

HUBUNGAN TAYANGAN IKLAN DI MEDIA TELEVISI DAN PENGETAHUAN GIZI DENGAN KONSUMSI PANGAN SUMBER SERAT (STUDI PADA PROGRAM KEAHLIAN TATA BOGA SMK NEGERI DI KECAMATAN PASAR MINGGU JAKARTA SELATAN)

Reza Nur Rahmadani, Alsuhendra, Rina Febriana

Tata Boga dan Hospitality, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta
email: rezanurrahmadani@gmail.com

Abstrak: Hubungan Tayangan Iklan di Media Televisi dan Pengetahuan Gizi dengan Konsumsi Pangan Sumber Serat (Studi pada Program Keahlian Tata Boga SMK Negeri di Kecamatan Pasar Minggu Jakarta Selatan), tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan hubungan antara tayangan iklan di televisi, pengetahuan gizi, dan konsumsi pangan sumber serat. Penelitian dilakukan pada program keahlian tata boga SMK Negeri di kecamatan pasar minggu Jakarta selatan pada tahun 2016 melibatkan 142 siswa sebagai responden. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif asosiatif dengan model analisis korelasi multiple. Hasil penelitian menunjukkan terdapat korelasi yang signifikan antara ketiga variabel. Pertama, semakin tinggi tayangan iklan di media televisi, semakin tinggi pula pengetahuan gizi siswa. Kedua, semakin tinggi tayangan iklan di media televisi, maka makin tinggi pula konsumsi pangan sumber serat pada siswa. Ketiga, semakin tinggi pengetahuan gizi, maka makin tinggi pula konsumsi pangan sumber serat pada siswa. Keempat, semakin tinggi tayangan iklan di media televisi secara bersama-sama dengan pengetahuan gizi, maka makin tinggi pula konsumsi pangan sumber serat pada siswa.

Kata Kunci: Konsumsi Pangan Sumber Serat, Tayangan Iklan di Media Televisi, Pengetahuan Gizi.

Abstract: The Correlation between Advertising on Television, Knowledge of Nutrition, and Consumption of Dietary Food, this research was intend to find correlation between advertising on television, knowledge of nutrition, and consumption of dietary food. The research conducted in 2016 at the culinary skills programe of Vocational High School on Pasar Minggu Subdistrict in the South Jakarta involving 142 students as respondents. The study took a quantitative research into associative model of multiple correlation analysis. The result showed a significant correlation between the three variables. First, the higher advertising on television, then the higher knowledge of nutrition on the students. Second, the higher advertising on television, then the higher the consumption of dietary food on the students. Third, the higher knowledge of nutrition, then the higher consumption of dietary food on the students. Fourth, the higher advertising on television together with knowledge of nutrition, then the higher consumption of dietary food on the students.

Keywords : Consumption of Dietary Fiber, Advertising on Television, Knowledge of Nutrition.

PENDAHULUAN

Kurangnya konsumsi serat pada masyarakat Indonesia khususnya remaja mengakibatkan tingginya resiko penyakit degeneratif. Berbagai riset dan survey menyebutkan bahwa rata-rata tingkat konsumsi serat penduduk Indonesia secara umum belum mencapai angka kecukupan yang seharusnya. Ada dua hal yang berkaitan

dengan perilaku seseorang, yaitu faktor eksternal salah satunya tentang kebiasaan menonton televisi dan faktor internal tentang pengetahuan yang dimiliki orang tersebut.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pola menonton televisi sudah melewati batas dan menunjukkan bahwa konsumsi media televisi masih memimpin total konsumsi media di Tanah Air. Kurangnya kesadaran

masyarakat untuk mengonsumsi serat salahsatunya juga diakibatkan oleh rendahnya pengetahuan mengenai manfaat pangan sumber serat.

Berdasarkan faktor eksternal yaitu tayangan iklan di media televisi dan faktor internal yaitu pengetahuan gizi siswa tentang pangan sumber serat diduga bahwa keduanya saling berhubungan yaitu tayangan iklan di media televisi berhubungan dengan pengetahuan gizi, dan keduanya berhubungan dengan tingkat konsumsi pangan sumber serat.

Tingkat konsumsi tayangan iklan di televisi pada remaja tentang makanan dan minuman berserat diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran yang cukup tentang pentingnya kesehatan terutama kesehatan pencernaan. Dengan demikian tingkat konsumsi pangan sumber serat pada remaja semakin membaik, artinya remaja Indonesia dapat memperbaiki status kesehatan mereka demi mewujudkan harapan dan cita-cita bangsa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif asosiatif dengan model analisis korelasi multiple dengan metode survei. Dalam penelitian ini tidak diberikan perlakuan perlakuan terhadap responden, tetapi hanya diminta mengisi formulir *food recall* 3×24 jam untuk mendapat gambaran mengenai konsumsi pangan sumber serat, dan kuesioner untuk tayangan iklan di media televisi, dan pengetahuan gizi.

Hasil pengujian validitas pada instrumen tayangan iklan di media televisi menunjukkan bahwa terdapat 34 butir pernyataan yang valid dengan nilai reliabilitas sebesar 0,912. Sedangkan pada instrumen pengetahuan gizi

menunjukkan bahwa terdapat 26 butir pernyataan yang valid dengan nilai reliabilitas sebesar 0,826.

HASIL PENELITIAN

Instrumen tayangan iklan di media televisi digunakan untuk menilai efektifitas dari tayangan iklan dengan menggunakan pendekatan *EPIC Model*. Dimensi *EPIC Model* yang menjadi parameter efektifitas tayangan iklan dalam penelitian ini yaitu *emphaty* (empati), *persuasion* (persuasi), *impact* (dampak), dan *communication* (komunikasi).

Berdasarkan uji deskriptif data pada variabel bebas (X_1) yakni tayangan iklan di media televisi diketahui bahwa diperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 2,84. Dari nilai rata-rata tersebut, dapat kita kategorikan bahwa secara keseluruhan dinilai dengan menggunakan dimensi *EPIC Model* dengan skala *Likert* tayangan iklan di media televisi dinilai efektif. Nilai tersebut diperoleh dari nilai rata-rata masing-masing dimensi yang dapat dilihat pada table 4.5. Dari 4 dimensi, diperoleh nilai tertinggi pada dimensi dampak dan nilai terendah pada dimensi empati.

Nilai rata-rata tersebut diperoleh dari 142 responden yang mengisi instrumen sebanyak 34 butir pernyataan, terdapat 675 butir yang dinyatakan sangat setuju (19,68%), 2813 setuju (61,52%), 1238 tidak setuju (18,05%), dan 102 sangat tidak setuju (0,74%). Dari data yang diperoleh dapat diketahui bahwa dimensi dampak merupakan dimensi yang paling tinggi nilainya dengan mean sebesar 2,88.

Instrumen pengetahuan gizi digunakan untuk menilai pengetahuan siswa tentang pangan sumber serat dengan menggunakan

skala *Guttman*. Dimensi yang menjadi parameter pengetahuan gizi dalam penelitian ini yaitu *know* (tahu), *comprehention* (pemahaman), *application* (aplikasi), *analysis* (analisis), *synthesis* (sintesis), dan *evaluation* (evaluasi). Butir pernyataan dalam instrumen sudah divalidasi dan disesuaikan dengan pengetahuan gizi tentang serat pangan yang diterima oleh siswa di sekolah.

Dari uji deskriptif data pada variabel bebas (X_2) yakni pengetahuan gizi diketahui bahwa dari 142 responden nilai rata-rata (mean) adalah 76,96. Dari nilai rata-rata tersebut dapat di kategorikan bahwa secara keseluruhan nilai pengetahuan gizi siswa dinilai baik. Nilai tersebut diperoleh dari nilai rata-rata masing-masing dimensi yang dapat dilihat pada table 4.12. Dari 6 dimensi pengetahuan gizi, diperoleh nilai tertinggi pada dimensi evaluasi dan nilai terendah pada dimensi sintesis.

Pada variabel (X_2) yakni pengetahuan gizi, nilai rata-rata diperoleh dari 142 responden yang mengisi instrumen sebanyak 26 butir pernyataan yang dikembangkan dengan skala *Guttman*. Sebanyak 86 siswa mendapat nilai baik (60,56%), 47 siswa mendapat nilai cukup (33,10%), dan 9 siswa lainnya mendapat nilai kurang (6,33%). Dari data yang diperoleh dapat diketahui bahwa dimensi evaluasi merupakan dimensi yang nilainya paling tinggi dengan mean sebesar 83,45.

Instrumen yang digunakan untuk mengukur konsumsi serat pada siswa adalah *food recall* 3x24 jam. Data *food recall* 3x24 jam diperoleh dari hasil mencatat jenis dan jumlah bahan makanan yang dikonsumsi pada periode 3 kali 24 jam. Pengambilan data *food recall* 24 jam tanpa berturut-turut atau diberi

jarak yaitu pada awal bulan yaitu pada tanggal 1 November 2016 untuk siswa di SMKN 57 dan 2 Desember 2016 untuk siswa di SMKN 37. Pada pertengahan bulan yaitu pada tanggal 18 Oktober 2016 untuk siswa di SMKN 57 dan 15 Desember 2016 untuk siswa di SMKN 37. Pada akhir bulan yaitu pada tanggal 29 November 2016 untuk siswa di SMKN 57 dan SMKN 37. Hal tersebut dilakukan agar menghasilkan gambaran asupan serat lebih optimal dan memberikan variasi yang lebih besar tentang *intake* harian siswa.

Dari uji deskriptif data pada variabel terikat (Y) yakni tingkat konsumsi serat melalui rata-rata *food recall* 3x24 jam diketahui bahwa dari 142 responden nilai rata-rata (mean) adalah 12,59 gram. Berdasarkan tabel frekuensi, untuk data konsumsi pangan sumber serat menunjukkan bahwa dari total 142 responden, pada variabel terikat (Y) yakni konsumsi pangan sumber serat melalui perhitungan rata-rata *food recall* 3 x 24 jam 18 siswa (13%) memiliki angka kecukupan serat yang dapat dikategorikan cukup yaitu sekitar 20-35 gram dan 124 siswa lainnya kurang yaitu dibawah 20 gram.

Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa keempat hipotesis nol yang diuji ditolak dan sebaliknya hipotesis penelitian yang diajukan diterima. Adapun hipotesis yang terjawab :

- Terdapat hubungan positif antara tayangan iklan di media televisi dengan pengetahuan gizi. Dari perhitungan disimpulkan bahwa koefisien korelasi signifikan karena $t_{hitung} = 9,722$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,655$.
- Terdapat hubungan positif antara tayangan iklan di media televisi dengan konsumsi pangan sumber serat. Dari hasil perhitungan disimpulkan bahwa koefisien

korelasi signifikan karena $t_{hitung} = 3,628$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,655$.

- c. Terdapat hubungan positif antara pengetahuan gizi dengan konsumsi pangan sumber serat. Dari hasil perhitungan disimpulkan bahwa koefisien korelasi signifikan karena $t_{hitung} = 15,433$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,655$.
- d. Terdapat hubungan positif antara tayangan iklan di media televisi dan pengetahuan gizi secara bersama-sama dengan konsumsi pangan sumber serat. Dari hasil perhitungan disimpulkan bahwa koefisien korelasi signifikan karena $F_{hitung} = 153,29$ lebih besar dari $F_{tabel} = 3,06$.

KESIMPULAN

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah dibahas pada Bab IV dengan semua persyaratan analisis data yang meliputi uji normalitas, uji linieritas serta keberartian regresi telah dipenuhi, terdapat temuan penelitian sebagai berikut :

- a. Terdapat hubungan positif antara tayangan iklan di media televisi dengan pengetahuan gizi.
- b. Terdapat hubungan positif antara tayangan iklan di media televisi dengan konsumsi pangan sumber serat.
- c. Terdapat hubungan positif antara pengetahuan gizi dengan konsumsi pangan sumber serat.
- d. Terdapat hubungan positif antara tayangan iklan di media televisi dan pengetahuan gizi secara bersama-sama dengan konsumsi pangan sumber serat.

Dengan demikian, dari ketiga temuan penelitian di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pertama, makin tinggi tayangan iklan di media televisi, maka makin tinggi pengetahuan gizi siswa dengan koefisien korelasi sebesar 0,066 pada $\alpha = 0,05$.

Kedua, makin tinggi tayangan iklan di media televisi, maka makin tinggi konsumsi pangan sumber serat siswa dengan koefisien korelasi sebesar 0,293 pada $\alpha = 0,05$.

Ketiga, makin tinggi pengetahuan gizi, maka makin tinggi konsumsi pangan 145 serat siswa dengan koefisien korelasi sebesar 0,794 pada $\alpha = 0,05$.

Keempat, makin tinggi tayangan iklan di media televisi dan makin tinggi pengetahuan gizi secara bersama-sama, maka makin tinggi konsumsi pangan sumber serat siswa dengan koefisien korelasi sebesar 0,829 pada $\alpha = 0,05$.

SARAN

Berdasarkan temuan dan kesimpulan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, dalam upaya peningkatan konsumsi pangan sumber serat pada remaja maka saran-saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Kementerian Pendidikan
Memasukkan materi tentang pangan sumber serat dalam mata pelajaran Ilmu Gizi di SMK ataupun IPA di SMA, mengingat bahwa serat pangan tidak kalah penting bila dibandingkan dengan materi zat gizi seperti protein, karbohidrat, lemak, vitamin, mineral, dan lainnya.
- b. Bagi Sekolah
 - 1) Menambahkan materi tentang pangan sumber serat pada mata pelajaran ilmu gizi.
 - 2) Menerapkan metode, model maupun media pembelajaran untuk menunjang proses belajar mengajar yang efektif

yang disesuaikan dengan kasus yang sering muncul di kehidupan sehari-hari sehingga siswa menyadari pentingnya pangan sumber serat.

- 3) Memperbanyak buku di perpustakaan yang berhubungan dengan pangan sumber serat.
- 4) Meningkatkan fasilitas lab gizi/ruang praktikum yang sesuai dengan kebutuhan.

c. Bagi Siswa

Diharapkan untuk membaca buku-buku di perpustakaan atau di luar sekolah yang berhubungan dengan materi ilmu gizi khususnya tentang pangan sumber serat. Siswa juga harus bisa secara mandiri menganalisis kasus-kasus tentang kurangnya pangan sumber serat di kehidupan sehari-hari sehingga mengonsumsi serat pangan sesuai kebutuhan dijadikan sebagai kebiasaan yang dilaksanakan terus menerus.

d. Bagi Dunia Periklanan

- 1) Meningkatkan mutu iklan agar tidak hanya menampilkan unsur komersialisme dan aspek persuasif, tetapi juga menampilkan aspek kognitif pada tayangan iklan dalam rangka mengedukasi masyarakat tentang pentingnya hidup sehat, dalam hal ini salah satunya dengan mengonsumsi pangan sumber serat.
- 2) Menambah tayangan iklan tentang pangan sumber serat terutama tayangan iklan layanan masyarakat yang mengedukasi masyarakat tentang pentingnya mengonsumsi serat pangan.

e. Bagi Masyarakat

- 1) Meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pengetahuan tentang mengonsumsi pangan sumber serat dalam peningkatan taraf kesehatan keluarga.
- 2) Meningkatkan pengetahuan tentang pangan sumber serat dari buku dan berbagai media.

DAFTAR PUSTAKA

Adlany, Mohammad. *Definisi Pengetahuan*, http://www.alhassanain.com/indonesia/n/articles/articles/Philosophy_and_gratitude_library/definisi_pengetahuan/001.html(diakses 12 September 2015).

Adriani, Merryana, dan Wirjatmadi, Bambang. *Peranan Gizi dalam Siklus Kehidupan*. Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2014.

Alimuddin, Andi. *Televisi & Masyarakat Pluralistik*. Jakarta: Prenada Media Group, 2014.

Almatsier, Sunita. *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. *Pengawasan Klaim Pada Label dan Iklan Pangan Olahan*. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2016.

Baliwati. *Pengantar Pangan dan Gizi*. Jakarta: Penerbit Swadaya, 2004.

Bungin, Burhan. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.

Durianto et al. *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.

- Istiany, Ari, dan Rusilanti. *Gizi Terapan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Notoatmodjo, Soekidjo. *Kesehatan Masyarakat Ilmu & Seni*. Jakarta: Rineka Cipta, 2007.
- Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- Pusat Kebijakan Perdagangan dalam Negeri. *Laporan Akhir Analisis Dinamika Konsumsi Pangan Masyarakat Indonesia*. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2013.
- Ruben, Brent D., Stewart, Lea P. *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Santoso, Agus. *Serat Pangan (Dietary Fiber) dan Manfaatnya bagi Kesehatan*. *Jurnal Unwidha Klaten*, Vol 23, Nomor 75, 2011.
- Santoso *et al*, *Kesehatan dan Gizi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004
- Shimp, A. Terence. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2000.
- Siregar, Syofian. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2014.
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.
- Soekirman. *Ilmu Gizi dan Aplikasinya*, Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional, 2000.
- Soerjokanto, dkk. *Inovasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Soetjiningsih, *Tumbuh Kembang Remaja dan Permasalahannya*. Jakarta: Sagung Seto, 2004.
- Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Surya Perbangsa, Pagsi. *Analisis Efektivitas Iklan pada Media Televisi*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2013.
- Unicef, *Pendidikan Media*. Jakarta: Yayasan Pengembangan Media Anak, 2007.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing, 2005.
- Vilanty, Nevy. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Makanan Remaja (Kasus di SMK Negeri 8 Surabaya)*, *Jurnal Tata Boga*, Vol 3, Nomor 3, 2014.
- Walpole, Ronald E. *Pengantar Statistika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1992.
- Winarti, Sri. *Makanan Fungsional*. Surabaya: Graha Ilmu, 2010