

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penggunaan media sosial di Indonesia terus mengalami peningkatan. Berdasarkan hasil studi Polling Indonesia yang bekerjasama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tercatat bahwa sekitar 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8% penduduk Indonesia merupakan pengguna media sosial (Imanulloh, 2023). Di antara kelompok usia, remaja berusia 15 hingga 24 tahun menjadi pengguna paling aktif, dengan sekitar 95% dari mereka menggunakan media sosial seperti Instagram, *TikTok*, dan Snapchat setiap hari ((Sugion et al., 2020).

Salah satu *platform* media sosial yang paling populer di kalangan remaja adalah *TikTok*. Aplikasi ini berhasil menarik perhatian lebih dari 30,7 juta pengguna, bahkan mencapai 2,7 miliar pengguna secara global pada kuartal kedua tahun 2020 (Fitri & Dwiyanti, 2021) . Di Indonesia sendiri, *TikTok* memiliki sekitar 92,2 juta pengguna pada Juli 2021 (khaerunnisa, 2024), menjadikannya sebagai salah satu *platform* yang berpengaruh besar dalam menyebarkan tren dan memengaruhi gaya hidup.

Konten iklan dan tren makanan yang tersebar di *TikTok* memiliki potensi besar dalam membentuk pola konsumsi remaja. Penelitian menunjukkan bahwa paparan terhadap konten media sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumsi, termasuk dalam memilih makanan dan minuman yang sedang tren (Rahma et al., 2023) . Remaja putri, khususnya, lebih mudah terpengaruh karena mereka sedang mengalami masa pertumbuhan, memiliki rasa ingin tahu tinggi, dan perhatian terhadap penampilan (Wardhani et al., 2020).

Sebesar 59% remaja memiliki asupan energi kurang, 48% asupan protein kurang, 46% asupan lemaknya lebih, serta 77% remaja asupan karbohidratnya kurang (Usdeka Muliani et al., 2023). Sebanyak 61,27% penduduk Indonesia berusia di atas 13 tahun mengkonsumsi minuman manis lebih dari sekali sehari. Sementara 30,22% mengkonsumsi satu hingga enam kali per minggu, dan 8,51% yang mengkonsumsi kurang dari tiga kali per bulan (Sasti Alifiandhira et al., 2024).

SMA Negeri 5 Pontianak merupakan salah satu sekolah menengah atas negeri yang berlokasi di Kecamatan Pontianak Utara, Kota Pontianak, Provinsi Kalimantan Barat. Berdasarkan data dari Pangkalan Data Sekolah milik Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, sekolah ini telah memperoleh status akreditasi A dan menyelenggarakan pendidikan untuk jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) (Kemdikbud, 2024).

Pada tahun ajaran 2024/2025, jumlah peserta didik tercatat sebanyak 1.053 orang, terdiri dari 415 siswa laki-laki dan 638 siswa perempuan, yang tersebar dalam 30 rombongan belajar pada tingkat kelas X, XI, dan XII. Sebagian besar siswa berada pada rentang usia 16 hingga 18 tahun dan menganut agama Islam sebagai kelompok agama terbesar, disusul oleh Kristen, Katolik, dan Buddha (Kemdikbud, 2024).

B. Rumusan Masalah

Apakah terdapat hubungan antara paparan media sosial *TikTok* dengan pemilihan minuman kekinian dan asupan gizi minuman kekinian pada remaja putri di SMA Negeri 5 Pontianak?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui hubungan paparan media sosial *TikTok* terhadap pemilihan minuman kekinian dan asupan gizi minuman kekinian pada remaja putri di SMA Negeri 5 Pontianak .

2. Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui hubungan paparan media sosial *TikTok* terhadap pemilihan minuman kekinian pada remaja putri di SMA Negeri 5 Pontianak.
- b. Untuk mengetahui hubungan paparan media sosial *TikTok* terhadap asupan gizi minuman kekinian pada remaja putri di SMA Negeri 5 Pontianak.

D. Ruang Lingkup Penelitian

1. Subjek Penelitian

Remaja putri berusia 16-18 tahun yang aktif menggunakan media sosial.

2. Fokus Penelitian

Hubungan paparan media sosial *TikTok* terhadap pemilihan minuman kekinian dan asupan gizi minuman kekinian.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Memberikan wawasan mendalam tentang hubungan paparan media sosial terhadap perilaku konsumsi minuman kekinian dan dampaknya pada asupan gizi minuman kekinian pada remaja putri.

2. Bagi Institusi

Memberikan kontribusi ilmiah yang relevan dengan perkembangan tren konsumsi pada remaja.

3. Bagi Masyarakat

Meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya orang tua dan remaja, tentang pengaruh media sosial terhadap pola konsumsi yang dapat berdampak pada kesehatan.

F. Keaslian Penelitian

1. Sasti Alifiandhira et al., (2024). Gizi Lebih, Pengetahuan Gizi, Konsumsi Dan Paparan Iklan Minuman Manis Pada Mahasiswa. Metode penelitian yaitu desain studi cross-sectional deskriptif. Dengan sampel penelitian ini yaitu mahasiswa aktif fakultas ilmu kesehatan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengetahuan gizi responden berada pada kategori baik (78.4%). Proporsi konsumsi minuman manis pada kategori sering sebesar 72.8%. Proporsi terpapar iklan minuman manis sebesar 97.8%. perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu media yang digunakan, sasaran yang dituju, dan Lokasi penelitian.
2. Damayanti et al., (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minum Minuman Kekinian pada Mahasiswa Keperawatan. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan cross-sectional, dilakukan pada mahasiswa keperawatan dengan sampel sebanyak 182 responden yang mengonsumsi minuman kekinian, diambil menggunakan teknik simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 10 responden (5,5%) mengonsumsi minuman kekinian setiap hari hingga dua kali seminggu, 2 responden (1,1%) mengonsumsi tiga kali seminggu, dan 1 responden (0,5%) mengonsumsi lebih dari tiga kali seminggu. Selain itu, hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa variabel jumlah uang saku ($p=0,01$), transportasi

($p=0,03$), serta rasa dan merek ($p=0,00$) memiliki hubungan signifikan terhadap frekuensi konsumsi minuman kekinian. Sementara itu, usia ($p=0,85$) dan obesitas sentral ($p=0,78$) tidak memiliki hubungan signifikan. Perbedaan dengan penelitian yang akan digunakan yaitu media yang digunakan (*TikTok*), sasaran yang dituju (remaja putri SMA), dan lokasi penelitian (SMA Negeri 5 Pontianak).

3. Fawziya et al., (2024). Hubungan antara Peran Teman Sebaya dan Paparan Media Sosial dengan Tingkat Konsumsi Minuman Berpemanis pada Remaja. Metode Penelitian ini merupakan penelitian observasional analitik dengan desain studi potong lintang. sampel penelitian ini sebanyak 300 orang yang diambil menggunakan stratified random sampling. Hasil penelitian sebagian besar responden memiliki tingkat konsumsi minuman berpemanis yang tinggi (54,3%), peran teman sebaya buruk (55,7%), dan terpapar media sosial (74,0%). Selain itu, penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara peran teman sebaya ($p=0,0001$) dan paparan media sosial ($p=0,037$) dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis. Perbedaan dengan penelitian yang akan digunakan yaitu media yang digunakan, dan Lokasi penelitian.
4. Dewi Styaningrum et al., (2023) Gambaran Konsumsi Minuman Kekinian pada Remaja Putri di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kuantitatif dengan pendekatan cross-sectional. Sampel terdiri dari 102 remaja putri kelas XI di SMAN 1 Depok, Sleman, yang diambil menggunakan teknik total sampling. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner frekuensi konsumsi minuman kekinian (FFQ), dan data dianalisis secara univariat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengonsumsi minuman kekinian di bawah rata-rata (68,6%), dengan rata-rata konsumsi sebesar $61,55 \pm 81,28$ ml per hari. Penelitian ini berfokus pada gambaran tingkat konsumsi minuman kekinian tanpa mengaitkannya dengan faktor-faktor lain seperti pengaruh media sosial atau asupan gizi. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada variabel yang dikaji, yaitu penelitian ini mengaitkan paparan media sosial *TikTok* dengan pemilihan minuman kekinian dan asupan gizinya, serta lokasi penelitian yang dilakukan di SMA Negeri 5 Pontianak.