

## Hubungan Intensitas Penggunaan *Smartphone* dengan Perilaku Makan pada *Emerging Adults*

Oleh:

**Kartika Wijaya**

Fakultas Psikologi, Universitas Surabaya

kartika.w02@gmail.com

**Abstrak** – Penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan intensitas penggunaan *smartphone* dengan perilaku makan pada *emerging adults*. Pada masa ini sudah banyak aplikasi dalam *smartphone* yang dapat mendukung perilaku makan seseorang yang dapat muncul karena emosi, *mood* dan stimulus dari luar. Subjek pada penelitian ini merupakan individu usia 18-25 tahun yang memiliki *smartphone* pribadi. Alat ukur yang digunakan adalah Skala Intensitas Penggunaan *Smartphone* (SIPS) dan *Dutch Eating Behavior Questionnaire* (DEBQ). Pengambilan data dilakukan secara *online* melalui *google form*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara intensitas penggunaan *smartphone* dengan perilaku makan seseorang ( $r = 0,294$  dan  $p (0,002) < 0,05$ ). Hal ini berarti semakin tinggi tingkat penggunaan *smartphone* seseorang, semakin tinggi perilaku mengkonsumsi makanannya.

**Kata kunci** – Intensitas Penggunaan *Smartphone*, Perilaku Makan, *Emerging Adults*, Korelasi.

**Abstract** – The purpose of this study is to see whether the intensity of *smartphone* usage correlates with *emerging adults*' eating behavior. Nowadays, there are all sorts of applications that could affect a person's eating behavior that is due to emotions, moods, and external stimulation. Participants on this study are individuals aged 18-25 who has their own *smartphones*. Questionnaires used to measure the intensity of *smartphone* usage and eating behavior are Skala Intensitas Penggunaan *Smartphone* (SIPS) and *Dutch Eating Behavior Questionnaire* (DEBQ) respectively and data are obtained through *google form*. The result shows that there is a significant positive correlation between the intensity of *smartphone* usage with eating behavior ( $r = 0,294$  dan  $p (0,002) < 0,05$ ). This means that the higher the intensity of *smartphone* usage, the higher their behavior of eating.

**Keywords** – Intensity of *Smartphone* Usage, Eating Behavior, *Emerging Adults*, Correlation.

## PENDAHULUAN

Makan merupakan kebutuhan sehari-hari yang harus dipenuhi oleh setiap manusia agar memiliki energi untuk menjalankan aktivitasnya dengan baik. Di Indonesia, hampir setiap individu mengkonsumsi nasi dengan makanan tambahan yang digoreng atau dikukus. Riset yang dilakukan oleh Utomo et al. (2015) terkait

dengan pola makan *young adults* di Jakarta menunjukkan bahwa, hanya 54,3% dari subjek makan 3 (tiga) kali sehari tanpa maupun dengan tambahan mengkonsumsi camilan. Sebanyak 45,7% subjek hanya makan  $\leq 2$  (dua) kali sehari tanpa maupun dengan tambahan camilan. Perilaku makan merupakan perilaku yang dimiliki setiap individu agar bisa memenuhi kebutuhan tubuhnya untuk menjalani aktivitas sehari-hari. Menurut Snooks (2009), perilaku makan yang sehat maupun tidak sehat dapat dipengaruhi oleh 2 (dua) faktor antara lain, faktor biologis dan faktor psikososial. Salah satu contoh dalam faktor biologis adalah usia. Individu seperti mahasiswa, yang tergolong dalam usia perkembangan *emerging adulthood*, seringkali kurang dapat memerhatikan makanan yang dikonsumsi. Hal ini dikarenakan mahasiswa memiliki waktu makan siang yang terbatas dan jadwal kuliah yang padat (Surjadi, 2013).

Salah satu contoh dalam faktor psikososial adalah media massa. Media massa merupakan medium yang digunakan untuk mendapatkan suatu informasi. Medium yang banyak digunakan saat ini adalah *smartphone*. Penelitian yang dilakukan oleh Ipjian & Johnston (2016) menunjukkan bahwa pada masa ini banyak aplikasi dalam *smartphone* yang dapat digunakan untuk meningkatkan kebiasaan makan sehat pada individu. Mahasiswa, yang tergolong dalam usia perkembangan *emerging adults*, merupakan golongan individu yang paling awal menggunakan atau mengupdate alat elektronik baru terutama *smartphone* (Lee, 2014). Pada masa ini, *smartphone* sudah menjadi benda yang sulit untuk dilepaskan oleh masyarakat. Widiartanto dalam Kompas (2016) menunjukkan kesesuaian hal ini sesuai dengan menunjukkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) bahwa pada 2016, sebanyak 132,7 orang di Indonesia terhubung dengan jaringan internet dan 63,1 juta di antaranya mengakses internet melalui *smartphone*. Menurut Menristekdikti (ristekdikti.go.id, 2017), pengguna *smartphone* di Indonesia saat ini kurang lebih sebanyak 65 juta orang. Nistanto (dalam Kompas.com 2015) menunjukkan survei peningkatan jumlah pengguna *smartphone* yang dilakukan oleh Google pada Desember 2014 hingga Februari 2015, kurang lebih 61 persen dari pengguna *smartphone* merupakan orang Indonesia.

*Smartphone* kini memiliki banyak aplikasi yang dapat digunakan individu dengan mudah. Banyak aplikasi yang dapat memengaruhi perilaku makan seseorang sebagai contoh, aplikasi seperti Zomato; Deal Java; Google Maps memudahkan individu untuk mengetahui restoran-restoran yang saat ini sedang banyak dikunjungi dan restoran yang sedang memberikan diskon. Aplikasi-aplikasi seperti yang telah disebutkan memicu keinginan individu untuk makan. Aplikasi *chatting* seperti Line dan Whatsapp memudahkan komunikasi antar teman sehingga mudah bagi individu untuk mengajak temannya makan. Selain itu, terdapat aplikasi-aplikasi seperti Calorie Tracker & Diet Tracker, Weight Watchers, Ideal Weight, 7 Minute Workout, dll dapat membantu individu untuk membatasi atau mengawasi makanan yang dikonsumsinya serta membantu individu untuk memantau atau merencanakan olah raga. Perkembangan aplikasi dalam *smartphone* meningkatkan fungsi *smartphone* yang dapat memudahkan individu untuk melakukan banyak hal hanya dengan satu alat. Hal ini menyebabkan individu menjadi tergantung dengan *smartphonenya* sehingga mengabaikan tugas atau aktivitasnya termasuk pola kegiatan sehari-hari seperti pola tidur, *perilaku makan*, aktivitas fisik, dan lain-lain.

Penelitian oleh Kim, Lee & Lim (2017) menyatakan bahwa *smartphone addiction* memberikan pengaruh pada perilaku makan seseorang. Individu menggunakan *smartphone* untuk mendapatkan kesenangan dan untuk menjaga relasi interpersonal sehingga, individu menjadi tergantung dengan *smartphone* (Kim, Lee & Lim, 2017). Penelitian ini didasari dari data sebelumnya yang menyatakan bahwa penggunaan *smartphone* yang berlebih dapat menyebabkan masalah sosial, perilaku dan afektif. Kim, Lee & Lim (2017) mendapatkan hasil bahwa ada hubungan antara *smartphone addiction* dengan asupan buah dan sayur yang lebih rendah. Selain itu, terdapat korelasi negatif (berbanding terbalik) antara *smartphone addiction* dengan asupan produk yang mengandung susu. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa individu banyak menggunakan *smartphonenya* saat sedang makan dan seringkali melewati jam makannya karena penggunaan *smartphone*.

Menurut Young (dalam Bolle, 2014), salah satu hal yang dapat memengaruhi *smartphone addiction* adalah kebiasaan memeriksa, *posting*, atau berinteraksi di media sosial. Pada masa ini, terdapat banyak media sosial (line, instagram, facebook, dll) dan hampir setiap orang memiliki lebih dari satu media sosial. Biasanya, individu akan memeriksa satu per satu media sosial yang dimiliki sehingga banyak memakan waktu. Seringkali individu memiliki perilaku makan yang buruk seperti, menunda atau melewatkan jadwal makan atau makan dengan cepat agar bisa menggunakan *smartphone*-nya padahal, makan merupakan kebutuhan utama setiap individu untuk bertahan hidup serta memperoleh energi dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui hubungan intensitas penggunaan *smartphone* dengan perilaku makan pada *emerging adults*.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan subjek yang difokuskan pada *emerging adults* dengan rentang usia 18 hingga 25 tahun yang memiliki *smartphone* pribadi dan aktif menggunakan *smartphonenya*. Jumlah subjek yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 subjek yang dipilih secara *accidental* dan datanya diperoleh secara *online* melalui *google form*. Untuk mengukur intensitas penggunaan *smartphone* peneliti menggunakan Skala Intensitas Penggunaan *Smartphone* (SIPS) yang merupakan hasil modifikasi dari alat ukur Skala Intensitas Penggunaan Sosial Media (SIPSM) yang disusun oleh Ardari (2016). Untuk mengukur perilaku makan, peneliti menggunakan *Dutch Eating Behavior Questionnaire* (DEBQ) yang dirancang oleh Strien, Frithers, Bergers, & Defares (1986).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Jumlah subjek yang didapatkan adalah 108 individu. Aplikasi yang paling sering digunakan oleh subjek adalah aplikasi *chatting*. Seratus dua dari 108 subjek (94,4%) sering menggunakan aplikasi *chatting*. Selain itu, rata-rata subjek yaitu 88% dari subjek sering menggunakan aplikasi *Instagram*. Sebanyak 48 subjek

setidaknya melihat konten makanan di *smartphone* 1-3 kali dalam sehari dan 22 dari 103 subjek melihat konten makanan sebanyak 4-6 kali dalam sehari. Lima dari 108 subjek tidak melihat konten makanan sama sekali dalam sehari sehingga terdapat 103 subjek yang melihat konten makanan dalam sehari.

Dari 103 subjek yang setidaknya dalam sehari ada melihat konten makanan, 40 (38,8%) diantaranya menyatakan bahwa mereka melihat konten makanan untuk mencari referensi makanan dan juga tempat makan dan 16 subjek (15,5%) diantaranya melihat konten makanan karena mereka menyukai makan. Sebanyak 69 subjek (63,9%) mengakui bahwa mereka mudah terpengaruh oleh gambar maupun *video* makanan. Lebih dari setengah jumlah subjek yaitu, 54,6% subjek (59 orang) akan memesan makanan setelah mereka melihat konten yang ada di dalam *smartphone*.

Lebih dari setengah jumlah subjek (56,5%) tergolong tinggi pada perilaku makannya. Sebanyak 47,2% subjek tergolong tinggi pada *external eating*, 46,3% subjek tergolong tinggi pada *emotional eating* dan 42,6% subjek tergolong tinggi pada *restrained eating*. Kemudian pada aspek intensitas penggunaan *smartphone*, 62 subjek (57,4%) dari 108 subjek tergolong pada norma kelompok tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa 57,4% dari jumlah subjek tergolong tinggi pada intensitas penggunaan *smartphonanya*. Pada aspek perhatian, 53,7% subjek tergolong pada kategori tinggi, 47,2% subjek tergolong tinggi pada aspek penghayatan, 56,5% subjek tergolong tinggi pada aspek durasi dan 58,3% subjek tergolong tinggi pada aspek frekuensi.

Hasil dari angket terbuka menunjukkan variasi durasi sekali membuka *smartphone* yang cukup banyak. Dua puluh lima persen (27 subjek) dari 108 subjek menggunakan *smartphonanya* selama lebih dari 60 menit sekali membuka *smartphone*. Selain itu, terdapat 22 subjek yang membuka *smartphonanya* selama 5-10 menit; 10-20 menit; dan 20-30 menit. Mayoritas subjek 73,1% dari 108 subjek membuka atau memeriksa *smartphonanya*  $\geq 10$  kali dalam sehari. Sebanyak 52 subjek (48,1%) dari 108 subjek yang jika dirata-ratakan menggunakan *smartphonanya* lebih dari 5 jam dalam sehari dan sebanyak 43 subjek (39,8%) menggunakan *smartphonanya* dengan rata-rata 3-5 jam dalam sehari.

Alat ukur *Dutch Eating Behavior Questionnaire* (DEBQ) memiliki nilai reliabilitas  $\alpha$  (0,898) > 0,700 dan alat ukur Skala Intensitas Penggunaan *Smartphone* (SIPS) memiliki nilai reliabilitas  $\alpha$  (0,887) > 0,700. Kemudian, uji normalitas menunjukkan bahwa kedua alat ukur Skala Intensitas Penggunaan *Smartphone* (SIPS) dan *Dutch Eating Behavior Questionnaire* (DEBQ) memiliki nilai normalitas yang sama yakni 0,200. Kedua alat ukur memiliki data yang bersifat normal. Uji linieritas menunjukkan bahwa kedua alat ukur memiliki nilai signifikansi 0,002. Hal ini menyatakan bahwa data bersifat linear karena nilai signifikansi yang < 0,05. Uji hipotesis menunjukkan bahwa intensitas menggunakan *smartphone* dan perilaku makan memiliki nilai signifikansi korelasi sebesar  $p = 0,001$ . Kedua variabel dikatakan berkorelasi karena nilai signifikansi  $p < 0,05$ . Nilai *Pearson Correlation* pada penelitian ini adalah  $r = 0,294$  dan intensitas penggunaan *smartphone* memiliki kontribusi sebesar 8,6% terhadap perilaku makan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara intensitas penggunaan *smartphone* dengan perilaku makan ( $r = 0,294$  dan  $p (0,002) < 0,05$ ). Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi perilaku intensitas penggunaan *smartphone* seseorang, semakin tinggi pula perilaku makannya. Hal ini didukung oleh data yang menunjukkan bahwa 61,3% subjek yang tergolong tinggi pada intensitas penggunaan *smartphon*enya memiliki perilaku makan yang tinggi. Perilaku makan merupakan perilaku mendasar yang dibutuhkan untuk melakukan aktivitas sehari-hari yang muncul karena emosi, *mood*, dan pemicu dari luar (Vögele dan Gibson dalam Meule dan Vögele, 2013; Stroebele dan De Castro, Cohen dan Babey dalam Meule dan Vögele, 2013). Hal ini berarti bahwa tingkat penggunaan *smartphone* individu dapat memengaruhi perilaku makan seseorang yang muncul karena adanya emosi, *mood*, dan pemicu dari luar. Hasil ini sejalan dengan penelitian Kim, Lee & Lim (2017) yang menyatakan bahwa *smartphone addiction* dapat memengaruhi perilaku makan seseorang.

Pada aspek perilaku makan, sebagian besar subjek (47,2%) tergolong tinggi pada aspek *external eating*. Hal ini berarti bahwa sebagian besar perilaku makan subjek muncul karena stimulus dari luar seperti tampilan makanan, jenis makanan yang sedang *trend*, promo dari restoran dan *café*, dll. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Surjadi (2013) yang mengatakan bahwa perilaku makan mahasiswa dapat disebabkan oleh media yang memberikan informasi terkait promosi yang diadakan oleh restoran-restoran dan juga informasi terkait dengan makanan baru. Hal ini didukung oleh data yang menunjukkan bahwa sebagian besar subjek (63,9%) menyatakan bahwa dirinya dapat terpengaruh ketika melihat gambar atau video makanan dan 54,6% subjek akan memesan makanan karena terpengaruh oleh gambar atau video makanan. Di antara tiga aspek pada perilaku makan, aspek dengan korelasi tertinggi dengan intensitas penggunaan *smartphone* merupakan aspek *external eating* yaitu  $r = 0,450$ . Hal ini menunjukkan ketika intensitas penggunaan *smartphone* seseorang meningkat, perilaku makan yang dipengaruhi karena adanya stimulus dari luar juga meningkat.

Pada aspek *restrained eating*, 42,6% subjek tergolong tinggi. Hal ini berarti bahwa individu membatasi makanan yang dikonsumsi ketika individu sedang menjaga berat badannya sehingga secara sadar menolak makanan atau minuman yang ditawarkan. Dovey et al. (2017) menyatakan bahwa ketika individu melihat iklan yang mempromosikan kesehatan dan makanan sehat, individu akan cenderung memiliki *restrained eating* yang tergolong tinggi.

Pada aspek *emotional eating* 46,3% subjek tergolong tinggi. Strien, Frithers, Bergers, & Defares (1986) mengatakan bahwa beberapa individu akan makan ketika merasakan emosi tertentu. Hal ini berarti bahwa, 46,3% subjek yang tergolong tinggi pada aspek *emotional eating* akan makan ketika merasakan emosi tertentu. Sebanyak 29,1% mengatakan bahwa alasan dirinya melihat konten makanan adalah karena subjek senang melihat makanan dan merasa terhibur ketika melihat makanan. Data menunjukkan bahwa 54,6% subjek memesan makanan setelah melihat-lihat konten makanan di *smartphonenya*. Hal ini menunjukkan bahwa banyak subjek yang makan sebagai respon dari munculnya

emosi, dalam hal ini yang dimaksud adalah perasaan senang ketika melihat makanan. Selain itu, 38,8 subjek melihat konten makanan untuk mencari referensi tempat makan, jenis makanan yang sedang *ngetrend*, dan juga promo dari restoran atau café. Berdasarkan hasil penelitian, setidaknya 95,4% subjek (103 dari 108 subjek) menggunakan *smartphone* untuk melihat konten makanan. Sebanyak 56,5% subjek tergolong tinggi pada perilaku makannya. Hal ini berarti bahwa subjek memiliki perilaku mengonsumsi makanan yang tergolong tinggi.

Individu pada tahap *emerging adulthood* banyak menggunakan *smartphone* karena individu pada tahap perkembangan ini merupakan golongan yang paling awal mengupdate dan menggunakan teknologi-teknologi baru (Lee, 2014). Hasil penelitian menunjukkan bahwa lebih dari setengah jumlah subjek (57,4%) tergolong dalam kategori tinggi pada intensitas penggunaan *smartphone*. Hal ini didukung data yang menyatakan bahwa 25% dari 108 subjek dapat menghabiskan waktu >60 menit dan 20,4% memeriksa *smartphone* selama 20-30; 20,4% lainnya menggunakan *smartphone* selama 10-20 menit dan; 20,4% lainnya menggunakan *smartphone* selama 5-10. Selain itu, 73,1% (79 subjek) menggunakan *smartphonenya*  $\geq 10$  kali dalam sehari. Berdasarkan hasil penelitian, lebih dari setengah (57,4%) subjek memiliki perilaku intensitas penggunaan *smartphone* yang tergolong tinggi. Hal ini berarti bahwa subjek memiliki tingkatan penggunaan (durasi dan frekuensi) dan perhatian yang tinggi terhadap *smartphone*. Aljomaa et al. (2016) mengatakan bahwa *smartphone* merupakan sumber hiburan dan sering digunakan untuk menghabiskan waktu. Aplikasi yang paling sering digunakan subjek ketika membuka *smartphone* adalah aplikasi *chatting* (94,4%) dan aplikasi *Instagram* yaitu 88,0%.

Data menunjukkan bahwa 58,3% subjek menggunakan *smartphone* dengan frekuensi yang tergolong tinggi. Ini berarti bahwa subjek sering melakukan pengulangan membuka dan memeriksa *smartphonenya*. Hal ini didukung oleh data yang menunjukkan bahwa 73,1% subjek membuka *smartphonenya*  $\geq 10$  kali dalam sehari. Pada aspek durasi, sebanyak 56,5% subjek tergolong tinggi pada lamanya penggunaan *smartphone*. Data menunjukkan bahwa 48,1% subjek memiliki rata-rata penggunaan *smartphone* selama >5 jam



dalam sehari dan 39,8% memiliki rata-rata penggunaan *smartphone* selama 3-5 jam dalam sehari dengan 25,0% subjek yang menggunakan >60 menit dari waktunya setiap kali membuka *smartphone*.

Pada aspek perhatian, dapat dilihat bahwa 53,7% subjek tergolong tinggi, yang berarti bahwa sebagian besar subjek waktu dan perhatiannya tersita untuk menggunakan *smartphone*. Kemudian, terdapat 47,2% subjek yang tergolong tinggi pada aspek penghayatan. Hal ini berarti bahwa sebagian besar subjek memahami informasi yang didapatkan dari *smartphone* dan subjek mengetahui cara menggunakan aplikasi yang dimiliki dalam *smartphonenya*.

Berdasarkan hasil penelitian, 61,3% subjek yang tergolong tinggi pada intensitas penggunaan *smartphone*, tergolong tinggi pula perilaku makannya. Hal ini berarti bahwa ketika intensitas penggunaan *smartphone* subjek tinggi, perilaku mengkonsumsi makanan yang muncul juga tinggi. Terdapat yang mendukung pernyataan ini bahwa, 53,6% subjek yang terpengaruh dengan gambar atau video makanan, tergolong tinggi pada perilaku mengkonsumsi makanannya. Intensitas penggunaan *smartphone* memiliki kontribusi sebesar 8,6% (tabel 4.21 halaman 50) terhadap perilaku makan seseorang.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Terdapat hubungan antara intensitas penggunaan *smartphone* dengan perilaku makan pada mahasiswa. Dapat dikatakan ketika intensitas penggunaan *smartphone* seseorang meningkat, perilaku mengkonsumsi makannya yang muncul karena emosi, *mood*, dan stimulus dari luar juga meningkat. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar subjek (56,5%) tergolong memiliki perilaku mengkonsumsi makanan yang tinggi. Selain itu, sebagian besar subjek (57,4%) memiliki tingkat intensitas penggunaan *smartphone* yang tergolong tinggi. Intensitas penggunaan *smartphone* memiliki kontribusi sebesar 8,6% terhadap perilaku makan seseorang.

Saran pada peneliti selanjutnya adalah dapat mengembangkan penelitian ini dengan memspesifikkan kriteria subjek. Sebagai contoh, melihat perilaku makannya berdasarkan status tinggal (tinggal bersama orang tua atau tinggal

sendiri; tinggal di rumah atau tinggal di kos). Selain itu, dapat ditambahkan pertanyaan pada angket terbuka yang datanya dapat digunakan pada bagian bahasan. Pada mahasiswa agar dapat menjadi lebih selektif ketika memilih makanan dan minuman yang akan dikonsumsi dengan mempertimbangkan faktor kesehatan dan lebih bisa menahan diri agar tidak terlalu terpengaruh dengan gambar atau video makanan yang dapat memengaruhi perilaku makannya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- \_\_\_\_\_. (2016). *Smartphone activities of smartphone users in indonesia, by age, july 2016 (% of respondents)*. eMarketer.
- \_\_\_\_\_. (2017). *Smartphone rakyat Indonesia*. Diambil pada 21 Januari 2018, dari <https://ristekdikti.go.id/smartphone-rakyat-indonesia-2/>
- Aljomaa. S. S., Al.Qudah. M. F., Albursan. I. S., Bakhiet. S. F., & Abduljabbar. A. S. (2016). Smartphone addiction among university students in the light of some variables. *Computers in Human Behavior*, *61*, 155-164.
- Ardari, C. S. S. (2016). *Pengaruh kepercayaan diri terhadap intensitas penggunaan media sosial pada remaja awal*. Skripsi, diterbitkan, Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Bolle, C. (2014). "Who is a smartphone addict?" *The impact of personal factors and type of usage on smartphone addiction in a perilaku makan population*. (Master's thesis, University of Twente, Enschede, Netherlands).
- Dovey, T. M., Torab, T., Yen, D., Boyland. E. J., & Halford. J. C. G. (2017). Responsiveness to healthy advertisements in adults: An experiment assessing beyond brand snack selection and the impact of restrained eating. *Appetite*, *112*(102-106).
- Ipjian, M. L., Johnston. C. S. (2016). Smartphone technology facilitates dietary change in healthy adults. *Nutrition*, *33*.
- Kim, Y., Lee, N., Lim, Y. (2017). Gender differences in the association of smartphone addiction with food group consumption among korean adolescents. *Public Health*, *145*, 132-135.
- Lee, S. Y., (2014). Examining the factors that influence early adopters' smartphone adoption: The case of college students. *Telematics and Informatics*. *31*, 308-318.

- Meule, A., Vögele, C. (2013). The psychology of eating. *Specialty Grand Challenge Article*, 4(215). Axel Cleeremans, Université Libre de Bruxelles, Belgium.
- Nistanto, R. K. (2015). *Kebiasaan orang indonesia, pelototi "smartphone" 5,5 jam sehari*. Diunduh dari <http://tekno.kompas.com/read/2015/09/04/11301837/Kebiasaan.Orang.Indonesia.Pelototi.Smartphone.5.5.Jam.Sehari>
- Snooks, M. K. (2009). *Health psychology: biological, psychological, and sociocultural perspective*. USA: Jones and Barlett Publisher.
- Strien, T. V., Frijters. J. E. R., Bergers. G. P. A., Defares. P. B. (1986). The perilaku makan perilaku makan questionnaire (DEBQ) for assessment of restrained, emotional, and external perilaku makan. *International Journal of Eating Disorders*, 5(2), 295-315.
- Surjadi, C. (2013). Globalisasi dan pola makan mahasiswa: Studi kasus di Jakarta. *Jurnal Kesehatan*, 40(06), 416-421.
- Utomo, I. D., McDonald, P., Son, V., Hull, T., & Utomo, A. (2015). *Food patterns among young adults in greater jakarta: deep fried food, a plate of rice with side dishes, and jajanan*.
- Widiartanto, Y. H. (2016). *2016, Pengguna internet di indonesia capai 132 juta*. Diunduh dari <http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>