

RESEARCH STUDY

Versi Bahasa

OPEN ACCESS

Pengaruh Edukasi Gizi Melalui Media Sosial terhadap Pengetahuan Gizi dan Pemilihan Menu di Aplikasi Pesan Antar Makanan

The Effect of Nutrition Education Through Social Media on Nutritional Knowledge and Menu Selection in Food Delivery Application

Rahmanita Femyliati¹, Al Mukhlas Fikri^{1*}, Eka Andriani¹¹Program Studi Gizi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang, Indonesia**INFO ARTIKEL**

Received: 15-06-2022

Accepted: 29-11-2022

Published online: 09-06-2023

***Koresponden:**

Al Mukhlas Fikri

mukhlas.fikri@fikes.unsika.ac.id

DOI:

10.20473/amnt.v7i2.2023.24
8-254**Tersedia secara online:**<https://e-journal.unair.ac.id/AMNT>**Kata Kunci:**Edukasi gizi, Pemilihan menu,
Aplikasi pesan antar**ABSTRAK**

Latar Belakang: Remaja cenderung memanfaatkan aplikasi layanan pesan antar makanan online daripada mendatangi warung makan atau restoran untuk membeli makanan, namun kebanyakan makanan dan minuman yang ditawarkan memiliki kandungan kadar lemak, natrium, dan gula yang tinggi tetapi kandungan gizi lain rendah. Saat ini *Whatsapp* menempati urutan pertama dalam kategori media sosial dengan pengguna teraktif dengan remaja salah satu penggunanya. Penelitian-penelitian sebelumnya belum sampai menganalisis perubahan perilaku dan menganalisis efektivitas masing-masing media dalam sebuah penelitian yang sama. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan memberikan intervensi edukasi gizi melalui *Whatsapp* berupa poster digital, audio, dan video.

Tujuan: Menganalisis pengaruh edukasi gizi melalui media sosial terhadap pengetahuan gizi dan pemilihan menu di aplikasi pesan antar makanan.

Metode: Desain penelitian ini adalah *quasi experiment*. Penelitian ini dilaksanakan di Bekasi secara *online* pada tahun 2022 dengan sampel penelitian adalah remaja pengguna aplikasi pesan antar makanan dan *Whatsapp*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 111 sampel yang dibagi menjadi 3 kelompok, yakni kelompok audio, poster, dan video. Peningkatan pengetahuan dinilai dengan hasil kuesioner *pre-test* dan *post-test*, sedangkan perubahan pemilihan menu dilihat dari hasil Food Recall 2x24 jam. Edukasi gizi dilakukan sebanyak 4 kali dengan frekuensi pemberian 1 kali seminggu melalui grup *Whatsapp*. Analisis pengaruh edukasi gizi terhadap pengetahuan dan pemilihan menu dilakukan menggunakan uji wilcoxon, *simple paired t-test*, dan kruskal wallis.

Hasil: Dalam penelitian ini terdapat pengaruh pengetahuan gizi seimbang sehingga ada perbedaan pengetahuan gizi yang signifikan ($p < 0,05$) pada subjek seluruh kelompok intervensi setelah diberikan intervensi. Begitu juga dengan pemilihan menu di aplikasi pesan antar makanan yang mengalami perubahan positif setelah intervensi ($p < 0,05$) yaitu subjek mulai memilih menu padat gizi di aplikasi pesan antar makanan. Namun demikian, tidak terdapat perbedaan efektivitas antar media edukasi ($p > 0,05$).

Kesimpulan: Terdapat pengaruh edukasi gizi menggunakan audio, poster dan video terhadap pengetahuan gizi dan pemilihan menu di aplikasi pesan antar makanan.

PENDAHULUAN

Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan pengguna teknologi digital di Indonesia sebanyak 196,7 juta orang¹. Bentuk pemanfaatan teknologi *digital marketing* yang saat ini berkembang adalah aplikasi pesan antar makanan dan minuman seperti *Gofood*, *Grabfood*, *Shopeefood* dan lain sebagainya². *Grabfood* menjadi aplikasi pesan antar makanan dengan total pembelian atau *Gross Merchandise Value* (GMV) tertinggi di Indonesia yaitu sebesar 49% dari total GMV di kawasan Asia Tenggara atau senilai 15,5 miliar dollar AS. Posisi kedua ditempati oleh *Gofood* sebesar 43% atau senilai 2 miliar dollar AS

dan diikuti *Shopeefood* sebesar 8% atau senilai 0,9 miliar dollar AS³.

Remaja cenderung memanfaatkan aplikasi layanan pesan antar makanan *online* daripada mendatangi warung makan atau restoran untuk membeli makanan⁴. Namun, kebanyakan makanan dan minuman yang ditawarkan memiliki kandungan kadar lemak, natrium, dan gula yang tinggi tetapi kandungan folat, serat, vitamin C, A, dan kalsium di dalamnya rendah⁵. Aplikasi pesan antar makanan saat ini diminati remaja karena memberikan kemudahan akses layanan, menu yang tersedia beragam dan menawarkan berbagai promo menarik. Hal tersebut dapat berdampak pada transaksi pemesanan menu yang berlebihan dan memicu pola makan yang tidak bergizi seimbang⁶.

Menurut Contento, ada beberapa faktor dalam pemilihan makan, salah satunya adalah faktor intrapersonal. Dalam faktor intrapersonal, pengetahuan menjadi salah satu proses dalam pemilihan makan selain kemampuan, norma sosial, dan budaya⁷. Pemilihan makan remaja di kabupaten dan kota dipengaruhi beberapa hal, salah satunya adalah pengetahuan gizi⁸. Pada penelitian yang dilakukan pada mahasiswa, berbagai faktor turut berpengaruh dalam pemilihan makan oleh mahasiswa, namun pengetahuan menjadi faktor utama di dalamnya⁹.

Peran pendidikan kesehatan khususnya gizi tidak hanya sebatas seseorang mengetahui informasi kesehatan, namun yang lebih utama adalah timbulnya perilaku kesehatan dalam kehidupan sehari-hari¹⁰. Semakin sering frekuensi keterpaparan seseorang dengan pengetahuan gizi yang baik, remaja memiliki motivasi untuk menerapkan pengetahuan gizi tersebut dalam kehidupan sehari-hari¹¹. Beberapa penelitian menunjukkan penggunaan media sosial efektif dalam meningkatkan pengetahuan gizi¹². Sebuah penelitian dengan memanfaatkan facebook, menunjukkan hasil adanya peningkatan pengetahuan anemia, konsumsi vitamin C, protein, dan zat besi pada remaja putri di Desa Tebas Kuala¹³. Selain *instagram* dan *facebook*, *Whatsapp* turut menjadi salah satu media sosial yang dimanfaatkan dalam memberikan edukasi. *Whatsapp* menempati urutan pertama dalam kategori media sosial terlama penggunaannya dalam sebulan. Rata-rata lama penggunaan *Whatsapp* di Indonesia adalah 30,8 jam per bulan¹⁴.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *Whatsapp* efektif untuk pembelajaran ditandai dengan meningkatnya pengetahuan siswa¹⁵. Menurut para siswa, pesan dan gambar dalam *Whatsapp* sangat mendukung proses pembelajaran¹⁵. Penelitian lain menunjukkan hasil adanya perubahan pola konsumsi jajanan menjadi lebih baik setelah diberikan edukasi gizi melalui *Whatsapp* pada siswa SMK Darussalam Karangpucung dan SMK Negeri 1 Karangpucung¹⁶. Hasil edukasi gizi melalui *Whatsapp* sebanyak 1 kali pada remaja putri di SMPN 21 Penajam Paser Utara Kalimantan Timur menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan namun tidak terlihat adanya perubahan sikap¹⁷. Edukasi gizi yang dilakukan pada siswa SMAN 3 Bogor melalui *Whatsapp* sebanyak 10 kali mampu meningkatkan pengetahuan dan sikap terkait gizi seimbang¹⁸. Untuk itu, penulis melakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh edukasi gizi melalui *Whatsapp* terhadap pemilihan menu di aplikasi pesan antar makanan.

METODE

Desain pada penelitian ini adalah desain *quasi experiment*. Penelitian ini dilaksanakan di Bekasi pada tahun 2022 dengan sampel penelitian adalah remaja pengguna aplikasi pesan antar makanan dan *Whatsapp*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 111 sampel yang dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu kelompok audio, poster, dan video. Penetapan sampel melihat kesesuaian dengan kriteria inklusi yaitu berusia 14-18 tahun, menggunakan *Whatsapp*, sering (> 3 kali dalam seminggu) melakukan pemesanan makanan melalui

aplikasi pesan antar, bersedia menjadi subjek dengan menandatangani *informed consent*.

Penelitian ini telah mendapatkan persetujuan etik penelitian dari Komisi Etik Penelitian Universitas Esa Unggul dengan nomor 0922-03.053/DPKE-KEP/FINAL-EA/UEU/III/2022. Penulis menyusun materi gizi seimbang yang akan digunakan sebagai dasar dalam pembuatan media edukasi gizi. Materi yang diberikan mengenai gizi berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia (PERMENKES RI) Nomor 41 Tahun 2014. Materi yang diterapkan terhadap 3 kelompok intervensi sama yang membedakan hanya jenis media. Masing-masing grup *Whatsapp* memiliki 1 jenis media intervensi sehingga terdapat 3 grup *Whatsapp* yang berbeda. Media terlebih dahulu dilakukan uji coba sebelum diberikan kepada subjek penelitian.

Pengambilan data pengetahuan menggunakan kuesioner *pre-test* dan *post-test* yang berisi 20 pertanyaan dengan skor terendah 0 dan skor tertinggi 20. Kuesioner dibuat dengan menyesuaikan materi edukasi yang bersumber dari Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia (PERMENKES RI) Nomor 41 Tahun 2014. Sebelum diberikan kepada subjek, kuesioner pengetahuan kemudian diuji validitas serta reliabilitas yang menunjukkan setiap butir pertanyaan valid ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan reliabel (Cronbarch alfa > 0,6). Tahap penelitian dimulai dengan pengiriman tautan kuesioner *pre-test* yang juga berisi *informed consent* di setiap grup *Whatsapp*. Terdapat 3 grup *Whatsapp* yang terdiri atas grup poster, audio, dan video. Kemudian, wawancara dilakukan pada setiap subjek melalui *Zoom Meeting* mengenai asupan makanan yang dikonsumsi pada hari biasa dan hari libur (masing-masing 1 hari) dan pemilihan menu pada aplikasi pesan antar makanan sebelum dilakukannya intervensi. Selanjutnya, edukasi gizi diberikan dengan mengirimkan poster, audio, dan video sesuai dengan jenis media kelompok. Intervensi diberikan 4 kali dengan frekuensi 1 kali dalam 1 minggu yang didasarkan pada penelitian sebelumnya yang menunjukkan edukasi gizi dengan durasi tersebut sudah mampu mengubah pengetahuan dan perilaku¹⁹.

Hasil *pre-test* dan *post test* akan menunjukkan perubahan pengetahuan gizi subjek, sedangkan hasil recall 2x24 jam akan dikelompokkan menjadi kelompok jenis makanan padat gizi (makanan yang mengandung tinggi nilai zat gizi, namun rendah kalori, misalnya produk susu rendah atau bebas lemak, sayur berdaun hijau, kacang-kacangan, dan sebagainya), makanan/minuman manis (mengandung tinggi gula seperti kue, buah, puding, dan sebagainya), dan makanan berlemak (mengandung kolesterol, lemak jenuh dan lemak trans, dan pengolahan dengan digoreng, seperti seafood, gorengan, makanan cepat saji, dan sebagainya). Proses akhir dalam penelitian adalah menganalisis hasil data yang telah diolah serta menyimpulkan hasil penelitian. Analisis pengaruh edukasi gizi terhadap pengetahuan dan pemilihan menu berdasarkan kenormalan data dilakukan menggunakan uji wilcoxon, simple paired t-test, dan kruskal wallis. Hasil uji normalitas data skor pengetahuan kelompok audio, poster, dan video menggunakan shapiro wilk yaitu *pre-test* (p=0,173; p=0,537; p=0,813) *post-test*

($p=0,373$; $p=0,065$; $p=0,087$). Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh edukasi gizi, analisis data dilanjutkan dengan uji paired t-test. Selisih skor pengetahuan kelompok poster dan video berdasarkan uji normalitas menggunakan Shapiro-Wilk dinyatakan tidak terdistribusi normal ($p=0,006$ dan $p<0,001$) sedangkan selisih skor pengetahuan kelompok audio terdistribusi normal ($p=0,176$). Oleh karena itu analisis data dilanjutkan dengan Kruskal-Wallis untuk mengetahui efektifitas media edukasi. Variabel pemilihan menu di aplikasi pesan antar makanan dianalisis dengan uji Wilcoxon untuk mengetahui ada tidaknya perubahan pemilihan menu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 menunjukkan karakteristik subjek meliputi usia, jenis kelamin, dan aplikasi pesan antar makanan online yang digunakan. Total subjek sebanyak 111 orang yang berusia dari 14 sampai dengan 18 tahun dan didominasi oleh remaja perempuan (70,3%). Hal tersebut berkaitan dengan hasil survei Lembaga Statista (2021) yaitu penggunaan media sosial berusia 13-17 tahun di Indonesia didominasi oleh remaja perempuan yaitu sebesar 6,8%²⁰. Tiga aplikasi pesan antar makanan yang digunakan subjek pada penelitian ini yaitu *Shopeefood* (26,2%), *Gofood* (36,9%), dan *Grabfood* (36,9%). Pemilihan penggunaan aplikasi pesan antar makanan seperti *Gofood*, *Grabfood*, dan *Shopeefood* juga didasari dengan alasan efisiensi waktu, jarak lokasi toko jauh, menghindari kepadatan lalu lintas, sibuk dengan tugas sekolah, dan lainnya²¹.

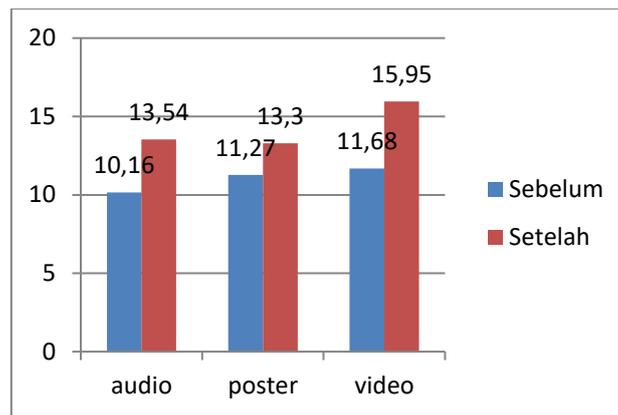
Tabel 1. Analisis karakteristik subjek seluruh kelompok intervensi

Karakteristik Umum	n	%
Usia (tahun)		
14	9	8,1
15	12	10,8
16	24	21,6
17	27	24,3
18	39	35,2
Total	111	100
Jenis Kelamin		
Perempuan	78	70,3
Laki-laki	33	29,7
Total	111	100
Aplikasi online		
<i>Gofood</i>	41	36,9
<i>Grabfood</i>	41	36,9
<i>Shopeefood</i>	29	26,2
Total (N)	111	100

Gambar 1 merupakan hasil uji paired t-test dari skor pengetahuan subjek. Rata-rata skor pengetahuan gizi subjek kelompok audio sebelum diberikan edukasi gizi sebesar 10,16 sedangkan setelah diberikan edukasi gizi menjadi 13,54. Subjek kelompok poster memiliki rata-rata skor pengetahuan sebelum mendapatkan edukasi gizi sebesar 11,27 sedangkan setelah mendapatkan edukasi gizi menjadi 13,30. Peningkatan rata-rata skor pengetahuan juga diperoleh subjek kelompok video dengan skor sebelum diberikan edukasi sebesar 11,68 dan setelah diberikan edukasi gizi menjadi 15,95. Hasil uji paired sample t-test menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan ($p<0,05$) pada rata-rata skor pengetahuan gizi sebelum

dan setelah intervensi dengan $p<0,001$ pada kelompok audio, $p=0,002$ pada kelompok poster, dan $p<0,001$ pada kelompok video.

Pengetahuan tentang gizi seimbang subjek dari semua kelompok intervensi mengalami peningkatan setelah mendapatkan edukasi gizi. Media audio, poster *digital*, dan video *stop motion* sama-sama efektif dalam meningkatkan pengetahuan subjek. Hal tersebut disebabkan karena media poster merangsang minat untuk diperhatikan²². Media audio mudah dipahami, fleksibel, dan dapat dihafal²³. Begitupun dengan media video yang memanfaatkan indera penglihatan dan pendengaran sehingga mudah dipahami oleh penerima pesan²⁴.



Gambar 1. Peningkatan rata-rata pengetahuan gizi sebelum dan setelah intervensi

Pemberian edukasi gizi melalui media audio, poster, dan video terhadap subjek pada penelitian ini mampu meningkatkan pengetahuan subjek tentang gizi seimbang. Hal ini diperkuat dengan penelitian pemberian edukasi gizi menggunakan audio yang dilakukan oleh Aliya dan Muwakhidah yaitu terdapat peningkatan pengetahuan siswa sekolah dasar sebesar 14,9%²³. Penelitian lain menunjukkan bahwa adanya peningkatan pengetahuan maupun sikap siswa setelah diberikan edukasi gizi melalui poster, rata-rata nilai pengetahuan sebelum pemberian edukasi gizi adalah 8,86 dan rata-rata nilai pengetahuan setelah pemberian edukasi gizi adalah 11,57²⁵. Hasil serupa juga ditunjukkan pada penelitian yang melibatkan siswa SDN 16 Samarinda, pengetahuan gizi seimbang siswa setelah mendapatkan edukasi dengan media video meningkat menjadi 85,4%²⁶. Peningkatan pengetahuan gizi setelah diberikan intervensi disebabkan oleh ketepatan penggunaan metode dan media dalam intervensi. Pesan visual berupa gambar lebih mudah diingat, terlebih jika media intervensi merupakan gabungan audio dan visual²⁵. Informasi yang diperoleh memori sensori kemudian diproses oleh otak hingga menjadi sebuah pemahaman.

Uji kruskal wallis dilakukan untuk mengetahui ada atau tidak perbedaan peningkatan pengetahuan gizi antar kelompok intervensi. Hasil uji tersebut dapat

dilihat pada Tabel 3 yang menunjukkan tidak ada perbedaan peningkatan pengetahuan gizi antar kelompok intervensi ($p > 0,05$). Namun demikian, semua media sama-sama efektif dalam peningkatan pengetahuan subjek tentang gizi seimbang. Tidak adanya perbedaan peningkatan pengetahuan gizi antar kelompok intervensi disebabkan oleh media yang digunakan memiliki kelebihan masing-masing. Poster digital didesain dengan tulisan dan gambar yang dapat merangsang minat untuk lebih diperhatikan²². Media audio memiliki kelebihan fleksibel, mudah dipahami serta dapat dihafal²³. Penggabungan dari visual dan audio membentuk media video yang memanfaatkan indera penglihatan dan pendengaran sehingga informasi yang diterima maksimal²⁴. Penelitian lain dengan pemberian edukasi tentang hipertensi menggunakan media poster dan audio berupa *podcast* juga menunjukkan hasil tidak terdapat perbedaan secara signifikan efektivitas kedua media tersebut, sebab keduanya secara signifikan meningkatkan pengetahuan subjek²⁷. Namun demikian, hasil yang didapatkan dari penelitian dengan tujuan mengukur efektivitas media poster dan video dalam meningkatkan pengetahuan dan sikap siswa tentang sayur dan buah, terdapat perbedaan efektivitas antara poster dan video, dimana video lebih efektif dibandingkan dengan poster²⁸.

Tabel 2. Perbedaan peningkatan pengetahuan gizi antar kelompok intervensi

Kelompok Intervensi	N	Mean \pm SD	p-value
Audio	37	4,27 \pm 2,14	0,114
Poster	37	3,76 \pm 3,16	
Video	37	3,22 \pm 2,81	

Perbedaan pemilihan menu di aplikasi pesan antar makanan sebelum dan setelah intervensi dilakukan menggunakan uji Wilcoxon. Tabel 3 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan ($p < 0,05$) pemilihan menu di aplikasi pesan antar makanan sebelum dan setelah intervensi. Pemilihan menu di aplikasi pesan antar makanan mengalami perubahan, terutama pada pemilihan menu padat gizi. Subjek dari ketiga kelompok intervensi tidak ada yang

memesan menu padat gizi sebelum diberikan intervensi. Namun setelah mendapatkan intervensi, terjadi perubahan pemilihan jenis menu oleh subjek dari seluruh kelompok. Hal tersebut dipengaruhi oleh edukasi gizi yang telah diterima subjek. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian pada mahasiswa Universitas Islam Melaka yang menyatakan bahwa faktor pengetahuan menjadi faktor utama dalam pemilihan makan⁹.

Tabel 3. Perbedaan pemilihan menu di aplikasi pesan antar makanan sebelum dan setelah intervensi

Kelompok Intervensi	Jenis	Sebelum		Setelah		p-value
		N	%	n	%	
Audio	Padat gizi	0		14	37,8	<0,001
	Manis	11	29,7	9	24,3	
	Berlemak	26	70,3	14	37,8	
Poster	Padat gizi	0		11	29,7	0,002
	Manis	8	21,6	6	16,2	
	Berlemak	29	78,4	20	54,1	
Video	Padat gizi	0		7	18,9	0,025
	Manis	12	32,4	11	29,7	
	Berlemak	25	67,6	19	51,4	

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian berupa edukasi gizi berbasis android dan website dengan hasil kedua media tersebut dapat memperbaiki perilaku gizi seimbang pada siswa sekolah dasar²⁹. Setelah seseorang mendapatkan stimulus, terjadi proses penilaian terhadap apa yang diperoleh yang selanjutnya seseorang akan menerapkan apa yang telah diperoleh sehingga menjadi perilaku. Penelitian lain menunjukkan hasil adanya perubahan pola konsumsi jajanan menjadi lebih baik setelah diberikan edukasi gizi melalui *Whatsapp* pada siswa SMK Darussalam Karangpucung dan SMK Negeri 1 Karangpucung¹⁶. Meskipun pada penelitian tersebut subjek mengaku kesulitan menghindari makanan jajanan, setelah diberikan edukasi, 35,71% subjek berhasil. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian pemberian edukasi gizi secara *online* melalui *Whatsapp* selama 18 hari dengan frekuensi 2 hari sekali yang sudah mampu meningkatkan pengetahuan secara signifikan dan adanya perubahan sikap serta tindakan meski belum signifikan⁴². Peningkatan pengetahuan subjek dapat dipicu oleh penerimaan informasi melalui infografis saat intervensi, karena informasi yang diterima langsung diproses oleh otak. Tidak terdapat perbedaan sikap pada penelitian tersebut disebabkan karena sikap sulit mengalami perubahan dalam waktu yang singkat. Selain itu, sikap juga dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dan faktor emosional. Hasil-hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam pembentukan kebiasaan makan seseorang dipengaruhi oleh pengetahuan gizi berperan dalam

pembentukan persepsi, kepercayaan, sikap, nilai dan motivasi⁷. Perkembangan keyakinan, perasaan, interpretasi, sikap dan pemaknaan mempengaruhi pembentukan perilaku pemilihan makanan seseorang³⁰.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya menggunakan media audio untuk melihat peningkatan pengetahuan gizi siswa SD Muhammadiyah 4 Kandangsapi²³. Penelitian ini memberikan edukasi gizi seimbang melalui *Whatsapp* dengan 3 media berbeda yaitu media audio, poster *digital*, dan video *stop motion* sebagai upaya peningkatan pengetahuan dan perubahan positif pemilihan menu di aplikasi pesan antar makanan. Contoh pemberian edukasi gizi di *Whatsapp* dapat dilihat pada Gambar 2. Umumnya penelitian terdahulu menggunakan poster cetak untuk memberikan edukasi, seperti penelitian yang dilakukan untuk melihat peningkatan pengetahuan dan sikap siswa SDN Ploso Surabaya tentang gizi²⁵. Pemberian edukasi gizi pada siswa SDN 16 Samarinda juga hanya sebatas menggunakan media video²⁶. Dengan demikian penelitian ini dapat dilakukan secara fleksibel tidak terbatas jarak dan waktu. Selain itu, penyampaian edukasi gizi dengan media-media tersebut melalui grup *Whatsapp* cocok diberikan kepada remaja karena *Whatsapp* merupakan media sosial populer¹⁴, penyampaian edukasi gizi dengan media audio, poster *digital* dan video *stop motion* yang telah dikembangkan dapat menarik perhatian remaja dengan suara dan gambar bergerak.



Gambar 2. Contoh pemberian edukasi gizi di grup *Whatsapp*

KESIMPULAN

Pada penelitian ini semua kelompok intervensi mengalami peningkatan pengetahuan tentang gizi seimbang. Hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya perubahan positif pemilihan menu di aplikasi pesan antar makanan. Tidak ada perbedaan efektivitas dari media audio, poster, dan video pada penelitian ini. Pelaksanaan edukasi gizi perlu dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan dengan frekuensi yang lebih sering untuk meningkatkan pemahaman tentang gizi seimbang dan pemilihan menu yang bergizi seimbang. Selain itu, perlu dilakukan penilaian tingkat penerimaan media edukasi oleh subjek agar kualitas media edukasi dapat ditingkatkan.

ACKNOWLEDGEMENT

Terima kasih kepada para subjek dan seluruh pihak yang telah membantu penelitian ini.

Konflik Kepentingan dan Sumber Pendanaan

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan dalam publikasi artikel ini. Adapun seluruh pendanaan dalam penelitian ini bersumber dari dana pribadi penulis.

DAFTAR PUSTAKA

1. APJII, B. Apjii. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* vol. 74 1 (2020).
2. Kurniawati, N. Pengaruh Digital Marketing , Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan, dan Harga terhadap Volume Penjualan UMKM di Kota Semarang Sales Volume in Semarang City. *Pros. Semin. Nas. Unimus* **3**, 1105–1114 (2020).
3. Momentum Works. *Food Delivery Platforms in Southeast Asia (SEA)*. (2022).
4. Kolodinsky, J., Sitaker, M., Chase, L., Smith, D. & Wang, W. Food Systems Disruptions: Turning a Threat into an Opportunity for Local Food Systems. *J. Agric. Food Syst. Community Dev.* **9**, 1–4 (2020) doi:10.5304/jafscd.2020.093.013.
5. Apriani, L. & Harahap, H. Oleh Laila Apriani Hasanah Harahap NIM : 167032161. (2019).
6. Suryaningsih, I. B. Layanan Aplikasi Go-Jek: Validasi Skala Pengukuran Irsq Persepsi Konsumen Pada Penggunaan Platform Go-Food. *Bisma* **13**, 112 (2019).
7. Contento, I. R. *Nutrition Education*. (Jones and Bartlett Publisher, 2011).
8. Faradila, O. E., Kuswari, M. & Gifari, N. Perbedaan Pemilihan Makanan dan Faktor yang Berkaitan pada Remaja Putri di SMA Daerah Kota dan Kabupaten. *Nutr. J. Gizi, Pangan dan Apl.* **3**, 103 (2020).
9. Azeman, A. R., Raduan, N. F. M. & Othman, F. Pemilihan Makanan di Kalangan Pelajar Kolej Universiti Islam Melaka: Satu Tinjauan. *J. Hosp. Networks* **1**, 71–80 (2016).
10. Notoatmodjo, S. *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. (Rineka Cipta, 2014).
11. Siregar, M. H. & Koerniawati, R. D. Peran Edukasi Gizi Terhadap Pengetahuan Gizi Seimbang dan aktivitas Fisik pada Siswa SMA/Sedrajat di Banten. **6**, 92–100 (2022).
12. Rusdi, F. Y., Helmizar, H. & Rahmy, H. A. Pengaruh Edukasi Gizi Menggunakan Instagram Terhadap Perubahan Perilaku Gizi Seimbang Untuk Pencegahan Anemia Pada Remaja Putri Di Sman 2 Padang. *J. Nutr. Coll.* **10**, 31–38 (2021).
13. Khotimah, H. Ginting, M. J. I. The Effect of Nutrition Education through Facebook on Knowledge of Anemia and Consumption of Protein, Iron, and Vitamin C in Young Girls. *Pontianak Nutr. J.* **2**, 1 (2019).
14. Global Web Index. Social Media Marketing Trends 2021. <https://www.gwi.com/reports/social> (2021).
15. Cetinkaya, L. The Impact of *Whatsapp* Use on Success in Education Process. *Int. Rev. Res. Open Distance Learn.* **18**, 59–74 (2017).
16. Saskhia, H. Y., Dardjito, E. & Prasetyo, T. J. Pengaruh Edukasi Gizi Melalui *Whatsapp* Terhadap Asupan Energi, Lemak, Serat, dan Makanan Jajanan pada Remaja Overweight. **5**, 70–77 (2021).
17. Wardhani, D. A., Nissa, C. & Setyaningrum, Y. I. Peningkatan Pengetahuan Remaja Putri Melalui Edukasi Gizi Menggunakan Media *Whatsapp* Group. *J. Gizi* **10**, 31 (2021).
18. Napitupulu, T. A. Efektivitas Edukasi Online Gizi Seimbang Menggunakan Aplikasi *Whatsapp* pada Remaja. (IPB, 2021).
19. Dhiflatul Frista Anani & Trias Mahmudiono. Pengaruh Pendidikan Gizi Terhadap Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Konsumsi Pangan Isoflavon pada Mahasiswi Pre-Menstrual Syndrome. *Amerta Nutr.* **2**, 136–146 (2018).
20. Nurhayati-Wolff, H. Breakdown of Social Media Users by Age and Gender in Indonesia as of January 2021. www.Statista.Com 49016428 (2021).
21. Nurbayti. Tren Pengguna Aplikasi Go-Food di Era Digital (Studi Fenomenologi Pengguna Go-Food di Universitas Amikom Yogyakarta). *J. Komunikasi, Masy. dan Keamanan* **1**, 1–10 (2019).
22. Winingsih, P. A., Sulandjari, S., Indrawati, V. & Soeyono, R. D. Efektivitas Poster sebagai Media Sosialisasi Program Keluarga Sadar Gizi (Kadarzi) tentang Beragam, Bergizi, Seimbang, Aman *B2SA) di TK Kartika Bojonegoro. *J. Tata Boga* **9**, 887–894 (2020).
23. Aliya, H. & Muwakhidah, M. Pengaruh Pendidikan Gizi Dengan Media Audio Kinestetik (Senam dan Lagu Pesan Gizi Seimbang) terhadap Peningkatan Pengetahuan Gizi Seimbang pada Anak SD Muhammadiyah 4 Kandangsapi Surakarta. *J. Kesehat.* **10**, 58–65 (2017).
24. H Br, Debora Tisa, Simanjuntak, Betty, Wahyudi, A. Pengaruh Edukasi Gizi Menggunakan Media Audio Visual (Video) Terhadap Pengetahuan dan Sikap Gizi Seimbang. *J. Kesehat.* **8**, 10–15 (2020).
25. Indraswari, S. H. Pengaruh Pendidikan Gizi dengan Poster dan Sikap Anak Tentang Gizi Seimbang di SDN Ploso I-172 Surabaya. *The Indonesian Journal of Public Health*, **14**, 210–220 (2017).

26. Ardie, H. F. & Sunarti, S. Pengaruh Media Video Terhadap Pengetahuan dan Sikap Tentang Gizi Seimbang pada Siswa Kelas V di SDN 016 Samarinda Seberang. *Borneo Student Res.* **1**, 284–289 (2019).
27. Angela, N. & Kurniasari, R. Efektivitas Media Poster dan Podcast terhadap Tingkat Pengetahuan Dasar Hipertensi pada Penderita Hipertensi. *Gizido* **13**, 7–14 (2021).
28. Indah, J. & Junaidi, J. Efektivitas Penggunaan Poster dan Video dalam Meningkatkan Pengetahuan dan Sikap Tentang Buah dan Sayur pada Siswa Dayah Terpadu Inshafuddin. *J. SAGO Gizi dan Kesehatan.* **2**, 129 (2021).
29. Perdana, F., Madanijah, S. & Ekayanti, I. Pengembangan Media Edukasi Gizi Berbasis Android dan Website serta Pengaruhnya Terhadap Perilaku tentang Gizi Seimbang Siswa Sekolah Dasar. *J. Gizi dan Pangan* **12**, 169–178 (2017).
30. Rukmana, R. K. Persepsi Mengenai “Fattening Foods” Serta Hubungannya dengan Kebiasaan Konsumsi Makanan Berlemak pada Kelompok Usia Remaja dan Dewasa. **2**, (2016).