

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Makanan siap saji merupakan alternatif para pilihan makanan untuk orang-orang yang sibuk dan suka berperilaku konsumtif. Makanan siap saji merupakan suatu fenomena makanan di pertengahan abad ke 20-an. Dimana orang sibuk bekerja, rewel terhadap makanan, dan orang-orang yang membutuhkan kepraktisan serta tidak suka memasak (Saputro, 2000). Alat untuk mempromosikan produk makanan siap saji salah satunya adalah iklan. Iklan merupakan salah satu bentuk aktivitas komunikasi untuk mempromosikan suatu produk atau jasa. Media yang dapat digunakan untuk menyebar luaskan iklan diantaranya ada media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti koran, majalah, tabloid dan lain-lain, sedangkan media elektronik seperti televisi dan radio. Penyampaian iklan melalui media elektronik seperti televisi merupakan pilihan yang menarik dan tepat karena ada unsur hiburan dan jangkauannya lebih luas sehingga konsumen dapat dengan mudah menangkap satu produk dan jasa yang diiklankan (Kuroifah, 2014).

Dunia televisi saat ini menyajikan beragam tayangan televisi untuk anak-anak, mulai dari film animasi terkenal produksi luar negeri atau dalam negeri. Tapi dari beragam acara televisi yang menarik untuk anak-anak saat ini ternyata masih kalah mengasyikkan dengan iklan makanan siap saji di televisi karena iklan memang diciptakan sangat menggoda untuk anak-anak dengan tampilan yang ekspresif, lagu yang ceria, dan

penggunaan kalimat yang sangat akrab bagi anak-anak sehingga mudah dipahami. Anak-anak adalah target paling empuk yang disasar oleh iklan. Hal tersebut memungkinkan anak senang dan ingin mengonsumsi makanan siap saji setiap hari. Namun hal ini memiliki dampak seperti obesitas, memicu penyakit jantung, memicu hipertensi, diabetes mellitus, gagal ginjal (Kuroifah, 2014).

Hasil penelitian di Amerika Serikat mengungkapkan bahwa dalam kurun waktu 5 tahun kecenderungan terjadi peningkatan prevalensi kegemukan pada usia remaja cukup tinggi bila mereka dibiarkan tanpa upaya pencegahan sejak masa kanak-kanak. Dari 10,9% remaja 13-19 tahun yang menderita obesitas pada tahun 1996, setelah diamati 5 tahun kemudian yakni pada tahun 2001, ketika mereka berusia dewasa (19-26 tahun) prevalensi obesitas meningkat 21%. Dari yang *overweight* (BMI 25-29) menjadi obesitas sebanyak 10,4%, yang tetap obesitas 9,4% dan hanya 2,1% yang *overweight* menjadi normal (Gordon et al, 2004). Parlemen Eropa menyatakan bahwa hampir 22 juta anak di Eropa mengalami kegemukan dan obesitas, jumlah ini diperkirakan akan terus bertambah sebanyak 1,3 juta anak pada tahun 2012. Tingkat kegemukan dan obesitas pada anak di Prancis sebesar 18% dan 4%. Laporan Lembaga Survey Nutrisi dan Kesehatan (NHNS, 2004) Jepang menyebutkan bahwa prevalensi obesitas pada anak di Jepang pada tahun 2004 sebesar 8%. Peningkatan prevalensi obesitas pada anak di Jepang jauh lebih kecil dibandingkan Amerika Serikat yang mencapai 30% (Wahyu 2009).

Departemen Kesehatan RI mencatat diperkirakan 210 juta penduduk di Indonesia pada tahun 2000, jumlah penduduk yang *overweight* diperkirakan 76,7 juta (17,5%), dan penderita obesitas berjumlah lebih dari 9,8 juta (4,7%). Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada tahun 2000 di Jakarta, tingkat prevelensi obesitas pada anak remaja 12-18 tahun ditemukan 6,2% dan pada umur 17-18 tahun 11,4%. Kasus obesitas banyak ditemukan pada wanita (10,2%) dibandingkan pria (3,1%) (Siregar, 2010). Hasil penelitian di RSUD Dr. Moewardi Surakarta bahwa dari 37 subjek yang sering memiliki kebiasaan konsumsi makanan siap saji sebanyak 9 (76%) subjek, sedangkan untuk penyakit jantung koroner yang sering memiliki kebiasaan makanan siap saji sebanyak 6 (24%) subjek (Riski, 2015).

Sedangkan prevalensi diabetes di Jawa Timur sebesar 2,5% diatas rerata nasional. Demikian juga prevalensi jantung, ginjal di Indonesia juga mengalami peningkatan dan di provinsi Jawa Timur diatas rerata nasional (Kemenkes RI, 2013).

Pada tahun 2014 di poli jantung RSUD Dr. Harjono Ponorogo dari bulan Januari sampai Oktober 2014 yang mengalami PJK sejumlah 4116 orang dan terdapat rata-rata klien perbulan sejumlah 412 orang. Sedangkan untuk tahun 2013 jumlah pasien PJK yang direhospitalisasi atau mengalami kekambuhan sebanyak 29 pasien. Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa banyak dampak yang diakibatkan dari mengkonsumsi makanan siap saji sejak dini secara terus menerus seperti obesitas dan memicu penyakit jantung. Pada dasarnya disetiap sekolah-sekolah tidak

lepas dari makanan siap saji. Salah satunya di TK Dharma Wanita Kelurahan Tambakbayan Kabupaten Ponorogo. Disana banyak pertokoan yang menyediakan makanan siap saji dengan penawaran yang menggiurkan dan tempat yang strategis untuk dijangkau. Sehingga ibu dan anak menjadi tertarik untuk membeli dan mengkonsumsinya.

Jaman yang serba modern ini banyak sekali makanan dan minuman siap saji. Hal itu didukung oleh iklan yang sangat menarik baik di kalangan anak-anak maupun dewasa, sehingga cepat sekali dalam pemasarannya. Konsumsi makanan siap saji di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat baik itu diperkotaan maupun dipedesaan. Mayoritas ibu-ibu bekerja lebih menyediakan makanan praktis atau instan untuk dikonsumsi sebagai makanan anak-anaknya seperti *fried chicken*, *nugget*, dan sosis. Apabila makanan siap saji dikonsumsi secara terus menerus dapat mengganggu kesehatan anak. Hal ini dikarenakan kandungan zat yang terdapat dalam makanan siap saji seperti lemak yang dapat meningkatkan kadar kolesterol jahat dalam tubuh sehingga dapat mengganggu jalannya peredaran darah atau kandungan nutrisi yang berlebihan dapat memicu terjadinya tekanan darah tinggi. Namun efek yang terjadi pada anak yang suka mengonsumsi makanan siap saji adalah obesitas atau kelebihan berat badan. Tidak hanya obesitas atau kelebihan berat badan anak juga berkemungkinan besar bisa mengalami serangan jantung. Sudah banyak kasus kematian yang terjadi pada anak-anak dikarenakan serangan jantung mendadak dari efek mengonsumsi makanan siap saji secara berlebihan (Indarniati, 2015).

Dari dampak diatas sebagai orang tua harus selektif dan bijak serta bisa berfikir cerdas dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi sehari-hari. Memilih makanan hendaknya mengutamakan nilai gizi yang ada dalam makanan. Bukan karena trend, enak rasanya, ataupun hanya kepraktisannya saja. Bila tidak ada media masa yang memberikan edukasi untuk melindungi anak-anak dari dampak negatif iklan makanan siap saji orang tua bisa mengajak putra putrinya untuk kritis terhadap iklan saat sedang menonton televisi bersama. Tentunya edukasi yang diberikan kepada anak haruslah dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh anak. Berdasarkan uraian diatas penulis bermaksud mengadakan penelitian tentang sikap orang tua dalam menanggapi iklan makanan siap saji di TK Dharma Wanita Tambakbayan Kelurahan Tambakbayan Kabupaten Ponorogo.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Sikap Orang Tua dalam Menanggapi Iklan Makanan Siap Saji di TK Dharma Wanita Tambakbayan Kelurahan Tambakbayan Kabupaten Ponorogo?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah “Untuk Menjelaskan Sikap Orang Tua Dalam Menanggapi Iklan Makanan Siap Saji di TK Dharma Wanita Tambakbayan Kelurahan Tambakbayan Kabupaten Ponorogo”.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis

1) Bagi IPTEK

Diharapkan penelitian ini digunakan oleh institusi lain sebagai ilmu pengetahuan terkait tentang sikap orang tua dalam menanggapi iklan makanan siap saji.

2) Bagi Institusi (Fakultas Ilmu Kesehatan)

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi prodi D III Keperawatan Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang dapat digunakan sebagai studi kajian serta meningkatkan potensi mahasiswa perawat untuk memberikan penyuluhan tentang bagaimana efek makanan siap saji.

3) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah data dan informasi tentang makanan siap saji, serta sebagai bahan atau referensi data peneliti selanjutnya.

1.4.2 Manfaat praktis

1) Bagi masyarakat

Diharapkan masyarakat dapat mengerti dan memahami bahaya makanan siap saji yang telah tertera pada iklan, serta memunculkan dorongan dari masyarakat untuk selalu berupaya mencegah terjadinya penyakit yang disebabkan oleh makanan siap saji dan bisa mengurangi angka penyakit akibat makanan siap saji tersebut.

2) Bagi profesi keperawatan

Hasil penelitian ini dapat meningkatkan potensi profesi keperawatan dan mahasiswa keperawatan untuk memberikan informasi tentang bahaya makanan siap saji.

3) Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan peneliti selanjutnya sebagai referensi untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang peran dan perilaku orang tua dalam menanggapi iklan makanan siap saji.

1.5 Keaslian penelitian

- 1) Mallae Indarniati (2015) Fakultas Tehnik Universitas Negeri Yogyakarta “Pengaruh Daya Tarik Iklan Dalam Iklan Televisi Terhadap Persepsi Ibu Bekerja Dalam Mengkonsumsi Makanan *Fast Food* di dusun Wonodoro, Bambanglipuro, Bantul, Yogyakarta”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) daya tarik iklan televisi dalam mengkonsumsi makanan *fast food* berada pada kategori sedang sebesar (58,2%); (2) persepsi ibu bekerja dalam mengkonsumsi makanan *fast food* berada pada kategori sedang sebesar (70,4%); dan (3) terdapat pengaruh positif antara daya tarik iklan televisi terhadap persepsi ibu bekerja dalam mengkonsumsi makanan *fast food* mempunyai nilai positif sebesar 0,307. Perbedaanya terletak pada variabel, teknik pengumpulan data, analisa data, dan sampel. Persamaanya sama-sama meneliti tentang makanan siap saji.

- 2) Ida Cholidatul Janah (2016) “Kebiasaan Konsumsi Makanan Siap Saji Pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 1 Yogyakarta” Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian survei. Subjek penelitian ini adalah siswa kelas VIII sebanyak 156 siswa. Analisis data dilakukan dengan analisis statistik deskriptif. Hasil penelitian diketahui bahwa sikap siswa terhadap konsumsi makanan cepat saji tergolong kurang. Dengan konsumsi yang dikategorikan tinggi sejumlah 4 siswa (2,6%), kategori cukup 41 siswa (26,3%), kategori kurang 105 siswa (67,3%) dan kategori rendah 6 siswa (3,8%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa mengkonsumsi makanan cepat saji dengan frekuensi 2 kali/minggu (32,1%) dalam kategori kurang. Perbedaannya terletak pada variabel, tehnik pengumpulan data, analisa data, dan sampel. Persamaanya sama-sama meneliti tentang makanan siap saji.
- 3) Awalin Nur Islamin (2014) “Pengetahuan, Sikap, Tindakan Konsumsi Makanan dan Minuman Instan Pada Siswa Kelas XI Program Keahlian Jasa Boga Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 6 Yogyakarta”. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas XI sebanyak 108 siswa. Teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini adalah Sikap siswa kelas XI SMK 6 Yogyakarta terhadap produk makanan dan minuman instan yang berada pada kategori sangat tinggi sebanyak 8 siswa (7,4%), kategori tinggi sebanyak 41 siswa (37,9%),

dan kategori rendah sebanyak 59 orang (54,6%). Perbedaanya terletak pada variabel, tehnik pengumpulan data, analisa data, dan sampel. Persamaanya sama-sama meneliti tentang makanan siap saji.

