

# KORELASI PENGGUNAAN PESAN ANTAR MAKANAN ONLINE, PENGETAHUAN KONSUMSI GULA GARAM DAN LEMAK DENGAN FREKUENSI JAJAN DI SMA JAKARTA UTARA

*Correlation Online Food Delivery, Knowledge of Sugar, Salt and Fat with  
Frequency of Snack in North Jakarta High School*

**Mateus Bagas Nugroho Jati<sup>1\*</sup>, Sada Rasmada<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Program Studi Sarjana Gizi, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Sint Carolus

E-mail: [mateusbagas23@gmail.com](mailto:mateusbagas23@gmail.com)

## ABSTRACT

*The factors for someone to snack on at this time are very varied, some come from inside and outside oneself. This study aims to analyze the relationship between online food delivery, and knowledge of GGL consumption with the frequency of snacks in SMA North Jakarta. This study uses a cross-sectional design. Respondents were adolescents aged 16-18 years as many as 89 people. Research respondents were selected by purposive sampling technique. Data analysis includes univariate and bivariate using Spearman's rank. The results of the univariate showed that high school students in North Jakarta often ate snacks (87.6%). The dish that is often ordered is fried chicken (87,6%). The snack food that is often ordered is french fries (37,08%). The most frequently ordered drink is tea (34,83%). Furthermore, they often used online food delivery (56.2%). The application that is often used is GoFood (70,79%) knowledge related to GGL consumption was dominated by moderate (62.9%). The results of the bivariate test showed a correlation between ordering online food delivery with frequency of snack ( $r = 0.219$ ;  $p = 0.039$ ). Meanwhile, there was no correlation between knowledge of GGL consumption and snack frequency ( $p = 0.179$ ).*

**Keyword:** *frequency snack; knowledge of GGL; online food delivery.*

## ABSTRAK

Faktor seseorang untuk jajan pada saat ini sangat bervariasi, ada yang berasal dari dalam dan dari luar diri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis korelasi dari pesan antar makanan *online*, pengetahuan konsumsi GGL dengan frekuensi jajan. Penelitian ini menggunakan desain penelitian *cross sectional*. Responden adalah remaja akhir yang berusia 16-18 tahun sebanyak 89 orang. Responden penelitian dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data meliputi univariat dan bivariat menggunakan *rank spearman*. Hasil uji univariat menunjukkan bahwa pada siswa SMA di Jakarta Utara sering dalam frekuensi jajan (87,6%). Makanan sepinggan yang sering dipesan adalah *friedchicken* (87,6%). Makanan kudapan yang sering dipesan adalah kentang goreng (37,08%). Minuman yang paling sering dipesan adalah teh (34,83%). Selanjutnya sering dalam penggunaan pesan antar makanan *online* (56,2%). Aplikasi yang sering digunakan yaitu GoFood (70,79%). Pengetahuan terkait konsumsi GGL didominasi sedang sebesar (62,9%). Hasil uji bivariat menunjukkan adanya korelasi antara pesan antar makanan *online* dengan frekuensi jajan ( $r = 0.219$ ;  $p = 0.039$ ), tetapi pengetahuan konsumsi GGL tidak berkorelasi dengan frekuensi jajan ( $p = 0.179$ ).

**Kata Kunci:** *frekuensi jajan, pengetahuan GGL, pesan antar makanan online*



## PENDAHULUAN

Berbagai aplikasi layanan pesan antar makanan *online* mulai bermunculan di Indonesia. Aplikasi pesan antar makanan *online* banyak bersaing dalam menawarkan produk makanan serta minuman secara *online*. Promosi produk dilakukan dengan berbagai cara penawaran yang menarik, mulai dari potongan harga, beli 1 gratis 1, gratis biaya kirim dan lain sebagainya. Hal ini tentu memudahkan setiap orang untuk dapat mengakses makanan yang disukai dan diinginkannya dengan mudah dan juga murah. Aplikasi pesan antar makanan *online* dapat memberikan dampak baik dan juga buruk, tergantung dari bagaimana penggunaannya. Dengan kemajuan teknologi ini manusia dapat memilih dan membeli makanan sesuai kebutuhan dan juga keinginannya (Alifa *et al.*, 2020).

Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020 mencatat jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa. Berdasarkan provinsi, Jawa Barat menempati urutan pertama berdasarkan jumlah penggunaan internet yaitu 35,1 juta jiwa. DKI Jakarta sendiri menempati urutan keenam dengan jumlah pengguna sebanyak 8,9 juta jiwa (APJII

2020). Berdasarkan survei lain tercatat sebanyak 74,4% pengguna internet di Indonesia menggunakan aplikasi pesan antar makanan dalam satu bulan terakhir. Persentasi tersebut menempati urutan tertinggi di dunia. Brasil diurutan kedua dengan 66,6% kemudian Malaysia diurutan ketiga dengan 66,5%, Tiongkok dengan 66,4% dan Uni Emirat Arab dengan 65,1% (We Are Social, 2021).

Makanan yang paling banyak dipesan konsumen Amerika adalah burger keju, kentang goreng, pizza, nachos, *cheesecake* menunjukkan bahwa pilihan makanan tinggi kalori paling populer untuk dipesan. Lebih dari 70% pengguna menggunakan aplikasi untuk memesan layanan cepat saji tersebut (Stephens *et al.*, 2020). Berdasarkan Survei yang dilakukan di Indonesia yang bekerjasama dengan salah satu media pesan antar makanan *online* trend kuliner, menyatakan untuk kategori makanan setidaknya ada 10 makanan yang laris dipesan seperti makanan cepat saji, martabak, pizza, bakso, ayam, nasi goreng, burger, seblak, mie dan sate (Nielsen Company, 2021)

Pemesanan makanan secara *online* yang sering dilakukan yaitu jenis makanan cepat saji seperti *fast food*, *junk food* dan



juga makanan manis. Makanan cepat saji yaitu makanan yang sudah siap dimakan dalam waktu yang singkat. Dalam makanan cepat saji ini terkandung kalori, gula, natrium dan lemak yang tinggi namun rendah vitamin dan serat (Maretha *et al.* 2020). Persentasi kebiasaan mengonsumsi makanan dan minuman beresiko pada penduduk umur 3 tahun keatas tahun 2018 yaitu: 91,49% minuman manis, 87,9% makanan manis, 72,7% makanan asin, 87,9% mie instant atau makanan instant, 88,4% makanan yang mengandung bumbu penyedap, 86,7% makanan berlemak atau gorengan, 13,2% *soft drink*. (Infodatin, 2020)

Responden pada penelitian kali ini yaitu remaja yang merupakan siswa-siswi di dua sekolah swasta di Jakarta Utara yang memiliki karakteristik dan latar belakang yang sama. Mulai dari status ekonomi yang cenderung menengah keatas dan lingkungan yang mudah dalam mengakses makanan dan minuman siap saji. Ada hubungan yang signifikan antara pengetahuan gizi dengan frekuensi dan pemilihan konsumsi jajanan *fast food*. Pengetahuan yang baik akan mempengaruhi sikap dan perilaku dalam pemilihan makanan jajanan (Nadia 2019). Hasil penelitian yang telah dilakukan

menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara penggunaan aplikasi pesan antar makanan *online* dengan frekuensi makan utama ( $r = 0,169$  ;  $p = 0,162$ ) dan frekuensi makan selingan ( $r = 0,039$  ;  $p = 0,751$ ) (Maretha *et al.*, 2020) Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis korelasi penggunaan pesan antar makanan *online*, pengetahuan konsumsi gula garam dan lemak dengan frekuensi jajan di SMA Jakarta Utara.

## METODE

### Desain, tempat, dan waktu

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain penelitian analitik yaitu *cross sectional*. Penelitian ini bersifat analitik karena peneliti melakukan proses analisis terhadap data yang dikumpulkan. Penelitian ini dilakukan di 2 SMA Swasta di daerah Kelapa Gading, Jakarta Utara pada bulan April sampai Juni tahun 2022.

### Jumlah dan cara pengambilan subjek

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa-siswi kelas X dan XI dari SMA A yang berjumlah 235 orang dan SMA B yang berjumlah 263 orang. Total dari kedua sekolah tersebut yaitu 498 orang. Perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin dengan persen



kelonggaran ketidaktelitian 10% dan mendapatkan hasil sebanyak 84 responden. Penambahan 10% jika ada responden yang *dropout* dan tidak memenuhi kriteria sehingga hasilnya 93 responden. Sampel ditentukan dengan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* hingga didapati jumlah orang dengan menggunakan *probability propotional to size*. Kriteria Inklusi responden sebagai berikut; 1). responden merupakan siswa dan siswi aktif, 2) responden berusia 16-18 tahun, 3) responden merupakan pengguna aktif pesan antar makanan *online*

Saat pengambilan data setelah diwawancara ada beberapa responden yang tidak memenuhi kriteria inklusi. Sehingga didapatkan responden pada SMA A sebanyak 45 orang dan SMA B sebanyak 44 orang dan total responden 89 orang.

### **Jenis dan cara pengumpulan data**

Data variabel bebas yang dikumpulkan yaitu; karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, kelas, dan jurusan. Kemudian pengetahuan konsumsi GGL, penggunaan pesan antar makanan *online*. Data variabel terikat yaitu frekuensi jajan. Keduanya diperoleh dengan cara wawancara dan angket menggunakan

kuesioner.

Kuesioner pengetahuan GGL dibuat oleh peneliti dengan 30 total soal. Kuesioner diujikan ke SMA Swasta di Jakarta Utara dengan total responden yaitu 32 orang. Setelah diuji didapatkan Nilai *Cronbach's Alpha* sebesar (0,819). Hasil *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7 maka dinyatakan *reliable*. Butir soal dinyatakan valid apabila item pertanyaan mempunyai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel. Besarnya *r* tabel yaitu  $df=30$  sebesar 0,349. Dari 30 pertanyaan terdapat 15 pertanyaan valid. Ada 5 pertanyaan yang tidak valid namun tetap dimasukkan kedalam kuesioner Hal ini dikarenakan pertanyaan tersebut merupakan pertanyaan inti dari tujuan penelitian. Sehingga total ada 20 pertanyaan dalam kuesioner pengetahuan GGL.

Kuesioner penggunaan pesan antar makanan *online* digunakan untuk mengetahui aplikasi pesan antar makanan *online* apa saja yang digunakan serta alasan apa yang mendukung responden untuk menggunakan pesan antar makan *online*. Kuesioner digunakan juga untuk melihat seberapa sering responden menggunakan aplikasi pesan antar makanan tersebut. Responden diminta *screenshoot*



penggunaan pesan antar makanan *online* yang dilakukan dalam satu bulan terakhir yang dilihat dari tanggal 06 April 2022 sampai 06 Juni 2022. Peneliti membantu mengecek atau melihat riwayat pemesanan yang dilakukan oleh responden kemudian mengirimkan *screenshot* nya ke peneliti. Dari *Screenshot* tersebut dapat dilihat juga frekuensi penggunaan pesan antar makanan *online* yang dilakukan responden kemudian data diolah lebih lanjut.

Alat ukur untuk mengetahui gambaran dan frekuensi jajan baik makanan dan minuman dari responden yaitu *food frequency questionnaire* (FFQ). Dari *screenshot* penggunaan pesan antar makanan *online* itu dicatat frekuensi jajan yang dilakukan oleh responden dalam satu minggu terakhir. Selanjutnya dari tiap jenis jajanan yang ada didalam formulir dan diisi sesuai dengan jumlah pemesanan yang dilakukan oleh responden. Setelah itu data frekuensi jajan diolah lebih lanjut.

### Analisis data

Analisis data dilakukan secara univariat dan bivariat. Analisis univariat bertujuan untuk mendeskripsikan setiap variabel penelitian. Variabel dalam penelitian ini meliputi penggunaan pesan

antar makanan *online*, frekuensi jajan, pengetahuan konsumsi gula, garam, dan lemak. Analisis Univariat menghasilkan distribusi frekuensi dan persentasi dari setiap variabel. Analisis Bivariat bertujuan untuk menguji korelasi antar variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Uji bivariat yang digunakan pada penelitian ini yaitu korelasi *Rank Spearman* (Spearman Rho) yang berguna untuk mengukur tingkat atau eratnya korelasi antara dua variabel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Univariat

Berdasarkan Tabel 1 responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 51,7% dan jenis kelamin laki-laki sebanyak 48,3% responden. Responden berusia 16 tahun sebanyak 40,4% berusia 17 tahun sebanyak 50,6% berusia 18 tahun sebanyak 9,0%. Responden saat ini duduk dikelas X sebanyak 47,2%. dan dikelas XI sebanyak 52,8%. Responden berasal dari 2 jurusan yaitu IPA sebanyak 27%. dan IPS sebanyak 73%.



**Tabel 1. Karakteristik Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Jurusan, Pengetahuan Konsumsi GGL, Penggunaan Pesan Antar Makanan *Online*, dan Frekuensi Jajan**

Variabel	n	%
<b>Jenis Kelamin</b>		
Perempuan	46	51,7
Laki-laki	43	48,3
<b>Usia (tahun)</b>		
16	36	40,4
17	45	50,6
18	8	9,0
<b>Jurusan</b>		
IPA	24	27,0
IPS	65	73,0
<b>Pengetahuan konsumsi GGL</b>		
Kurang	24	27,0
Sedang	56	62,9
Baik	9	10,1
<b>Penggunaan Pesan Antar Makanan <i>Online</i></b>		
Sering	50	56,2
Tidak Sering	39	43,8
<b>Alasan Penggunaan</b>		
Karena Promosi	80	89,9
Bukan Karena Promosi	9	10,1
<b>Frekuensi Jajan</b>		
Sering	78	87,6
Tidak Sering	11	12,4
<b>Total</b>	<b>89</b>	<b>100</b>

Pengetahuan gizi adalah pengetahuan terkait makanan dan zat gizi, sumber-sumber zat gizi pada makanan, makanan aman di konsumsi sehingga tidak menimbulkan terjadi penyakit dan cara mengolah makanan yang baik agar zat gizi dalam makanan tidak hilang dan bagaimana cara hidup sehat (Lestari, 2020). Pada Tabel 1 pengetahuan konsumsi GGL responden terbanyak dalam kategori sedang yaitu 56 orang (62,9%). Responden lainnya juga masih ada dalam kategori kurang dan kategori baik. Dalam setiap sajian harian, masyarakat perlu memperhatikan

kandungan gula, garam dan lemak. Batasan dalam mengonsumsi gula, garam, dan lemak yang disarankan Kementerian Kesehatan per orang dalam sehari yaitu: gula tidak lebih dari 50 g atau 4 sendok makan lalu garam tidak melebihi 2000 mg natrium/sodium atau 5 g atau 1 sendok teh. Untuk lemak hanya 67 g atau 5 sendok makan minyak. Untuk memudahkan dalam mengingatnya maka sering ada sebutan G4 G1 L5 (Rachmi *et al.*, 2019).

Berdasarkan Tabel 1 penggunaan pesan antar makanan online responden terbanyak dalam kategori sering sebanyak



50 orang (56,2%). Dari hasil penelitian lain yang telah dilakukan pada remaja diketahui bahwa frekuensi *online food consumption* banyak dalam kategori sering yaitu 77% sedangkan kategori jarang hanya 23%. Angka ini menunjukkan persentasi yang tinggi bahwa remaja masih sering mengkonsumsi makanan yang dipesan secara *online* (Sandy *et al.*, 2023)

Pemesanan merupakan hasil kegiatan usaha yang berkaitan dengan pemindahan barang dari penjual ke konsumen. Semakin cepat perangkat memiliki akses internet, maka semakin cepat pengguna dapat berselancar dan semakin mudah untuk melakukan pemesanan makanan *online* favorit. Pengguna internet menemukan kemudahan dalam proses tersebut. Pengalaman inilah yang menjadikan faktor adiktif untuk melakukan pemesanan makanan *online* melalui *smarthphone* dan merupakan kunci keberhasilan dalam transformasi digital saat ini (Harahap, 2019). Alasan penggunaan aplikasi pesan antar makanan *online* yang diutarakan responden pada penelitian kali ini lebih banyak karena promosi yang ditawarkan. Promosi yang sering menarik perhatian yaitu adanya potongan harga sebesar 60%. Penelitian yang telah

dilakukan mengenai keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pesan antar makanan *online* harga adanya potongan harga sebanyak 25% dan ongkos kirim lebih murah sebanyak 20% (Lisnawati *et al.*, 2019)

Pada penelitian kali ini juga dapat dilihat aplikasi apa yang paling banyak digunakan oleh responden. Sebanyak 70,79% menggunakan GoFood. Sebanyak 58,43% menggunakan Shopefood. Sebanyak 49,44% menggunakan GrabFood. Sebanyak 10,11% McDelivery. Sebanyak 8,99% menggunakan Pizza Hut Delivery. Sebanyak 4,49% menggunakan Travelloka Eats. Salah satu aplikasi yang populer di Indonesia adalah GoFood yang merupakan bagian dari aplikasi Gojek. GoFood merupakan fitur yang ada di aplikasi Gojek yang digunakan untuk layanan *food delivery* atau mengantar makanan pada sebuah rumah makan dengan memanfaatkan *gadget*. Dengan adanya fitur GoFood bagi pengusaha kuliner terutarama Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bisa menjadi solusi alternatif dalam menjangkau konsumen lebih luas. Fitur GoFood mulai dijalankan sejak April 2015 (Putra *et al.*, 2020)





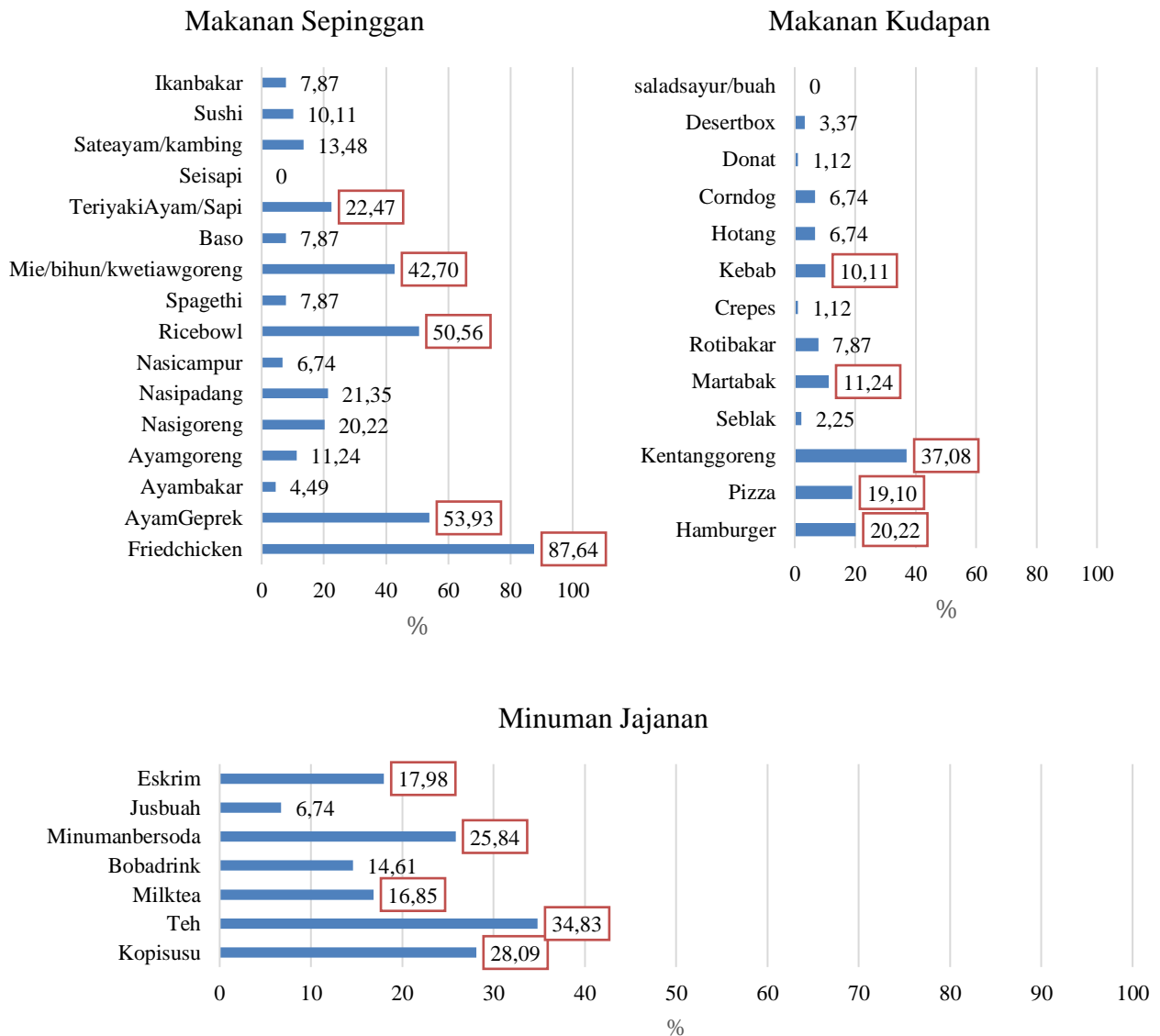
Hasil penelitian kali ini tidak sejalan dengan hasil riset daring yang dilakukan oleh perusahaan riset digital Snapcart Indonesia dimana GrabFood memimpin pasar industry pesan antar makanan pada konsumen dan penjualan di Indonesia. Hasil riset menunjukkan bahwa 82% restoran dan toko makanan dan minuman menggunakan aplikasi GrabFood untuk layanan mereka. Diikuti GoFood 71% dan ShopeFood 28%. Data preferensi juga menunjukkan bahwa 54% responden memilih GrabFood sebagai aplikasi pesan antar makanan yang direkomendasikan diikuti oleh GoFood sebesar 34%. Riset juga menunjukkan bahwa rata-rata konsumen menggunakan GrabFood enam kali dalam sebulan sedangkan GoFood sebanyak lima kali dalam sebulan (Husna *et al.*, 2020) Namun hasil penelitian lain menyatakan bahwa pengalaman pengguna GoFood lebih

unggul daripada GrabFood pada semua aspek penilaian UEQ (*User Experience Questionnaire*) (Sasmito, 2018)

Selanjutnya pada Tabel 1, frekuensi jajan responden didominasi dalam kategori sering sebanyak 78 orang (87,6%). Frekuensi jajan yang dilakukan oleh siswa-siswi dengan menggunakan aplikasi pesan antar makanan *online*. Jajan yang dimaksud yaitu merupakan kegiatan membeli segala jenis makanan atau minuman yang dilakukan secara *online* menggunakan aplikasi, bukan hanya jajan sebagai makanan atau minuman sebagai selingan. Makanan sepinggan yakni golongan makanan pokok yang bisa disiapkan lebih awal di tempat penjualan. Contoh pangan sepingan seperti gado-gado, nasi uduk, bakso, mie ayam, lontong sayur dan lain lain (Sitorus *et al.*, 2020).







**Gambar 1. Sebaran Makanan Sepinggan, Kudapan, dan Minuman Jajanan yang dipesan melalui Aplikasi oleh Responden**

Jenis makanan sepinggan yang paling sering dipesan pada penelitian kali ini adalah *fried chicken* (87,6%). *Fried chicken* yang dimaksudkan yaitu ayam yang dibalurkan tepung kemudian digoreng disajikan tanpa sambal ulek atau hanya

dengan saus sambal atau tomat saja. Selanjutnya ada ayam geprek (53,93%). Ayam geprek yang dimaksudkan yaitu ayam yang diolah dengan atau tanpa tepung kemudian digoreng dan disajikan bersamaan dengan sambal ulek. Selanjutnya adalah



*ricebowl* (50,56%). Selanjutnya yaitu mie/bihun/kwetiaw goreng (42,70%). Selanjutnya adalah teriyaki ayam/sapi (22,47%). (Gambar 1)

Terlihat bahwa makanan sepinggan yang sering dipesan dan dikonsumsi siswa-siswi di SMA Jakarta Utara kandungan lemaknya cukup tinggi karena proses pengolahan dengan digoreng dengan minyak yang banyak (*deep frying*) atau ditumis dengan minyak. Kandungan lemak dalam bahan makanan yang dikonsumsi secara berlebihan dan terus menerus oleh seseorang dapat menyebabkan penumpukan lemak dalam tubuh yang dapat berdampak pada kejadian obesitas. Peraturan Menteri Kesehatan No. 63 tahun 2013 tentang pencantuman informasi Gula, Garam dan Lemak serta Pesan Kesehatan untuk pangan olahan dan siap saji. Pasal 7 disebutkan bahwa perlu adanya pembinaan terhadap masyarakat khususnya remaja untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran terhadap risiko PTM yang disebabkan oleh asupan gula, garam dan lemak yang berlebih.

Makanan kudapan yakni makanan yang disantap selang dua waktu makan. Makanan kudapan terdiri dari: Makanan kudapan basah, seperti pisang goreng,

lemper, lumpia, risoles, dan lain-lain. Makanan kudapan ringan, seperti keripik, biskuit, kue kering dan lain-lain. (Sitorus *et al.*, 2020). Jenis makanan kudapan yang paling sering dipesan yaitu kentang goreng (37,08%). Selanjutnya ada hamburger (20,22%), pizza (19,10%), Martabak (11,24%), dan Kebab (10,11%) (Gambar 1).

Terlihat bahwa makanan kudapan yang sering dipesan dan dikonsumsi siswa-siswi di SMA Jakarta Utara kandungan energi dan lemak cukup tinggi. Kandungan lemak yang berlebih dan dikonsumsi secara terus menerus dapat menyebabkan peningkatan berat badan dan terjadinya obesitas. Didalam makanan cepat saji terkandung banyak kalori, natrium, gula dan kadar lemak namun rendah serat dan vitamin.

Selanjutnya untuk kategori jajan minuman terlihat bahwa jenis minuman yang paling sering dipesan adalah teh (34,83%). Teh sering masuk kedalam menu paketan makanan cepat saji dan juga warung tenda. Teh dengan varian rasa dan topping juga mulai banyak ada dipasaran. Hal ini menjadi daya tarik yang baru. Posisi kedua adalah kopi susu (28,09%). Kopi susu saat ini juga marak dan menjamur di kalangan masyarakat dengan berbagai merek. Posisi



berikutnya ada minuman bersoda (25,84%). Sama halnya dengan teh, minuman bersoda juga merupakan minuman yang sering masuk kedalam menu paketan makanan cepat saji, sehingga saat memesan menu tersebut sudah termasuk minuman bersoda. Posisi berikutnya yaitu eskrim (17,98%), lalu milktea (16,85%) (Gambar 1).

### Analisis Bivariat

Hasil uji bivariat korelasi penggunaan pesan antar makanan *online*, pengetahuan konsumsi gula garam dan lemak dengan frekuensi jajan di SMA Jakarta Utara dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Korelasi Antara Faktor Frekuensi Jajan dengan Frekuensi Jajan**

Faktor	Frekuensi Jajan	
	r	p
Penggunaan Pesan Antar Makanan <i>Online</i>	0,219	0,039*
Pengetahuan Konsumsi Gula, Garam dan Lemak	0,144	0,179

(\*) Terdapat korelasi yang signifikan

### Korelasi Penggunaan Pesan Antar Makanan *Online* dengan Frekuensi Jajan

Berdasarkan Tabel 2 hasil output menunjukkan bahwa korelasi penggunaan aplikasi pesan antar makanan *online* dengan frekuensi jajan. Nilai korelasi spearman sebesar (0,219) dan nilai signifikan (0,039). Jika dibandingkan dengan nilai  $\alpha$  (0,05) maka nilai signifikan (0,039) < (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel ada korelasi yang signifikan. Nilai korelasi spearman sebesar (0,219) menunjukkan bahwa arah korelasi positif dengan kekuatan korelasi yang lemah.

Perubahan gaya hidup saat ini semakin meningkat dengan adanya

kemudahan dalam akses makanan dan minuman. Manusia cenderung memiliki budaya konsumtif. Meningkatnya budaya konsumtif ini dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Alifa *et al.* 2020). Aplikasi pesan antar makanan *online* dapat memberikan dampak yang baik dan juga dampak buruk, tergantung bagaimana pengguna memanfaatkan aplikasi tersebut. Pengguna dapat memilih dan membeli makanan sesuai kebutuhannya dengan mudah dan cepat. Aplikasi pesan antar makanan *online* memberikan akses sebebas-bebasnya sehingga dapat berdampak terhadap tidak terkontrolnya jenis dan jumlah makanan yang dibeli dan



dikonsumsi pengguna. (Maretha *et al.*, 2020).

Hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian terkait yaitu mengenai penggunaan aplikasi pesan antar makanan *online* yang sudah pernah dilakukan. Dalam penelitiannya diketahui bahwa tidak ada korelasi antara penggunaan aplikasi pesan antar makanan *online* dengan frekuensi makan utama ( $r = 0,169$  ;  $p = 0,162$ ) dan frekuensi makan selingan ( $r = 0,039$  ;  $p = 0,751$ ). Hal ini lebih banyak responden dengan frekuensi makan utama sebanyak  $\leq 2$  kali/hari (60%) dan makan selingan  $\leq 2$  kali/hari (55%). berbanding terbalik dengan frekuensi penggunaan aplikasi pesan antar makanan *online* yang tinggi. (Maretha *et al.*, 2020)

Pada penelitian kali ini hasil yang didapatkan dari penggunaan aplikasi pesan antar makanan *online* berbanding lurus dengan frekuensi jajan yang dilakukan oleh responden ( $r = 0,219$  ;  $p = 0,039$ ). Semakin besar variabel penggunaan aplikasi pesan antar makanan *online* maka semakin besar pula nilai frekuensi jajan. Hal ini dapat disebabkan karena adanya faktor pendukung dari penggunaan aplikasi dikarenakan adanya promosi yang ditawarkan. Promosi merupakan elemen

bauran pemasaran yang berfokus pada upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Jadi promosi adalah suatu kegiatan yang penting dalam usaha memasarkan produk atau jasa sehingga dapat menarik untuk membeli produk tersebut. Kegiatan promosi direncanakan semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan dapat mudah dimengerti oleh masyarakat agar dapat meningkatkan ketertarikan tersebut. Ketertarikan inilah yang menyebabkan remaja sering menggunakan aplikasi pesan antar makanan *online* saat ini. (Tjiptono, 2015)

### **Korelasi Pengetahuan Konsumsi Gula, Garam dan Lemak dengan Frekuensi Jajan**

Berdasarkan Tabel 2 hasil output menunjukkan bahwa korelasi pengetahuan konsumsi gula, garam dan lemak dengan frekuensi jajan nilai korelasi spearman sebesar (0,144) dan nilai signifikan (0,179). Jika dibandingkan dengan nilai  $\alpha$  (0,05) maka nilai signifikan (0,179)  $>$  (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan konsumsi gula garam lemak dan frekuensi jajan tidak ada korelasi yang signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian



yang sudah dilakukan menyatakan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara pengetahuan gizi dengan frekuensi jajan makanan cepat saji. ( $r=0,041$  ;  $p=0,750$ ) (Putri dan Setyowati, 2021). Penelitian lain menyatakan pula bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara pengetahuan gizi dengan pemilihan makanan cepat saji ( $p\text{-value}=0,201$ ) (Harahap, 2020).

Hal ini dapat disebabkan karena adanya faktor internal dan faktor eksternal yang saling mempengaruhi, dimana respon yang dihasilkan dari kedua faktor tersebut berbeda pada masing masing individu. Dalam hal ini pengetahuan mengenai makanan, kebersihan dan kesehatan dari makanan serta bahan tambahan yang digunakan dalam makanan cepat saji. (Putri dan Setyowati, 2021). Menurut peniliti bahwa pengetahuan yang baik dan sedang tidak menjamin remaja akan tidak sering jajan begitu pula sebaliknya, dikarenakan

bukan hanya faktor pengetahuan yang berhubungan frekuensi jajan.

Ada faktor lain yang dapat mempengaruhi seseorang seperti media massa, sosial budaya dan informasi. Penelitian terkait menyatakan bahwa frekuensi dan durasi penggunaan Instagram berhubungan dengan frekuensi makananan jajan remaja ( $p\text{-value}=0,000$ ) (Masitah dan Sulistyadewi, 2022). Mayoritas remaja dapat memperoleh informasi tentang konsumsi makanan cepat saji yang didalamnya memuat banyak informasi dan tawaran. Faktor sosial juga berpengaruh dalam penentuan frekuensi jajan karena remaja merupakan masa yang sangat mudah terpengaruh dengan kebiasaan teman, kondisi lingkungan. Penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa ada hubungan peran teman sebaya berpengaruh terhadap frekuensi jajan dan tingkat kejadian gizi lebih pada remaja (Sartika *et al.*, 2021).



## KESIMPULAN

Terdapat korelasi antara penggunaan pesan antar makanan *online* dengan frekuensi jajan. Aplikasi pesan antar makanan *online* dapat memberikan dampak yang baik dan juga buruk. Hal ini dapat menjadikan budaya konsumtif yang terjadi dimasyarakat. Kemudahan aksesnya dapat mengakibatkan sering dalam menggunakan aplikasi untuk membeli makanan dan minuman yang diinginkan. Tidak ada korelasi antara pengetahuan konsumsi Gula, Garam dan Lemak dengan frekuensi jajan. Seseorang dengan pengetahuan yang baik terkadang juga dapat sering jajan. Ada faktor lain selain pengetahuan yang dapat mempengaruhi frekuensi jajan seseorang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alifa A, Sufyan D, Puspita I. 2020. *Hubungan Promosi Pelayanan Serta Perilaku Konsumsi Pangan Obesogenik Dengan Status Gizi Lebih Remaja*. Jurnal Riset Gizi 8(1): 19–24.
- APJII. 2020. *Survei Pengguna Internet APJII 2019-Q2 2020*, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: 74-76.
- Harahap L. *Hubungan Kecukupan Gizi, Pemesanan Makanan Online dan Aktivitas Fisik Dengan Obesitas Pada Mahasiswa Universitas Medan Area Tahun 2018*. [Tesis]. Medan:Universitas Sumatera Utara; 2019
- Harahap L. 2020. *Hubungan Pengetahuan dan Sikap Dengan Pemilihan Makanan Cepat Saji di UPTD Puskesmas Sadabuan*. Jurnal Education and development 8(4): 271–274.
- Husna, Shofiya D, Puspita, Deviyanti I. 2020. *Hubungan Promosi dan Pelayanan GoFood dengan Perilaku Konsumsi Pangan Obesogenik dan Status Gizi Remaja*. Jurnal Riset Gizi 8(1): 76–84.
- Infodatin. 2020. *Hari Bawa Bekal Nasional*. Pusat Data dan Informasi Kementrian Kesehatan RI. 1–10.
- Lestari P. 2020. *Hubungan Pengetahuan Gizi, Asupan Makanan dengan Status Gizi Siswi Mts Darul Ulum*. Sport and Nutrition Journal. 2(2): 73–80.
- Lisnawati A, Yunita D, Hartati. 2019. *Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pesan antar Makanan Online di Palembang*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya. 17(3): 1–12.
- Maretha F, Margawati A, Wijayanti H, Dieny F. 2020. *Hubungan*



Jurnal Gizi dan Pangan Soedirman.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

DOI: 10.20884/1.jgipas.2023.7.2.8583

- Penggunaan Aplikasi Pesan Antar Makanan Online Dengan Frekuensi Makan Dan Kualitas Diet Mahasiswa.* Journal of Nutrition College. 9(3); 160–168.
- Masitah R dan Sulistyadewi N. 2022. *Hubungan Frekuensi dan Durasi Penggunaan Instagram Dengan Perilaku Pemilihan Makanan Jajanan Pada Remaja.* Jurnal Kesehatan. 9(3): 173–180.
- Nadia A. 2019. *Hubungan Pengetahuan Gizi Dan Frekuensi Konsumsi Fast Food Pada Remaja Di SMA NEGERI 5 SURAKARTA.* Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Nielsen Company. 2021. *The Nielsen Total Audience Report.* Agustus.
- Putra K, Hidayatullah F, Farida N. 2020. *Mediatisasi Layanan Pesan Antar Makanan Di Indonesia Melalui Aplikasi Go-Food.* Islamic Communication Journal. 5(1): 114.
- Putri E dan Setyowati A. 2021. *Pengetahuan Gizi dan Sikap Remaja Dengan Pola Konsumsi Makanan Cepat Saji Selama Masa Study From Home (SFH).* Sport and Nutrition Journal. 3(2): 25–33.
- Rachmi C. Wulandari E. Kurniawan H. Wiradnyani L. Ridwan R. Akib C. 2019. *Buku Panduan Siswa AKSI BERGIZI.* Kementerian Kesehatan RI. Jakarta
- Sandy Y. Permatasari T. Pratiwi C. Damanik K. 2023. *Online Food Consumption Dan Asupan Kalsium Terhadap Status Gizi Remaja Di Kota Medan.* Jurnal Gizi dan Pangan Soedirman. 7(1): 77–90.
- Sartika W. Herlina S. Qomariah S. Juwita S. 2021. *Teman Sebaya Berpengaruh Terhadap Kejadian Gizi Lebih Pada Remaja Di Era Pandemi Covid 19.* Midwifery Journal. 1(1): 282–288.
- Sasmito E. 2018. *Pesan Antar Makanan Studi Kasus Go-Food Dan Grab-Food User Experience Analysis of Food Delivery Services.* Institut Teknologi Sepuluh Nopember
- Sitorus C. Mayulu N. Wantania J. 2020. *Hubungan Konsumsi Fast Food, Makanan/ Minuman Manis dan Aktivitas Fisik Dengan Kadar Gula Darah Dan Status Gizi Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi.* Journal of Public Health and Community Medicine. 1(4): 10–17.





- Stephens J. Miller H. Militello L. 2020.  
*Food Delivery Apps and the Negative  
Health Impacts for Americans.*  
Frontiers in Nutrition: 1–2.
- We Are Social. 2021. *Digital 2021  
Indonesia.* Global Digital Insights: 103

