



UNIVERSITAS ANDALAS

**HUBUNGAN PEMILIHAN MAKANAN, PAPARAN IKLAN
DI MEDIA SOSIAL, DAN TINGKAT LITERASI GIZI
DENGAN STATUS GIZI REMAJA PUTRI DI
SMPN 21 DAN MTsN 4 PADANG
TAHUN 2024**

Oleh :

ANNISA APRIOLA

No. BP. 2011223002

Pembimbing I : Dr. Azrimaidaliza, SKM., MKM

Pembimbing II : Nadia Chalida Nur, SKM., MPH

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Gizi

FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG, 2024

**FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS ANDALAS**

Skripsi, Juli 2024

Annisa Apriola, No. BP. 2011223002

**HUBUNGAN PEMILIHAN MAKANAN, PAPARAN IKLAN DI MEDIA
SOSIAL, DAN TINGKAT LITERASI GIZI DENGAN STATUS GIZI REMAJA
PUTRI DI SMPN 21 DAN MTsN 4 PADANG TAHUN 2024**

xiii + 102 halaman, 5 gambar, 22 tabel, 14 lampiran

ABSTRAK

Tujuan

Masalah gizi lebih rawan terjadi pada remaja putri karena adanya fase percepatan pertumbuhan, sehingga memerlukan asupan zat gizi yang lebih banyak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pemilihan makanan, paparan iklan di media sosial, dan tingkat literasi gizi dengan status gizi remaja putri di SMPN 21 dan MTsN 4 Padang.

Metode

Penelitian ini menggunakan desain *cross sectional* dengan jumlah sampel sebanyak 164 remaja putri kelas VII dan VIII di SMPN 21 dan MTsN 4 Padang yang diambil dengan teknik *proportional random sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan mengukur BB, TB, pengisian kuesioner, dan wawancara. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji *Chi-Square* dan *Fisher Exact*.

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan 80,5% remaja putri memiliki status gizi normal, 79,3% memilih makanan dengan mementingkan faktor kesehatan, 75% terpapar iklan makanan di media sosial, dan 86% memiliki tingkat literasi gizi baik. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pemilihan makanan dengan status gizi remaja putri ($p\text{-value}=0,581$), terdapat hubungan yang signifikan antara paparan iklan dengan status gizi remaja putri ($p\text{-value}=0,012$), dan terdapat hubungan yang signifikan antara literasi gizi dengan status gizi remaja putri ($p\text{-value}=0,020$).

Kesimpulan

Paparan iklan di media sosial dan tingkat literasi gizi berhubungan dengan status gizi remaja putri sedangkan, pemilihan makanan tidak memiliki hubungan yang signifikan. Diharapkan remaja lebih aktif dalam mencari informasi terkait gizi seimbang untuk meningkatkan pengetahuan sehingga lebih selektif dalam menentukan pilihan makanan serta menjaga status gizinya dalam kondisi normal.

Daftar Pustaka : 97 (1995 – 2023)

Kata Kunci : Literasi Gizi, Paparan Iklan di Media Sosial, Pemilihan Makanan, Status Gizi

**FACULTY OF PUBLIC HEALTH
ANDALAS UNIVERSITY**

**Undergraduate Thesis, July 2024
Annisa Apriola, No. BP. 2011223002**

***THE RELATIONSHIP BETWEEN FOOD CHOICE, EXPOSURE
ADVERTISING ON SOCIAL MEDIA, AND NUTRITIONAL LITERACY
LEVELS WITH THE NUTRITIONAL STATUS OF ADOLESCENT WOMEN AT
SMPN 21 AND MTsN 4 PADANG IN 2024***

xiii + 102 pages, 5 figures, 22 tables, 14 appendices

ABSTRACT

Objective

Nutritional problems are more prone to occur in adolescent girls because of the accelerated growth phase, so it requires more nutritional intake. This study aims to determine the relationship between food choices, exposure to advertising on social media, and the level of nutritional literacy with the nutritional status of adolescent girls at SMPN 21 and MTsN 4 Padang.

Method

This study used a cross sectional design with a total sample of 164 adolescent girls in grades VII and VIII at SMPN 21 and MTsN 4 Padang taken using proportional random sampling technique. Data collection was carried out by measuring BB, TB, filling out questionnaires, and interviews. Data analysis was carried out using the Chi-Square and Fisher Exact tests.

Results

The research results showed that 80.5% of adolescent girls had normal nutritional status, 79.3% chose food by prioritizing health factors, 75% were exposed to food advertisements on social media, and 86% had a good level of nutritional literacy. There is no significant relationship between food choices and the nutritional status of adolescent girls ($p\text{-value}=0.581$), there is a significant relationship between advertising exposure and the nutritional status of adolescent girls ($p\text{-value}=0.012$), and there is a significant relationship between nutritional literacy and the nutritional status of adolescent girls ($p\text{-value}=0,020$).

Conclusion

Exposure to advertising on social media and level of nutritional literacy have significant relationship with the nutritional status of adolescent girls, whereas food choices do not have a significant relationship. Adolescents are expected to be more active in seeking information about balanced nutrition to increase knowledge, so that they are more selective in choosing food and maintain normal nutritional status.

Bibliography : 97 (1995 – 2023)

Keywords : Level of Nutritional Literacy, Exposure to Advertising on Social Media, Food Choices, Nutritional Status