

**IKLAN PRODUK MAKANAN DENGAN POLA MAKAN ANAK
DI SDN 1 GEDONGAN KOTA MOJOKERTO****Asih Media Yuniarti *, Icuk Yulianti ****

*Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Majapahit Mojokerto

**Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Majapahit Mojokerto

Email: art.media79@gmail.com

Abstrak

Pola makan yang sehat dibutuhkan anak-anak untuk mendapatkan gizi yang seimbang sehingga berpengaruh positif terhadap kesehatan serta tumbuh kembang anak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Iklan makanan televisi dengan pola makan anak sekolah dasar di SDN 1 Gedongan Kota Mojokerto. Jenis penelitian analitik korelasi dengan rancang bangun *cross sectional*. Variabel independen adalah iklan produk makanan dan variabel dependennya yaitu pola makan anak sekolah dasar. Populasi dalam penelitian ini sejumlah 85 anak. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*, didapatkan sebanyak 46 anak. Data iklan produk makanan diperoleh menggunakan lembar wawancara sedangkan data pola makan menggunakan lembar *FFQ (Food Frequency Questioner)*. Hasil uji statistik *chi-square* dengan $\alpha : 0,05$ memperlihatkan bahwa ada hubungan iklan produk makanan pokok dengan pola makan sumber karbohidrat ($p = 0,046$). Tidak ada hubungan iklan lauk dan pauk dengan pola makan sumber protein ($p = 0,220$). Tidak ada hubungan iklan lauk dan pauk dengan pola makan sumber lemak ($p = 0,149$). Tidak ada hubungan iklan sayur dan buah dengan pola makan sumber serat ($p = 0,834$). Tidak ada hubungan iklan jajanan dan minuman terhadap pola makan lain-lain ($p = 0,326$). Iklan lauk, sayur dan buah, jajanan dan minuman merupakan iklan yang sering muncul di media massa yang dapat mempengaruhi pola makan anak namun pola makan dalam keluarga sangat kuat dalam membentuk kebiasaan makan anak. Hendaknya petugas kesehatan lebih aktif melakukan skrening kesekolah dan melakukan pendampingan tentang jenis makanan dan minuman yang berbahaya dan baik dikonsumsi oleh anak.

Kata kunci : iklan produk makanan, pola makan, anak sekolah

A. PENDAHULUAN

Anak usia sekolah dasar (6-12 tahun) mencapai karakteristik banyak melakukan aktivitas jasmani. Pada masa ini anak membutuhkan energy tinggi untuk menunjang aktivitasnya. Energi dalam tubuh dapat timbul karena adanya pembakaran karbohidrat, protein, dan lemak, karena itu agar energy tercukupi perlu pemasukan makanan memiliki nilai gizi yang tinggi. Pola makan yang sehat dibutuhkan anak-anak untuk mendapatkan gizi yang seimbang. Keseimbangan gizi yang didapat melalui pola makan yang sehat akan berpengaruh positif terhadap kesehatan serta tumbuh kembang anak (Anggraini, 2003).

Emma Boyland, dari laboratorium Universitas Kisseleff dalam studinya tentang studi perilaku makan manusia menjelaskan bahwa obesitas pada anak-anak sekarang menjadi masalah kesehatan utama di seluruh dunia. Tujuan studi ini untuk mengetahui ada hubungan global antara iklan, preferensi makanan serta konsumsi ini. Hal ini lebih dari sekedar efek merek, meningkatnya pilihan makanan anak terhadap semua makanan tak sehat tidak hanya pada makanan yang di tampilkan pada iklan. Studi ini menunjukkan hasil bahwa anak –anak lebih cenderung mengkonsumsi makanan tak sehat jika mereka banyak menonton televisi (Riyadh, 2013).

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Iklan makanan televisi dengan pola makan anak sekolah dasar di SDN 1 Gedongan Kota Mojokerto. Jenis penelitian ini dengan Desain analitik korelasi dengan rancang bangun *cross sectional*. Variabel independen dari penelitian ini adalah iklan produk makanan dan variabel dependennya yaitu pola makan anak sekolah dasar. Populasi dalam penelitian ini sejumlah 85 anak. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*, didapatkan jumlah sampel sebanyak 46 orang. Instrumen dalam penelitian ini ada dua. Data iklan produk makanan diperoleh dengan menggunakan lembar wawancara sedangkan data pola makan menggunakan lembar *FFQ (Food Frequency Questioner)*. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan uji *chi square*.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN**1. DATA UMUM****Tabel 1. Karakteristik Subyek Penelitian**

Karakteristik Responden	N	%
Jenis kelamin		
Laki-laki	19	41,3
Perempuan	27	58,3
Kelas		
IV	27	58,3
V	19	41,3
Pend. Orang Tua		
Tamat SD	1	2,2
Tamat SLTP	10	21,7
Tamat SLTA	29	63
Tamat PT	6	13
Pekerjaan Orang Tua		
PNS	3	6,5
Swasta	8	17,4
Wiraswasta	9	19,6
Tidak bekerja/IRT	26	56,5
Penghasilan Orang Tua		
< 1.250.000	11	23,9
≥ 1.250.000	35	76,1
Juml Anggota Keluarga		
3 Orang	7	15,2
4-5 Orang	27	58,7
6-7 Orang	10	21,7
> 7 Orang	2	4,3

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa lebih dari setengah (58,7%) subyek penelitian berjenis kelamin perempuan. Lebih dari setengah (58,7%) duduk di bangku kelas IV. Sebagian besar (63%) orang tua subyek penelitian berpendidikan SLTA, lebih dari setengah (56,5%) orang tidak bekerja atau ibu rumah tangga, sebagian besar (76,1%)

mempunyai penghasilan \geq 1.250.000 dan lebih dari setengah (58,7%) jumlah anggota keluarga responden adalah 4 - 5 orang.

2. DATA KHUSUS

Tabel 2. Iklan Produk Makanan

Iklan Produk Makanan	N	%
Iklan Produk Makanan Pokok		
Negatif	31	67,4
Positif	15	32,6
Iklan Produk Lauk Pauk		
Negatif	29	63
Positif	17	37
Iklan Sayur dan Buah		
Negatif	18	39,1
Positif	28	60,9
Iklan Jajanan dan Minuman		
Negatif	23	50
Positif	23	50

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar subyek (67,4%) dinyatakan negatif terpapar iklan produk makanan pokok. Mereka sering terpapar iklan produk makanan pokok seperti nasi sebanyak 80 kali, dan mie instan sebanyak 79 kali dalam 3 hari dari semua subyek.

Iklan di media merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kebiasaan makan seseorang. Dewasa ini banyak di iklankan makanan dari mancanegara, yang biasanya padat energi tetapi kurang dalam mineral dan vitamin, seperti pizza, hamburger, kentang goreng, (*fried chicken*) (Sunita dkk, 2011). Iklan cenderung menggunakan anak untuk mempengaruhi orang tuanya membeli produk tertentu. Program TV maupun iklan menyajikan model-model perilaku yang dapat di tiru anak. Iklan makanan di Televisi mempunyai pengaruh paling kuat dalam membentuk kebiasaan makan anak. Anak berusaha mempengaruhi orang tuanya untuk membeli makanan yang di inginkannya sesuai iklan dan biasanya orang tua mengikuti kemauan anak (Almatsier,2011).

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia mempunyai kebutuhan yang bermacam-macam. Salah satu kebutuhan utama manusia adalah kebutuhan untuk makan. Pada umumnya makanan pokok masyarakat Indonesia adalah nasi. Perkembangan zaman yang membuat sesuatu yang serba cepat menimbulkan keinginan untuk mengganti nasi dengan alternatif lain yang dianggap lebih praktis, instant dan murah misalnya roti, sereal atau mie instant (Morissan, 2010). Salah satu jenis iklan makanan pokok yang sering didengar oleh masyarakat Indonesia adalah iklan mie instan, bubur instan, roti, sereal, dan lain-lain. Tepung terigu merupakan barang substitusi terdekat dari beras. Hal ini didasarkan pada gemarnya masyarakat mengonsumsi makanan seperti mie dan roti yang dibuat dari adonan tepung terigu yang berbahan dasar gandum. Mie dan roti merupakan makanan yang kerap kali mampu menggantikan posisi nasi dalam perut masyarakat. Naiknya harga beras tentunya diduga akan mempengaruhi naiknya permintaan barang substitusi lainnya seperti tepung terigu dan juga sebaliknya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar (63%) subyek penelitian dinyatakan negatif terpapar iklan produk lauk dan pauk. Mereka sering terpapar iklan produk lauk seperti udang sebanyak 74 kali dan cumi-cumi sebanyak 76 kali dalam 3 hari dari semua total subyek penelitian.

Profesi juru masak atau *chef* kini menjadi profesi menjanjikan. Terbukti, *chef* Arnold Poernomo didaulat jadi ikon produk makanan siap saji yang terbuat dari ikan dan udang. Kesegaran udang yang senantiasa terjaga dan produk yang mampu ditelusuri kualitas hingga proses pembudidayaannya merupakan suatu nilai tambah yang dimiliki oleh salah satu produsen *frozen food* hasil olahan makanan laut. *Fiesta Seafood* yang merupakan salah satu produsen *frozen food* makanan laut meluncurkan Kampanye Ayo Makan *Seafood*, hal tersebut dilakukan karena ingin mengajak masyarakat terutama anak-anak untuk mengonsumsi makanan laut (Deni, 2013). *Seafood* merupakan makanan laut yang sangat digemari orang kebanyakan karena dagingnya yang enak, sehingga umum ditemui dimana saja. Banyak jenis *seafood* yang digemari, misal udang, cumi dan lain-lain. Iklan jenis *Seafood* merupakan iklan yang jarang di dengar oleh anak, hal ini disebabkan karena istilah-istilah yang asing yang sering digunakan oleh iklan sehingga tidak digemari oleh anak. Akses informasi tentang produk lauk dan pauk di anggap tidak pernah di dengar oleh anak.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar (60%) subyek penelitian dinyatakan positif terpapar iklan sayur dan buah. Mereka sering terpapar iklan produk buah strawberry sebanyak 143 kali dan buah apel sebanyak 90 kali dalam 3 hari.

Berbagai khasiat yang terkandung didalam buah menjadi nilai lebih bagi buah-buahan saat dikonsumsi oleh tubuh, terutama untuk anak yang membutuhkan banyak nutrisi guna memenuhi kebutuhan untuk tumbuh kembangnya sehingga tubuh anak menjadi lebih sehat secara alami. Masih banyak dari kalangan anak-anak yang justru menghindari konsumsi buah-buah tropika ini dan justru lebih memilih buah dalam bentuk sari buah botolan/ dalam kemasan. Padahal buah-buahan memiliki keistimewaan lebih terutama saat dikonsumsi dalam keadaan segar. Kurangnya pemahaman ini pada akhirnya menyebabkan anak cenderung memilih sari buah yang lebih praktis. Selain itu, tekstur alami buah-buahan yang keras juga menjadi salah satu kendala mengapa anak tidak menyukai memakan buah secara langsung. Jean Piaget, J (1950) dalam Kurniadarmi (2010).

Tabel 3. Pola Makan

Pola Makan	N	(%)
Pola Makan Sumber KH		
Negatif	22	47,8
Positif	24	52,2
Pola Makan Sumber Protein		
Negatif	16	34,8
Positif	30	65,2
Pola Makan Sumber Lemak		
Negatif	17	37
Positif	29	63
Pola Makan Sumber Serat		
Negatif	34	73,9
Positif	12	26,1
Pola Makan Sumber Lain		
Negatif	13	28,3
Positif	33	71,7

Manfaat sayur dan buah sudah mulai dikenal sejak anda mengenyam pendidikan pra sekolah. Dengan dasar pengetahuan yang dimiliki seorang anak, maka mereka mampu memahami iklan sayur dan buah yang banyak ditayangkan di media massa. Sehingga ketika ditanya tentang iklan yang didengarnya mereka menyarankan seseorang mendengarkan iklan sayur dan buah-buahan di media massa.

Hasil penelitian menunjukkan menunjukkan bahwa separuh (50%) subyek penelitian dinyatakan positif terpapar iklan jajanan dan minuman. Mereka sering terpapar iklan jajanan tango sebanyak 81 kali dan biskuit sebanyak 76 kali dalam 3 hari.

Hasil studi di Amerika menunjukkan bahwa 75 persen anak usia prasekolah, 84 persen anak usia sekolah, dan 73 persen anak usia remaja menonton televisi setiap hari. Studi tersebut menyatakan bahwa anak usia sekolah memiliki peluang yang sangat tinggi untuk terpapar oleh program yang ditayangkan di televisi. Shimp (2003) juga menyatakan bahwa anak-anak usia sekolah dasar, yaitu usia 6 sampai 11 tahun, secara langsung mempengaruhi pembelian produk dan secara tidak langsung mempengaruhi pembelian orang tua. Hasil penelitian di Amerika juga menunjukkan bahwa anak usia sekolah menonton sekitar 21 iklan makanan atau minuman setiap hari (Robert Wood Johnson Foundation, 2008).

Iklan produk makanan jajanan dan minuman cenderung menarik karena menggunakan tokoh cerita kartun yang disukai oleh anak-anak sebagai bintang iklannya. Selain itu penyajian gambar makanan jajanan dan minuman yang menarik di ekspresi wajah para artis yang begitu menikmati makanan jajanan dan minuman yang di iklankan mampu menarik perhatian anak, disamping itu berbagai hadiah langsung yang di tambah juga menarik simpati dan perhatian anak, penggunaan bahasa gaul yang dipakai pada iklan makanan dan minuman juga salah satu faktor yang menyebabkan anak gemar mendengar iklan produk makanan jajanan dan minuman ringan. Bahkan apa yang didengar dari iklan sering digunakan dalam pergaulan sehari-hari.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lebih dari setengahnya (52,2%) subyek penelitian Pola makan sumber karbohidratnya berkategori positif. Mereka sering mengkonsumsi nasi dan mie instan sebagai makanan pokok.

Indonesia memiliki keanekaragaman kuliner, termasuk bahan makanan pokok. Selama ini beras atau nasi yang dikenal sebagai makanan pokok, dan sumber karbohidrat. Beras, merupakan bahan mentah dari nasi, diolah dengan cara ditanak atau dikukus. penduduk Asia sebagian besar juga mengonsumsi beras sebagai makanan utama. Beras telah diolah menjadi nasi dapat diolah lagi bersama bahan makanan lain menjadi aneka panganan, seperti nasi goreng, nasi kuning, nasi uduk, nasi kebuli, serta arem-arem. Dalam setiap 100 gr beras terkandung 78,3 gr karbohidrat, 7,6 gr protein, 1,1 gr lemak, dan vitamin B1 (Sari Husada, 2014).

Di Indonesia, sebagian masyarakat mengonsumsi nasi putih sebagai hidangan utama. Salah satu kebiasaan pola pikir masyarakat Indonesia adalah "Kalau belum makan nasi, berarti belum makan". Jadi meskipun tidak terpapar banyak oleh iklan, pola makan sumber karbohidratnya positif karena nasi merupakan makanan utama bagi orang Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar (65,2%) responden pola makan sumber proteinnya berkategori positif. Data penelitian menyatakan bahwa mereka sering mengonsumsi tahu/tempe dan ikan segar sebagai bahan makanan sumber protein mereka.

Lauk pauk Sehat menyediakan lauk pauk kaya bumbu Indonesia. Ikan laut banyak mengandung asam amino yang bermanfaat untuk membentuk sel baru dan daya tahan tubuh, proteinnya untuk pertumbuhan dan mendukung sistem pencernaan, juga memperbaiki sel yang rusak. Omega 3 yang sangat baik bagi kesehatan jantung dan mengurangi jumlah kolesterol jahat yang terdapat pada tubuh selain itu Omega 3 juga bermanfaat untuk mencegah penuaan dini serta sangat baik untuk perkembangan otak. Kandungan yodiumnya bisa membantu pertumbuhan dan mencegah penyakit gondok. Ikan laut merupakan sumber vitamin (A, B, dan D) dan sumber mineral yang baik. Selenium, yodium, kalsium, zat besi, dan zinc merupakan jenis mineral unggulan yang dapat diperoleh dari ikan. Selenium dan zinc merupakan mineral antioksidan yang bisa mencegah kerusakan DNA dan mencegah penuaan dini. Yodium memiliki peranan penting dalam mencegah penyakit gondok, kalsium diperlukan untuk massa tulang, dan zat besi dapat mencegah anemia zat besi (Tyang, 2013).

Lauk pauk adalah makanan utama pendamping makanan pokok yang berfungsi sebagai sumber zat pembangun untuk tubuh. Makanan lauk pauk banyak yang mengandung protein misalnya seperti telur, daging, dan ikan. Kita tidak perlu selalu beranggapan lauk pauk yang mahal adalah yang paling baik, ini tidak dapat dibenarkan. Ada makanan murah yang juga bergizi diantaranya adalah tahu dan tempe. Tempe dan tahu juga bisa menjadi lauk pauk favorit anak jika orang tua pandai mengolahnya dan memberi informasi ke anak tentang manfaat tahu dan tempe.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar (63%) subyek penelitian pola makan sumber lemaknya berkategori positif. Mereka sering mengkonsumsi es cream dan susu ultra/dancow sebagai sumber lemak.

Moto makanan 4 sehat 5 sempurna ini, susu merupakan makanan pelengkap, artinya susu tidak wajib ada. Namun alangkah baiknya jika kita juga membudayakan minum susu karena secara ilmiah susu mengandung banyak zat penting yang dibutuhkan oleh tubuh (Daniel, 2012).

Moto 4 sehat 5 sempurna memang sudah tergantikan oleh Pedoman Menu Gizi Seimbang namun masyarakat masih memandang susu sebagai minuman yang bergizi. Pada pedoman menu gizi seimbang menyatakan bahwa kandungan protein yang ada dalam susu sama dengan sumber protein yang lain seperti daging. Namun susu memiliki kelebihan karena bentuknya yang cair sehingga lebih mudah dicerna oleh tubuh dibandingkan dengan daging, sehingga susu tetap memiliki nilai plus sebagai salah sumber protein yang mudah dicerna dapat memenuhi nutrisi harian dimata masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar (73,9%) subyek penelitian pola makan sumber seratnya berkategori negatif. Mereka sering mengkonsumsi buah dan jus buah di bandingkan mengkonsumsi sayuran.

Studi yang di lakukan di Indonesia oleh Mind (2012) menyatakan bahwa anak usia sekolah dasar masih belum mengetahui resiko masalah kesehatan, sehingga mereka cenderung belum peduli terhadap perilaku hidup bersih dan sehat. Pemilihan makanan pada anak belum berdasarkan pertimbangan sehat atau tidak sehat, bersih atau tidak bersih, tetapi berdasarkan kesukaan mereka. Anak usia sekolah memerlukan kebutuhan gizi yang maksimal karena pada usia tersebut proses pertumbuhan dan perkembangan fisik dan otak terjadi sangat cepat. Perlu perhatian penuh

terhadap kebiasaan makan anak, kebiasaan konsumsi makanan ringan, dan kebiasaan makan pagi dan kebiasaan konsumsi sayur dan buah.

Pola makan anak terhadap sumber serat sebagian besar adalah negatif, hal di karenakan pada usia anak mereka banyak yang tidak suka mengkonsumsi sumber serat, kebiasaan konsumsi sayur dan buah menjadi masalah dalam kebiasaan makan pada anak sekolah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar (71,7%) subyek penelitian pola makan lain-lainnya berkategori positif. Pada penelitian ini mereka sering mengkonsumsi cilok dan gorengan.

Makanan jajanan di sekolah ternyata sangat beresiko terjadi cemaran biologis atau kimiawi yang banyak mengganggu kesehatan. Perilaku makan pada anak usia sekolah tersebut harus diperhatikan secara cermat dan hati – hati. Anak usia sekolah adalah investasi bangsa ,karena mereka adalah generasi penerus bangsa. Kualitas bangsa di masa depan ditentukan anak saat ini. Zat gizi akan membantu meningkatkan kesehatan tubuh anak, sehingga sistem pertahanan tubuhnya baik dan tidak mudah terserang penyakit. Disamping itu, anak mulai mulai banyak melakukan kegiatan di luar rumah , sehingga agak sulit mengawasi jenis makanan apa saja yang mereka makan (Mitayani dan Wiwi, 2010).

Anak usia sekolah dasar masih belum mengetahui resiko masalah kesehatan, sehingga mereka cenderung belum peduli terhadap gizi makanan yang mereka makan. Pemilihan makanan pada anak belum berdasarkan pertimbangan sehat atau tidak sehat, bersih atau tidak bersih, tetapi berdasarkan kesukaan mereka banyaknya penjual makanan jajanan di sekolah sehingga anak selalu membelikan uang saku mereka pada pedagang jajanan yang ada di sekitar sekolah.

Tabel 4. Pola Makan Sumber Karbohidrat

Iklan Produk Makanan Pokok	Pola makan sumber karbohidrat					
	Negatif		Positif		Total %	
	N	%	N	%	N	%
Negatif	18	58,1	13	41,9	31	100,0
Positif	4	26,7	11	73,3	15	100,0
Total	22	47,8	24	52,2	46	100,0
Hasil Uji <i>chi-Square test</i> , $p = 0,046$ dengan taraf signifikan 0,05						

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar (73,3%) subyek yang positif terpapar iklan produk makanan pokok memiliki pola makan sumber karbohidrat yang positif, sedangkan lebih dari 50% responden yang negatif terpapar iklan produk makanan pokok memiliki pola makan sumber karbohidrat yang negatif. Hasil uji *Chi Square* menunjukkan nilai *p* sebesar 0,046. Kesimpulannya adalah H_1 diterima yang berarti ada hubungan iklan produk makanan pokok dengan pola makan sumber karbohidrat.

Menurut Suryana dkk (2001), beras sebagai bahan makanan pokok tampaknya tetap mendominasi pola makan orang Indonesia. Hal ini terlihat dari tingkat partisipasi konsumsi beras di Indonesia masih diatas 95%. Dalam komponen pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia, beras mempunyai bobot paling tinggi. Oleh karena itu inflasi nasional sangat dipengaruhi oleh perubahan harga beras (Sutomo, 2005). Bahkan menurut Riyadi (2002) beras adalah makanan pokok dari 98% penduduk Indonesia.

Mengingat perannya sebagai komoditas pangan utama masyarakat Indonesia, tercapainya kecukupan produksi beras nasional sangat penting sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi terwujudnya ketahanan pangan nasional. Sehingga meskipun responden jarang atau tidak pernah terpapar iklan produk makanan pokok, responden tetap mengkonsumsi makanan pokok karena merupakan kebutuhan yang harus terpenuhi. Konsumsi negatif terhadap makanan pokok lebih disebut karena hambatan pada aksesibilitas bahan pangan terutama beras.

Tabel 5. Pola Makan Sumber Protein

Iklan Produk Makanan Lauk dan Pauk	Pola Makan Sumber Protein					
	Negatif		Positif		Total	
	N	%	N	%	N	%
Negatif	12	41,4	17	58,6	29	100,0
Positif	4	23,5	13	76,5	17	100,0
Total	16	34,8	30	65,2	46	100,0
Hasil uji <i>chi-Square test</i> $p = 0,220$ dengan taraf signifikan 0,05						

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar responden yang positif terpapar iklan produk makanan lauk dan pauk yakni sebanyak 13

orang (76,5%) memiliki pola makan sumber protein yang positif, sedangkan responden yang negatif terpapar iklan produk makanan lauk dan pauk memiliki pola makan sumber protein yang positif yakni sebanyak 17 orang (58,6%). Hasil uji Chi Square menunjukkan nilai p sebesar 0,220, jadi dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 diterima yang berarti tidak ada hubungan iklan lauk dan pauk dengan pola makan sumber protein.

Protein memegang peranan penting dalam pertumbuhan dan perkembangan, selain itu untuk mendukung aktifitas olahraga anak usia dini. Protein merupakan zat gizi kunci untuk pertumbuhan fisik anak karena sangat dibutuhkan untuk pertumbuhan tulang dan otot. Sejalan dengan manfaat protein sebagai zat gizi yang berperan dalam pertumbuhan, perkembangan, maka dibutuhkan 15%-20% protein dari total kebutuhan atau keluaran per hari. Oleh karena itu anak usia dini perlu memperhatikan makanan yang dikonsumsi untuk kebutuhannya (Nawan, 2009). Lauk pauk merupakan makanan yang mengandung zat protein yang berguna sebagai zat pembangun pada tubuh yang dapat mengganti sel sel tubuh yang rusak dengan sel sel baru (memperbaharui sel). Beberapa makanan yang di sebut lauk pauk yaitu: tempe, tahu, ikan, daging, ayam, telur (Entry, 2011).

Kebiasaan makan dalam keluarga sangat berpengaruh besar terhadap pola makan seseorang, kesukaan seseorang terhadap makanan terbentuk dari kebiasaan makanan yang terdapat dalam keluarga. Jadi belum tentu apa yang selalu dilihat dalam iklan mereka konsumsi. Selain itu, pola makan sangat dipengaruhi oleh pendidikan orang tua. Rata-rata orang tua siswa SDN I Gedongan yang berpendidikan dan mereka tahu tentang makanan bergizi yang harus dikonsumsi anaknya.

Tabel 6. Pola Makan Sumber Lemak

Iklan Produk Makanan Lauk dan Pauk	Pola Makan Sumber Lemak					
	Negatif		Positif		Total	
	N	%	N	%	N	%
Negatif	13	44,8	16	55,2	29	100,0
Positif	4	23,5	13	76,5	17	100,0
Total	17	37,0	29	63,0	46	100,0
Hasil uji <i>chi-Square test</i> $p = 0,149$ dengan taraf signifikan 0,05						

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar (76,5%) subyek penelitian yang positif terpapar iklan produk makanan lauk dan pauk yakni memiliki pola makan sumber lemak yang positif sedangkan responden yang negatif terpapar iklan produk makanan lauk dan pauk memiliki pola makan sumber lemak yang positif yakni sebanyak 55,2%. Hasil uji *Chi Square* menunjukkan nilai ρ sebesar 0,149, jadi dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 diterima yang berarti tidak ada hubungan iklan lauk dan pauk dengan pola makan sumber lemak.

Dalam memenuhi kebutuhan gizi seimbang bagi anak-anak, pemilihan jenis makanan menjadi sangat penting. Di antara sekian banyak jenis makanan, berikut ini adalah 7 (tujuh) jenis makanan favorit di kalangan anak-anak, tetapi sebaiknya dibatasi konsumsinya. Selain karena bernilai kalori sangat tinggi, makanan ini juga mengandung kadar lemak dan gula yang tinggi, sehingga dapat memicu obesitas yaitu diantaranya: *Chicken Nugget* Makanan ini paling sering muncul dalam daftar favorit anak-anak. Bahan dasar *nugget ayam* biasanya adalah potongan daging ayam beserta kulitnya yang mengandung lemak tinggi. Selain itu, garam dan sirup jagung yang tinggi fruktosa (HFCS) sering dipakai untuk menambah rasa. Sereal berpemanis Sereal yang sudah mengandung pemanis merupakan salah satu pilihan favorit si kecil. Orang tua sebaiknya lebih selektif lagi dalam memilih sereal di pasaran. Pasalnya, beberapa sereal kini sudah bercampur dengan bahan pengawet kimia, minyak terhidrogenasi dan pewarna buatan. Sereal yang berasal dari gandum utuh adalah pilihan terbaik untuk sarapan anak Anda. Daging olahan Tidak dapat dipungkiri bahwa sebagian anak-anak juga menyukai makanan dari bahan daging olahan seperti sosis, burger dan produk olahan lainnya. Padahal, konsumsi daging secara berlebihan dapat menyebabkan kanker, dan tinggi akan lemak jenuh serta natrium. Konsumsi minuman manis mengandung gula tinggi seperti jus kemasan atau minuman ringan secara berlebihan dapat menyebabkan obesitas dan kerusakan gigi pada anak-anak. Rekomendasi dari *American Academy of Pediatrics*, konsumsi untuk anak di atas 6 tahun tidak lebih dari 235-350 mililiter. Kentang Goreng Ini adalah cemilan populer di kalangan anak-anak dan dewasa. Makanan ini memiliki kandungan tinggi lemak, tinggi kalori dan tinggi natrium, dan digoreng menggunakan minyak terhidrogenasi yang mengandung lemak trans (Hendra, 2012).

Iklan produk makanan di media massa mempunyai peluang besar yang dapat mempengaruhi kebiasaan makan. Penyakit yang timbul karena pola makan yang salah atau tidak sehat belakangan ini cenderung meningkat. Anak yang mengalami obesitas atau kegemukan kini semakin banyak ditemukan, terutama di kota-kota besar. Fenomena obesitas pada anak tidak terlepas dari pola makan yang diterapkan oleh orang tua. Sibuk dalam hal pekerjaan membuat orang tua lupa memerhatikan kualitas dan kuantitas asupan makanan yang sehat untuk anak-anaknya. Karena faktor orang tua pula, kebanyakan anak cenderung lebih suka mengonsumsi makanan dengan rasa lezat, bernilai kalori tinggi, tetapi kandungan gizinya rendah. Apa pun alasannya, para orang tua seharusnya dapat mengontrol pola makan anak-anak, dan sebisa mungkin memberi makanan yang disesuaikan dengan kebutuhan gizinya.

Tabel 7. Pola Makan Sumber Serat

Iklan Produk Makanan Sayur dan Buah	Pola Makan Sumber Serat					
	Negatif		Positif		Total	
	N	%	N	%	N	%
Negatif	13	72,2	5	27,8	18	100,0
Positif	21	75,0	7	25,0	28	100,0
Total	34	73,9	12	26,1	46	100,0
Hasil uji <i>chi-Square test</i> $p = 0,834$ dengan taraf signifikan 0,05						

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar (75%) subyek penelitian yang positif terpapar iklan produk makanan sayur dan buah memiliki pola makan sumber serat yang negatif, sedangkan responden yang negatif terpapar iklan sayur dan buah memiliki pola makan sumber serat yang negatif sebanyak 71,2%. Hasil uji *Chi Square* menunjukkan nilai p sebesar 0,834, jadi kesimpulannya bahwa H_0 diterima yang berarti tidak ada hubungan iklan sayur dan buah dengan pola makan sumber serat.

Buah dan sayur adalah makanan yang sangat sehat dan sebaiknya dikonsumsi oleh anak-anak agar kebutuhan gizi mereka tercukupi dan optimal, namun seringkali kita mendapati anak-anak yang susah sekali mengonsumsi makanan-makanan ini karena alasan tidak suka. Kadang

anak-anak susah disuruh makan buah padahal buah banyak mengandung kalium dan vitamin. Banyak anak tidak suka makan sayur karena rasanya yang hambar padahal selain bergizi tinggi di dalam sayuran dan buah juga terdapat vitamin yang bekerja sebagai antioksidan. Antioksidan dalam sayur dan buah bekerja dengan cara mengikat lalu menghancurkan radikal bebas dan mampu melindungi tubuh dari reaksi oksidatif yang menghasilkan racun (Konimex, 2009).

Sayur dan buah adalah makanan sehat yang sangat tidak disukai anak-anak, jadi walaupun sudah dibuat menarik namun anak tetap tidak akan mengonsumsi sayur dan buah. Anak-anak mempelajari dan mengikuti apa yang dilakukan oleh orang tuanya. Jadi, agar anak Anda mau makan buah dan sayur, orang tua atau keluarga harus rutin mengonsumsi buah dan sayuran. Acara makan bersama juga jadi saat yang tepat untuk mengajarkan anak untuk menyukai buah dan sayuran. Memadupadankan rasa dapat membuat anak menyukai lebih banyak buah dan sayur. Setidaknya itulah yang dilakukan orang tua di agar anak mereka menyukai sayur bahkan yang memiliki rasa pahit sekalipun. Strategi memadupadankan rasa, antara rasa yang tidak disukai dengan yang disukai dikenal dengan nama *Associative Conditioning*. Tidak hanya anak, memadupadankan rasa juga dapat mendorong remaja menyukai buah dan sayur. Tindakan ini memiliki potensi mengubah kebiasaan makan anak, salah satunya adalah makan lebih banyak sayuran dan ini dapat mengurangi dampak obesitas pada anak

Tabel 8. Pola Makan Sumber Lain

Iklan Produk Makanan Jajanan dan Minuman	Pola Makan Sumber Lain					
	Negatif		Positif		Total	
	N	%	N	%	N	%
Negatif	8	34,8	15	65,2	23	100,0
Positif	5	21,7	18	78,3	23	100,0
Total	13	28,3	33	71,7	46	100,0
Hasil uji <i>chi-Square test</i> $p = 0,326$ dengan taraf signifikan 0,05						

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar (78,3%) subyek penelitian yang positif terpapar iklan produk makanan jajanan dan minuman memiliki pola makan sumber lain-lain termasuk makanan jajanan yang positif, sedangkan lebih dari 50% subyek yang negatif terpapar iklan produk makanan jajanan dan minuman memiliki pola makan sumber lain-lain yang positif. Hasil uji *Chi Square* menunjukkan nilai *p* sebesar 0,326, jadi dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 diterima yang berarti tidak ada hubungan iklan jajanan dan minuman terhadap pola makan lain-lain.

Sebagian besar iklan yang ditayangkan dalam program acara anak, adalah produk makanan untuk anak-anak. Menurut staf Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Sularsi, berdasarkan hasil penelitian, durasi iklannya hampir 60% dari program acara anak-anak itu sendiri. Tidaklah heran kalau anak-anak sangat mudah mengingat nama-nama jenis makanan yang sering diiklankan. Banjirnya tayangan iklan produk makanan telah membuat nama-merek makanan itu terpatri di kepala mereka. Sularsi mengatakan, jangan heran kalau mulut anak fasih mengucapkan jenis makanan, misalnya permen, coklat, makanan ringan dan lain-lain dengan merek-merek tertentu. Padahal, dengan nama-nama yang terpatri dikepalanya itu dapat membuat anak melupakan makanan pokoknya. Anak lebih suka mengonsumsi makanan yang telah dikenalnya dari iklan televisi. Anak mengidentifikasi kebutuhan mereka seperti yang ditawarkan iklan. Lebih jauh lagi, iklan juga mengajarkan anak meminta kepada orang tua untuk membelikan produk yang diiklankan. Kebiasaan ini sekaligus mempersiapkan orientasi konsumsi mereka saat dewasa dan sudah berpenghasilan nanti, yakni menempatkan iklan sebagai referensi utama dan alamiah dalam memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari, hingga pemenuhan simbol status dan gaya hidup. Kebiasaan remaja dan anak yang suka mengonsumsi makanan jajanan akibat gencarnya iklan dan ajakan teman, dapat berpengaruh terhadap status gizi remaja. Makanan jajanan ini cenderung rendah serat, rendah vitamin serta mineral, tetapi tinggi kalori, garam natrium, dan kolesterol (Haryanto, 2004). Tingkat kesukaan anak terhadap iklan produk makanan ringan melalui media televisi dengan konsumsi belum tentu sama dengan keinginan anak untuk mengonsumsi apa yang mereka lihat seperti di iklan, begitu pula sebaliknya tanpa terpapar iklan produk makanan ringan di televisi anak sudah bisa mengonsumsi makanan ringan tersebut. Salah satu faktor pendukung

dalam hal ini adalah orang tua. Saat ini banyak orang tua yang cukup khawatir dengan kandungan MSG di dalam produk makanan ringan dan mempertanyakan kandungan gizinya sehingga perilaku makanan anak mengikuti aturan orang tua.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Orang tua hendaknya memantau dan melakukan pendampingan anak saat menonton televisi dan menjelaskan pada anak tentang produk makanan yang baik untuk dirinya. Petugas kesehatan hendaknya lebih aktif melakukan skrining ke sekolah terkait dengan status gizi anak sekolah dan memberikan pemicuan tentang jenis makanan dan minuman yang berbahaya dan yang boleh dikonsumsi oleh anak dengan berbagai metode yang lebih dapat diterima oleh anak sekolah.

Hasil studi ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam penentuan kebijakan kesehatan yang berkaitan dengan gizi anak sekolah dalam usaha kesehatan sekolah. Selain itu diharapkan pada guru hendaknya membatasi jajanan yang dijual bebas yang sekiranya berbahaya bagi anak sekolah dengan menyedakan kantin sekolah sehingga angka kesakitan anak bisa dikendalikan dan status gizi siswa bisa lebih dioptimalkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Almatsier, S. (2010). *Gizi Seimbang Dalam Daur Kehidupan*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Anggraini. (2003). *Pola Makan Anak Sekolah Dasar*. Skripsi. UNY. Yogyakarta.
- Deni, M. (2013). *Cheft Arnold Tak Sembarangan Jadi Model Iklan*. <http://www.merdeka.com/artis/terkenal-chef-arnold-tak-sembarangan-jadi-model-iklan.html>, diakses 12 Januari 2014.
- Hendra. (2012). *Makanan Tak Sehat Namun Paling*. <http://hendradarso.blogspot.com/2012/12/7-makanan-tak-sehat-namun-paling.html>, 02 Februari 2014.
- Konimex. (2009). *Anak Tak Suka Makan Buah Dan Sayur Ini Trik Mengatasinya*. <http://health.detik.com/read-anak-tak-suka-makan-buah-dan-sayur-ini-trik-mengatasinya>, 02 Februari 2014.
- Kurniadarmi. (2010). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : EGC.

- Mind. (2012). *Kebiasaan makan anak usia sekolah bagian 1*. <http://jsinarharapan.co/sehat/read/kebiasaan-makan-anak-usia-sekolah-bagian-1> , diakses 02 Februari 2014.
- Mitayani & Wiwi S. (2010). *Buku Saku Ilmu Gizi*. Jakarta : Trans Info Media.
- Nursalam. (2008). *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Jakarta : Salemba Medika.
- Nursalam. (2013). *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Jakarta : Salemba Medika.
- Riyadh. (2013). *Pendidikan Gizi Dalam Pengantar Pengadaan Pangan dan Gizi*, Jakarta : Penebar Swadana.
- Saepudin. Malik. SKM, M.Kes. (2011). *Metodologi Penelitian Kesehatan Masyarakat*. Jakarta : Trans Info Media.
- Tyang, (2013). *Lauk Pauk Sehat*. <http://laukpauksehat.blogspot.com/2013/08/mengapa-ikan-laut-sangat-bermanfaat.html>, diakses 02 Februari 2014.