

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Obesitas

1. Definisi Obesitas

Asosiasi Internasional Studi Obesitas mendefinisikan obesitas sebagai kondisi medis yang ditandai dengan kelebihan berat badan (lemak). Memiliki terlalu banyak lemak di tubuh dapat membahayakan kesehatan. Sedangkan menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), ada dua jenis kelebihan berat badan : obesitas dan kelebihan berat badan, yang dihitung menggunakan indeks massa tubuh (IMT). Adapun definisi keduanya yaitu penumpukan atau kelebihan lemak di dalam tubuh yang dapat menyebabkan kondisi medis yang serius (Suryani, 2018).

Pada tahun 2014, Pedoman Gizi Seimbang (PGS) diperkenalkan dalam upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM). Penerapan Pedoman Gizi Seimbang ini salah satu upaya perbaikan gizi masyarakat terutama pada orang dewasa. Berdasarkan hal tersebut, klasifikasi IMT orang dewasa ditunjukkan pada tabel 1 :

Tabel 1
Klasifikasi IMT untuk orang dewasa di Indonesia

Klasifikasi	Kategori	IMT (kg/m ²)
Sangat Kurus	Kekurangan berat badan tingkat berat	< 17,0
Kurus	Kekurangan berat badan tingkat ringan	17 – < 18,5
Normal	Normal	18,5 – 25,0
Gemuk	Kelebihan berat badan tingkat ringan	> 25 – 27,0
Obese	Kelebihan berat badan tingkat berat	> 27,0

Sumber : (Kemenkes, 2014)

Indeks Massa Tubuh (IMT) atau daftar *quetelet* dibuat oleh seorang astronomer Belgia (1870), menurut Henry (1994) daftar *quetelet* sangat bagus untuk memperkirakan tingkat obesitas individu. IMT adalah indikator yang dipakai orang dewasa untuk mengetahui status gizi mereka, dengan klasifikasi sebagai berikut : kurus, normal, kelebihan berat badan, atau obesitas berdasarkan IMT yang dihitung menggunakan berat badan dan tinggi badan mereka. Indeks Massa Tubuh tidak bisa diterapkan pada beberapa kelompok spesifik, yaitu ibu hamil, atlet dan pada kelompok khusus (penyakit) oedema, asites dan hepatomegali (M. Pari, Wiyono, & Harjatmo, 2017). Rumus untuk menghitung IMT :

$$\text{Indeks Masa Tubuh (IMT)} = \frac{\text{Berat badan (kg)}}{\text{Tinggi badan (m)}^2} = \text{kg/m}^2$$

2. Faktor Penyebab Obesitas

Faktor lingkungan, faktor genetik, obat-obatan serta faktor hormonal merupakan faktor risiko terjadinya obesitas. Namun, penyebab utama obesitas adalah pergeseran pola makan makanan tinggi energi dan gaya hidup trendi yang jarang melakukan aktivitas fisik. Dengan pengaruh psikologis, fisiologis, dan budaya, faktor lingkungan dan genetik berinteraksi dengan cara yang kompleks. Menurut sejumlah penelitian, faktor lingkungan menyumbang sekitar 70% dari kejadian obesitas, sedangkan faktor genetik menyumbang 30% sisanya (Nugraha, GI, 2009 dalam Suryani, 2018). Beberapa aspek yang memengaruhi kejadian kegemukan pada orang dewasa, sebagai berikut :

a. Faktor genetik

Risiko obesitas seorang anak berkisar antara 40-50% apabila salah satu orang tua obesitas. Ketika kedua orang tua obesitas, peluang anak tersebut beresiko obesitas adalah 70-80%..

b. Faktor lingkungan

1) Pola makan

Kegemukan dan obesitas disebabkan oleh asupan energi yang tinggi. Jenis makanan dengan tinggi energi (gorengan, makanan manis, dan rendah serat) menyebabkan ketidakseimbangan energi.

2) Pola aktivitas fisik

Kurangnya gerak dalam pola aktivitas fisik *sedentary* menimbulkan risiko obesitas karena energi yang dikeluarkan tidak optimal.

c. Faktor Obat-obatan dan Hormonal

1) Obat-obatan

Obat golongan steroid yang kerap dikonsumsi dalam waktu yang panjang dalam pengobatan asma, osteoarthritis, dan alergi mampu mengakibatkan rasa lapar sehingga meningkatkan risiko kegemukan.

2) Hormonal

Hormon leptin, ghrelin, tiroid, insulin, dan estrogen merupakan beberapa hormon yang berkontribusi terhadap kasus obesitas.

3. Dampak Obesitas

Kelebihan berat badan/gemuk dikaitkan dengan berbagai penyakit umum, pemicu kematian mendadak dan beberapa jenis penyakit. Pria berisiko untuk terkena tumor ganas usus besar dan prostat, sementara wanita berisiko untuk terkena tumor ganas payudara dan serviks. Selain itu, kegemukan memiliki risiko ganda menyebabkan penyakit tidak menular (PJK, stroke, diabetes, dan hipertensi). Serta tiga kali menyebabkan penyakit ginjal. Asma dan *sleep apnea* adalah dua kondisi pernapasan yang dapat disebabkan oleh obesitas. Menurut *NHS Atlas of*

Risk dalam Conolly (2016) obesitas merupakan faktor risiko kematian paling signifikan nomor empat di Inggris, sesudah hipertensi, merokok, dan kolesterol (Murtane, 2021).

4. Pencegahan Obesitas

Menurut P2PTM Kemenkes RI (2018) untuk menurunkan tingkat obesitas di Indonesia, penting untuk menemukan kasus kegemukan sesegera mungkin sehingga lebih mudah diatasi. Pos Pembinaan Terpadu (Posbindu) melakukan kegiatan deteksi dini obesitas berbasis masyarakat sebagai bagian dari upaya pencegahan. Apalagi sekarang pemerintah sedang mempromosikan “Gerakan Masyarakat Hidup Sehat” (GERMAS) dimana pemerintah berencana mengajak individu untuk bertindak dalam kehidupan yang sehat atau cara hidup yang sehat yang diawali dari kesadaran individu itu sendiri, keluarga, dan orang-orang di sekitar. Adanya GERMAS diharapkan dapat menurunkan angka obesitas 21,8% di kalangan masyarakat Indonesia di atas usia 18 tahun yang terus meningkat. Adapun hal-hal penting untuk menanggulangi obesitas :

- a. Makanlah makanan berkualitas dan nutrisi seimbang, konsumsi sayur dan buah-buahan kira-kira 5 porsi setiap hari.
- b. Mengonsumsi gula, garam, dan lemak sesuai panduan G4 G1 L5 (pemakaian gula dibatasi 4 sdm atau 50 g/hari; pemakaian garam dibatasi 1 sdt atau 2 g/hari; pemakaian lemak dibatasi 5 sdm atau 67 g/hari)
- c. Usahakan untuk beraktivitas fisik secara baik, benar, teratur, dan terukur (BBTT) seperti jalan kaki, pekerjaan rumah, dan olahraga.
- d. Memantau berat badan tetap ideal dengan menjaga Indeks Massa Tubuh (IMT) pada 18-23 kg/m² agar tidak berisiko berat badan berlebih.

B. Perilaku Konsumsi Makanan *Online*

1. Pengertian Perilaku Konsumsi Makanan *Online*

“Peri” dan “Laku” merupakan asal mula kata “perilaku”, di mana “peri” mengacu pada bagaimana melakukan, melakukan, dan perilaku. Perilaku adalah kegiatan dan tanggapan makhluk atau makhluk hidup terhadap keadaannya saat ini. Ini menyiratkan bahwa cara baru berperilaku muncul ketika ada hal yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi, yang dikenal sebagai dorongan. Dengan cara ini dorongan pasti akan menyebabkan cara berperilaku tertentu, ada tiga anggapan yang saling terkait tentang cara manusia berperilaku/bertindak. Pertama, cara bertindak disebabkan; Kedua, tindakan itu dimotivasi; Ketiga, tindakan bertujuan untuk mencapai tujuan atau sasaran (Irwan, 2017).

Sedangkan konsumsi makanan *online* adalah kecenderungan seseorang untuk mengonsumsi makanan melalui layanan pesan makanan *online*. Layanan pemesanan makanan *online* yang memulai debutnya pada April 2015 yaitu aplikasi *Go-jek* dan diikuti oleh aplikasi *Grab* pada Mei 2016 (Vincentius & Putranto, 2020). Pengguna aplikasi dapat dengan cepat dan mudah memilih dan membeli makanan sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, pengguna memiliki kendali atas berapa banyak, jenis apa, dan seberapa sering mereka ingin makan:

a. Jenis

Jenis bahan makanan dikenal sangat beragam, menurut sumber bahan makanan dibagi menjadi beberapa kelompok : makanan pokok, protein hewani, protein nabati, buah dan sayur-sayuran. Jenis makanan yang dimakan masyarakat idealnya mengikuti pedoman (mutu dan jumlah) (Sirajuddin et al, 2018). Contoh

masing-masing jenis bahan makanan dari berbagai kelompok bahan makanan, yaitu (Kemenkes, 2014) :

- 1) Makanan pokok : Jagung, talas, sagu, sukun, kentang, ubi jalar, singkong, dan nasi. Terdapat kandungan gizi sebanyak 175 kalori, 4 gram protein, dan 40 gram KH dalam setiap sajiannya.
- 2) Lauk sumber protein: Ikan, telur, unggas, daging, susu dan kacang-kacangan serta olahannya (tahu dan tempe) 80 kalori, 6 gram protein, 3 gram lemak, dan 8 gram KH zat gizi yang terkandung dalam setiap sajian.
- 3) Sayuran : Sayuran yang berwarna hijau dan berwarna lainnya. Sayuran dipecah menjadi tiga kelompok berdasarkan nilai gizinya: Kelompok A, Kelompok B dan Kelompok C.
- 4) Buah-buahan : Buah yang berwarna sebanyak 50 gram memiliki kandungan gizi sebesar 50 kalori, dan 10 gram KH per porsi.

Industri ini berhasil memasarkan berbagai produk makanan berkat kemajuan teknologi, seperti makanan instan siap saji atau siap masak, minuman berkarbonasi, makanan rendah energi, dan makanan cepat saji. Cara orang makan, termasuk cara mereka memilih variasi makanan dari jenis makanan yang mereka makan, adalah yang paling jelas dapat dilihat oleh penduduk kota tentang dampak globalisasi. Peningkatan pendapatan, beban kerja yang berat, dan promosi produk makanan ala Barat, khususnya makanan cepat saji, merupakan faktor utama yang menyebabkan pergeseran kebiasaan konsumsi makanan ini. Namun, hal ini tidak diimbangi dengan peningkatan kesadaran gizi. Kebiasaan konsumsi makanan impor, khususnya makanan cepat saji seperti ayam goreng, pizza, dan hamburger

mengalami peningkatan terutama di kalangan generasi muda dan kelompok kelas menengah ke atas. (Anshari, 2019).

b. Jumlah

Jumlah makanan atau porsi merupakan banyaknya makanan atau zat gizi yang dimakan oleh individu maupun kelompok yang dapat memengaruhi gizi seseorang. Hal ini dikarenakan jumlah dan sifat hidangan/kudapan yang dikonsumsi akan berdampak pada jumlah zat gizi, yang akan berdampak pada kesejahteraan manusia. Sejak tahun 2014 Kemenkes mempromosikan piring makanku, visualisasi piring makanku disempurnakan menjadi isi piringku. Visual isi piringku merekomendasikan mengisi separuh (50%) dari piring dengan sayuran dan buah-buahan, dan separuh sisanya (50%) terdiri dari makanan pokok dan lauk pauk. Isi Piringku juga merekomendasikan jumlah sayuran (250 gram) wajib lebih banyak dari jumlah buah (150 gram), dan jumlah makanan pokok harus lebih besar dari jumlah porsi lauk pauk (Kemenkes, 2014).

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 30 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Informasi Kandungan Gula, Garam, dan Lemak serta Pesan Kesehatan untuk Makanan Olahan dan Makanan Siap Saji, asupan harian seseorang >50 g (4 sdm) gula, >2000 mg (1 sdt) natrium, dan lemak/minyak sebanyak >67 g (5 sdm) akan meningkatkan risiko hipertensi, stroke, diabetes, dan penyakit jantung koroner. Konsumen harus dapat membaca dan memahami keterangan kandungan gula, garam, dan lemak pada label makanan dan minuman instan. (Kemenkes, 2014).

Tabel 2
Anjuran Jumlah Porsi Menurut Kecukupan Energi

Bahan Makanan	Dewasa Laki-laki 19-29 tahun 2725 kkal	Dewasa Perempuan 19-29 tahun 2250 kkal
Nasi	8p	5p
Sayuran	3p	3p
Buah	5p	5p
Tempe	3p	3p
Daging	3p	3p
Minyak	7p	5p
Gula	2p	2p

Sumber : (Kemenkes, 2014)

c. Frekuensi

Frekuensi makan dikaitkan pada waktu seseorang mengonsumsi makanan dalam sehari yang terdiri dari sarapan, makan siang, makan malam, dan makanan ringan. Sebaliknya, frekuensi atau berapa kali seseorang makan (utama dan *snack*) dalam sehari disebut sebagai frekuensi makan. Seseorang biasanya makan tiga kali sehari (sarapan, makan siang, dan makan malam) tetapi ada kalanya frekuensi makan seseorang bisa melebihi tiga kali (Soeyono, Nurlaela, & Kristiastuti, 2021). Parameter yang dikumpulkan untuk memperoleh gambaran konsumsi makanan yang tidak aman pada individu usia 3 tahun ke atas meliputi penggunaan jenis hidangan manis, sumber hidangan asin, jenis hidangan berminyak/gorengan, jenis hidangan panas, olahan pangan hewani menggunakan bahan aditif dan perasa, minuman soda atau berkarbonasi, berkafein, kudapan instan/olahan instan lainnya. Kecenderungan konsumsi digolongkan menjadi >1 kali/hari, 1-6 kali/minggu dan <3 kali/bulan (Kementrian Kesehatan RI, 2018).

2. Domain Perilaku

Ada 3 macam domain perilaku menurut Irwan (2017), yaitu :

a. Pengetahuan

Pengetahuan adalah proses dari memahami, yang terbentuk ketika individu mengindra suatu benda/fenomena. Seseorang tidak dapat membuat keputusan atau bertindak atas masalah yang ada jika mereka kurang pengetahuan. Pengetahuan juga dapat didefinisikan sebagai informasi yang telah diperoleh atau telah disadari oleh seseorang. Pengetahuan dapat dibagi menjadi empat kategori :

1) Pengetahuan Faktual

Pengetahuan dalam bentuk potongan informasi yang berbeda atau komponen fundamental yang ada dalam bidang ilmu tertentu. Sebagian besar pengetahuan faktual hanyalah sebuah konsep abstrak.

2) Pengetahuan Konseptual

Pengetahuan yang memperlihatkan bagaimana bagian fundamental dari struktur yang lebih besar berinteraksi satu sama lain dan bekerja sama. Konsep, contoh teori, dan prinsip, baik secara simbolik maupun terus terang merupakan contoh pengetahuan konseptual. Adapun tiga kategori pengetahuan konseptual, pengetahuan mengenai pencatatan dan pengelompokan, pengetahuan mengenai dasar dan penyamarataan, dan pengetahuan mengenai prinsip, jenis, dan bentuk.

3) Pengetahuan Prosedural

Informasi tentang metode paling mahir untuk menindaklanjuti sesuatu, baik praktik sehari-hari maupun baru. Pengetahuan prosedural seringkali terdiri dari kegiatan atau tingkatan yang wajib dilaksanakan untuk melaksanakan tindakan tertentu.

4) Pengetahuan Metakognitif

Mencakup pengetahuan diri serta pengetahuan mengenai kognisi seperti biasa. Penelitian mengenai metakognitif membuktikan sebenarnya jika manusia tumbuh mereka jadi lebih mengerti akan sudut pandang mereka dan belajar mengenai persepsi, dan jika mereka dapat melakukannya, mereka akan jauh meningkat atau unggul dalam belajar.

b. Sikap

Sikap seseorang adalah tanggapan tertutup mereka terhadap stimulus atau fenomena baik dari dalam maupun luar, kemudian manifestasinya tidak bisa diamati secara langsung dan harus disimpulkan dari perilaku tertutup tersebut. Perasaan suka atau tidak suka yang dihubungkan dengan kecenderungan seseorang untuk bereaksi terhadap suatu objek merupakan akar dari sikap. Ada berbagai tingkatan sikap, seperti :

- 1) Menyetujui (*agreed*) menunjukkan keinginan dan perhatian individu terhadap motivasi.
- 2) Menanggapi (*Responding*) berarti menanggapi pertanyaan atau melakukan suatu tugas, menunjukkan sikap seseorang.
- 3) Menghormati (*Valuing*) berarti mengajak orang lain untuk menyelesaikan suatu masalah atau mendiskusikannya.
- 4) Bertanggung jawab (*Responsibility*) adalah keadaan pikiran yang ideal, yang memerlukan tanggung jawab penuh atas pilihan seseorang dan mengambil semua kemungkinan risiko.

c. Praktik atau Tindakan

Tindakan adalah perwujudan dari wawasan dan aksi menjadi praktik langsung. Notoatmodjo (2005) mendefinisikan tindakan sebagai aksi maupun tindakan tubuh sesudah menerima stimulus atau penyesuaian dari tubuh atau dari lingkungan luar. Reaksi mengenai stimulus itu nyata sebagai wujud aktivitas maupun pelajaran, yang dapat dengan mudah diperhatikan atau disaksikan oleh individu lain dan biasanya dikatakan *over behavior*. Notoatmodjo (2005) menyatakan bahwa keempat kategori tindakan tersebut adalah :

- 1) Persepsi (*Perception*), mengetahui dan mempunyai berbagai materi mengenai gerakan yang dilakukan.
- 2) Respon terpimpin (*Guided Response*), dapat melaksanakan tugas dengan rangkaian yang sesuai.
- 3) Mekanisme (*Mechanism*), mengacu pada kemampuan individu untuk melaksanakan suatu tindakan dengan benar pada mereka sendiri (kebiasaan).
- 4) Adaptasi (*Adaptation*), kegiatan atau aktivitas yang dikembangkan dengan benar, yang menunjukkan bahwa aktivitas tersebut telah diubah tanpa menurunkan keakuratannya.

3. Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumsi Makanan *Online*

Dalam hal pembelian makanan, konsumen di Indonesia lebih memilih bisnis makanan rumahan. Konsumen cenderung lebih suka membeli makanan secara *online*, karena orang berpikir bahwa berbelanja makanan secara *online* dapat membuat mereka merasa lebih aman karena tidak harus berurusan dengan banyak orang secara langsung. Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2021), faktor-faktor seperti berikut ini berpotensi mempengaruhi

kebiasaan belanja masyarakat Indonesia : gaya hidup, pendapatan, dan pekerjaan. Aspek psikologis, seperti : persepsi, tren merek, dan pengetahuan tentang merek. Memesan makanan tidak mengharuskan pelanggan keluar sendiri atau menelepon restoran tujuan.

Menurut Utami & Yuliawati (2020), Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti : sosial, personal/pribadi, dan psikologis.

a. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan pengaruh kelompok, jejaring sosial baik luar jaringan maupun dalam jaringan, promosi di platform digital, dan hubungan keluarga atau komunitas tertentu terhadap perilaku pembelian konsumen (Lestari & Genoveva, 2021). Dalam penelitian yang dilaksanakan oleh Larios-Gomez et al, (2021), kelompok rujukan, keluarga, dan peran serta keadaan sosial, seperti pertemanan, teman belanja, teman kerja, teman virtual, dan perilaku konsumen terkait konsumsi makanan, adalah contoh faktor sosial yang memengaruhi perilaku konsumen.

b. Faktor Pribadi/Personal

Pada penelitian yang dilakukan oleh Utami & Yuliawati (2020) faktor pribadi atau personal merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi perilaku konsumen. Dalam hal penggunaan produk, usia, kebutuhan, pekerjaan, kondisi ekonomi, dan kepercayaan semuanya dianggap sebagai faktor pribadi. (Rotuauli et al, 2020).

c. Faktor Psikologis

Faktor psikologis mencakup tren dan persepsi *brand*. Persepsi merupakan siklus di mana pembeli menentukan, memilah, dan menguraikan data untuk

membuat persepsi kebutuhan yang signifikan, yang tergolong biaya, melihat mutu, kuantitas, keuntungan dan risiko (Rana & Paul, 2017).

C. Video Edukasi Gizi

1. Pengertian Video Edukasi Gizi

Para ahli pendidikan gizi mendefinisikan pendidikan gizi berdasarkan berbagai pengalaman dan sudut pandang. Definisi sempit dari pendidikan gizi adalah penyebaran informasi terkait gizi tentang apa yang sehat dan tidak sehat untuk dikonsumsi. Jadi pengertian edukasi gizi adalah serangkaian upaya atau proses untuk mengubah perilaku masyarakat terkait pengetahuan dan sikap tentang gizi yang dapat dilakukan untuk aktivitas harian. Profesional kesehatan atau siapa pun yang berupaya memengaruhi individu atau komunitas untuk meningkatkan kesehatan mereka adalah contoh pendidik. Selain itu, sasarannya meliputi masyarakat umum serta individu yang sehat maupun sakit (Sukraniti, Taufiqurrahman, & Iwan S., 2018).

Sedangkan video (audio visual) merupakan metode pendidikan yang memanfaatkan indera pendengaran (audio) dan penglihatan (visual). Peserta dalam media menyimak menerima pesan materi pembelajaran melalui pendengaran, sedangkan peserta dalam media melihat menerima pesan materi melalui penglihatan atau bentuk kasat mata. Informasi yang disajikan dapat bersifat faktual, berdasarkan peristiwa penting, mendidik, atau informatif (Hasan et al, 2021).

2. Tujuan Edukasi Gizi

The World Health Organization (WHO), mengatakan bahwa pendidikan gizi bertujuan untuk membuat orang mengambil keputusan yang lebih baik tentang

makanan dan gizi. Dalam UU RI nomor 36 Tahun 2009 berkaitan dengan kesehatan menyatakan bahwa upaya perbaikan gizi masyarakat bertujuan untuk meningkatkan kualitas gizi, baik individu maupun masyarakat. Berikut adalah beberapa program yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan tersebut diantaranya: a) Perubahan kebiasaan makan yang sejalan dengan gizi seimbang; b) Peningkatan kesehatan, perilaku sadar gizi, dan aktivitas fisik; c) Meningkatkan mutu dan aksesibilitas pelayanan gizi yang sejalan dengan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan; dan d) Meningkatkan gizi dan sistem kewaspadaan pangan (Sukraniti et al, 2018).

Selain itu dalam buku yang ditulis oleh Khomsan (2022) adapun tujuan khusus edukasi gizi antara lain: a) Terciptanya masyarakat sadar gizi sebagai akibat membaiknya pengetahuan gizi; b) Konsep gizi penting dan mutakhir yang bersifat implementatif dapat diterapkan di tengah-tengah masyarakat; c) Perilaku positif di bidang pangan dan gizi dapat diwujudkan oleh masyarakat yang semakin sadar terhadap gizi; dan d) Terbentuknya masyarakat dengan status gizi baik karena mereka mampu memperbaiki perilaku gizi melalui perubahan kebiasaan makan.

3. Jenis Media Edukasi Gizi

Media pendidikan biasanya terbagi dalam tiga kategori: penglihatan (visual), suara (audio), dan video (audiovisual) (Yaumi, 2017).

a. Media Penglihatan (Visual)

Secara umum, media penglihatan dibedakan jadi dua kategori: media penglihatan yang tidak diproyeksikan dan media penglihatan yang diproyeksikan. Ilustrasi, bagan, skema, plakat, dan komik adalah contoh media visual yang tidak diproyeksikan. Rekaman (*CD-Rom*, gambar *CD*, *DVD-Rom*, dan *floppy disk*) dan

ilustrasi digital yang dirancang untuk dipakai dengan *software* penyajian grafis, semacam panel proyeksi *LCD*, adalah contoh media visual yang diproyeksikan.

b. Media Suara (Audio)

Media suara adalah varian media yang dipakai untuk pengalaman pendidikan dengan memasukkan hanya perasaan mendengar. Dalam hal memproses informasi dari berbagai sumber, indra pendengaran bekerja dengan sangat baik. Media suara umumnya memiliki kelebihan, diantaranya: 1) Harga terjangkau; 2) Mudah diperoleh dan digunakan; 3) Cukup fleksibel untuk digunakan oleh individu maupun kelompok; dan 4) Bentuknya memudahkan untuk dibawa kemana-mana.

c. Media Video (Audio Visual)

Kata video bermula dari bahasa latin yang bermakna “saya melihat”. Video merupakan ilustrasi bergerak yang diabadikan pada kaset atau *compact disk* (*CD*). Ukuran, kecepatan, metode perekaman, dan mekanisme kerja masing-masing berbeda. Media audiovisual memberikan kontribusi yang sangat besar dalam perubahan perilaku masyarakat, terutama dalam aspek informasi dan persuasi. Desain video yang paling sering digunakan adalah *DVD*, kaset dan video web. Media video memiliki banyak manfaat, yaitu: 1) Dapat mendemonstrasikan perkembangan peristiwa secara bertahap, baik dalam gerakan lambat maupun cepat; 2) Dapat dimanfaatkan sebagai media persepsi yang aman; 3) Dapat menggugah perasaan dari penonton video; 4) Dapat digunakan dengan tujuan pendalaman suatu objek atau pesan tertentu; dan 5) Dapat memberikan pengalaman yang sama kepada banyak pemirsa di lokasi berbeda atau kepada sekelompok pengamat.

4. Media Sosial Edukasi Gizi

Media sosial atau yang sering disebut sosial media adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan komunitas dan orang terhubung, berbagi, berbicara, dan terkadang bermain atau bekerja sama. Media sosial kini banyak digunakan berkat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Selain itu, media sosial sekarang digunakan untuk pemasaran dan pendidikan digital (Sari et al, 2018).

Instagram adalah salah satu media sosial yang sering digunakan di Indonesia, pada aplikasi *instagram* terdapat beberapa fitur yang dapat digunakan seperti berbagi foto dan rekaman. *Instagram* dianggap sebagai *platform* media sosial terbaru oleh penggunanya karena berbeda dengan *platform* lain, *Instagram* lebih berfokus pada foto dan video bentuk pendek serta lebih mudah digunakan dan dinikmati. Para profesional kesehatan, khususnya yang bekerja di bidang gizi, harus memanfaatkan *Instagram* untuk komunikasi, informasi, dan edukasi gizi (Rusdi, Rahmy, & Helmizar, 2021).

WhatsApp adalah aplikasi *online* yang merupakan salah satu dampak kemajuan perkembangan informasi yang paling menonjol. *WhatsApp* digunakan sebagai mekanisme bertukar informasi, sebab mempermudah pengguna untuk berinteraksi dan terkait satu sama lain tanpa mengeluarkan banyak modal untuk menggunakannya, karena *WhatsApp* tidak memakai pulsa, tetapi memakai paket data. Selain itu, aplikasi ini memungkinkan pengguna melakukan panggilan yang

sederhana, aman, dan dapat diandalkan ke ponsel mana pun di dunia. Aplikasi ini sangat populer dan terkenal karena banyak fiturnya. (Rahartri, 2019).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Rusdi et al (2021) menggunakan aplikasi *Instagram* dan *WhatsApp* untuk mengajarkan remaja tentang pedoman gizi seimbang 9 kali dalam 18 hari. Temuan menunjukkan bahwa media berbasis *Instagram* mengungguli media berbasis *WhatsApp* dalam meningkatkan perilaku, sikap, dan pengetahuan terkait gizi. Ini karena *Instagram* berpotensi lebih interaktif dan memiliki fitur yang lebih baik daripada *WhatsApp*.