

[ISSN 2597- 6052](#)

MPPKI

Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia

The Indonesian Journal of Health Promotion

Review Articles

Open Access

Hubungan Perubahan Sosial Budaya dan Perilaku Foto Selfie Makanan di Media Sosial Sebagai Faktor Risiko Penyakit Diabetes : *Literature Review*

The Relationship between Socio-Cultural Changes and Behavior of Food Selfie Photos on Social Media as a Risk Factor for Diabetes : Literature Review

Dewi Ayumaruti

Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia

*Korespondensi Penulis : Dewiayumaruti84@gmail.com

Abstrak

Latar belakang: Kelebihan berat badan dan obesitas telah menyebabkan kematian bagi sebagian besar populasi di dunia. Kecenderungan masyarakat Indonesia terkait pola makan masih banyak memilih jenis makanan yang tinggi lemak, belum memenuhi kebutuhan serat, jenis-jenis vitamin, serta kandungan mineral. Perkembangan teknologi, perubahan budaya, dan interaksi di sosial media turut menjadi faktor risiko obesitas.

Tujuan: Penelitian bertujuan untuk mengetahui gambaran hubungan antara perubahan aspek sosial budaya dalam perilaku foto selfie makanan di media sosial dengan faktor risiko penyakit obesitas.

Metode: Metode *Literature Review* digunakan sebagai desain penelitian. Penulis menggunakan *Google Scholar* database dengan pencarian kata kunci obesitas, media sosial, kebiasaan makan, foto, budaya, dan perilaku.

Hasil: Aktivitas makan di luar dan mengabadikannya lewat media sosial menjadi ajang sosial untuk menambah eksistensi individu. Aktivitas makan di luar dan *food selfie* dilakukan secara rutin setiap harinya tanpa mempertimbangkan risiko bagi tubuh yang mengonsumsi makanan dengan lemak tinggi, kandungan gula atau garam yang tinggi, serta cara pengolahan yang kurang sehat.

Kesimpulan: Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi dengan segala keunggulan, kemudahan, dan dampak efek sampingnya bagi generasi muda. Informasi yang positif maupun negatif telah memunculkan budaya baru di masyarakat dalam menentukan pilihan, perilaku serta kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari. Motivasi individu untuk mengunggah konten modern dalam bentuk *food selfie* atau *diary* di media sosial yaitu membuat dan memperluas komunikasi dengan orang lain, tanpa batasan waktu dan jarak, meningkatkan kepuasan diri demi eksistensi dan citra sosial individu.

Kata Kunci: Obesitas; Media Sosial; Kebiasaan Makan; Foto; Budaya; Perilaku

Abstract

Introduction: Overweight and obesity have caused death for most of the world's population. The tendency of Indonesian people regarding diet is still a lot of choosing foods that are high in fat, do not meet the needs of fiber, types of vitamins, and mineral content. Technological developments, cultural changes, and interactions on social media are also risk factors for obesity.

Objective: This study aims to describe the relationship between changes in socio-cultural aspects of food selfie photo behavior on social media and risk factors for obesity.

Methods: Literature Review method was used as the research design. The author uses the Google Scholar database by searching for keywords obesity, social media, eating habits, photos, culture, and behavior.

Results: The activity of eating out and perpetuating it through social media becomes a social event to increase individual existence. The activities of eating out and taking food selfies are carried out regularly every day without considering the risks to the body by consuming foods with high fat, high sugar or salt content, and unhealthy processing methods.

Conclusion: The rapid development of technology and information with all its advantages, conveniences, and side effects for the younger generation. Positive and negative information has given rise to a new culture in society in determining choices, behaviors and habits in everyday life. Individual motivation to upload modern content in the form of a food selfie or diary on social media is to create and expand communication with other people, without time and distance restrictions, increasing self-satisfaction for the sake of individual existence and social image.

Keywords: Obesity; Social Media; Eating Habits; Photos; Culture; Behavior

PENDAHULUAN

Obesitas adalah keadaan yang ditandai dengan adanya penumpukan yang berlebihan dari jaringan lemak yang ada didalam tubuh (1). Akumulasi lemak yang berlebihan inilah yang kemudian dapat mengganggu dan menjadi risiko yang mempengaruhi kesehatan seseorang. Pengukuran melalui Indeks Massa Tubuh (BMI) yaitu merupakan indeks yang mencakup berat badan dan tinggi badan yang umumnya digunakan untuk memberikan klasifikasi terkait kelebihan angka berat badan dan tingkat obesitas. Pengukuran dilakukan dengan penilaian berat badan dalam satuan kilogram dibagi dengan angka kuadrat tinggi badannya dalam meter (kg/m^2).

Menurut data World Health Organization pada tahun 2016, dengan angka setidaknya 1,9 miliar individu dari kelompok usia 18 tahun keatas mengalami kondisi kelebihan pada berat badannya. Dari jumlah angka tersebut, lebih dari 650 juta orang dewasa yang mengalami kondisi obesitas. Sehingga secara presentase, orang dewasa yang berusia 18 tahun keatas kelebihan berat badan sebanyak 39% dan yang mengalami obesitas sebanyak 13%. Keadaan obesitas dan berat badan berlebihan telah menyebabkan angka kematian bagi sebagian besar populasi di dunia dibandingkan dengan angka kematian akibat kekurangan berat badan. Data dunia juga menerangkan bahwa kurang lebih 300 juta anak maupun remaja pada kelompok usia 5-19 tahun telah mengalami kondisi kelebihan berat badan atau obesitas. Data tahun 2020 juga menunjukkan bahwa 39 juta anak usia kurang dari 5 tahun mengalami obesitas atau berat badan berlebih. Permasalahan berat badan lebih dan obesitas setiap tahunnya dengan prevalensinya yang terus meningkat secara signifikan merupakan prioritas permasalahan kesehatan yang memerlukan penanganan terfokus untuk kepentingan pembangunan masa depan generasi mendatang.

Saat ini penyakit tidak menular telah mengakibatkan 73% kematian yang terjadi di Indonesia dengan prevalensi obesitas di Indonesia pada penduduk kelompok usia 18 tahun keatas yaitu pada angka 21,8%, angka tersebut merupakan peningkatan dari angka sebelumnya yaitu 14,8 % (2). Obesitas dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci yang dapat meningkatkan risiko seseorang sehingga dapat mengalami obesitas. Analisis hasil kegiatan survei Riskesdas terkait konsumsi makanan individu yaitu secara garis besar masyarakat Indonesia masih banyak yang dalam kehidupan sehari - harinya belum melakukan konsumsi makanan secara tepat dan seimbang. Masyarakat Indonesia masih memilih pola makan dengan konsumsi makanan berlemak, rendah serat, kurang memenuhi vitamin yang dibutuhkan tubuh, dan kurang mineral. Meningkatnya permasalahan gizi dan kejadian penyakit tidak menular seperti obesitas, banyak disebabkan oleh berkembangnya kebiasaan mengkonsumsi *junk food* yang terjadi karena tuntutan serba cepat dan pengaruh gaya hidup yang makin banyak terjadi khususnya bagi remaja yang tinggal di wilayah perkotaan (3). Peningkatan konsumsi makanan cepat saji dan perubahan frekuensi aktivitas makan memiliki korelasi dengan kejadian obesitas pada kelompok usia remaja yang kemudian dapat meningkatkan risiko obesitas saat mereka menginjak usia dewasa (4).

Perilaku serta gaya hidup menjadi penentu status kesehatan individu misalnya jika suatu perilaku dilakukan untuk dapat meningkatkan atau menurunkan status kesehatan, sebagai contohnya dalam menentukan pilihan dalam pola makan individu. Karakteristik dan perilaku individu juga dapat dipengaruhi oleh bentuk hubungan dengan keluarga, hubungan pertemanan, keadaan lingkungan sosial, dan juga nilai - nilai lainnya di dalam masyarakat atau komunitasnya. Lingkungan sosial masyarakat saat ini mengalami pergeseran yang sangat signifikan seiring bersama perubahan dan perkembangan zaman melalui media sosial. Perilaku masyarakat mengalami pergeseran dan perubahan baik dari segi budaya, sosial, etika, dan norma lainnya. Hal ini juga mempengaruhi kebiasaan dan frekuensi mengakses media sosial mulai dari pengguna usia anak – anak, remaja, dan usia dewasa.

Media sosial adalah fasilitas *platform* berbasis web bagi penggunaannya untuk dapat menjalin hubungan/relasi, komunikasi, melakukan dan mengembangkan interaksi sosial di dunia maya melalui penyampaian pesan, bentuk gambar dan rekaman video secara lebih mudah, praktis, dan dengan jangkauan yang tidak mempunyai batasan (5). Pada tahun 2021, di Indonesia sendiri terdapat data yang menunjukkan tren penggunaan media sosial secara aktif menembus angka sebanyak 170 juta orang (61,8% dari seluruh jumlah populasi di Indonesia). Setiap harinya data menunjukkan bahwa rata - rata waktu yang dihabiskan setiap individu untuk mengakses internet melalui perangkat dalam jenis apa pun adalah selama 8 jam 52 menit, dan rata-rata waktu setiap harinya yang dihabiskan untuk mengakses media sosial melalui perangkat apa pun adalah selama 3 jam 41 menit. Dengan penggunaan teknologi internet dengan jangkauan yang sangat luas tanpa ada batasan geografis, maka hampir seluruh populasi di belahan dunia manapun dapat saling terhubung dan dapat berkomunikasi dengan lebih mudah, kecepatan yang lebih tinggi, serta dengan biaya yang jauh lebih murah. Saat ini jangkauan cakupan media sosial semakin meluas dikarenakan hampir seluruh jenis aplikasi media sosial sudah saling terkoneksi, terintegrasi dan tersinkronisasi dengan akun media sosial yang lainnya (6). Implikasi dari keunggulan internet dan perkembangan media sosial yang bersifat bebas serta tak terbatas mengakibatkan mudahnya terjadi komunikasi, pertukaran informasi, dan pertukaran nilai-nilai budaya antar individu, juga dari individu ke kelompok sosial, serta kelompok sosial ke kelompok sosial lainnya. Jika dibandingkan dengan *platform* media massa, internet menawarkan keunggulan potensi komunikasi yang lebih bersifat desentralisasi serta demokratis (7).

Fenomena yang terjadi saat ini seperti kebiasaan mengunggah foto makanan dikarenakan bahwa makanan telah menjadi simbol siapa diri individu tersebut, kelas sosial individu tersebut berasal, dan generasi individu tersebut dilahirkan. Jika dilihat, foto makanan yang diunggah di akun sosial media, biasanya memiliki kategori - kategori tertentu melalui pemilihan menu makanan yang layak unggah, atau pemilihan lokasi tempat makan seperti restoran, cafe, dan lainnya yang menyampaikan pesan dan kesan yang berbeda. Menghasilkan foto makanan yang paling menarik kemudian menjadikan setiap individu berlomba - lomba untuk dapat melakukannya (8). Media sosial telah menjadi sarana individu untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain atau yang lebih banyak disebut fenomena *followers* pada akun pribadinya, sehingga keberadaan jumlah *followers* dan komunikasi yang dilakukan via foto ataupun video di akun media sosial pribadinya menjadi sangat penting dalam kehidupan sehari - harinya.

Media sosial mempunyai aplikasi yang dapat digunakan untuk mengaplikasikan efek khusus dengan melakukan manipulasi pada foto ataupun file video yang kemudian akan diunggah di akun media sosial pribadi. Kemudahan - kemudahan yang didapat dari fitur di media sosial digunakan untuk memperlihatkan image diri seseorang baik dari segi status ekonomi, sosial, dan lainnya untuk meningkatkan kepercayaan dirinya. Hal - hal ini yang kemudian mendorong seseorang untuk selalu mengupdate kegiatan gaya hidup konsumtif sehari - hari seperti contohnya menunjukkan foto kegiatan makan diluar (*eating out*) ataupun foto makanan berupa *food diary* (9). Fenomena budaya *food selfie* yang saat ini telah menjadi tren budaya baru di dalam masyarakat Indonesia dan dunia merupakan salah satu bentuk aktualisasi diri terkait sifat narsisme yang sudah dimiliki manusia secara natural sejak lahir (10). Pada era millennial ini, semakin banyak individu yang terobsesi untuk menciptakan foto selfie dengan kualitas terbaik agar mendapatkan pujian dan perhatian individu lain dengan menunjukkan berbagai macam kegiatan, mulai dari kegiatan keseharian seseorang ataupun berbagai aktifitas yang lebih ekstrim atau tidak biasa (11).

Terkadang kebutuhan untuk mengekspose image dan status diri pribadi memberikan tekanan dan merubah kebiasaan makan seseorang tanpa disadari. Tren membuat *food diary* dan *eating out* ini dapat memberikan pengaruh pada kebiasaan makan seseorang yang kemudian dapat berpotensi untuk menyebabkan obesitas (12). Kebiasaan mengkonsumsi bahan makanan yang minim akan zat gizi esensial yang baik dan bermanfaat bagi tubuh seperti lemak, karbohidrat, serta protein yang diperlukan untuk proses metabolisme tubuh merupakan perilaku makan yang tidak ideal. Perilaku makan yang tidak teratur baik dari segi waktu, frekuensi, jenis makanan, serta kebiasaan makan yang dilakukan pada waktu malam hari juga dinilai dapat membahayakan bagi kesehatan dan mempengaruhi kondisi psikologis/mental individu. Yang sangat membahayakan dari kondisi saat ini adalah perilaku masyarakat yang tanpa disadari selalu mengkonsumsi makanan yang tinggi lemak, tinggi kalori, berkolesterol, tinggi kandungan garam, rendah serat ataupun serangan dari banyaknya tawaran dengan keuntungan efisiensi dan harga murah kepada masyarakat dikarenakan jumlah dan jenis makanan cepat saji yang berkembang dan masuk ke Indonesia.

METODE

Metode *Literature Review* digunakan sebagai desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Bertujuan untuk menganalisis hubungan antara tren kebiasaan makan diluar dan *food diary* di media sosial dengan obesitas. Penggunaan metode ini dipilih terkait batasan waktu pada penelitian ini khususnya dalam proses pengambilan data. Dalam penelitian ini, penulis memilih artikel penelitian kuantitatif dengan desain *case control* atau *cross sectional* dengan menggunakan *database Google Scholar* sebagai sumber pencarian bahan yang berkaitan dengan penelitian. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian sumber adalah obesitas, media sosial, kebiasaan makan, foto, tren, budaya, dan perilaku. Setelah pencarian melalui *Google Scholar* dilakukan dan bahan - bahan terkait penelitian sudah ditentukan, dari hasil temuan tersebut kemudian dilakukan seleksi dengan kriteria inklusi dan eksklusi. Setelah dilakukan pembacaan dan screening abstrak jurnal/artikel serta melakukan pencocokan dengan menggunakan kriteria inklusi dan eksklusi, terdapat 20 artikel yang dapat digunakan peneliti untuk masuk ke dalam analisis.

| No | Kriteria Inklusi | Kriteria Eksklusi |
|----|---|---|
| 1 | Artikel hasil penelitian primer dimana penulis sendiri yang langsung menjalankan penelitian. | Artikel penelitian dalam bentuk skripsi dan tesis yang bukan dalam format artikel untuk Dipublikasikan. |
| 2 | Artikel penelitian membahas mengenai hubungan kebiasaan tren foto makanan dengan kejadian obesitas. | Artikel penelitian yang tidak melakukan uji hubungan antara kebiasaan tren foto makanan dengan kejadian obesitas. |

| | | |
|---|--|----------------------------------|
| 3 | Artikel full-text yang dapat diakses dan Gratis. | Artikel yang digunakan berbayar. |
| 4 | Artikel menggunakan bahasa Indonesia dan Inggris. | |
| 5 | Artikel yang dipublikasikan dalam rentang tahun 2018-2022 (5 tahun). | |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan media sosial yang sangat pesat dan dipadukan dengan kebiasaan pola makan individu telah menciptakan budaya baru bagi generasi saat ini yang mengutamakan eksistensi dari sisi ekonomi dan sosial terutama masyarakat yang tinggal di wilayah perkotaan dengan pengaruhnya yang sangat beragam. Aktivitas makan di luar (*eating out*) dan mengabadikannya lewat media sosial telah menjadi ajang sosial untuk menambah eksistensi kepada para *followers* akun media sosial. Bentuk komunikasi elektronik yang berkembang saat ini seperti berbagai situs web yang digunakan untuk jejaring sosial dan penggunaan *microblogging* dimana para penggunanya dapat menciptakan sebuah komunitas secara *online* untuk saling bertukar informasi, berbagi pandangan dan ide, menyampaikan pesan atau pemikiran pribadi, maupun unggahan konten lainnya dalam bentuk video (13).

Tingkat intensitas penggunaan sosial media dan frekuensi mengakses isi konten akun sosial media sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Hal ini disebabkan oleh durasi dan frekuensi yang dapat mengakibatkan peningkatan keinginan untuk memberikan respon dari referensi yang diberikan oleh akun sosial media tersebut. Contohnya pada fitur Instagram Story, setiap orang dapat menyebarkan pemikiran dan kegiatan individu yang berpengaruh dalam bentuk video berdurasi 1 menit yang dapat dilihat oleh followers dalam jangka waktu 24 jam dengan menambahkan musik, rekaman sura, filter tulisan atau gambar *emoticon*, dan filter suasana lainnya. Hal ini dinilai sangat menarik karena dapat menciptakan interaksi yang lebih familiar, akrab, dan tidak membosankan dengan para pengikutnya.

Kegiatan *selfie* merupakan foto diri yang secara instan diambil dengan menggunakan kamera *smartphone* dengan berbagai filter dan nuansa yang dapat ditambahkan dan setelahnya dapat segera disebarluaskan melalui akses internet sebagai bentuk komunikasi visual yang secara instan dapat memberikan informasi tentang keberadaan pengguna pada saat itu, kegiatan - kegiatan yang saat itu dilakukan, berbagi tentang apa saja yang dipikirkan saat itu, dan siapa saja yang akan melihat unggahan tersebut yang biasanya dalam lingkup pertemanannya di jejaring media sosial. Kemudian foto diri yang diunggah di media sosial juga merupakan suatu upaya untuk memperlihatkan atau mempertontonkan pencapaian pengguna di luar jaringan (*offline*) (14). Pada era saat ini, sebuah foto diri bukan hanya untuk dipandang dari segi perwujudan wajah, ekspresi, penampilan, maupun gaya namun juga melibatkan perwujudan suasana, bentuk bangunan, ataupun situasi lingkungan sekitarnya yang menjadi *background* menarik dari sebuah foto diri (15).

Dengan beragamnya jenis makanan dan tempat makan di wilayah perkotaan, masyarakat memiliki kemudahan untuk dapat mengunjungi tempat makan dan tempat berkumpul yang menarik dengan beragam konsep, baik konsep dari aspek bentuk menu makanan yang serba unik dan menarik, keindahan dari lanskap interior dan eksterior, penampilan serta proses penyajian makanan, pelayanannya, serta penawaran harga promo (potongan harga dan sistem poin) yang turut menjadikan dorongan yang kuat bagi generasi saat ini (16). Yang menjadi perhatian adalah jika terkadang aktivitas - aktivitas ini dilakukan dengan frekuensi yang sangat sering sehingga kemudian menjadi rutinitas dan konsumsi harian, tanpa mempertimbangkan risiko bagi tubuh yang mengkonsumsi makanan dengan lemak tinggi, kandungan gula atau garam yang tinggi, serta cara pengolahan yang kurang sehat. Pengaruh yang tidak disadari secara langsung ini menarik untuk dibahas mengenai faktor risiko obesitas dari sudut pandang lingkungan sosial dikarenakan kebutuhan eksistensi individu melalui jaringan media sosial.

Obesitas dapat terjadi karena pola makan individu dengan konsumsi kalori yang melebihi jumlah kalori yang dibakar. Tubuh pada dasarnya memerlukan asupan kalori untuk kelangsungan hidup serta untuk melakukan aktivitas fisik, namun tetap diperlukan adanya keseimbangan antara energi yang masuk kedalam tubuh dengan energi yang keluar dari tubuh. Saat ini jenis asupan makanan yang banyak dikonsumsi dan yang sangat membahayakan tubuh adalah makanan yang terbuat dari bahan makanan serba olahan dan instan, mengandung zat pengawet, jenis minuman yang mengandung gula yang tinggi, berminyak, dan makanan bentuk jajanan cepat saji seperti makanan burger, pizza ataupun makanan siap saji yang juga tersedia di toko swalayan dan gerai makanan.

Bagi sebagian orang, banyaknya aktivitas yang dilakukan di media sosial menjadi gambaran eksistensi terutama jika kemudian mendapatkan *feedback* dan reaksi dari *followers* berupa komentar, tanda *like*, tanggapan testimonial, menautkan sebagai rekomendasi kepada teman, ataupun notifikasi lainnya yang menjadi tanda

partisipasi dari *followers* tersebut. Aktivitas – aktivitas mengunggah foto di media sosial mempunyai nilai tambah bagi individu seperti juga halnya dalam aktivitas makan yang telah mengalami perluasan makna (17). Pertimbangan untuk memilih tempat makan dan jenis makanan menjadi sangat penting. Pemilihan makanan yang baru, unik, menantang, indah dipandang, dan menggugah selera menjadi pertimbangan utama jika dibandingkan jumlah kalori, kandungan dalam makanan, cara masak, ataupun harga. Yang paling utama adalah bagaimana foto atau video makanan yang ditampilkan akan mendapatkan pengakuan dari kalangan media sosial atau warganet sehingga terus menambah kuantitas unggahan untuk eksistensi sosial individu tersebut.

Motif dapat dimengerti sebagai dorongan yang ada dalam diri setiap manusia yang timbul karena adanya kebutuhan dan keinginan yang ingin dicapai oleh manusia tersebut. Dengan disadari ataupun tidak disadari, aktivitas mengunggah foto makanan atau minuman pada akun media sosial berkaitan dengan kepuasan yang dicari oleh setiap individu dengan menggunakan suatu media. Beberapa motif dalam menggunakan media sosial adalah sebagai sarana interaksi, alat komunikasi, tempat pencarian informasi, memberikan hiburan, bermanfaat bagi relaksasi diri, sarana melakukan promosi, menunjukkan eksistensi, dan bahkan membuat *personal branding* (18). Dalam aktivitas mengunggah foto kegiatan makan maupun makanan itu sendiri, terdapat serangkaian hal yang dilakukan sebelum foto tersebut diunggah agar pesan yang ingin disampaikan dan *personal branding* dapat terpenuhi seperti melakukan penempatan kamera dan makanan, mengatur komposisi foto, dan editing. Kemudian dari persepsi yang diperoleh orang lain inilah yang kemudian digunakan untuk mewujudkan eksistensi individu melalui dunia maya. Eksistensi adalah keberadaan manusia yang selalu mengedepankan masalah keberadaannya di dunia, diri manusia tidak akan ada tanpa dunia, dan dunia tidak akan ada tanpa makhluk yang mempersepsikannya (19).

Obesitas yang terjadi pada anak usia muda dapat meningkatkan risiko kejadian obesitas disaat beranjak usia dewasa. Penyebab kondisi obesitas yang *multicausal* dan multidimensional dinilai karena hal ini tidak hanya terjadi pada golongan masyarakat dengan tingkat sosio-ekonomi yang tinggi, namun juga seringkali terjadi pada golongan masyarakat tingkat menengah kebawah (20). Hampir sebagian besar masyarakat Indonesia sudah terbiasa untuk mengkonsumsi makanan yang tinggi lemak, tinggi kolesterol, dan tinggi kandungan gula dengan frekuensi dari 1 kali setiap harinya. Kebiasaan masyarakat Indonesia untuk makan di luar rumah ataupun memesan makanan *takeout* dan menggunakan jasa *delivery service* menjadi beberapa alasan dan pendukung bagi masyarakat Indonesia untuk mengkonsumsi makanan dalam jumlah dan frekuensi berlebih. Terlebih lagi, setiap restoran dan tempat makan seringkali memberikan tawaran promosi, diskon, dan poin bagi penggunaannya. Kebiasaan makan di luar, penawaran *extra food* menjadi porsi *upsized*, dan pesan makanan dari luar diperkirakan dapat menambah kalori harian hampir sebanyak 43 persen.

Upaya - upaya yang dilakukan Pemerintah untuk terus memberikan informasi dan edukasi tentang upaya pencegahan penyakit obesitas masih menghadapi banyak tantangan dan hambatan seperti pengetahuan dan persepsi masyarakat terkait keseriusan masyarakat umum terhadap permasalahan obesitas yang masih sangat rendah. Upaya penyuluhan untuk pencegahan obesitas diharapkan dapat mengedukasi dan meningkatkan pengetahuan masyarakat khususnya generasi muda terhadap pentingnya melakukan pencegahan obesitas, penyampaian informasi tentang permasalahan berbagai macam penyakit lainnya yang berkembang di masyarakat, mengerti bagaimana cara pencegahannya, mengetahui bagaimana cara seseorang dapat terjangkau penyakit tersebut, mengetahui gejala - gejalanya, serta cara untuk menanggulungnya. Pemerintah juga terus mendorong masyarakat untuk terus melakukan Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (GERMAS) seperti meningkatkan pola dan perilaku hidup sehat, pemeriksaan kesehatan secara rutin dan berkala, serta meningkatkan aktivitas fisik (21). Selain itu, terus mendorong perubahan gaya hidup dan *mindset* masyarakat, seperti meningkatkan rutinitas aktivitas fisik dalam kegiatan sehari - hari, mengurangi waktu penggunaan gadget ataupun aktivitas di depan layar (*screen time*) lainnya, melakukan kontrol terhadap asupan gizi makanan, merubah perilaku makan yang tidak tepat, dan juga meningkatkan kepedulian/*awareness* masyarakat terhadap kesehatan individu, keluarga, dan orang - orang disekitar lingkungannya.

Keluarga juga tentunya memiliki peran besar untuk menjadi sumber perubahan perilaku, khususnya yang berkenaan dengan kegiatan aktivitas fisik reguler dan pencapaian tujuan penurunan berat badan yang ideal untuk keluarga mereka. Anak-anak dapat dipengaruhi untuk membentuk kebiasaan pola makan dan aktivitas olahraga yang baik, dan keluarga dapat menjadi pihak yang memberikan dukungan dan motivasi bagi individu yang mempunyai target untuk menurunkan atau mengendalikan berat badan ideal serta untuk memelihara dan mempertahankan gaya hidup yang aktif dan sehat (22). Dukungan serta motivasi keluarga untuk konsisten melaksanakan kegiatan pencegahan dan intervensi obesitas melalui perubahan budaya hidup sehat yang berkaitan dengan pola makan individu dan aktivitas fisik didalam lingkungan keluarga dapat mencegah timbulnya kasus obesitas semenjak dini. Gaya pengasuhan orangtua juga memberikan pengaruh besar pada kebiasaan makan sehat

dan kualitas diet remaja. Pengolahan kualitas makanan oleh orang tua secara signifikan memiliki keterkaitan dengan kualitas makanan anak remaja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perubahan pola penyakit yang terus terjadi di masyarakat sangat dipengaruhi oleh adanya perubahan lingkungan, pergeseran perilaku masyarakat, transisi demografi, perkembangan teknologi, kondisi ekonomi serta sosial budaya. Adanya peningkatan pada beban yang diakibatkan oleh penyakit tidak menular turut berhubungan dengan peningkatan faktor risiko seperti obesitas, peningkatan tekanan darah, tingginya gula darah, pola makan tidak sehat, kurangnya aktivitas fisik, dan lain sebagainya.

Obesitas merupakan permasalahan kesehatan yang banyak sekali dialami oleh masyarakat di segala usia, baik mulai dari usia anak-anak, anak remaja, maupun orang dewasa. Perubahan budaya dan gaya hidup berkaitan dengan pola makan individu dan aktifitas fisik didalam lingkungan keluarga dinilai sebagai intervensi yang paling efektif dalam pencegahan risiko obesitas (23). Terutama dengan maju dan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi di era millennial ini dengan segala keunggulan, kemudahan, dan dampak efek sampingnya bagi generasi muda. Segala bentuk informasi yang positif maupun negatif akan mempengaruhi generasi muda kita dalam menentukan pilihan dan melakukan perilaku ataupun budaya baru yang berkembang, serta kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari. Besarnya peran keluarga terutama peran orang tua dalam memberikan dukungan, motivasi, merupakan hal-hal krusial untuk mencegah timbulnya kasus obesitas sejak dini juga kegiatan pencegahan dan intervensi terkait obesitas.

Tingginya penggunaan *smartphone* di Indonesia sangat luas, hampir tidak ada individu yang tidak menggunakan *smartphone* dalam kehidupan sehari-harinya. Bahkan terkadang satu orang bisa mempunyai 2 atau 3 buah *smartphone*. Hubungan antara intensitas penggunaan *smartphone* dengan perilaku makan dapat dilihat ketika terjadi peningkatan intensitas penggunaan *smartphone* seseorang, perilaku mengkonsumsi makannya yang dapat muncul dikarenakan adanya emosi, perubahan *mood*, dan juga peningkatan stimulus dari luar (24). Perkembangan teknologi dalam bentuk media sosial telah banyak mempengaruhi bentuk kehidupan sosial didalam masyarakat. Hal ini dilihat dari perubahan dalam hubungan sosial atau keseimbangan hubungan sosial dan segala bentuk perubahan lainnya yang mempengaruhi nilai-nilai, bentuk sikap, dan pola perilaku dalam masyarakat (25).

Motivasi individu menggunakan media sosial dengan mengunggah *food selfie* adalah untuk menjalin komunikasi dengan orang lain di media yang tidak memiliki batasan waktu dan jarak serta untuk merasakan kepuasan diri demi eksistensi dan pencitraan sosial yang pada akhirnya memunculkan budaya baru dalam masyarakat. Pergeseran gaya hidup dalam aktivitas untuk menyalurkan gengsi dan memperoleh eksistensi serta citra/*branding* diri dengan membuat konten media sosial melalui gaya hidup baru yang lebih modern (26). Sebaiknya *platform* akun media sosial individu juga dapat dijadikan sarana untuk mempromosikan upaya kesehatan dalam bentuk perilaku gaya hidup sehat dengan rutin melakukan aktivitas fisik dan melakukan pola makan yang sehat dengan memberikan atau menampilkan pilihan-pilihan bahan makanan sehat (*healthy food*) serta bagaimana cara mengkonsumsinya seperti yang saat ini juga sudah mulai banyak berkembang pesat di dunia media sosial. Setiap individu dapat menjadi agen pembawa perubahan dan positivisme bagi orang lain dengan berbagi nilai-nilai serta standar yang dapat divisualisasikan melalui konten-konten positif yang diunggah di media sosial masing-masing individu yang kemudian diharapkan dapat mempengaruhi, merubah pola pikir, dan diikuti oleh para *followers*-nya (27).

DAFTAR PUSTAKA

1. Kesehatan K. Buku Pedoman Manajemen Penyakit Tidak Menular. 2019.
2. Kesehatan K. Laporan Nasional Riset Kesehatan Dasar Tahun 2018. 2019.
3. Ali R, Nuryani N. Sosial Ekonomi, Konsumsi Fast Food Dan Riwayat Obesitas Sebagai Faktor Risiko Obesitas Remaja. *Media Gizi Indones*. 2018;13(2):123.
4. Nugroho PS, Uci A, Hikmah R. Purwo Setiyo Nugroho. Andi Uci Riatul Hikmah) 185 J Dunia Kesmas [Internet]. 2020;9(2):185–91. Available from: <http://ejournalmalahayati.ac.id/index.php/duniakesmas/index>
5. Jaime E Sidani, Ariel Shensa, Beth Hoffman, Janel Hanmer BAP. The Association Between Social Media Use And Eating Concerns Among US Young Adults. *J Acad Nutrition Diet*. 2016;1465–72.
6. Irwanto I, Hariatiningsih LR. Aktivitas Santap dan Minum Generasi Z pada Media Sosial Instagram. *Mediat J Komun*. 2019;12(2):141–54.
7. Severin,; Werner J. James W. Tankard J. Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa. Kencana Prenada Media; 2014.
8. Pramadi, Yoka; Dewi R. Fenomena Mengunggah Foto Makanan di Media Sosial Instagram (Studi Fenomenologi Mengenai Fenomena Mengunggah Foto Makanan Pada Akun Instagram @sigerfoodies

- Lampung). Res Pap. 2016;95–106.
9. Nisak K, Hariyanto D. Food Photography dan Eating Out di Media Sosial Instagram. *KANAL J Ilmu Komun.* 2017;6(1):31.
 10. Widiastuti S, Kusumaningrum J. BUDAYA FOOD SELFIE PADA MASYARAKAT URBAN Kajian Estetika Food Photography, Narcisism, dan Cyberculture. 2017;2016:384–95.
 11. Rusli. Budaya Food Selfie Dalam Masyarakat Urban Studi Kasus di Kabupaten Sinjai. 2020;
 12. Podojoyo; Hadi, Hamam; Huriyati E. Pola Konsumsi Makanan di Luar Rumah Sebagai Faktor Risiko Terjadinya Obesitas Pada Remaja SMP di Kota Palembang. *Gizi Klin Indones.* 2006;3(2):47–56.
 13. Nasrullah R. Media Sosial : Perspektif, Budaya, dan Sositoteknologi. Simbiosis Rekatama Media; 2015.
 14. Fathia A. Foodstagram Sebagai Hiperrealitas Pada Kalangan Foodies di Instagram. 2020.
 15. Mulawarman M, Nurfitri AD. Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Bul Psikol.* 2017;25(1):36–44.
 16. Suryani CD, Kristiyani DN. Studi Fenomenologi Pada Gaya Hidup Baru Anak Muda Sebagai Pengunjung Coffee Shop Di Kota Salatiga. *PRecious Public Relations J.* 2021;1(2):177–201.
 17. Fitria H. Hiperrealitas Dalam Social Media (Studi Kasus: Makan Cantik Di Senopati Pada Masyarakat Perkotaan). *Informasi.* 2016;45(2):87.
 18. Yurindah; Narti SI. Motif Pengguna Media Sosial Dalam Mengunggah Instagram Story (Studi Fenomenologi Pada Anggota Sanggar Arastra di Kota Bengkulu). *Prof FIS UNIVED.* 2019;6(1):61–71.
 19. Friedman HS. (Miriam WS. Kepribadian: Teori Klasik dan Riset Modern Jilid 1. Erlangga; 2008.
 20. Saraswati SK, Rahmaningrum FD, Pahsya MNZ, Wulansari A, Ristantya AR, Sinabutar BM, et al. Faktor Risiko Penyebab Obesitas. *Media Kesehat Masy Indones.* 2021;20(1):70–4.
 21. Nugraha F, Relaksana R, Siregar AY. Determinan Sosial Ekonomi Terhadap Berat Badan Lebih Dan Obesitas Di Indonesia: Analisis Data Ifls 2014. *J Ekon Kesehat Indones.* 2021;5(2):17–28.
 22. Korespondensi A, Nurcandra Fakultas Ilmu Kesehatan F, Pembangunan Nasional Veteran Jakarta U, Raya Limo J, Obesitas Berbasis Keluarga Intan Permata Sari I, Anggraini K, et al. Family Based Obesity Intervention. *J Ilm Kesehat Masy [Internet].* 2019;11:254–61. Available from: <https://jikm.upnvj.ac.id/index.php/home/article/view/7>
 23. Li C, Ademiluyi A, Ge Y, Park A. Using Social Media to Understand Web-Based Social Factors Concerning Obesity: Systematic Review. *JMIR Public Heal Surveill.* 2022;8(3).
 24. Wijaya K. Hubungan Intensitas Penggunaan Smartphone dengan Perilaku Makan pada Emerging Adults. *J Ilm Mhs Univ Surabaya.* 2019;8(1):1606–16.
 25. Sugeng Cahyono A. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. 2020;140–57.
 26. Rayinda MA. Pengaruh User Generated Content Terhadap Perilaku Para Foodie Pengguna Media Sosial. *J Komun Dan Kaji Media [Internet].* 2019;3(2):116–27. Available from: <http://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/1257/1117>
 27. Turnwald BP, Anderson KG, Markus HR, Crum AJ. Nutritional Analysis of Foods and Beverages Posted in Social Media Accounts of Highly Followed Celebrities. *JAMA Netw Open.* 2022;5(1):1–13.