikaya a perempuan berusia 19-45 tahun menemukan hasil bahwa sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *external eating* *ed eating behavior*, serta hanya memiliki korelasi yang sangat *tional eating behavior*.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat fenomena terkait tipe *eating behavior* mahasiswa yang tidak hadir karena adanya sinyal lapar maupun kenyang melainkan merupakan respon atas emosi negatif, isyarat eksternal, dan respon membatasi makanan. Selain itu, berdasarkan studi kualitatif yang dilakukan di Kota Makassar, individu di Kota Makassar banyak mendapatkan preferensi makanan di media sosial, hal ini pula mempengaruhi kuantitas dan kualitas makanan yang dikonsumsi individu. Tipe *eating behavior* individu yang berbeda-beda juga ditemukan di Kota Makassar didasarkan oleh penelitian Tamrin (2021) yang berdampak pada kuantitas makan individu yang membawa dampak bagi kesehatan individu tersebut. Tipe *restrained*, *emotional*, dan *external* membawa dampak akan penambahan tingkat konsumsi makanan individu atau malah mengurangi konsumsi makanan individu yang tentunya akan berdampak pada kesehatan individu. Beberapa penelitian yang telah dipaparkan juga menunjukkan adanya hasil yang tidak konsisten yang menjadi urgensi penelitian ini dilakukan. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian terkait “Pengaruh Paparan Media Sosial Terhadap Tipe *Eating Behavior* Mahasiswa di Kota Makassar”.

1.1.2 Eating Behavior

Eating behavior merupakan suatu perilaku hasil interaksi kompleks antara kondisi psikologis, sosial, dan genetik yang kemudian akan mempengaruhi preferensi, pemilihan, dan kuantitas makanan (Sharma et.al., 2018). *Eating behavior* juga didefinisikan sebagai perilaku individu yang dibentuk oleh faktor genetik, sosial, dan lingkungan yang ditempati oleh individu (Collier & Treasure dalam Ayyidiz & Sahin, 2022). Ettridge et.al. (2023) menyatakan bahwa perilaku makan merupakan suatu pengalaman sosial dan budaya yang dimiliki individu karena perilaku tersebut banyak dipengaruhi oleh faktor sosial dan lingkungan individu. Individu akan melakukan perilaku makan ketika memperoleh sinyal “lapar” dan akan berhenti makan ketika memperoleh sinyal “kenyang” dari bagian otak yakni hipotalamus (Flanagan et.al., 2022). Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa *eating behavior* atau perilaku makan merupakan perilaku individu yang banyak dipengaruhi oleh pengalaman sosial, faktor genetik dan lingkungan, serta kondisi psikologis individu yang dapat mempengaruhi pola makan serta kuantitas makanan individu.

Terdapat 3 tipe/dimensi *eating behavior*, yakni *emotional eating*, *external eating*, dan *restrained eating* yang semuanya kemungkinan dimiliki oleh setiap individu dengan kadar yang berbeda-beda. Adapun penjelasan dari ketiga tipe/dimensi tersebut adalah sebagai berikut.



, tipe perilaku makan individu sebagai respons atas perasaan negatif yang dirasakan, seperti emosi marah, sedih, stress, sebagainya (Seslikaya & Arslan, 2023). Berdasarkan teori *emotional eating* dinyatakan sebagai tipe perilaku makan individu akan makanan sebagai bentuk pertahanan secara emosional negatif yang dirasakan dan hal ini menyebabkan meningkatnya konsumsi makanan (Kaplan & Kaplan dalam Seslikaya & Arslan, 2023).

- 2) *External eating*, tipe perilaku makan individu yang menggambarkan makan sebagai respons terhadap isyarat eksternal yang berhubungan dengan makan, terlepas dari sinyal internal seperti rasa lapar dan kenyang, misalnya tampilan makanan dan aroma makanan (Strien et.al. dalam Benbaibech et.al., 2023). Selain tampilan dan aroma makanan, makan dengan rangsangan eksternal juga dapat dipicu oleh rangsangan berupa kehadiran individu yang sedang makan dan waktu makan (Strien et.al. dalam Freitas et.al., 2018).
- 3) *Restrained eating*, tipe perilaku makan individu yang membatasi asupan makanan dengan sengaja untuk mempertahankan berat badan ataupun mendorong penurunan berat badan demi menjaga citra tubuh (Tuschl dalam Meule, 2016).

Eating behavior individu dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah sebagai berikut.

A. Faktor Sosial

- 1) Lingkungan, dalam hal ini perilaku makan individu sejak masa kanak-kanak dipengaruhi oleh kebiasaan makan yang dimiliki orang tuanya. Individu akan mengamati makanan yang dimakan oleh orang lain lalu akan meniru hal tersebut (Flanagan et.al., 2022). Individu yang tinggal di lingkungan yang memiliki anggota keluarga yang memiliki pola makan yang sehat, maka individu tersebut cenderung memiliki pola makan yang sehat pula (Ettridge et.al., 2023)
- 2) Kehadiran Individu Lain, dalam hal ini kuantitas makan individu akan meningkat ketika terdapat kehadiran individu lainnya yang berada disekitarnya. Individu yang biasanya makan sendiri cenderung mengalami penurunan motivasi untuk memasak dan mengkonsumsi makanan. Lebih lanjut, individu dewasa yang biasanya makan sendiri akan cenderung melewati waktu makan, mengkonsumsi buah dan sayuran lebih sedikit, serta memiliki pola makan yang buruk (Ettridge et.al., 2023).
- 3) Media Sosial, dalam hal ini postingan berupa foto maupun video yang dibagikan *influencer* di media sosial dapat meningkatkan konsumsi makanan individu. Dalam hal ini, individu yang sering terpapar oleh postingan *influencer* di media sosial terkait makanan yang sehat cenderung dapat meningkatkan asupan makanan yang sehat, begitupun sebaliknya. Tidak hanya postingan yang diposting oleh *influencer*, postingan yang diposting oleh teman maupun selebritas juga dapat mempengaruhi pola makan yang dimiliki individu. Hal tersebut pun dapat membuat individu memiliki keinginan untuk meniru pola cer yang berada di media sosial (Ettridge et.al., 2023).



omi, dalam hal ini biaya makanan sehat yang tinggi menjadi
ji individu yang memiliki status ekonomi menengah ke bawah.
embuat individu yang menetap di lingkungan sosial-ekonomi
tas dalam hal aksesibilitas dan ketersediaan makanan sehat.
memiliki status ekonomi menengah ke bawah cenderung
si makanan dalam jumlah yang lebih sedikit ataupun lebih

sering mengkonsumsi makanan yang hanya berupa cemilan (Ettridge et.al., 2023).

- B. Faktor Budaya, dalam hal ini pola makan individu dipengaruhi oleh kelompok budaya yang dimiliki. Sejak masa kanak-kanak, individu telah melakukan *modelling* melalui penguatan dan pembelajaran sosial dari orangtua untuk mengetahui perbedaan dalam setiap tradisi yang berkaitan dengan perilaku makan, seperti perilaku makan saat bersama keluarga besar maupun acara-acara khusus. Budaya tertentu biasanya terdapat makanan yang tidak diperbolehkan untuk dikonsumsi, misalnya daging sapi ataupun daging babi (Flanagan et.al., 2022).

1.1.3 Paparan Media Sosial

Media sosial merupakan seperangkat media yang digunakan individu sebagai sumber informasi. Paparan media sosial mengacu pada visibilitas atau kehadiran konten yang dibagikan di berbagai platform media sosial. Hal ini meliputi informasi maupun opini yang dapat mempengaruhi persepsi individu (Khatri, 2021). Lebih lanjut, dalam media sosial, individu dapat bebas untuk berbagi secara aktif di berbagai *platform* media sosial. Adapun beberapa hal yang biasanya dibagikan oleh individu di media sosial adalah foto dan video, baik itu terkait pakaian, olahraga, makanan, resep, dan sebagainya (Keser et.al., 2020). Adapun beberapa jenis media sosial yang sering digunakan di Indonesia, yaitu *Whatsapp*, *Instagram*, *Tiktok*, *Twitter*, dan sebagainya (Muhtar, 2023).

1.1.4 Pengaruh Paparan Media Sosial Terhadap Tipe *Eating Behavior*

Paparan media sosial berupa konten foto maupun video yang ditampilkan oleh para *influencer* dapat berdampak pada perilaku yang ditunjukkan individu. Salah satu konten dalam media sosial adalah konten yang berkaitan dengan makanan. Dalam hal ini, Ettridge et.al. (2023) menyatakan bahwa paparan informasi yang berasal dari konten media sosial para *influencer* dapat mempengaruhi preferensi serta kuantitas makanan individu.

Lebih lanjut, individu yang mendapatkan paparan media sosial melakukan pemodelan melalui *observational learning* terhadap hal yang dilihat di media sosial. Melalui *observational learning*, individu dapat diberi penguatan dengan pemberian *reward* maupun *punishment* (Hudson, 2016). Dalam hal ini, terdapat beberapa bentuk penguatan atau *reinforcement* yang berasal dari media sosial yang membuat individu melakukan pemodelan, yakni objek di media sosial menunjukkan perilaku yang diinginkan individu seperti dipuji, disanjung, dihargai, dan sebagainya



). Dalam hal ini, *influencer* yang membagikan konten makanan jian dapat membuat individu memiliki keinginan untuk meniru r yang berada di media sosial (Ettridge et.al., 2023; Klib et.al.,

t makanan yang dibagikan oleh para *influencer* di media sosial ouhnya konsep terkait "*perfect body*" dalam diri individu. Hal uat individu melakukan pemodelan terhadap pola makan yang

influencer tunjukkan dalam media sosial, yakni perilaku makan membatasi atau lebih dikenal dengan *restrained eating behavior*. Hal ini dilakukan untuk menurunkan berat badannya dan/atau membangun ototnya seperti yang individu lihat di media sosial (Sanchez, 2017).

Konten terkait makanan di media sosial juga dapat menambah kuantitas atau konsumsi makanan pada individu (Ettridge *et.al.*, 2023). Konten berupa video ataupun foto dalam media sosial dapat meningkatkan keinginan individu untuk makan walaupun individu tersebut tidak merasa lapar. Dalam hal ini, individu makan karena adanya sinyal eksternal yang berasal dari media sosial, seperti tampilan yang menarik atau biasanya disebut dengan *external eating behavior* (Muthia *et.al.*, 2022).

Lebih lanjut, paparan media sosial juga dapat meningkatkan intensitas individu merasakan emosi negatif, seperti sedih, marah, maupun merasa stress. Hal ini karena konten yang dibagikan melalui media sosial dapat membuat individu terobsesi menjadi langsing atau memperoleh "*perfect body*", sehingga individu kerap kali melakukan perbandingan dirinya dengan individu lain. Selain itu, paparan media sosial juga cenderung meningkatkan impulsivitas kognitif individu yang membuat individu kurang mampu berpikir panjang dan cenderung bertindak cepat ketika merasakan tekanan dan emosi negatif. Hal ini pun kemudian membuat individu mengadopsi perilaku makan emosional atau *emotional eating behavior* untuk meregulasi emosi negatif yang dirasakan oleh individu tersebut (Sanchez, 2017; Filippone *et.al.*, 2022).

1.1.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian, adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. H_0 = Tidak terdapat pengaruh paparan media sosial terhadap tipe *emotional eating* mahasiswa di Kota Makassar.
 H_1 = Terdapat pengaruh paparan media sosial terhadap tipe *emotional eating* mahasiswa di Kota Makassar.
2. H_0 = Tidak terdapat pengaruh paparan media sosial terhadap tipe *external eating* mahasiswa di Kota Makassar.
 H_1 = Terdapat pengaruh paparan media sosial terhadap tipe *external eating* mahasiswa di Kota Makassar.
3. H_0 = Tidak terdapat pengaruh paparan media sosial terhadap tipe *restrained eating* mahasiswa di Kota Makassar.
 H_1 = Terdapat pengaruh paparan media sosial terhadap tipe *restrained eating* mahasiswa di Kota Makassar.



1.2. Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terdapat atau tidak terdapat pengaruh paparan media sosial terhadap tipe *eating behavior* pada mahasiswa di Kota Makassar.

1.2.2 Manfaat

1.2.2.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis, yakni memberikan kontribusi bagi pengembangan bidang keilmuan psikologi, khususnya pada bidang psikologi kesehatan dengan memberikan jawaban dari “Pengaruh Paparan Media Sosial terhadap *Eating Behavior* pada mahasiswa di Kota Makassar”.

1.2.2.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat khususnya mahasiswa terkait dampak dari paparan media sosial terhadap perilaku makan. Mahasiswa diharapkan mengetahui pentingnya menjaga pola makan di masa perkuliahan agar tetap dapat menjalankan keseharian dengan optimal. Dalam hal ini, penting bagi mahasiswa untuk melakukan kontrol diri lebih baik dalam menggunakan media sosial agar tidak berdampak buruk terhadap perilaku makannya.



BAB II METODE PENELITIAN

2.1. Jenis dan Desain Penelitian

2.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bersifat deduktif dan bertujuan untuk memahami realitas yang terjadi berdasarkan teori yang ada. Selain itu, penelitian kuantitatif juga bertujuan untuk melakukan generalisasi terhadap populasi maupun konteks yang berbeda (Rahman, 2016).

2.1.2 Desain Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan *cross-sectional survey design*. *Cross-sectional survey design* merupakan desain penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengumpulkan data sampel dalam satu waktu (Creswell, 2014). Desain penelitian ini akan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh paparan media sosial terhadap *eating behavior*.

2.2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu konsep yang dapat dimaknai sebagai karakteristik atau kondisi yang memiliki nilai yang berbeda-beda pada setiap individu (Gravetter & Wallanau dalam Rahman, 2016). Adapun variabel yang digunakan pada penelitian ini terdiri atas 2 jenis variabel, yakni variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen (x) merupakan variabel yang menjadi penyebab suatu hal atau dapat mempengaruhi variabel dependen (y) Sementara itu, variabel dependen merupakan variabel yang menjadi akibat dan yang dapat dipengaruhi oleh variabel independen (x) (Rahman, 2016). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan variabel independen, yaitu paparan media sosial dan variabel dependen, yaitu *eating behavior*.

2.2.1 Definisi Operasional Penelitian

2.2.1.1 Paparan Media Sosial

Paparan media sosial merujuk kepada visibilitas atau kehadiran konten, intensitas, frekuensi, dan dampak konten yang dibagikan di berbagai *platform* media sosial. Dalam hal ini, alat ukur dalam penelitian ini mengukur sejauh mana individu merasakan dampak media sosial terhadap perilaku makan. Paparan media sosial pada penelitian ini merupakan paparan konten foto maupun video yang dilihat oleh *media sosial*. Adapun berbagai jenis media sosial, yakni *Whatsapp*, *itter*, dan sebagainya.



2.2.1.2 Eating Behavior

Pada penelitian ini, *eating behavior* mengacu pada tipe perilaku makan individu sebagai respons berbagai hal di luar respon lapar maupun kenyang. *Eating behavior* merupakan perilaku individu yang banyak dipengaruhi oleh pengalaman sosial, faktor genetik dan lingkungan, serta kondisi psikologis individu yang dapat mempengaruhi preferensi serta kuantitas makanan individu. Adapun tipe/dimensi *eating behavior*, yaitu *emotional eating* (makan sebagai respon emosi negatif), *external eating* (makan sebagai respon isyarat eksternal), dan *restrained eating* (perilaku membatasi makanan).

2.3. Partisipan Penelitian

2.3.1 Populasi Partisipan Penelitian

Populasi merupakan kelompok individu yang hendak peneliti lakukan generalisasi berdasarkan hasil penelitian (Azwar, 2017). Suatu kelompok disebut populasi karena memiliki karakteristik yang sama yang dapat menjadi pembeda dengan kelompok lainnya (Sumanto, 2014). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Kota Makassar yang menggunakan media sosial yang peneliti tidak ketahui jumlah pasti populasi tersebut secara akurat.

2.3.2 Sampel Partisipan Penelitian

Sampel merupakan kelompok bagian dari suatu populasi. Dalam hal ini, setiap individu yang merupakan bagian dari populasi dapat disebut dengan sampel terlepas dari apakah individu tersebut dapat mewakili populasi atau tidak (Azwar, 2017). Pada penelitian ini, sampel yang digunakan didasarkan pada teknik pengambilan sampel, yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan salah satu bentuk *non-probability sampling* yang berfokus pada individu yang paling mewakili karakteristik populasi yang disesuaikan dengan tujuan penelitian yang telah dirancang (Coolican, 2019). Adapun karakteristik sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Mahasiswa D3/D4/S1
- 2) Berusia 18 - 25 Tahun
- 3) Pengguna Media Sosial

Penentuan jumlah sampel pada penelitian menggunakan aplikasi *G* Power*. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan aplikasi tersebut dengan nilai *effect size* sebesar 0,15 dan level signifikansi 0,05, serta nilai power 0,95. Berdasarkan hal tersebut, diperoleh hasil minimal jumlah sampel yang digunakan sebesar 89 sampel.



pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui media *Google Form* yang dibagikan kepada responden. Instrumen yang digunakan adalah *Eating Behavior Questionnaire* (EBQ) dan skala paparan media sosial. Skala *eating behavior* merupakan skala yang didasarkan pada teori Van Strien et.al. (1999). Instrumen *Eating Behavior Questionnaire* (EBQ) dan telah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh Tamrin (2021). Sementara itu, skala paparan media

sosial yang digunakan merupakan skala yang dirancang oleh Keser et.al. (2020), yaitu *The Scale of Effects of Social Media on Eating Behaviour* (SESMEB).

2.4.1 Instrumen Penelitian

2.4.1.1 Skala Eating Behavior

Skala yang digunakan peneliti merupakan skala *Dutch Eating Behavior Questionnaire* (DEBQ) dari Van Strien et.al. (1986) yang telah diadaptasi oleh Tamrin (2021) ke dalam Bahasa Indonesia. Skala terdiri atas 3 tipe, yakni *emotional eating*, *external eating*, dan *restrained eating*. Selain itu, jumlah aitem dalam skala ini adalah 33 aitem dengan 5 pilihan jawaban, yaitu 1 (Tidak Pernah), 2 (Jarang), 3 (Kadang-Kadang), 4 (Sering), 5 (Sangat Sering).

2.4.1.2 Skala Paparan Media Sosial

Skala yang digunakan peneliti merupakan skala *The Scale of Effects of Social Media on Eating Behaviour* (SESMEB) yang telah dirancang oleh Keser et.al. (2020). Skala terdiri atas 22 item dan unidimensi. Setiap aitem memiliki 5 pilihan jawaban, yaitu 1 (Tidak Pernah), 2 (Jarang), 3 (Kadang-kadang), 4 (Sering), dan 5 (Selalu).

2.4.2 Validitas Instrumen Penelitian

Validitas skala dapat diartikan sebagai tingkat akurasi suatu alat ukur atau skala. Selain itu, validitas skala juga dimaknakan sebagai konsep sejauhmana alat ukur secara akurat dapat mengukur hal yang ingin diukur atau yang dapat menghendaki tujuan pengukuran. Validitas skala terbagi menjadi 2, yakni validitas isi dan validitas konstruk (Azwar, 2014). Pengujian validitas isi dimaknai sebagai pengujian untuk melihat sejauhmana isi, elemen, atau setiap aitem dalam alat ukur merepresentasikan konstruk sesuai dengan tujuan dilakukannya pengukuran psikologi (Haynes et.al. dalam Azwar, 2014). Pengujian validitas isi biasanya menggunakan penilaian *Subject Matters Expert* (SME) atau para ahli. Kemudian, penilaian dari para SME akan dihitung secara statistik menggunakan formula *Aiken's V* (Azwar, 2014).

Selain validitas isi, validitas konstruk suatu alat ukur juga merupakan hal yang penting diketahui. Validitas konstruk merupakan validitas suatu alat ukur untuk melihat sejauhmana skor setiap aitem dalam alat ukur berkorelasi tinggi dengan konstruk teoritik dalam tes tersebut. Uji validitas konstruk dapat menggunakan CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) yang merupakan salah satu bentuk analisis faktor untuk menguji validitas dan reliabilitas suatu data empirik atau digunakan untuk



ana model statistik yang digunakan sesuai dengan data empirik (Slamet & Wahyuningsih, 2022). Selain itu, uji validitas konstruk suatu instrumen juga dapat menggunakan *Item-Total Correlation* dengan syarat aitem dikatakan valid jika r_{tabel} atau dapat dikatakan bahwa aitem tersebut berkorelasi tinggi dengan skor total instrumen (Slamet & Wahyuningsih, 2022).

Untuk menguji validitas konstruk menggunakan CFA Analysis, ada beberapa indeks ketepatan data yang harus diperhatikan (Slamet & Wahyuningsih, 2022), yaitu CFI, RMSEA, GFI, dan TLI) yang diharapkan atau model yang fit dengan data

yang diharapkan, yakni nilai RMSEA dan SRMR ≤ 0.08 , serta nilai CFI dan TLI ≥ 0.95 (Brown & Cudeck, 1992; Hu & Bentler, 1999; Kline, 2016).

2.4.2.1 Validitas Skala Eating Behavior

Skala *Dutch Eating Behavior Questionnaire* (DEBQ) yang telah diadaptasi oleh Tamrin (2021) juga telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas yang dilakukan oleh Tamrin (2021) adalah menggunakan *CFA Analysis*. Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan, model pada skala yang diuji telah sesuai (fit) yang ditunjukkan dengan nilai *P-value* ketiga tipe *eating behavior* adalah 0,13, 0,07, dan 0,1. Sementara itu nilai *Root Mean Square Error Approximation* (RMSEA) pada ketiga tipe *eating behavior* adalah 0,02 dan 0,03. Nilai dari *factor loading* juga semuanya positif dan nilai *t-value* $> 1,96$. Peneliti juga melakukan *CFA Analysis* dengan software Lisrel 8.70 dan memperoleh tidak ditemukannya nilai minus pada hasil analisis. Berdasarkan hal tersebut, seluruh item yang berjumlah 33 item dinyatakan tidak ada yang gugur.

Selanjutnya, peneliti melakukan pengujian validitas kembali sesuai dengan populasi penelitian ini menggunakan *IBM SPSS 26*, yakni dengan memperhatikan nilai *corrected item-total correlation*. Hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa seluruh nilai *corrected item-total correlation* semua item atau $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,177. Oleh karena itu, semua item dinyatakan valid.

2.4.2.2 Validitas Skala Paparan Media Sosial

Pada pengujian validitas skala *The Scale of Effects of Social Media on Eating Behaviour* (SESMEB) (Keser et.al., 2020), terdapat 2 jenis uji validitas yang dilakukan, yakni uji validitas isi dan validitas konstruk. Pengujian validitas isi melibatkan *Subject Matters Expert* (SME) yang menjadi penilai. Kemudian, dilanjutkan dengan uji validitas konstruk menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) menggunakan aplikasi *Rstudio*.

Pengujian validitas isi skala *The Scale of Effects of Social Media on Eating Behaviour* (SESMEB) (Keser et.al., 2020) melibatkan 3 penilai atau *Subject Matters Expert* (SME). Hasil pengujian validitas isi menggunakan analisis Aiken's V adalah terdapat 1 aitem yang gugur (0,83) karena tidak mencapai standar nilai Aiken's V, yakni 0,92. Oleh karena itu, tersisa 17 aitem yang akan digunakan untuk pengambilan data.

Selanjutnya, dilakukan pengujian validitas konstruk skala *The Scale of Effects of Social Media on Eating Behaviour* (SESMEB) (Keser et.al., 2020). Semua aitem yang telah diadaptasi memperoleh hasil nilai *factor loading* $\geq 0,5$, maka dari itu akan fit (Wei & Nguyen dalam Cheung et.al., 2023). Akan tetapi, belum memenuhi standar yang mana nilai RMSEA sebesar 0,10, 1, dan nilai TLI sebesar 0,89.

dilakukan *modification indices* untuk melihat item-item yang sama lain agar model fit dapat memenuhi standar (Brown, *modification indices* menunjukkan terdapat beberapa item yang saling karena itu, dilakukan penghapusan item, yakni item nomor 10, 11,



15, 18. Adapun nilai akhir dari indikator model fit, yakni nilai RMSEA sebesar 0,07, SRMR sebesar 0,03, CFI sebesar 0,96, dan TLI sebesar 0,95. Oleh karena itu, hasil akhir dari pengujian validitas skala Paparan Media Sosial adalah tersisa 13 aitem yang digunakan.

2.4.3 Reliabilitas Instrumen Penelitian

Reliabilitas suatu alat ukur atau skala dapat dimaknakan sebagai suatu konsep kestabilan atau konsistensi dari suatu alat ukur atau sejauhmana konsistensi alat ukur tersebut dapat dipercaya (Azwar, 2014). Selain itu, Azwar (2014) juga menyatakan bahwa aitem dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) $\geq 0,70$. Nilai reliabilitas suatu alat ukur dapat dikatakan dapat dipercaya dan reliabel jika memenuhi nilai kriteria derajat reliabilitas. Adapun nilai kriteria derajat reliabilitas berdasarkan koefisien *Cronbach's Alpha* (α) adalah $\geq 0,70$ dengan level reliabilitas dapat diterima, $\geq 0,80$ dengan level reliabilitas baik, dan $\geq 0,90$ dengan level reliabilitas sangat baik (George & Mallery dalam Flo et.al., 2018).

2.4.3.1 Reliabilitas Skala *Eating Behavior*

Pengujian reliabilitas pada skala *Dutch Eating Behavior Questionnaire* (DEBQ) telah dilakukan oleh Tamrin (2021) dengan hasil nilai *Cronbach's Alpha* skala tersebut adalah 0,915. Selanjutnya, peneliti kembali melakukan uji reliabilitas pada populasi penelitian yang dituju dan menunjukkan hasil nilai *Cronbach's Alpha* skala tersebut adalah 0,94. Maka dari itu, skala tersebut dapat dikatakan reliabel dan memiliki nilai reliabilitas sangat baik.

2.4.3.2 Reliabilitas Skala Paparan Media Sosial

Pengujian reliabilitas pada skala *The Scale of Effect of Social Media on Eating Behavior* (SESMEB) telah dilakukan oleh peneliti dalam proses pengadaptasian instrumen penelitian tersebut. Hasil uji reliabilitas yang telah menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* skala tersebut adalah 0,81. Maka dari itu, skala tersebut dapat dikatakan reliabel dan memiliki nilai reliabilitas baik.

2.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Regresi linear sederhana adalah teknik analisis yang digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen (y) dari satu variabel independen (x) (Field, 2009). Analisis ini dilakukan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen, yakni paparan media sosial terhadap variabel dependen, yakni *eating*



eating, *emotional eating*, dan *external eating*). Maka dari itu, pengujian secara terpisah atau parsial pengaruh paparan media *eating behavior* mahasiswa di Kota Makassar.

Dilakukan analisis data pada penelitian ini, peneliti melakukan uji t. Adapun uji asumsi yang perlu dilakukan adalah uji normalitas setiap tipe *eating behavior*. Data yang dapat dikatakan signifikan adalah ketika nilai signifikansi $p > 0,05$. Selain itu, kedua variabel

dapat dikatakan memiliki hubungan yang linear ketika nilai signifikansi $p < 0,05$ (Azwar, 2015).

Pada penelitian ini, ditemukan adanya uji asumsi yang tidak memenuhi standar uji normalitas yang mana nilai signifikansi $p > 0,05$. Maka dari itu, peneliti melakukan pengolahan data melakukan teknik *bootstrapping*. Dalam penelitian ini, teknik *bootstrapping* diterapkan karena teknik fleksibel dan tidak bergantung pada hasil uji asumsi, seperti normalitas untuk dilakukannya analisis data (Oktafia & Yanuar, 2016)

Bootstrapping merupakan suatu teknik *resampling* data pada data asli yang dilakukan jika suatu data tidak terdistribusi normal dengan tujuan untuk mengestimasi koefisien dari model regresi data yang telah ada. Teknik *bootstrapping* dilakukan menggunakan *confidence interval* 95% dan menerapkan 5000 sampel *bootstrap*. Penggunaan *bootstrapping* dalam penelitian ini dapat digunakan untuk menguji hipotesis tanpa bergantung pada uji asumsi klasik, seperti normalitas (Wright *et.al.*, 2011; Hesterberg, 2015; Oktafia & Yanuar, 2016).

2.6. Prosedur Penelitian

2.6.1 Tahap Penyusunan Proposal Penelitian

Tahap penyusunan proposal ini dimulai dengan peneliti menentukan topik penelitian yang berkaitan dengan fenomena yang ada di kehidupan nyata. Setelah menentukan topik penelitian, peneliti kemudian melakukan tinjauan studi pustaka terhadap beberapa variabel yang berkaitan dengan topik penelitian. Berdasarkan proses tersebut, diperoleh variabel paparan media sosial dan *eating behavior*. Setelah itu, peneliti membaca lebih lanjut teori dan jurnal penelitian yang berkaitan dengan variabel penelitian. Selanjutnya, peneliti pun menyusun bab 1 hingga bab 3 proposal penelitian ini berdasarkan hasil bacaan dari peneliti dan beberapa revisi proposal dari dosen pembimbing.

2.6.2 Tahap Persiapan Penelitian

Sebelum dilakukan penelitian, peneliti hendak melakukan adaptasi skala *The Scale of Effects of Social Media on Eating Behaviour* (SESMEB) ke dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan prosedur yang berlaku. Proses adaptasi skala dimulai dengan memberikan skala *The Scale of Effects of Social Media on Eating Behaviour* (SESMEB) kepada 4 penerjemah yang terdiri dari 2 penerjemah untuk *forward translation* dan 2 penerjemah untuk *backward translation*, lalu hasil translasi akan disintesis oleh peneliti. Hasil sintesis skala yang telah peneliti buat kemudian diuji validitas isinya atau dinilai oleh *expert judgement*. Setelah proses adaptasi

melakukan uji coba terpakai untuk menguji nilai validitas konstruk skala yang digunakan.



2.6.3 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada penelitian ini, data yang telah dikumpulkan akan diolah, lalu peneliti melakukan uji coba terpakai untuk menguji validitas dan reliabilitas alat ukur *Dutch Eating Behavior Questionnaire* (DEBQ) yang telah diadaptasi sebelumnya. dan dilakukan uji asumsi yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas. Setelah seluruh uji asumsi telah terpenuhi, maka dilakukan uji hipotesis menggunakan teknik analisis data regresi linear sederhana yang merupakan teknik analisis yang digunakan ketika penelitian ingin memprediksi nilai variabel dependen dari variabel independen (Field, 2009).

