



---

## **FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN *EMOTIONAL EATING* PADA MAHASISWA DI SEMARANG**

**Adya Fathma Irzanti<sup>1\*</sup>, Besar Tirto Husodo<sup>2</sup>, Aditya Kusumawati<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Mahasiswa Peminatan Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku, Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro

<sup>2</sup> Bagian Peminatan Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku, Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro

\*Corresponding author : [adyairzanti20@gmail.com](mailto:adyairzanti20@gmail.com)

Info Artikel : Diterima 28 September 2023 ; Disetujui 6 November 2023 ; Publikasi 1 Desember 2023

---

### **ABSTRAK**

**Latar belakang:** *Emotional eating* merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang dalam mengonsumsi makanan maupun minuman secara berlebihan yang dipicu oleh emosi yang sedang dirasakan dari seseorang tersebut, namun *emotional eating* mempunyai dampak negatif baik jangka pendek maupun panjang terhadap kesehatan individu. Mahasiswa termasuk pada tahapan usia remaja akhir yang masih terjadinya fluktuasi emosi sehingga mahasiswa berisiko *emotional eating*. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis hubungan karakteristik responden (usia, jenis kelamin, tahun masuk perkuliahan), pengetahuan, sikap, *self efficacy*, akses pembelian makanan, lingkungan sosial, pola makan keluarga, media, iklan dengan *emotional eating* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro.

**Metode:** Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sebanyak 284 responden dengan metode *propotional random sampling* sesuai dengan kriteria sampel penelitian. Penelitian dilakukan dari bulan Maret sampai September 2023. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu pengisian lembar kuesioner serta data sekunder yaitu buku, artikel ilmiah, *e-journal*, dan *e-book* yang berkaitan dengan *emotional eating*. Data penelitian dilakukan uji normalitas dan uji *chi square* untuk mengetahui hubungan antar variabel.

**Hasil:** Hasil uji statistik *chi square* menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara tahun masuk perkuliahan (angkatan) dengan *p-value* 0.001, sikap dengan *p-value* 0.000, lingkungan sosial dengan *p-value* 0.000, media dengan *p-value* 0.004, dan iklan dengan *p-value* 0.036 terhadap *emotional eating*. Kemudian, variabel usia, jenis kelamin, pengetahuan, *self-efficacy*, akses pembelian makanan, serta pola makan keluarga tidak berhubungan terhadap *emotional eating* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro.

**Simpulan:** Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel tahun masuk perkuliahan (angkatan), sikap, lingkungan sosial, media, dan iklan berhubungan terhadap perilaku *emotional eating* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro.

**Kata kunci:** *emotional eating*; perilaku makan; mahasiswa

---

### **ABSTRACT**

**Title:** *Factors Related to Emotional Eating among Students in Semarang*

**Background:** *Emotional eating* is an activity carried out by a person in consuming excessive food and drinks triggered by the emotions that are being felt, but *emotional eating* has a negative impact both short and long term on individual health. Students are included in the late adolescent stage which still has emotional fluctuations so that students are at risk of *emotional eating*. The purpose of this study was to analyze the relationship between respondent characteristics (age, gender, year of entering college), knowledge, attitudes, *self-efficacy*, access to food purchases, social environment, family diets, media, advertising with *emotional eating* in students of the Faculty of Public Health, Universitas Diponegoro.

**Method:** In accordance with the research sample criteria, 284 respondents were selected using a *proportional random sampling* technique for this quantitative study. The investigation was carried out between March and September of 2023. This study employed a combination of primary and secondary data sources, including questionnaires, scientific articles, books, *e-journals*, and *e-books* pertaining to the topic of *emotional eating*. The

normality of the research data was assessed, and the chi-square test was utilized to ascertain the association between variables.

**Result:** Based on the findings of the chi-square statistical test, it can be concluded that there exists a significant inverse relationship ( $p < 0.001$ ) between year of college enrollment (class) and the variables of attitude (0.000), social environment (0.004), media (0.004), and advertising (0.036) with respect to emotional eating. Then, there was no significant relationship between emotional eating and the following variables: family eating patterns, age, gender, knowledge, self-efficacy, or access to food purchases at the Faculty of Public Health, Diponegoro University.

**Conclusion:** This study found that Diponegoro University Faculty of Public Health students' emotional eating behavior is linked to class year, attitude, social environment, media, and advertising.

**Keywords:** emotional eating; eating behavior; students

## PENDAHULUAN

Emosi merupakan pertanda informasi atau sinyal pada individu mengenai perasaan positif ataupun negatif. Pada keadaan emosi positif dan menyenangkan maka suasana hati akan baik, tetapi pada keadaan emosi negatif maka suasana hati akan tidak baik yang akan meningkatkan reaksi untuk melindungi diri atau menghindar.<sup>1</sup> Seseorang yang berada pada keadaan emosi negatif menjadikan kegiatan makan sebagai peralihan perasaan emosional yang sedang dialami untuk mendapatkan kenyamanan atau ketenangan ketika tengah mengalami permasalahan.<sup>2</sup>

Perilaku makan merupakan salah satu kondisi yang perlu diperhatikan karena dipengaruhi oleh pengaturan emosi seseorang, seperti ketika senang, sedih, letih, dan lain sebagainya. Kurangnya kesadaran terhadap pengaturan emosi berkaitan dengan perilaku makan dapat memicu munculnya *emotional eating*.<sup>3</sup> *Emotional eating* merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang yang mengonsumsi, baik makanan maupun minuman secara berlebihan yang dipicu oleh emosi yang sedang dirasakan.<sup>4</sup> Umumnya, makanan yang dikonsumsi seseorang dengan *emotional eating* adalah makanan yang tidak sehat bagi tubuh, yaitu makanan dengan tinggi gula, lemak, ataupun garam karena makanan tersebut memberikan rasa lezat dan efek ketagihan bagi seseorang.<sup>5</sup>

Mahasiswa perguruan tinggi merupakan kelompok individu yang berada pada tahapan usia remaja akhir menuju dewasa awal yang memperoleh pendidikan di perguruan tinggi. Pada tahapan usia ini, mahasiswa tergolong dalam kelompok masyarakat yang berada pada masa peningkatan teknologi dan internet sehingga mahasiswa memiliki kemampuan untuk mengenal dan mengaplikasikan teknologi yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi kepribadiannya secara individu.<sup>6</sup> Keadaan mahasiswa yang jauh dari rumah dapat mendukung pemilihan makanan yang cenderung tidak terkendali dibandingkan dengan pemilihan makanan di rumah.<sup>7</sup> Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya, yaitu terdapat 85,5% mahasiswi di Jakarta dan 48,8% mahasiswi tingkat akhir di Ungaran yang menunjukkan perilaku

*emotional eating*.<sup>8,9</sup> Akses dan ketersediaan makanan menjadi faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih makanan dan minuman, seperti layanan pesan-antar secara *online* memudahkan mahasiswa mengakses makanan untuk memenuhi keinginan makan saat keadaan emosi negatif tanpa perlu keluar rumah.<sup>4</sup> Kondisi lingkungan, faktor dalam individu, dan dukungan akses ketersediaan makanan menjadi beberapa faktor risiko terjadinya *emotional eating*.<sup>10</sup>

Perilaku dan kebiasaan makan tidak sehat yang dilakukan secara terus menerus akan berisiko meningkatkan bahaya kesehatan seperti bertambahnya berat badan, gangguan pencernaan, penurunan kualitas tidur, serta masalah psikologis lainnya seperti kondisi cemas yang membuatnya merasa tidak aman (*insecure*) dan dapat menjadi faktor risiko berbagai penyakit jangka panjang seperti obesitas, stroke, dan lainnya.<sup>11</sup> Berdasarkan fenomena yang dapat terjadi sebagai dampak dari *emotional eating*, penelitian difokuskan untuk meneliti faktor-faktor yang berhubungan dengan *emotional eating* pada mahasiswa.

## MATERI DAN METODE

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro dimulai pada bulan Maret sampai September 2023. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan desain penelitian *cross sectional* dengan populasi penelitian yaitu mahasiswa tahun 2020 sampai 2022 yang menempuh pembelajaran di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro Semarang yang berjumlah 1074 orang. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *Propotional Random Sampling* dengan menyesuaikan kriteria sampel didapatkan sebanyak 284 responden. Penelitian ini telah mendapatkan sertifikat etik dari Komite Etik Penelitian Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro dengan nomor sertifikat etik adalah 314/EA/KEPK-FKM/2023.

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu pengisian lembar kuesioner serta data sekunder yaitu buku, artikel ilmiah, *e-journal*, dan *e-book* yang berkaitan dengan *emotional eating*.

Lembar angket diisi oleh responden, selanjutnya data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis melalui aplikasi SPSS melalui tahapan uji normalitas dan uji *chi square* untuk mengetahui hubungan antar variabel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Univariat

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Usia

Usia	Frekuensi	%
≤ 20 Tahun	126	44,4
> 20 Tahun	158	55,6
Total	284	100,0

Tabel 1 menunjukkan bahwa persentase usia responden usia lebih dari 20 tahun (55.6%) lebih besar dibandingkan persentase kelompok usia kurang dari sama dengan 20 tahun (44.4%).

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Perempuan	237	83,5
Laki-Laki	47	16,5
Total	284	100,0

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden dengan persentase jenis kelamin perempuan (83.5%) lebih besar dibandingkan jenis kelamin laki-laki (16.5%).

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Tahun Masuk Perkuliahan (Angkatan)

Angkatan	Frekuensi	%
2020	90	31,7
2021	91	32,0
2022	103	36,3
Total	284	100,0

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden dengan persentase pengetahuan baik (66.2%) lebih besar dibandingkan pengetahuan kurang (33.8%).

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Pengetahuan

Pengetahuan	Frekuensi	%
Kurang	96	33,8
Baik	188	66,2
Total	284	100,0

Tabel 4 menunjukkan bahwa responden dengan persentase pengetahuan baik (66.2%) lebih besar dibandingkan pengetahuan kurang (33.8%).

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Sikap

Sikap	Frekuensi	%
Kurang	157	55,3
Baik	127	44,7
Total	284	100,0

Tabel 5 menunjukkan bahwa responden dengan persentase sikap kurang (55.3%) lebih besar dibandingkan sikap baik (44.7%).

Tabel 6. Distribusi Frekuensi *Self Efficacy*

<i>Self-Efficacy</i>	Frekuensi	%
Rendah	236	83,1
Tinggi	48	16,9
Total	284	100,0

Tabel 6 menunjukkan bahwa responden dengan persentase sikap kurang (55.3%) lebih besar dibandingkan sikap baik (44.7%).

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Akses Pembelian Makanan

Akses Pembelian Makanan	Frekuensi	%
Mudah	154	54,2
Tidak Mudah	130	45,8
Total	284	100,0

Tabel 7 menunjukkan bahwa responden dengan persentase akses pembelian makanan yang mudah (54.2%) lebih besar dibandingkan akses pembelian makanan yang tidak mudah (45.8%).

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Akses Pembelian Makanan

Lingkungan Sosial	Frekuensi	%
Mendukung	155	54,6
Tidak Mendukung	129	45,4
Total	284	100,0

Tabel 8 menunjukkan bahwa responden dengan persentase lingkungan sosial yang mendukung (54.6%) lebih besar dibandingkan lingkungan sosial yang tidak mendukung (45.4%).

Tabel 9. Distribusi Frekuensi Pola Makan Keluarga

Pola Makan Keluarga	Frekuensi	%
Mendukung	174	61,3
Tidak Mendukung	110	38,7
Total	284	100,0

Tabel 9 menunjukkan bahwa responden dengan persentase pola makan keluarga yang mendukung (61.3%) lebih besar dibandingkan pola makan keluarga yang tidak mendukung (38.7%).

Tabel 10. Distribusi Frekuensi Media

Media	Frekuensi	%
Mendukung	152	53,5
Tidak Mendukung	132	46,5
Total	284	100,0

Tabel 10 menunjukkan responden dengan persentase media yang mendukung (53.5%) lebih besar dibandingkan media yang tidak mendukung (46.5%).

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Iklan

Iklan	Frekuensi	%
Mendukung	147	51,8
Tidak Mendukung	137	48,2
Total	284	100,0

Tabel 11 menunjukkan bahwa responden dengan persentase iklan yang mendukung (51.8%) lebih besar dibandingkan iklan yang tidak mendukung (48.2%).

Tabel 11. Distribusi Frekuensi *Emotional Eating*

<i>Emotional Eating</i>	Frekuensi	%
Ya	153	53,9
Tidak	131	46,1
Total	284	100,0

Tabel 11 menunjukkan bahwa responden dengan persentase *emotional eating* (53.9%) lebih besar dibandingkan tidak *emotional eating* (46.1%).

### Analisis Bivariat

Tabel 12. Rekapitulasi Hasil Analisis Bivariat

Variabel	<i>p-value</i>	Keterangan
Usia	0.143	Tidak Ada Hubungan
Jenis Kelamin	0.828	Tidak Ada Hubungan
<b>Tahun Masuk Perkuliahan (Angkatan)</b>	<b>0.001</b>	<b>Ada Hubungan</b>
Pengetahuan	0.747	Tidak Ada Hubungan
<b>Sikap</b>	<b>0.000</b>	<b>Ada Hubungan</b>
<i>Self Efficacy</i>	0.051	Tidak Ada Hubungan
Akses Pembelian Makanan	0.468	Tidak Ada Hubungan
<b>Lingkungan Sosial</b>	<b>0.000</b>	<b>Ada Hubungan</b>
Pola Makan Keluarga	0.298	Tidak Ada Hubungan
<b>Media</b>	<b>0.004</b>	<b>Ada Hubungan</b>
<b>Iklan</b>	<b>0.036</b>	<b>Ada Hubungan</b>

Tabel 12 menunjukkan bahwa terdapat 11 variabel yang diteliti dan terdapat 5 variabel yang memiliki hubungan dengan *emotional eating* di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro yaitu variabel tahun masuk perkuliahan (angkatan), sikap, lingkungan sosial, media, dan iklan. Selanjutnya, terdapat 6 variabel yang tidak memiliki hubungan dengan *emotional eating* yaitu variabel usia, jenis kelamin, pengetahuan, *self-efficacy*, akses pembelian makanan, pola makan keluarga.

### Hubungan Usia dengan *Emotional Eating*

Usia adalah batasan atau tingkat ukuran hidup yang mempengaruhi kondisi fisik seseorang. Pada usia remaja terjadi perubahan serta perkembangan fisik dan psikologi, sehingga dapat memicu berbagai perubahan perilaku, salah satunya adalah perubahan perilaku makan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara usia dengan *emotional eating* di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro. Penelitian ini tidak selaras dengan penelitian Sumartini dan Ningrum (2022) berkaitan dengan perilaku makan remaja berdasarkan usia yang menunjukkan bahwa perilaku makan tidak baik sebagian besar dialami oleh remaja akhir dengan usia 18-21 tahun.<sup>12</sup>

Usia remaja akhir berada pada tahapan perkembangan emosional yang melibatkan pembentukan identitas serta pembelajaran pengelolaan emosi.<sup>13</sup> Berdasarkan penelitian sebelumnya, sebesar 68.75% remaja memiliki kebiasaan makan tidak sehat ditandai dengan sering mengkonsumsi *fast food* dan makanan ringan serta jarang mengkonsumsi sayur dan buah. Pada usia ini, remaja mulai bisa membeli dan menyiapkan makanan sendiri serta cenderung memilih makanan yang dibeli di luar rumah sesuai keinginan dan mengikuti perkembangan zaman maupun tren sesuai dengan usianya.<sup>14</sup>

### Hubungan Jenis Kelamin dengan *Emotional Eating*

Jenis kelamin adalah perbedaan antara perempuan dengan laki-laki secara biologis sejak seseorang lahir. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan antara jenis kelamin dengan *emotional eating* di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro. Pada penelitian ini, sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan, hal ini dapat disebabkan karena pengambilan sampel dilakukan menyesuaikan dengan jumlah keseluruhan subjek penelitian. Namun, berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa responden laki-laki cenderung memiliki perilaku *emotional eating* dilihat dari persentase yang lebih besar dibandingkan responden perempuan.

Penelitian ini selaras dengan penelitian Prasiwi (2012) bahwa perilaku makan berkaitan dengan

kontrol dari dalam diri seseorang serta peran dari anggota keluarga, sahabat, dan media sehingga tidak dipengaruhi oleh jenis kelamin.<sup>15</sup> Namun, penelitian ini tidak selaras dengan penelitian Saufika (2012) bahwa mahasiswa berjenis kelamin perempuan memiliki peluang lebih tinggi dengan melakukan kebiasaan makan camilan disamping mengonsumsi makanan utama.<sup>10</sup> Suatu individu dapat mengadaptasi dan menyalin orang lain yang dianggap berpengaruh baginya sesuai dengan jenis kelamin masing-masing. Hal ini didukung oleh fenomena pemilihan makanan yang dipromosikan oleh tokoh yang berpengaruh pada bagi individu sesuai dengan jenis kelamin masing-masing, contohnya yaitu *influencer* perempuan pada sosial media cenderung diikuti oleh akun yang berjenis kelamin perempuan pula.<sup>16</sup>

### **Hubungan Tahun Masuk Perkuliahan (Angkatan) dengan *Emotional Eating***

Tahun Masuk Perkuliahan (Angkatan) merupakan tanda yang menandakan tahun masuk kuliah atau diterimanya di perguruan tinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara tahun masuk perkuliahan (angkatan) dengan perilaku *emotional eating* di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro. Penelitian ini selaras dengan penelitian Shavira (2020) bahwa setiap tingkat perkuliahan memiliki tingkat stressor perkuliahan dengan pemicu yang beragam seperti stressor perkuliahan pada mahasiswa tingkat awal yang berada dalam penyesuaian diri dari tahapan sekolah sebelumnya, serta pada mahasiswa tingkat akhir perkuliahan yang cenderung menghadapi stress dalam pengerjaan tugas akhir perkuliahan.<sup>16</sup>

Berdasarkan observasi pada tempat penelitian, mahasiswa pada setiap tahun angkatan memiliki stressor akademik yang berbeda-beda karena memiliki rangkaian kegiatan maupun kewajiban perkuliahan yang beragam ditambah dengan kegiatan non akademik masing-masing individu seperti kegiatan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) dan kesibukan lainnya. Kegiatan yang penuh dan padat diiringi oleh kehidupan sosial pada mahasiswa serta tekanan yang dirasakan pada setiap individu sehingga cenderung mempengaruhi perilaku makan sehari-hari.

### **Hubungan Pengetahuan dengan *Emotional Eating***

Pengetahuan merupakan cakupan segala kegiatan dengan cara dan sarana yang digunakan maupun segala hasil yang diperolehnya. Pengetahuan seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu pengalaman, tingkat pendidikan, keyakinan, fasilitas, penghasilan dan sosial budaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara pengetahuan dengan *emotional eating* di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro. Penelitian ini

selaras dengan penelitian Yusniar (2022) bahwa sebanyak 51.5% mahasiswa memiliki perilaku makan yang buruk dikarenakan beberapa mahasiswa kurang memiliki pengetahuan mengenai perilaku makan serta kurangnya iklan maupun promosi mengenai perilaku makan dan gizi seimbang.<sup>17</sup> Namun, penelitian ini tidak selaras dengan penelitian Wijaya (2020), diketahui bahwa terdapat hubungan bermakna antara pengetahuan gizi dengan perilaku makan.<sup>18</sup>

Pengetahuan yang baik umumnya akan berdampak pada perilaku setiap individu yaitu pemilihan asupan nutrisi yang lebih baik, namun belum tentu menjamin seseorang memiliki kebiasaan makan yang sehat. Oleh karena itu, pengetahuan tentang pola makan yang baik harus disertai dengan praktik sehari-hari.<sup>17</sup> Berdasarkan observasi pada tempat penelitian, mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat mempelajari mengenai perilaku hidup sehat, pencegahan penyakit, peningkatan harapan hidup pada Masyarakat serta pengorganisasian masyarakat sehingga mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro dapat dinilai mempunyai pengetahuan mengenai kesehatan bagi individu serta pada masyarakat serta pencegahan penyakit.

### **Hubungan Sikap dengan *Emotional Eating***

Sikap merupakan ekspresi dari nilai-nilai atau pandangan hidup yang dimiliki oleh seseorang. Suatu sikap bisa dibentuk sehingga terjadi perilaku atau tindakan yang diinginkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara sikap dengan *emotional eating* di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro. Penelitian ini selaras dengan penelitian Miao dan Matilla (2013) menjelaskan bahwa pembelian makanan cenderung menjadi dukungan dan motif dari pembelian secara impulsif dan berlebihan khususnya mengonsumsi makanan kesukaan atau makanan yang membuat nyaman (*comfort food*) untuk memperbaiki perasaan.<sup>8</sup> Penelitian ini selaras dengan penelitian Sarini (2018) mengungkapkan bahwa mahasiswa meluapkan rasa stres dengan perilaku makan buruk yaitu ditandai dengan motivasi untuk mengonsumsi jumlah makan ketika stress, mengemil, serta makan berlebih ketika adanya makanan yang disukai.<sup>19</sup>

Berdasarkan observasi dan pengisian angket penelitian, mahasiswa cenderung merasakan pola makan berubah ketika sudah menjadi mahasiswa serta cenderung mengonsumsi makanan atau minuman yang disukai ketika berada pada situasi sendirian dan mahasiswa merasa bahwa kurang bisa mengalihkan emosi yang dirasakan dengan melakukan aktivitas lainnya sehingga hal ini dapat berisiko munculnya perilaku *emotional eating*.

### **Hubungan *Self-Efficacy* dengan *Emotional Eating***

*Self-Efficacy* merupakan kemampuan diri pada individu untuk melakukan suatu perilaku, dengan ini individu menjadi merasa yakin memiliki potensi untuk mengubah maupun mengontrol hal yang terjadi disekitarnya sehingga *self-efficacy* dapat mempengaruhi pilihan perilaku individu dalam mencapai tujuannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara *self-efficacy* dengan *emotional eating* di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro. Namun, penelitian ini tidak selaras dengan penelitian Yulianty (2019) bahwa terdapat hubungan antara *self-efficacy* untuk pengaturan kebiasaan makan dengan perilaku makan sehat mahasiswa perantauan yaitu semakin tinggi kemampuan mengatur kebiasaan makan sendiri maka semakin tinggi pula perilaku makan sehat.<sup>20</sup>

Berdasarkan penelitian ini, *emotional eating* ditemukan pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro yang memiliki *self-efficacy* tinggi, hal ini didukung oleh Feist & Feist (2008) bahwa emosi yang kuat seperti ketakutan, kecemasan, serta stress yang kuat cenderung akan mempengaruhi perubahan tingkat *self-efficacy* pada seseorang serta hal ini juga sejalan dengan *Social Learning Theory* bahwa perilaku dapat dipengaruhi dari berbagai faktor lainnya yang dirasa lebih berpengaruh bagi masing-masing individu.<sup>21</sup>

### **Hubungan Akses Pembelian Makanan dengan *Emotional Eating***

Aksesibilitas terhadap makanan merupakan salah satu faktor lingkungan yang dapat mempengaruhi kebiasaan makan individu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara akses pembelian makanan dengan *emotional eating* di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro. Penelitian ini selaras dengan penelitian Hidayatullah (2018) menjelaskan bahwa dengan perkembangan teknologi mulai munculnya bisnis pemasaran makanan salah satunya layanan pesan-antar pemesanan makanan berbasis *online* tanpa mendatangi toko secara langsung. Hal ini dapat didukung dengan adanya keuntungan seperti promosi maupun diskon sehingga mengubah dan mempermudah gaya hidup dalam membeli makanan.<sup>8</sup>

Kemudahan dalam mengakses pembelian makanan akan mempengaruhi tindakan individu dalam pemilihan pembelian makanan.<sup>22</sup> Berdasarkan observasi pada lingkungan penelitian, kemudahan akses pembelian makanan pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro ditandai dengan banyaknya dana usaha oleh mahasiswa salah satunya berjualan makanan di lingkungan perkuliahan namun makanan yang diperjualbelikan yaitu makanan

dengan kadar minyak, gula, maupun garam yang tinggi. Fenomena berikutnya, meningkatnya berbagai UMKM makanan dan minuman di lingkungan tempat tinggal mahasiswa sehingga mudahnya akses dalam menjangkau tempat makanan. Fenomena berikutnya yaitu kemudahan dalam penggunaan aplikasi pesan-antar (*e-commerce*) diiringi dengan munculnya layanan jasa titip oleh mahasiswa sehingga mahasiswa sebagai konsumen memiliki pilihan untuk menjangkau pembelian makanan.

### **Hubungan Lingkungan Sosial dengan *Emotional Eating***

Lingkungan sosial merupakan wadah untuk berinteraksi antar individu serta mempengaruhi tingkah laku seseorang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara lingkungan sosial dengan *emotional eating* di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro. Penelitian ini selaras dengan penelitian Kustanti (2019), seseorang cenderung mencari dan mengajak teman untuk membuat atau membeli makanan sesuai dengan keinginan makannya tersebut.<sup>23</sup> Penelitian ini pun selaras dengan Dimiyati (2009), perubahan gaya hidup pada era globalisasi terjadi pada semua kalangan usia, namun kelompok usia paling muda relatif lebih terpengaruh oleh globalisasi, termasuk mahasiswa. Pada era globalisasi, perilaku konsumtif terhadap makanan terefleksikan pada preferensi terhadap makanan tersebut.<sup>24</sup>

Berdasarkan observasi pada tempat penelitian, mahasiswa cenderung lebih menghabiskan waktunya bersama dengan teman pada masa perkuliahan sehingga pemilihan dan pembelian makanan cenderung dipengaruhi keputusan bersama teman-teman. Fenomena selanjutnya yang ditemukan pada lingkungan penelitian bahwa terdapat kecenderungan dalam kebiasaan kegiatan perkuliahan maupun kegiatan UKM yang dilaksanakan di tempat makan yang berada disekitar universitas sehingga hal ini mendukung dalam pembelian dan pemilihan makanan yang berisiko tidak sehat.

### **Hubungan Pola Makan Keluarga dengan *Emotional Eating***

Pola makan keluarga menjadi salah satu hal yang dapat mempengaruhi pola makan anak-anak hingga dewasa dengan mengamati serangkaian panutan termasuk anak yang lebih tua, orang tua, maupun orang yang berdampak disekitarnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan antara pola makan keluarga dengan *emotional eating* di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro. Penelitian ini selaras dengan penelitian Jauziyah (2021) bahwa tidak ada hubungan antara perilaku makan daerah asal dengan kebiasaan makan mahasiswa.<sup>22</sup> Penelitian ini selaras

dengan penelitian Fernandes (2015) bahwa tahap mahasiswa ini merupakan peralihan dari makan bersama orang tua di rumah menjadi penyiapan makanan secara mandiri yang mengakibatkan berkurangnya konsumsi makanan sehat dan peningkatan konsumsi *fast food*, gula dan alkohol, serta penambahan berat badan.<sup>25</sup>

Pola makan keluarga menjadi faktor *environment* dimana perilaku orang tua adalah memberikan contoh perilaku pemilihan makanan yang sehat. Ketika orang tua membiarkan anak memilih sesuai yang diinginkan, anak memiliki kebebasan untuk memilih apa yang disukainya sehingga terjadi asupan makanan yang berlebihan dan tidak seimbang.<sup>26</sup> Selanjutnya, berdasarkan penelitian Purnama (2015) bahwa orang tua yang menghadiahi anak dengan camilan kesukaan cenderung berdampak negatif dengan status gizi anak dibandingkan orang tua tidak pernah menggunakan makanan untuk mengendalikan emosi anaknya.<sup>27</sup> Sehingga peran orang tua sangat penting dalam pengalaman makan anak karena akan berhubungan dengan perilaku makan dan status berat badan anak.

#### Hubungan Media dengan *Emotional Eating*

Media didefinisikan merupakan perantara saluran komunikasi, yaitu perantara antara sumber pesan (*a source*) dan penerima pesan (*a receiver*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara media dengan *emotional eating* di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro. Penelitian ini selaras dengan penelitian Karini (2022) menunjukkan bahwa terdapat hubungan akses media sosial terkait informasi makanan dengan perilaku makan.<sup>28</sup> Penelitian ini selaras dengan Firi (2018) yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh terpaan media dengan perilaku makan mahasiswa Sekolah Tinggi Kesehatan Payung Pekanbaru yaitu responden yang terpengaruh oleh media massa berpeluang tiga kali lebih besar untuk melakukan perilaku makan yang tidak sehat.<sup>29</sup>

Perilaku makan cenderung meningkat akibat pengaruh berbagai informasi makanan dari TV, internet dan media lainnya yang dapat menarik perhatian remaja untuk mengkonsumsinya.<sup>30</sup> Media sosial dapat memberikan identitas maupun pengenalan mengenai produk yang ditawarkan sehingga dapat dijadikan sebagai penghubung atau wadah komunikasi antara pemasaran dan mendekati produk terhadap konsumen. Remaja menggunakan berbagai jenis media sosial untuk berinteraksi dengan individu lainnya. Paparan media sosial seperti informasi mengenai makanan dikemas melalui gambar dan video menjadi daya tarik bagi remaja serta pesan yang dapat dibagikan secara mudah kepada teman sesama pengguna media sosial tersebut sehingga dapat mempengaruhi seseorang dalam memilih dan membeli makanan yang dapat

menyebabkan pola makan pada seseorang menjadi berubah dan lebih konsumtif. Media sosial dinilai dapat menghadirkan visual yang lebih baik tentang makanan, seperti hidangan yang difoto dan dibagikan sehingga menggugah orang untuk mengkonsumsinya.<sup>14</sup>

#### Hubungan Iklan dengan *Emotional Eating*

Iklan sebagai media komunikasi persuasi dan pemasaran yang mempunyai pengaruh besar, baik pengaruh positif atau negatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara iklan dengan *emotional eating* di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro. Penelitian ini selaras dengan penelitian Rahayu (2020) bahwa iklan memiliki hubungan signifikan terhadap intensi pembelian yang didukung oleh kredibilitas *influencer* yang memiliki pengaruh langsung yang positif.<sup>31</sup> Penelitian ini selaras dengan penelitian Story (2004) bahwa iklan dapat memengaruhi pola makan anak yaitu anak bisa makan berlebihan dibawah pengaruh iklan dan menjadi lebih impulsif dalam memilih makanan setelah melihat iklan.<sup>32</sup>

Pengaruh iklan menjadi salah satu hal yang membantu proses dalam mengenal dan mempelajari hal tertentu sehingga dapat terjadinya pengadopsian dan penyalinan perilaku pada seseorang. Hal ini didukung oleh fenomena *social media influencer* yang sedang meningkat saat ini dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap pola konsumsi masyarakat khususnya remaja akhir sehingga dapat terbawa oleh arus gaya kekinian yang disebarluaskan melalui iklan. Kebiasaan remaja yang berada dalam proses belajar dalam pengadopsian dan penyalinan perilaku dapat dipengaruhi oleh iklan yang dipromosikan oleh *social media influencer* yang dianggap kredibel sehingga tingkat kepercayaan remaja menjadi tinggi terhadap produk yang dipromosikan.<sup>33</sup> Selanjutnya, berdasarkan penelitian, mahasiswa memilih mengonsumsi makanan dengan adanya promosi pada tempat atau kedai. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya bahwa promosi yang tertera di media sosial dapat mempengaruhi minat beli konsumen, promosi yang menarik dan iklan yang mudah dipahami dapat mendorong konsumen untuk membeli produk.<sup>34</sup>

#### SIMPULAN

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel tahun masuk perkuliahan (angkatan), sikap, lingkungan sosial, media, dan iklan berhubungan terhadap perilaku *emotional eating* serta disimpulkan bahwa variabel usia, jenis kelamin, pengetahuan, *self efficacy*, akses pembelian makanan, serta pola makan keluarga tidak berhubungan terhadap perilaku *emotional eating* pada mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian yaitu diharapkan mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro Mahasiswa diharapkan dapat menerapkan gaya hidup sehat seperti memilih makanan dan minuman yang lebih sehat serta melakukan aktivitas fisik untuk mencegah *emotional eating* dan memelihara kesehatan serta diharapkan dapat memilah informasi yang didapatkan dari media dan iklan mengenai informasi pemilihan makanan yang akan dikonsumsi.

Saran selanjutnya yaitu bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat meneliti lebih dalam informasi perilaku *emotional eating* untuk menjelaskan keterkaitan variabel lainnya serta pihak fakultas maupun universitas diharapkan untuk mengawasi kegiatan mahasiswa yang dapat menjadi faktor pemicu *emotional eating*.

#### DAFTAR PUSTAKA

1. Rifani DA, Rahadi DR. Ketidakstabilan Emosi dan Mood Masyarakat Dimasa Pandemi Covid-19. *J Manaj Bisnis*. 2021;18(1):22–34.
2. Ganley RM. Emotion and eating in obesity: A review of the literature. *Int J Eat Disord*. 1989;8(3):343–61.
3. Tittandi NA. Persepsi Remaja Terhadap Perilaku Emotional Eating. *J Psikol Udayana*. 2022;9(1):33.
4. Drescher LS and JH. Food Choices under Stress: Considering Internet Usage and Social Support Larissa. *J Gender, Agric Food Secur*. 2011;1(3):1–22.
5. Salsabiela AS, Putra WKY. Emotional Eating among Final Year Undergraduate Female Students of Faculty of Public Health Universitas Indonesia During COVID-19 Pandemic in 2021. *Indones J Public Heal Nutr*. 2022;2(2):1–12.
6. Rizkyta DP, N NAF. Hubungan Antara Persepsi Keterlibatan Ayah Dalam Pengasuhan Dan Kematangan Emosi Pada Remaja. *J Psikol Pendidik dan Perkemb*. 2019;8:10–20.
7. Astiti E, Rahmawati EI, Nur'aini S. Hubungan Antara Strategi Coping Kecemasan Pada Mahasiswa Baru di Universitas Muhammadiyah Jember. 2014.
8. Yunita R F, Priyanti D. Gambaran Emotional Eating Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi GO-FOOD Di Jakarta. *Inq J Ilm Psikol*. 2019;10(2):104–18.
9. Ratih D, Ruhana A, Astuti N, Bahar A. Alasan Pemilihan Makanan dan Kebiasaan Mengonsumsi Makanan Sehat pada Mahasiswa UNESA Ketintang. *J Tata Boga*. 2022;11(1):22–32.
10. Saufika A, Retnaningsih, Alfiasari. Gaya Hidup dan Kebiasaan Makan Mahasiswa. *J Ilmu Kel dan Konsum*. 2012;5:157–65.
11. Trimawati, Wakhid A. Studi Deskriptif Perilaku Emotional Eating Mahasiswa yang Mengerjakan Skripsi di Universitas Ngudi Waluyo Ungaran. *J Smart Keperawatan*. 2018;5(1):52.
12. Sumartini E, Ningrum A. Gambaran Perilaku Makan Remaja. *J Ilm Kesehat Keris Husada*. 2022;6(1):46–59.
13. Bandura A. Social-Learning Theory of Identificatory Processes. Vol. 213, *Handbook of socialization theory and research*. 1969. p. 262.
14. Artadini GM, Simanungkalit SF, Wahyuningsih U. The Relationship Between Eating Habits, Social Media Exposure and Peers With Nutritional Status of Nutrition Students at UPN Veteran Jakarta. *JGK*. 2022;14(2):317–29.
15. Prasiwi RI. Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Makan Pada Remaja Di SMPN 115 Jakarta Selatan Tahun 2012. *Fak Kesehat Masyarakat, Progr Stud Gizi Univ Indones*. 2012;1–120.
16. Shavira D. Hubungan Emotional Eating Dengan Tingkat Stres, Stresor Perkuliahan, Status Gizi dan Faktor Lainnya Pada Mahasiswi S1 Reguler FKM UI Tahun 2020. Universitas Indonesia. 2020.
17. Yusniar AS, Noerfitri N. Hubungan Body Image dan Pengetahuan Gizi dengan Perilaku Makan Mahasiswa pada Masa Pandemi Covid-19 di Stikes Mitra Keluarga. *Nutr J Gizi, Pangan dan Apl*. 2022;6(1):35–46.
18. Wijaya UL, Widjanarko B, Indraswari R. Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Makan Berisiko Gizi Lebih Pada Remaja Sma Di Kota Semarang. *J Kesehat Masy*. 2020;8(3):426–31.
19. Sarini IL. Hubungan Tingkat Stres dengan Perilaku Makan Mahasiswa FIK UI Saat Menjalani Praktik Klinik di Rumah Sakit. 2018.
20. Yuliyanti A. Hubungan Efikasi Diri Untuk Mengatur Kebiasaan Makan Dengan Perilaku Makan Sehat Pada Mahasiswa Perantauan. Universitas Brawijaya; 2019.
21. Feist J, Feist GJ. *Theory of Personality*. McGraw-Hill. 2008. 1–642 p.
22. Jauziyah ASS, Nuryanti, Tsnai AF, Purwanti R. Pengetahuan dan Cara Mendapatkan Makanan Berhubungan dengan Kebiasaan Makan Mahasiswa Universitas Diponegoro. *J Nutr Coll*. 2021;10:72–81.
23. Kustanti CY, Gori M. Studi Kualitatif Perilaku Emotional Eating Mahasiswa Tingkat IV Program Studi Sarjana Keperawatan Di Stikes Bethesda Yakkum Yogyakarta Tahun 2018. *J Kesehat*. 2019;6(2):88–98.
24. Setiawan A. *Belajar Dan Pembelajaran Tujuan Belajar Dan Pembelajaran*. Vol. 09, Uwais



- Inspirasi Indonesia. 2019. 193–210 p.
25. Muharni M, Hasfourni, Ryanti S. Perbedaan Pola Makan, Aktivitas Fisik Dan Status Gizi Antara Mahasiswa Indekos Dan Tidak Indekos Poltekkes Kemenkes Riau. *J Prot Kesehat*. 2018;4(1):7–14.
  26. Savage JS, Fisher JO, Birch LL. Parental Influence on Eating Behavior: Conception To Adolescence. *J Law, Med Ethics*. 2007;35(1):22–34.
  27. Purnama NLA, Lusmilasari L, Julia M. Perilaku Orang Tua dalam Pemberian Makan dan Status Gizi Anak Usia 2-5 Tahun. *J Gizi Klin Indones*. 2015;11(3):97.
  28. Karini TA, Arranury Z, Ansyar DI, Wijaya DR, Syahrir RA. Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Perilaku Makan Mahasiswa di Kota Makassar. *Higiene*. 2022;8(2):118–24.
  29. Firi RP. Pengaruh Teman Sebaya, Pengetahuan, Media Masa Terhadap Perilaku Diet Mahasiwi Stikes Payung Negeri Pekanbaru. *J Endur*. 2018;3(1):162.
  30. Kumala AM, Margawati A, Rahadiyanti A. Hubungan Antara Durasi Penggunaan Alat Elektronik (Gadget), Aktivitas Fisik Dan Pola Makan Dengan Status Gizi Pada Remaja Usia 13-15 Tahun. *J Nutr Coll*. 2019;8(2):73.
  31. Rahayu WC. Pengaruh Sikap Terhadap Iklan Sebagai Mediator Antara Kredibilitas Influencer Instagram dan Intensi Membeli. Universitas Indonesia. 2020.
  32. Story M, French S. Food Advertising and Marketing Directed at Children and Adolescents in The US. *Int J Behav Nutr Phys Act*. 2004;1:1–17.
  33. Sari SL, Akmal N. Hubungan Intensitas Menonton Iklan Makanan di Televisi dengan Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji Siswa SMK Panca Budi 2 Medan. *Garnish J Pendidik Tata Boga*. 2019;3(2):53–8.
  34. Azahra F, Hadita H. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli KFC Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *J Econ*. 2023;2(2):678–91.