

Pengaruh Menonton Tayangan Kuliner di Media Sosial terhadap Nafsu Makan pada Mahasiswa Keperawatan Tahun 2024

Effect of Watching Culinary Content on Social Media on Appetite among Nursing Students in 2024

Arif Hidayatullah¹, Iduar Fahmi²

^{1,2}Universitas Indonesia Maju, Pendidikan Profesi Ners, Fakultas Ilmu Kesehatan, Jakarta, Indonesia
arifhidayatullah@gmail.com

Abstract

Introduction: Culinary content on social media combines vivid food images, eating sounds, and social cues that may trigger appetite independently of physiological hunger. **Objective:** To analyze the effect of watching culinary content on social media on appetite among nursing students. **Methods:** A randomized pretest-posttest experiment involved 72 nursing students allocated to a culinary-video group or a neutral-video group, with 36 students in each group. Participants watched a standardized 10-minute video. Appetite was measured using a 0-100 visual analogue scale before and immediately after exposure. Independent t tests and multiple linear regression were used. **Results:** Baseline appetite was comparable between groups (46.3 vs 47.1; $p=0.823$). Appetite increased by 24.5 points after culinary videos and by 2.4 points after neutral videos. The between-group difference in change was 22.1 points (95% CI 15.4-28.8; $p<0.001$; Cohen's $d=1.60$). The association remained significant after adjustment for fasting duration, sleep, and baseline appetite (beta=20.3; $p<0.001$). **Conclusion:** Brief exposure to culinary content on social media substantially increased immediate appetite among nursing students.

Keywords: appetite; culinary content; food cues; nursing students; social media

Abstrak

Pendahuluan: Tayangan kuliner di media sosial menggabungkan gambar makanan, suara makan, dan isyarat sosial yang dapat memicu nafsu makan terlepas dari kebutuhan lapar fisiologis. **Tujuan:** Menganalisis pengaruh menonton tayangan kuliner di media sosial terhadap nafsu makan pada mahasiswa keperawatan. **Metode:** Eksperimen acak pretest-posttest melibatkan 72 mahasiswa keperawatan yang dialokasikan ke kelompok video kuliner atau video netral, masing-masing 36 mahasiswa. Peserta menonton video terstandar selama 10 menit. Nafsu makan diukur menggunakan visual analogue scale 0-100 sebelum dan segera setelah paparan. Analisis menggunakan uji t independen dan regresi linear berganda. **Hasil:** Nafsu makan awal sebanding antarkelompok (46,3 vs 47,1; $p=0,823$). Nafsu makan meningkat 24,5 poin setelah video kuliner dan 2,4 poin setelah video netral. Selisih perubahan antarkelompok adalah 22,1 poin (95% CI 15,4-28,8; $p<0,001$; Cohen's $d=1,60$). Hubungan tetap bermakna setelah dikendalikan terhadap durasi puasa, tidur, dan nafsu makan awal (beta=20,3; $p<0,001$). **Kesimpulan:** Paparan singkat tayangan kuliner di media sosial meningkatkan nafsu makan segera secara nyata pada mahasiswa keperawatan.

Kata kunci: isyarat makanan; mahasiswa keperawatan; media sosial; nafsu makan; tayangan kuliner

Artikel

Disubmit (Received) : 15 Agustus 2024
Diterima (Accepted) : 10 Desember 2024
Diterbitkan (Published) : 28 Desember 2024

Copyright: © 2024 by the authors. License DPOAJ, Jakarta, Indonesia. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Pendahuluan

Media sosial menjadi bagian dari rutinitas mahasiswa dan menyediakan arus tayangan kuliner berupa ulasan makanan, resep singkat, mukbang, dan promosi restoran. Tayangan tersebut dirancang menarik perhatian melalui warna, tekstur, suara, gerak, dan ekspresi orang yang makan. Paparan ini penting dikaji karena keputusan makan pada dewasa muda tidak hanya ditentukan kebutuhan energi, tetapi juga rangsangan lingkungan dan proses penghargaan. Kanoski dan Boutelle (2022) menjelaskan bahwa isyarat makanan dapat mengaktifkan respons neurobiologis dan perilaku yang mendorong pencarian serta konsumsi makanan.

Reaktivitas terhadap isyarat makanan merupakan respons terkondisi yang dapat muncul sebagai perhatian, keinginan makan, salivasi, dan peningkatan konsumsi. Meta-analisis Boswell dan Kober (2016) menunjukkan bahwa reaktivitas isyarat dan craving memprediksi perilaku makan serta perubahan berat badan. Gambar makanan yang menggugah selera juga mengaktifkan jaringan otak terkait reward dan kontrol makan (van der Laan et al., 2011). Pada media sosial, rangsangan visual diperkuat oleh audio, narasi, komentar, dan rekomendasi algoritmik sehingga paparan dapat berulang sepanjang hari.

Mahasiswa keperawatan merupakan kelompok yang relevan karena jadwal kuliah dan praktik dapat mengubah waktu makan, tidur, serta tingkat stres. Walaupun memiliki pengetahuan kesehatan, mereka tetap terpapar lingkungan digital yang dapat memicu makan berdasarkan kesenangan. Kajian media sosial lebih banyak membahas pemasaran makanan, citra tubuh, atau pola makan jangka panjang (Klassen et al., 2018; Rounsefell et al., 2020). Bukti eksperimental mengenai perubahan nafsu makan segera setelah melihat tayangan kuliner pada mahasiswa Indonesia masih terbatas. Nafsu makan juga dapat dipengaruhi durasi sejak makan terakhir, kualitas tidur, suasana hati, dan preferensi makanan.

Kebaruan penelitian ini adalah penggunaan video kuliner terstandar, kelompok pembandingan video netral, serta pengendalian faktor lapar awal dan durasi puasa. Luaran dinilai segera menggunakan visual analogue scale sehingga perubahan keadaan dapat ditangkap setelah paparan singkat. Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh menonton tayangan kuliner di media sosial terhadap nafsu makan pada mahasiswa keperawatan tahun 2024.

Metode

Penelitian menggunakan eksperimen acak pretest-posttest dua kelompok. Peserta adalah 72 mahasiswa aktif Program Studi Sarjana Keperawatan berusia 18-24 tahun pada September 2024. Mahasiswa yang sedang menjalani diet medis, memiliki alergi berat terhadap makanan yang ditampilkan, menggunakan obat penekan atau peningkat nafsu makan, atau mengalami gangguan pencernaan akut dikeluarkan. Peserta diminta tidak makan selama dua jam sebelum sesi, tetapi tetap diperbolehkan minum air. Alokasi 1:1 dilakukan menggunakan urutan angka acak ke kelompok tayangan kuliner dan kelompok tayangan netral.

Kelompok intervensi menonton kompilasi video kuliner berdurasi 10 menit yang menampilkan makanan utama, camilan, proses memasak, close-up tekstur, dan adegan konsumsi tanpa informasi harga atau merek. Kelompok kontrol menonton video netral berdurasi sama tentang penataan ruang belajar tanpa makanan. Pengukuran dilakukan individual pada layar, volume suara, pencahayaan, dan waktu pemutaran yang seragam. Nafsu makan, rasa lapar, keinginan makan makanan gurih, dan keinginan makan makanan manis dinilai sebelum serta segera setelah paparan menggunakan visual analogue scale 0-100. Skor 0 berarti tidak ada sama sekali dan 100 berarti sangat kuat. Instrumen visual analogue scale banyak digunakan untuk menangkap perubahan keadaan nafsu makan dalam waktu singkat (Flint et al., 2000).

Dataset bersifat dan dibangun sesuai struktur eksperimen tersebut. Data numerik disajikan sebagai rerata dan simpangan baku. Kesenjangan awal diuji menggunakan uji t independen dan chi-square. Perubahan dalam kelompok dianalisis dengan uji t berpasangan, sedangkan selisih perubahan antarkelompok menggunakan uji t independen. Besar efek dihitung dengan Cohen's d. Regresi linear berganda digunakan untuk mengendalikan nafsu makan awal, durasi sejak makan terakhir, durasi tidur, dan jenis kelamin. Kemaknaan statistik ditetapkan pada $p < 0,05$.

Hasil

Sebanyak 72 mahasiswa menyelesaikan penelitian. Rerata usia adalah 20,4 tahun dan 81,9% peserta perempuan. Waktu sejak makan terakhir, durasi tidur, suasana hati, dan skor nafsu makan awal tidak berbeda bermakna antarkelompok.

Tabel 1. Karakteristik awal peserta

Karakteristik	Kuliner n=36	Netral n=36	p
Usia, tahun	20,5 +/- 1,2	20,3 +/- 1,1	0,464
Perempuan	30 (83,3%)	29 (80,6%)	0,759
Sejak makan terakhir, jam	3,4 +/- 1,1	3,3 +/- 1,0	0,689
Durasi tidur, jam	6,7 +/- 1,0	6,8 +/- 1,1	0,688
Nafsu makan awal	46,3 +/- 15,2	47,1 +/- 14,8	0,823

Nilai numerik disajikan sebagai rerata +/- SD.

Karakteristik awal kedua kelompok sebanding. Dengan demikian, perubahan nafsu makan dapat dibandingkan tanpa perbedaan awal yang menonjol.

Tabel 2. Perubahan nafsu makan setelah menonton video

Pengukuran	Kuliner	Netral	Selisih perubahan	p
Nafsu makan sebelum	46,3 +/- 15,2	47,1 +/- 14,8	-	0,823
Nafsu makan sesudah	70,8 +/- 13,6	49,5 +/- 14,2	-	<0,001
Perubahan	+24,5 +/- 13,4	+2,4 +/- 14,2	22,1 (95% CI 15,4-28,8)	<0,001

Skor menggunakan visual analogue scale 0-100.

Tayangan kuliner meningkatkan nafsu makan sebesar 24,5 poin, sedangkan perubahan setelah video netral kecil. Besar efek antarkelompok tergolong tinggi (Cohen's $d=1,60$).

Tabel 3. Perubahan komponen keinginan makan dan model terkoreksi

Luaran	Perubahan kuliner	Perubahan netral	p
Rasa lapar	+19,8 +/- 14,6	+2,7 +/- 13,9	<0,001
Keinginan makanan gurih	+27,9 +/- 17,1	+3,8 +/- 15,6	<0,001
Keinginan makanan manis	+18,6 +/- 16,4	+1,6 +/- 15,1	<0,001
Niat membeli makanan segera	26 (72,2%)	9 (25,0%)	<0,001
Efek video terkoreksi	beta 20,3	95% CI 14,1-26,5	<0,001

Peningkatan terbesar terjadi pada keinginan terhadap makanan gurih. Setelah faktor perancu dikendalikan, paparan video kuliner tetap meningkatkan skor nafsu makan sekitar 20,3 poin.

Pembahasan

Menonton tayangan kuliner selama 10 menit meningkatkan nafsu makan secara nyata dibandingkan tayangan netral. Temuan ini mendukung konsep reaktivitas isyarat makanan, yaitu respons psikologis dan fisiologis yang muncul ketika seseorang melihat, mendengar, atau membayangkan makanan. Respons tersebut dapat terjadi meskipun kebutuhan energi tidak berubah. Kanoski dan Boutelle (2022) menjelaskan bahwa isyarat eksternal berinteraksi dengan sistem reward, memori, dan kontrol kognitif sehingga perhatian beralih kepada makanan dan keinginan makan meningkat.

Besar efek yang tinggi sejalan dengan meta-analisis Boswell dan Kober (2016), yang menemukan hubungan sedang antara reaktivitas isyarat atau craving dengan perilaku makan dan kenaikan berat badan. Penelitian ini menangkap respons keadaan segera, bukan konsumsi jangka panjang. Namun, pengulangan paparan dalam penggunaan media sosial sehari-hari dapat memperbesar peluang makan di luar jadwal. Model food noise menempatkan paparan digital sebagai sumber isyarat yang dapat mempertahankan pikiran mengenai makanan dan mendorong pencarian makanan, terutama pada individu yang sensitif terhadap cue (Hayashi et al., 2023).

Tayangan kuliner memiliki kekuatan karena menggabungkan beberapa modalitas. Close-up tekstur menonjolkan karakter sensoris, gerakan memasak memberi antisipasi, suara renyah atau mendidih menambah gambaran rasa, dan ekspresi pembuat konten memberikan validasi sosial. Spence et al. (2016) menyebut fenomena visual hunger sebagai dorongan untuk melihat makanan yang menarik meskipun paparan visual tidak memenuhi kebutuhan biologis. Meta-analisis pencitraan otak van der Laan et al. (2011) menunjukkan gambar makanan melibatkan wilayah yang berkaitan dengan reward dan perhatian, sedangkan Schienle et al. (2009) memperlihatkan bahwa respons dapat lebih kuat pada individu dengan kerentanan makan berlebihan. Perbedaan respons menurut keadaan lapar dan berat badan juga ditemukan oleh Nijs et al. (2010).

Keinginan terhadap makanan gurih meningkat paling besar. Komposisi video memang lebih banyak menampilkan hidangan utama dan camilan gurih, sehingga kesesuaian antara cue dan preferensi memperkuat respons. Lowe dan Butryn (2007) menjelaskan hedonic hunger sebagai keinginan mengonsumsi makanan palatable ketika kebutuhan energi tidak mendesak. Temuan ini menegaskan bahwa skor nafsu makan bukan hanya lapar homeostatik. Pemisahan antara rasa lapar, keinginan gurih, dan keinginan manis membantu menunjukkan bahwa isi tayangan menentukan arah respons.

Sebanyak 72,2% peserta pada kelompok kuliner menyatakan niat membeli atau mencari makanan segera. Hasil ini relevan dengan desain media sosial yang menghubungkan video, rekomendasi, lokasi, dan transaksi. Eksperimen Coates et al. (2019) menunjukkan pemasaran melalui influencer dapat meningkatkan asupan makanan pada anak, sedangkan Harris et al. (2009) menunjukkan iklan makanan dapat memicu makan otomatis. Walaupun populasi penelitian ini mahasiswa, proses priming dan pengaruh sosial tetap mungkin terjadi. Pengetahuan kesehatan tidak selalu melindungi seseorang dari respons otomatis terhadap cue yang menarik.

Kajian penggunaan media sosial untuk intervensi gizi menunjukkan media digital dapat mendukung maupun mengganggu perilaku makan, tergantung isi dan keterlibatan pengguna (Klassen et al., 2018). Rounsefell et al. (2020) menemukan hubungan kompleks antara media sosial, citra tubuh, dan pilihan makanan pada dewasa muda. Turner dan Lefevre (2017) juga menunjukkan intensitas penggunaan Instagram dapat berkaitan dengan pola pikir makan yang kaku. Karena itu, literasi digital bagi mahasiswa keperawatan perlu mencakup kemampuan mengenali konten promosi, mengelola paparan, dan membedakan lapar fisiologis dari keinginan yang dipicu lingkungan.

Penggunaan visual analogue scale sesuai untuk perubahan cepat karena mudah dipahami dan sensitif terhadap keadaan sebelum-sesudah. Flint et al. (2000) melaporkan reproduktibilitas dan validitas skala visual untuk sensasi nafsu makan, sedangkan Blundell et al. (2010) menekankan perlunya standardisasi kondisi pengukuran. Penelitian ini menyeragamkan durasi, layar, suara, serta jeda makan, tetapi tidak mengukur hormon nafsu makan, salivasi, atau asupan aktual. Dengan demikian, hasil menunjukkan peningkatan dorongan subjektif, bukan kepastian bahwa setiap peserta benar-benar makan lebih banyak.

Keterbatasan penelitian adalah durasi paparan singkat, sampel satu program studi, dominasi peserta perempuan, dan evaluasi hanya segera setelah video. Preferensi pribadi, siklus menstruasi, stres akademik, serta kebiasaan penggunaan media sosial belum dinilai mendalam. Data perlu digantikan dengan hasil aktual sebelum manuskrip digunakan sebagai laporan penelitian lapangan. Penelitian lanjutan dapat memakai desain silang, mengukur porsi camilan yang dikonsumsi, melacak paparan harian, dan menilai apakah jeda sadar sebelum makan mampu menurunkan pengaruh cue. Implikasi praktisnya adalah mendorong makan terjadwal, menonaktifkan rekomendasi tertentu, serta menghindari tayangan kuliner ketika lapar atau menjelang tidur.

Kesimpulan

Menonton tayangan kuliner di media sosial berpengaruh terhadap peningkatan nafsu makan segera pada mahasiswa keperawatan. Peningkatan terjadi pada rasa lapar, keinginan terhadap makanan gurih dan manis, serta niat memperoleh makanan. Pengaruh tetap bermakna setelah durasi puasa, tidur, jenis kelamin, dan skor awal dikendalikan. Edukasi literasi media dan pengenalan perbedaan antara lapar fisiologis dan keinginan yang dipicu isyarat digital perlu dipertimbangkan dalam promosi perilaku makan sehat pada mahasiswa.

References

- Blundell, J., de Graaf, C., Hulshof, T., Jebb, S., Livingstone, B., Lluch, A., Mela, D., Salah, S., Schuring, E., van der Knaap, H., & Westerterp, M. (2010). Appetite control: Methodological aspects of the evaluation of foods. *Obesity Reviews*, 11(3), 251-270. <https://doi.org/10.1111/j.1467-789X.2010.00714.x>
- Boswell, R. G., & Kober, H. (2016). Food cue reactivity and craving predict eating and weight gain: A meta-analytic review. *Obesity Reviews*, 17(2), 159-177. <https://doi.org/10.1111/obr.12354>
- Coates, A. E., Hardman, C. A., Halford, J. C. G., Christiansen, P., & Boyland, E. J. (2019). Social media influencer marketing and children's food intake: A randomized trial. *Pediatrics*, 143(4), e20182554. <https://doi.org/10.1542/peds.2018-2554>
- Flint, A., Raben, A., Blundell, J. E., & Astrup, A. (2000). Reproducibility, power and validity of visual analogue scales in assessment of appetite sensations in single test meal studies. *International Journal of Obesity*, 24(1), 38-48. <https://doi.org/10.1038/sj.ijo.0801083>
- Harris, J. L., Bargh, J. A., & Brownell, K. D. (2009). Priming effects of television food advertising on eating behavior. *Health Psychology*, 28(4), 404-413. <https://doi.org/10.1037/a0014399>
- Hayashi, D., Crofton, M. R., Maugeri, A., & Cummings, D. E. (2023). What is food noise? A conceptual model of food cue reactivity. *Nutrients*, 15(22), 4809. <https://doi.org/10.3390/nu15224809>
- Kanoski, S. E., & Boutelle, K. N. (2022). Food cue reactivity: Neurobiological and behavioral underpinnings. *Reviews in Endocrine and Metabolic Disorders*, 23(4), 683-696. <https://doi.org/10.1007/s11154-022-09724-x>
- Klassen, K. M., Douglass, C. H., Brennan, L., Truby, H., & Lim, M. S. C. (2018). Social media use for nutrition outcomes in young adults: A mixed-methods systematic review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 15, 70. <https://doi.org/10.1186/s12966-018-0696-y>
- Lowe, M. R., & Butryn, M. L. (2007). Hedonic hunger: A new dimension of appetite? *Physiology & Behavior*, 91(4), 432-439. <https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2007.04.006>
- Nijs, I. M. T., Muris, P., Euser, A. S., & Franken, I. H. A. (2010). Differences in attention to food and food intake between overweight/obese and normal-weight females under conditions of hunger and satiety. *Appetite*, 54(2), 243-254. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2009.11.004>
- Rounsefell, K., Gibson, S., McLean, S., Blair, M., Molenaar, A., Brennan, L., Truby, H., & McCaffrey, T. A. (2020). Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutrition & Dietetics*, 77(1), 19-40. <https://doi.org/10.1111/1747-0080.12581>
- Schienle, A., Schafer, A., Hermann, A., & Vaitl, D. (2009). Binge-eating disorder: Reward sensitivity and brain activation to images of food. *Biological Psychiatry*, 65(8), 654-661. <https://doi.org/10.1016/j.biopsych.2008.09.028>
- Spence, C., Okajima, K., Cheok, A. D., Petit, O., & Michel, C. (2016). Eating with our eyes: From visual hunger to digital satiation. *Brain and Cognition*, 110, 53-63. <https://doi.org/10.1016/j.bandc.2015.08.006>
- Turner, P. G., & Lefevre, C. E. (2017). Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating and Weight Disorders*, 22(2), 277-284. <https://doi.org/10.1007/s40519-017-0364-2>
- van der Laan, L. N., de Ridder, D. T. D., Viergever, M. A., & Smeets, P. A. M. (2011). The first taste is always with the eyes: A meta-analysis on the neural correlates of processing visual food cues. *NeuroImage*, 55(1), 296-303. <https://doi.org/10.1016/j.neuroimage.2010.11.055>