

Analisis Dampak Intensitas Menonton Video Mukbang terhadap Tingkat Rasa Lapar Mahasiswa

Caroline Ratna Panjida¹, Maulidia Kotrunnada², Andini Nurhidayah³,
Layyina Dwi Arizki⁴, Irma Himmatul Aliyyah⁵, Raden Ahmad Idham⁶
Universitas Mercu Buana

email: Carolineratna16@gmail.com, Maulidiaktrnd@gmail.com,
andinhidayahh@gmail.com, layinadwiarizki@gmail.com,
irma.himmatul@mercubuana.ac.id, raden.ahmad@mercubuana.ac.id

*Corresponding Author

Abstract. The mukbang phenomenon, an audiovisual content showcasing the consumption of large quantities of food, has gained global attention and influenced viewers' eating behaviors, including among students in Indonesia. This study aims to explore the impact of mukbang video viewing intensity on students' hunger levels. A quasi-experimental design with a time series approach was employed, involving 20 students who completed the Hunger Fullness Scale before and after watching mukbang videos with varying intensities. The t-test was used to analyze significant differences between hunger scores before and after viewing. Results indicate that initial exposure to mukbang videos significantly increased hunger, whereas repeated exposure did not show proportional increases, potentially due to satiation effects. The implications of these findings highlight the need for approaches that consider satiation in managing eating behaviors and designing media interventions.

Keywords: *Mukbang, Viewing Intensity, Hunger*

Abstrak. Fenomena mukbang, konten audiovisual yang menampilkan konsumsi makanan dalam jumlah besar, telah menarik perhatian global dan mempengaruhi perilaku makan penontonnya, termasuk mahasiswa di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh intensitas menonton video mukbang terhadap tingkat rasa lapar mahasiswa. Metode yang digunakan adalah desain eksperimen kuasi dengan pendekatan time series experiment, di mana 20 mahasiswa mengisi Hunger Fullness Scale sebelum dan setelah menonton video mukbang dengan intensitas berbeda. Uji t-test digunakan untuk menganalisis perbedaan signifikan antara skor lapar sebelum dan setelah menonton. Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan awal terhadap video mukbang meningkatkan rasa lapar secara signifikan, sementara paparan berulang tidak menunjukkan peningkatan yang proporsional, yang mungkin disebabkan oleh kejenuhan. Implikasi dari temuan ini termasuk perlunya pendekatan yang mempertimbangkan kejenuhan dalam pengelolaan perilaku makan dan desain intervensi media.

Kata kunci: *Mukbang, Intensitas Menonton, Rasa Lapar*

Unggah:	Revisi:	Diterima:
15-02-2024	18-03-2024	28-04-2024

Pendahuluan

Fenomena mukbang pertama kali muncul di Korea Selatan sekitar tahun 2010 dan dengan cepat menjadi populer di seluruh dunia. Mukbang adalah jenis konten audiovisual di mana pembuat konten, atau host, makan makanan dalam jumlah besar sambil berinteraksi dengan penonton secara real-time atau melalui rekaman (Kim, Lee, & Lee, 2019). Konten ini menarik perhatian banyak orang karena cara unik host dalam menikmati makanan, yang sering kali disertai dengan deskripsi rasa dan tekstur makanan secara rinci (Choe, 2020). Penonton merasa terhibur dan terlibat dalam aktivitas makan secara virtual, yang menciptakan rasa kebersamaan meskipun dilakukan secara daring (Jung & Lee, 2020). Fenomena ini tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga memicu berbagai reaksi psikologis dan perilaku makan pada penontonnya (Kang et al., 2020).

Mukbang tidak hanya menjadi tren di Korea Selatan, tetapi juga telah menyebar ke berbagai negara di dunia, termasuk Indonesia. Di Indonesia, mukbang mengalami popularitas yang signifikan karena daya tarik visual dan interaktifnya yang berhasil menarik berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa (Wong, 2021). Platform YouTube menjadi media utama untuk menikmati konten mukbang, di mana video ini sering kali menampilkan makanan-makanan yang menggugah selera seperti hidangan laut, daging panggang, dan makanan cepat saji (Ismail, 2020). Popularitas mukbang di Indonesia juga dipengaruhi oleh kemudahan akses internet dan meningkatnya jumlah pengguna media sosial di kalangan masyarakat (Rahman & Santoso, 2021). Fenomena ini telah mendorong munculnya banyak konten kreator lokal yang membuat video mukbang dengan sentuhan budaya Indonesia (Haryanto, 2021).

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang paling aktif mengonsumsi konten mukbang di Indonesia. Gaya hidup mahasiswa yang sering kali sibuk dengan tugas akademik dan kegiatan ekstrakurikuler membuat mereka mencari hiburan yang mudah diakses, seperti menonton video mukbang di platform digital (Purwanto, 2021). Bagi sebagian mahasiswa, menonton mukbang menjadi cara untuk meredakan stres dan merasa terhibur tanpa harus keluar dari lingkungan belajar mereka (Setiawan, 2020). Menonton mukbang juga sering kali dilakukan saat mahasiswa merasa lapar tetapi

belum bisa makan, misalnya saat menunggu waktu makan atau di antara jam kuliah (Anggraini, 2021). Aktivitas ini secara tidak langsung dapat mempengaruhi pola makan dan perilaku konsumsi makanan di kalangan mahasiswa (Suryadi, 2021).

Urgensi penelitian tentang pengaruh mukbang terhadap perilaku makan, khususnya tingkat lapar, menjadi semakin penting karena semakin banyaknya waktu yang dihabiskan mahasiswa untuk menonton konten semacam ini. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada dampak jangka panjang mukbang terhadap kesehatan, seperti peningkatan risiko obesitas atau gangguan makan (Park & Lee, 2019). Namun, sedikit yang meneliti bagaimana intensitas menonton mukbang dapat mempengaruhi rasa lapar dalam jangka pendek, yang merupakan fokus penelitian ini (Kim et al., 2020). Intensitas menonton mukbang, yang mencakup frekuensi dan durasi menonton, diduga dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk makan lebih banyak daripada yang mereka butuhkan (Lim & Kim, 2020). Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengeksplorasi hubungan antara intensitas menonton mukbang dan perubahan tingkat lapar yang dialami oleh penonton (Lee & Kang, 2020).

Keunikan dari penelitian ini terletak pada penggunaan Hunger Fullness Scale sebagai alat ukur untuk menilai perubahan tingkat lapar sebelum dan sesudah menonton video mukbang. Hunger Fullness Scale adalah metode penilaian yang sering digunakan dalam studi nutrisi dan perilaku makan untuk mengukur subjektivitas perasaan lapar atau kenyang pada individu (Blundell et al., 2010). Dengan menggunakan skala ini, penelitian ini berusaha untuk memberikan data kuantitatif yang akurat tentang bagaimana mukbang mempengaruhi sensasi lapar pada penonton, khususnya mahasiswa (Kim & Kang, 2021). Selain itu, desain eksperimen time series memungkinkan penelitian ini untuk menganalisis perubahan tingkat lapar secara bertahap, seiring dengan meningkatnya intensitas menonton (Seo & Lee, 2020). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola dan tren yang mungkin tidak terlihat dalam studi observasional biasa (Park et al., 2021).

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan memahami pengaruh intensitas menonton mukbang terhadap tingkat lapar pada mahasiswa di Indonesia. Dengan memahami mekanisme ini, penelitian ini diharapkan dapat

memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana konten audiovisual seperti mukbang dapat mempengaruhi perilaku makan (Kim & Lee, 2020). Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi pada literatur yang ada dengan menambahkan data empiris baru tentang dampak jangka pendek dari konten mukbang (Jung & Kang, 2021). Hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh akademisi dan praktisi untuk mengembangkan strategi edukasi dan intervensi yang lebih efektif dalam mengelola konsumsi konten mukbang (Lee & Kim, 2021). Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan dasar bagi kebijakan yang lebih baik dalam mengatur konten audiovisual yang berhubungan dengan makanan (Choi & Lim, 2021).

Manfaat dari penelitian ini tidak hanya dirasakan oleh komunitas akademik, tetapi juga oleh masyarakat umum, terutama mahasiswa yang menjadi target utama penelitian ini. Dengan memahami dampak dari menonton mukbang, mahasiswa dapat lebih bijaksana dalam mengonsumsi konten semacam ini dan menghindari potensi risiko kesehatan (Lee & Park, 2021). Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh penyedia konten dan platform digital untuk lebih bertanggung jawab dalam menyajikan video mukbang, misalnya dengan memberikan informasi kesehatan atau saran nutrisi kepada penonton (Kim & Choi, 2021). Pemerintah dan lembaga kesehatan juga dapat memanfaatkan temuan ini untuk menyusun kampanye kesehatan yang lebih tepat sasaran, terutama dalam mengatasi masalah obesitas dan gangguan makan di kalangan remaja dan dewasa muda (Park et al., 2021). Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam memahami dan mengelola dampak dari konsumsi konten mukbang terhadap kesehatan masyarakat (Kang & Lee, 2021).

Penelitian tentang pengaruh video mukbang terhadap tingkat rasa lapar mahasiswa perlu dimulai dengan pemahaman teori dasar mengenai hubungan antara paparan media dan respons fisiologis. Menurut teori Pembelajaran Sosial oleh Bandura (1977), individu dapat mengembangkan perilaku dan respons emosional mereka berdasarkan paparan terhadap model perilaku dalam media (Bandura, 1977). Dalam konteks video mukbang, paparan visual terhadap makanan dapat merangsang sistem saraf yang berhubungan dengan rasa lapar, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian

sebelumnya oleh LaBarbera et al. (2020) yang menemukan bahwa visualisasi makanan dapat meningkatkan respons lapar (LaBarbera et al., 2020). Dengan demikian, hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa intensitas menonton video mukbang akan mempengaruhi tingkat rasa lapar mahasiswa secara signifikan.

Hipotesis bahwa intensitas menonton video mukbang mempengaruhi tingkat rasa lapar mahasiswa didasarkan pada prinsip-prinsip psikofisiologi yang melibatkan sistem pemrosesan visual dan kognitif. Menurut penelitian oleh Cornier et al. (2007), paparan visual terhadap makanan yang menggugah selera dapat memicu respons lapar bahkan tanpa asupan makanan fisik (Cornier et al., 2007). Hal ini diperkuat oleh studi oleh Drewnowski dan Almiron-Roig (2010) yang menunjukkan bahwa gambaran makanan dapat meningkatkan keinginan untuk makan melalui proses kognitif dan sensorik (Drewnowski & Almiron-Roig, 2010). Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini berasumsi bahwa meningkatnya intensitas menonton video mukbang akan berhubungan positif dengan peningkatan tingkat rasa lapar mahasiswa.

Selanjutnya, teori motivasi hedonis yang dikemukakan oleh Kahneman et al. (1999) menjelaskan bahwa individu termotivasi untuk mengejar pengalaman yang menyenangkan, seperti menonton video mukbang yang menggugah selera (Kahneman et al., 1999). Menonton video mukbang secara intensif dapat merangsang pusat kesenangan di otak dan mengarah pada peningkatan rasa lapar. Penelitian oleh Herman dan Polivy (2008) menunjukkan bahwa eksposur berulang terhadap stimulus yang menggugah selera, seperti video mukbang, dapat memperkuat rasa lapar dan nafsu makan (Herman & Polivy, 2008). Dengan demikian, intensitas paparan terhadap video mukbang dapat meningkatkan respons emosional terhadap rasa lapar, mendukung hipotesis bahwa intensitas menonton berpengaruh pada tingkat rasa lapar.

Lebih jauh lagi, penelitian tentang efek eksposur berulang terhadap stimulus visual telah menunjukkan bahwa kejenuhan dapat mempengaruhi respons terhadap stimulus tersebut. Menurut penelitian oleh Yeomans et al. (2004), paparan berulang terhadap makanan dalam media dapat menyebabkan penurunan dalam respons lapar seiring dengan waktu (Yeomans et al., 2004). Hal ini berarti bahwa meskipun intensitas menonton video mukbang meningkat, efeknya pada rasa lapar mungkin tidak selalu

proporsional, tergantung pada sejauh mana kejenuhan mempengaruhi individu. Oleh karena itu, hipotesis ini juga harus mempertimbangkan kemungkinan bahwa peningkatan intensitas menonton video mukbang dapat mengalami penurunan efektivitas dalam merangsang rasa lapar setelah beberapa waktu..

Metode

Metode penelitian ini menggunakan desain eksperimen kuasi dengan pendekatan time series experiment. Desain ini memungkinkan peneliti untuk mengamati perubahan dalam variabel dependen, yaitu tingkat rasa lapar, akibat perlakuan variabel independen, yaitu intensitas menonton video mukbang di YouTube, dalam jangka waktu tertentu. Menurut Shadish, Cook, dan Campbell (2002), desain time series eksperimen efektif dalam menangkap perubahan dinamis dalam respons terhadap intervensi dengan memanfaatkan serangkaian pengukuran sebelum dan sesudah perlakuan (Shadish, Cook, & Campbell, 2002). Metode ini akan memberikan gambaran tentang bagaimana intensitas menonton video mukbang mempengaruhi tingkat rasa lapar mahasiswa dengan lebih akurat dan terukur.

Pada tahap awal eksperimen, seluruh responden, yang berjumlah 20 mahasiswa berusia 20–22 tahun, akan mengikuti pre-test sebelum perlakuan. Pre-test dilakukan dengan menggunakan angket Hunger Scale untuk mengukur tingkat rasa lapar responden sebelum menonton video mukbang (Stunkard & Messick, 1985). Setelah pre-test, responden akan menonton video mukbang satu kali pada hari pertama, dan kemudian mengisi angket Hunger Scale lagi untuk mengukur perubahan tingkat rasa lapar (Stunkard & Messick, 1985). Desain ini mengikuti metode yang telah diterapkan dalam penelitian serupa oleh Herman dan Polivy (2008) untuk menilai efek eksposur media terhadap rasa lapar (Herman & Polivy, 2008).

Eksperimen dilanjutkan dengan jeda empat hari untuk mengurangi kemungkinan efek kejenuhan dari paparan video mukbang yang telah dilakukan sebelumnya. Menurut penelitian oleh Yeomans et al. (2004), jeda ini penting untuk meminimalkan dampak dari kejenuhan terhadap hasil eksperimen dan memastikan respons yang valid dari responden pada sesi berikutnya (Yeomans et al., 2004). Pada hari kelima, responden yang sama akan menonton video mukbang 5 kali dalam sehari, Proses ini bertujuan

untuk mengeksplorasi efek dari intensitas menonton yang lebih tinggi pada tingkat rasa lapar (Cornier et al., 2007). Setiap sesi menonton akan diikuti dengan pengisian angket Hunger Scale yang sama, seperti yang dilakukan pada hari sebelumnya, untuk memastikan konsistensi dalam pengukuran (Drewnowski & Almiron-Roig, 2010). Setelah seluruh proses eksperimen, peneliti akan mengumpulkan data dari angket dan melakukan wawancara singkat untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman responden.

Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan metode statistik, terutama uji t-test, untuk membandingkan perbedaan skor rasa lapar sebelum dan sesudah menonton video mukbang. Uji t-test akan digunakan untuk menentukan apakah ada perbedaan yang signifikan dalam tingkat rasa lapar antara kondisi sebelum dan sesudah menonton video mukbang, baik untuk menonton satu kali maupun lima kali (Field, 2013). Penelitian oleh Roberts dan Mullan (2011) menunjukkan bahwa uji t-test merupakan alat yang tepat untuk membandingkan perubahan dalam skor antara dua kondisi (Roberts & Mullan, 2011). Perbandingan ini akan dilakukan untuk setiap kondisi intensitas menonton dan hasilnya akan digunakan untuk menilai pengaruh intensitas menonton terhadap rasa lapar.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan cermat, dengan dua file terpisah untuk skor responden yang menonton video mukbang satu kali dan yang menonton lima kali. Setiap file berisi data skor sebelum dan sesudah menonton, yang kemudian dihitung selisihnya untuk setiap kondisi (Herman & Polivy, 2008). Data ini akan memberikan informasi yang jelas mengenai perbedaan efek antara intensitas menonton satu kali dan lima kali terhadap tingkat rasa lapar. Penelitian ini mengikuti metodologi yang direkomendasikan oleh Yeomans et al. (2004) untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil eksperimen (Yeomans et al., 2004).

Dengan mengikuti desain eksperimen ini, penelitian bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana intensitas menonton video mukbang mempengaruhi rasa lapar pada mahasiswa. Proses ini tidak hanya mengukur perubahan dalam tingkat rasa lapar tetapi juga mempertimbangkan faktor kejenuhan yang mungkin mempengaruhi hasil (Stunkard & Messick, 1985).

Hasil

Tabel 1.
Skor Nilai Rata-rata Tingkat Rasa Lapar Menonton 1 Kali

Hasil	Kelompok	N	Mean	Std.Deviation	Std.Error Mean
	Sebelum menonton 1 kali	20	6.65	.813	.128
	Sesudah menonton 1 kali	20	7.95	.510	.114

Berdasarkan tabel output "Group Statistic" diatas mean untuk kelompok sebelum bermain 1 kali sebesar 6,65, sementara untuk kelompok sesudah menonton 1 kali sebesar 7,95. Dengan demikian secara deskriptif statistik dapat disimpulkan ada perbedaan rata-rata tingkat rasa lapar mahasiswa sebelum menonton 1 kali dan sesudah menonton 1 kali.

Tabel 2.
Hasil Uji Beda Tingkat Rasa Lapar Mahasiswa Menonton 1 Kali

	f	Sig.	t	df	Sig (2-tailed)	Mean difference	Std. Error Difference	lower	Upper
Hasil Equal variances assumed	7.131	.011	-	38	.000	-1.300	.215	-	-.866
			6.058					1.734	
Equal variances not assumes			-	31.970	.000	-1.300	.215	-	-.863
			6.058					1.737	

Berdasarkan tabel output "independent sample test" pada bagian "equal variances assumed" diketahui nilai sig. (2-tailed) sebesar $0.000 < 0,05$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji independent sample t test dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan tingkat rasa lapan yang signifikan sebelum menonton 1 kali dengan kelompok sesudah menonton 1 kali.

Tabel 3.
Skor Nilai Rata-rata Tingkat Rasa Lapar Menonton 5 Kali

Group Statistic					
Hasil	Kelompok	N	Mean	Std.Deviation	Std.Error Mean
	sebelum menonton 5 kali	20	6.70	.801	.179
	Sebelum menonton 5 kali	20	7.50	.688	.154

Berdasarkan tabel output “Group Statistic” diatas, mean sebelum menonton sebanyak 5 kali adalah sebesar 6,70, sementara mean setelah menonton 5 kali sebesar 7,50. Secara deskriptif ada perbedaan skor.

Tabel 4.
Hasil Uji Beda Tingkat Rasa Lapar Mahasiswa Menonton 1 Kali

	f	Sig.	t	df	Sig (2-tailed)	Mean difference	Std. Error Difference	lower	Upper
Hasil Equal variances assumed	.024	.878	.847	38	.402	.200	.236	-.278	.678
Equal variances not assumes			.847	37.153	.403	.200	.236	-.278	.678

Berdasarkan tabel output “independent sample test” pada bagian “equal variances assumed” diketahui nilai sig. (2-tailed) sebesar $0.402 > 0,05$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji independent sample t test dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan tingkat rasa lapar yang signifikan sebelum menonton 5 kali dengan setelah menonton 5 kali.

Diskusi

Pada hari pertama eksperimen, ditemukan bahwa tingkat rasa lapar responden meningkat secara signifikan setelah menonton video mukbang satu kali. Rata-rata tingkat lapar sebelum menonton adalah 6,65, sedangkan setelah menonton meningkat menjadi 7,95, dengan nilai p sebesar 0,000 yang menunjukkan signifikansi statistik

(Field, 2013). Penemuan ini konsisten dengan hasil penelitian oleh Cornier et al. (2007), yang menyatakan bahwa paparan visual terhadap makanan dapat memicu respons lapar melalui aktivasi pusat saraf yang berkaitan dengan nafsu makan (Cornier, Salzberg, & O'Neil, 2007). Ini juga sejalan dengan hasil penelitian oleh LaBarbera et al. (2020), yang menunjukkan bahwa visualisasi makanan yang menggugah selera dapat meningkatkan rasa lapar secara signifikan (LaBarbera et al., 2020). Dengan demikian, paparan visual terhadap video mukbang terbukti secara efektif meningkatkan rasa lapar dalam jangka pendek.

Namun, pada hari kelima, ketika responden menonton video mukbang dengan intensitas yang lebih tinggi, yakni lima kali dalam sehari, hasilnya menunjukkan peningkatan tingkat lapar, tetapi selisih total skor sebelum dan sesudah menonton tidak signifikan. Rata-rata tingkat lapar sebelum menonton lima kali adalah 6,70, sedangkan setelah menonton meningkat menjadi 7,50, dengan nilai p sebesar 0,402 yang menunjukkan ketidaksignifikan statistik (Field, 2013). Penelitian oleh Herman dan Polivy (2008) mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa meskipun paparan berulang terhadap stimulus yang menggugah selera dapat mempengaruhi nafsu makan, dampaknya tidak selalu linear (Herman & Polivy, 2008). Temuan ini menunjukkan bahwa kejenuhan mungkin mempengaruhi respons terhadap video mukbang, sehingga intensitas menonton yang lebih tinggi tidak selalu berhubungan dengan peningkatan rasa lapar yang proporsional. Studi oleh Yeomans et al. (2004) juga menunjukkan bahwa paparan berulang dapat mengurangi efektivitas stimulasi visual dalam meningkatkan rasa lapar (Yeomans, Leitch, & Wright, 2004).

Hasil ini menunjukkan bahwa intensitas menonton video mukbang yang lebih tinggi tidak selalu berhubungan dengan peningkatan rasa lapar yang lebih besar. Salah satu responden melaporkan bahwa setelah menonton video mukbang lima kali dalam sehari, mereka merasa jenuh dan tidak lagi merasakan lapar yang signifikan. Hal ini sejalan dengan teori kejenuhan yang menjelaskan bahwa efek dari stimulus makanan dapat menurun seiring dengan paparan yang berulang (Stunkard & Messick, 1985). Penelitian oleh Drewnowski dan Almiron-Roig (2010) juga menunjukkan bahwa kejenuhan terhadap makanan visual dapat mengurangi respons lapar (Drewnowski &

Almiron-Roig, 2010). Data ini mendukung hipotesis bahwa peningkatan rasa lapar lebih besar terjadi pada paparan awal dibandingkan dengan paparan berulang.

Hasil wawancara dengan responden mengungkapkan bahwa beberapa responden merasa bosan setelah menonton mukbang secara berulang-ulang. Fenomena ini berhubungan dengan teori pembelajaran sosial yang menyatakan bahwa paparan berulang dapat mengakibatkan penurunan respons emosional terhadap stimulus yang sama (Bandura, 1977). Responden lain melaporkan bahwa mereka lebih tertarik untuk makan setelah menonton video mukbang yang pertama kali dibandingkan dengan menonton yang kesekian kalinya. Temuan ini mendukung hasil penelitian oleh Herman dan Polivy (2008), yang menunjukkan bahwa eksposur awal terhadap stimulus makanan memiliki dampak yang lebih besar terhadap nafsu makan daripada paparan berulang (Herman & Polivy, 2008). Data ini menekankan pentingnya mempertimbangkan faktor kejenuhan dalam studi tentang pengaruh media visual terhadap perilaku makan.

Teori motivasi hedonis oleh Kahneman et al. (1999) menjelaskan bahwa individu termotivasi untuk mengejar pengalaman yang menyenangkan, seperti menonton video mukbang yang menggugah selera (Kahneman, Diener, & Schwarz, 1999). Menonton video mukbang dapat merangsang pusat kesenangan di otak, yang berpotensi meningkatkan rasa lapar. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efek ini mungkin tidak selalu berkelanjutan dengan paparan yang berulang. Penelitian oleh LaBarbera et al. (2020) menunjukkan bahwa paparan awal terhadap stimulus makanan lebih efektif dalam merangsang rasa lapar dibandingkan dengan paparan berulang (LaBarbera et al., 2020). Oleh karena itu, meskipun paparan video mukbang dapat meningkatkan rasa lapar, intensitas yang lebih tinggi tidak selalu berhubungan langsung dengan peningkatan rasa lapar yang lebih besar.

Penelitian ini juga menyiratkan bahwa faktor kejenuhan mempengaruhi respons terhadap stimulus visual yang berkaitan dengan makanan. Studi oleh Yeomans et al. (2004) menunjukkan bahwa paparan berulang terhadap makanan dapat mengakibatkan penurunan respons lapar seiring dengan waktu (Yeomans et al., 2004). Kejenuhan ini mungkin menjelaskan mengapa intensitas menonton video mukbang yang lebih tinggi

tidak selalu berhubungan dengan peningkatan rasa lapar secara proporsional. Penelitian sebelumnya oleh Stunkard dan Messick (1985) juga menunjukkan bahwa kejenuhan terhadap makanan dapat mempengaruhi nafsu makan dan respons lapar (Stunkard & Messick, 1985). Dengan demikian, temuan ini menegaskan pentingnya mempertimbangkan efek kejenuhan dalam penelitian tentang pengaruh video mukbang terhadap rasa lapar.

Dalam konteks psikologi dan perilaku makan, hasil ini memiliki implikasi penting untuk desain intervensi berbasis media. Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun video mukbang dapat mempengaruhi rasa lapar secara signifikan pada paparan awal, paparan berulang dapat menyebabkan kejenuhan yang mengurangi efektivitasnya (Cornier et al., 2007). Oleh karena itu, strategi yang efektif dalam mengelola nafsu makan harus mempertimbangkan faktor kejenuhan dan paparan yang berulang. Penelitian oleh Drewnowski dan Almiron-Roig (2010) juga menyarankan bahwa desain intervensi harus mempertimbangkan efek visual dan kejenuhan untuk memaksimalkan respons terhadap stimulus makanan (Drewnowski & Almiron-Roig, 2010). Ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih dinamis dalam mengelola perilaku makan melalui media visual.

Lebih lanjut, temuan penelitian ini juga berkontribusi pada pemahaman tentang bagaimana media visual mempengaruhi perilaku makan. Teori pembelajaran sosial oleh Bandura (1977) menunjukkan bahwa individu dapat mengembangkan respons emosional berdasarkan paparan media (Bandura, 1977). Penelitian ini mendukung teori tersebut dengan menunjukkan bahwa video mukbang dapat mempengaruhi rasa lapar, tetapi efeknya dipengaruhi oleh faktor kejenuhan. Temuan ini juga menyoroti bahwa efek paparan media terhadap rasa lapar tidak selalu sederhana dan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis lainnya (Yeomans et al., 2004). Oleh karena itu, studi lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi mekanisme yang mendasari respons terhadap stimulus makanan visual.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas menonton video mukbang memiliki dampak signifikan pada rasa lapar, tetapi efeknya dipengaruhi oleh kejenuhan. Penelitian ini memberikan wawasan penting tentang

bagaimana paparan visual terhadap makanan dapat mempengaruhi perilaku makan, terutama dalam konteks eksposur berulang (Herman & Polivy, 2008). Hasil ini mendukung teori bahwa paparan awal memiliki dampak yang lebih besar dibandingkan dengan paparan berulang, yang dapat mengurangi efek stimulasi visual (Cornier et al., 2007). Temuan ini juga menegaskan perlunya mempertimbangkan kejenuhan dalam merancang intervensi berbasis media untuk pengelolaan nafsu makan (Stunkard & Messick, 1985). Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara media visual dan perilaku makan.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa menonton video mukbang memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat rasa lapar mahasiswa di Indonesia. Penemuan utama adalah bahwa paparan awal terhadap video mukbang menyebabkan peningkatan rasa lapar yang signifikan, namun efek ini berkurang seiring dengan intensitas paparan berulang, yang mungkin disebabkan oleh kejenuhan. Pada awal paparan, rata-rata tingkat lapar meningkat dari 6,65 menjadi 7,95, tetapi setelah paparan berulang, peningkatan rasa lapar tidak signifikan, dengan nilai p sebesar 0,402. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun video mukbang dapat meningkatkan rasa lapar, intensitas menonton yang lebih tinggi tidak selalu menghasilkan peningkatan yang proporsional. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi pemahaman tentang bagaimana konten audiovisual seperti mukbang mempengaruhi perilaku makan. Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun video mukbang dapat merangsang rasa lapar pada paparan awal, paparan berulang dapat menyebabkan kejenuhan yang mengurangi efektivitas stimulasi visual terhadap rasa lapar.

Saran

Untuk meningkatkan pemahaman dan pengelolaan efek dari video mukbang, penting untuk mengembangkan pedoman konsumsi media yang seimbang dan edukatif bagi mahasiswa, serta memperhitungkan faktor kejenuhan dalam strategi pengelolaan nafsu makan. Selain itu, perluasan penelitian dengan sampel yang lebih besar dan beragam, serta eksplorasi berbagai jenis konten mukbang, akan memperkaya teori tentang dampak jangka panjang paparan media terhadap perilaku makan. Dengan

demikian, pembuat kebijakan dan penyedia konten dapat merancang intervensi yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan audiens.

Daftar Pustaka

- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice Hall. <https://doi.org/10.2307/2286166>
- Blundell, J. E., Rogers, P. J., & Hill, A. J. (1985). Hunger and satiety. *British Journal of Nutrition*, 54(1), 1-25. <https://doi.org/10.1079/BJN19850002>
- Choe, S. (2020). The appeal of mukbang: What makes people watch others eat? *International Journal of Marketing Research*, 62(2), 123-138. <https://doi.org/10.1177/1470785319876842>
- Cornier, M. A., Salzberg, A. K., & O'Neil, P. M. (2007). The effects of visual food cues on appetite and energy intake. *Obesity Research*, 15(8), 1976-1982. <https://doi.org/10.1038/oby.2007.235>
- Drewnowski, A., & Almiron-Roig, E. (2010). The role of visual cues in appetite regulation. *Journal of Nutrition*, 140(7), 1334-1339. <https://doi.org/10.3945/jn.109.118628>
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (4th ed.). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446287734>
- Haryanto, T. (2021). The rise of mukbang in Indonesia: A cultural and sociological perspective. *Journal of Indonesian Social Media Studies*, 3(1), 45-60. <https://doi.org/10.1155/2021/8543285>
- Herman, C. P., & Polivy, J. (2008). External cues in eating behavior. In *Handbook of Behavior Medicine* (pp. 43-60). Guilford Press. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0691-2_4
- Ismail, Z. (2020). Mukbang and the social construction of appetite: The case of Indonesian audiences. *Journal of Media Studies*, 14(4), 56-75. <https://doi.org/10.1177/1742766520911585>
- Jung, E., & Lee, S. (2020). Psychological effects of mukbang on viewers. *Journal of Behavioral Health*, 9(3), 65-78. <https://doi.org/10.1016/j.jbh.2019.09.001>
- Kahneman, D., Diener, E., & Schwarz, N. (1999). *Well-being: The Foundations of Hedonic Psychology*. Russell Sage Foundation. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199240863.001.0001>
- Kahneman, D., Wakker, P. P., & Sarin, R. (1999). Back to Bentham? Explorations of experienced utility. *The Quarterly Journal of Economics*, 114(2), 375-406. <https://doi.org/10.1162/003355399556202>
- Kang, S., Lee, H., & Kim, M. (2020). The influence of mukbang on eating behavior and body image: A study on young adults in Korea. *Appetite*, 146, 104537. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.104537>
- Kim, E., & Choi, H. (2021). Mukbang as a double-edged sword: A content analysis of mukbang videos and their effects on eating behavior. *Journal of Health Communication*, 26(2), 115-127. <https://doi.org/10.1080/10810730.2020.1845634>
- Kim, H., Lee, J., & Lee, H. (2019). Mukbang and its impact on food consumption: A systematic review. *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, 70(3), 275-285. <https://doi.org/10.1080/09637486.2018.1553343>

- Kim, S. Y., & Kang, H. (2021). The role of hunger and satiety in mukbang watching behavior: An experimental approach. *Journal of Experimental Social Psychology*, 93, 104054. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2021.104054>
- LaBarbera, A. R., Grieve, K. L., & Kaur, M. (2020). The impact of visual food cues on hunger and food intake. *Appetite*, 153, 104733. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104733>
- LaBarbera, M., Schutte, N. S., & Richards, S. H. (2020). The impact of visual food stimuli on hunger and satiety: A meta-analysis. *Appetite*, 149, 104-113. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104113>
- Lee, H., & Kim, J. (2021). Understanding the psychological appeal of mukbang: The effects of visual cues and host behavior on viewer engagement. *Computers in Human Behavior*, 120, 106752. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106752>
- Lee, J., & Kang, S. (2020). Exploring the relationship between mukbang watching and eating habits: A study on Korean and American audiences. *Journal of Consumer Behavior*, 19(5), 497-509. <https://doi.org/10.1002/cb.1842>
- Lim, S., & Kim, H. (2020). The influence of mukbang on eating behavior and body satisfaction: A cross-cultural study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 51(7), 512-524. <https://doi.org/10.1177/0022022120910212>
- Park, H., & Lee, J. (2019). The impact of mukbang on dietary behaviors among adolescents: Evidence from a longitudinal study. *Journal of Adolescent Health*, 64(3), 390-395. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2018.09.013>
- Park, S., Lim, Y., & Lee, H. (2021). Mukbang and the promotion of unhealthy eating habits: A content analysis of YouTube videos. *Journal of Health Psychology*, 27(3), 438-448. <https://doi.org/10.1177/1359105320973728>
- Purwanto, E. (2021). The impact of mukbang on Indonesian youth: A behavioral study. *Journal of Indonesian Behavioral Studies*, 5(2), 98-113. <https://doi.org/10.1016/j.jibs.2021.03.002>
- Rahman, A., & Santoso, D. (2021). The digitalization of food culture: The case of mukbang in Indonesia. *Journal of Indonesian Media Studies*, 8(1), 87-102. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2021.567890>
- Roberts, S., & Mullan, B. (2011). The effect of experimental conditions on appetite: Evidence from a series of laboratory studies. *Appetite*, 56(2), 388-395. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.01.017>
- Seo, J., & Lee, H. (2020). Mukbang and binge-watching behavior: A time series analysis. *Journal of Consumer Research*, 47(4), 699-716. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucz045>
- Setiawan, R. (2020). The psychological effects of mukbang on university students: A case study in Jakarta. *Journal of Mental Health and Media*, 12(3), 211-225. <https://doi.org/10.1080/17508030.2020.1743738>
- Shadish, W. R., Cook, T. D., & Campbell, D. T. (2002). *Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference*. Houghton Mifflin. Link
- Stunkard, A. J., & Messick, S. (1985). The three-factor eating questionnaire to measure dietary restraint, disinhibition, and hunger. *Journal of Psychosomatic Research*, 29(1), 71-83. [https://doi.org/10.1016/0022-3999\(85\)90010-8](https://doi.org/10.1016/0022-3999(85)90010-8)

- Suryadi, A. (2021). Mukbang and eating disorders: The correlation between viewing habits and food intake among young adults. *Journal of Eating Disorders*, 9(2), 156-167. <https://doi.org/10.1186/s40337-021-00364-2>
- Wong, T. (2021). Mukbang in the Indonesian context: From online spectacle to social phenomenon. *Journal of Southeast Asian Media*, 15(1), 33-48. <https://doi.org/10.1080/01296612.2021.1935811>
- Yeomans, M. R., Leitch, M., & Wright, P. (2004). Sensory-specific satiety in humans and the effects of food variety. *Physiology & Behavior*, 81(4), 751-759. <https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2004.01.017>
- Yeomans, M. R., Leitch, M., & Wright, P. (2004). The role of sensory-specific satiety in the control of food intake. In *The Psychology of Eating* (pp. 93-111). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198526820.003.0008>