

SKRIPSI

HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PAPARAN KONTEN KULINER INSTAGRAM DENGAN PERILAKU MEMBELI MAKAN MAHASISWA PENDIDIKAN DOKTER FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS SRIWIJAYA ANGKATAN 2018-2019

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Kedokteran**



OLEH

**KHAIRA ESKALATIN
04011381722229**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN DOKTER
FAKULTAS KEDOKTERAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA 2022**

HALAMAN PENGESAHAN

HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PAPARAN KONTEN KULINER
INSTAGRAM DENGAN PERILAKU MEMBELI MAKAN MAHASISWA
PENDIDIKAN DOKTER FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS
SRIWIJAYA ANGKATAN 2018-2019

Oleh:

Khaira Eskalatin

04011381722229

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana kedokteran

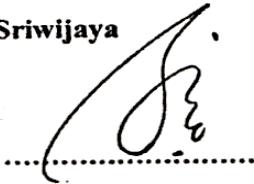
Palembang, 3 Agustus 2022

Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya

Pembimbing I

dr. Syarif Husin, M.S

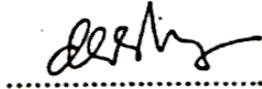
NIP. 196112091992031003



Pembimbing II

dr. Desi Oktarina, M.Biomed

NIP. 199010132015042004



Pengaji I

dr. Ardesy Melizah Kurniati, M. Gizi

NIP. 198612312010122004



Pengaji II

Masayu Farah Diba, S.Si, M.Biomed

NIP. 199406172019032020

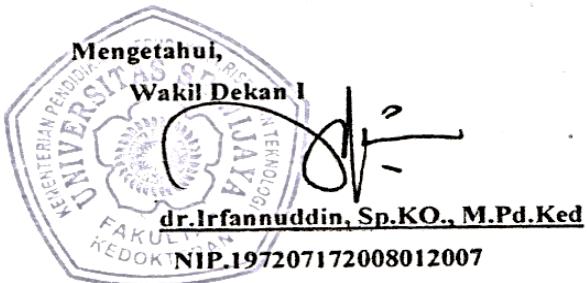


Ketua Program Studi

Pendidikan Dokter

dr. Susilawati, M.Kes

NIP. 197802272010122001



HALAMAN PERSETUJUAN

Proposal dengan judul "HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PAPARAN KONTEN KULINER INSTAGRAM DENGAN PERILAKU MEMBELI MAKAN MAHASISWA PENDIDIKAN DOKTER FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS SRIWIJAYA ANGKATAN 2018-2019" telah diseminarkan di hadapan Tim Pengaji Seminar Proposal Program Studi Pendidikan Dokter Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya pada Tanggal 3 Agustus 2022 dan dinyatakan sah untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

Palembang, 3 Agustus 2022

Pembimbing I

dr. Syarif Husin, M.S

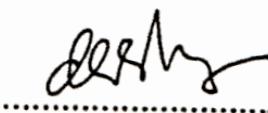
NIP. 196112091992031003



Pembimbing II

dr. Desi Oktarina, M.Biomed

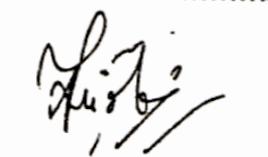
NIP. 199010132015042004



Pengaji I

dr. Ardesy Melizah Kurniati, M. Gizi

NIP. 198612312010122004



Pengaji II

Masayu Farah Diba, S.Si, M.Biomed

NIP. 199406172019032020



Ketua Program Studi

Pendidikan Dokter

dr. Susilawati, M.Kes

NIP. 197802272010122001

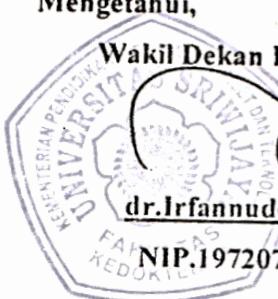


Mengetahui,

Wakil Dekan I

dr.Irfannuddin, Sp.KO., M.Pd.Ked

NIP.197207172008012007



HALAMAN PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Khaira Eskalatin

NIM : 04011381722229

Judul : Hubungan antara Intensitas Paparan Konten Kuliner Instagram dengan Perilaku Membeli

Makan Mahasiswa Pendidikan Dokter Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya Angkatan 2018-2019

Menyatakan bahwa skripsi saya merupakan hasil karya sendiri didampingi tim pembimbing dan bukan hasil penjiplakan/plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan/plagiat dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sangksi akademik dari Universitas Sriwijaya sesuai aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa ada paksaan dari siapapun.



Palembang, 3 Agustus 2022



Khaira Eskalatin

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PAPARAN KONTEN KULINER INSTAGRAM DENGAN PERILAKU MEMBELI MAKAN MAHASISWA PENDIDIKAN DOKTER FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS SRIWIJAYA ANGKATAN 2018-2019

(Khaira Eskalatin, Agustus 2022, 46 halaman)

Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya

Perilaku membeli makan merupakan perilaku individu dalam memilih untuk membeli makanan yang akan dimakannya dengan pertimbangan yang dilihat meliputi kebiasaan minum, pemilihan makanan yang dikonsumsi, olahan makanan, dan jumlah makanan yang dikonsumsi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara intensitas paparan konten kuliner Instagram dengan perilaku membeli makan mahasiswa pendidikan dokter. Populasi penelitian ini yaitu mahasiswa fakultas kedokteran universitas Sriwijaya angkatan 2018-2019 yang memiliki riwayat terpapar dengan konten makanan di Instagram. Penelitian ini merupakan penelitian observasional-analitik dengan menggunakan pendekatan studi *crosssectional*. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *clustered random sampling* yaitu dengan menyediakan data mahasiswa yang aktif dari tiap angkatan baik 2018 maupun 2019. Teknik pengumpulan data dilaksanakan dengan menggunakan kuesioner yang dikirimkan lewat *Google Form*. Simpulan penelitian ini adalah hasil pengujian *Chi-square* menghasilkan bahwa tidak terdapat hubungan antara intensitas paparan konten makanan di Instagram dengan perilaku membeli makanan. Dengan adanya paparan dalam mengakses konten kuliner tidak dapat memberikan pengaruh yang bermakna terhadap perilaku membeli makanan dan minuman dimana tidak sejalan dengan penelitian terdahulu.

Kata kunci: Perilaku membeli makan, konten kuliner, konten makanan, Instagram, *crosssectional*, *clustered random sampling*.

Palembang, Agustus 2022

Mengetahui

Pembimbing I



dr. Svarif Husin, M.S.

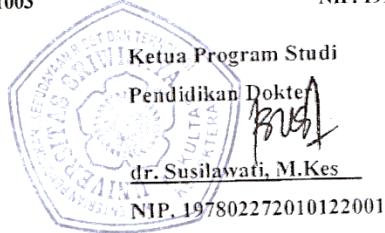
NIP.196112091992031003

Pembimbing II



dr. Desi Oktariana, M.Biomed

NIP. 199010132015042004



ABSTRACT

**RELATION BETWEEN THE INTENSITY OF EXPOSURE TO INSTAGRAM
CULINARY CONTENT WITH FOOD-BUYING BEHAVIOR OF DOCTOR
EDUCATION STUDENTS FACULTY OF MEDICINE SRIWIJAYA
UNIVERSITY YEAR 2018-2019**

(Khaira Eskalatin, August 2022, 46 pages)

Faculty of Medicine, Universitas Sriwijaya

Food buying behavior is an individuals' behavior in choosing to buy the food they will eat with considerations that are seen including drinking habits, food choices consumed, food preparations, and the amount of food consumed. The goal of this study was to determine the relationship between the intensity of exposure to Instagram food content and medical education students' purchasing behavior. The population of this study were students of the medical faculty of Sriwijaya University class 2018-2019 who had a history of exposure to food content on Instagram. This study is an observational-analytic study with a cross-sectional design. Sampling was carried out using a clustered random sampling technique, namely by providing data on active students from each batch both 2018 and 2019. The data collection technique was carried out using a questionnaire sent via Google Form. The conclusion of this study is the results of the Chi-square test have shown that there is no association between the intensity of exposure to food content on Instagram and the behavior of buying food which is different with several previous studies. With exposure to accessing food content, it does not have a significant influence on the behavior of buying food and beverages.

Keywords: buying behavior, food content, culinary content, Instagram, cross-sectional, clustered random sampling.

Palembang, Agustus 2022

Mengetahui

Pembimbing I

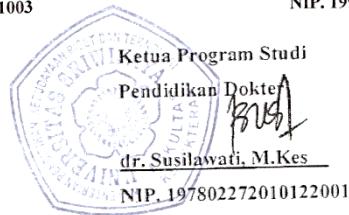


dr. Svarif Husin, M.S.
NIP.196112091992031003

Pembimbing II



dr. Desi Oktariana, M.Biomed
NIP. 199010132015042004



RINGKASAN

HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PAPARAN KONTEN KULINER INSTAGRAM DENGAN PERILAKU MEMBELI MAKAN MAHASISWA PENDIDIKAN DOKTER FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS SRIWIJAYA ANGKATAN 2018- 2019

Karya tulis ilmiah berupa Skripsi, 3 Agustus 2022

Khaira Eskalatin; Dibimbing oleh dr. Syarif Husin, M.S dan dr. Desi Oktarina, M.Biomed

Pendidikan Dokter Umum, Fakultas Kedokteran, Universitas Sriwijaya.
xx+ 46 halaman, 10 tabel, 6 lampiran

Perilaku membeli makan merupakan perilaku individu dalam memilih untuk membeli makanan yang akan dimakannya dengan pertimbangan yang dilihat meliputi kebiasaan minum, pemilihan makanan yang dikonsumsi, olahan makanan, dan jumlah makanan yang dikonsumsi. Tujuan penelitian ini ialah guna mengetahui kaitan antara intensitas paparan konten kuliner Instagram dengan perilaku membeli makan mahasiswa pendidikan dokter. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa fakultas kedokteran universitas Sriwijaya angkatan 2018-2019 yang memiliki riwayat terpapar dengan konten kuliner di Instagram. Penelitian ini merupakan penelitian observasional-analitik dengan menggunakan pendekatan studi *crosssectional*. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *clustered random sampling* yaitu dengan menyediakan data mahasiswa yang aktif dari tiap angkatan baik 2018 maupun 2019. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dikirimkan lewat *Google Form*. Simpulan penelitian ini adalah hasil pengujian *Chi-square* serta beberapa penelitian terdahulu menghasilkan bahwa terdapat hubungan antara intensitas paparan konten makanan di Instagram dengan perilaku membeli makanan. Dengan adanya paparan dalam mengakses konten makanan dapat memberikan pengaruh yang bermakna terhadap perilaku membeli makanan dan minuman. Frekuensi yang tinggi mendorong adanya keinginan responden untuk mencoba, mencicipi, dan datang ke makanan yang direkomendasikan oleh akun yang diikutinya. Semakin sering mereka mendapatkan informasi makanan yang sama, berkali-kali dan berasal dari akun yang berbeda, maka mereka akan memiliki rasa ingin tahu yang lebih.

SUMMARY

RELATION BETWEEN THE INTENSITY OF EXPOSURE TO INSTAGRAM CULINARY CONTENT WITH FOOD-BUYING BEHAVIOR OF DOCTOR EDUCATION STUDENTS FACULTY OF MEDICINE SRIWIJAYA UNIVERSITY YEAR 2018-2019

Scientific Paper in the form of Undergraduate Thesis, 3 August 2022

Khaira Eskalatin; supervised by dr. Syarif Husin, M.S dan dr. Desi Oktarina, M.Biomed

Study Program of Medical Education, Faculty of Medicine, Universitas Sriwijaya.
xx+ 46 pages, 10 tables, 6 attachments

The behavior of buying food is the behavior of individuals in choosing to buy food to eat with consideration that is seen including drinking habits, selection of food consumed, processed food, and the amount of food consumed. The purpose of this study is to know the link between the intensity of exposure to Instagram culinary content and the behavior of buying and eating a doctor's education student. The study population is a medical school student at the Sriwijaya university force 2018-2019 who has a history of exposure to culinary content on Instagram. This research is an observational-analytic study using a crosssectional study approach. Sampling is done using a clustered random sampling technique, which provides active student data from each force in both 2018 and 2019. Data collection techniques are carried out using questionnaires sent via Google Form. This research knot is the result of Chi-square testing as well as some previous studies resulting in that there is a relationship between the intensity of exposure to food content on Instagram and the behavior of buying food. With exposure in accessing food content can have a meaningful influence on the behavior of buying food and drinks. High frequency encourages the respondent's desire to try, taste, and come to the food recommended by the account he follows. The more often they get the same food information, many times and come from different accounts, then they will have more curiosity.

KATA PENGANTAR

Usulan penyusunan penelitian ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi mahasiswa Program Studi Pendidikan Dokter Universitas Sriwijaya dalam Tugas Akhir. Usulan penelitian ini disusun atas kerjasama dan berkat bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala nikmat yang telah dianugerahkan dan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad Sallallahu Alaihi Aasallam.
2. Kedua orang tua dan kerabat atas nasihat, dukungan, doa serta kasih sayang yang telah dilimpahkan kepada peneliti.
3. dr. Syarif Husin, M.S dan dr. Desi Oktariana, M.Biomed selaku dosen pembimbing yang telah memberi arahan, masukan, dan waktu mereka diantara kesibukanya selama setahun ini. Dan juga terus memotivasi dan mendorong penulis walau penulis sering sekali lalai, sehingga usulan penelitian skripsi ini dapat dilaksanakan dengan baik.
4. dr. Ardesy Melizah Kurniati, M. Gizi dan ibu Masayu Farah Diba, S.Si, M.Biomed atas segala waktu dan arahannya dalam menyelesaikan skripsi.
5. dr. Dwi Handayani, M.Kes selaku pembimbing akademik.
6. Semua dosen yang telah mendidik, mengajar, dan membimbing penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya.
7. Tim penelitian secara keseluruhan, yang saling berbagi, diskusi, dan mengingatkan dalam berusaha berhasil bersama.
8. Tim dosen dan tim Program Studi FK UNSRI yang terus membantu dan memberi waktu untuk memberikan informasi, advokasi, dan fasilitas berbagi kepada mahasiswa.
9. Teman-teman sejawat seperjuangan peneliti yang selalu memberikan bantuan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah mendukung, membantu, dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan usulan penelitian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satupersatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, baik dari segi materi maupun tata cara penulisannya. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritikan dan saran yang pada akhirnya dapat membuat skripsi ini menjadi lebih baik lagi.

Akhir kata, semoga tulisan ini dapat benar-benar bermanfaat bagi para pembaca umumnya serta bagi penulis sendiri pada khususnya.

Palembang, Agustus 2022
Penulis


Khaira Eskalatin
NIM 04011381722229

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Khaira Eskalatin

NIM : 04011381722229

Judul : Hubungan antara Intensitas Paparan Konten Kuliner Instagram dengan Perilaku Membeli Makan Mahasiswa Pendidikan Dokter Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya Angkatan 2018-2019

Memberikan izin kepada pembimbing dan Universitas Sriwijaya untuk mempublikasikan hasil penelitian saya untuk kepentingan akademik apabila dalam waktu 1 (satu) tahun tidak mempublikasikan karya penelitian saya. Dalam kasus ini saya setuju untuk menempatkan pembimbing sebagai penulis korespondensi (*corresponding author*).

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa ada paksaan dari siapapun.

Palembang, 3 Agustus 2022



Khaira Eskalatin

04011381722229

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
<u>HALAMAN PERSETUJUAN</u>	iii
HALAMAN PERNYATAAN INTEGRITAS.....	iv
<u>HALAMAN ABSTRAK DAN ABSTRACT</u>	v
<u>HALAMAN RINGKASAN DAN SUMMARY</u>	viii
KATA PENGANTAR	x
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
DAFTAR SINGKATAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.3.1 Tujuan Umum.....	3
1.3.2 Tujuan Khusus	3
1.4 Hipotesis	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	3
1.5.2 Manfaat Kebijakan.....	4
1.5.3 Manfaat Subjek	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Mahasiswa	5
2.2 Media Sosial	5
2.2.1 Definisi Media Sosial	5

2.2.2	Jenis-jenis Media Sosial	7
2.2.3	Media Sosial di Kalangan Mahasiswa.....	8
2.2.4	Intensitas Penggunaan Media Sosial	9
2.2.5	Instagram	10
2.3	Perilaku Membeli Makan	15
2.3.1	Definisi Perilaku Membeli Makan.....	15
2.3.2	Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Membeli Makan.	15
2.3.3	Perilaku Makan.....	17
2.4	Kerangka Teori	27
2.5	Kerangka Konsep	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1	Jenis Penelitian	28
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.3	Populasi dan Sampel.....	28
3.3.1	Populasi	28
3.3.2	Sampel	28
3.3.3	Kriteria Inklusi dan Eksklusi	30
3.4	Variabel Penelitian	30
3.4.1	Variabel Dependen	30
3.4.2	Variabel Independen.....	30
3.5	Definisi Operasional.....	31
3.6	Cara Pengumpulan Data	33
3.6.1	Sumber Data	33
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data	33
3.7	Cara pengolahan dan Analisis Data.....	33
3.7.1	Cara Pengolahan	33
3.7.2	Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1	Hasil.....	36
4.1.1	Uji Validitas.....	36
4.1.2	Uji Reliabilitas	36

4.1.3	Analisis Univariat	36
4.1.4	Analisis Bivariat	40
4.2	Pembahasan	41
4.2.1	Karakteristik Responden.....	41
4.2.2	Hubungan antara durasi dan frekuensi paparan dengan perilaku membeli makanan	44
4.3	Keterbatasan Penelitian	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	47
5.1	Kesimpulan.....	47
5.2	Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xviii
RIWAYAT HIDUP	xxv

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Defini Operasional	31
Tabel 4. 1 Deskripsi data responden berdasarkan jenis kelamin.....	37
Tabel 4. 2 Deskripsi data responden berdasarkan usia	37
Tabel 4. 3 Deskripsi data responden berdasarkan angkatan.....	37
Tabel 4. 4 Deskripsi data responden berdasarkan perilaku membeli makanan	38
Tabel 4. 5 Deskripsi data responden berdasarkan frekuensi paparan konten.....	38
Tabel 4. 6 Deskripsi data responden berdasarkan durasi paparan.....	39
Tabel 4. 7 Deskripsi data responden berdasarkan mengikuti akun	39
Tabel 4. 8 Deskripsi data responden berdasarkan menyalakan notifikasi.....	39
Tabel 4. 9 Hubungan antara frekuensi paparan konten kuliner di Instagram dengan perilaku membeli makanan	40
Tabel 4. 10 Hubungan antara durasi paparan konten kuliner di Instagram dengan perilaku membeli makanan	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lampiran Kuesioner	xviii
Lampiran 2. Lampiran Sertifikasi Etik	xx
Lampiran 3. Lampiran Surat Persetujuan Pengumpulan Data	xxi
Lampiran 4. Lampiran Uji Validitas dan Reliabilitas <i>SPSS</i>	xxii
Lampiran 5. Lampiran Analisis Bivariat <i>SPSS</i>	xxii
Lampiran 6. Lampiran Contoh <i>Screenshot</i> Responden	xxiv

DAFTAR SINGKATAN

AKG	: Angka Kecukupan Gizi
APJII	: Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia
Aptika-IKP	: Aplikasi Informatika Informasi Komunikasi Publik
FK UNSRI	: Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya
GPS	: <i>Global Positioning System</i>
IG TV	: Instagram Television
IPK	: Indeks Prestasi Kumulatif
MSG	: Monosodium glutamate
NaCl	: Natrium klorida
PSPD	: Program Studi Pendidikan Dokter
SPSS	: <i>Statistical Package for the Social Sciences</i>
VGW	: Virtual Game World
WHO	: <i>World</i> <i>Health</i> <i>Organization</i>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial sudah lama memegang peranan dalam menyebarkan informasi dengan beraneka ragam konten termasuk konten makanan. Munculnya bencana pandemi COVID-19 telah memaksa banyak perubahan pada pola hidup masyarakat. Dampak dari keterbatasannya mobilitas akibat pandemi diantaranya adalah peningkatan migrasi kebiasaan keluar mencari makanan makanan dari yang bersifat kontak fisik langsung menjadi tidak langsung. Kehadiran COVID-19 di era modern ini telah semakin mendekatkan orang kepada tradisi baru berupa pemanfaatan dunia digital *online* dalam berbagai kegiatan seperti pilihan makanan melalui rekomendasi dari media *online*.¹

Rekomendasi pilihan makanan biasanya disampaikan oleh *food blogger*, yaitu orang yang memiliki pengikut cukup banyak di media sosial dan memiliki kekuatan untuk memengaruhi audiens karena memiliki pengetahuan mengenai lokasi makanan menarik dan mempromosikannya kepada publik. *Food blogger* sendiri tidak hanya terdapat pada satu platform melainkan menyebar pada berbagai platform media sosial, salah satunya Instagram. Instagram merupakan media *online* dengan pengguna terbanyak pada kalangan remaja serta dewasa muda dalam menentukan referensi makanan dan membantu memutuskan pembelian makanan karena adanya fitur foto dan video yang membuat informasi konten kuliner menjadi lebih menarik.²

Media sosial sendiri terbagi menjadi berbagai macam platform, dan keunggulan Instagram sendiri dengan adanya fitur foto dan video membuatnya banyak digandrungi oleh para mahasiswa dalam menentukan referensi makanan dan pembelian makanan. Beberapa akun *food blogger* terkenal di sekitar Palembang yang memiliki pengikut terbanyak seperti @jajanpalembang, @feast.it, @makanpakereceh.plg, @lemaknyo, @makanlemaekplg dan yang lainnya.³

Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan total pengakses jaringan lokal nasional pada periode 2019-2020 menyentuh angka

tujuh puluh tiga persen yang berasal dari jumlah keseluruhan dengan kata lain senilai seratus sembilan puluh enam juta pengguna.⁴ Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh Puslitbang Aptika-IKP Kemkominfo, Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki pengguna dengan frekuensi terbanyak diakses oleh pengguna aktif.⁵ Sekitar 91.770.000 pengguna Instagram di Indonesia pada Januari 2021, menyumbang 33.2% dari seluruh populasinya. Diantaranya adalah remaja dengan umur >17 sampai <25 tahun sebagai grup pengakses terbanyak, yaitu sebesar 33.000.000.⁶

Dengan adanya media sosial sebagai wadah informasi makanan yang begitu luas, pemilihan makanan pada kalangan muda menjadi perhatian di dunia kesehatan terutama dalam hal nutrisi. Ketika ingin menelisik pada kebijakan-kebijakan tentang bagaimana memberikan sumbangsih kepada masyarakat melalui makanan-makanan sehat, maka diperlukan penelitian yang lebih dahulu menekankan pada peranan media sosial seperti Instagram dan bagaimana pengaruh Instagram terhadap penggunanya (*users*) untuk sarana berbagi informasi, khususnya terkait paparan makanan yang memengaruhi keputusannya dalam kemudian membeli makanan tersebut. Bila terdapat pengaruh positif, maka Instagram hendaknya menjadi sarana yang perlu diteliti agar membantu memperkaya wawasan akan isu tersebut.

Sampai saat ini, penelitian yang menjelaskan mengenai paparan konten makanan Instagram terhadap pilihan makanan masih belum banyak ditemukan. Terutama data mengenai intensitas paparan konten kuliner di media sosial Instagram pada mahasiswa FK UNSRI dan pengaruhnya terhadap pilihan makanan. Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian dengan tujuan menganalisis perngaruh intensitas paparan konten makanan dari Instagram dan perilaku membeli makanan pada mahasiswa perlu dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana hubungan antara intensitas paparan konten kuliner Instagaram dengan perilaku membeli makan mahasiswa pendidikan dokter?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Untuk mengetahui hubungan antara intensitas paparan konten kuliner di Instagram dengan perilaku membeli makanan atau minuman PSPD FK UNSRI.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mengidentifikasi karakteristik subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin, usia dan Angkatan.
2. Mengidentifikasi sikap dan perilaku responden terkait akun dan konten kuliner (timbul minat setelah paparan, tindakan perilaku mengikuti akun makanan, fitur menyalakan notifikasi).
3. Mengidentifikasi karakteristik penggunaan Instagram dalam seminggu terakhir berdasarkan frekuensi dan durasi paparan konten kuliner yang diakses.
4. Untuk menganalisis hubungan frekuensi paparan konten kuliner di Instagram dan perilaku membeli makanan atau minuman.
5. Untuk menganalisis hubungan durasi paparan konten kuliner di Instagram dan perilaku membeli makanan atau minuman.

1.4 Hipotesis

Terdapat hubungan antara intensitas paparan konten kuliner dengan perilaku membeli makan mahasiswa PSPD UNSRI 2018-2019.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya tentang pengaruh intensitas paparan konten kuliner Instagram dengan perilaku membeli makanan mahasiswa.

1.5.2 Manfaat Kebijakan

Menjadi sumber informasi bagi institut pendidikan mengenai pengaruh intensitas paparan konten kuliner Instagram dengan perilaku membeli makanan mahasiswa.

1.5.3 Manfaat Subjek

Memberikan informasi kepada masyarakat mengenai hubungan antara durasi dan frekuensi paparan konten akun makanan Instagram terhadap perilaku membeli makanan dan minuman.

DAFTAR PUSTAKA

- Candra S, Ayudina M, Arashi MA. The Impact of Online Food Applications during the Covid-19 Pandemic. 2021;12(April):472–84.
2. Kazancoglu I, Satı A. the Effect of Food Influencers on Consumers Intention To Purchase Food Products/Services. J Gastron Hosp Travel. 2020;3(2):150–63.
 3. Michelle maryeta. 5 akun Instagram yang bikin ngiler! [Internet]. 2019. hal. 3–11. Tersedia pada: <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/michelle-maryeta/5-akun-instagram-foodies-palembang-ini-bikin-ngiler-exp-c1c2/1>
 4. APJII. Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. Asos Penyelenggara Jasa Internet Indones [Internet]. 2020;2020:1–146. Tersedia pada: <https://apjii.or.id/survei>
 5. Rizkinaswara L. Dampak Penggunaan Internet Indonesia Terhadap Sosial Budaya Masyarakat. Kominfo [Internet]. 2019;1–3. Tersedia pada: <https://aptika.kominfo.go.id/2019/08/dampak-penggunaan-internet-indonesia-terhadap-sosial-budaya-masyarakat/>
 6. NapoleonCat. Instagram users in Indonesia [Internet]. 2021. Tersedia pada: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/07/>
 7. Hulukati W, Djibran MR. ANALISIS TUGAS PERKEMBANGAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO. Bikotetik. 2018;02(3):73–80.
 8. Rotenstein LS, Torre M, Ramos MA, Rosales RC, Guille C, Sen S, et al. Prevalence of burnout among physicians: a systematic review. Jama. 2018;320(11):1131–50.
 9. Papalia D., OldS S., Feldman R. Cognitive Development During The First Three Years. Human Development. 2009. 151–4 hal.
 10. Woods HC, Scott H. #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. J Adolesc [Internet]. 2016;51:41–9.
 11. AlFaris E, Irfan F, Ponnamperuma G, Jamal A, Van der Vleuten C, Al

- Maflehi N, et al. The pattern of social media use and its association with academic performance among medical students. *Med Teach.* 2018;40(sup1):S77–82.
12. Knight-McCord J, Cleary D, Grant N, Herron A, Lacey T, Livingston T, et al. What social media sites do college students use most. *J Undergrad Ethn Minor Psychol.* 2016;2(21):21–6.
 13. Levenson JC, Shensa A, Sidani JE, Colditz JB, Primack BA. The association between social media use and sleep disturbance among young adults. *Prev Med (Baltim) [Internet].* 2016;85:36–41.
 14. Al Suwayri SM. The impact of social media volume and addiction on medical student sleep quality and academic performance: a cross-sectional observational study. *Imam J Appl Sci.* 2016;1(2):80.
 15. Kaplan AM, Haenlein M. Users of the world , unite ! The challenges and opportunities of Social Media. 2017;(December).
 16. Zein L. Penggunaan Internet di Indonesia. *Fortue PR - Indones public Relations Strateg Commun Firm.* 2016;(May):28–9.
 17. Valkenburg PM, Peter J, Schouten AP. Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *Cyberpsychology Behav.* 2006;9(5):584–90.
 18. Wahyuni R. Hubungan intensitas menggunakan facebook dengan kecenderungan nomophobia pada remaja correlation of facebook use intensity with tendency becoming nomophobia on adolescent. *J Psikol.* 2017;13(1):22–9.
 19. Tusan AR, Hadi IP, Budiana D. Pengaruh Terpaan Media Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya Pada Program Religi. *J E-Komunikasi.* 2019;7(1):4.
 20. Al Aziz AA. Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Tingkat Depresi pada Mahasiswa. *Acta Psychol.* 2020;2(2):92–107.
 21. Hidayati SRN, Savira SI. Hubungan Antara Konsep Diri dan Kepercayaan Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Moderator Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya. *Character J Penelit Psikol [Internet].* 2021;8(03):1–11. Tersedia pada:

- <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/41122>
- 22. Ajzen I. Attides, Personallity and Behavior. Vol. 3, International Journal of Strategic Innovative Marketing. 2005. hal. 117–91.
 - 23. Hunt MG, Marx R, Lipson C, Young J. NO MORE FOMO : LIMITING SOCIAL MEDIA DECREASES LONELINESS AND DEPRESSION. 2018;37(10):751–68.
 - 24. Coyne SM, Padilla-Walker LM, Howard E. Emerging in a Digital World: A Decade Review of Media Use, Effects, and Gratifications in Emerging Adulthood. Emerg Adulthood. 2013;1(2):125–37.
 - 25. Kotler P, Armstrong G. Principles of Marketing 17th Global Edition. Pearson Education Limited. 2018. 737 hal.
 - 26. Goverment A. An Introduction to : An Introduction to : An Introduction to : 2009;1–3.
 - 27. Boyd DM, Ellison NB. Social network sites: Definition, history, and scholarship. J Comput Commun. 2007;13(1):210–30.
 - 28. hartawan Y. Media Sosial Sebagai Media Massa Dikalangan Remaja (Studi Etnografi dan Presentasi Diri Remaja Indonesia di Instagram). J Retorika. 2017;9:155–74.
 - 29. Pokrop J. What ' s New on Instagram in 2022 : New Features and Updates 2022 Instagram algorithm explained. 2022;1–26.
 - 30. Valladares M, Durán E, Matheus A, Durán-Agüero S, Obregón AM, Ramírez-Tagle R. Association between eating behavior and academic performance in university students. J Am Coll Nutr. 2016;35(8):699–703.
 - 31. Deva Riva'a Fassah, Sofia Retnowati. Hubungan Antara Emotional Distress Dengan Perilaku Makan Tidak Sehat Pada Mahasiswa Baru. J Psikol UIN Sultan Syarif Kasim Riau. 2014;10(Juni):11–7.
 - 32. Deliens T, Clarys P, De Bourdeaudhuij I, Deforche B. Determinants of eating behaviour in university students: A qualitative study using focus group discussions. BMC Public Health. 2014;14(1):1–12.
 - 33. Bousquet J, Anto JM, Iaccarino G, Czarlewski W, Haahtela T, Anto A, et al. Is diet partly responsible for differences in COVID-19 death rates between and

- within countries? Clinical and Translational Allergy. 2020.
34. Dan K, Penetu F. Book Chapter 6 Konsep Pilihan Makanan. 2020;(March).
 35. Mudawaroch RE, Rinawidiastuti. Factors Affecting Student Decisions to Buy Nutritious Food. Pros Semin Teknol dan Agribisnis Peternak VII-Webinar Prospek Peternak di Era Norm Baru Pasca Pandemi COVID-19,. 2020;138–45.
 36. Alzahrani SH, Saeedi AA, Baamer MK, Shalabi AF, Alzahrani AM. Eating habits among medical students at king abdulaziz university, Jeddah, Saudi Arabia. Int J Gen Med. 2020;13:77–88.
 37. Utami AM, Kurniati AM, Ayu DR, Husin S, Liberty IA. Perilaku Makan Dan Aktivitas Fisik Mahasiswa Pendidikan Dokter Di Masa Pandemi Covid-19. J Kedokt dan Kesehat Publ Ilm Fak Kedokt Univ Sriwij. 2021;8(3):179–92.
 38. Sidani JE, Shensa A, Hoffman B, Hanmer J, Primack BA. The Association between Social Media Use and Eating Concerns among US Young Adults. J Acad Nutr Diet [Internet]. 2016;116(9):1465–72.
 39. Adiba C, Pradigdo SF, Kartasurya MI. Association between Social Media Exposure to Food and Beverages with Nutrient Intake of Female Adolescents. 2020;15(4):191–8.
 40. KBBI. Jenis Kelamin. Definisi. 2022.
 41. KBBI. Usia [Internet]. Definisi. 2022 [dikutip 4 Juni 2022]. Tersedia pada: <https://kbbi.web.id/usia>
 42. KBBI. Tahun Akademik [Internet]. Definisi. 2022 [dikutip 4 Juni 2022]. Tersedia pada: <https://kbbi.lektur.id/tahun-akademik#:~:text=Menurut%20Kamus%20Besar%20Bahasa%20Indonesia,seluruh%20tingkat%20di%20perguruan%20tinggi>.
 43. Sugiyono D. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan. 2013. 189–190 hal.
 44. WHO. World Health Organization - Health for the world's adolescents a second chance in the second decade. World Heal Organ [Internet]. 2014;14. Tersedia pada: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/112750>
 45. Fadhilah FH, Widjanarko B, Shaluhiyah Z, Pendidikan B, Perilaku I. Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Makan Pada Anak Gizi Lebih Di

- Sekolah Menengah Pertama Wilayah Kerja Puskesmas Poncol Kota Semarang. J Kesehat Masy. 2018;6(1):734–44.
46. Yarra AP. Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Pola Konsumsi Pada Siswa Madrasah Ibtidaiyah Unwanul Huda Di Jakarta Selatan. 2015. 224–233 hal.
47. Utomo BS, Pawito P. Media Sosial dan Gaya Hidup Wanita Di Indonesia. PALASTREN J Stud Gend. 2017;10(2):273.
48. Jauziyah S, Nuryanto N, Tsani AFA, Purwanti R. Pengetahuan Gizi Dan Cara Mendapatkan Makanan Berhubungan Dengan Kebiasaan Makan Mahasiswa Universitas Diponegoro. J Nutr Coll. 2021;10(1):72–81.
49. Puspitawati H. 220230-Analisis-Gender-Terhadap-Kebiasaan-Makan.Pdf [Internet]. 2008. hal. 74–86. Tersedia pada: <https://media.neliti.com/media/publications/220230-analisis-gender-terhadap-kebiasaan-makan.pdf>
50. Kusumaningrum DA, Wachyuni SS, Nathania S. The influence of blogger food content in selecting healthy culinary (A Case Study: Food Blogger “Anak Jajan”). Tourism Scientific Journal; 2019;4(2).
51. Syahbani MF, Widodo A. Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media. J Ecodemica J Ekon Manajemen, dan Bisnis [Internet]. 2017;1(1):46–58.
52. Karmila S. Hubungan Terpaan Informasi Makanan Pada Media Sosial Instagram Dengan Perilaku Makan Pada Mahasiswa Di Universitas Sumatera Utara Tahun 2019 [Tesis]. Repos USU. 2020;
53. Masitah R, Sulistyadewi NPE. Pemanfaatan Isi Pesan Instagram Dan Perilaku Pemilihan Makanan Jajanan Pada Remaja. Gizi Indones. 2020;43(2):77–86.

