



HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK SISWA, PENGETAHUAN, MEDIA MASSA DAN TEMAN SEBAYA DENGAN KONSUMSI MAKANAN JAJANAN PADA SISWA SMA NEGERI 68 JAKARTA TAHUN 2012

RELATIONSHIP BETWEEN STUDENT CHARACTERISTICS, KNOWLEDGE, MASS MEDIA, AND PEERS AND SNACK FOOD CONSUMPTION IN STUDENTS AT STATE HIGH SCHOOL 68 JAKARTA IN 2012

Imam Aulia

Program Studi Gizi Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat,
Universitas Indonesia, Depok

Publish Artikel:

Cetak:

Online:

ABSTRAK

Pendahuluan: Perkembangan zaman berperan terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat. Salah satunya adalah kebiasaan mengonsumsi makanan jajanan telah menjadi kebiasaan di kalangan remaja. Konsumsi makanan jajanan yang berlebihan akan berdampak pada meningkatnya risiko obesitas. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa banyak faktor yang berhubungan dengan frekuensi konsumsi makanan jajanan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan frekuensi konsumsi makanan jajanan pada remaja.

Metode: Desain penelitian yang digunakan adalah *cross sectional* yang dilakukan di SMA Negeri 68 Jakarta pada bulan April 2012. Sampel dalam penelitian ini adalah 188 siswa kelas X dan XI SMA Negeri 68 Jakarta yang didapatkan dengan metode *cluster sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara pengisian kuesioner mandiri dan wawancara food recall 24 jam. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis univariat dan bivariat dengan menggunakan uji *Chi Square*.

Hasil: Hasil analisis univariat menunjukkan bahwa 52,1% responden sering mengonsumsi makanan jajanan. Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang bermakna ($p\text{-value} < 0,05$) antara jenis kelamin, kebiasaan sarapan, media massa dan teman sebaya dengan frekuensi konsumsi makanan jajanan pada remaja.

Kesimpulan: Tidak ada hubungan bermakna antara uang saku dan tingkat pengetahuan dengan frekuensi konsumsi makanan jajanan.

Kata Kunci: konsumsi makanan jajanan, remaja, media massa, dan teman sebaya



ABSTRACT

Introduction: The development of the era plays a role in changing people's consumption patterns. One of them is the habit of consuming snack foods has become a habit among teenagers. Excessive consumption of snack foods will have an impact on increasing the risk of obesity. Various studies have shown that many factors are related to the frequency of snack food consumption. Therefore, this study aims to determine the factors related to the frequency of snack food consumption in teenagers.

Methods: The study conducted cross-sectionally at SMA Negeri 68 Jakarta in April 2012. The sample for this study consisted of 188 students from SMA Negeri 68 Jakarta in grades X and XI, selected using the cluster sampling method. Data was gathered by completing independent questionnaires and doing 24-hour meal recall interviews. This study's data analysis consisted of univariate and bivariate Chi Square tests.

Result: Univariate analysis revealed that 52.1% of respondents eat street food on a regular basis. Bivariate analysis revealed a significant correlation (p -value <0.05) between teenagers' snack consumption frequency and gender, breakfast routines, mass media use, and peer group.

Conclusion: There is no significant relationship between pocket money, knowledge level, and frequency of snack food consumption.

Keywords: snack foods consumption, adolescents, mass media, and peers

1. PENDAHULUAN

Makanan jajanan merupakan makanan siap saji atau dimasak terlebih dahulu dan diujakan oleh penjaja makanan atau pedagang keliling di tempat-tempat umum.¹ Makanan jajanan telah menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari masyarakat. Berdasarkan data hasil survei Sosial Ekonomi Nasional yang telah dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (2011) menunjukkan bahwa rata-rata pengeluaran penduduk perkotaan per kapita per bulan untuk pembelian makanan jajanan telah meningkat dari 9,48% pada tahun 1999 menjadi 12,79% pada tahun 2010.² Sementara itu, menurut penelitian yang dilakukan oleh Fuadiyati³ di Semarang menunjukkan bahwa remaja di dalam kota mengonsumsi makanan jajanan sebanyak 18,9 kali dalam sedangkan remaja di seminggu, pinggiran kota mengonsumsi makanan jajanan sebanyak 9,7 kali dalam seminggu.

Remaja dalam mengonsumsi makanan jajanan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Notoatmodjo dalam Putriantini⁴, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi konsumsi makanan jajanan yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Menurut Silvis⁵, yang termasuk faktor internal adalah pengetahuan, kepercayaan, dan body image sedangkan yang termasuk faktor eksternal adalah kebudayaan, faktor sosial-ekonomi, orang tua dan keluarga,

teman sebaya, serta media massa. Selain itu, Rahayu dan Widiyanti⁶ bahwa kebiasaan sarapan dapat menyebutkan pagi juga dapat memengaruhi kebiasaan konsumsi makanan jajanan.

Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berhubungan khususnya karakteristik siswa (jenis kelamin, uang saku, dan kebiasaan sarapan), pengetahuan, teman sebaya, dan media massa dengan konsumsi makanan jajanan pada siswa SMA.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode *cross sectional* yang dilaksanakan di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 68 Jakarta, Jalan Salemba Raya 18, Senen, Jakarta Pusat pada bulan April 2012. Populasi target dari penelitian ini adalah seluruh siswa/i SMA Negeri 68 Jakarta Pusat tahun 2012. Sedangkan sampel dari penelitian ini adalah siswa kelas X atau XI di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 68 Jakarta dengan kriteria inklusi : (1) berstatus sebagai siswa aktif pada tahun ajaran 2011/2012 dan (2) bersedia menjadi responden serta hadir pada saat penelitian dilakukan. Sedangkan kriteria eksklusi : (1) Siswa X dan XI yang masuk dalam kelas internasional dan (2) Siswa



yang tidak masuk sekolah pada saat penelitian dilakukan.

Jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung berdasarkan rumus uji hipotesis dua proporsi populasi dengan hipotesis dua arah dengan derajat kepercayaan 95% dan kekuatan uji sebesar 80%. Dari hasil perhitungan didapatkan besar sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah 81 orang, lalu dengan mempertimbangkan desain efek maka jumlah sampel tersebut dikalikan 2 menjadi 162 orang sampel minimal.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cluster sampling*. Alasan penggunaan teknik ini adalah pihak sekolah hanya akan memberikan beberapa kelas untuk memenuhi jumlah sampel yang akan diteliti dan semua siswa pada setiap kelas harus dijadikan sampel, sehingga peneliti mengacak atau mengundi kelas yang akan dijadikan sampel.

Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen adalah frekuensi konsumsi makanan jananan, sedangkan variabel independen adalah karakteristik individu (jenis kelamin, uang saku, dan kebiasaan sarapan), tingkat pengetahuan, paparan media massa, dan teman sebaya.

Penelitian menggunakan data primer yaitu data frekuensi konsumsi makanan jananan, karakteristik individu (jenis kelamin, uang saku, dan kebiasaan sarapan), tingkat pengetahuan, paparan media massa, dan teman sebaya. Data asupan makanan jananan didapatkan melalui wawancara *24 hours recall food recall*.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis univariat dan analisis bivariat. Analisis univariat bertujuan untuk mengetahui gambaran dari dependen dan independen. Analisis bivariat bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Uji statistik yang digunakan dalam analisis ini adalah *Chi Square*. Pengolahan data asupan makanan (*food recall*) dilakukan menggunakan *Nutrisurvey 2007*.

3. HASIL

3.1 Frekuensi Konsumsi Makanan Jajanan

Tabel 1. Distribusi Responden berdasarkan Frekuensi Konsumsi Makanan Jajanan

Variabel	Jumlah	Persentase
Frekuensi Jajan		
Sering	98	52,1
Jarang	90	47,9
Total	188	100

Distribusi responden lebih banyak siswa yang sering mengonsumsi makanan jajanan (52,1%) dibandingkan dengan siswa yang jarang dalam mengonsumsi makanan jajanan (47,9%).

3.2 Jenis Kelamin

Tabel 2. Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Variabel	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin		
Laki-laki	79	42
Perempuan	109	58
Total	188	100

Distribusi responden lebih banyak yang berjenis kelamin perempuan (58%) dibandingkan dengan responden berjenis kelamin laki-laki (42%).

3.3 Jumlah Uang Saku

Tabel 3. Distribusi Responden berdasarkan Jumlah Uang Saku

Variabel	Jumlah	Persentase
Uang saku		
Besar	142	72,3
Kecil	46	27,7
Total	188	100



Sebagian besar responden (72,3%) memperoleh uang saku yang besar dalam satu hari. Hanya sebesar 27,7% yang meroleh uang saku kecil.

3.4 Kebiasaan Sarapan

Tabel 4. Distribusi Responden berdasarkan Kebiasaan Sarapan

Variabel	Jumlah	Persentase
Kebiasaan sarapan		
Tidak Rutin	92	48,9
Rutin	96	51,1
Total	188	100

Distribusi responden menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang jauh antara responden yang rutin mengonsumsi sarapan (51,1%) dengan responden yang tidak rutin mengonsumsi sarapan.

3.5 Tingkat Pengetahuan

Tabel 5. Distribusi Responden berdasarkan Tingkat Pengetahuan

Variabel	Jumlah	Persentase
Tingkat pengetahuan		
Kurang	130	69,1
Baik	58	30,9
Total	188	100

Distribusi responden lebih banyak yang berpengetahuan kurang (69,1%) dibandingkan responden yang berpengetahuan baik (30,9%).

3.6 Pengaruh Media Massa

Tabel 6. Distribusi Responden berdasarkan Pengaruh Media Massa

Variabel	Jumlah	Persentase
Pengaruh media massa		
Ada pengaruh	104	55,3
Tidak ada pengaruh	84	44,7
Total	188	100

Distribusi responden yang mengonsumsi makanan jajanan karena terpengaruh oleh iklan makanan pada media massa (55,3%) lebih banyak dibandingkan dengan responden yang tidak terpengaruh (44,7%).

3.7 Pengaruh Teman Sebaya

Tabel 7. Distribusi Responden berdasarkan Pengaruh Teman Sebaya

Variabel	Jumlah	Persentase
Pengaruh teman sebaya		
Ada pengaruh	165	87,8
Tidak ada pengaruh	23	12,2
Total	188	100

Distribusi responden yang tergolong terpengaruh oleh teman sebayanya (87,8%) lebih banyak dibandingkan responden yang tergolong tidak terpengaruh oleh teman sebayanya (12,2%).

3.8 Hasil Analisis Bivariat

Variabel	Frekuensi jajan		p-value	OR (95% CI)
	Sering	Jarang		
Jenis Kelamin (n = 188)				
Laki-laki	50 (63,3%)	29 (36,7%)	0,014*	2,191 (1,210-3,967)
Perempuan	48 (44,0%)	61 (56,0%)		



Jumlah Uang Saku (n = 188)				
Besar	79 (55,6%)	63 (44,4%)		1,782
Kecil	19 (41,3%)	27 (58,7%)	0,128	(0,908-3,496)
Kebiasaan Sarapan (n = 188)				
Tidak Rutin	56 (60,9%)	36 (39,1%)		2,000
Rutin	42 (43,8%)	54 (56,2%)	0,028*	(1,118-3,577)
Tingkat Pengetahuan (n = 188)				
Kurang	68 (52,3%)	62 (47,7%)		1,024
Baik	30 (51,7%)	28 (48,3%)	1.000	(0,551-1,902)
Pengaruh Media Massa (n = 188)				
Ada Pengaruh	63 (60,6%)	41 (39,4%)		2,151
Tidak Ada Pengaruh	35 (41,7%)	49 (58,3%)	0,015*	(1,198-3,863)
Pengaruh Teman Sebaya (n = 188)				
Ada Pengaruh	94 (57,0%)	71 (43,0%)		6,289
Tidak Ada Pengaruh	4 (17,4%)	19 (82,6%)	0,001	(2,049-19,301)

Keterangan: *) hubungan bermakna signifikan ($p\text{-value} < 0,05$)

4. PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang bermakna antara jenis kelamin dengan frekuensi konsumsi makanan jajanan. Secara teori, jenis kelamin memiliki hubungan dengan konsumsi makanan jajanan, seperti yang dikemukakan oleh Bothmer dan Fridlund⁷ Mereka mengatakan bahwa karakteristik individu seperti jenis kelamin memiliki hubungan yang cukup erat dengan kebiasaan mengonsumsi makanan jajanan, dimana laki-laki akan lebih sering untuk mengonsumsi makanan jajanan yang tidak sehat. Teori ini juga didukung oleh Soyer et al⁸ yang menyatakan bahwa laki-laki juga lebih suka dan sering mengonsumsi makanan diantara jam makan utama daripada perempuan. Oleh karena itulah, dalam penelitian ini laki-laki lebih cenderung senang untuk mengonsumsi makanan jajanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang bermakna antara jumlah uang saku dengan frekuensi konsumsi makanan jajanan. Ketidakterkaitan hubungan pada analisis tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti menurut

penelitian Estetika⁹, faktor yang dapat menjadi penyebab terjadinya ketidakterkaitan antara uang saku dan konsumsi makanan jajanan adalah harga makanan jajanan yang tidak terlalu mahal atau dapat dikatakan harga makanan jajanan dapat dijangkau oleh semua kalangan. Oleh karena itu, meskipun uang saku yang diterima oleh siswa merupakan jumlah kecil, ia tetap bisa membeli makanan jajanan yang ada disekitarnya. Namun demikian, secara teori, menurut Thoha dalam Febry¹⁰ mengatakan bahwa setiap siswa memperoleh uang dari orang tuanya masing-masing. Tujuan dari orang tua memberikan uang saku kepada anaknya adalah untuk memenuhi kebutuhan anaknya dalam hal kebutuhan jajan dan kebutuhan lain seperti membeli alat tulis, *transport* dan lain-lain. Namun demikian, kebanyakan pada anak sekolah biasanya uang saku lebih diprioritaskan untuk membeli makanan jajanan. Hal ini dikarenakan dengan membeli makanan jajanan maka dapat memenuhi kebutuhannya dalam menjalani aktivitas sehari-hari.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara kebiasaan sarapan dengan



frekuensi responden dalam mengkonsumsi makanan jajan. Secara teori, seseorang yang tidak mengonsumsi sarapan pagi akan membeli makanan jajanan untuk mengisi perut yang lapar. Menurut Wardlaw dan Hampf¹¹, seseorang yang tidak mengonsumsi sarapan dan makan siang secara teratur akan cenderung lebih sering mengonsumsi makanan jajanan untuk memenuhi kebutuhan mereka akan makanan. Sama halnya dengan Altmatsier¹² yang menyatakan bahwa individu tertentu akan mengonsumsi makanan jajanan ketika ia berada di luar rumah secara berlebihan jika ia tidak mengonsumsi sedikitpun makanan di pagi hari.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang bermakna antara tingkat pengetahuan frekuensi responden konsumsi dengan makanan jajanan. Ketidakbermaknaan hubungan tersebut dapat disebabkan beberapa alasan yaitu menurut penelitian Cho et al¹³, individu yang memiliki pengetahuan baik bukan berarti memiliki perilaku yang baik pula dan sebaliknya individu dengan pengetahuan buruk memiliki perilaku yang buruk. Hal ini membuat pengetahuan tidak dapat berhubungan langsung dengan konsumsi makanan jajanan karena konsumsi makanan jajanan tersebut merupakan perilaku yang tercipta akibat interaksi individu tersebut dengan lingkungan sekitarnya. Penelitian tersebut juga didukung oleh Stang dan Story¹⁴ yang menyatakan bahwa konsumsi makanan pada individu berhubungan erat dengan perilaku individu. Namun secara teori, menurut Horst et al¹⁵ individu dengan pengetahuan rendah lebih cenderung mengonsumsi makanan jajanan yang tidak sehat dibandingkan dengan individu yang memiliki pengetahuan tinggi. Hal tersebut juga didukung oleh teori Benjamin et al¹⁶ yang mengatakan bahwa pemilihan makanan seseorang dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimilikinya, khususnya pengetahuan mengenai gizi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara pengaruh media massa dengan frekuensi konsumsi makanan jajanan.

Secara teori, menurut Harris et al¹⁷ memiliki iklan makanan pada media massa potensi yang kuat dalam mempengaruhi seseorang untuk mengonsumsi makanan jajanan di antara jam makan utama. Iklan makanan dapat mempengaruhi emosi seseorang untuk mengonsumsi makanan tersebut dengan menggunakan pesan-pesan dalam iklan tersebut dan model-model yang menarik perhatian konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang bermakna antara pengaruh teman sebaya dengan frekuensi konsumsi makanan jajanan. Secara teori, Coleman¹⁸ menyatakan bahwa seorang remaja membutuhkan teman dalam kehidupannya dan teman tersebut akan saling mempengaruhi termasuk didalamnya kebiasaan dan frekuensi mengonsumsi makanan ringan atau jajanan. Dixey et al¹⁹ juga menambahkan bahwa pengaruh teman sebaya tersebut akan lebih kuat daripada pengaruh keluarganya dikarenakan remaja akan lebih mendengarkan pendapat dari teman-teman dibandingkan keluarganya sendiri.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis statistik diperoleh kesimpulan bahwa lebih banyak responden yang sering mengonsumsi makanan jajanan yaitu sebesar 52,1%. Dari hasil analisis *bivariate* didapatkan bahwa terdapat hubungan yang bermakna antara jenis kelamin, kebiasaan sarapan, pengaruh media massa dan pengaruh teman sebaya dengan frekuensi konsumsi makanan jajanan. Sedangkan tidak terdapat hubungan yang bermakna antara jumlah uang saku dan tingkat pengetahuan dengan frekuensi konsumsi makanan jajanan.

6. SARAN

Sebaiknya diadakan kerjasama antara pihak sekolah dengan pengelola kantin agar memperhatikan makanan jajanan yang akan dijual dari segi kandungan gizi, sehingga siswa tidak hanya memperoleh makanan yang mengenyangkan tetapi memperoleh makanan yang bergizi. Pihak sekolah dapat memberikan edukasi kepada siswanya mengenai gizi dan makanan jajanan yang sebaiknya



dikonsumsi dikarenakan masih banyak siswa yang memiliki pengetahuan kurang mengenai gizi dan makanan jajanan. Para siswa sebaiknya tidak mudah terpengaruh oleh iklan makanan dan teman dalam memilih dan mengonsumsi makanan jajanan.

7. UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ir. Asih Setiarini, M.Sc. selaku dosen pembimbing, dosen beserta staff Departemen Gizi Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia, SMA Negeri 68 Jakarta, serta seluruh mahasiswa Program Studi Gizi Universitas Indonesia angkatan 2008.

DAFTAR PUSTAKA

1. Draper, Alizon. 1996. *Street Food In Developing Countries : The Potential For Micronutrient Fortification*. London School of Hygiene and Tropical Medicine.
2. Badan Pusat Statistik. 2011. *Survei Sosial Ekonomi Nasional*. www.bps.go.id
3. Fuadiyati, Nur. 1999. *Pola Konsumsi Makanan Jajanan dan Status Gizi Remaja Di Dalam Dan Pinggiran Kota Semarang (Studi Kasus Pada Siswa SMU Kesatrian 2 Dan SMU 2 Unggaran)* [Skripsi]. Semarang : Jurusan Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Diponegoro. Universitas
4. Putriantini. 2010. *Hubungan Pengetahuan dan Sikap Mengenai Pemilihan Makanan Jajanan Dengan Perilaku Anak Memilih Makanan Di SDIT Muhammaditah Al Kautsar Gampang Kartasura* [Skripsi]. Surakarta : Program Studi Gizi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Silvis, Katherine A. 2002. *Determinants Of Adolescent Snacking Behavior*. Georgia : The University of Georgia.
6. Rahayu, Wiwit dan Erni Widiyanti. 2003. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebiasaan Mengonsumsi Makanan Jajanan Pada Anak Balita Di Kota Surakarta*. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*; Vol 3, No. 2 : 99-104.
7. Von Bothmer, Margareta I. dan Fridlund, Bengt. 2005. *Gender Differences in Health Habits and in Motivation for a Healthy Lifestyle Among Swedish University Students*. *Nursing and Health Sciences*; Vol. 7 : 107- 118.
8. Soyer, Meral Turk et al. 2008. *Effects of Social Determinants on Food Choice And Skipping Meals Among Turkish Adolescents*. *Asia Pacific Journal Clinical Nutrition* 2008; 17 (2) : 208-215.
9. Estetika, Shinta Laras. 2007. *Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Frekuensi Konsumsi Fast Food Pada Mahasiswa Program S1 Reguler Angkatan 2006 Di Universitas Indonesia* [Skripsi]. Depok : Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Indonesia.
10. Febry, Fatmalina. 2006. *Penentuan Kombinasi Makanan Jajanan Tradisional Harapan Untuk Memenuhi Kecukupan Energi Dan Protein Anak Sekolah Dasar Di Kota Palembang* [Tesis]. Semarang : Universitas Diponegoro.
11. Wardlaw, Gordon M. dan Jeffrey S. Hampl. 2007. *Perspectives In Nutrition*. Seventh Edition. USA : Mc Graw Hill Company.
12. Almatsier, Sunita dkk. 2011. *Gizi Seimbang Dalam Daur Kehidupan*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
13. Cho, EA et al. 2010. *Snack Consumption Behavior and Nutrition Knowledge among Elementary School Students in Siheung-si*. *Korean Journal Community Nutrition* ; 15(2) : 169-179.
14. Stang dan M. Story. 2005. *Guidelines for Adolescent Nutrition Service*. http://www.epi.umn.edu/let/pubs/ado_l_book.shtm
15. Horst, K. Van der et al. 2007. *A Systematic Review of Environmental Correlates of Obesity-Related Dietary Behaviors in Youth*. *Health Education Researc* ; Vol. 22 : 203-226.
16. Benjamin et al. 2004. *Food Consumption in Antigua and Baruda: Qualitative Analysis of Dietary Patterns in Adolescents*. *Eastern Mediterranean Health Journal* : Vol. 37 No. 2.



17. Harris, Jennifer L. et al. 2009. Priming Effects of Television Food Advertising on Eating Behavior. *Health Psychology NIH Public Access* ; 28(4) : 404-413.
18. Coleman, J. C. 1980. *Friendship and The Peer Group in Adolescence*. New York: Wiley.
19. Dixey, Rachael et al. 2000. Healthy Eating for Young People in Europe. *Eastren Mediterranean Health Journal*. www.emro.who.int