

**PENGARUH PROMOSI GIZI MENGGUNAKAN MEDIA
INSTAGRAM TERHADAP PENGETAHUAN GIZI DAN
KEBIASAAN SARAPAN PADA REMAJA *OVERWEIGHT* DI
SMPN 4 SAMARINDA**

SKRIPSI



AHMAD FAHMI SYADZALI

NIM. P07223119005

**KEMENTERIAN KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA
POLITEKNIK KESEHATAN KALIMANTAN TIMUR
JURUSAN GIZI PRODI SARJANA TERAPAN GIZI
DAN DIETETIKA
SAMARINDA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PROMOSI GIZI MENGGUNAKAN MEDIA
INSTAGRAM TERHADAP PENGETAHUAN GIZI DAN
KEBIASAAN SARAPAN PADA REMAJA *OVERWEIGHT* DI
SMPN 4 SAMARINDA**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan oleh:

**Ahmad Fahmi Syadzali
NIM. P07223119005**

Disetujui untuk diujikan
pada tanggal 29 Mei 2023

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Dr. Aminah Toaha, M.Kes
NIP. 197007041995012001


Nino Adib C, M.Kes
NIP. 1991111820180111001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika
Poltekkes Kemenkes Kaltim



Kurniati Dwi Utami, S. Gz., MPH
NIP. 198803022019022001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Fahmi Syadzali

NIM : P072231190005

Program Studi : Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika

Judul Penelitian : Pengaruh promosi gizi menggunakan media instagram terhadap pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan pada remaja *overweight* di SMPN 4 samarinda

Menyatakan bahwa penelitian yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat plagiat dalam penelitian ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan perundang-undangan (Permendiknas No. 17, tahun 2010).

Samarinda, 29 Mei 2023

Penulis

Ahmad Fahmi Syadzali

NIM. P072231190005

RIWAYAT HIDUP PENELITI



Ahmad Fahmi Syadzali, lahir pada tanggal 3 Juni 2001 di Samarinda, Kalimantan Timur, merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Supriadi B dan Erlina. Pendidikan dimulai dari Sekolah Dasar Islam Terpadu Samarinda pada tahun 2007 sampai tahun 2013. Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu merupakan tempat pendidikan lanjutan yang dipilih setelah menamatkan pendidikan Sekolah Dasar dan ditempuh dari tahun 2013 sampai 2016. Pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri 3 Samarinda serta lulus pada tahun 2019. Pendidikan tinggi dimulai tahun 2019 di Program Studi Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Kalimantan Timur.

PENGARUH PROMOSI GIZI MENGGUNAKAN MEDIA INSTAGRAM TERHADAP PENGETAHUAN GIZI DAN KEBIASAAN SARAPAN PADA REMAJA *OVERWEIGHT* DI SMPN 4 SAMARINDA

Ahmad Fahmi Syadzali ¹⁾, Aminah Toaha ²⁾, Nino Adib C³⁾

¹⁾*Mahasiswa Prodi Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika, Poltekkes Kaltim*

²⁾*Dosen Jurusan Gizi, Poltekkes Kaltim*

³⁾*Dosen Jurusan Promosi Kesehatan, Poltekkes Kaltim*

Abstrak

Pendahuluan: Masalah gizi yang umum ditemukan pada remaja adalah *Overweight*. Berdasarkan data Riskesdas Provinsi Kalimantan Timur tahun 2013 – 2018 diketahui prevalensi *Overweight* pada umur 13 – 15 tahun meningkat sebesar 5,2%.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi gizi menggunakan media Instagram terhadap pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan pada remaja *Overweight* di SMPN 4 Samarinda.

Metode: Jenis penelitian ini adalah eksperimen semu yaitu pretest dan posttest dengan *Non Equivalent Control Group Design*. Penelitian dilakukan selama \pm 3 minggu, dengan jumlah responden sebanyak 36 orang yang dibagi dalam 2 kelompok, masing-masing 18 orang responden pada kelompok eksperimen dan kontrol. Data pengetahuan gizi responden diperoleh dengan menggunakan kuesioner pengetahuan gizi sedangkan data kebiasaan sarapan diperoleh dengan menggunakan *polling* frekuensi sarapan dan kuesioner SQ – FFQ.

Hasil: Terdapat perbedaan yang signifikan pada pengetahuan gizi responden setelah diberikan promosi gizi pada kelompok eksperimen ($p = 0,000$). , namun tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada kebiasaan sarapan responden setelah diberikan promosi gizi pada kelompok eksperimen ($p = 0,083$), selanjutnya tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada pengetahuan gizi ($p = 0,078$) dan kebiasaan sarapan ($p = 0,564$) responden setelah diberikan promosi gizi pada kelompok kontrol, kemudian terdapat perbedaan yang signifikan terhadap pengetahuan gizi responden ($p = 0,003$) dan kebiasaan sarapan ($p = 0,008$) responden antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol.

Kesimpulan: Promosi gizi menggunakan Instagram berpengaruh terhadap pengetahuan gizi responden, namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kebiasaan sarapan responden.

Kata Kunci: Promosi gizi, Pengetahuan gizi, kebiasaan sarapan, *Overweight*

THE EFFECT OF NUTRITION PROMOTION USING INSTAGRAM ON NUTRITION KNOWLEDGE AND BREAKFAST HABITS IN OVERWEIGHT ADOLESCENTS AT SMPN 4 SAMARINDA

Ahmad Fahmi Syadzali ¹⁾, Aminah Toaha ²⁾, Nino Adib C³⁾

¹⁾ Applied Nutrition Student, Health Polytechnics East Borneo

²⁾ Lecturer of the Department of Nutrition, Health Polytechnics East Borneo

³⁾ Lecturer of the Department of Health Promotion, Health Polytechnics East Borneo

Abstract

Background: A common nutritional problem found in adolescents is overweight. Based on Riskesdas data for the Province of East Kalimantan in 2013-2018 it is known that the prevalence of Overweight at the age of 13-15 years has increased by 5.2%.

Objective: This study aims to determine the effect of nutrition promotion using Instagram media on nutritional knowledge and breakfast habits in Overweight adolescents at SMPN 4 Samarinda.

Method: This research is using quasi-experimental, namely pretest and posttest with Nonequivalent Control Group Design. The study was conducted for ± 3 weeks, with 36 respondents divided into 2 groups, 18 respondents each in the experimental and control groups. Data on the nutritional knowledge of respondents was obtained using a nutrition knowledge questionnaire while data on breakfast habits was obtained using a breakfast frequency poll and the SQ – FFQ questionnaire.

Result: There was a significant difference in the nutritional knowledge of the respondents after being given a nutrition promotion in the experimental group ($p = 0.000$), but there was no significant difference in the respondents breakfast habits after being given a nutrition promotion in the experimental group ($p = 0.083$), then there was no significant difference in the nutritional knowledge ($p = 0.078$) and breakfast habits ($p = 0.564$) of the respondents after being given a promotion nutrition in the control group, then there were significant differences in the respondents nutritional knowledge ($p = 0.003$) and breakfast habits ($p = 0.008$) between the experimental group and the control group.

Conclusion: Nutrition promotion using Instagram has an effect on the respondents nutritional knowledge, but does not significantly affect the respondents breakfast habits.

Keyword: Nutrition Promotion, Nutritional knowledge, breakfast habits, *Overweight*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT Yang Maha Esa atas rahmat, taufik serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Proposal Skripsi dengan judul “Pengaruh promosi gizi menggunakan media instagram terhadap pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan pada remaja *overweight* di smpn 4 samarinda”

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis banyak mengalami kesulitan dan hambatan, namun dengan adanya bimbingan, arahan, petunjuk serta Kerjasama dari berbagai pihak, baik pada tahap persiapan, penyusunan hingga Proposal Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. M. H. Supriadi. B, S.Kp., M.Kep, selaku Direktur Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Kalimantan Timur
2. Ibu Kurniati Dwi Utami, S.GZ., MPH, selaku Ketua Program Studi D4 Gizi dan Dietetika.
3. Ibu Ratih Wirapuspita SKM., MPH., Ph.D selaku Penguji Utama yang telah memberikan pendapat, masukan, dan menguji kelayakan Proposal Skripsi ini.

4. Ibu Dr. Aminah Toaha, M.Kes selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyelesaian Proposal Skripsi ini.
5. Bapak Nino Adib C, M.Kes selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyelesaian Proposal Skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan PLP Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Kalimantan Timur yang telah memberikan ilmu dan membimbing penulis selama menempuh pendidikan di Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Kalimantan Timur.
7. Kedua orang tua dan saudara-saudara penulis yang selalu senantiasa memberi dukungan baik berupa moral maupun materi dan dukungan semangat serta doa kepada penulis dari awal perkuliahan hingga sekarang.
8. Seluruh teman-teman seperjuangan Sarjana Terapan Gizi dan Dietetika 2019 yang sudah berjuang bersama-sama menempuh pendidikan dari awal hingga tahap akhir.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, atas semua bantuan, dukungan, kerjasama, dan doa selama penulis menyelesaikan Proposal Skripsi ini.

Akhir kata semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu melimpahkan berkat, kasih, dan kemurahan-Nya di dunia maupun di akhir atas semua budi baik yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari dalam penulisan Proposal Skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan berupa saran dan kritik yang membangun sehingga kedepannya menjadi lebih baik.

Samarinda, 29 Mei 2023

Penulis

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	i
ABSTRAK	iiiv
ABSTRACT	iv
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Keaslian Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Pengertian Promosi Gizi	14
B. Media Sosial dan Kesehatan	16
C. Sejarah Instagram.....	17
D. Definisi Instagram.....	19
E. Fitur – Fitur Instagram	20
F. Kelebihan Instagram	22
G. Poster.....	23
H. Pengertian Remaja	25
I. Tahap – Tahap Masa Remaja	26
J. Pengetahuan Gizi	26
K. Sarapan Pagi.....	30

L.	Dampak Melewatkan Sarapan Bagi Remaja.....	32
M.	Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Kebiasaan Sarapan	33
N.	<i>Overweight</i>	34
O.	Penilaian Status Gizi	37
P.	Kerangka Teori.....	41
Q.	Kerangka Konsep	42
R.	Hipotesis Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN		43
A.	Rancangan Penelitian	43
B.	Populasi Dan Sampel	44
C.	Waktu dan Tempat Penelitian	47
D.	Variabel Penelitian	47
E.	Definisi Operasional.....	48
F.	Instrumen Penelitian.....	53
G.	Uji Validitas dan Realibilitas	55
H.	Teknik Pengumpulan Data.....	58
I.	Teknik Analisa Data.....	61
J.	Etika Penelitian	67
K.	Jalannya Penelitian.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		70
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	70
B.	Hasil Penelitian	71
C.	Pembahasan.....	80
D.	Keterbatasan Penelitian.....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		96
A.	Kesimpulan	96
B.	Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA		98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keaslian Penelitian.....	10
Tabel 2.1 Klasifikasi Indeks Massa Tubuh menurut Z-Score.....	38
Tabel 2.2 Klasifikasi Indeks Massa Tubuh (IMT).....	38
Tabel 3.1 Rancangan Penelitian.....	46
Tabel 3.2 Definisi Operasional Penelitian Pengaruh Promosi Gizi Menggunakan Media Instagram Terhadap Pengetahuan Gizi dan Kebiasaan Sarapan Pada Remaja <i>Overweight</i> di SMPN 4 Samarinda.....	50
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Karakteristik dan Kelompok Media Promosi Gizi Pada Siswa – Siswi di SMPN 4 Samarinda Tahun 2023	71
Tabel 4.2 Rata – Rata Tingkat Pengetahuan Gizi Kelompok Eksperimen	72
Tabel 4.3 Rata – Rata Tingkat Pengetahuan Gizi Kelompok Kontrol	73
Tabel 4.4 Kebiasaan Sarapan Pada Kelompok Eksperimen	73
Tabel 4.5 Kebiasaan Sarapan Pada Kelompok Kontrol	74
Tabel 4.6 Rata – Rata Asupan Sarapan Dalam Kkal Pada Kelompok Eksperimen....	75
Tabel 4.7 Rata – Rata Asupan Sarapan Dalam Kkal Pada Kelompok Kontrol	75
Tabel 4.8 Pengaruh Pemberian Intervensi Terhadap Pengetahuan Gizi Siswa-siswi Pada Kelompok Eksperimen	76
Tabel 4.9 Pengaruh Pemberian Intervensi Terhadap Kebiasaan Sarapan Dengan Melihat Frekuensi Sarapan Pada Siswa-siswi Pada Kelompok Eksperimen	77
Tabel 4.10 Pengaruh Pemberian Intervensi Terhadap Pengetahuan Gizi Siswa-siswi Pada Kelompok Kontrol.....	77

Tabel 4.11 Hasil Pengaruh Pemberian Intervensi Terhadap Kebiasaan Sarapan Dengan Frekuensi Sarapan Pada Kelompok Kontrol.....	78
Tabel 4.12 Perbedaan Pengaruh Pemberian Intervensi Terhadap Pengetahuan Gizi Siswa-siswi Setelah Diberikan Promosi Gizi Pada Kelompok Eksperimen dan Kontrol	79
Tabel 4.13 Pengaruh Pemberian Intervensi Terhadap Kebiasaan Sarapan Siswa-siswi Setelah Diberikan Promosi Gizi Pada Kelompok Eksperimen dan Kontrol	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar Mike Krieger dan Kevin Systrom.....	18
Gambar 2.2 Kerangka Teori (Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan Gizi dan Kebiasaan Sarapan dengan kejadian <i>Overweight</i>)	41
Gambar 2.3 Kerangka Konsep.....	42

DAFTARLAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Diizinkan Melakukan Penelitian di SMPN 4 Samarinda
- Lampiran 2 : Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing Satu
- Lampiran 3 : Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing Dua
- Lampiran 4 : Persetujuan Keikutsertaan Dalam Penelitian (*Informed Consent*)
- Lampiran 5 : Petunjuk Pengisian Kuesioner Intensitas Mengakses Instagram dan Terpaan Pesan Promosi Gizi dan Kebiasaan Sarapan Dari Akun Instagram (@Calon.AhliGizi)
- Lampiran 6 : Kuesioner Penggunaan Instagram di Adaptasi dari Kuesioner Intensitas Mengakses Instagram oleh Aulia Nur Rahma
- Lampiran 7 : Kuesioner terpaan Pesan Promosi Gizi dan Kebiasaan Sarapan Dari Akun Instagram (@Calon.AhliGizi) di Adaptasi dari Kuesioner Achtafian Kevin Arighi
- Lampiran 8 : Kuesioner Pengetahuan Gizi
- Lampiran 9 : Kuesioner Pemanfaatan Media Poster
- Lampiran 10 : Form Skrinning
- Lampiran 11 : Form *Semi Quantitative Food Frequency*
- Lampiran 12 : Output SPSS
- Lampiran 13 : Master Tabel
- Lampiran 14 : Media
- Lampiran 15 : Jalannya Penelitian di SMPN 4 Samarinda

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Remaja adalah masa dimana terjadinya perubahan dari masa kanak – kanak menuju masa akil balig. Pada masa remaja akan terjadi proses yang mengubah fisik, psikis, dan kognitif dengan cepat. Pada saat remaja sering dijumpai masalah kesehatan yang menyulitkan pertumbuhan dan perkembangan tubuh. Masalah kesehatan tersebut yakni masalah yang berhubungan dengan status gizi remaja. Masalah gizi yang biasanya ditemui pada masa remaja adalah masalah gizi *overweight* (gizi lebih) (Theresia, 2019). *Overweight* merupakan keadaan dimana badan mengalami penimbunan lipid berlebih yang didapatkan dari hasil perhitungan zscore (IMT/U) >1 SD - 2 SD. *Overweight* berpotensi mengganggu perkembangan fisik dan kognitif remaja serta berkurangnya sistem kekebalan tubuh (Suri Dewi, R, 2021).

Prevalensi kejadian *overweight* pada remaja usia 5-19 tahun terus terjadi peningkatan setiap tahun nya, berdasarkan data dari WHO (2017) dalam jangka waktu 41 tahun terjadi peningkatan 13% kasus *overweight*. Dari data badan penelitian dan pengembangan kesehatan (Balitbangkes) pada tahun 2018 mengenai tingkat kejadian berat badan lebih dan obesitas pada usia 13 – 15 tahun sebesar 16%.

Provinsi Kalimantan Timur menjadi salah satu penyumbang angka kejadian *overweight* tertinggi pada usia 13 – 15 tahun yaitu sebesar 12%. Keadaan tersebut dipertegas oleh data Riskesdas 2018 provinsi Kalimantan Timur, angka kejadian gizi lebih umur 13-15 tahun meningkat 5,2% dari data Riskesdas 2013 (Kemenkes RI 2019).

Merujuk pada penelitian awal yang dilakukan oleh (Iriyani Kamaruddin et al. 2021), yang melibatkan 1.402 siswa SMP di Kota Samarinda, ditemukan sekitar 27% siswa memiliki berat badan yang melebihi standar (BMI/U: > +1 SD). Lebih lanjut, laporan Dinas Kesehatan Kota Samarinda Tahun 2021 mengungkapkan bahwa terdapat total 76 kasus siswa kelebihan berat badan di SMP yang berada di Kecamatan Air Putih, Kecamatan Samarinda Ulu, dan Kota Samarinda. Menanggapi temuan ini, peneliti menetapkan bahwa 8 siswa dari kelas VIII dinyatakan kelebihan berat badan berdasarkan pengukuran antropometri yang dilakukan.

Ada beberapa faktor yang saling berhubungan yang berkontribusi terhadap terjadinya kelebihan berat badan, dan faktor tersebut dapat saling menopang. Salah satu penyebab tidak langsung yang mempengaruhi status gizi anak dan remaja adalah kebiasaan sarapan. Kebiasaan sarapan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti tipe gender, profesi dan pendidikan ibu, kedudukan sosial ekonomi keluarga, gaya hidup, tempat tinggal, dan usia remaja (Tee et al, 2018).

Temuan (Agusanty et al. 2014) menunjukkan bahwa sarapan berhubungan dengan kejadian overweight. Remaja yang tidak sarapan secara teratur memiliki risiko 3,1 kali lebih tinggi mengalami kelebihan berat badan dibandingkan dengan mereka yang sarapan secara teratur.

Temuan penelitian ini selaras dengan penelitian di Australia oleh (Boylan et al. 2017), yang memperlihatkan adanya hubungan yang signifikan antara melewatkan sarapan dengan kejadian kegemukan pada anak dan remaja. Anak-anak dan remaja yang sarapan lebih dari lima hari per minggu mempunyai probabilitas 0,59 kali lebih kecil untuk mengalami kelebihan berat badan atau obesitas dibandingkan mereka yang meninggalkan sarapan. (Duncan et al. 2011). Sebuah penelitian di Indonesia yang dilakukan oleh (Rosida et al., 2017) menunjukkan hal yang sama, remaja yang umumnya melewatkan sarapan memiliki status gizi 17 kali lebih tinggi daripada mereka yang rutin sarapan.

Menurut (Guyton. 2017), memilih untuk melewatkan sarapan dapat berdampak langsung pada kadar gula darah. Ini kemudian dapat menyebabkan tubuh mengirimkan sinyal ke otak, memicu rasa lapar. Impuls ini sering menimbulkan keinginan untuk mengonsumsi makanan dalam jumlah besar, yang dapat mengakibatkan makan berlebihan pada waktu makan berikutnya sepanjang siang dan malam. Konsumsi berlebihan pada akhirnya menyebabkan peningkatan sekresi insulin, yang menghambat lipase dan mendorong penyimpanan lemak dalam tubuh. Ketika ini menjadi kebiasaan, itu bisa menyebabkan penambahan berat

badan. Salah satu faktor penyebab kecenderungan siswa untuk melewatkan sarapan adalah pemahaman mereka yang terbatas tentang nutrisi yang tepat.

Studi yang dilakukan oleh (Indriani, 2013) memberikan bukti bahwa tingkat pengetahuan gizi siswa SMA mempengaruhi kesadaran mereka dalam memilih sarapan. Ditemukan bahwa siswa dengan pengetahuan gizi yang lebih tinggi menunjukkan kesadaran diri yang lebih baik dalam memilih pilihan sarapan. Di sisi lain, kelompok remaja gizi lebih menunjukkan kurangnya pengetahuan tentang gizi, yang menyebabkan pilihan pola makan yang buruk. Untuk mencegah masalah gizi, penting bagi remaja untuk memiliki pengetahuan yang cukup tentang menjaga nutrisi yang tepat dan mengatur pola makan mereka secara efektif. Dengan memperoleh pengetahuan ini, remaja dapat secara signifikan mengurangi terjadinya masalah terkait gizi. (Suryaputra & Nadhiroh, 2012).

Kenaikan pengetahuan gizi siswa dimungkinkan karena siswa menjadi sadar setelah mendapat informasi atau promosi kesehatan dari berbagai macam media, baik dari lingkungan sekolah, keluarga, maupun masyarakat kawasan anak beraktivitas. Promosi adalah setiap upaya terencana untuk mempengaruhi orang lain agar berperilaku sesuai dengan harapan promotor. Untuk menambah pengetahuan gizi dikalangan remaja diperlukan media promosi yang menyenangkan dan informatif. Advokasi gizi dapat dilakukan melalui berbagai macam media pembelajaran, selain itu advokasi gizi juga dapat dilakukan melalui media sosial.

Kenaikan pengetahuan gizi siswa dimungkinkan karena siswa menjadi sadar setelah mendapat informasi atau promosi kesehatan dari berbagai macam media, baik dari lingkungan sekolah, keluarga, maupun masyarakat kawasan anak beraktivitas. Promosi adalah setiap upaya terencana untuk mempengaruhi orang lain agar berperilaku sesuai dengan harapan promotor. Untuk menambah pengetahuan gizi dikalangan remaja diperlukan media promosi yang menyenangkan dan informatif. Advokasi gizi dapat dilakukan melalui berbagai macam media pembelajaran, selain itu promosi gizi juga dapat dilakukan melalui media sosial.

Terdapat banyak jenis media sosial yang digunakan oleh masyarakat, salah satu yang sangat ramai digunakan oleh masyarakat umum adalah media sosial Instagram. Instagram adalah media sosial yang menyediakan gambar dan video dengan berbagai informasi secara online. Instagram memiliki presentase penggunaan sebesar 42,3% menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), yang menjadikan Instagram sebagai media sosial kedua yang paling banyak digunakan.

Efektifitas media sosial Instagram dalam menyampaikan informasi atau promosi ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Ervi et al.(2021) yang menunjukkan bahwa media sosial Instagram ampuh dalam meningkatkan pengetahuan SADARI pada remaja di Kabupaten Kudus menghasilkan peningkatan awal sebesar 55,92%. skor pencegahan kanker payudara.

Penelitian yang dilakukan oleh Arighi (2020) menunjukkan bahwa uji T sampel berpasangan juga menunjukkan Sig(2-tailed) = 0,000 < 0,05, yang berarti ada perbedaan yang signifikan peningkatan pengetahuan agama pada pengikut akun Instagram @Taqwart. Pengambilan keputusan didasarkan pada data kuesioner dan soal tes yang diuji menggunakan uji-t sampel berpasangan.

Berdasarkan data di atas, penulis ingin meneliti pengaruh promosi gizi menggunakan media Instagram terhadap pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan pada remaja *Overweight* di SMPN 4 Samarinda.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh promosi gizi menggunakan media Instagram terhadap peningkatan pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan pada remaja *Overweight* di SMPN 4 Samarinda?

C. Tujuan

1. Tujuan umum

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi gizi menggunakan media Instagram terhadap peningkatan pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan pada remaja *Overweight* di SMPN 4 Samarinda.

2. Tujuan Khusus

- a. Menilai perbedaan pengetahuan gizi pada siswa-siswi SMPN 4 Samarinda sebelum dan sesudah diberikan promosi gizi pada kelompok eksperimen (Media Instagram).
- b. Menilai perbedaan kebiasaan sarapan pada siswa-siswi SMPN 4 Samarinda sebelum dan sesudah diberikan promosi gizi pada kelompok eksperimen (Media Instagram).
- c. Menilai perbedaan pengetahuan gizi pada siswa-siswi SMPN 4 Samarinda sebelum dan sesudah diberikan promosi gizi pada kelompok kontrol (Media Poster)
- d. Menilai perbedaan kebiasaan sarapan pada siswa-siswi SMPN 4 Samarinda sebelum dan sesudah diberikan promosi gizi pada kelompok kontrol (Media Poster)
- e. Menilai perbedaan pengetahuan gizi pada siswa-siswi SMPN 4 Samarinda antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol.
- f. Menilai perbedaan kebiasaan sarapan pada siswa-siswi

SMPN 4 Samarinda antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Memberikan pengetahuan baru kepada masyarakat khususnya untuk murid – murid SMPN 4 Samarinda mengenai promosi gizi dengan media instagram terhadap pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan dalam upaya meningkatkan pengetahuan gizi dan perbaikan kebiasaan sarapan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi responden

Untuk menambah ilmu pengetahuan murid SMPN 4 Samarinda tentang pentingnya tingkat pengetahuan gizi dan sarapan pagi dalam mencegah *Overweight*.

b. Bagi peneliti

Menambah pengetahuan mengenai pengaruh promosi gizi melalui instagram terhadap pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan pada murid yang terindikasi *Overweight* dan semoga dengan adanya peningkatan kompetensi diri berdasarkan ilmu yang didapat dalam perkuliahan mengenai isu-isu yang berkaitan dengan gizi di masyarakat.

c. Bagi Institusi Pendidikan

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau informasi untuk menambah wawasan terkait dengan promosi gizi

menggunakan media instagram terhadap pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan pada kejadian *Overweight*.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Riset ini diharapkan bisa digunakan menjadi bahan atau pengimbang terkait dengan hal-hal yang ingin diteliti selanjutnya oleh peneliti lain.

E. Keaslian Penelitian

Tabel 1.1
Keaslian Penelitian

1	Nama peneliti	: Reny Noviasy, Nurul Afiah, Rahmi Susanti, Muhammad Nadzir Mushoffa Suja'i, Aiva Dg Pakkerai, Umi Cahyantari, Ninik Wirasti
	Judul	: Komposisi Menu Sarapan dan Status Gizi Pelajar Boarding School SMP Muhammadiyah 5 Samarinda
	Lokasi/tahun	: SMP Muhammadiyah 5 SMD/2020
	Desain & metode	: Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain <i>cross sectional study</i> .
	Variabel	: Komposisi menu sarapan, status gizi
	Hasil Penelitian	: Hasil penelitian menemukan bahwa semua responden terbiasa sarapan pagi setiap hari, namun sebagian besar melewatkan sarapan pagi, yang tidak sesuai dengan konsep gizi seimbang, dan tidak ditemukan adanya hubungan antara komposisi menu dengan status gizi. responden.
	Perbedaan	: Waktu, tempat dan sampel penelitian. Selain itu perbedaan pada variabel penelitian (Pengaruh promosi gizi menggunakan Instagram, pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan)

2	Nama peneliti	: Mega Uli Nova, Mujahidil Aslam Rahmatunisa
	Judul	: Kebiasaan Sarapan, Aktifitas Fisik dan <i>Overweight</i> pada Siswa SDN Kenari 01 Jakarta Pusat
	Lokasi/tahun	: SDN Kenari 01 Jakarta Pusat /2020
	Desain & metode	: Penelitian ini merupakan penelitian dengan design cross sectional
	Variabel	: Kebiasaan sarapan, aktivitas fisik dan <i>overweight</i>
	Hasil Penelitian	: Ada hubungan antara frekuensi sarapan ($p=0,003$) dengan kejadian kegemukan, tetapi tidak antara kontribusi asupan energi sarapan ($p=0,549$) dan aktivitas fisik ($p=0,254$) dengan kejadian kegemukan. SDN Kenari 01 Jakarta Pusat.
	Perbedaan	: Waktu, tempat dan sampel penelitian. Selain itu perbedaan pada variabel penelitian (Pengaruh promosi gizi menggunakan Instagram, pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan)

3	Nama peneliti	: Hasanah Fatarizka Ali Ratibi, Amilia Yuni Damayanti Joyeti Darni Dianti Desita Sari
	Judul	: Hubungan antara <i>overweight</i> , kebiasaan sarapan dan pola tidur dengan prestasi akademik remaja Santriwati di islamic boarding school

Lokasi/tahun	: Akademik remaja Santriwati di islamic boarding school / 2019
Desain & metode	: Penelitian ini menggunakan pendekatan cross-sectional dengan analisis observasional. Pengambilan data sampel menggunakan metode purposeful sampling
Variabel	: Variabel yang dipelajari meliputi kebiasaan sarapan, pola tidur, prestasi akademik dan kelebihan berat badan
Hasil Penelitian	: Ada hubungan yang signifikan antara kelebihan berat badan dan prestasi akademik, tetapi tidak antara kebiasaan sarapan dan pola tidur dengan prestasi akademik
Perbedaan	: Waktu, tempat dan sampel penelitian. Selain itu perbedaan pada variabel penelitian (Pengaruh promosi gizi menggunakan Instagram, pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan)
<hr/>	
4 Nama peneliti	: Nur Intania Sofianita, Firlia Ayu Arini Eflita Meiyetriani
Judul	: Peran pengetahuan gizi dalam menentukan kebiasaan sarapan anak-anak sekolah dasar negeri di Pondok Labu, Jakarta Selatan
Lokasi/tahun	: Sekolah dasar negeri di Pondok Labu, Jakarta Selatan/ 2015
Desain & metode	: Desain penelitian ini adalah cross sectional dengan penarikan subjek secara <i>random sampling</i>

- Variabel : Variabel yang di teliti adalah pengetahuan gizi, kebiasaan sarapan.
- Hasil Penelitian : Terdapat hubungan yang bermakna antara jenis kelamin, ketersediaan sarapan, dan pengetahuan gizi dengan kebiasaan sarapan. Kebiasaan sarapan pelajar sekolah dasar benar-benar dipengaruhi oleh pengetahuan gizi.
- Perbedaan : Waktu, tempat dan sampel penelitian. Selain itu perbedaan pada variabel penelitian (Pengaruh promosi gizi menggunakan Instagram)
-

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Promosi Gizi

Kegiatan promosi dilaksanakan dengan menyebarluaskan informasi dan keyakinan sehingga masyarakat tidak hanya sadar, paham dan mengerti, tetapi ingin dan mampu memberi nasihat tentang perilaku diet. (Azrimaidaliza, 2021).

Sasaran promosi gizi secara umum meliputi: individu, keluarga, kelompok rawan gizi seperti ibu hamil dan menyusui, anak – anak dan lansia. Promosi gizi dapat dilakukan di bermacam – macam lokasi seperti; Rumah Sakit, Klinik, Puskesmas, Posyandu, Sekolah, Rumah Keluarga, dll.

Berdasarkan (Azrimaidaliza, 2021), target promosi gizi dibagi menjadi 3 grup yaitu:

1. Sasaran Utama:

Sasaran utama promosi gizi adalah sekelompok orang yang perilakunya akan berubah di masa depan. Dalam praktek promosi kesehatan, sasaran utama ini dibagi menjadi beberapa kelompok yaitu kepala keluarga, ibu hamil, ibu menyusui, ibu balita, anak, remaja, pekerja di tempat kerja dan masyarakat umum.

2. Sasaran Tambahan:

Sasaran tambahan adalah tokoh masyarakat, baik tokoh informal seperti tokoh adat, tokoh agama, maupun tokoh formal seperti tenaga kesehatan,

aparatus pemerintah, organisasi masyarakat dan media massa. Target yang dituju diharapkan dapat menjadi panutan untuk mempraktikkan pedoman gizi seimbang, membantu menyebarkan berita dan menciptakan suasana yang menyenangkan.

3. Sasaran Tersier:

Sasaran tersier menargetkan pengambil keputusan publik berupa peraturan perundang-undangan untuk mengimplementasikan peraturan perundang-undangan yang mendukung perilaku gizi seimbang dan membantu mengalokasikan sumber daya (dana, sarana, dll). Publik membutuhkan penggerak perilaku sehat, sarana dan prasarana untuk mengaktifkan perilaku tersebut, golongan dengan target jabatan tinggi, seperti ketua desa, camat, direktur, atau aparat pemerintah daerah.

Menurut pandangan (Azrimaidaliza, 2021) promosi kesehatan atau promosi gizi secara garis besar dapat dibagi menjadi 2 kategori, yaitu:

1. Pendekatan Diktatif: Pendekatan ini berlangsung dengan teknik satu arah. Tingkat keberhasilan pendekatan ini tidak mudah dinilai karena *audience* pasif dan hanya yang memberikan materi yang aktif. Contoh program: ceramah, film, selebaran, brosur, poster, dan siaran.
2. Pendekatan Sokratif: Ada dua metode berbeda di mana pendekatan Sokratif dapat dipraktikkan. Dengan menggunakan pendekatan ini, baik pendidik maupun siswa dapat terinspirasi dan didorong untuk

berpikir kreatif. Berbagai ilustrasi pendekatan ini antara lain terlibat dalam diskusi kelompok, mengikuti debat, berpartisipasi dalam forum, menghadiri seminar, mengikuti role play, bertukar pikiran, menyampaikan presentasi, menganalisis studi kasus, berpartisipasi dalam lokakarya, dan menyelesaikan tugas individu.

Menurut (Azrimaidaliza, 2021), metode promosi kesehatan atau promosi gizi berbasis teknologi komunikasi terbagi menjadi 2 macam, yaitu:

1. Metode Penyuluhan Langsung: Dalam metode penyuluhan langsung, konselor berhadapan langsung dengan sasaran. Contohnya pada saat kunjungan rumah
2. Metode Penyuluhan Tidak Langsung: Dalam proses penyuluhan tidak langsung, promotor kesehatan atau komunikator tidak langsung berhadapan dengan komunikator. Tetapi komunikator menggunakan media sebagai perantara untuk menyampaikan pesan. Contoh: Menerbitkan di media cetak.

B. Media Sosial dan Kesehatan

Media sosial merupakan aplikasi menggunakan internet yang memungkinkan seseorang yang memakainya untuk menyediakan, membuat, dan berbagi informasi yang dapat diakses oleh semua pengguna media sosial di dunia. Media sosial dapat mendorong pertumbuhan pengetahuan mengenai kesehatan dan juga dapat meningkatkan proses interaksi kesehatan.

Media sosial mendorong penggunaanya untuk mendiskusikan berbagai macam informasi yg terdapat di dalamnya, salah satunya informasi tentang kesehatan. Media sosial merupakan alat yg ampuh untuk memperdalam pemahaman penggunaanya tentang kesehatan masyarakat, menaikkan kesadaran & dapat mempromosikan perilaku hidup sehat. Media sosial memungkinkan pendidikan kesehatan dalam berbagai cara misalnya foto, gambar, video, meme, animasi, infografis & masih banyak lagi (Dr. drg. Paulus Januar S, 2019).

Kesadaran akan pentingnya pola hidup sehat membuat manusia menjadi lebih sadar dan menjadi proaktif dalam memenuhi kebutuhan kesehatan untuk individu maupun untuk keluarga. Salah satunya dengan memperoleh informasi dari media sosial mengenai berbagai hal tentang pola hidup sehat, pola makan yang baik, penyakit, pengobatan, konsultasi online dengan dokter dan spesialis.

C. Sejarah Instagram

Instagram dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram mendeskripsikan dirinya di situs resminya sebagai aplikasi untuk berbagi gambar serta video cuma – cuma untuk pemakai smartphone. Pengguna Instagram bisa membagikan gambar atau video unggahan mereka dengan pengikut akun Instagram mereka. Selain itu, pengguna dapat bersosialisasi satu sama lain dengan menyaksikan, menggemari, dan membalas postingan. Instagram sebagai media sosial yang dibangun di atas teknologi Web 2.0

memungkinkan pengguna untuk berkontribusi dan berbagi konten (Abdul Talib & Mat Saat, 2017).

Sebelum membentuk Instagram, Systrom mulanya membuat aplikasi bernama Burbn yang memperbolehkan pengguna berbagi gambar dan catatan, dan kebetulan Krieger adalah pengguna yang sering mengakses Burbn (Lagorio-Chafkin, 2011). Akhirnya, Systrom & Krieger mengtransformasi Burbn menjadi aplikasi berbagi foto. Burbn mengubah nama menjadi Instagram. Pemakai aplikasi Instagram dapat mengunggah dan berbagi foto dan video menggunakan tagar (#) sehingga pengguna lain dapat menemukan unggahannya. Sebenarnya, ini merupakan gagasan awal pembuatan Instagram (Sheldon & Bryant, 2016). Pada tahun 2021, pengguna Instagram dilaporkan telah naik menjadi dua miliar pengguna aktif bulanan, menurut salah satu karyawan di Instagram yang tidak ingin disebutkan namanya saat menyampaikan berita itu kepada CNBC (Roth, 2021).

2.1 Gambar Mike Krieger dan Kevin Systrom



Sumber: Brainpersonalities.com

D. Definisi Instagram

Instagram merupakan layanan media sosial berbasis sketsa untuk berbagi foto atau video secara online. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti alat potret Polaroid, kemudian lebih sering didengar dengan istilah "foto instan". Instagram juga bisa langsung menampilkan gambar atau sketsa, seperti tampilan pada Polaroid dan kata "gram" bersumber dari kata "telegram" dan digunakan untuk mengirim pesan dengan cepat ke individu lain. Anda dapat menggunakan internet untuk mengunggah gambar seperti Instagram, sehingga informasi yang ingin Anda sampaikan dapat diterima dengan segera. Inilah mengapa Instagram adalah perpaduan dari istilah "Instan" dan "Telegram" (Fallis, 2013).

Aplikasi Instagram mengizinkan pemakai mengunggah gambar dan video ke umpan, yang dapat diedit dengan beragam filter dan diatur dengan tagar dan keterangan lokasi. Konten yang diunggah dapat dijadikan publik atau dibagikan dengan pengikut yang telah disetujui lebih dahulu. Pengguna dapat menelusuri konten pengguna lain dan melihat konten yang sedang tren berdasarkan tag atau lokasi. Pengguna dapat menyukai foto, mengikuti pengguna lain, dan menambahkan konten yang mereka peroleh ke profil mereka (Fallis, 2013).

Dengan Instagram, pengguna Instagram mampu mengirimkan gambar dan video pendek untuk kemudian membagikannya kepada pengguna lain.

Dalam gambar yang dikirim, pengguna Instagram dapat menandai orang serta lokasi tertentu. Terdapat opsi “pribadi” yang bisa di pilih oleh pengguna Instagram sehingga memerlukan persetujuan mereka jika ada yang mau mengikuti akun mereka. Selain itu, pemakai aplikasi Instagram memiliki kemampuan untuk menghubungkan akun Instagram mereka dengan platform media sosial lainnya, memungkinkan mereka berbagi gambar yang telah diunggah ke situs tersebut. (Fallis,2013).

E. Fitur – Fitur Instagram

Instagram memiliki 5 opsi utama (Atmoko, 2012) yaitu; Adapun beberapa fitur yang dapat kita gunakan di instagram, yakni antara lain:

1. *Home Page*: Laman yang memuat gambar maupun video pengguna lain yang Anda *follow*. Cara melihat adalah dengan memindahkan tampilan monitor ke atas dan ke bawah.
2. *Comments*: Pengguna lain dapat berkomentar pada gambar atau video yang dikirim ke Instagram di kolom komentar yang sudah disediakan.
3. *Explore*: Jelajahi adalah kompilasi gambar atau video populer yang Anda sukai.
4. *Profil*: Informasi pemilik akun bisa ditemukan di akun profil.
5. *News Feed*: *News Feed* adalah kemampuan untuk memperlihatkan notifikasi berbagai aktivitas yang dibuat oleh pengguna aplikasi Instagram.

Menurut Atmoko, ada beberapa bagian di Instagram yang perlu diisi agar gambar yang diunggah diterima nalar, yaitu:

1. Judul: Judul, atau yang biasa dikenal dengan caption, menguatkan pesan yang disampaikan oleh gambar tersebut.
2. Hashtag: Hashtag adalah simbol tagar (#) yang memudahkan pengguna mendapatkan kategori foto atau video tertentu di Instagram.
3. Lokasi: manfaat dari fitur ini untuk memperlihatkan lokasi dimana pengguna memotret foto yang diambil. Walaupun Instagram dikenal sebagai layanan berbagi gambar, Instagram adalah sosial media, karena lewat Instagram pengguna bisa berinteraksi dengan pengguna lainnya.

Tindakan yang bisa dijalankan di Instagram, yaitu:

1. *Follow*: User Instagram bisa mem *follow* atau mengikuti pengguna lain dengan mengikuti akun Instagram masing-masing.
2. *Like*: simbol dimana pengguna bisa menyukai gambar atau video yang di kirim dengan memencet tombol "*Like*" di bagian bawah deskripsi foto di sebelah *comment section* atau memencet foto dua kali.
3. Komentar: aktivitas meluahkan pikiran atau pendapat melalui komentar
4. *Mention*: Sebutan ini digunakan untuk menandai pengguna lain dengan mengawali nama akun Instagram pengguna tersebut dengan tanda arroba (@). Terinspirasi oleh Snapchat Stories, Instagram meluncurkan fitur dan menamakannya Instagram Stories. Fitur ini memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video yang akan hilang setelah 24 jam.

F. Kelebihan Instagram

Berbagai jenis media mempunyai keuntungan, terutama yang berbasis internet. Keuntungan yang didapat saat menggunakan Instagram sebagai media penyampaian Informasi dan pendidikan menurut (Ambarsari, 2020) adalah:

1. Mempermudah untuk berinteraksi: Memudahkan pemateri dan orang yang di didik saat berinteraksi. Pemateri dan orang yang di didik tidak harus duduk di dalam 1 ruangan yang sama pada saat proses penyampaian informasi atau materi, hanya dengan aplikasi Instagram pemateri dapat melakukan itu semua.
2. Bebas biaya: Instagram adalah aplikasi yang tidak memungut biaya dan bisa di akses oleh khalayak publik, terutama pelajar sehingga penggunaan aplikasi ini tidak memerlukan biaya yang mahal.
3. Konten yang di berikan bervariasi: Instagram punya beberapa macam fitur yang bervariasi sehingga menarik publik untuk melihat konten tersebut. Dari aplikasi ini, konten yang dibuat bisa diedit dengan berbentuk gambar atau video. Berikutnya saat gambar/video tersebut sudah diedit, maka konten tersebut bisa langsung diunggah dan dilihat, khususnya oleh orang yang di didik.
4. Mudah diakses: nyaris seluruh remaja memakai aplikasi ini karena gampang digunakan serta bisa diakses secara luas, sehingga orang yang di didik dapat melihat konten yang di unggah pemateri dengan cepat.

G. Poster

Poster merupakan gabungan dari gambar yang dirancang sedemikian rupa, menggunakan gambar, warna serta pesan agar dapat mendapatkan perhatian dari orang yang melihatnya. Poster bisa disebut sebagai lukisan atau gambar yg digunakan sebagai wadah untuk berbagi informasi, pesan, kesan, saran ataupun ide yg berfungsi untuk memikat perhatian, memperjelas ide, menggambarkan atau menghiasi informasi yg kemungkinan besar cepat dilupakan (Susilawati, 2018).

Poster merupakan media yg dipakai untuk memberikan suatu pesan, informasi atau ide tertentu, sehingga dapat membuat orang yang melihatnya melakukan isi pesan tersebut. Poster yg bagus harus mudah dipahami, tidak sulit dibaca, & mudah untuk dipasang di berbagai tempat (Wina, 2015). Poster dijadikan wadah untuk menginformasikan pendapat, pesan dan ide apa saja yang dipikirkan oleh pembuat poster. media ini jua mengembangkan metode-metode pembelajaran yg bisa di aplikasikan pada proses pembelajaran yg menggunakan poster sebagai medianya (Susilawati, 2018). Poster adalah media berupa gambar. Didalam dunia Pendidikan, poster telah menerima perhatian yg lumayan besar sebagai suatu wadah untuk berbagi pesan, informasi dan ide (Jannah et al, 2016).

Poster dapat berfungsi untuk menarik perhatian remaja terhadap pesan – pesan yg ingin di utarakan, meminta dukungan tentang suatu gagasan, dan menjadi metode untuk menarik yang melihatnya tertarik untuk melaksanakan

pesan yang berada didalam poster tersebut serta memungkinkan untuk dilihat sesering mungkin tanpa harus menyalakan barang elektronik seperti televisi dan gawai (Shalwa et al, 2015).

Media poster dikatakan bagus jika memenuhi kriteria yang sudah ditentukan, menurut Yunus Sulistiyono pada tahun 2015 kriteria – kriteria tersebut antara lain:

1. Kemudahan untuk dibaca (*readability*)
2. Kemudahan untuk dilihat (*visibility*)
3. Mudah dipahami (*legibility*)
4. Struktur yang baik

Ada beberapa kelebihan dan kekurangan poster yaitu:

1. Keunggulan poster

Harganya murah di berbagai strata masyarakat salah satu contohnya yaitu seorang tenaga pengajar. Dalam media poster menggambarkan pesan, informasi atau ide yg ingin dikatakan kepada orang yang akan diajarkan. Poster memberikan ilustrasi melalui gambar yg mirip dengan kejadian nyata berdasarkan sesuatu objek atau situasi (Sri,2013).

2. Kelemahan poster

Bersifat tetap, diperlukan keahlian dalam menggunakan bahasa & sketsa dalam membuat poster, dapat membuat salah pengertian dari kata – kata yg singkat, membutuhkan proses penyusunan & penyebaran yg rumit sehingga membutuhkan waktu yg lama serta jenis bahan yg dipakai

umumnya mudah rusak, sehingga kabar yg diterima tidak lengkap (Susilawati, 2018).

H. Pengertian Remaja

Adolescence atau remaja bersumber dari bahasa latin *adolescere* yang berarti berkembang atau berkembang menjadi dewasa. Masa remaja merupakan masa pergantian dari masa kanak-kanak mengarah ke masa dewasa awal yang ditandai dengan perubahan biologis dan psikologis. Pada kondisi ini terjadi perubahan biologis, termasuk perubahan fisik dan perkembangan seks primer serta sekunder, dan di dalam perubahan psikologis meliputi perubahan suasana hati yang seringkali berubah dan terasa lebih sensitif (Hidayati & Farid, 2016). Salah satu periode pertumbuhan yang sangat berbahaya adalah masa akil balig atau remaja (Santrock, 2012). Santrock juga mengungkapkan bahwa masa remaja merupakan masa perpindahan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa yang ditandai dengan perubahan besar dalam segala aspek pertumbuhan.

Masa remaja adalah masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa, transisi pertumbuhan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa, yang melibatkan perubahan fisik, kognitif, dan psikologis yang besar. Periode remaja adalah transisi perubahan antara masa kanak-kanak ke masa dewasa, kebanyakan dimulai sekitar usia 12 atau 13 tahun dan biasanya berhenti di umur 20 an (Yudrik, 2012).

I. Tahap – Tahap Masa Remaja

Tahap – tahap masa remaja dibagi menjadi 3 golongan yaitu:

1. Masa prapubertas: 12-14 tahun, periode sekitar dua tahun sebelum perkembangan seksual yang sebenarnya terjadi, tetapi perkembangan fisik sudah terjadi, terkait dengan pematangan beberapa kelenjar endokrin.
2. Masa pubertas dini: 14-17 tahun, yaitu masa perkembangan ketika organ seksual matang dan memperoleh kemampuan reproduksi.
3. Masa Pubertas akhir: usia 17-21 tahun, merupakan akhir dari proses perkembangan mental dan fisik remaja (Suryana et al., 2022).

J. Pengetahuan Gizi

1. Makna Pengetahuan Gizi

Pengetahuan adalah konsekuensi langsung dari rasa ingin tahu seseorang, yang difasilitasi oleh kemampuan indera, terutama mata dan telinga, saat terlibat dengan rangsangan tertentu. Pengetahuan memainkan peran penting dalam menumbuhkan pola pikir reseptif dan mendorong keterbukaan pikiran dalam tindakan dan perilaku seseorang (Donsu, 2017). Kualitas pengetahuan gizi seseorang mempengaruhi tindakan dan perilaku mereka terhadap pilihan makanan, dan pada akhirnya, status gizi orang tersebut.

Gizi adalah zat penyusun tubuh manusia untuk memelihara dan memperbaiki jaringan agar fungsi tubuh itu sendiri dapat berfungsi dengan baik. Mengabaikan asupan nutrisi mengartikan bahwa kita membiarkan

jaringan tubuh kita berfungsi kurang optimal. Sumber nutrisi ada di setiap makanan dan minuman yang kita konsumsi selama ini.

Pengetahuan gizi mencakup pengetahuan tentang pilihan yang tepat dan konsumsi harian yang menyediakan semua nutrisi yang dibutuhkan tubuh untuk berfungsi dengan baik. Pemilahan serta konsumsi bahan makanan dapat mempengaruhi status gizi seseorang. Status gizi yang baik atau status gizi yang optimal terjadi ketika tubuh mendapatkan nutrisi yang cukup. Status gizi kurang terjadi ketika tubuh kekurangan satu atau lebih nutrisi penting. Pada saat yang sama, ketika tubuh manusia mengambil terlalu banyak nutrisi, ia akan muncul dalam keadaan kelebihan gizi sehingga menimbulkan efek yang merugikan.

2. Tingkat Pengetahuan

Berdasarkan apa yang disampaikan oleh (Notoatmodjo, 2018) terdapat enam tingkatan pengetahuan, yaitu:

- a. Tahu (*know*): Mengingat ingatan yang pernah ada sebelumnya sesudah mengobservasi sesuatu.
- b. Memahami (*Comprehension*): Kemampuan untuk menafsirkan objek yang diketahui dan dijelaskan dengan benar.
- c. Aplikasi (*Application*): Keterampilan untuk mempraktekkan materi yang dipelajari pada kondisi nyata (praktis).
- d. Analisis (*Analysis*): Kemampuan untuk menggambarkan atau menjelaskan objek atau bahan, namun masih dalam struktur organisasi

dan dalam kaitannya satu sama lain.

- e. Sintesis (*Synthesis*): Kemampuan untuk menggabungkan bagian-bagian menjadi satu keutuhan yang baru.
- f. Evaluasi (*Evaluation*) Ilmu untuk menilai suatu bahan atau objek.

3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan

Berdasarkan Notoatmodjo (2016), ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang yaitu:

a. Pendidikan

Pendidikan ialah usaha di dalam dan di luar sekolah untuk mengembangkan karakter dan keterampilan yang bertahan seumur hidup. Pendidikan mempengaruhi proses belajar, dan semakin terpelajar seseorang, semakin mudah dia menerima informasi. Individu yang berpendidikan tinggi cenderung mendapatkan informasinya dari orang lain atau media massa. Persepsi seseorang terhadap suatu objek juga memiliki dua aspek, positif dan negatif. Kedua aspek ini akan menentukan perilaku individu tersebut kepada objek tersebut.

b. Media Massa

Informasi yang diperoleh dari pembelajaran resmi dan informal dapat berdampak jangka pendek (*immediate impact*) sehingga terjadi pergeseran atau pertumbuhan pengetahuan. Sementara media massa menjadikan penyampaian informasi sebagai tugas utamanya, ia juga menyampaikan informasi yang berisi pesan dan petunjuk. Adanya data

baru pada suatu topik memberikan landasan kognitif baru bagi pengetahuan tentang topik tersebut.

c. Sosial Budaya

Kebiasaan dan budaya yang dilakukan orang tanpa alasan, apakah hal yang mereka usahakan itu baik atau buruk. Dengan demikian, seseorang menambah ilmunya meski tanpa menerapkannya. Kondisi ekonomi seseorang juga akan menentukan tersedianya fasilitas yang dibutuhkan untuk kegiatan tertentu, sehingga kedudukan sosial ekonomi ini mempengaruhi pengetahuan seseorang.

d. Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar remaja, meliputi lingkungan fisik, biologis, dan sosial. Lingkungan mempengaruhi proses dimana remaja di lingkungan itu menyisipkan pengetahuan. Hal ini terjadi karena ada tidaknya interaksi timbal balik, masing-masing menanggapinya sebagai pengetahuan.

e. Pengalaman

Pengalaman sebagai asal muasal pengetahuan adalah cara memperoleh pengetahuan yang tepat dengan kembali mengulang pengetahuan yang diperoleh dengan memecahkan masalah yang dihadapi di masa lalu.

f. Umur

Umur mempengaruhi pemahaman dan mentalitas seseorang. Semakin tua usia orang tersebut, semakin baik pemahaman dan keterampilan.

K. Sarapan Pagi

1. Makna sarapan

Sarapan ialah suatu kegiatan makan dan minum yang dilakukan dari bangun tidur hingga jam sembilan pagi untuk memenuhi sedikit dari kebutuhan nutrisi harian (15-30% dari kebutuhan gizi) agar hidup lebih sehat, aktif dan juga produktif.

Sarapan setiap hari dapat dicapai dengan bangun tidur lebih dini, menyiapkan serta mengkonsumsi makanan dan minuman di pagi hari sebelum melakukan kegiatan sehari-hari. Sarapan dikatakan baik jika didalamnya terdapat sumber karbohidrat, lauk hewani, lauk nabati, sayur, buah dan minuman. Bagi orang yang tidak terbiasa sarapan dan jajan tengah hari, porsi makanan saat sarapan pagi sekitar sepertiga dari total makanan sehari-hari. Dan bagi mereka yang rutin sarapan dan makan siang, porsi sarapan sebenarnya adalah seperempat dari porsi makan sehari-hari (Kemenkes, 2014).

2. Keuntungan Sarapan

Sarapan menyediakan nutrisi yang dibutuhkan tubuh untuk berpikir, bertindak, dan aktif secara fisik saat bangun di pagi hari. Bagi anak-anak sekolah dasar, sarapan lengkap terbukti dapat meningkatkan fokus akademik dan daya tahan. Remaja dan orang dewasa yang cukup sarapan terbukti bisa mencegah obesitas. Membiasakan sarapan juga berarti membiasakan diri

untuk bangun pagi dan beraktivitas di pagi hari, serta menghindari makan berlebihan pada waktu ngemil atau makan siang (Kemenkes, 2014).

Sarapan memberikan kontribusi penting terhadap total asupan nutrisi harian. Sarapan akan menyumbang 25% dari total asupan nutrisi harian manusia. Ini adalah jumlah yang sangat besar. Jika kecukupan energi dan protein dalam sehari adalah 2000 kkal dan 50 gram, maka sarapan pagi menyumbang 500 kkal energi dan 12,5 gram protein. (Muchtari, 2011).

Sarapan di pagi hari merupakan hal yang paling penting karena sarapan dapat memberikan kebutuhan nutrisi bagi tubuh serta otak. Berikut beberapa manfaat sarapan bagi tubuh dan otak (Larega, 2015):

a. Menyediakan energi untuk otak

Minum teh manis saja atau makan sedikit biskuit sampai jam makan siang bukanlah sarapan. Manfaat sarapan adalah dapat meningkatkan kekuatan otak dan memudahkan konsentrasi.

b. Memperbaiki intake vitamin

Jus buah segar dianjurkan untuk sarapan karena mengandung vitamin dan mineral yang sehat. Jus alami dapat meningkatkan kadar gula darah setelah kita tidak makan di malam hari. Setelah itu, Anda bisa melanjutkan dengan sereal, nasi atau roti. Pilihan menu lainnya antara lain roti dan telur, bubur, susu, mie, pasta dan lainnya.

c. Meningkatkan memori atau daya ingat

Jika kita tidak mendapatkan cukup glukosa saat sarapan, fungsi otak atau ingatan bisa terganggu. Sarapan dapat meningkatkan memori jangka pendek dengan meningkatkan kadar gula darah dari kondisi puasa malam hari hingga bangun pagi. Orang aktif yang sarapan pagi mendapatkan kadar gula darah baru setelah puasa dari tidur, sedangkan orang yang melewatkan sarapan tidak mengonsumsi glukosa, sehingga tidak ada yang meningkatkan kadar gula darahnya. Kadar gula darah sangat penting untuk daya ingat karena merupakan jalur metabolisme utama otak (Larega, 2015).

d. Meningkatkan ketahanan terhadap stress

Survei menunjukkan bahwa anak dan remaja yang sarapan pagi mampu lebih konsentrasi dalam belajar, aktif dalam berperilaku, ceria, kooperatif, mudah berteman, dan mampu memecahkan masalah dengan baik. Sementara itu, anak yang melewatkan sarapan tidak bisa berpikir normal dan selalu terlihat malas.

L. Dampak Melewatkan Sarapan Bagi Remaja

Warga negara Indonesia khususnya pelajar masih sering melewatkan sarapan. Melewatkan sarapan dapat berdampak negatif terhadap proses belajar anak sekolah di sekolah, mengurangi aktivitas fisik, berkontribusi terhadap obesitas pada remaja dan dewasa, serta meningkatkan risiko memakan kudapan yang tidak sehat (Kemenkes, 2014).

Penelitian (Armoon & Karimy, 2019) menunjukkan bahwa kebiasaan sarapan pagi setiap hari merupakan prediktor yang signifikan terhadap kegemukan/obesitas. Sarapan pagi di rumah akan membuat Anda kenyang, jadi orang tersebut dapat mengurangi membeli jajan di luar atau kafetaria sekolah yang banyak menjual makanan cepat saji dan makanan berlemak. Anak sekolah yang tidak membawa bekal dari rumah juga 1,5 kali lebih mungkin mengalami kelebihan berat badan dan obesitas (Karki et al., 2019).

M. Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Kebiasaan Sarapan

Faktor sosial serta lingkungan sangat berpengaruh terhadap pilihan makanan dan perilaku seseorang mengenai gizi, oleh karena itu harus dipertimbangkan oleh pendidikan gizi dalam hal perencanaan program. Pengaruh lingkungan meliputi (Contento, 2011):

1. Pembangunan fisik/lingkungan

Pembangunan lingkungan mencakup seluruh aspek yang digunakan oleh manusia, termasuk produk santapan, rumah, sekolah, tempat kerja, halaman, kawasan industri, serta akses jalur raya. Pembangunan area sangat erat kaitannya dengan santapan serta kegiatan fisik sehingga sangat berakibat pada keadaan kesehatan seorang. Pembangunan fisik mencakup ketersediaan pangan serta aksesibilitasnya, pasar, tempat kerja, sekolah, rumah, serta kegiatan fisik.

2. Lingkungan sosial/Budaya

Lingkungan sosial dalam konteks budaya tidak kurang bernilai daripada area fisik. Pengaruh sosial serta penerapan budaya mempengaruhi opsi santapan serta sikap diet seseorang. Lingkungan sosial mencakup aspek ikatan sosial, praktek budaya dari keluarga asal dan kebijakan sosial.

3. Lingkungan Ekonomi

Banyak aspek dalam area ekonomi yang mempengaruhi preferensi makan serta pola makan seseorang antara lain harga santapan, pemasukan, waktu, pendidikan resmi, serta tempat belanja bahan santapan.

4. Informasi

Informasi sangat mempengaruhi pola makan serta pemilihan santapan pada masyarakat. Minimnya pengetahuan tentang gizi menimbulkan terbentuknya permasalahan gizi di masyarakat.

N. *Overweight*

1. Definisi *Overweight*

Overweight ialah kelebihan berat tubuh yang melewati batasan wajar, perihal ini bisa dilihat dari status Indeks Massa Tubuh (*IMT*) 25kilogram/ m² pada berusia serta standar deviasi *IMT*/ usia +1SD untuk umur 5- 19 tahun (Utami, 2017). Obesitas atau kelebihan berat badan adalah kondisi abnormal yang disebabkan oleh penumpukan lemak tubuh yang berlebihan, yang dapat mempengaruhi kesehatan. Jika indeks massa tubuh (*IMT*/*BMI*) antara 25 hingga 29,9 maka dianggap kelebihan berat badan. (Nurmasya, 2015).

Obesitas merupakan kondisi multifaktorial, biasanya disebabkan oleh kelebihan jaringan lemak dalam tubuh, yang dapat mempengaruhi kesehatan. Ini bisa terjadi ketika jumlah sel lemak dalam tubuh meningkat (Jihadi, 2016). Menurut (WHO, 2017), *Overweight* ialah suatu kondisi dimana seseorang memiliki berat badan lebih dari ambang batas normal, yang umumnya dapat disebabkan oleh berat otot, tulang, lemak, dan/atau air.

2. Faktor Penyebab *Overweight*

Kelebihan berat badan erat kaitannya dengan tidak seimbangnya asupan dan pengeluaran energi. Penelitian baru menunjukkan bahwa beberapa faktor penting seperti, genetika, perilaku dan fisiologi. Kenaikan berat badan yang berlebihan. Kelebihan energi ini meningkatkan ukuran dan jumlah jaringan adiposa, yang disimpan sebagai lemak dan menyebabkan penambahan berat badan, yang diperburuk oleh kurangnya aktivitas fisik dan pola makan yang buruk.

Beberapa faktor yang dapat menyebabkan seseorang kelebihan berat badan atau *overweight*, diantaranya:

a. Keturunan (Genetik)

Berbagai penelitian telah memberikan hasil yang beragam pada hubungan ini. Jika seorang anak memiliki salah satu dari kedua orang tuanya ada yang kelebihan berat badan/obesitas, maka anak tersebut memiliki presentase besar untuk mengalami kelebihan berat badan. Dari kesamaan tersebut hal ini mampu dijelaskan karena biarpun bobot fisik anak

bergantung pada berbagai aspek seperti genetik, perilaku makan dan *life style* anak (Armoon & Karimy, 2019), Tetapi faktor keturunan/genetik menyumbang 40% dari metabolisme tubuh dan Keseimbangan Energi harian (Rocha et al., 2020).

b. Aktivitas Fisik

Ketidaktifan fisik dan perilaku malas bergerak adalah faktor risiko yang dipelajari secara luas yang memungkinkan terjadinya *overweight* hingga obesitas. Sebagian besar remaja yang *overweight* hingga obesitas biasanya hanya melaksanakan aktivitas fisik kurang dari satu jam dalam jangka waktu tiga minggu (Choudhary et al., 2017). Remaja yang biasanya hanya melakukan aktivitas fisik ringan, enam kali lebih besar beresiko untuk menjadi obesitas (Mayanti & Ferinawati, 2018).

c. Lingkungan

Di artikan sebagai perilaku atau gaya hidup. Misalnya *life style* mewah dan memiliki berbagai fasilitas yang memudahkan kegiatan sehari – hari, contohnya lebih santai di rumah sambil bermain game di gawai dan berwisata dengan mobil pribadi (Jannah & Utami, 2018). Remaja yang pergi ke sekolah menggunakan mobil milik sendiri memiliki kemungkinan sebesar 3,43 kali besar untuk mengalami *overweight* bahkan obesitas (Tadesse et al., 2017).

d. Tingkat Sosial Ekonomi

Studi menunjukkan korelasi yang bermakna antara obesitas dan status sosial ekonomi dan pendapatan sehari – hari (Amoh & Brempong, 2017). Anak yang berasal dari keluarga berpenghasilan tinggi, memiliki kemungkinan empat kali lebih besar untuk mengalami obesitas dari pada anak yang berasal dari keluarga yang tidak berkecukupan, menurut sebuah studi yang dilaksanakan di Bali, Indonesia (Widyantari et al., 2018). ditemukan bahwa anak atau remaja yang berasal dari keluarga sosial ekonomi menengah atas 10 kali lebih bisa mengalami obesitas sentral (Bebenek et al., 2019).

e. Kebiasaan Mengonsumsi Junk Food & Fast Food

Jenis makanan ini adalah jenis makanan tinggi gula, tinggi lemak, tinggi garam, tinggi minyak. Remaja Tidak Berniat Mengonsumsi Makanan Ini Menumpuk Kalori dan Lemak (Agusanty, 2014).

O. Penilaian Status Gizi

Status gizi merupakan faktor tingkat individu yang secara langsung dipengaruhi oleh jenis dan jumlah makanan serta status penyakit infeksi. Dimaknai juga sebagai keadaan tubuh seorang individu atau segerombol orang yang di kategorikan dari campuran berbagai macam ukuran gizi (Supariasa et al, 2016).

Status gizi dapat dinilai dengan berbagai ukuran, tetapi hal ini bergantung pada jenis kekurangan gizi. Derajat gizi buruk seperti hubungan status gizi dengan derajat kesehatan atau penyakit tertentu dapat diketahui dari hasil penilaian status gizi. Status gizi dapat diukur dengan beberapa pengelompokan metode penilaian yakni antropometri, laboratorium, klinis, survei konsumsi pangan serta faktor ekologi (Par'i, 2017).

$$IMT = \frac{\text{Berat Badan (kg)}}{[\text{Tinggi Badan (m)}]^2}$$

Rumus Perhitungan IMT yakni:

Tabel 2.1
Klasifikasi Indeks Massa Tubuh menurut Z-Score

Klasifikasi	Z-Score
Gizi Buruk	<-3 SD
Gizi Kurang	-3 SD - <-2 SD
Gizi Baik	-2 SD - + 1 SD
Gizi lebih	+ 1 SD - + 2 SD
Obesitas	>+2 SD

Sumber: Kemenkes RI, 2020

Tabel 2.2
Klasifikasi Indeks Massa Tubuh (IMT)

Klasifikasi	IMT/U	Keterangan
Kekurangan BB tingkat berat	< 17,0	
Kekurangan BB tingkat ringan	17,0 – 18,4	Kurus
Normal	18,5 – 25,0	
Kelebihan BB tingkat ringan	25,1 – 27,0	Gemuk
Kelebihan BB tingkat berat	>27,0	

Sumber: Kemenkes RI, 2020

1. Antropometri

Antropometri merupakan suatu cara untuk mengukur tubuh manusia atau bagian dari tubuh manusia. Antropometri menggunakan dimensi tubuh sebagai sarana untuk mengevaluasi hasil status gizi. Dasar konsep yang wajib diingat ketika mengukur status gizi menggunakan antropometri ialah pertumbuhan (Par'i, 2017).

2. Laboratorium

Metode penilaian status gizi langsung pada bagian tubuh ialah metode laboratorium. Ada dua jenis pengukuran yang termasuk metode laboratorium, yaitu pengukuran uji biokimia dan pengukuran uji fungsi fisik. Pengukuran dalam uji biokimia dilakukan dengan cara mengukur nutrisi pada jaringan tubuh atau ekskresi urin dengan menggunakan peralatan laboratorium kimia. Sedangkan pengukuran uji fungsi fisik merupakan kelanjutan dari uji biokimia (Par'i, 2017).

3. Metode Klinis

Status gizi dapat diperiksa dengan pemeriksaan pendekatan klinis untuk mengidentifikasi tanda dan gejala yang berhubungan dengan malnutrisi atau malnutrisi yang dialami seseorang. Metode ini dapat dilakukan dengan berbagai metode seperti observasi, palpasi, penyelidikan riwayat kesehatan, perkusi, serta auskultasi. (Par'i, 2017).

4. SKP (Survei Konsumsi Pangan)

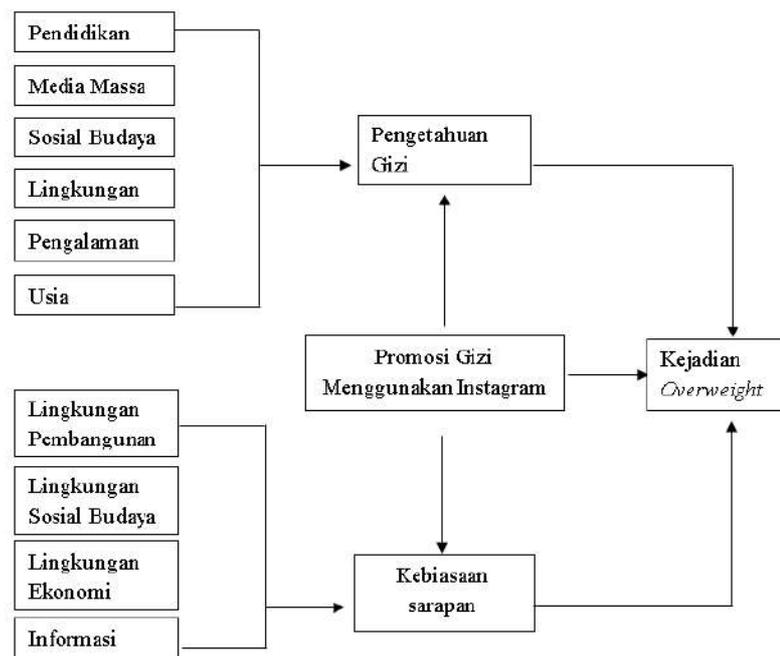
Memahami gizi dan asupan makanan serta kebiasaan dan pola makan individu, rumah tangga dan kelompok masyarakat dapat dilakukan dengan cara mengukur konsumsi makanan atau biasa dikenal dengan survei konsumsi makanan. (Par'i, 2017).

5. Faktor Ekologi

Ekologi gizi merupakan kondisi daerah yang ditinggali manusia yang membuat pertumbuhan seseorang menjadi optimal dan dapat mempengaruhi status gizinya. (Par'i, 2017).

P. Kerangka Teori

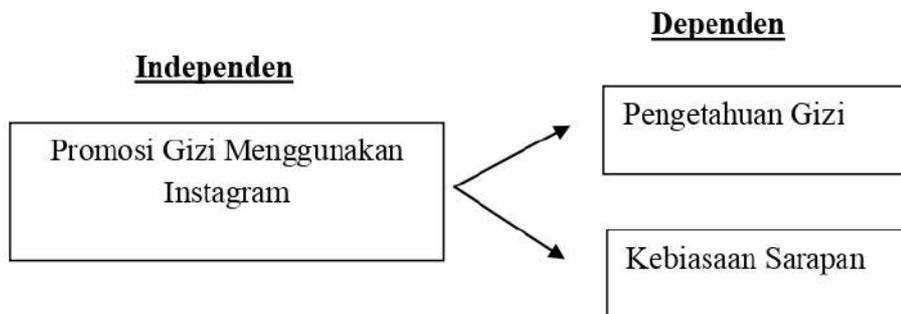
Faktor – faktor yang mempengaruhi pengetahuan gizi ialah; Pendidikan, media massa, sosial budaya, lingkungan, pengalaman dan usia. Sedangkan untuk kebiasaan sarapan dipengaruhi beberapa faktor antara lain; lingkungan pembangunan, lingkungan sosial budaya, lingkungan ekonomi dan informasi. Pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan adalah faktor yang dapat menyebabkan terjadinya *overweight*. Promosi gizi menggunakan Instagram merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan sehingga akan berpengaruh terhadap kejadian *overweight*.



Gambar 2.2 Kerangka Teori
(Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan Gizi dan Kebiasaan Sarapan dengan kejadian *Overweight*)

Sumber: Modifikasi Samriati Candra Runa (2018).

Q. Kerangka Konsep



Variabel Independen : Promosi Gizi Menggunakan Instagram

Variabel Dependen : Pengetahuan Gizi dan Kebiasaan Sarapan

Gambar 2.3 Kerangka Konsep

R. Hipotesis Penelitian

H₀₁ : Tidak ada pengaruh antara promosi gizi menggunakan Instagram terhadap pengetahuan gizi pada remaja *overweight* di SMPN 4 Samarinda.

H_{a1} : Ada pengaruh antara promosi gizi menggunakan Instagram terhadap pengetahuan gizi pada remaja *overweight* di SMPN 4 Samarinda.

H₀₂ : Tidak ada pengaruh antara promosi gizi menggunakan Instagram terhadap kebiasaan sarapan pada remaja *overweight* di SMPN 4 Samarinda.

H_{a2} : Ada pengaruh antara promosi gizi menggunakan Instagram terhadap kebiasaan sarapan pada remaja *overweight* di SMPN 4 Samarinda.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Dalam sebuah penelitian, orang yang meneliti wajib menggunakan jenis penelitian yang benar. Hal tersebut memberikan peneliti gambaran yang jelas mengenai kesulitan yang dihadapi dan cara – cara untuk menyelesaikannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif sebagai metodologinya. Metode penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai metode penelitian yang berakar pada filosofi positivis. Mereka digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu dan menggunakan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data kuantitatif/statistik. Tujuan utamanya adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya melalui analisis data tersebut. (Sugiyono,2019).

Penelitian termasuk bersifat quasi-experimental, yaitu pretest dan posttest dengan desain kelompok kontrol yang tidak setara. Desainnya hampir identik dengan desain kelompok pretest-posttest-control, kecuali pada saat pemilihan sampel kelompok eksperimen dan kontrol tidak dipilih secara acak. Dalam desain penelitian ini, kelompok eksperimen dan kontrol akan di *compare*, meskipun kelompok tersebut dipilih dan ditempatkan tanpa pemilihan acak. Kedua kelompok diberi pre-test, dilanjutkan dengan diberikan perlakuan, dan terakhir post-test (Restu, 2014).

Intervensi yang dilakukan kepada subjek penelitian meliputi dua perlakuan yaitu melalui Instagram mengenai pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan untuk perlakuan kedua peneliti menggunakan media poster mengenai pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat Pengaruh promosi gizi menggunakan media Instagram terhadap pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan pada remaja *overweight* di SMPN 4 Samarinda.

B. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi mengikuti pendapat (Sugiyono, 2019) adalah domain generalisasi yang meliputi: Objek/item dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi oleh periset dari mana kesimpulan ditarik. Penelitian dilakukan terhadap 671 siswa SMPN 4 Samarinda angkatan 2023 kelas 7 & 8.

2. Sampel

Sampel adalah komponen dari skala dan karakteristik populasi Untuk menggeneralisasi kesimpulan penelitian ke seluruh populasi, sampel harus benar-benar representatif (Sugiyono, 2012).

Penentuan jumlah sampel yang digunakan menggunakan rumus menggunakan rumus Federer untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dapat ditentukan menurut jumlah total kelompok (t) (Anggriani, 2020).

Total kelompok yang digunakan oleh peneliti berjumlah dua kelompok (Instagram dan Poster), adapun rumus Federer yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$(n-1)(t-1) \geq 15$$

Keterangan:

t : Banyak kelompok dalam jumlah penelitian

n : Besar sampel tiap kelompok

Perhitungan:

$$(n-1) \times (t-1) \geq 15$$

$$(n-1) \times (2-1) \geq 15$$

$$(n-1) \times 1 \geq 15$$

$$n - 1 \geq 15$$

$$n \geq 16$$

Peneliti mengantisipasi responden yang keluar/berhenti saat penelitian sedang berjalan, maka jumlah sampel ditambah sebanyak 10%, sehingga didapatkan keseluruhan sampel yaitu $16 + (16 \times 10\%) = 16 + 1.6 = 17.6$ (dibulatkan menjadi 18 sampel).

Jumlah total sampel sebanyak 36 sampel, untuk kelompok pertama sebanyak 18 orang dengan menggunakan Instagram (eksperimen) dan kelompok Poster (kontrol) sebanyak 18 orang. Rancangan penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 3.1

Kelompok	<i>Pretest</i>	Perlakuan	<i>Posttest</i>
E	O ₁	X ₁	O ₂
K	O ₃	X ₂	O ₄

Rancangan Penelitian

Keterangan:

E : Kelompok yang diintervensi menggunakan media eksperimen (Instagram)

K : Kelompok yang diintervensi menggunakan media kontrol (Poster)

O₁: *Pretest* kelompok yang diintervensi menggunakan media eksperimen

O₂: *Posttest* kelompok yang diintervensi menggunakan media eksperimen

O₃: *Pretest* kelompok yang diintervensi menggunakan media kontrol

O₄: *Posttest* kelompok yang diintervensi menggunakan media kontrol

X₁: Penggunaan media eksperimen (Instagram) dalam intervensi gizi

X₂: Penggunaan media kontrol (Poster) dalam intervensi gizi

3. Teknik Sampling

Jadi sampel yang digunakan saat melakukan penelitian ini sebanyak 36 orang. Sampel diambil secara *Purposive sampling*, Teknik ini *Purposive sampling* digunakan karena seringkali terdapat banyak keterbatasan yang membatasi seorang peneliti untuk mengambil sampel secara acak (*random*), sehingga dengan menggunakan teknik ini diharapkan diperoleh standar sampel yang benar-benar sesuai dengan riset yang akan dilakukan. (Muzhiroh dan Budiono, 2020).

Adapun Kriteria pengambilan sampel antara lain:

a. Kriteria Inklusi

- 1) Siswa-siswi yang bersedia menjadi responden.
- 2) Siswa-siswi yang menggunakan media sosial Instagram.
- 3) Siswa-siswi dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.
- 4) Siswa-siswi kelas VII & VIII.
- 5) Siswa-siswi yang *overweight*.

b. Kriteria Eksklusi

- 1) Siswa-siswi tidak bersedia menjadi responden.
- 2) Siswa-siswi yang tidak menggunakan Instagram. (untuk sampel kelompok eksperimen)

C. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini terlaksana pada tanggal 7 Februari – 1 Maret 2023 di SMPN 4 Samarinda.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini lakukan di SMPN 4 Samarinda.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu yang digunakan dalam bentuk atribut, karakteristik, atau pengukuran, khusus untuk atau berasal dari studi mengenai makna konsep spesifik (Nursalam, 2017). Dalam penelitian ini variabel-variabel yang ada antara lain:

1. Variabel bebas (Independen)

Dalam penelitian ini variabel independen adalah promosi gizi menggunakan Instagram (eksperimen) dan Poster (kontrol).

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel dependen adalah variabel hasil atau efek. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah pengetahuan gizi, dan kebiasaan sarapan.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah pernyataan lengkap tentang variabel atau konsep apa yang harus diamati dan diukur untuk memverifikasi kelengkapan. Objek yang dibuat sketsa di penjelajah ditemukan dengan berbagai definisi fungsional (Sugiarto, 2016). Adapun materi yang terdapat di dalam konten yang akan diupload di media sosial instagram yakni:

1. Materi Pengetahuan Gizi

- a. Pengertian gizi
- b. Pedoman gizi seimbang
- c. Pengelompokan zat gizi
- d. Biasakan makan pagi
- e. Anjuran mengkonsumsi zat gizi spesifik setiap hari
- f. Pentingnya aktivitas fisik

2. Materi Kebiasaan Sarapan

- a. Pengertian sarapan pagi
- b. Manfaat sarapan pagi
- c. Tempat sarapan yang baik
- d. Waktu yang baik untuk sarapan
- e. Pemilihan menu sarapan yang baik

f. Dampak jika melewatkan sarapan

Tabel 3.2
Definisi Operasional Penelitian Pengaruh Promosi Gizi
Menggunakan Media Instagram Terhadap Pengetahuan Gizi dan
Kebiasaan Sarapan Pada Remaja *Overweight* di SMPN 4
Samarinda

1	Variabel	: Pengetahuan gizi
	Definisi	: Pengetahuan siswa-siswi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan gizi yang diukur menggunakan kuesioner pengetahuan gizi.
	Alat Ukur	: Kuesioner pengetahuan gizi
	Hasil Ukur	: Numerik
	Skala	: Rasio
2.	Variabel	: Kebiasaan Sarapan
	Definisi	: Praktek sarapan pagi yang dilakukan oleh siswa-siswi SMPN 4 Samarinda yang diukur dengan frekuensi sarapan siswa – siswi
	Alat Ukur	: Metode <i>Polling</i> menggunakan media <i>Powerpoint</i>
	Hasil Ukur	: a. 5 – 7 kali seminggu b. 3 – 4 kali seminggu c. <3 kali seminggu
	Skala	: Ordinal
3.	Variabel	: Asupan Sarapan
	Definisi	: Asupan sarapan pagi yang dilakukan oleh siswa-siswi SMPN 4 Samarinda yang diukur dengan kuesioner <i>SQ</i> –

	<i>FFQ.</i>
Alat Ukur	: Kuesioner semi kuantitatif food frequency
Hasil Ukur	: Numerik
Skala	: Rasio

4.	Variabel	: <i>Overweight</i>
	Definisi	: <i>Overweight</i> merupakan kondisi berat badan seseorang yang melebihi berat badan normal yang pada umumnya dapat berasal dari berat otot, tulang, lemak dan atau air (Husain et al., 2015)
	Alat Ukur	: IMT (Indeks Massa Tubuh)
	Hasil Ukur	: <ol style="list-style-type: none"> a. Gizi buruk jika IMT/U: <-3 SD b. Gizi kurang jika IMT/U: -3 SD – <- 2 SD c. Gizi baik jika IMT/U: -2 SD - +1 SD d. Gizi lebih/<i>Overweight</i> jika IMT/U: +1- +2 SD e. Obesitas jika IMT/U: >+2 SD
	Skala	: Ordinal

5.	Variabel	: Penggunaan Instagram
	Definisi	: Suatu kegiatan yang meliputi perhatian, durasi, frekuensi dan sikap siswa-siswi ketika menggunakan aplikasi instagram. Penggunaan Instagram diukur menggunakan kuesioner untuk melihat tinggi (sering) atau rendahnya (jarang) penggunaan Instagram di kalangan siswa-siswi SMPN 4 Samarinda.
	Alat Ukur	: Lembar kuesioner penggunaan Instagram

Hasil Ukur	:	a. 55 – 77: Rendah b. 78 – 99: Tinggi (Mayvita Innani Taqwa, 2018).
Skala	:	Ordinal

6. Variabel	:	Terpaan pesan promosi gizi dari akun Instagram (@calon.ahligizi)
Definisi	:	Informasi mengenai seberapa besar pengaruh media Instagram dalam memberikan promosi mengenai pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan yang diperoleh siswa-siswi baik dengan cara melihat, mendengar atau membaca pesan
Alat Ukur	:	Kuesioner terpaan pesan promosi gizi dari akun Instagram (@calon.ahligizi)
Hasil Ukur	:	a. Tinggi (Maximum): 36 b. Rendah (Minimum): 19 (Arighi. 2020).
Skala	:	Ordinal

7. Variabel	:	Pemanfaatan media poster
Definisi	:	Informasi mengenai seberapa besar pengaruh media poster sebagai media untuk menyampaikan promosi mengenai pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan yang diberikan kepada para siswa-siswi .
Alat Ukur	:	Kuesioner pemanfaatan media poster

Hasil Ukur	:	a. 96,17 – 100: Baik sekali
		b. 86,61 – 96,16: Baik
		c. 77,44 – 86,80: Sedang
		d. 68,08 – 77,43: Jelek

(Uhm, 2017)

Skala : Ordinal

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan yakni timbangan dan microtoise untuk mengetahui data antropometri.

Penggunaan instagram menggunakan kuesioner adaptasi intensitas mengakses instagram oleh (Rahma, 2018). Kuesioner intensitas mengakses instagram ini digunakan untuk mengetahui durasi, frekuensi, perhatian dan penghayatan dalam menggunakan instagram. Kuesioner telah dilakukan uji validitas dan reabilitas dengan jumlah item pernyataan 28 item. Skala yang digunakan untuk menguji variabel ini adalah model skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan tanggapan individu atau kelompok terhadap fenomena sosial (Setiawati, 2020).

Kuesioner pengetahuan gizi menggunakan kuesioner yang dibuat oleh Nuryani (2019) dan Rosdianti (2016). Peningkatan Pengetahuan Perihal Pedoman Gizi Berhubungan Positif Dengan Perilaku Makan Sehat (Kolodinsky et al, 2007). Kurangnya pengetahuan gizi akan mempengaruhi tindakan dan perilaku remaja terhadap gizi seimbang. Tingkat pengetahuan yang rendah dapat mempengaruhi kapabilitas seseorang dalam menerapkan informasi gizi dalam kehidupan sehari-

hari. Peningkatan pengetahuan gizi akan berkaitan dengan tindakan dan perilaku gizi pada remaja (Patimah et al, 2016).

Kebiasaan sarapan diukur dengan *polling* yang dilakukan oleh peneliti pada saat penelitian berlangsung menggunakan *Powerpoint* sebagai medianya. Kuesioner asupan sarapan memakai Frekuensi makanan semikuantitatif (SQ – FFQ) adalah metode untuk menggambarkan kebiasaan asupan nutrisi seseorang pada waktu tertentu. Metode ini identik dalam bentuk dan metode dengan metode frekuensi makanan. Yang membedakan hanyalah asupan atau porsi masing-masing makanan dalam kurun waktu tertentu, seperti harian, mingguan, dan bulanan. Selain itu, SQ-FFQ juga dapat mengecek asupan nutrisi tersebut secara detail.

Kuesioner Terpaan pesan pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan dari akun Instagram (@calon.ahligizi). Pengaruh terpaan informasi dalam komunikasi massa dapat dikatakan efektif jika hubungan antara pengguna media dengan media yang digunakan besar (Arighi. 2020).

Hubungan yang dimaksud di sini merujuk pada seberapa sering pengguna menggunakan media Instagram, berapa lama pengguna menggunakan Instagram, dan seberapa sering pengguna menggunakan Instagram. Terpaan pesan Pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan dari akun Instagram (@calon.ahligizi) merupakan seberapa besar informasi mengenai pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan yang diperoleh oleh responden dari media Instagram baik dengan cara melihat, mendengar atau membaca pesan berdasarkan:

1. Durasi atau jumlah waktu seseorang menggunakan media tersebut
 Lamanya sampel menyaksikan atau mengakses unggahan di akun Instagram (@calon.ahligizi) dalam pengaksesan unggahan.
2. Frekuensi atau tingkat keseringan mengakses media
 Responden yang menerima unggahan konten dakwah dari akun Instagram @Taqwart sehari sekali selama lima hari berturut-turut (Arighi, 2020).
 Oleh karena itu peneliti memutuskan untuk melakukan perlakuan yang serupa dengan memunggah sebanyak satu kali unggah setiap hari.
3. Intensitas perhatian dalam mengakses media
 Tingkat perhatian responden saat membaca postingan yang diunggah oleh akun Instagram (@calon.ahligizi) Meliputi penerapan responden saat membaca, pemahaman responden saat membaca konten yang diunggah, dan partisipasi responden saat konten diunggah.

G. Uji Validitas dan Realibilitas

Uji validitas dipakai agar bisa menilai keefektifan kuesioner. Kuesioner bisa dikatakan valid apabila berisi pernyataan-pernyataan yang mengutarakan segala sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Muzhiroh & Budiono, 2020).

1. Kuesioner Intensitas Penggunaan Instagram

Setelah dilakukan uji validitas pada kuesioner Intensitas Penggunaan Instagram oleh Aulia Nur Rahma didapatkan hasil uji validitas $0,565 < p - \text{value } 0,05$ (Valid).

2. Kuesioner pengetahuan gizi

Untuk kuesioner pengetahuan gizi, peneliti menggabungkan dua kuesioner yang sudah teruji validitasnya, setelah dilakukan uji validitas pada kuesioner pengetahuan gizi Rosdianti (2016) dengan ketelitian 0,05 didapatkan hasil pada variabel pengetahuan terdapat 5 pertanyaan yang valid dari 10 pertanyaan yang ada dengan pertanyaan yang dinyatakan tidak valid yaitu nomor 3,6,7,8,10. Oleh karena itu peneliti memutuskan untuk memakai satu nomor saja. Kuesioner pengetahuan gizi kedua yang di pakai oleh peneliti adalah kuesioner milik Nuryani (2019), kebenaran kuesioner dianalisis dengan menggunakan koefisien hubungan pearson pengetahuan gizi seimbang sebesar 21 pertanyaan yang berkaitan dengan PUGS (pedoman gizi seimbang), namun 2 soal tidak bisa di pakai karena nilai r lebih kecil dari 0,333 (r tabel), yang artinya hanya ada 19 soal yang dianggap valid, peneliti mencampurkan dua kuesioner tersebut dan dibuat menjadi satu kuesioner yang berisi 20 soal pilihan ganda.

3. Kuesioner terpaan pesan promosi mengenai pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan dari akun Instagram (@calon.ahligizi).

Butir soal pada alat kuesioner berisi sembilan pertanyaan yang terbagi menjadi tiga pertanyaan pemaparan informasi yaitu frekuensi, durasi dan intensitas. Frekuensi dua soal, Durasi dua soal, Intensitas lima soal (Arighi, 2020). Dihitung dengan SPSS, signifikansinya adalah 0,05, dan informasi

total nilai urutan N 100 pada tabel r adalah 0,1638, sehingga $0,1638 > 0,05$, dapat dinilai bahwa kuesioner itu valid.

4. Kuesioner pemanfaatan media poster

Pertanyaan yang tidak valid tidak akan digunakan untuk penelitian dan pertanyaan yang valid akan digunakan pada saat penelitian (Uhum, 2017). Dari hasil tes soal yang sudah dilakukan, jumlah responden tes kategori III adalah $N = 45$, dengan taraf signifikansi 5%, $r_{tabel} = 0,294$, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (r_{hitung} lebih besar dari 0,294) hasilnya adalah 5 pertanyaan tidak valid dan 20 pertanyaan valid.

Uji reliabilitas merupakan indikator keandalan alat ukur (Notoatmodjo, 2012). Uji reliabilitas dilakukan menurut interval konsistensi, yaitu instrumen dicoba sekali saja, kemudian hasil yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik tertentu. Untuk menguji reliabilitas kuesioner digunakan rumus koefisien reliabilitas Alpha Cronbach (Sugiyono, 2007).

1. Kuesioner intensitas penggunaan Instagram

Uji reabilitas data penggunaan instagram oleh Aulia Nur Rahma (2018) mendapatkan hasil Cronbach Alpha yaitu 0,722.

2. Kuesioner pengetahuan gizi

Uji realibilitas kuesioner pengetahuan gizi oleh Rosdianti (2016) didapatkan hasil pada variabel praktek didapat Alpha Cronbach sebesar 0,584 dan uji realibilitas kuesioner pengetahuan gizi oleh Nuryani (2019)

menggunakan nilai cronbach's α dan test – retest reliability. Hasil analisis pada pengetahuan gizi seimbang didapatkan nilai cronbach's $\alpha = 0,687$.

3. Kuesioner terpaan pesan promosi mengenai pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan dari akun Instagram (X).

N item adalah jumlah item soal, yaitu sebanyak 9 item dengan nilai Cronbach's Alpha 0,783. Dari sini dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha adalah $0,783 > 0,1638$, dan dapat disimpulkan bahwa 9 item kuesioner adalah reliabel atau konsisten.. (Arighi, 2020).

4. Kuesioner pemanfaatan media poster

Dari hasil perhitungan reliabilitas soal angket pemanfaatan media poster diperoleh rhitung = 0,832 dengan taraf signifikan 5%, diperoleh rtabel 0,294 (Reliabel).

H. Teknik Pengambilan Data

Teknik Pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer diperoleh melalui survei antropometri dan kuesioner. Data primer berupa jawaban kuesioner yang diberikan oleh responden selama masa penelitian dan data antropometri berat dan tinggi badan responden. Pengumpulan data dilakukan di lokasi penelitian yaitu SMPN 4 Samarinda yang sebelumnya telah melalui prosedur sebagai berikut:

- a. Minggu pertama di hari pertama penelitian, peneliti menghitung antropometri siswa (BB dan TB).

- b. Menjelaskan tujuan dan manfaat penelitian yang sedang berlangsung kepada responden.
- c. Membagikan naskah penjelasan dan lembar persetujuan responden, serta membagikan kuesioner tentang intensitas penggunaan Instagram, diisi oleh siswa-siswi hingga lengkap selama 15 menit.
- d. Melakukan wawancara mengenai asupan sarapan dan frekuensi sarapan dibantu dengan kuesioner *SQ – FFQ*.
- e. Setelah itu peneliti menghitung hasil antropometri dan dua kuesioner tersebut.
- f. Untuk calon responden yang perhitungan indeks massa tubuhnya *Overweight* dan hasil kuesioner intensitas penggunaan Instagramnya tinggi akan menjadi responden kelompok eksperimen (Instagram), walaupun demikian peneliti mengambil dua responden dengan intensitas penggunaan Instagram yang rendah karena keterbatasan calon responden yang tersedia.
- g. Untuk calon responden yang perhitungan indeks massa tubuhnya *Overweight* dan tidak menggunakan Instagram, maka akan menjadi kelompok kontrol (Poster).
- h. Setelah responden kelompok eksperimen dan kontrol sudah didapatkan, peneliti mengarahkan responden untuk masuk ke *Whatsapp* grup masing masing kelompok agar peneliti dapat memberikan informasi mengenai jalannya penelitian di *Whatsapp* grup tersebut.

- i. Minggu kedua di hari pertama penelitian, peneliti membagikan kuesioner *pretest* tentang pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan kepada masing-masing siswa-siswi yang menjadi responden, lalu dituntun untuk tata cara pengisiannya satu per satu.
- j. *Pretest* dilakukan selama 15 menit.
- k. *Pretest* dilakukan dengan cara menggunakan slide share dengan aplikasi *microsoft powerpoint* yang ditampilkan melalui LCD Proyektor.
- l. Setelah *pretest* selesai, peneliti akan melaksanakan *polling* dengan menampilkan *powerpoint* mengenai kebiasaan sarapan selama satu minggu, dan meminta responden untuk mengangkat tangan pada saat *polling* sedang dilaksanakan, dan peneliti mencatat hasil *polling* tersebut.
- m. Dilakukan intervensi sesuai kelompok masing – masing di minggu kedua, untuk kelompok kontrol (Poster) dilakukan pemasangan poster di masing sekolah. Untuk kelompok eksperimen (Instragram), dalam satu minggu dilakukan intervensi dengan memunggah konten di akun Instagram (@calon.ahligizi) sebanyak satu kali sehari dalam kurun waktu satu minggu.
- n. Sebelum mengirim unggahan yang pertama, Peneliti akan menginstruksikan responden untuk menyalakan postingan notifikasi dari akun Instagram (@calon.ahligizi), hal ini dilakukan agar setiap unggahan baru yang dilakukan oleh akun ini akan langsung muncul di layar smartphome, guna memberi kemudahan responden untuk mengakses

unggahan pesan promosi gizi serta agar peneliti tau jika siswa-siswi sudah membuka unggahan, siswa-siswi akan diarahkan untuk memberi *like* dan *Comment* di setiap unggahan yang di *upload*.

- o. *Post-test* diberikan di hari terakhir penelitian setelah kedua kelompok di berikan intervensi menurut kelompok mereka masing – masing dan akan diberikan tambahan kuesioner untuk kedua kelompok mengenai terpaan pesan Instagram dan pemanfaatan Poster.
- p. Setelah diisi, kuesioner dikumpulkan ke peneliti.
- q. Peneliti melakukan *polling* mengenai kebiasaan sarapan pada responden masing – masing kelompok setelah dilakukan intervensi, dan *polling* dilaksanakan di *Whatsapp* grup masing – masing kelompok.

I. Teknik Analisa Data

1. Teknik Pengolahan Data

a. Editing

Data yang telah diambil dengan mengoreksi kelengkapan dan kejelasan formulir karakteristik subjek. Jika ada kesalahan yang ditemukan, konfirmasi dilakukan untuk mendapatkan data yang sebenarnya.

b. Scoring

1) Pengetahuan gizi

Kuesioner mengenai pengetahuan gizi seimbang berbentuk *multiple choice*, mengonversikan 1 jawaban betul menjadi skor 1 dan 0 untuk

jawaban tidak betul.

2) Penggunaan Instagram

Proses penentuan skor jawaban responden berdasarkan variabel penggunaan Instagram dilakukan dengan pengelompokan dan tingkatan. Perhitungan skor dilakukan dengan menggunakan skala Likert dengan dua jenis pernyataan sikap. Dengan kata lain, elemen yang mendukung, atau menampilkan atribut diukur dari isinya. Merugikan adalah elemen yang tidak mendukung kontennya atau menggambarkan sifat terukur apa pun.

Adapun pengukuran skala likert sebagai berikut:

a) Favorable meliputi:

- (1) 4 poin untuk jawaban **sangat setuju**
- (2) 3 poin untuk jawaban **Setuju**
- (3) 2 poin untuk jawaban **tidak setuju**
- (4) 1 poin untuk jawaban **Sangat Tidak Setuju**

b) Unfavorable meliputi:

- (1) Poin 1 untuk jawaban **sangat setuju**
- (2) Poin 2 untuk jawaban **setuju**
- (3) Poin 3 untuk jawaban **tidak setuju**
- (4) Poin 4 untuk jawaban **sangat tidak setuju**

Pada masing-masing kuesioner, skoring skala likert dapat ditentukan dengan rumus berikut, yang artinya, jumlah hasil yang diperoleh dikalikan dengan skala likert penelitian:

- (1) Skor maksimum = Skor tertinggi x jumlah item kuesioner
- (2) Skor minimum = Skor terendah x jumlah item kuesioner
- 3) Terpaan pesan promosi mengenai pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan dari akun Instagram (X).

Pada kuesioner berisi Sembilan pertanyaan guna mengukur terpaan yang dialami responden dari akun Instagram (@calon.ahligizi) dengan menggunakan skala likert yang dibagi mejadi tiga perkara (Durasi, Frekuensi, Intensitas).

Adapun pengukuran skala likert sebagai berikut:

- (1) 4 poin untuk jawaban **sangat setuju**
- (2) 3 poin untuk jawaban **Setuju**
- (3) 2 poin untuk jawaban **tidak setuju**
- (4) 1 poin untuk jawaban **Sangat Tidak Setuju**
- 4) Pemanfaatan media poster

Pada kuesioner berisi 20 pertanyaan valid dengan kriteria pedoman dalam penilaian kuesioner sebagai berikut:

- (1) A: 4 poin
- (2) B: 3 poin
- (3) C: 2 poin
- (4) D: 1 poin

2. Coding

Coding adalah memberikan kode berupa angka untuk setiap jawaban yang telah diberikan oleh responden untuk memudahkan dalam menganalisis data, antara lain:

(1) Frekuensi Sarapan:

- a) 5 – 7 kali sarapan dalam seminggu: Kode 1
- b) 3 – 4 kali sarapan dalam seminggu: Kode 2
- c) <3 kali sarapan dalam seminggu : Kode 3

(2) Penggunaan Instagram:

- a) Tinggi, apabila nilai yang diperoleh **78 – 99**: Kode 1
- b) Rendah, apabila nilai yang diperoleh **55 – 77**: Kode 2

(3) Terpaan pesan promosi mengenai pengetahuan gizi dan kebiasaan

sarapan dari akun Instagram (@calon.ahligizi).

- a) Tinggi (Maximum), apabila diperoleh **36**: Kode 1
- b) Rendah (Minimum), apabila diperoleh **>19**: Kode 2

(4) Pemanfaatan media poster

- a) Baik sekali apabila nilai yang diperoleh **96,17 – 100**: Kode 1
- b) Baik apabila nilai yang diperoleh **86,61 – 96,16**: Kode 2
- c) Sedang apabila nilai yang diperoleh **77,44 – 86,80**: Kode 3
- d) Jelek apabila nilai yang diperoleh **68,08 – 77,43**: Kode 4

(Ulum, 2017)

3. Memasukan Data

Data dimasukan ke dalam komputer. Data ini merupakan hasil pengumpulan data yang diperoleh dalam bentuk kode-kode (angka atau huruf).

- a. Terdapat tampilan data pada aplikasi SPSS
- b. Pada kolom Data View isi nilai hasil kuesioner untuk variabel bebas dan terikat.
- c. Pada kolom variabel view terdapat kolom nama
- d. Kolom nama depan bernama "Kinerja"
- e. Kemudian ubah koma desimal menjadi 0
- f. Ubah kolom ukuran menjadi nilai nominal
- g. Setelah itu, klik *Analyze*, lalu pilih *Deskriptive Statistics* dan pilih *Explore*.
- h. Langkah selanjutnya dilanjutkan dengan menangani variabel dependen
- i. Pembersihan data (*cleaning*)

Setelah memasukkan semua data dari setiap sumber data, peneliti harus memeriksa ulang kesalahan pengkodean, ketidaklengkapan, dan lain-lain serta melakukan koreksi.

4. Analisis data

Peneliti menggunakan Ms. Excel 2013 untuk mengolah data, Analisis data penelitian ini menggunakan analisis statistik dan data IMT diinput menggunakan WHO Antroplus (Z-Score) dan Nutrisurvey.

5. Analisis Univariat

Analisis univariat adalah analisis masing-masing variabel pada setiap hasil riset untuk menghasilkan distribusi frekuensi dan persentase masing-masing variabel. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mendeskripsikan atau menjelaskan setiap variabel yang diteliti. Pada penelitian ini, untuk menguji normalitas data yang diperoleh dengan menggunakan uji Shapiro-Wilk, uji Shapiro-Wilk biasanya digunakan untuk sampel kecil. (Ine Rahayu Purnamaningsih, 2021), dan setelah dilakukan uji normalitas maka peneliti juga akan melakukan uji homogenitas, dan uji homogenitas yang digunakan peneliti adalah uji Levene. Analisis Bivariat

Analisis bivariat digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh promosi gizi menggunakan media Instagram terhadap pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan pada remaja *Overweight* di SMPN 4 Samarinda. Analisis bivariat dilakukan untuk mengetahui ada tidak efektivitas yang signifikan antara variabel bebas yaitu promosi Gizi Menggunakan Instagram (Eksperimen) & Poster (Kontrol) dengan variabel terikat yaitu Pengetahuan Gizi dan Kebiasaan Sarapan sebelum dan sesudah diberikan promosi gizi pada remaja di SMPN 4 Samarinda.

Untuk menguji hipotesis tersebut, peneliti melakukan uji normalitas dan homogenitas, peneliti menggunakan uji *Paired sample t – test* untuk membandingkan nilai tengah suatu variabel dari dua data berpasangan pada data yang berdistribusi normal dan homogen, sedangkan pada data yang

berskala ordinal dan tidak berdistribusi normal peneliti menggunakan uji *Wilcoxon*.

Untuk menguji adanya perbedaan antara kelompok eksperimen dan kontrol menggunakan uji *Independent t – test* dan juga *Mann – Whitney U*.

J. Etika Penelitian

Saat melakukan penelitian ini, peneliti memohon izin kepada pihak Ketua Prodi DIV Gizi dan Dietetika Poltekkes Kemenkes Kaltim dan mendapat izin dari Komisi Etik Poltekkes Kemenkes Kaltim. Data penelitian diambil setelah peneliti mendapat izin dari kepala sekolah SMP Negeri 4 Samarinda.

Secara umum, penelitian harus mengikuti 4 prinsip (Riyanto, 2011) yakni:

1. Menghormati martabat manusia (*respect for human dignity*)

Peneliti perlu memikirkan hak subjek yang diteliti untuk memperoleh informasi tentang alasan peneliti melaksanakan penelitian, peneliti juga berhak memberikan kebebasan kepada subjek penelitian untuk membagikan atau tidak membagikan informasi. Untuk menunjukkan bahwa peneliti menghargai martabat subjek yang diteliti, maka peneliti harus menyediakan (*informed consent*).

2. Menghargai privasi dan rahasia subjek penelitian (*respect for privacy and confidentiality*)

Individu tertentu memiliki hak pribadi yang mendasar, termasuk kerahasiaan dan hak untuk memberikan informasi. Setiap individu memiliki hak untuk tidak memberi tahu orang lain mengenai suatu informasi. Oleh

karena itu, peneliti dilarang untuk membeberkan informasi tentang identitas dan kerahasiaan subjek. Peneliti hanya menggunakan kode angka dan huruf sebagai pengganti identitas responden.

3. Keadilan dan inklusivitas (respect for justice and inclusiveness)

Etika kewajaran dan keterbukaan menuntut peneliti untuk menjaganya dengan sikap jujur, terbuka, dan bijaksana. Oleh karena itu, lingkungan tempat yang diteliti perlu disesuaikan agar prinsip keterbukaan terpenuhi, yaitu interpretasi terhadap tata cara melakukan penelitian. Prinsip keadilan mengharuskan subjek penelitian mendapatkan perlakuan yang adil.

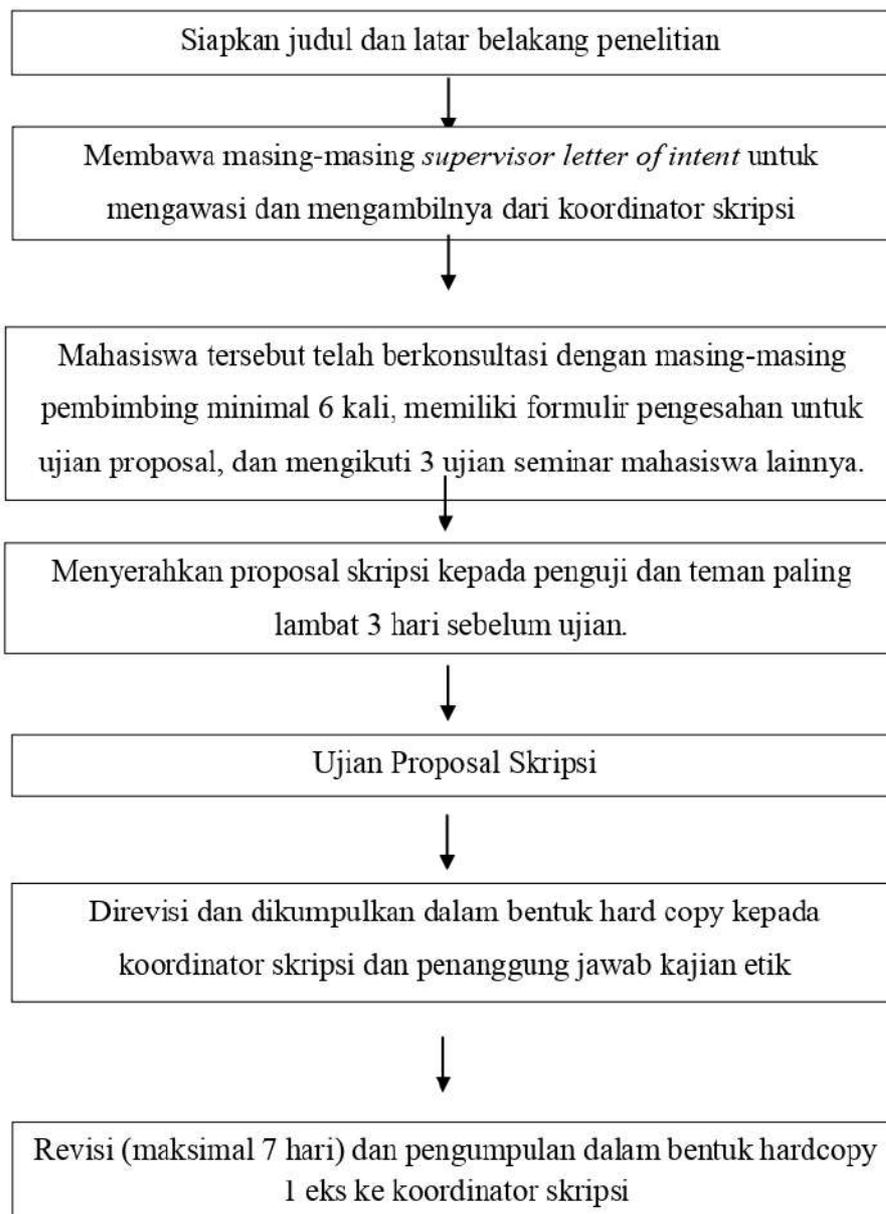
4. Mengkalkulasikan kerugian dan manfaat yang didapatkan (*balancing harms and benefits*)

Penelitian yang dilakukan harus memberi manfaat yang sebesar-besarnya bagi khalayak ramai, dan bagi subjek yang diteliti pada khususnya. Peneliti harus mengurangi efek buruk pada subjek. Dengan berpegang pada prinsip dasar sebuah penelitian, maka penelitian apapun yang dijalankan oleh siapa saja, termasuk peneliti kesehatan, harus:

- a. Ikuti prinsip-prinsip ilmiah, mengikuti hati nurani, moralitas, jujur, bebas serta bertanggung jawab.
- b. Usaha untuk mencapai martabat, ilmu pengetahuan, dan kesejahteraan peradaban manusia, serta menghindari kerugian terhadap subjek penelitian atau masyarakat secara keseluruhan.

K. Jalannya Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti telah melalui beberapa tahapan yang dilakukan ketika akan melakukan penelitian. Berikut adalah rincian tahapan yang telah dilakukan peneliti dalam jalannya penelitian ini:



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pada bulan Januari 1977, SMP Negeri 4 Samarinda memulai proses penerimaan siswa baru. Pada awalnya, sesi belajar dilakukan di ruang kelas Universitas (UNTAG) pada 17 Agustus. Setahun kemudian, SMP Negeri 4 memperoleh bangunan sendiri yang terletak di Jalan Ir. H. Juanda, Desa Air Putih, Kecamatan Ulu, Samarinda. Pada 16 Januari 1978, gedung ini diresmikan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Daud Yusuf.

Pada bulan Ramadan tahun 1990, SMP Negeri 4 dilanda kebakaran dan hampir seluruh bangunannya hangus terbakar, sehingga untuk sementara kegiatan pembelajaran dilaksanakan di Gedung SPG Jalan Banggeris, dan Pada tahun 1994, SMP Negeri 4 pindah lagi untuk mendirikan gedung sekolah sendiri. Sekolah membangun fasilitas pengajaran baru di Jl. Ir.H.Juanda RT. 17 No.14, Arung, Kec. Samarinda Ulu, Kota Samarinda yang masih berdiri hingga saat ini. Luas tanah SMPN 4 Samarinda adalah 10.127 M², menampung total 32 ruang kelas, 1 laboratorium, 1 perpustakaan, dan 1 pusat kesehatan siswa. Saat ini SMPN 4 Samarinda menganut kurikulum 2013 untuk tingkat SMP. Untuk tahun ajaran 2022-2023, jumlah guru yang dipekerjakan sebanyak 61 orang, dan populasi siswa terdiri dari 1.015 orang, dengan 488 anak laki-laki dan 534 anak perempuan.

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Karakteristik sampel penelitian meliputi siswa-siswi yang dibagi ke dalam dua kelompok yaitu kelompok Instagram dan kelompok poster yang di dalamnya terdiri dari; jenis kelamin, umur, kelas dan status gizi. Distribusi sampel berdasarkan karakteristik tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.1
Distribusi Responden Berdasarkan Karakteristik dan Kelompok
Media Promosi Gizi Pada Siswa – Siswi di SMPN 4 Samarinda
Tahun 2023

Karakteristik	Kelompok				Total	
	Eksperimen		Kontrol		n	%
	n	%	n	%		
Jenis Kelamin						
Laki – Laki	3	17	15	83	18	50
Perempuan	15	83	3	17	18	50
Umur						
12	2	11,1	6	33,3	8	22,2
13	11	61,1	12	66,7	23	63,9
14	5	27,8	0	0	5	13,9
Kelas						
7	12	66,7	13	72,2	25	69,45
8	6	33,3	5	27,8	11	30,55
Status Gizi						
Overweight	15	78	14	77,8	29	77,9
Obesitas	3	22	4	22,2	7	22,1

Berdasarkan tabel 4.1 yang didapatkan dari 36 responden, dapat dilihat bahwa pada kedua kelompok promosi gizi memiliki perbedaan yang signifikan pada jenis kelamin, untuk kelompok eksperimen mayoritas respondennya berjenis kelamin perempuan yaitu sebesar 83% (15 orang) sedangkan kelompok kontrol

mayoritas respondennya berjenis kelamin laki – laki yaitu sebesar 83% (15 orang) dan dapat dilihat mayoritas umur pada kedua kelompok sama yaitu pada umur 13 tahun, dengan kelompok eksperimen sebesar 61,1% (11 orang) dan kelompok kontrol sebesar 66,7% (12 orang), rata – rata kelas responden pada kedua kelompok juga sama yaitu banyak yang masih berada di kelas 7, dengan kelompok eksperimen sebesar 66,7% (12 orang) dan kontrol sebesar 72,2% (13 orang). Untuk status gizi dari kedua kelompok diketahui mayoritas berstatus gizi Overweight, dengan kelompok eksperimen sebesar 78% (15 orang) dan kelompok kontrol sebesar 77,8% (14 orang).

2. Uji Univariat

a. Rata – rata tingkat pengetahuan gizi kelompok eksperimen

Tabel 4.2
Rata – Rata Tingkat Pengetahuan Gizi Kelompok Eksperimen

Pengetahuan	n	Mean
Sebelum Intervensi	18	47,50
Sesudah Intervensi	18	60,56
Total	18	

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui rata – rata pengetahuan responden kelompok eksperimen sebelum dilakukan intervensi adalah sebesar 47,50 poin, dan setelah dilakukan intervensi pengetahuan gizi responden meningkat menjadi sebesar 60,56 poin yang artinya terdapat peningkatan sebesar 13,05 poin.

b. Rata – rata tingkat pengetahuan gizi kelompok kontrol

Tabel 4.3
Rata – Rata Tingkat Pengetahuan Gizi Kelompok Kontrol

Pengetahuan	n	Mean
Sebelum Intervensi	18	48,06
Sesudah Intervensi	18	53,61
Total	18	

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui rata – rata pengetahuan responden kelompok kontrol sebelum dilakukan intervensi adalah sebesar 48,06 poin, dan setelah dilakukan intervensi pengetahuan gizi responden meningkat menjadi sebesar 53,61 poin yang artinya terdapat peningkatan sebesar 5,01 poin.

c. Kebiasaan sarapan kelompok eksperimen

Tabel 4.4
Kebiasaan Sarapan Pada Kelompok Eksperimen

Kebiasaan Sarapan	Intervensi				n Total	% Total
	Sebelum		Sesudah			
	n	%	n	%		
5 – 7 Kali Seminggu	2	11,1	5	27,8	7	19,45
3 – 4 Kali Seminggu	14	77,8	11	61,1	25	69,45
<3 Kali Seminggu	2	11,1	2	11,1	4	11,1
Total	18	100%	18	100%	36	100%

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat sebelum dilakukan intervensi, mayoritas frekuensi sarapan pada kelompok eksperimen adalah 3 – 4 kali sarapan dalam seminggu sebesar 77,8% (14 responden), diikuti dengan frekuensi sarapan sebanyak 5 – 7 kali seminggu dan <3 kali seminggu, dengan

masing – masing persentase sebesar 11,1% (2 responden). Setelah dilakukan intervensi, responden dengan frekuensi sarapan sebanyak 3 – 4 kali dalam seminggu menurun menjadi 61,1% (11 responden) dan terdapat kenaikan pada responden dengan frekuensi sarapan 5 – 7 kali dalam seminggu sebesar 27,8% (5 responden), dan pada responden dengan frekuensi sarapan <3 kali dalam seminggu masih dengan persentase yang sama yaitu sebesar 11,1% (2 responden).

d. Kebiasaan sarapan kelompok kontrol

Tabel 4.5
Kebiasaan Sarapan Pada Kelompok Kontrol

Kebiasaan Sarapan	Intervensi				n Total	% Total
	Sebelum		Sesudah			
	n	%	n	%		
3 – 4 Kali Seminggu	12	66,7	11	61,1	28	63,9
<3 Kali Seminggu	6	33,3	7	38,9	13	36,1
Total	18	100	18	100	36	100

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat sebelum dilakukan intervensi, mayoritas frekuensi sarapan pada kelompok kontrol adalah 3 – 4 kali sarapan dalam seminggu sebesar 66,7% (11 responden), diikuti dengan frekuensi sarapan sebanyak <3 kali seminggu, dengan persentase sebesar 33,3% (6 responden). Setelah dilakukan intervensi responden dengan frekuensi sarapan sebanyak 3 – 4 kali dalam seminggu menurun menjadi 61,1% (11 responden) dan terdapat kenaikan pada responden dengan frekuensi sarapan <3 kali dalam seminggu dengan persentase sebesar 38,9% (7 responden).

e. Rata – rata asupan sarapan dalam kkal pada kelompok eksperimen

Tabel 4.6
Rata – Rata Asupan Sarapan Dalam Kkal Pada Kelompok Eksperimen

Asupan Sarapan	n	Mean
Sebelum Intervensi	18	247.8 Kkal
Sesudah Intervensi	18	272.5 Kkal
Total	18	

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui rata – rata asupan sarapan dalam kkal responden kelompok eksperimen sebelum dilakukan intervensi adalah sebesar 247,8 Kkal, dan setelah dilakukan intervensi asupan sarapan responden responden meningkat menjadi sebesar 272,5 Kkal yang artinya terdapat peningkatan sebesar 24,7 Kkal.

d. Rata – rata asupan sarapan dalam kkal pada kelompok kontrol

Tabel 4.7
Rata – Rata Asupan Sarapan Dalam Kkal Pada Kelompok Kontrol

Asupan Sarapan	n	Mean
Sebelum Intervensi	18	314.6 Kkal
Sesudah Intervensi	18	318.2 Kkal
Total	18	

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui rata – rata asupan sarapan dalam kkal responden kelompok kontrol sebelum dilakukan intervensi adalah sebesar 314,6 Kkal, dan setelah dilakukan intervensi asupan sarapan responden

responden meningkat menjadi sebesar 318,2 Kkal yang artinya terdapat peningkatan sebesar 3,6 Kkal.

3. Uji Bivariat

a. Hasil uji data pengetahuan gizi kelompok Eksperimen

Tabel 4.8
Pengaruh Pemberian Intervensi Terhadap Pengetahuan Gizi
Siswa-siswi Pada Kelompok Eksperimen

No	Sebelum dan Sesudah Intervensi	Rata – Rata Pengetahuan Gizi
1.	Sebelum	$47,50 \pm 12.515$
2.	Sesudah	$60,56 \pm 5.913$
	Mean Difference	-13.0556
	<i>P – value</i>	0.000

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan hasil selisih skor rata – rata pengetahuan gizi siswa-siswi saat *pretest* dan *posttest* pada kelompok eksperimen (Media Instagram) adalah -13.0556. Hasil uji statistik menggunakan *paired sample t – test* didapatkan nilai *p – value* 0.000. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada pengetahuan gizi siswa-siswi sebelum dan sesudah diberikan promosi gizi pada kelompok eksperimen (Instagram).

b. Hasil uji data kebiasaan sarapan kelompok eksperimen

Tabel 4.9
Pengaruh Pemberian Intervensi Terhadap Kebiasaan Sarapan
Dengan Melihat Frekuensi Sarapan Pada Siswa-siswi Pada
Kelompok Eksperimen

Kebiasaan Sarapan	Intervensi				Asymp. Sig. (2-tailed)
	Sebelum		Sesudah		
	n	%	n	%	
5 – 7 Kali Seminggu	2	11,1	5	27,8	0.083
3 – 4 Kali Seminggu	14	77,8	11	61,1	
<3 Kali Seminggu	2	11,1	2	11,1	
Total	18	100%	18	100%	

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui terdapat kenaikan pada kebiasaan sarapan 5 – 7 kali seminggu, yang sebelum dilakukan intervensi hanya 11,1% (2 responden) naik menjadi 27,8% (5 responden) dan dari hasil uji *Wilcoxon Signed Rank Test* didapatkan *p – value* (Asymp. Sig 2 tailed) sebesar 0.083. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada kebiasaan sarapan siswa-siswi sebelum dan sesudah diberikan promosi gizi pada kelompok eksperimen.

c. Hasil uji data pengetahuan gizi kelompok kontrol

Tabel 4.10
Pengaruh Pemberian Intervensi Terhadap Pengetahuan Gizi
Siswa-siswi Pada Kelompok Kontrol

No	Sebelum dan Sesudah Intervensi	Rata – Rata Pengetahuan Gizi
1.	Sebelum	48,06 ± 12.264
2.	Sesudah	53,61 ± 7.031
	Mean Difference	-5.556
	<i>P – value</i>	0.078

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan hasil selisih skor rata – rata pengetahuan gizi siswa-siswi saat *pretest* dan *posttest* pada kelompok kontrol (Media poster) adalah -5.556. Hasil uji statistik menggunakan *paired sample t – test* didapatkan nilai p – value 0.078. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada pengetahuan gizi siswa-siswi sebelum dan sesudah diberikan promosi gizi pada kelompok kontrol.

d. Hasil uji data kebiasaan sarapan kelompok kontrol

Tabel 4.11
Hasil Pengaruh Pemberian Intervensi Terhadap Kebiasaan Sarapan Dengan Frekuensi Sarapan Pada Kelompok Kontrol

Kebiasaan Sarapan	Intervensi				Asymp. Sig. (2-tailed)
	Sebelum		Sesudah		
	n	%	n	%	
3 – 4 Kali Seminggu	12	66,7	11	61,1	0.564
<3 Kali Seminggu	6	33,3	7	38,9	
Total	18	100	18	100	

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui terdapat penurunan pada kebiasaan sarapan 3 – 4 kali seminggu, yang sebelum dilakukan intervensi 66,7% (12 responden) naik menjadi 61,1% (11 responden) dan dari hasil uji *Wilcoxon Signed Rank Test* didapatkan p – value (Asymp. Sig 2 tailed) sebesar 0.564. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada kebiasaan sarapan siswa-siswi sebelum dan sesudah diberikan promosi gizi pada kelompok kontrol.

e. Uji hasil analisis kelompok eksperimen dan poster

Tabel 4.12
Perbedaan Pengaruh Pemberian Intervensi Terhadap Pengetahuan Gizi Siswa-siswi Setelah Diberikan Promosi Gizi Pada Kelompok Eksperimen dan Kontrol

No	Kelompok	Rata – Rata Pengetahuan Gizi Setelah Intervensi
1.	Eksperimen	60,56 ± 5.913
2.	Kontrol	53,61 ± 7.031
<i>P – value</i>		0.003

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa hasil uji *independent sample t – test*. menunjukkan taraf signifikansi 0.003 (<0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh promosi gizi lebih signifikan pada kelompok eksperimen dari pada kelompok kontrol terhadap pengetahuan gizi pada remaja *overweight* di SMPN 4 samarinda.

Tabel 4.13
Pengaruh Pemberian Intervensi Terhadap Kebiasaan Sarapan Siswa-siswi Setelah Diberikan Promosi Gizi Pada Kelompok Eksperimen dan Kontrol

	Kebiasaan Sarapan	Eksperimen	Kontrol	n Total	Asymp. Sig. (2-tailed)
umber:	5 – 7 Kali Seminggu	5	0	5	0.008
	3 – 4 Kali Seminggu	11	11	22	
	<3 Kali Seminggu	2	7	9	
Data	Total	18	18	36	

Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan hasil uji *Mann – Whitney*. menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2 – tailed) sebesar 0.008 (<0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh promosi gizi pada kelompok eksperimen (Instagram) lebih signifikan dari pada promosi gizi pada kelompok kontrol (Poster) terhadap kebiasaan sarapan pada remaja overweight di SMPN 4 Samarinda.

C. Pembahasan

Pembahasan akan menjelaskan signifikansi temuan dan membandingkannya dengan teori atau penelitian sebelumnya yang relevan dengan riset ini, dan diskusikan hasil yang dijelaskan sehubungan dengan tujuan riset ini yaitu pengaruh promosi gizi menggunakan media Instagram terhadap pengetahuan gizi dan kebiasaan sarapan pada remaja *Overweight* di SMPN 4 Samarinda.

1. Pengetahuan Gizi Siswa – siswi sebelum dan sesudah diberikan Promosi Gizi Pada Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol

Hasil analisis *uji paired sample t – test* menunjukkan rata – rata pengetahuan gizi responden yang diukur dengan kuesioner, di kelompok eksperimen hasil yang didapatkan sebelum intervensi adalah 47,50 poin dan rata – rata sesudah diberikan intervensi didapatkan hasil 60,56 poin, dengan kenaikan sebesar 13,05 poin, dan hasil uji statistik didapatkan nilai p – value 0.000 yang artinya terjadi terdapat perbedaan yang signifikan sebelum dan

sesudah diberikan promosi gizi terhadap pengetahuan gizi responden kelompok eksperimen.

Kejadian ini selaras dengan hasil uji statistik penelitian yang dilakukan di SMAN 2 Padang oleh (Rusdi et al., 2021) yang menemukan adanya perbedaan bermakna pengetahuan gizi seimbang remaja putri sebelum dan sesudah pendidikan gizi. Kelompok eksperimen (instagram) ditandai dengan p-value 0,004. Hal ini dikarenakan peneliti (Rusdi et al., 2021) merancang konten edukasi gizi di Instagram dengan gambar dan warna yang menarik perhatian remaja putri.

Dalam penelitian (Utami, 2015) dilakukan penelitian intervensi pendidikan dengan menggunakan media bantuan Instagram pada siswa kelas X SMA Negeri 8 Surakarta dan ditemukan bahwa pendidikan dengan menggunakan media bantuan Instagram menghasilkan rata-rata nilai tes yang lebih tinggi pada intervensi Instagram ketimbang intervensi kelompok kontrol.

Menurut (Yulia, 2018) Media sosial merupakan salah satu media yang dapat digunakan untuk mempromosikan kesehatan, selain jangkauannya yang luas, media sosial juga lebih murah dibandingkan dengan media tradisional.

Selanjutnya untuk hasil analisis uji *paired sample t – test* dalam penelitian ini menunjukkan rata – rata pengetahuan gizi responden yang diukur dengan kuesioner pada kelompok poster sebelum diberikan intervensi didapatkan hasil 48,06 poin dan rata – rata sesudah diberikan intervensi didapatkan hasil 53,61 poin, dengan kenaikan nilai sebesar 5,556 poin, dan

hasil uji statistik didapatkan nilai p – value 0.078 yang artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah diberikan promosi gizi terhadap pengetahuan gizi responden kelompok Poster, walaupun demikian terdapat kenaikan pada nilai pengetahuan gizi responden walau hanya sedikit, hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan pada siswa SD kelas lima di Kelurahan Saigon Pontianak oleh (Jumlah et al., 2013) dengan hasil analisa kelompok intervensi 7 hari ada sedikit peningkatan pengetahuan walaupun tidak terlalu signifikan.

Bersumber dari (Notoatmodjo, 2012), beliau menegaskan bahwa Pengetahuan adalah hasil dari pemahaman, yang timbul setelah seseorang mempersepsikan suatu fenomena tertentu. Persepsi terjadi melalui panca indera manusia yaitu sentuhan, penglihatan, rasa, dan penciuman. Pengetahuan dapat diperoleh melewati, semisal, kegiatan ekstrakurikuler dan pendidikan ekstrakurikuler. Informasi juga dapat diperoleh dari informasi orang lain, seperti mendengar langsung, melihat, dan melalui alat komunikasi seperti TV, radio, dan buku.

Dari kuesioner pemanfaatan media poster, didapatkan rata – rata nilai pemanfaatan media Poster dari responden sebesar 80,42 poin yang artinya pemanfaatan media Poster menurut responden tergolong sedang, dan dari saran masukan yang diberikan oleh responden, dalam penelitian ini diketahui bahwa responden pada kelompok poster mengeluhkan kata – kata yang ada di dalam poster sulit untuk dipahami, gambar yang dipakai di dalam poster kurang

menarik, warna yang dipakai di dalam poster terlalu cerah dan pemasangan poster kurang strategis.

Pada penelitian yang dilaksanakan oleh (Astuti et al., 2019) menyebutkan jika pemakaian poster kurang efisien sebab pesan susah diingat, serta penyebabnya lainnya adalah ilustrasi foto yang bukan memakai foto asli, sehingga dikira kurang menarik.

Gambar berperan dalam meningkatkan motivasi serta minat, meningkatkan kemahiran berbahasa, serta membantu Menafsirkan dan mengingat konten informasi perihal potret – potret tersebut. Poster tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga membantu menjelaskan sesuatu, mempermudah pemahaman, memperjelas bagian-bagian penting dan mempersingkat penjelasan yang panjang. Warna huruf kontras dengan latar belakang warna keseluruhan poster, membantu membuatnya lebih mudah dibaca (Astuti et al., 2019).

Letak pemasangan poster dapat berupa tempat umum yang sering menjadi tempat berkumpulnya masyarakat. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa menempatkan poster di lokasi strategis meningkatkan keinginan warga yang lewat untuk melihatnya (Astuti et al., 2019).

2. Kebiasaan Sarapan Siswa – siswi sebelum dan sesudah diberikan Promosi Gizi Pada Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol

Hasil analisis uji *Wilcoxon* pada data kebiasaan sarapan kelompok eksperimen didapatkan hasil Asymp. Sig. (2 – tailed) 0.083 yang artinya tidak

terdapat perbedaan yang signifikan pada kebiasaan sarapan siswa-siswi sebelum dan sesudah diberikan promosi gizi pada kelompok eksperimen, walaupun demikian terdapat kenaikan frekuensi sarapan pada kelompok eksperimen, sebelum dilakukan intervensi hanya dua responden yang frekuensi sarapannya 5 – 7 kali seminggu, dan setelah dilakukan intervensi responden yang frekuensi sarapannya 5 – 7 kali seminggu naik menjadi lima responden, demikian pula dengan peningkatan rata – rata asupan kalori sarapan dalam sehari pada kelompok eksperimen, sebelum intervensi rata – rata asupan kalori sarapan dalam sehari hanya mencapai 247,8 Kkal dan setelah intervensi dilakukan meningkat menjadi 272,5 Kkal, yang artinya terjadi peningkatan sebesar 24,7 Kkal.

Hal ini identik dengan riset yang dilakukan oleh (Susi, 2022) selama 7 hari intervensi yang dimana peneliti memunggah konten sebanyak satu kali dalam sehari Hasil uji statistik menggunakan independent t-test dan uji Mann-Whitney menunjukkan tidak ada perbedaan pola makan atau frekuensi makan antara kelompok intervensi dan kontrol pada siswa overweight dan obesitas sebelum atau sesudah pendidikan gizi Instagram dengan media p-value > 0,05, dan pada riset yang dilaksanakan oleh (Rusdi et al., 2021) dengan uji-t sampel berpasangan, hasil uji statistik menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan skor tindakan mengenai gizi seimbang antara kelompok Instagram, dengan nilai p-value 0,482.

Salah satu faktor yang mengapa hasil penelitian ini menjadi tidak bermakna adalah waktu intervensi yang hanya dilakukan sekitar satu minggu. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil riset (Rusdi et al., 2021) yang mengemukakan bahwa uji statistik menunjukkan tidak ada perubahan signifikan pada perilaku remaja putri terkait gizi seimbang sebelum dan sesudah intervensi memanfaatkan media Instagram. Faktor ini sepertinya dipengaruhi oleh waktu penelitian yang hanya sekitar tiga minggu, jadi peneliti tidak melihat perubahan besar dalam tindakan sarapan, perubahan tindakan seseorang tidak mungkin terlihat dalam waktu singkat.

Kebiasaan adalah pola reaksi terhadap suasana kondisi tertentu, sesuatu yang dipelajari individu dan hal yang sama diulang. Kebiasaan adalah pola perilaku yang diperoleh dari aktivitas sehari-hari yang teratur. Kebiasaan makan atau sarapan adalah pola kebiasaan konsumsi yang diterima karena terjadi berulang kali (Kadir, 2016).

Hal lain yang tidak akan menyebabkan perubahan besar dalam kebiasaan sarapan adalah peneliti minim menggunakan keseluruhan fitur Instagram, seperti IG-Live atau IG-Stories, yang dapat digunakan untuk bertanya dan menjawab pertanyaan langsung dengan responden, responden mengeluhkan bahwa waktu mengunggah konten di Instagram terlalu lambat karena peneliti memunggah konten setiap harinya di jam 20.00 malam sehingga responden tidak dapat mengakses konten yang diupload dengan cepat atau bahkan tidak mengakses konten yang di unggah sama sekali, karena sudah tidur atau

melakukan aktivitas lainnya seperti mengerjakan tugas, sedang berada di luar rumah dan lain sebagainya, oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk memunggah konten promosi gizi di siang atau sore hari, selain hal – hal yang telah disebutkan diatas, adapun asumsi peneliti mengenai apa yang menyebabkan tidak terjadinya perubahan kebiasaan sarapan pagi pada responden adalah dikarenakan kurang tepatnya jadwal mengunggah materi promosi gizi mengenai kebiasaan sarapan pagi, peneliti baru menunggah materi promosi gizi mengenai kebiasaan sarapan pagi dihari – hari terakhir intervensi dilakukan, sehingga informasi mengenai kebiasaan sarapan pagi pun lambat diterima oleh responden.

Selanjutnya hasil analisis uji *Wilcoxon* pada data kebiasaan sarapan kelompok kontrol didapatkan hasil Asymp. Sig. (2 – tailed) 0.564 yang artinya tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada kebiasaan sarapan siswa-siswi sebelum dan sesudah diberikan promosi gizi pada kelompok kontrol, hal ini diperkuat oleh frekuensi sarapan kelompok kontrol yang terjadi penurunan, sebelum dilakukan intervensi sebanyak 12 responden kelompok kontrol frekuensi sarapannya adalah 5 – 3 kali seminggu, setelah diberikan intervensi berkurang menjadi 11 responden, walaupun demikian terdapat peningkatan rata – rata asupan kalori sarapan dalam sehari pada kelompok kontrol walaupun tidak terlalu signifikan, sebelum intervensi rata – rata asupan kalori sarapan dalam sehari mencapai 314,6 Kkal dan setelah intervensi dilakukan

meningkat menjadi 318,2 Kkal, yang artinya terjadi peningkatan sebesar 3,6 Kkal.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Runa, 2018) setelah dilakukan penelitian yang lamanya \pm tiga minggu dari hasil uji statistik pada variabel sikap siswa terhadap kebiasaan sarapan didapatkan nilai $p = 0,625$ ($p > 0,05$) maka H_0 diterima. Kesimpulannya, tidak ada pengaruh penggunaan poster sebagai media intervensi untuk mengubah sikap siswa terhadap kebiasaan sarapan, dan dari hasil uji statistik pada variabel frekuensi sarapan siswa didapatkan nilai nilai $p = 0,219$ ($p < 0,05$) maka H_0 diterima. Kesimpulannya tidak ada pengaruh penggunaan poster sebagai media intervensi untuk mengubah frekuensi sarapan siswa,

Selanjutnya dari hasil penelitian oleh (Aqila, 2021) juga diketahui bahwa edukasi gizi menggunakan media poster tidak efektif meningkatkan sikap tentang anemia dan TTD pada siswi kelas VIII di SMP N 2 Kaliwungu, dengan nilai p value = $0,053$ ($p > 0,05$). Hal ini dikarenakan penelitian hanya dilakukan selama lima hari, sedangkan idealnya untuk dapat merubah sikap atau kebiasaan dibutuhkan waktu edukasi gizi setidaknya dua minggu.

Penjelasan tersebut didukung oleh temuan penelitian yang dilakukan di SDN Pedurungan Kidul 01 dan 02 Semarang yang dilaksanakan (Rahmah et al., 2019) dengan penelitian yang dilakukan selama empat minggu didapatkan hasil rerata kebiasaan sarapan pagi sebelum dan sesudah menunjukkan peningkatan rata-rata $1,71 \pm 0,58$ pada kelompok perlakuan. Hasil uji statistik

menunjukkan $p\text{-value} = 0,001 (<0,05)$, artinya promosi gizi dengan menggunakan kartu kuartet sarapan pagi dan ceramah dapat meningkatkan kebiasaan sarapan siswa. Didukung juga dengan penelitian yang dilakukan pada 108 siswi berumur 10 – 15 tahun yang bersekolah di sekolah publik dan privat yang ada di Pakistan oleh (Bukhari et al., 2022), intervensi dilakukan selama enam minggu didapatkan hasil ($p=0.001$) yang artinya terdapat perbedaan yang signifikan pada kebiasaan makan siswi setelah diberikan intervensi selama kurang lebih enam minggu.

Kebiasaan makan remaja bisa dipengaruhi oleh aspek lingkungan, seperti kondisi sosial dan yang disebut dengan aspek personal. Keluarga dan teman sebaya adalah contoh aspek sosio-lingkungan yang memengaruhi sikap dan pilihan makanan remaja. Pengaruh lingkungan yang lebih besar, seperti ketersediaan dan akses ke makanan *junk food*, restoran dan pilihan tempat makan lainnya, juga mempengaruhi remaja.. (Rusdi et al., 2021).

Keterpurukan ekonomi menjadi salah satu faktor terpenting bagi banyak keluarga untuk memenuhi kebutuhan pangan anak-anak mereka. Banyak orang tua percaya bahwa alasannya terletak pada kesulitan yang disebabkan oleh ekonomi yang lemah, pendapatan tenaga kerja yang tidak mencukupi dan makanan yang mahal, yang mempengaruhi asupan makan remaja sehari – hari khususnya sarapan (Hantia, 2021).

Orang tua yang sibuk bekerja juga merupakan salah satu faktor buruknya kebiasaan sarapan pada remaja, Orang tua yang sangat sibuk bekerja

menyebabkan anak kurang mendapatkan perhatian lebih, orang tua yang tergesa – gesa untuk berangkat bekerja di pagi hari dan tidak sempat menyiapkan sarapan untuk anak sehingga menyebabkan anak memakan beberapa jajanan yang tidak ber nutrisi di sekolah seperti gorengan, bakso, dll. (Hantia, 2021).

Ketersediaan sarapan pagi mampu dipengaruhi oleh beberapa aspek antara lain aspek profesi ibu. Biasanya ibu yang tidak bekerja memiliki waktu lebih banyak untuk mempersiapkan kebutuhan keluarga terutama di pagi hari dibandingkan ibu yang bekerja. Sibuk dan harus menyiapkan kebutuhan kerja sendiri, sehingga terkadang tidak sempat menyiapkan sarapan untuk keluarga (NI Sofianita, FA Arini, 2015).

3. Perbedaan Pengetahuan Gizi dan Kebiasaan Sarapan Setelah Diberikan Promosi Gizi Antara Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol Pada Remaja *Overweight* Di SMPN 4 Samarinda.

Hasil uji *independent t – test* pengetahuan gizi diperoleh nilai signifikansi 0,003 ($<0,05$) sehingga hipotesis diterima, artinya terdapat perbedaan signifikan pada nilai pengetahuan gizi kelompok eksperimen (Instagram) daripada kelompok kontrol (Poster), hasil tersebut diperkuat dengan peningkatan hasil rata – rata nilai pengetahuan gizi pada kelompok eksperimen yang lebih tinggi dibandingkan kelompok kontrol, yaitu 13,56 poin pada kelompok eksperimen dan 5,56 poin pada kelompok kontrol.

Hasil ini dikonfirmasi oleh riset yang dilakukan oleh (Prayudhea, 2021). Perolehan uji statistik menunjukkan rata-rata peringkat pengetahuan responden pada kelompok intervensi (Instagram) adalah 43,16 dibandingkan dengan 44,98 pada kelompok kontrol (Whatsapp). Yang menunjukkan bahwa rata-rata peningkatan skor pengetahuan pada responden kelompok intervensi lebih tinggi daripada kelompok kontrol.

Hasil riset ini pun didukung oleh riset yang dilakukan oleh (Suri Dewi, R, 2021), dimana kelompok intervensi (Instagram) melakukan pretest pengetahuan gizi seimbang dengan skor rata-rata 5,73 dan kelompok kontrol (Whatsapp) 6,08, kelompok intervensi rata-rata skor postes pengetahuan gizi meningkat menjadi 8,88 dan kelompok kontrol 7,00 dan berdasarkan hasil uji statistik, terdapat perbedaan rata-rata skor pengetahuan gizi seimbang antara remaja overweight pada kelompok intervensi. Nilai p adalah 0,001 ($p < 0,05$) untuk kelompok intervensi dan 0,001 ($p < 0,05$) untuk kelompok kontrol. Selaras dengan riset oleh (Susi, 2022) menunjukkan adanya perbedaan pengetahuan antara kelompok kontrol dan kelompok intervensi. Rerata peningkatan pengetahuan pada kelompok intervensi sebesar 24,83 sedangkan hasil lebih rendah didapatkan pada kelompok kontrol yang hanya meningkat sebesar 9,83. Skor pengetahuan meningkat lebih banyak pada kelompok intervensi, menunjukkan bahwa media edukasi Instagram merupakan metode yang tepat untuk meningkatkan pengetahuan dibandingkan dengan kelompok kontrol yang tidak dididik.

Selanjutnya untuk hasil uji *Mann – Whitney U* kebiasaan sarapan pada penelitian ini diperoleh nilai signifikansi 0,008 ($<0,05$) sehingga hipotesis diterima, terdapat perbedaan signifikan pada kebiasaan sarapan kelompok eksperimen (Instagram) daripada kelompok kontrol (Poster), hasil tersebut diperkuat dengan peningkatan frekuensi sarapan pada kelompok eksperimen yang sebelumnya pada frekuensi sarapan 5 – 7 kali seminggu hanya terdapat 2 responden, dan setelah di intervensi pada kelompok eksperimen naik menjadi 5 responden. Sedangkan untuk kelompok kontrol justru mengalami penurunan frekuensi sarapan yang sebelumnya pada frekuensi sarapan 3 – 4 kali seminggu terdapat 12 responden setelah dilakukan intervensi turun menjadi 11 responden, adapun peningkatan hasil rata – rata asupan sarapan responden dalam Kkal pada kelompok eksperimen yang lebih tinggi dibandingkan kelompok kontrol, yaitu 24,6 Kkal pada kelompok eksperimen dan 3,65 Kkal pada kelompok kontrol.

Kedua hasil penelitian ini dapat didukung dengan tingginya intensitas penggunaan Instagram pada kelompok eksperimen yang hasilnya didapatkan dari kuesioner penggunaan Instagram, dengan hasil sebanyak 88,1% (16 responden) memiliki intensitas penggunaan Instagram yang tergolong tinggi dan hanya 11,1% (2 responden) yang intensitas penggunaan Instagramnya tergolong rendah, adapun hasil kuesioner terpaan promosi gizi dari akun Instagram @calon.ahligizi dengan hasil sebanyak 100% (18 responden) setuju terkait terpaan pesan memiliki terpaan pesan yang tinggi terkait masalah

durasi, frekuensi, dan intensitas responden saat mengakses unggahan dari akun Instagram @calon.ahligizi.

Temuan studi ini didukung oleh temuan studi dari (Arighi, 2020) Pemaparan pesan dakwah dari akun Instagram @Taqwart oleh admin akun cukup sering dilakukan agar followers selalu mendapat akses ilmu agama. Akun tersebut lebih sering mengunggah, menambah ilmu agama pengikutnya.

Terpaan Media menggambarkan penggunaan media, melingkupi pada jumlah waktu pemakaian dalam media, jenis *content* media, dan media yang digunakan. Sehingga dapat diartikan terpaan media ialah intensitas dimana kondisi khalayak terkena isi pesan yang disediakan/ ditampilkan media, terpaan juga bisa diartikan sebagai aktivitas mendengar, menatap, serta membaca pesan- pesan yang terdapat pada media, terpaan media juga bertujuan guna mencari informasi tentang pemanfaatan media ataupun itu dari jenis media nya, frekuensi memanfaatkan media dan lama durasi pada pemakaian media (Nisya, 2020).

Pengaruh terpaan informasi dalam komunikasi massa dapat dikatakan efisien jika interaksi antara pengguna media dengan media tinggi. Interaksi yang dimaksud di sini mengacu pada seberapa sering pengguna menggunakan media, berapa lama pengguna menggunakan media, dan seberapa intens pengguna menggunakan media (Arighi, 2020).

Hasil penelitian (Susi, 2022) yang membahas mengenai Dengan menggunakan media Instagram untuk memberikan promosi gizi tentang sikap,

pola makan dan pengetahuan gizi untuk mencegah obesitas pada siswa SMA Negeri 11 Semarang, hasil komparasi kelompok intervensi dan kontrol dihitung menggunakan independent t-test dan analisis data Mann Whitney didapatkan $p < 0,05$. Kejadian ini bisa dijelaskan bahwa sikap responden dengan promosi gizi melalui media Instagram akan lebih baik dibandingkan dengan yang tidak di diberi intervensi. Terdapat peningkatan skor sikap yang lebih besar pada kelompok intervensi dari pada kelompok kontrol yang tidak mendapat intervensi, menunjukkan bahwa media edukasi Instagram merupakan metode yang tepat untuk mengubah sikap.

Studi yang dilakukan (Arista et al., 2019) membahas Mengenai pengaruh promosi kesehatan menggunakan media sosial Instagram terhadap self-regulation pola makan dan aktivitas fisik pada remaja obesitas, temuan mengindikasikan bahwa rata-rata nilai self-regulation terhadap pola makan dan aktivitas fisik meningkat, dan pada kelompok intervensi yang mengikuti Instagram pendidikan, ada perbedaan yang signifikan ($p < 0,05$). Tidak ada kenaikan median self-regulation diet dan aktivitas fisik pada kelompok kontrol, dan tidak ada perbedaan self-regulation diet dan aktivitas fisik ($p > 0,05$). Terdapat perbedaan yang signifikan pada skor self-regulation diet aktivitas fisik antara kelompok intervensi dan kelompok kontrol ($p < 0,05$).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh remaja saat ini, layanan berbagi gambar atau video online berbasis gambar dan dianggap sebagai media sosial terbaru untuk remaja

karena lebih berfokus pada gambar dan video jangka pendek dibandingkan dengan media sosial lainnya, menjadikan Instagram lebih mudah digunakan dan dinikmati. Menurut data survei APJII 2018, Instagram merupakan media sosial kedua yang paling banyak dikunjungi setelah Facebook dengan 17,8% (Rusdi et al., 2021).

Diperlukan media yang efisien dan efektif untuk menunjang pembelajaran agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh target audience. Media sosial merupakan platform yang dapat digunakan untuk pendidikan karena dapat menjangkau berbagai tujuan yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Salah satu media sosial yang bisa digunakan adalah Instagram (Firmansyah et al., 2019).

Pesan media mempengaruhi perubahan perilaku, perasaan dan sikap dalam berkomunikasi. Dari pernyataan ini dimungkinkan untuk menginterpretasikan apakah media memiliki efek kognitif, afektif dan intensional/perilaku. Hal ini dikarenakan seseorang ingin mencari dan mencari informasi kesehatan, atau mencari atau mencari data tentang pencegahan dan pengobatan (jika akses informasi dan pelayanan kesehatan tersebut tersedia) (Fitriansyah, 2018).

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian tentang Pengaruh Promosi Gizi Menggunakan Media Instagram Terhadap Pengetahuan Gizi Dan Kebiasaan Sarapan Pada Remaja *Overweight* Di SMPN 4 Samarinda, masih memiliki keterbatasan diantaranya:

1. Waktu intervensi yang singkat yaitu satu minggu, sehingga hasil penelitian masih kurang maksimal.
2. Kurangnya antusias dari responden sehingga peneliti harus mengingatkan responden berulang kali untuk mengakses konten yang sudah diunggah.
3. Kurang tepatnya memilih jadwal memunggah materi promosi gizi, sehingga informasi yang diterima responden pun tidak maksimal.
4. Pembuatan media promosi gizi yang kurang menarik dan kurang dapat dipahami oleh responden khususnya pada media Poster sehingga mempengaruhi hasil penelitian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang membahas tentang Pengaruh Promosi Gizi Menggunakan Media Instagram Terhadap Pengetahuan Gizi Dan Kebiasaan Sarapan Pada Remaja *Overweight* di SMPN 4 Samarinda, maka dapat disimpulkan:

1. Pengetahuan gizi responden meningkat signifikan setelah kelompok eksperimen mendapat promosi gizi (media Instagram) dengan p – value = 0.000 ($p < 0.05$).
2. Setelah kelompok eksperimen mendapat promosi gizi, tidak ada perbedaan yang bermakna pada kebiasaan sarapan responden (media Instagram) dengan p – value = 0.083 ($p > 0.05$).
3. Pengetahuan gizi responden tidak terdapat perbedaan bermakna setelah kelompok kontrol mendapat promosi gizi (media Poster) dengan p – value = 0.078 ($p > 0.05$).
4. Tidak ada perbedaan bermakna kebiasaan sarapan responden setelah dilakukan promosi gizi pada kelompok kontrol (media poster) dengan p – value = 0.564 ($p > 0.05$).
5. Didapatkan perbedaan bermakna pada pengetahuan gizi antara responden eksperimen dan kontrol dengan p – value = 0.003 ($p < 0.05$).

6. Didapatkan perbedaan yang bermakna dalam kebiasaan sarapan antara responden eksperimen dan kontrol dengan p – value = 0.008 ($p < 0.05$).

B. Saran

1. Bagi Responden

Disarankan untuk meningkatkan pengetahuan gizi, mengembangkan kebiasaan sarapan, dan meningkatkan asupan sarapan dengan mengonsumsi makanan yang tinggi energi, protein, karbohidrat, serta cukup lemak.

2. Bagi Instansi Tempat Penelitian

Akun media Instagram dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai media alternatif sumber informasi terkait masalah gizi.

3. Bagi Institusi Pendidikan Poltekkes Kemenkes Kaltim

Diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran di lembaga pendidikan dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang berkaitan dengan judul penelitian ini..

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Durasi penelitian dan intervensi yang lebih lama, agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.
- b. Jadwal memunggah materi promosi gizi pada media Instagram di siang atau sore hari, agar responden dapat mengakses informasi lebih cepat.
- c. Pembuatan media promosi gizi dibuat lebih menarik dan mudah di pahami terutama pada materi mengenai pedoman gizi seimbang, agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima lebih baik oleh responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Talib, Yurita Yakimin Dan Rafeah Mat Saat. (2017). “*Social Proof In Social Media Shopping: An experimental design research*”.
- Agus Riyanto, (2011). *Aplikasi Metodologi Penelitian Kesehatan*. Nuha. Medika Yogyakarta.
- Agusanty, S. F., Kandarina, I., & Gunawan, I. M. A. (2014). *Faktor Risiko Sarapan Pagi Dan Makanan Selingan Terhadap Kejadian Overweight Pada Remaja Sekolah Menengah Atas*. *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, 10(3), 139.
- Ali Khomsan, 2000. *Teknik Pengukuran Pengetahuan Gizi*. IPB Jurusan Gizi Masyarakat dan Sumber Daya Keluarga. Bogor.
- Almatsier, S. (2011). *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ambarsari, Z. (2020). *Penggunaan Instagram Sebagai Media Pembelajaran*. *Prosiding Seminar Nasional PBSI-III Tahun 2020*, 81–86.
- Amoh, I., & Brempong, E. A. (2017). *Prevalence and risk factors of obesity among senior high school students in the Adansi North district of Ghana*. *Int J Community Med Public Health*, 4(10), 3762–3769.
- Anggriani, W. D. L. (2020). *Pengaruh Kegiatan Keterampilan Menganyam Terhadap Peningkatan Perkembangan Motorik Halus Anak Prasekolah Usia 5-6 Tahun di Tk Mardisiwi Desa Kedondong Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun*. *Stikes Bhakti Husada Mulia Madiun*.
- Arighi, A. K. (2020). *Efektivitas Terpaan Pesan Dakwah Dari Akun Instagram @Taqwart Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Followers*. *Muhammadiyah Malang*.
- Arista, A., Pertiwi, P., & Lusmilasari, L. (2019). *Pengaruh Edukasi Kesehatan Menggunakan Media Sosial Instagram Terhadap Self-Regulation Tentang Pola Makan Dan Aktivitas Fisik Pada Remaja Obesitas*. *Universitas Gadjah Mada*
- Armoon, B., & Karimy, M. (2019). *Epidemiology of childhood overweight, obesity and their related factors in a sample of preschool children from Central*. 4–11.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.

- Aqila fitra'aisy. (2021). *Efektivitas edukasi gizi dengan media poster terhadap pengetahuan dan sikap sebagai upaya pencegahan anemia pada remaja putri*. Semarang: DIV Gizi Semarang
- Astuti, H., Universitas, F., Unggul, E., Universitas, F., & Jaya, B. (2019). *Penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan*.
- Azrimaidaliza, D. (2021). *Promosi Gizi dan Kesehatan*. Universitas Andalas.
- Bebenek, E. B., Piorecka, B., Pionka, M., Chmiel, I., Jagielski, P., Tuleja, K., & Zawadzka, M. S. (2019). *Risk Factors and Prevalence of Abdominal Obesity among Upper-Secondary Students*. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 16(10), 1750.
- Boylan, S., Hardy, L. L., Drayton, B. A., Grunseit, A., & Mirshahi, S. 2017. *Assessing Junk Food Consumption Among Australian Children: Trends And associated Characteristics From A Cross-Sectional Study*. *BMC Public Health*, 17(1): 299-308.
- Bukhari, R., Asif, R., Ajmal Butt, I., Baber, A., Sabir, S., Farooq, S., Yasin, A., Ahsan, F. B., & Sheikh, A. S. (2022). *Impact of Nutrition Education on Knowledge, Attitude, and Practices of School-Going Adolescents of Public and Private Schools Regarding Healthy Lifestyle*. *American Academic Scientific Research Journal for Engineering*, 85(1), 212–222. <http://asrjetsjournal.org/>
- Choudhary, K., Mathur, P., Garg, M., & Gupta, P. P. (2017). *Prevalence of overweight and obesity amongst adolescents and identification of risk factors*. 4(4), 1153–1159.
- Contento, IR., 2011. *Nutrition Education Linking Research, Theory, And Practice Second Edition*. United States Of America: Jones And Bartlett Publishers.
- Dewi, E. R., & Nihayani, L. (2021). *Efektivitas Instagram Dalam Meningkatkan Pengetahuan Sadari Sebagai Pencegahan Dini Kanker Payudara*. *PREPOTIF: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 5(1), 344–352.
- Dinas Kesehatan Kota Samarinda. (2021). *Rekapitulasi Hasil Penjaringan Kesehatan Peserta Didik Dinas Kesehatan Kota Samarinda 2021 Tingkatan Sekolah: Smp*. 2021.
- Donsu, J. (2017). *Psikologi Keperawatan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

- Dr. Drg. Paulus Januar S., M. (2019). *Pemanfaatan Dan Permasalahan Media Sosial Pada Praktik Kedokteran*.
- Dua Nita, M. H. (2016). *Hubungan Sumbangan Energi Sarapan Pagi Dan Sosial Budaya Gizi Dengan Status Gizi Anak Sekolah Dasar Di Pulau Semau Kabupaten Kupang*: Universitas Sebelas Maret.
- Duncan, S., Elizabeth, K. D., Romulo, A. F., Camila, B., Karolynne, D. N. B., Aline, F. M. S., Jamile, S. D., Igor, C. G., & Ismael, F. F. J. 2011. *Modifiable Riskfactors For Overweight And Obesity In Children And Adolescent Fromsaopaulo, Brazil*. BMC Public Health, 11: 585.
- Emilia, 2009. *Pengetahuan, Sikap, Dan Praktik Gizi Pada Remaja Dan Implikasinya Pada Sosialisasi Hidup Sehat*. Media Pendidikan Gizi Dan Kuliner
- Fallis, A. (2013). Pengertian Instagram. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ferlitasari, R. (2018). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku*. 25-26
- Fierda Zahara Jannah, Vina Serevina, I Made Astra. “*Pengembangan Media Pembelajaran Poster Fisika Fluida Statis Berbasis Lingkungan Dalam Bentuk Poster Photoscrap*”. Prosiding Seminar Nasional Fisika (E-Journal) SNF2016, VOLUME V, Oktober 2016, P-ISSN: 2339-0654 EISSN: 2476-9398
- Firmansyah, D G Tamtomo, & R Cilmiaty. (2019). *Nutritional booklet and social media: Their effects on adolescents’ fattening-food knowledge and consumption*. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/633/1/012057>
- Fitriansyah, F. (2018). *Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja)*. 18(2), 171–178.
- Fitriana, T. A., Mardiyati, N. L., & Gz, S. (2021). *Hubungan Kebiasaan Sarapan Dengan Status Gizi Pada Anak Usia 5-18 Tahun: A Narrative Review*.
- Guyton. (2017). *Textbook Of Medical Physiology*, 11th Ed. Pennsylvania: Elsevier Inc, Vol. 5, No. 1. 2017.
- Hantia, O. (2021). *Pengaruh Kebiasaan Sarapan Pagi Terhadap Konsentrasi Belajar dan Hasil Belajar Siswa di Kelas V SDN 24 Kota Bengkulu*.

- Hidayati, K. B., & Farid, M. (2016). *Konsep Diri, Adversity Quotient Dan Penyesuaian Diri Pada Remaja*. Persona, Jurnal Psikologi Indonesia, Vol. 5, No. 02, 137 - 144.
- Husain, A., Tendean, L., & Queljoe, E. De. (2015). *Pengaruh kelebihan berat badan / overweight terhadap terjadinya disfungsi seksual pria*.
- Indriani D. *Hubungan Pengetahuan Gizi Dan Kebiasaan Sarapan Pagi Dengan Prestasi Belajar Siswa Di SMA Darul Ilmi Murni*. Universitas Sumatera Utara; 2013.
- Ine Rahayu Purnamaningsih, M. (2021). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan <https://Jurnal.Unibrah.Ac.Id/Index.Php/JIWP>, 7(1), 1–7. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6466594>*
- Innani Taqwa, M. (2018). *Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Stories Dengan Kesehatan Mental*. 7(2), 44–68.
- Iriyani Kamaruddin, Anwar, F., Kustiyah, L., & Riyadi, H. (2021). *Jurnal Kesehatan. Kesehatan, 2(1), 101–106*.
- Jahja, Yudrik. (2012). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana
- Jannah, M., & Utami, T. N. (2018). *Faktor yang Memengaruhi Terjadinya Obesitas pada Anak Sekolah di SDN 1 Sigli Kabupaten Pidie*. *Jurnal Kesehatan Global, 1(3), 110–118*.
- Jihadi, M. E. (2016). *Hubungan Pola Makan Dan Aktivitas Fisik Terhadap Obesitas Pada Remaja Di SMA Negeri 5 Pekanbaru*. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Riau, Vol. 3, No. 1, Pp. 1-20*.
- Jumilah, Jauhari, A. H., & Ridha, A. (2013). *Efektifitas Media Poster terhadap Peningkatan Pengetahuan tentang Kesehatan Gigi*. *Jurnal Mahasiswa Dan Peneliti Kesehatan - JuMantik, 1–12*.
- Kadir, A. (2016). *Kebiasaan Makan Dan Gangguan Polamakanserta Pengaruhnya Terhadap Status Gizi Remaja*. *Vi*.
- Karki, A., Shrestha, A., & Subedi, N. (2019). *Prevalence and associated factors of childhood overweight / obesity among primary school children in urban Nepal*. 1–12.

- Kemenkes RI. 2019. Badan Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan RI. Laporan Riset Kesehatan Dasar Tahun 2018
- Kemenkes Ri. 2013. *Riset Kesehatan Dasar; RISKESDAS*. Jakarta: Balitbang Kemenkes RI.
- Kemenkes, 2014. *Pedoman Gizi Seimbang*. Jakarta: Direktorat Bina Gizi Dan KIA Kementerian Kesehatan RI.
- Kolodinsky J, Harvey – Berino JR, Berlin L, Johnson RK, Reynolds TW. 2007. *Knowledge Of Current Dietary Guidelines And Food Choise By College Students: Better Eaters Have Higher Knowledge Of Dietatary Guidance*. J Am Diet Assoc: 107; 1409 – 1413.
- Lagorio-Chafkin, Christine. (2011). “*Kevin Systrom And Mike Krieger, Founders Of Instagram.*”
- Larega, T. S. P. (2015). *Effect Of Breakfast On The Level Of Concentration In Adolescents*. J Majority, 4(2), 115–121.
- Mahmud. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Pustaka Setia. Bandung.
- Mayanti, S., & Ferinawati. (2018). *Pengaruh Kebiasaan Makan dan Aktivitas Fisik Terhadap Kejadian Obesitas pada Remaja di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Kecamatan Kota Juang Kabupaten Bireuen*. Journal of Healthcare Technology and Medicine, 4(2), 241– 257
- Muchtar, M, Madarina, J & Indria LG., 2011. *Sarapan Dan Jajan Berhubungan Dengan Konsentrasi Pada Remaja*. Jurnal Gizi Klinik Indonesia, 3 (1), Hal 28-35.
- Murti B. 2003. *Prinsip Dan Metode Riset Epidemiologi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Muzhiroh, & Budiono. (2020). *Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Cakung Barat)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 1–17.
- NI Sofianita, FA Arini, E. M. (2015). *Peran pengetahuan gizi dalam menentukan kebiasaan sarapan anak-anak sekolah dasar negeri*. Jurnal Gizi Pangan, 10(1), 57–62. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jgizipangan/article/view/9313/7299>

- Notoatmojo, Soekidjo. 2018. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Notoatmodjo, S. 2012. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2012. "*Metodologi Penelitian Kesehatan*". Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Nurmasya, D. (2015). *Pengaruh Intervensi Pendidikan Gizi Terhadap Peningkatan Pengetahuan Gizi, Perubahan Asupan Zat Gizi Dan Indeks Massa Tubuh Remaja Kelebihan Berat Badan*. Jurnal Gizi Indonesia
- Nursalam, N. &. (2017). *Konstruksi Sosial Media Komunikasi Instagram Terhadap Pola Pikir Perilaku Mahasiswa Pendidikan Sosiologi*. Equilibrium: Jurnal Pendidikan, 4(2), 233–242.
- Nursalam, N. &. (2017). *Konstruksi Sosial Media Komunikasi Instagram Terhadap Pola Pikir Perilaku Mahasiswa Pendidikan Sosiologi*. Equilibrium: Jurnal Pendidikan, 4(2), 233–242.
- Nuryani. (2019). *Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan, Sikap Dan Perilaku Gizi Seimbang Pada Remaja*. Ghidza: Jurnal Gizi Dan Kesehatan, 3(2), 37–46.
- Par'i, H. W. (2017). *Penilaian Status Gizi*. Jakarta Selatan: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Patimah, S., Royani, I., Mursaha, A., Thaha, A., R. (2016). *Knowledge, Attitude And Practice Of Balanced Diet And Correlation With Hypochromic Microcytic Anemia Among Adolescent School Girls In Maros District, South Sulawesi, Indonesia*. Biomedical Research, 27 (1), 165 – 171
- Personalities, B. (N.D.). *CEO Instagram, Fakta Hingga Aset Bersih Kevin Systrom Dan Mike Krieger - BRAIN Personalities*. 2021. R
- Rahma, A. N. (2018). *Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMA Muhammadiyah 1 Kota Magelang*. Skripsi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Rahmah, F., Noviardhi, A., Prihatin, S., Hunandar, C., & Rahmawati, A. Y. (2019). *Pengaruh Pendidikan Gizi Dengan Media Kartu Kuartet Terhadap Kebiasaan Sarapan, Asupan Energi Dan Protein Sarapan, Dan Pengetahuan Gizi Tentang*

- Sarapan Di Sdn Pedurungan Kidul 01 Dan 02 Kota Semarang*. Jurnal Riset Gizi, 7(1), 48. <https://doi.org/10.31983/jrg.v7i1.4368>
- Restu Arti Setia. (2014). *Penerapan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Numbered Heads Together (Nht) Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Kearsipan*. Universitas Pendidikan Indonesia
- Rocha, S. G. M. O., Rocha, H. A. L., & Leite, Á. J. M. (2020). Environmental, Socioeconomic, Maternal, and Breastfeeding Factors Associated with Childhood Overweight and Obesity in Cear a, Brazil: A Population-Based Study. 1–11.
- Rosdianti, Y. (2016). *Hubungan Pengetahuan, Sikap, Dan Praktik Gizi Terhadap Status Gizi Remaja Putri Di SMPN 1 Payung Kabupaten Bangka Selatan Provinsi Bangka Belitung*. 135. [Http://Repository.Unair.Ac.Id/54300/13/FK.BID.49-16RosH-Min.Pdf](http://Repository.Unair.Ac.Id/54300/13/FK.BID.49-16RosH-Min.Pdf)
- Rosdianti, Y. (2016). *Hubungan Pengetahuan, Sikap, dan Praktik Gizi terhadap Status Gizi Remaja Putri di SMPN 1 Payung Kabupaten Bangka Selatan Provinsi Bangka Belitung*. 135. <http://repository.unair.ac.id/54300/13/FK.BID.49-16RosH-Min.pdf>
- Rosida, H., Adi, A. C. 2017. *Hubungan Kebiasaan Sarapan, Tingkat Kecukupanenergi, KH, Protein Dan Lemak Dengan Status Gizi Pada Mahasiswa Pondokpesantren Al-Fattah Buduran, Sidoarjo*. Jurnal Media Gizi Indonesia, 12(2): 116-122.
- Roth, Emma. (2018). "Instagram Reportedly Hit 2 Billion Active Users But Probably Won't Admit It - The Verge." *The Verge*.
- Runa, S. C. (2018). *Pengaruh Intervensi Pendidikan Gizi Menggunakan Poster terhadap Kebiasaan Sarapan Remaja Gizi Lebih Di Sma Negeri 12 Makassar [skripsi]*. Program Studi Ilmu Gizi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Hasanuddin.
- Rusdi, F. Y., Helmizar, H., & Rahmy, H. A. (2021). Pengaruh Edukasi Gizi Menggunakan Instagram Terhadap Perubahan Perilaku Gizi Seimbang Untuk Pencegahan Anemia Pada Remaja Putri Di Sman 2 Padang. *Journal of Nutrition College*, 10(1), 31–38. <https://doi.org/10.14710/jnc.v10i1.29271>
- Santrock, J. W. (2012). *Life Span Development: Perkembangan Masa Hidup (13rd Ed.)*. Erlangga.

- Setiawati, N. A. (2020). *Hubungan Antara Perbandingan Sosial Dan Citra Tubuh Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram*. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Shalwa, Entin daningsih, Laili Yeni. (2015). *Pembuatan Poster Keanekaragaman Fitoplankton Di Danau Biru Singkawang Pada Sub Materi Keanekaragaman Hayati Di SMA*. Universitas Tanjungpura Pontianak.
- Sheldon, Pavica Dan Katherine Bryant. (2016). "Instagram: Motives For Its Use And Relationship To Narcissism And Contextual Age." *Computers In Human Behavior* 58:89–97.
- Sofianita, N., Arini, F., & Meiyetriani, E. (2015). *Peran Pengetahuan Gizi Dalam Menentukan Kebiasaan Sarapan Anak-Anak Sekolah Dasar Negeri Di Pondok Labu, Jakarta Selatan*. *Jurnal Gizi Dan Pangan*, 10(1), 57–62.
- Sri maiyena, (2013). "pengembangan media poster berbasis pendidikan karakter untuk materi global warming", *jurnal materi dan pembelajaran fisika (JMPF)*, volume3 nomor 1 2013 ISSN: 2089- 615
- Sugiyono, P. D. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2013). "Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D". Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D (Edisi Ke-2)*. Alfabet.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Pendidikan)*. Metode Penelitian Pendidikan.
- Supariasa, I. D., Bakri, B., & Fajar, I. (2016). *Penilaian Status Gizi*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Suri Dewi, R. (2021). *Pengaruh Promosi Gizi Menggunakan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Perilaku Gizi Seimbang Dan Aktivitas Fisik Remaja Overweight di MAN 1 Aceh Barat Tahun 2021*. Universitas Andalas.
- Suryana, E., Wulandari, S., Sagita, E., & Harto, K. (2022). *Perkembangan Masa Remaja Akhir (Tugas, Fisik, Intelektual, Emosi, Sosial dan Agama) dan*

- Implikasinya pada Pendidikan. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(6), 1956–1963. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i6.664>
- Suryaputra, K., & Nadhiroh, S. R. (2012). *Antara Remaja Obesitas Dengan Non Obesitas Pendahuluan Metode Penelitian*. *English Journal*, 16(1), 45–50.
- Susilawati, E. (2018). *Pengembangan Media Poster Sebagai Suplemen pembelajaran Fisika Materi Tata Surya Pada Siswa Smp Kelas Vii*. In Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Susi Tursilowati, Skm, Msc.Ph. (2022). *Pemberian edukasi gizi dengan media instagram terhadap pengetahuan, sikap, dan pola makan untuk pencegahan obesitas pada siswa sma negeri 11 semarang*. Semarang: div gizi Semarang
- Tadesse, Y., Derso, T., Alene, K. A., & Wassie, M. M. (2017). Prevalence and factors associated with overweight and obesity among private kindergarten school children in Bahirdar Town, Northwest Ethiopia : cross – sectional.
- Ulum, A. F. (2017). *Pengaruh Pemanfaatan Media Poster Terhadap Perilaku Siswa Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan DI Kelas II MI Nashrul fajar Meteseh Tembalang Semarang Tahun Pelajaran 2016/2017*. Skripsi. <http://eprints.walisongo.ac.id/8263/1/133911044.pdf>
- Utami, R.P., 2015. *Pengaruh model project based learning berbantu instagram terhadap kemampuan berpikir kreatif siswa kelas x sma negeri 8 Surakarta*, 4(1):47–52.
- Utami, N. A., Pendidikan, P., Kedokteran, S., Kedokteran, F., & Diponegoro, U. (2017). *Terhadap Kejadian Overweight Dan Obesitas*.
- WHO. (2017). *World Health Organization*. World Health Statistic 2021
- Widyantari, N. M. A., Nuryanto, I. K., & Dewi, K. A. P. (2018). Hubungan Aktivitas Fisik, Pola Makan, dan Pendapatan Keluarga dengan Kejadian Obesitas pada Anak Sekolah Dasar. *Jurnal Riset Kesehatan Nasional*, 2(2), 214.
- Wina Sanjaya. (2015). *Perencanaan Dan Desain Sistem Pembelajaran*, (Jakarta: Prenadamedia Group, H. 215.
- Yulia, I. (2018). OPTIMALISASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN SOSIAL DAN KOMUNIKASI PERUBAHAN PERILAKU (Suatu Pendekatan Studi Literature Review). *Hearty*, 6(2). <https://doi.org/10.32832/hearty.v6i2.1276>

Yunus Sulistyono. "*Penyusunan Media Pembelajaran Poster Berbasis Teks: Studi Kasus Media Pembelajaran Poster Karya Mahasiswa Semester 5 Pendidikan Bahasa Indonesia UMS*". *Varia Pendidikan*. Vol.2, No 2, Desember 2015: 208-215.