

Hubungan Paparan Iklan Media Sosial, Kebiasaan Membaca Label Pangan, Dan Teman Sebaya Dengan Konsumsi *Ultra Processed Food* Pada Mahasiswa Gizi

Syeika N. F. Fatarum^{1*}, Ruwiah², Renni Meliahsari³

^{*12,3} Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Halu Oleo

Alamat: Jalan H.E.A. Mokodompit, Anduonohu, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara

Corresponding: syeikanffatarum@gmail.com

Abstract. long-term consumption of large amounts of UPF can increase the risk of obesity and various non-communicable diseases such as type 2 diabetes, cardiovascular disease, metabolic syndrome, and cancer. This study aims to determine the relationship between exposure to social media advertising, food label reading habits, and peer groups with UPF consumption in nutrition students at Halu Oleo University. This study is an analytical observational study with a quantitative approach and uses a cross-sectional design. The study population was active students of the Nutrition Study Program at Halu Oleo University. The study sample consisted of 165 nutrition students selected using a stratified random sampling technique. Data were collected by filling out a questionnaire. Data were analyzed univariately and bivariate. Bivariate analysis used the Chi-Square test. The results showed that 62.4% of respondents were exposed to social media advertising, 69.7% of respondents had good food label reading habits, 57% of respondents were influenced by peers, and 52.1% of respondents frequently consumed UPF products. Bivariate analysis showed a relationship between exposure to social media advertising ($p=0.024$) and peer exposure ($p=0.013$) and UPF consumption. There was no relationship between food label reading habits and UPF consumption ($p=0.3397$). Exposure to social media advertising and peer exposure were significantly associated with UPF consumption. Food label reading habits were not associated with UPF consumption.

Keywords: exposure to social media advertising, food label reading habits, peers, UPF consumption.

Abstrak. Konsumsi UPF dalam jumlah besar yang terjadi secara terus menerus dalam jangka waktu panjang dapat berdampak pada peningkatan risiko obesitas dan berbagai penyakit tidak menular seperti diabetes tipe 2, kardiovaskular, sindrom metabolik, dan kanker. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan paparan iklan media sosial, kebiasaan membaca label pangan, dan teman sebaya dengan konsumsi UPF pada mahasiswa gizi Universitas Halu Oleo. Penelitian ini merupakan penelitian observasional analitik dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan desain *cross sectional*. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif Program Studi gizi Universitas Halu Oleo. Sampel penelitian ini terdiri dari 165 mahasiswa gizi yang diambil menggunakan teknik *stratified random sampling*. Data dikumpulkan dengan pengisian kuesioner. Data dianalisis secara univariat dan bivariat. Analisis bivariat menggunakan uji *Chi-Square*. Hasil penelitian menunjukkan 62,4% responden terpapar iklan media sosial, 69,7% responden memiliki kebiasaan membaca label pangan baik, 57% responden terpengaruh teman sebaya, dan 52,1% responden sering mengonsumsi produk UPF. Analisis bivariat menunjukkan terdapat hubungan antara paparan iklan media sosial ($p=0,024$) dan teman sebaya ($p=0,013$) dengan konsumsi UPF. Tidak terdapat hubungan kebiasaan membaca label pangan dengan konsumsi UPF ($p=0,3397$). Paparan iklan media sosial dan teman sebaya memiliki hubungan signifikan dengan konsumsi UPF. Kebiasaan membaca label pangan tidak ada hubungan dengan konsumsi UPF.

Kata kunci: Kebiasaan Membaca Label Pangan, Konsumsi UPF, Paparan Iklan Media Sosial, Teman Sebaya

1. LATAR BELAKANG

Konsumsi *Ultra-Processed Food* (UPF) mengalami peningkatan yang signifikan di berbagai negara, termasuk Indonesia, seiring dengan perubahan pola makan yang dipengaruhi oleh urbanisasi, perkembangan industri pangan, serta gaya hidup modern (Hanifa et al., 2024). UPF merupakan makanan yang diproduksi melalui proses industri dengan menggunakan berbagai bahan tambahan, seperti pengawet, pewarna, pemanis buatan, penambah rasa, dan

bahan aditif lainnya, sehingga memiliki karakteristik praktis, tahan lama, dan mudah dikonsumsi (Diba, 2025). Sejak tahun 1980-an, penjualan UPF terus meningkat, terutama di negara berpenghasilan rendah dan menengah. Konsumsi UPF bahkan telah menyumbang 58% dari total asupan energi harian di Amerika Serikat, sedangkan di Kolombia sebesar 16%. Di kawasan Eropa, proporsi konsumsi UPF berkisar antara 15% di Rumania hingga 57% di Inggris (Martini et al., 2021). Tingginya konsumsi UPF menjadi perhatian karena dikaitkan dengan meningkatnya risiko obesitas, penyakit tidak menular, serta berbagai masalah kesehatan lainnya.

Di Indonesia, tingginya konsumsi UPF tercermin dari hasil Survei Kesehatan Indonesia (SKI) Tahun 2023 yang menunjukkan tingginya prevalensi konsumsi makanan manis, makanan berlemak, makanan asin, makanan olahan, serta makanan berbumbu penyedap pada kelompok usia remaja. Selain itu, produk UPF yang paling banyak dikonsumsi masyarakat meliputi mi instan, biskuit, dan wafer (Databoks, 2021). Di Provinsi Sulawesi Tenggara, prevalensi konsumsi makanan manis, minuman tinggi gula, makanan asin, dan makanan berlemak juga masih tergolong tinggi berdasarkan SKI Tahun 2023. Kondisi tersebut menunjukkan adanya pergeseran pola konsumsi masyarakat menuju makanan olahan modern yang tinggi energi, gula, garam, dan lemak, namun rendah kandungan zat gizi. Salah satu kelompok yang rentan terhadap peningkatan konsumsi UPF adalah mahasiswa karena produk tersebut praktis, mudah diperoleh, relatif terjangkau, dan sesuai dengan gaya hidup yang serba cepat. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konsumsi UPF pada kelompok usia muda, termasuk mahasiswa, berpotensi meningkatkan risiko kelebihan berat badan dan penyakit tidak menular di masa mendatang (Hanifa et al., 2024).

Meskipun demikian, hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumsi UPF masih menunjukkan temuan yang belum konsisten. Penelitian Khomilah (2023) menunjukkan bahwa paparan iklan media sosial tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan konsumsi UPF. Temuan serupa juga dilaporkan oleh Fitri (2024), yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan proporsi yang signifikan antara pengetahuan mengenai UPF, paparan iklan makanan, maupun pengaruh teman sebaya terhadap pola konsumsi UPF pada dewasa muda di wilayah urban. Sebaliknya, penelitian Rarastiti (2023) menemukan bahwa kebiasaan membaca label pangan berhubungan dengan pemilihan makanan kemasan. Namun demikian, hubungan antara kebiasaan membaca label pangan dengan konsumsi UPF secara spesifik masih belum banyak diteliti. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih adanya kesenjangan penelitian, khususnya terkait pengaruh paparan iklan media sosial,

kebiasaan membaca label pangan, dan pengaruh teman sebaya terhadap konsumsi UPF pada mahasiswa gizi.

Berdasarkan hasil observasi awal pada mahasiswa Program Studi Gizi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Halu Oleo, dari 30 responden sebanyak 22 orang (73%) diketahui sering mengonsumsi berbagai jenis UPF, seperti sereal manis, permen, susu UHT, susu bubuk, yogurt, es krim, makanan ringan kemasan, serta bumbu siap pakai dengan frekuensi lebih dari tiga kali per hari, lebih dari satu kali per hari, maupun tiga hingga enam kali per minggu. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumsi UPF masih tergolong tinggi meskipun responden berasal dari program studi yang memiliki pengetahuan lebih baik mengenai gizi. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan antara pengetahuan gizi dan perilaku konsumsi. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis hubungan paparan iklan media sosial, kebiasaan membaca label pangan, dan pengaruh teman sebaya dengan konsumsi *Ultra-Processed Food* pada mahasiswa Program Studi Gizi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Halu Oleo, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi UPF pada kelompok tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian observasional analitik (survei analitik) dengan menggunakan rancangan cross sectional, yaitu penelitian yang melakukan pengukuran variabel independen dan variabel dependen pada waktu yang bersamaan. Penelitian bertujuan untuk menganalisis hubungan antara paparan iklan makanan di media sosial, kebiasaan membaca label pangan, dan teman sebaya sebagai variabel independen dengan konsumsi *ultra processed food* (UPF) sebagai variabel dependen pada mahasiswa Program Studi Gizi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Halu Oleo. Penelitian dilaksanakan pada bulan April–Mei 2026 di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Halu Oleo. Populasi penelitian berjumlah 281 mahasiswa aktif angkatan 2022–2025. Besar sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% sehingga diperoleh sebanyak 165 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan stratified random sampling dengan alokasi proporsional pada setiap angkatan, kemudian pemilihan responden dalam setiap strata dilakukan secara simple random sampling menggunakan metode undian atau fitur *randomizer* pada Microsoft Excel.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang meliputi karakteristik responden, paparan iklan makanan di media sosial, kebiasaan membaca label pangan, pengaruh teman sebaya, serta formulir Food Frequency Questionnaire (FFQ) untuk mengukur konsumsi

UPF. Instrumen penelitian telah melalui uji validitas dan reliabilitas, baik melalui uji yang dilakukan peneliti maupun berdasarkan hasil penelitian terdahulu. Analisis data dilakukan secara univariat untuk menggambarkan distribusi frekuensi masing-masing variabel dan secara bivariat menggunakan uji Chi-Square dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) untuk mengetahui hubungan antara paparan iklan makanan di media sosial, kebiasaan membaca label pangan, dan teman sebaya dengan konsumsi UPF.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

1) Analisis Univariat

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	n	%
Usia	17 Tahun	3	1,8
	18 Tahun	29	17,6
	19 Tahun	39	23,6
	20 Tahun	47	28,5
	21 Tahun	34	20,5
	22 Tahun	13	7,9
Jenis Kelamin	Laki-laki	12	7,3
	Perempuan	153	92,7
Tahun Masuk Perguruan Tinggi	2022	32	19,4
	2023	41	24,8
	2024	41	24,8
	2025	51	30,9
Status Tempat Tinggal	Kos	94	57,0
	Rumah keluarga/orang tua	71	43,0
Pendapatan Orang Tua (Rp/bulan)	1.000.000–2.400.000	48	29,1
	2.500.000–3.500.000	52	31,5
	4.000.000–5.500.000	45	27,3
	≥6.000.000	20	12,1
Uang Saku (Rp/bulan)	<1.000.000	76	46,1
	1.000.000	39	23,6
	>1.000.000	50	30,3
Rata-rata Penggunaan Media Sosial	<1 jam	4	2,4
	1–3 jam	60	36,4
	4–6 jam	69	41,8
	>6 jam	32	19,4
Durasi Melihat Iklan	Tidak pernah	7	4,2
	1–2 kali/hari	66	40,0
	3–4 kali/hari	71	43,0
	5–7 kali/hari	21	12,7
Paparan Iklan Media Sosial	Terpapar	103	62,4
	Tidak terpapar	62	37,6
Kebiasaan Membaca Label Pangan	Baik	115	69,7
	Kurang baik	50	30,3
Teman Sebaya	Terpengaruh	94	57,0
	Tidak terpengaruh	71	43,0
Konsumsi Ultra Processed	Sering	86	52,1

Food (UPF)	Jarang	79	47,9
------------	--------	----	------

Berdasarkan Tabel 1, dari 165 responden sebagian besar berusia 20 tahun (28,5%) dan berjenis kelamin perempuan (92,7%). Mayoritas responden merupakan angkatan 2025 (30,9%), bertempat tinggal di kos (57,0%), memiliki pendapatan orang tua sebesar Rp2.500.000–Rp3.500.000 per bulan (31,5%), serta uang saku kurang dari Rp1.000.000 per bulan (46,1%). Sebagian besar responden menggunakan media sosial selama 4–6 jam per hari (41,8%) dan melihat iklan media sosial sebanyak 3–4 kali per hari (43,0%). Responden yang terpapar iklan media sosial mencapai 62,4%, mayoritas memiliki kebiasaan membaca label pangan yang baik (69,7%), terpengaruh oleh teman sebaya (57,0%), serta sering mengonsumsi *ultra processed food* (UPF) (52,1%).

2) Analisis Bivariat

a) Hubungan Paparan Iklan Media Sosial Dengan Konsumsi *Ultra Processed Food* (UPF) Pada Mahasiswa Gizi

Tabel 2. Hubungan Paparan Iklan Media Sosial Dengan Konsumsi Ultra Processed Food (UPF) Pada Mahasiswa Gizi

Paparan Iklan Media Sosial	Konsumsi UPF				Total		<i>P-value</i>
	Sering		Jarang				
	n	%	n	%	n	%	
Terpapar	61	59,2	42	40,8	103	62,4	0,024
Tidak Terpapar	25	40,3	37	59,7	62	37,6	
Total	86	52,1	79	47,9	165	100	

Tabel 2 Menunjukkan bahwa dari 165 responden 103 responden (62,4%) diantaranya terpapar iklan media sosial dengan kategori konsumsi UPF sering sebanyak 61 responden (59,2%) dan kategori konsumsi UPF jarang sebanyak 42 responden (40,8%), sedangkan 62 responden (37,6%) yang tidak terpapar iklan media sosial dengan kategori konsumsi UPF sering sebanyak 25 responden (40,3%) dan kategori konsumsi UPF jarang sebanyak 37 responden (59,7%). Hasil uji statistik *Chi-square* menunjukkan bahwa nilai $p\text{-value} = 0,024$ ($p < 0,05$) yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak sehingga terdapat hubungan antara paparan iklan media sosial dengan konsumsi UPF pada mahasiswa gizi.

b) Hubungan Kebiasaan Membaca Label Pangan Dengan Konsumsi *Ultra Processed Food* (UPF) Pada Mahasiswa Gizi

Tabel 3 Hubungan Kebiasaan Membaca Label Pangan Dengan Konsumsi Ultra

Processed Food (UPF) Pada Mahasiswa Gizi

Kebiasaan Membaca Label Pangan	Konsumsi UPF				Total		<i>P-value</i>
	Sering		Jarang				
	n	%	n	%	n	%	
Baik	57	49,6	58	50,4	115	69,7	0,397
Kurang Baik	29	58	21	42	50	30,3	
Total	86	52,1	79	47,9	165	100	

Tabel 3 Menunjukkan bahwa dari 165 responden, 115 responden (69,7%) diantaranya memiliki kebiasaan membaca label pangan yang baik dengan kategori konsumsi UPF sering sebanyak 57 responden (49,6%) dan kategori konsumsi UPF jarang sebanyak 58 responden (50,4%), sedangkan dari 50 responden (30,3%) yang memiliki kebiasaan membaca label yang kurang baik dengan kategori konsumsi UPF sering sebanyak 29 responden (58%) dan kategori konsumsi UPF jarang sebanyak 21 responden (42%). Hasil uji statistik *Chi-square* menunjukkan bahwa nilai *p-value* = 0,397 ($p > 0,05$) yang artinya H_a ditolak dan H_0 diterima sehingga tidak terdapat hubungan antara kebiasaan membaca label pangan dengan konsumsi UPF pada mahasiswa gizi.

c) Hubungan Teman Sebaya Dengan Konsumsi *Ultra Processed Food* (UPF) Pada Mahasiswa Gizi

Tabel 4. Hubungan Teman Sebaya Dengan Konsumsi Ultra Processed Food (UPF) Pada Mahasiswa Gizi

Teman Sebaya	Konsumsi UPF				Total		<i>P-value</i>
	Sering		Jarang				
	n	%	n	%	n	%	
Terpengaruh	57	60,6	37	39,4	94	57	0,013
Tidak Terpengaruh	29	40,8	42	59,2	71	43	
Total	86	52.1	79	47.9	165	100	

Tabel 4. Menunjukkan bahwa dari 165 responden 94 responden (57%) diantaranya terpengaruh teman sebaya dengan kategori konsumsi UPF sering sebanyak 57 responden (60,6%) dan kategori konsumsi UPF jarang sebanyak 37 responden (39,4%), sedangkan 71 responden (43%) yang tidak terpengaruh teman sebaya dengan kategori konsumsi UPF sering sebanyak 29 orang (40,8%) dan kategori konsumsi UPF jarang sebanyak 42 responden (59,2%). Hasil uji statistik *Chi-square* menunjukkan bahwa nilai *p-value* = 0,013 ($p < 0,05$) yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak sehingga terdapat hubungan antara teman sebaya dengan konsumsi UPF pada mahasiswa gizi.

b. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa gizi yang terpapar iklan makanan dan minuman di media sosial cenderung lebih sering mengonsumsi *ultra processed food*

(UPF) dibandingkan responden yang tidak terpapar. Berdasarkan analisis bivariat, responden yang terpapar iklan media sosial lebih banyak berada pada kategori konsumsi UPF sering, sedangkan responden yang tidak terpapar lebih banyak berada pada kategori konsumsi UPF jarang. Temuan ini didukung oleh hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap iklan makanan di media sosial mampu menarik perhatian, mudah diingat, serta menimbulkan keinginan untuk membeli dan mencoba produk yang diiklankan. Kondisi tersebut diperkuat dengan tingginya intensitas penggunaan media sosial, di mana mayoritas responden memiliki lebih dari tiga akun media sosial dengan durasi penggunaan 4–6 jam per hari dan melihat iklan makanan sebanyak 3–4 kali setiap hari. Frekuensi paparan yang tinggi memungkinkan mahasiswa menerima stimulus promosi secara berulang sehingga dapat memengaruhi preferensi dan keputusan dalam memilih makanan, terutama produk UPF yang banyak dipromosikan seperti makanan cepat saji, minuman kemasan, makanan ringan, serta produk susu olahan. Hasil ini sejalan dengan teori bahwa paparan iklan yang berulang dapat meningkatkan rasa lapar, membentuk keinginan membeli, dan pada akhirnya memengaruhi perilaku konsumsi (Fitri et al., 2024).

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian Ulaya dan Prasodjo (2025) yang menunjukkan bahwa tingginya paparan konten makanan di media sosial berhubungan dengan meningkatnya konsumsi *junk food* pada mahasiswa, karena media sosial menjadi sumber informasi sekaligus media promosi yang efektif melalui konten visual dan dukungan *influencer*. Hasil ini juga didukung oleh penelitian Tyas (2025) yang menemukan hubungan signifikan antara paparan iklan makanan dengan frekuensi konsumsi *fast food* ($p=0,000$), di mana iklan yang menarik mampu meningkatkan minat dan frekuensi konsumsi makanan yang dipromosikan. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya responden yang tidak terpapar iklan media sosial tetapi tetap sering mengonsumsi UPF. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumsi UPF tidak hanya dipengaruhi oleh paparan iklan, tetapi juga oleh faktor lain seperti kemudahan akses, ketersediaan produk, serta kepraktisan UPF yang sesuai dengan gaya hidup mahasiswa. Penelitian Vashtianada (2023) menyatakan bahwa akses terhadap UPF berhubungan dengan tingkat konsumsi mahasiswa, sedangkan Mutawakillah et al. (2025) melaporkan bahwa sebagian besar mahasiswa memilih UPF karena praktis, mudah diperoleh, dan menghemat waktu. Dengan demikian, paparan iklan media sosial berperan sebagai faktor yang mendorong peningkatan konsumsi UPF, namun pengaruh tersebut juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan karakteristik produk yang memudahkan mahasiswa untuk mengonsumsinya.

Berdasarkan hasil analisis, kebiasaan membaca label pangan pada mahasiswa gizi tidak menunjukkan hubungan yang signifikan dengan konsumsi Ultra Processed Food (UPF). Meskipun mahasiswa dengan kebiasaan membaca label pangan yang baik memiliki distribusi konsumsi UPF yang relatif seimbang antara kategori sering dan jarang, demikian pula pada kelompok dengan kebiasaan kurang baik, perbedaan proporsi yang kecil menunjukkan bahwa perilaku membaca label belum menjadi faktor penentu utama dalam pemilihan konsumsi UPF. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun responden memiliki kemampuan untuk memahami informasi pada label pangan, hal tersebut belum sepenuhnya diterapkan dalam pengambilan keputusan konsumsi sehari-hari, khususnya dalam mengurangi konsumsi UPF.

Menurut teori Lawrence Green, kebiasaan membaca label pangan termasuk faktor predisposisi yang berkaitan dengan pengetahuan, namun perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh faktor penguat dan pemungkin seperti lingkungan sosial serta paparan media. Dalam konteks mahasiswa, konsumsi UPF dapat lebih dipengaruhi oleh intensitas paparan iklan di media sosial dan pengaruh teman sebaya yang mendorong konsumsi makanan praktis dan cepat saji. Hasil ini sejalan dengan penelitian Vashtianada (2023) yang menunjukkan tidak adanya hubungan signifikan antara kebiasaan membaca label pangan dan konsumsi UPF, namun berbeda dengan penelitian Rarastiti (2023) yang menyatakan bahwa membaca label pangan berhubungan dengan pemilihan makanan kemasan. Perbedaan ini menunjukkan bahwa peran label pangan sebagai faktor pengendali perilaku konsumsi masih dipengaruhi oleh berbagai determinan lain yang lebih dominan dalam kehidupan mahasiswa.

Teman sebaya merupakan salah satu faktor sosial yang berperan penting dalam membentuk perilaku konsumsi pangan pada mahasiswa, termasuk konsumsi Ultra Processed Food (UPF). Pada masa dewasa awal, mahasiswa cenderung lebih banyak berinteraksi dengan kelompok teman sebaya dibandingkan keluarga, sehingga keputusan dalam memilih makanan sering kali dipengaruhi oleh norma dan kebiasaan yang terbentuk dalam kelompok tersebut. Pengaruh ini dapat muncul melalui aktivitas makan bersama, ajakan untuk membeli makanan tertentu, hingga kecenderungan mengikuti tren makanan yang sedang populer di lingkungan pertemanan. Berdasarkan hasil penelitian, responden yang terpengaruh teman sebaya lebih banyak mengonsumsi UPF dalam kategori sering (57 orang) dibandingkan dengan responden yang tidak terpengaruh teman sebaya yang cenderung mengonsumsi UPF dalam kategori jarang (42 orang). Hal ini menunjukkan

bahwa semakin kuat pengaruh teman sebaya, maka semakin tinggi pula peluang konsumsi UPF pada mahasiswa gizi.

Temuan ini diperkuat oleh hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa sebagian responden sering mengonsumsi UPF bersama teman, menerima ajakan teman untuk membeli makanan kemasan, serta mengikuti tren makanan yang berkembang di lingkungan sosialnya. Jenis UPF yang banyak dikonsumsi meliputi susu dan turunannya, sereal, makanan cepat saji, saus dan bumbu instan, snack dan minuman kemasan, permen, cokelat, serta produk daging dan ikan olahan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa interaksi sosial dengan teman sebaya berhubungan dengan peningkatan konsumsi makanan cepat saji pada mahasiswa, karena aktivitas makan bersama menjadi bagian dari kehidupan kampus (Nadiva Nareswari & Hidayati, 2025; Mendila et al., 2025). Namun demikian, masih terdapat responden yang tidak terpengaruh teman sebaya tetapi tetap sering mengonsumsi UPF, yang mengindikasikan adanya faktor lain yang turut berperan, seperti uang saku. Besarnya uang saku memungkinkan mahasiswa memiliki fleksibilitas lebih dalam membeli makanan, termasuk UPF, sebagaimana didukung oleh penelitian Zawiyah et al. (2023) yang menunjukkan adanya hubungan antara uang saku dan pola konsumsi makanan mahasiswa.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara paparan iklan media sosial dengan konsumsi ultra processed food (UPF) pada mahasiswa gizi ($p\text{-value} = 0,024$), serta terdapat hubungan antara teman sebaya dengan konsumsi UPF ($p\text{-value} = 0,013$), sedangkan kebiasaan membaca label pangan tidak menunjukkan hubungan dengan konsumsi UPF ($p\text{-value} = 0,397$). Oleh karena bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lain dan menggunakan metode yang lebih beragam agar hasil yang diperoleh lebih mendalam dan akurat.

DAFTAR REFERENSI

- Almarshad, M. I., Algonaiman, R., Alharbi, H. F., Almujaaydil, M. S., & Barakat, H. (2022). Relationship between Ultra-Processed Food Consumption and. *Nutrients*, 14, 1–10.
- Apriliani, A., & Fitriani, R. J. (2024). The Relationship Between The Role Of Peers And The Use Of Social Media On Adolescents' Eating Patterns. *Jurnal Bahana Kesehatan Masyarakat (Bahana of Journal Public Health)*, 8(1), 74–81. <https://doi.org/10.35910/jbkm.v8i1.738>
- Astuti, I. (2021). Subkultur Dan Faktor-Faktor Biografis Mahasiswa Dalam Kehidupan Di Perguruan Tinggi. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 34(1), 59–66. <https://doi.org/10.21009/pip.341.7>
- Babalola, O. O., Akinnusi, E., Olamide, P., Bridget, K., Oyubu, G., Ayomikun, S., Adio, S., Chibuzo, A., Oluwatoyin, H., Valentine, C., Ayomide, E., & Olayinka, P. (2025). Aspects

- of Molecular Medicine The impact of ultra-processed foods on cardiovascular diseases and cancer : Epidemiological and mechanistic insights. *Aspects of Molecular Medicine*, 5, 100072. <https://doi.org/10.1016/j.amolm.2025.100072>
- Chang, K., Gunter, M. J., Rauber, F., Levy, R. B., Huybrechts, I., Kliemann, N., Millett, C., & Vamos, E. P. (2023). Ultra-processed food consumption, cancer risk and cancer mortality: a large-scale prospective analysis within the UK Biobank. *EClinicalMedicine*, 56, 101840. <https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2023.101840>
- Connor, L. E. O., Martinez-steele, E., Wang, L., Zhang, F. F., & Herrick, K. A. (2023). Food Processing , According to the Nova Classification System , and Dietary Intake of US Infants and Toddlers. *The Journal of Nutrition*, 153(8), 2413–2420. <https://doi.org/10.1016/j.tjnut.2023.06.020>
- Damayanti, C., Indrawati, V., Anna, C., Afifah, N., & Soeyono, R. D. (2024). Paparan Iklan dan Pengetahuan Gizi Terhadap Pola Konsumsi Makanan Jajan dan Minuman Siswa SMPN 1 Rengel. *Jurnal Gizi Universitas Negeri Surabaya*, Vol. 4 No., 608–614.
- Diba, F. (2025). Makanan Ultra-proses, Inovasi dalam Industri Makanan Modern Ultra-processed Foods, Inovation in the Modern Food Industry. *Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan-Fakultas Kedokteran Universitas Islam Sumatera Utara*, 24(1), 191–201.
- Djide, N. A. N., & Pebriani, R. (2023). Pengetahuan Gizi dan Kebiasaan Makan pada Mahasiswa. *Media Kesehatan Politeknik Kesehatan Makassar*, XVIII(1), 112–118.
- Faridi, A., Trisutrisno, I., Irawan, A. M. A., Lusiana, S. A., Alfiah, E., Rahmawati, L. A., Doloksaribu, L. G., Suryana, Yuniarto, A. E., & Sinaga, T. R. (2022). Survei Konsumsi Gizi. In R. Watrionthos (Ed.), *Survei Konsumsi Gizi* (Cetakan 1, Number badan pengembangan dan pemberdayaa). Yayasan Kita Menulis.
- Fatmadhanik, A. S. (2022). Pengaruh Pendapatan, Pendidikan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Pendidik Taman Kanak-Kanak Kecamatan Tambaksari Kota Surabaya. *Researchgate*, 167–186.
- Fitri, U., Arumsari, I., & Ningtyas, L. N. (2024). Precede-Proceed Model Dalam Menentukan Pola Konsumsi Ultra-Processed Food Pada Mahasiswa. *ARGIPA (Arsip Gizi Dan Pangan)*, 9(1), 43–52. <https://doi.org/10.22236/argipa.v9i1.13301>
- Gutierrez-Ortiz, C., Guariguata, L., Dénos, C., Peñalvo, J. L., & Vandevijvere, S. (2025). Impact of ultra-processed foods consumption on the burden of obesity and type 2 diabetes in Belgium: a comparative risk assessment. *BMC Public Health*, 25(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-025-22304-3>
- Hanifa, R. A., Arini, F. A., & Wahyuningsih, U. (2024). Night Eating Syndrome, Ultra-processed Foods Consumption, and Physical Activity as Risk Factors for Overnutrition in Students of Faculty of Health Science UPN “Veteran” Jakarta. *Amerta Nutrition*, 8(3SP), 43–50. <https://doi.org/10.20473/amnt.v8i3SP.2024.43-50>
- Inadjo, I. M., Moku, B. J., & Kandowanko, N. (2023). Adaptasi Sosial SDN 1 Pineleng Menghadapi Dampak Covid-19 Berupa Metode Sekunder. *Journal Ilmiah Society*, 3(1), 1–7.
- Joey Paywala, R., Sunaryanto, S., & Utomo, S. H. (2022). Literasi Ekonomi, Rasionalitas Ekonomi, Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jambura: Economic Education Journal*, 4(1), 16–22. <https://doi.org/10.37479/jeej.v4i1.11684>
- Khomilah, D. A. (2023a). *Reinforcing Factors Dalam Menentukan Konsumsi Ultra Processed Food Pada Siswa SMAN 60 Jakarta Selatan Tahun 2023* (Number 021). UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA.
- Lande, W. L. (2022). *Hubungan Paparan Iklan Junk Food dengan Kejadian Berat Badan Lebih pada Remaja di SMP Negeri 3 Makassar*. Universitas Hasanuddin.
- Ludwig, D. S., Editor, S., Astrup, A., & Monteiro, C. A. (2022). Great Debates in Nutrition Does the concept of “ ultra-processed foods ” help inform dietary guidelines , beyond

- conventional classification systems? NO. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 116(6), 1482–1488. <https://doi.org/10.1093/ajcn/nqac123>
- Luthfiani, S. H., Suhartini, E., & Mulyadi, M. (2024). Kajian Putusan Pengadilan Negeri Tondano Nomor:98/Pdt.P/2021/PN.TNN Tentang Perubahan Jenis Kelamin Di Indonesia. *Citra Justicia: Majalah Hukum Dan Dinamika Masyarakat*, 25(1), 62–75. <https://doi.org/10.36294/cj.v25i1.3953>
- Margawati, A., Wijayanti, H. S., Faizah, N. A., & Syaher, M. I. (2020). Hubungan menonton video mukbang autonomous sensory meridian response, keinginan makan dan uang saku dengan asupan makan dan status gizi mahasiswa. *Jurnal Gizi Indonesia (The Indonesian Journal of Nutrition)*, 8(2), 102–109. <https://doi.org/10.14710/jgi.8.2.102-109>
- Martini, D., Godos, J., Bonaccio, M., Vitaglione, P., & Grosso, G. (2021). Ultra-processed foods and nutritional dietary profile: A meta-analysis of nationally representative samples. *Nutrients*, 13(10), 1–16. <https://doi.org/10.3390/nu13103390>
- Maulinda, S., & Muslihat, A. (2024). Pengaruh Uang Saku dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang Angkatan 2021-2023). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 536–547. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.11491>
- Medin, A. C., Gulowsen, S. R., Grouffh-jacobsen, S., Berget, I., Grini, I. S., & Varela, P. (2025). Definitions of ultra-processed foods beyond NOVA: a systematic review and evaluation. *Food and Nutrition Research*, 1(June), 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.29219/fnr.v69.12217>
- Mendila, C. T., Maino, I. E., & Mandagi, C. K. F. (2025). Faktor – Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji Pada Mahasiswa Di Organisasi Ikatan Mahasiswa Toraja Di Manado (Ikma Tornado). *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 6(Vol. 6 No. 3 (2025): SEPTEMBER 2025), 12171–12181. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jkt.v6i3.47049>
- Menegassi, B., & Rivera-navarro, J. (2026). Beyond food : Ultra-processed people are living in an ultra-processed world. *Global Transitions*, 8(1), 89–100. <https://doi.org/10.1016/j.glt.2025.10.001>
- Mutawakillah, H., Sari, R., Afiva, N., Thahara, A., Nurchalizah, R., Rosidati, C., & Yustiyani, Y. (2025). Hubungan antara Konsumsi Ultra-Processed Food dengan Status Gizi: Studi Potong Lintang pada Mahasiswa Kesehatan Masyarakat UIN Jakarta. *Jurnal Ilmu Gizi Dan Dietetik*, 4(1), 9–14. <https://doi.org/10.25182/jigd.2025.4.1.9-14>
- Muttaqin, D. (2022). Invariansi pengukuran gender dan usia dari Satisfaction with Life Scale versi Indonesia. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 9, 208–215. <https://doi.org/10.24854/jpu438>
- Nadimin, N., Lydia Fanny, L. F., & Annisa Nurmagfira T, A. N. T. (2023). Penggunaan Media Sosial Dan Kebiasaan Mengonsumsi Fast Food Pada Remaja Di Kota Makassar. *Media Kesehatan Politeknik Kesehatan Makassar*, 18(1), 38. <https://doi.org/10.32382/medkes.v18i1.3277>
- Nadiva Nareswari, K., & Hidayati, L. (2025). Hubungan Durasi Screen Time Media Sosial dan Peran Teman Sebaya Terhadap Frekuensi Konsumsi Fast Food pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta The Relationship Between Social Media Screen Time Duration and Peer Influence on the Frequency of Fast . *Ghidza: Jurnal Gizi Dan Kesehatan Volume*, 9(1), 150–158.
- Nasution, E., Ardiani, F., & Aritonang, E. Y. (2024). Pengaruh penggunaan akun kuliner di Media Instagram Terhadap Pola Makan Siswa SMK Negeri 2 Binjai. *Tropical Public Health Journal*, 4(1), 19–26. <https://doi.org/10.32734/trophico.v4i1.11805>
- Nurlaila, Tambunan, A., Hasibuan, S. R., Ritonga, H. P., Dongoran, I. M., Rohimah, H., Siregar, N., & Rahma, F. (2024). Analisis Pengaruh Pendapat Orangtua Terhadap

- Prilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Aufa Royhan. *Jurnal Kesehatan Ilmiah Indonesia (Indonesian Health Scientific Journal)*, 9(2).
- Pranawa, A., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian I Putu Luga Agusta Pranawa (1) Agus Putu Abiyasa (2). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58–74.
- Pratiwi, A. A. (2021). *Ultra Processed Food And Its Correlation With Body Mass Index For Age Among 10-12 Years Old School Children In Surabaya*. Universitas Indonesia.
- Pratiwi, A. A., Chandra, D. N., & Khusus, H. (2022). Association of Ultra Processed Food Consumption and Body Mass Index for Age among Elementary Students in Surabaya. *Amerta Nutrition*, 6(2), 140–147. <https://doi.org/10.20473/amnt.v6i2.2022.140-147>
- PUTRI, M. C. (2023). *Hubungan Pengetahuan Gizi, Sikap, Paparan Media Sosial Dan Peran Teman Sebaya Terhadap Perilaku Pemilihan Jajanan Pada Remaja Di SMAN 10 Padang Tahun 2023* (Vol. 2, Number 4). UNIVERSITAS ANDALAS.
- Putri, N. A., Wibowo, A. S., Pebe, S. T. A., & Asidik, S. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Angkatan 2021 Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Potensial*, 1(1), 9–19.
- Rahayu, A., & Faridi, A. (2024). Hubungan Adiksi Media Sosial dengan Pola Makan dan Frekuensi Konsumsi Makan Pada Mahasiswa Gizi Universitas Muhammadiyah Prof Dr Hamka. *Jurnal Pustaka Padi (Pusat Akses Kajian Pangan Dan Gizi)*, 3(3), 85–94. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakapadi.v3i3.805>
- Rahmasari, F. A., Ismah, Z., & Agustina, D. (2021). *Hubungan Teman Sebaya Dan Paparan Media Sosial Dengan Perilaku Fast Food Pada Siswa*. 32(3), 167–186. <https://doi.org/https://doi.org/10.33024/mahesa.v4i8.15555>
- Rarastiti, C. N. (2023). Hubungan Membaca Label Pangan terhadap Pemilihan Makanan Kemasan pada Mahasiswa Gizi Universitas IVET Semarang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Kesehatan Dan Kedokteran*, 1(4), 12–21.
- Razna Suhaima, N., Irhamni Fajri, A., & Rahmadiasti, K. (2025). Food Label Reading Habits and Nutrition Facts among Students of the Food Quality Assurance Study Program, Vocational School, IPB University. *Nutrition Scientific Journal*. 2025, 4(1), 9–19.
- Rizki Fauzan, M., Rumaf, F., Gloria Tutu, C., & Darmin. (2023). Pengaruh Paparan Iklan Junk food dan Konsumsi Junk food terhadap Kejadian Obesitas pada Remaja Junk food Advertising Exposure and Consumption on Adolescent Obesity Incidence. *Journal of Public Health*, 6(1), 77–83. <https://doi.org/https://doi.org/10.32662/giph.v6i1.3035>
- Rizki, Y. (2023). Hubungan Pengetahuan Gizi dan Konsumsi Fast Food di SMAN 2 Dumai. In *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Safira, R. (2025). *Hubungan Pengetahuan, Sikap Dan Paparan Media Sosial Terhadap Kepatuhan Membaca Label Pangan Kemasan Pada Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Andalas* (Vol. 11, Number 1). UNIVERSITAS ANDALAS.
- Saraswati, D., & Lubis, I. (2025a). Analisis Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Pola Konsumsi Makanan pada Mahasiswa di Kota Medan. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 5(1), 521–528. <https://doi.org/10.54082/jupin.1290>
- Sasti Alifiandhira, Rihah Maghfira, Haliza Azzahra Tama Putri, & Hoirun Nisa. (2024). Gizi Lebih, Pengetahuan Gizi, Konsumsi Dan Paparan Iklan Minuman Manis Pada Mahasiswa. *MOTORIK Jurnal Ilmu Kesehatan*, 19(1), 23–31. <https://doi.org/10.61902/motorik.v19i1.899>
- Selvi Karmila, Evawany Y. Aritionang, & Etti Sudaryati. (2020). The Relationship of the Duration of Social Media Instagram Usage and Student's Eating Behavior in University of Sumatera Utara, 2019. *Britain International of Humanities and Social Sciences (BIOHS) Journal*, 2(1), 289–295. <https://doi.org/10.33258/biohs.v2i1.190>
- Septya, D. D. N. (2024). *Hubungan pengetahuan dan kemampuan membaca informasi nilai*

- gizi dengan perilaku konsumsi minuman dalam kemasan pada mahasiswa gizi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Silvialorensa, D. D., Aini, E. Q., & Khoirunnisa, S. (2021). Perkembangan Peran Mahasiswa Universitas Islam Majapahit Terhadap Kegiatan Ekonomi Islam. *JIEB : JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS*, 179–189.
- Sudrajat, A., & Lestari, C. R. (2024). Hubungan Intensitas Paparan Media Sosial Dengan Pola Konsumsi Junk Food Pada Ibu Rumah Tangga. *Indonesian Journal of Nutrition Science and Food*, 3(1), 16–22.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; Edisi 2, C). ALFABETA.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier. *Jurnal Buana Media Watch*, 1(September), 1–11.
- Sumarno, A. S. Y., Yuniasih, D., Desvita, W. R., & Sugiyanti, R. (2025). Hubungan Kondisi Tempat Tinggal terhadap Kejadian Stres pada Mahasiswa Angkatan 2021-2022 Fakultas Kedokteran. *Jurnal Implementa Husada*, 6(4), 328–335.
- Tangkilisan, G. P., Handayani, F., Suarayasa, K., & Fitriana, Y. (2022). Perilaku Konsumsi Garam Dan Gula Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Tadulako Angkatan 2020. *SEHATMAS: Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 1(1), 71–82. <https://doi.org/10.55123/sehatmas.v1i1.45>
- Tyas, A. M. C. (2025). *Hubungan Paparan Iklan Makanan Terhadap Pola Makan Dan Status Gizi Remaja Di SMPN 4 Makassar* (Vol. 2).
- Ulaya, T. S., & Prasodjo, N. W. (2025). Konsumsi Junk Food di Kalangan Mahasiswa pada Era Digital. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 9(3), 127–138. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v9i3.1514>
- Vashtianada, A. (2023). The Difference of Ultra-Processed Food Consumption based on Individual Characteristics and Other Factors among Non-Health Undergraduate Students in Universitas Indonesia in 2023. *Indonesian Journal of Public Health Nutrition*, 4(1). <https://doi.org/10.7454/ijphn.v4i1.7393>
- Widayani, D. K. (2024). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Ivet Semarang*. Universitas Ivet Semarang.
- Yusuf, U. K., Wahdaniyah, & Kalsum, U. (2023). Hubungan Pengetahuan dengan Tingkat Kepatuhan Membaca Label Pangan Makanan Kemasan pada Mahasiswa Prodi Gizi Universitas Sulawesi Barat. *Nutrition Science and Health Research*, 2023(2), 23–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.31605/nutrition>
- Zawiyah, A. M., Mariani, & Rusilanti. (2023). Hubungan Uang Saku Dengan Pola Makan Pada Mahasiswa Program Studi Tata Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta. *Journal Of Comprehensive Science*, 53(1), 1–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.59188/jcs.v2i8.468>