

**PLATFORM DIGITAL DAN KONSUMSI *JUNK FOOD* PADA MAHASISWA
(Kasus: Mahasiswa Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat,
Angkatan 2021, Institut Pertanian Bogor)**

TAZKIAH SYIFA ULAYA



**DEPARTEMEN SAINS KOMUNIKASI DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Platform Digital dan Konsumsi *Junk Food* pada Mahasiswa (Kasus: Mahasiswa Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Angkatan 2021, Institut Pertanian Bogor)” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri yang belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah pada perguruan tinggi atau lembaga manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari pustaka yang diterbitkan atau tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam naskah dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Mei 2025

Tazkiah Syifa Ulaya
NIM. I3401211150

ABSTRAK

TAZKIAH SYIFA ULAYA. Platform Digital dan Konsumsi *Junk Food* pada Mahasiswa (Kasus: Mahasiswa Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Angkatan 2021, Institut Pertanian Bogor). Dibimbing oleh NURAINI WAHYUNING PRASODJO.

Kemudahan layanan pada platform *e-commerce* dan paparan berbagai konten digital terkait makanan di media sosial membuat mahasiswa lebih mudah mengakses *junk food*, yang berkontribusi pada masalah kesehatan remaja, seperti hipertensi, diabetes, dan obesitas. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara tingkat penggunaan *e-commerce* dan media sosial dengan konsumsi *junk food*, serta hubungan antara karakteristik mahasiswa dengan tingkat penggunaan *e-commerce* dan media sosial, pada mahasiswa Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, angkatan 2021, Institut Pertanian Bogor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang didukung oleh data kualitatif. Responden dipilih dengan metode *simple random sampling* berdasarkan jenis kelamin secara proporsional, dengan jumlah 56 responden. Hasil penelitian secara keseluruhan menunjukkan adanya hubungan signifikan positif antara tingkat penggunaan *e-commerce* dan media sosial dengan konsumsi *junk food* mahasiswa, serta hubungan signifikan positif antara karakteristik mahasiswa dengan tingkat penggunaan *e-commerce* dan media sosial.

Kata kunci: *e-commerce*, *junk food*, mahasiswa, media sosial, platform digital.

ABSTRACT

TAZKIAH SYIFA ULAYA. Digital Platforms and Junk Food Consumption in College Students (Case: Students of the Department of Science Communication and Community Development, Year of 2021, IPB University). Supervised by NURAINI WAHYUNING PRASODJO.

The ease of service in *e-commerce* platforms and exposure to various digital content about food on social media make it easier for college students to access *junk food*, which contributes to adolescent health problems, such as hypertension, diabetes, and obesity. This study aims to analyze the correlation between the level of use of *e-commerce* and social media with *junk food* consumption, and the correlation between student characteristics and the level of use of *e-commerce* and social media in students of the Department of Science Communication and Community Development, year of 2021, IPB University. This research uses a quantitative approach supported by qualitative data. Respondents were selected using simple random sampling method based on gender proportionally, with 56 respondents. The overall results indicated a positive significant correlation between the level of use of *e-commerce* and social media with students' *junk food* consumption, and a significant positive correlation between student characteristics and the level of use of *e-commerce* and social media.

Keywords: *e-commerce*, *junk food*, college students, social media, digital platform.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 20XX¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



**PLATFORM DIGITAL DAN KONSUMSI *JUNK FOOD* PADA MAHASISWA
(Kasus: Mahasiswa Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat,
Angkatan 2021, Institut Pertanian Bogor)**

TAZKIAH SYIFA ULAYA

Skripsi
sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
pada
Program Studi Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat

**DEPARTEMEN SAINS KOMUNIKASI DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:
1. Mahmudi Siwi, S.P., M.Si
2. Ir. Sutisna Riyanto, MS



Judul Skripsi

: Platform Digital dan Konsumsi *Junk Food* pada Mahasiswa
(Kasus: Mahasiswa Departemen Sains Komunikasi dan
Pengembangan Masyarakat, Angkatan 2021, Institut Pertanian
Bogor)

Nama
NIM

: Tazkiah Syifa Ulaya
: I3401211150

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing:

Dr. Ir. Nuraini Wahyuning Prasodjo, MS



Diketahui oleh

Plt. Ketua Departemen Sains Komunikasi
dan Pengembangan Masyarakat:

Hana Indriana, S.P, M.Si.
NIP. 19810125201409200



Tanggal Ujian:
23 April 2025

Tanggal Pengesahan:

20 MAY 2025

PRAKATA

Ucapan puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Platform Digital dan Konsumsi *Junk Food* pada Mahasiswa”. Penulis sangat menyadari bahwa penyelesaian penulisan skripsi ini tidak lepas dari doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Nuraini Wahyuning Prasodjo, M.S., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, dan motivasi selama proses penulisan hingga penyelesaian skripsi ini.
2. Kedua orang tua dan seluruh keluarga besar penulis, Ayah Toton Tabroni dan Ibu Istini, yang selalu memanjatkan doa yang tulus, memberikan semangat dan dukungan penuh baik dukungan moril maupun materiil, dan tiada lelah mendengarkan keluh kesah penulis, serta kakak penulis, Tania Zulfa Nabilah, yang selalu berusaha siap sedia dalam memberikan bantuan, saran, masukan, serta semangat dan dukungan penuh kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.
3. Teman-teman Orvion SKPM 58, atas kesediaannya yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian selaku responden, serta selaku teman seperjuangan perkuliahan di SKPM, terima kasih atas bantuan, semangat dan kebersamaannya selama ini.
4. Teman-teman penulis: Membumi, selaku teman baik yang telah memberikan semangat, mendengarkan keluh kesah, serta menemani masa perkuliahan penulis; SPPM *Never Ending*, yang selalu memberikan semangat dan dukungan, serta menjadi bagian dari perjalanan panjang penulis selama di perkuliahan, terutama di peminatan SPPM; serta Sidajaya Kelana terutama untuk Nurul, dan Kokre Yahuud sebagai tempat berbagi keceriaan dan berkeluh kesah penulis.
5. Pice dan Halim, selaku teman seperbimbingan yang saling memberikan dukungan, semangat, dan motivasi untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat pengetahuan dan pengalaman penulis yang masih terbatas. Oleh karenanya, kritik dan saran sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga adanya penulisan ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Bogor, Mei 2025

Tazkiah Syifa Ulaya

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
II PENDEKATAN TEORITIS	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 <i>Junk Food</i>	7
2.1.2 Platform Digital	10
2.1.3 Karakteristik Mahasiswa	15
2.1.4 Hubungan Tingkat Penggunaan Platform Digital terhadap Konsumsi <i>Junk Food</i> pada Mahasiswa	17
2.2 Kerangka Pemikiran	19
2.3 Hipotesis Penelitian	23
III METODE	25
3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian	25
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.3 Teknik Penentuan Responden dan Informan	25
3.4 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	28
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	29
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	29
3.7 Definisi Operasional	30
3.7.1 Karakteristik Mahasiswa	30
3.7.2 Tingkat Penggunaan <i>E-commerce</i>	34
3.7.3 Tingkat Penggunaan Media Sosial	37
3.7.4 Konsumsi <i>Junk Food</i>	40
IV GAMBARAN UMUM	43
4.1 Gambaran Umum Mahasiswa Departemen SKPM	43
4.2 Gambaran Umum Penggunaan Platform Digital di Indonesia	44
4.3 Gambaran Umum Penggunaan Platform Digital Mahasiswa SKPM IPB Angkatan 2021	46
V KARAKTERISTIK MAHASISWA	51
5.1 Jenis Kelamin Mahasiswa SKPM IPB Angkatan 2021	51
5.2 Karakteristik Mahasiswa Potensial Pengguna Platform Digital	51
5.2.1 Jumlah Pendapatan	52
5.2.2 Pengalaman Menggunakan Platform Digital	53
5.2.3 Persepsi Kemudahan Menggunakan Platform Digital	55
5.3 Ikhtisar	56

VI	TINGKAT PENGGUNAAN PLATFORM DIGITAL	59
6.1	Tingkat Penggunaan <i>E-commerce</i>	59
6.1.1	Jenis <i>E-commerce</i>	59
6.1.2	Frekuensi Penggunaan <i>E-commerce</i>	61
6.1.3	Frekuensi Memesan <i>Online</i>	62
6.1.4	Frekuensi pada Waktu yang Digunakan untuk Memesan Makanan <i>Online</i>	64
6.2	Tingkat Penggunaan Media Sosial	65
6.2.1	Jenis Media Sosial	65
6.2.2	Durasi Penggunaan Media Sosial	67
6.2.3	Frekuensi Penggunaan Media Sosial	68
6.2.4	Jumlah Akun Kuliner yang Diikuti di Media Sosial	69
6.2.5	Frekuensi Konsumsi Makanan yang Direkomendasikan oleh Media Sosial	70
6.3	Ikhtisar	72
VII	KONSUMSI <i>JUNK FOOD</i>	75
7.1	Pola Konsumsi <i>Junk Food</i>	75
7.1.1	Keragaman Jenis <i>Junk Food</i> yang Dikonsumsi	75
7.1.2	Frekuensi Konsumsi <i>Junk Food</i>	77
7.2	Pola Konsumsi <i>Junk Food</i> berdasarkan Jenis Kelamin	78
7.2.1	Keragaman Jenis <i>Junk Food</i> yang Dikonsumsi berdasarkan Jenis Kelamin	79
7.2.2	Frekuensi Konsumsi <i>Junk Food</i> berdasarkan Jenis Kelamin	80
7.3	Ikhtisar	81
VIII	ANALISIS KORELASI TINGKAT PENGGUNAAN PLATFORM DIGITAL DENGAN POLA KONSUMSI <i>JUNK FOOD</i> MAHASISWA	83
8.1	Korelasi Tingkat Penggunaan <i>E-commerce</i> dengan Pola Konsumsi <i>Junk Food</i> Mahasiswa	83
8.2	Korelasi Tingkat Penggunaan Media Sosial dengan Pola Konsumsi <i>Junk Food</i> Mahasiswa	87
8.3	Ikhtisar	92
IX	ANALISIS KORELASI KARAKTERISTIK MAHASISWA DENGAN TINGKAT PENGGUNAAN PLATFORM DIGITAL	93
9.1	Korelasi Karakteristik Mahasiswa dengan Tingkat Penggunaan <i>E-commerce</i>	93
9.1.1	Korelasi antara Jenis Kelamin dengan Tingkat Penggunaan <i>E-commerce</i> Mahasiswa	93
9.1.2	Korelasi antara Karakteristik Mahasiswa Potensial Pengguna Platform Digital dengan Tingkat Penggunaan <i>E-commerce</i>	95
9.2	Korelasi Karakteristik Mahasiswa dengan Tingkat Penggunaan Media Sosial	98
9.2.1	Korelasi antara Jenis Kelamin dengan Tingkat Penggunaan Media Sosial Mahasiswa	98
9.2.2	Korelasi antara Karakteristik Mahasiswa Potensial Pengguna Platform Digital dengan Tingkat Penggunaan Media Sosial	100
9.3	Ikhtisar	103



X	PENUTUP	105
10.1	Simpulan	105
10.2	Saran	106
DAFTAR PUSTAKA		107
LAMPIRAN		113

DAFTAR TABEL

1	Pengukuran frekuensi konsumsi	8
2	Sebaran responden penelitian	27
3	Jenis dan teknik pengumpulan data	28
4	Definisi operasional variabel karakteristik mahasiswa	31
5	Definisi operasional variabel tingkat penggunaan <i>e-commerce</i>	34
6	Definisi operasional variabel tingkat penggunaan media sosial	37
7	Definisi operasional variabel konsumsi <i>junk food</i>	40
8	Sebaran mahasiswa Departemen SKPM IPB	43
9	Jenis <i>e-commerce</i> yang digunakan oleh mahasiswa SKPM IPB angkatan 2021 untuk kebutuhan umum berdasarkan jenis kelamin	46
10	Jenis <i>e-commerce</i> yang digunakan oleh mahasiswa SKPM IPB angkatan 2021 untuk kebutuhan memesan makanan <i>online</i> berdasarkan jenis kelamin	47
11	Jenis media sosial yang digunakan oleh mahasiswa SKPM IPB angkatan 2021 untuk tujuan umum berdasarkan jenis kelamin	48
12	Jenis media sosial yang digunakan oleh mahasiswa SKPM IPB angkatan 2021 untuk tujuan yang berkaitan dengan konten makanan berdasarkan jenis kelamin	49
13	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan jenis kelamin, Departemen SKPM IPB tahun 2024	51
14	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan karakteristik mahasiswa potensial pengguna platform digital, Departemen SKPM IPB tahun 2024	52
15	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan jumlah pendapatan, Departemen SKPM IPB tahun 2024	52
16	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan pengalaman menggunakan platform digital, Departemen SKPM IPB tahun 2024	54
17	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan persepsi kemudahan menggunakan platform digital, Departemen SKPM IPB tahun 2024	56
18	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan tingkat penggunaan <i>e-commerce</i> , Departemen SKPM IPB tahun 2024	59
19	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan jenis <i>e-commerce</i> , Departemen SKPM IPB tahun 2024	60
20	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan frekuensi penggunaan <i>e-commerce</i> , Departemen SKPM IPB tahun 2024	61
21	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan frekuensi memesan <i>online</i> , Departemen SKPM IPB tahun 2024	62

22	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan frekuensi pada waktu yang digunakan untuk memesan makanan <i>online</i> , Departemen SKPM IPB tahun 2024	64
23	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan tingkat penggunaan media sosial, Departemen SKPM IPB tahun 2024	65
24	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan jenis media sosial, Departemen SKPM IPB tahun 2024	66
25	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan durasi penggunaan media sosial, Departemen SKPM IPB tahun 2024	67
26	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan frekuensi penggunaan media sosial, Departemen SKPM IPB tahun 2024	68
27	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan jumlah akun kuliner yang diikuti di media sosial, Departemen SKPM IPB tahun 2024	69
28	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan frekuensi konsumsi makanan yang direkomendasikan oleh media sosial, Departemen SKPM IPB tahun 2024	71
29	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan pola konsumsi <i>junk food</i> , Departemen SKPM IPB tahun 2024	75
30	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan keragaman jenis <i>junk food</i> yang dikonsumsi, Departemen SKPM IPB tahun 2024	76
31	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan frekuensi konsumsi <i>junk food</i> yang dikonsumsi, Departemen SKPM IPB tahun 2024	77
32	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan jenis kelamin dan pola konsumsi <i>junk food</i> , Departemen SKPM IPB tahun 2024	78
33	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan jenis kelamin dan keragaman jenis <i>junk food</i> , Departemen SKPM IPB tahun 2024	79
34	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan jenis kelamin dan frekuensi konsumsi <i>junk food</i> , Departemen SKPM IPB tahun 2024	80
35	Hasil uji statistik korelasi <i>rank spearman</i> antara tingkat penggunaan <i>e-commerce</i> dengan pola konsumsi <i>junk food</i> mahasiswa angkatan 2021, Departemen SKPM IPB tahun 2024	83
36	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan tingkat penggunaan <i>e-commerce</i> dan pola konsumsi <i>junk food</i> , Departemen SKPM IPB tahun 2024	84

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

37	Hasil uji statistik korelasi <i>rank spearman</i> antara tingkat penggunaan media sosial dengan pola konsumsi <i>junk food</i> mahasiswa SKPM IPB angkatan 2021 tahun 2024	87
38	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan tingkat penggunaan media sosial dan pola konsumsi <i>junk food</i> , Departemen SKPM IPB tahun 2024	88
39	Hasil uji <i>chi square</i> antara jenis kelamin dengan tingkat penggunaan <i>e-commerce</i> mahasiswa SKPM IPB angkatan 2021 tahun 2024	93
40	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan jenis kelamin dan tingkat penggunaan <i>e-commerce</i> , Departemen SKPM IPB tahun 2024	94
41	Hasil uji statistik korelasi <i>rank spearman</i> antara karakteristik mahasiswa potensial pengguna platform digital dengan tingkat penggunaan <i>e-commerce</i> mahasiswa SKPM IPB angkatan 2021 tahun 2024	95
42	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan karakteristik mahasiswa potensial pengguna platform digital dan tingkat penggunaan <i>e-commerce</i> , Departemen SKPM IPB tahun 2024	96
43	Hasil uji <i>chi square</i> antara jenis kelamin dengan tingkat penggunaan media sosial mahasiswa SKPM IPB angkatan 2021 tahun 2024	98
44	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan jenis kelamin dan tingkat penggunaan media sosial, Departemen SKPM IPB tahun 2024	99
45	Hasil uji statistik korelasi <i>rank spearman</i> antara karakteristik mahasiswa potensial pengguna platform digital dengan tingkat penggunaan media sosial mahasiswa SKPM IPB angkatan 2021 tahun 2024	100
46	Jumlah dan persentase mahasiswa angkatan 2021 berdasarkan karakteristik mahasiswa potensial pengguna platform digital dan tingkat penggunaan media sosial, Departemen SKPM IPB tahun 2024	101

DAFTAR GAMBAR

1	Jumlah pengguna internet setiap tahun	11
2	Jumlah pengguna media sosial yang paling banyak digunakan di dunia	14
3	Kerangka pemikiran terkait platform digital dan konsumsi <i>junk food</i> pada mahasiswa	22
4	Jumlah pengguna platform <i>e-commerce</i> di Indonesia	44
5	Persentase pengguna platform media sosial yang sering digunakan di Indonesia pada 2024	45



DAFTAR LAMPIRAN

1 Jadwal Kegiatan Penelitian	114
2 Kuesioner Penelitian	115
3 Panduan Wawancara Mendalam	124
4 Catatan Harian Lapang	125
5 Uji Validitas dan Reliabilitas	129
6 Dokumentasi	131