



Tinjauan Literatur Konsumsi *Fast Food* pada Remaja Berdasarkan Teori Kognitif Sosial Tahun 2021-2025

Niswaton Najihah^{1*}, Luqman Effend²

¹⁻² Program Studi Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Muhammadiyah Jakarta

*Penulis Korespondensi: nisawa04@gmail.com

Abstract. This study aims to identify factors associated with fast food consumption behavior among adolescents based on the Social Cognitive Theory (SCT) through a literature review. A descriptive literature review was conducted using nine peer-reviewed articles published between 2021 and 2025, retrieved from Google Scholar, PubMed, and ScienceDirect. The findings indicate that adolescent fast food consumption behavior is influenced by two main components of SCT, namely personal factors and environmental factors. Personal factors were predominantly examined through the knowledge variable, which showed inconsistent associations with fast food consumption, while other personal variables, although mostly related, lacked consistent empirical support across studies. In contrast, environmental factors demonstrated more consistent associations, particularly peer influence, mass media exposure, parental influence, and pocket money, which were repeatedly identified as significant determinants of fast food consumption among adolescents. In conclusion, adolescent fast food consumption behavior is more strongly influenced by environmental factors than by personal factors, highlighting the importance of multi-level interventions that address social and environmental contexts in shaping healthy eating behaviors among adolescents.

Keywords: Adolescents; Eating Behavior; Fast Food Consumption; Social Cognitive Theory; Social Environment.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi makanan cepat saji (*fast food*) pada remaja berdasarkan pendekatan *Social Cognitive Theory* (SCT) melalui tinjauan literatur. Metode yang digunakan adalah tinjauan pustaka deskriptif terhadap 9 artikel terpublikasi tahun 2021–2025 yang diperoleh dari Google Scholar, PubMed, dan ScienceDirect. Hasil telaah menunjukkan bahwa perilaku konsumsi *fast food* pada remaja dibentuk oleh dua komponen utama SCT yaitu faktor-faktor personal dan faktor-faktor lingkungan. Faktor personal terlalu fokus pada variabel pengetahuan dengan hasil yang tidak konsisten sementara variabel lainnya meskipun mayoritas berhubungan namun tidak mempunyai dukungan dari penelitian lainnya. Faktor lingkungan lebih banyak variabel yang cukup konsisten yaitu variabel pengaruh teman sebaya, paparan media massa, pengaruh orangtua, dan uang saku sebagai variabel-variabel yang berpengaruh kepada perilaku konsumsi *fast food* pada remaja. Kesimpulannya perilaku konsumsi *fast food* pada remaja lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lingkungan daripada faktor personal.

Kata Kunci: Konsumsi *Fast Food*; Lingkungan Sosial; Perilaku Makan; Remaja; *Social Cognitive Theory*.

1. LATAR BELAKANG

Konsumsi makanan cepat saji (*fast food*) pada remaja mengalami peningkatan yang sangat signifikan dalam satu dekade terakhir dan telah menjadi perhatian utama dalam kesehatan masyarakat global. Laporan Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menunjukkan bahwa pola makan tidak sehat pada kelompok usia 10–19 tahun terus meningkat, termasuk konsumsi *fast food*. Berbagai studi internasional juga melaporkan bahwa lebih dari 60% remaja di negara berpenghasilan tinggi mengonsumsi *fast food* setidaknya dua kali per minggu, dipengaruhi oleh kemudahan akses, harga yang terjangkau, serta promosi media digital yang agresif.

Peningkatan konsumsi *fast food* ini juga terlihat di Indonesia. Data Survei Kesehatan Indonesia (SKI) tahun 2023 menunjukkan bahwa 48,9% remaja di Indonesia mengonsumsi *fast*

food 1–3 kali per minggu, dengan prevalensi yang lebih tinggi pada remaja yang tinggal di wilayah perkotaan. Perubahan gaya hidup modern, pola makan instan, serta paparan media sosial dan layanan pesan-antar turut memperkuat kebiasaan konsumsi *fast food* di kalangan remaja.

Kenaikan konsumsi *fast food* berdampak signifikan terhadap meningkatnya risiko Penyakit Tidak Menular (PTM) pada usia muda. Berbagai meta-analisis menemukan bahwa konsumsi *fast food* secara rutin dapat meningkatkan risiko obesitas hingga lebih dari 50%, terutama karena kandungan lemak jenuh, gula, dan natrium yang tinggi. Peningkatan risiko obesitas ini kemudian berkontribusi terhadap munculnya diabetes melitus tipe 2, penyakit kardiovaskular, dan hipertensi pada remaja (Erlena et al., 2025; Jebeile et al., 2022; L. Smith, 2024; Rizka Auliyaur Rahmah, 2023; Zhang et al., 2024). Di Indonesia, SKI 2023 mencatat prevalensi obesitas remaja sebesar 23,4%, diabetes usia muda sebesar 3,2%, dan hipertensi remaja mencapai 8,4%.

Melihat tingginya konsumsi *fast food* dan meningkatnya risiko PTM pada remaja, penting untuk memahami akar penyebab perilaku ini. Meskipun remaja telah memiliki pengetahuan tentang risiko kesehatan, mereka tetap memilih *fast food*, yang menunjukkan bahwa pengambilan keputusan makan tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan, tetapi juga oleh faktor sosial, paparan media, dan pengalaman belajar. Faktanya, banyak penelitian sebelumnya masih berfokus pada aspek gizi atau pengetahuan tanpa melihat interaksi ketiga faktor ini secara komprehensif.

Untuk menjelaskan fenomena tersebut, Teori Kognitif Sosial (*Social Cognitive Theory SCT*) menjadi kerangka yang relevan. SCT menjelaskan bahwa perilaku dibentuk oleh interaksi timbal balik (*reciprocal determinism*) antara faktor personal (kognisi, *self-efficacy*, regulasi diri), faktor lingkungan (dukungan sosial, iklan, ketersediaan makanan cepat saji), dan faktor perilaku itu sendiri.

Berdasarkan urgensi masalah dan kebutuhan untuk kajian perilaku yang lebih mendalam, penelitian ini bertujuan untuk meninjau dan mengidentifikasi faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi *fast food* pada remaja berdasarkan *Social Cognitive Theory* melalui tinjauan literatur tahun 2021–2025.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode tinjauan pustaka (*literature review*) dengan menelaah berbagai hasil penelitian yang membahas faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi *fast food* pada remaja berdasarkan Teori Kognitif Sosial (*Social Cognitive Theory*). Pencarian literatur dilakukan melalui beberapa basis data ilmiah seperti Google Scholar, PubMed, ScienceDirect, dan Garuda. Kata kunci yang digunakan antara lain: “*Social Cognitive Theory AND fast food consumption*”, “*SCT AND adolescent eating behavior*”, “*determinants of fast food consumption in adolescents*”, dan “faktor konsumsi *fast food* remaja”. Artikel yang dipilih mencakup penelitian nasional maupun internasional yang diterbitkan antara tahun 2021 hingga 2025, memiliki teks lengkap, menggunakan desain kuantitatif, serta secara langsung meneliti variabel pengetahuan, pengaruh orangtua, teman sebaya, paparan media dan iklan, atau uang saku.

Proses seleksi literatur dilakukan melalui beberapa tahap identifikasi artikel, penyaringan judul dan abstrak, penilaian kelayakan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi, hingga diperoleh 9 artikel yang paling relevan untuk dianalisis. Seluruh artikel yang memenuhi kriteria dianalisis secara tematik, yaitu dengan mengelompokkan temuan penelitian berdasarkan konstruk utama dalam *Social Cognitive Theory*, yang mencakup faktor personal (*self-efficacy*, pengetahuan, dan *outcome expectations*), faktor lingkungan (pengaruh orangtua, teman sebaya, modeling dan *observational learning*, paparan media massa dan iklan, serta ketersediaan *fast food*), dan faktor perilaku (kebiasaan makan, *reinforcement*, dan pola konsumsi). Analisis juga memperhatikan prinsip *reciprocal determinism*, yaitu interaksi timbal balik antara individu, lingkungan, dan perilaku dalam membentuk kebiasaan konsumsi *fast food* pada remaja. Hasil telaah kemudian disintesis untuk mengidentifikasi variabel yang paling konsisten berhubungan dengan konsumsi *fast food*, serta untuk membandingkan temuan antarpelelitian berdasarkan kerangka teori SCT.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil tinjauan dari sembilan jurnal menunjukkan bahwa perilaku konsumsi *fast food* pada remaja merupakan hasil dari interaksi antara faktor personal, faktor lingkungan, dan faktor perilaku sebagaimana dijelaskan dalam *Social Cognitive Theory* (SCT). Ketiga faktor ini tidak bekerja secara terpisah, melainkan saling memengaruhi melalui proses pembelajaran sosial yang terus berlangsung. Pola konsumsi *fast food* pada remaja bukan sekadar keputusan individu, melainkan dipengaruhi oleh pengalaman, observasi, modeling sosial, serta penguatan positif yang diterima dari lingkungan sekitar.

Tabel 1. Daftar Literatur yang Digunakan dalam Penelitian.

No.	Nama Peneliti	Judul	Penerbit dan Tahun	Kesimpulan
1.	Salsabilla & Sulistyowati	Analisis Faktor Perilaku Konsumsi Remaja Terhadap Makanan Cepat Saji (Studi Aplikasi Social Cognitive Theory)	Preventif: jurnal kesehatan masyarakat fkm untad, 2021	Hasil penelitian ini menemukan bahwa pada faktor personal, self-regulation berhubungan kuat dengan perilaku konsumsi fast food, sedangkan pengetahuan dan self-efficacy tidak berhubungan. Pada faktor lingkungan, dukungan atau kontrol orang tua serta uang saku terbukti berhubungan dengan frekuensi konsumsi, sementara pengaruh teman sebaya tidak signifikan. Determinan utama yang paling konsisten muncul adalah self-regulation, kontrol orang tua, dan uang saku.
2.	Bohara S	Determinan of Junk Food Consumption Among Adolescents in Pokhara Valley, Nepal	Frontiers in Nutrition, 2021	Hasil penelitian ini menemukan bahwa konsumsi fast food pada remaja dipengaruhi oleh sekolah umum (OR: 1.44, CI = 1.01–2.06), keluarga tunggal (OR: 1.46, CI = 1.01–2.10), hidup dengan orangtua (OR: 1.64, CI = 1.03–2.63), kondisi di perjalanan (OR: 1.99, CI = 1.33–2.98), kondisi belajar (OR: 2.01, CI = 1.16–3.47), saat di rumah (OR: 2.20, CI = 1.53–3.16), saat di sekolah (OR: 2.86, CI = 1.98–4.12), pengaruh teman (OR: 2.01, CI = 1.37–2.94), ketersediaan fast food di rumah (OR: 1.92, CI = 1.33–2.76).
3.	Asweros Umbu Zogara, Meirina Sulastri Loaloka, Maria Goreti Pantaleon, 2022	Sosio Ekonomi Orang Tua, uang saku, dan media social berhubungan dengan perilaku konsumsi fast food pada remaja putri di Kupang	Journal of Nutrition College, Volume 11, Nomor 4, Tahun 2022, 304	Hasil penelitian menemukan 58,2% remaja putri mengkonsumsi <i>fast food</i> >3x seminggu. Faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumsi <i>fast food</i> pada remaja putri adalah pendidikan ayah (p value<0,001; OR=3,587), pendidikan ibu (p value<0,001; OR=3,069), uang saku (p value=0,035; OR=1,660) dan media sosial (p value=0,011; OR=1,857)
4.	(Bauer et al., 2023)	Socio-Environmental, Personal, and Behavioural Predictors of Fast-Food Intake Among Adolescents	Journal of Nutrition Education and Behavior, 2023	Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumsi fast food pada remaja dipengaruhi oleh faktor lingkungan (ketersediaan fast food di sekitar rumah/sekolah, paparan iklan makanan, dan kebiasaan makan keluarga), faktor personal (self-regulation rendah dan preferensi rasa tinggi), serta faktor perilaku seperti kebiasaan membeli fast food saat pulang sekolah. Temuan pentingnya adalah bahwa faktor lingkungan dan regulasi diri merupakan prediktor paling kuat, sementara pengetahuan gizi tidak berhubungan signifikan
5.	Delvi Fitriantia, Retno Mardhiatib, Cornelis Novianus, 2023	Determinants of Fast Food Consumption Behavior in Adolescents in the City of Jakarta	Jurnal Riset Kesehatan, 12 (1), 2023, 1 - 7	Hasil penelitian menemukan bahwa determinan perilaku konsumsi fast food berhubungan secara bermakna dengan pengetahuan (p -value= 0.000; PR= 2.566; 95% CI= 1.661-3.963), body image (p -value= 0.035; PR= 1.381; 95% CI= 1.042-1.830) , uang saku (p -value= 0.046; PR= 1.369; 95% CI= 1.039-1.804), dan pengaruh promosi (p -value =

				0.009; PR= 1.572; 95% CI= 1.109-2.229)
6.	Nikmah	Kebiasaan Konsumsi Fast Food dan Junk Food pada Remaja	Jurnal Ilmiah Gizi dan Kesehatan (JIGK), Vol.5 No.02, Februari 2024	Penelitian ini menyimpulkan bahwa tingkat pengetahuan remaja mengenai <i>junk food</i> tergolong tinggi, namun belum diikuti dengan perilaku konsumsi yang sehat. Faktor utama yang memengaruhi perilaku tersebut meliputi kepraktisan, cita rasa, harga terjangkau, serta pengaruh teman sebaya.
7.	St. Hateriah, Sarkiah, Esti Yuandari, 2024	Determinan Perilaku Konsumsi Makanan <i>Fast Food</i> Dengan Pendekatan <i>Social Cognitive Theory</i> Upaya Preventif Obesitas Pada Siswa SMAIT Ukhuwah Banjarmasin	Dinamika Kesehatan Jurnal Kebidanan dan Keperawatan Vol 15 No.1 Juli 2024	Hasil penelitian menemukan bahwa jenis kelamin, uang saku, pengaruh teman, dan pengaruh media berhubungan secara bermakna dengan konsumsi fast food pada remaja, sedangkan status gizi, pengetahuan, sikap, dan pengaruh orangtua tidak ada hubungan yang bermakna dengan konsumsi fast food pada remaja
8.	Fadelia Hani Saputri, Muhammad Ari Arfianto, Fichalia Amarita Santoso, 2025	Determinan Stres Dan Pola Konsumsi Junk Food Pada Remaja: Studi Faktor Sosial, Ekonomi, Dan Psikologis	Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS. Dr. Soetomo Vol.11 No.2 Oktober 2025 : 289-302	Hasil penelitian ini menemukan bahwa determinan konsumsi fast food pada remaja berhubungan dengan jenis kelamin, pendapatan ibu, pendapatan ayah dan tingkat stress. Tingkat stress mempunyai kontribusi tertinggi terhadap perilaku konsumsi fast food pada remaja
9.	Chasandra Tiara Mendila, Irny E. Maino, Chreisy K.F. Mandagi, 2025	Faktor-Faktor Yang Berhubungan dengan Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji pada mahasiswa di Organisasi Ikatan Mahasiswa Toraja di Manado (IKMA TORNADO)	Jurnal Kesehatan Tambusai Volume 6, Nomor 3, September 2025	Hasil penelitian diperoleh 4 variabel yang berhubungan dengan perilaku konsumsi makanan cepat saji yaitu pengetahuan tentang perilaku konsumsi makanan cepat saji (p-value=0,017), sikap (p-value=0,030), pengaruh teman sebaya (pvalue=0,003), dan pengaruh iklan (p-value=0.003).

Tabel 2. Determinan individu konsumsi fast food remaja berdasarkan hasil penelitian Tahun 2021-2025.

Determinan Individu	Hasil Penelitian								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Pengetahuan	X	-	-	X	V	V	X	-	V
2. Self-Regulation	V	-	-	V	-	-	-	-	-
4. Self-efficacy	X	-	-	-	-	-	-	-	-
3. Persepsi Cita Rasa	-	-	-	V	-	V	-	-	-
4. Persepsi kepraktisan	-	-	-	-	-	V	-	-	-
5. Persepsi harga terjangkau	-	-	-	-	-	V	-	-	-
6. Body Image	-	-	-	-	-	-	X	-	V
7. Sikap	-	-	-	-	-	-	V	V	-
8. Jenis Kelamin	-	-	-	-	-	-	-	V	-
9. Stres	-	-	-	-	-	-	X	-	-
10. Status Gizi									

(V) : Ada Hubungan

(X) : Tidak Ada Hubungan

(-): Tidak dibahas / tidak termasuk variabel penelitian

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa pengetahuan merupakan faktor personal yang paling banyak dikaji dalam penelitian berkenaan dengan konsumsi fast food pada remaja meskipun dari 6 penelitian hanya 50% yang terbukti bahwa pengetahuan berhubungan dengan konsumsi *fast food* pada remaja. Faktor personal/individu lainnya yang diteliti oleh lebih dari satu adalah self regulation, persepsi cita rasa, sikap dan jenis kelamin. Self Regulation, persepsi cita rasa, dan jenis kelamin secara konsisten membuktikan bahwa ketiga faktor ini berhubungan dengan konsumsi fast food pada remaja sementara sikap hasilnya tidak konsisten. Dari sisi kedalaman dari masing-masing penelitian berkenaan dengan faktor individu ini hanya 4 variabel saja yang diteliti bahkan 2 penelitian tidak satupun faktor individu diteliti. Dengan demikian bisa disimpulkan banyak peneliti yang lebih berkeyakinan bahwa faktor lingkungan lebih menjadi faktor utama dalam menjelaskan perilaku konsumsi *fast food* pada remaja.

Tabel 3. Determinan lingkungan konsumsi fast food remaja berdasarkan hasil penelitian Tahun 2021-2025.

Determinan Lingkungan	Hasil Penelitian								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Faktor orang tua	V	V	-	V	-	-	X	-	-
2. Sekolah Umum	-	V	-	-	-	-	-	-	-
3. Tinggal sendiri	-	V	-	-	-	-	-	-	-
4. Saat bepergian	-	V	-	-	-	-	-	-	-
5. Saat belajar	-	V	-	-	-	-	-	-	-
6. Saat di Sekolah	-	V	-	-	-	-	-	-	-
7. Ketersediaan junk food di rumah	-	V	-	V	-	-	-	-	-
8. Faktor teman sebaya	X	V	-	-	-	V	V	-	V
9. Media social/ iklan	-	-	V	V	V	-	V	-	V
10. Uang Saku	V	-	V	-	V	-	V	-	-
11. Pendidikan Ayah	-	-	V	-	-	-	-	-	-
12. Pendidikan Ibu	-	-	V	-	-	-	-	-	-
13. Kebiasaan membeli fast food	-	-	-	V	-	-	-	-	-
14. Pendapatan Ayah	-	-	-	-	-	-	-	V	-
15. Pendapatan Ibu	-	-	-	-	-	-	-	V	-

(V) : Ada Hubungan

(X) : Tidak Ada Hubungan

(-): Tidak dibahas / tidak termasuk variabel penelitian

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat determinan lingkungan yang paling banyak diperhatikan dan diteliti adalah pengaruh teman sebaya dan paparan media massa termasuk iklan (5 dari 9 penelitian) disusul factor orangtua dan uang saku (4 dari 9 penelitian). Hasil dari 4 faktor ini hampir semuanya membuktikan bahwa keempat determinan ini berhubungan dengan konsumsi *fast food* pada remaja. Meskipun banyak variabel lain yang berhubungan dengan konsumsi *fast food* pada remaja, namun karena hanya ditemukan pada masing-masing

1 penelitian saja maka tidak bisa melihat ini sebagai factor penting dalam memahami konsumsi *fast food* pada remaja. Sementara itu jika dilihat dari jumlah determinan lingkungan yang diambil dari masing-masing penelitian maka jumlah variabel terbanyak adalah 8 variabel dan paling sedikit 1 variabel. Dengan demikian determinan lingkungan ini selalu ada variabel yang diteliti yang menunjukkan bahwa faktor lingkungan ini sedemikian pentingnya untuk menjelaskan konsumsi *fast food* pada remaja.

Jika ditinjau dari jumlah determinan lingkungan yang dianalisis dalam setiap penelitian, variasi jumlah variabel cukup lebar, dengan jumlah terbanyak mencapai delapan variabel dan paling sedikit satu variabel. Namun demikian, seluruh penelitian tetap memasukkan setidaknya satu determinan lingkungan yang berhubungan dengan konsumsi *fast food*, yang menunjukkan bahwa faktor lingkungan memiliki peran yang sangat penting dalam menjelaskan perilaku konsumsi *fast food* pada remaja.

Berdasarkan hasil analisis determinan konsumsi *fast food* pada remaja berdasarkan Teori Kognitif Sosial maka pembahasan selanjutnya akan fokus pada 5 determinan saja dimana 1 mewakili determinan personal/individu yaitu pengetahuan dan 4 faktor mewakili determinan lingkungan yaitu faktor orangtua, faktor teman sebaya, faktor media massa, dan uang saku

Dari enam penelitian yang meninjau pengetahuan sebagai faktor personal, hanya tiga yang menunjukkan hubungan signifikan antara pengetahuan dan konsumsi *fast food*. (Fitrianti., 2023) menemukan bahwa pengetahuan berhubungan kuat dengan perilaku konsumsi *fast food* pada remaja, dan hasil serupa ditunjukkan oleh (Tiara Mendila, 2025) yang melaporkan hubungan antara pengetahuan dan konsumsi *fast food* .(Nikmah, 2024) juga menegaskan bahwa meskipun pengetahuan remaja tergolong tinggi, hal tersebut belum cukup menurunkan konsumsi *fast food* yang tetap tinggi akibat cita rasa, kepraktisan, harga terjangkau, dan pengaruh teman sebaya. Sebaliknya, beberapa penelitian lain menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berhubungan signifikan, seperti yang ditemukan oleh Salsabilla & (Salsabilla & Sulistyowati, 2021) serta (Bauer, 2023), yang menunjukkan bahwa pengetahuan gizi bukan prediktor utama perilaku konsumsi *fast food*. Temuan ini konsisten dengan *Social Cognitive Theory (SCT)* yang menjelaskan bahwa pengetahuan saja tidak cukup membentuk perilaku tanpa dukungan regulasi diri dan faktor lingkungan yang kuat (Bauer, 2023, Salsabilla & Sulistyowati, 2021)

Sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa faktor orang tua berhubungan signifikan dengan perilaku konsumsi *fast food* pada remaja tiga dari empat penelitian mendukung hubungan ini. (Salsabilla & Sulistyowati, 2021) menemukan bahwa kontrol orang tua merupakan salah satu determinan paling kuat yang berhubungan dengan konsumsi *fast food*.

Penelitian (Bohara, 2021) juga menguatkan bahwa tinggal dengan orang tua dan ketersediaan fast food di rumah meningkatkan peluang konsumsi (OR 1.64 dan OR 1.92). (Bauer, 2023) menegaskan bahwa kebiasaan makan keluarga merupakan prediktor lingkungan yang signifikan terhadap konsumsi *fast food*. Namun, satu penelitian yaitu melaporkan bahwa pengaruh orang tua tidak berhubungan signifikan dengan konsumsi fast food. Meski demikian, konsistensi tiga penelitian lainnya menunjukkan bahwa perilaku makan dan pola pengasuhan orang tua tetap merupakan faktor lingkungan utama yang memengaruhi pemilihan makanan remaja.

Sebagian besar penelitian, yaitu empat dari lima, menunjukkan bahwa teman sebaya berhubungan signifikan dengan konsumsi fast food pada remaja. (Bohara, 2021) menyebutkan bahwa pengaruh teman memiliki *odds ratio* tinggi terhadap konsumsi fast food (OR=2.01). (Nikmah, 2024) mengidentifikasi bahwa teman sebaya merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi konsumsi karena remaja cenderung mengikuti perilaku makan kelompoknya. Mendila dkk. (2025) juga menemukan bahwa pengaruh teman sebaya berhubungan signifikan dengan konsumsi fast food. Selain itu, (St. Hateriah, 2024) menunjukkan bahwa pengaruh teman memiliki hubungan bermakna terhadap perilaku konsumsi fast food pada siswa SMA. Sementara itu, hanya (Salsabilla & Sulistyowati, 2021) yang menemukan bahwa pengaruh teman sebaya tidak signifikan. Secara teori, temuan ini mendukung konsep SCT bahwa teman sebaya berperan sebagai *social modell* yang membentuk perilaku melalui observasi dan *reinforcement* sosial.

Variabel paparan media massa merupakan faktor paling konsisten, di mana seluruh lima penelitian yang mengukur variabel ini menunjukkan hubungan signifikan. (Umbu Zogara, 2022.) menemukan bahwa paparan media sosial berhubungan signifikan dengan konsumsi fast food (; OR=1,857). (Fitrianti, 2023) melaporkan bahwa pengaruh promosi berhubungan kuat dengan konsumsi fast food (PR=1.572). (Bauer, 2023) menegaskan bahwa paparan iklan makanan cepat saji merupakan prediktor lingkungan yang sangat kuat terhadap perilaku konsumsi remaja. juga menemukan bahwa pengaruh media berhubungan signifikan dengan konsumsi fast food. (Tiara Mendila et al., 2025) menambahkan bahwa iklan berhubungan bermakna dengan perilaku konsumsi fast food. Konsistensi kuat ini menunjukkan bahwa media memengaruhi *outcome expectation* remaja, memperkuat perilaku konsumsi melalui visualisasi rasa, gaya hidup, dan kemudahan akses.

Seluruh empat penelitian yang meninjau uang saku menunjukkan hubungan signifikan dengan konsumsi fast food. (Salsabilla & Sulistyowati, 2021) menemukan bahwa uang saku merupakan salah satu determinan paling kuat yang memengaruhi konsumsi *fast food*. (Umbu

Zogara, 2022.) melaporkan bahwa uang saku berhubungan signifikan dengan konsumsi fast food pada remaja putri (OR=1.660). (Fitrianti, 2023) juga menyatakan bahwa uang saku memiliki hubungan bermakna dengan perilaku konsumsi. Selain itu, (St. Hateriah, 2024) menunjukkan bahwa uang saku berhubungan signifikan dengan konsumsi *fast food*. Temuan yang konsisten ini menunjukkan bahwa uang saku berperan sebagai *facilitating condition* dalam perspektif SCT, yaitu faktor lingkungan yang memberikan peluang dan kemampuan bagi remaja untuk membeli *fast food* secara lebih sering.

Berdasarkan hasil analisis terhadap lima determinan kunci (Pengetahuan, Pengaruh Orang Tua, Pengaruh Teman Sebaya, Paparan Media Massa/Iklan, dan Uang Saku), didapatkan gambaran yang jelas mengenai interaksi timbal balik dalam kerangka Teori Kognitif Sosial. Focus pembahasan menunjukkan bahwa perilaku mengonsumsi *fast food* pada remaja masih didominasi faktor pengetahuan di faktor personalnya, serta faktor teman sebaya, paparan media massa, uang saku, dan faktor orang tua di faktor lingkungannya.

Meskipun faktor pengetahuan menunjukkan hasil yang inkonsisten, variabel personal lain, seperti regulasi diri (*self-regulation*), ditemukan sebagai prediktor personal yang paling konsisten dan kuat. (Salsabilla & Sulistyowati, 2021) melaporkan bahwa remaja dengan regulasi diri rendah lebih sering mengonsumsi *fast food* meskipun memiliki pengetahuan gizi yang baik. Temuan ini diperkuat oleh (Bauer, 2023) yang menyatakan bahwa rendahnya regulasi diri merupakan prediktor kuat meningkatnya konsumsi *fast food*. Sebaliknya, variabel pengetahuan dan *self-efficacy* tidak menunjukkan hubungan signifikan dalam sebagian besar penelitian, menandakan bahwa pemahaman tentang risiko kesehatan saja belum cukup untuk menahan perilaku konsumsi. (Nikmah, 2024) menambahkan bahwa faktor emosional seperti cita rasa, kepraktisan, dan harga terjangkau jauh lebih sering memengaruhi pilihan makan remaja dibandingkan informasi kesehatan, sehingga intervensi pengetahuan gizi saja cenderung tidak efektif.

Faktor lingkungan muncul sebagai determinan paling dominan dan konsisten dalam hampir seluruh jurnal yang direview. Pengaruh teman sebaya menjadi faktor utama yang mendorong konsumsi *fast food*, karena remaja cenderung mengikuti kebiasaan makan kelompoknya demi penerimaan sosial. (Bohara, 2021) menemukan bahwa kebiasaan makan bersama teman merupakan penyebab kuat meningkatnya konsumsi makanan cepat saji. Paparan media sosial juga memainkan peran besar, sebagaimana dijelaskan oleh Prakoso et al. (2025), di mana konten kuliner viral, promosi digital, dan *influencer* membuat *fast food* semakin menarik dan mudah diakses. Lingkungan keluarga turut berperan penting ketersediaan *fast food* di rumah, pola makan orang tua, serta kurangnya pengawasan

meningkatkan peluang konsumsi *fast food* pada remaja seperti ditunjukkan dalam studi (Bauer, 2023). Di samping itu, aksesibilitas *fast food* di sekitar sekolah (Bohara, 2021) dan kepemilikan uang saku yang memadai menjadi pemicu tambahan yang memperkuat perilaku konsumsi.

Pada faktor perilaku, kebiasaan dan *reinforcement* positif menjadi elemen kunci. (Bauer et al., 2023) menjelaskan bahwa remaja yang terbiasa membeli *fast food* sepulang sekolah memiliki kecenderungan lebih besar untuk mengulang perilaku tersebut. Kebiasaan ini diperkuat oleh pengalaman positif seperti rasa yang enak, kenyamanan, suasana nongkrong, dan penerimaan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku makan yang terbentuk sejak dini cenderung menetap dan sulit diubah. Namun, penelitian Mancone (2024) menunjukkan bahwa perilaku ini tetap dapat dimodifikasi melalui intervensi berbasis SCT seperti monitoring digital, edukasi *food literacy*, dan peningkatan regulasi diri, yang terbukti efektif menurunkan konsumsi *fast food* melalui mekanisme kontrol diri dan dukungan sosial.

Secara keseluruhan, hasil dari tinjauan literatur ini memperkuat konsep determinisme timbal balik triadik dalam SCT, yaitu bahwa faktor personal (kognisi, regulasi diri), lingkungan (teman sebaya, media, orang tua, uang saku), dan perilaku (kebiasaan konsumsi) saling memengaruhi secara timbal balik. Dengan demikian, intervensi untuk mengurangi konsumsi *fast food* pada remaja tidak dapat hanya berfokus pada peningkatan pengetahuan, tetapi harus mencakup upaya penguatan regulasi diri, pembatasan paparan media digital, pembentukan norma sosial yang sehat, perbaikan pola makan keluarga, dan penyediaan lingkungan sekolah yang mendukung perilaku makan sehat. Pendekatan *multi-level* berbasis SCT diperlukan agar perubahan perilaku remaja dapat terjadi secara efektif dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan tinjauan literatur tahun 2021–2025, perilaku konsumsi *fast food* pada remaja dijelaskan dengan kuat melalui konsep Determinisme Timbal Balik Triadik dalam *Social Cognitive Theory* (SCT), yang melibatkan interaksi kompleks antara faktor personal, lingkungan, dan perilaku. Temuan menunjukkan bahwa faktor lingkungan memegang peran paling dominan dan konsisten dalam memengaruhi perilaku ini, diwakili oleh variabel-variabel kunci seperti pengaruh teman sebaya, paparan media massa/iklan, uang saku, dan kontrol orang tua. Sementara itu, dari sisi faktor personal, variabel Pengetahuan gizi ditemukan tidak konsisten dalam mencegah konsumsi *fast food*. Sebaliknya, variabel Regulasi Diri (*Self-Regulation*) yang rendah muncul sebagai prediktor personal yang paling signifikan. Inkonsistensi pengetahuan dan kekuatan faktor lingkungan serta regulasi diri ini menegaskan

bahwa perilaku konsumsi *fast food* pada remaja lebih banyak didorong oleh faktor lingkungan dan kelemahan dalam kontrol diri daripada sekadar kurangnya informasi. Dengan demikian, intervensi yang efektif harus bersifat *multi-level*, berfokus pada penguatan regulasi diri remaja sekaligus memodifikasi lingkungan sosial yang mendukung pilihan makan sehat, alih-alih hanya mengandalkan peningkatan pengetahuan semata.

DAFTAR PUSTAKA

- Bauer, K. W., Larson, N. I., Nelson, M. C., Story, M., & Neumark-Sztainer, D. (2009). Socio-environmental, personal and behavioural predictors of fast-food intake among adolescents. *Public Health Nutrition*, 12(10), 1767–1774. <https://doi.org/10.1017/S1368980008004394>
- Bohara, S. S., Thapa, K., Bhatt, L. D., Dhimi, S. S., & Wagle, S. (2021). Determinants of junk food consumption among adolescents in Pokhara Valley, Nepal. *Frontiers in Nutrition*, 8. <https://doi.org/10.3389/fnut.2021.644650>
- Diahtantri, D., & Noerfitri, N. (2024). Hubungan antara pengetahuan, sikap, dan perilaku konsumsi fast food dengan obesitas pada remaja di SMA Negeri 10 Kota Bekasi. 06(02), 129–138. <https://doi.org/10.47522/jmk.v6i>
- Erlena, E., Lilyanti, H., & Sudiono, S. (2025). Mencegah obesitas: Peran aktivitas fisik pada remaja awal. *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal*, 16(01), 132–141. <https://doi.org/10.34305/jikbh.v16i01.1616>
- Fitrianti, D., Mardhiati, R., & Novianus, C. (2023). Determinants of fast food consumption behavior in adolescents in the city of Jakarta. *Jurnal Riset Kesehatan*, 12(1), 1–7. <https://doi.org/10.31983/jrk.v12i1.9190>
- Flores-Vázquez, A. S., Rodríguez-Rocha, N. P., & Macedo-Ojeda, G. (2024). Educational nutritional intervention program for adolescents based on social cognitive theory: Pilot study of a cluster randomized controlled trial. *Health Services Insights*, 17. <https://doi.org/10.1177/11786329241249011>
- Jebeile, H., Kelly, A. S., O'Malley, G., & Baur, L. A. (2022). Obesity in children and adolescents: Epidemiology, causes, assessment, and management. *The Lancet Diabetes and Endocrinology*, 10(5), 351–365. Elsevier Ltd. [https://doi.org/10.1016/S2213-8587\(22\)00047-X](https://doi.org/10.1016/S2213-8587(22)00047-X)

- Mancone, S., Corrado, S., Tosti, B., Spica, G., Di Siena, F., Misiti, F., & Diotaiuti, P. (2024). Enhancing nutritional knowledge and self-regulation among adolescents: Efficacy of a multifaceted food literacy intervention. *Frontiers in Psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1405414>
- Mendila, C. T., Maino, I. E., Mandagi, C. K., Studi, P. S., Masyarakat, Kesehatan, & Sam Ratulangi Manado, U. (2025). Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi makanan cepat saji pada mahasiswa di organisasi Ikatan Mahasiswa Toraja di Manado (IKMA TORNADO). 6(3).
- Nikmah, F. (2024). Kebiasaan konsumsi fast food dan junk food pada remaja. *Jurnal Ilmiah Gizi dan Kesehatan (JIGK)*, 5(02), 57–61.
- Salsabilla, N., & Sulistyowati, M. (2021a). Analisis faktor perilaku konsumsi remaja terhadap makanan cepat saji (Studi aplikasi social cognitive theory). *Preventif: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 12, 239–255. <http://jurnal.fkm.untad.ac.id/index.php/preventif>
- Saputri, F. H., Arfianto, M. A., & Santoso, F. A. (2025). Determinan stres dan pola konsumsi junk food pada remaja: Studi faktor sosial, ekonomi, dan psikologis. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS. Dr. Soetomo*, 11(2).
- Smith, L., Y. L. A. K., & S. L. (2024). Secular trends of fast-food consumption among adolescents aged 12–15 years: A global analysis including 18 countries. *Advances in Public Health*.
- St. Hateriah, S. E. Y. (2024). Determinan perilaku konsumsi makanan fast food dengan pendekatan social cognitive theory upaya preventif obesitas pada siswa SMAIT Ukhuwah Banjarmasin.
- Terjadinya obesitas pada remaja putri, P. (2023). *The Indonesian Journal of Health Promotion MPPKI Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia*, 6(6). <https://doi.org/10.31934/mppki.v2i3>
- Umbu Zogara, A., Sulastri Loaloka, M., Goreti Pantaleon Program Studi Gizi, M., Kesehatan Kementerian Kesehatan Kupang, P., & Tenggara Timur, N. (n.d.). Sosio ekonomi orang tua, uang saku, dan media sosial berhubungan dengan perilaku konsumsi fast food pada remaja putri di Kota Kupang. 11, 303–309. <http://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jnc/>
- Zhang, X., Liu, J., Ni, Y., Yi, C., Fang, Y., Ning, Q., Shen, B., Zhang, K., Liu, Y., Yang, L., Li, K., Liu, Y., Huang, R., & Li, Z. (2024). Global prevalence of overweight and obesity in children and adolescents: A systematic review and meta-analysis. *JAMA Pediatrics*, 178(8), 800–813. <https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2024.1576>