

PAPARAN IKLAN DAN PENGETAHUAN GIZI TERHADAP POLA KONSUMSI MAKANAN JAJANAN DAN MINUMAN SISWA SMPN 1 RENDEL

Cinta Damayanti¹, Veni Indrawati¹, Choirul Anna Nur Afifah¹, Rahayu Dewi Soeyono¹

¹Program Studi Gizi, Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, Universitas Negeri Surabaya

Korespondensi E-mail: cinta.17051334013@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Pemilihan makanan oleh remaja merupakan keputusan pribadi yang dapat dipengaruhi oleh berbagai aspek, beberapa di antaranya adalah paparan iklan dan pengetahuan gizi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh paparan iklan televisi terhadap jumlah konsumsi makanan jajanan dan minuman, mengetahui pengaruh paparan iklan televisi terhadap frekuensi konsumsi makanan jajanan dan minuman, mengetahui pengaruh pengetahuan gizi terhadap jumlah konsumsi makanan jajanan dan minuman, mengetahui pengaruh pengetahuan gizi terhadap frekuensi konsumsi makanan jajanan dan minuman siswa kelas 8 SMPN 1 Rendel, Kabupaten Tuban. Jenis penelitian kuantitatif menggunakan metode *cross sectional*, pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik *random sampling* dengan responden 80 siswa. Data paparan iklan dan pengetahuan gizi diperoleh melalui pengisian kuesioner, sedangkan untuk data pola konsumsi melalui wawancara dengan pengisian formulir SQFFQ. Analisis data menggunakan uji *Chi Square* untuk paparan iklan terhadap pola konsumsi dan *Rank Spearman* untuk pengetahuan gizi terhadap pola konsumsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan iklan tidak berpengaruh terhadap jumlah konsumsi makanan jajanan dan minuman ($p = 0,823$), paparan iklan berpengaruh terhadap frekuensi konsumsi makanan jajanan dan minuman ($p = 0,026$), pengetahuan gizi tidak berpengaruh terhadap jumlah konsumsi makanan jajanan dan minuman dengan korelasi negatif lemah ($r = -0,043$; $p = 0,704$), dan pengetahuan gizi berpengaruh terhadap frekuensi konsumsi makanan jajanan dan minuman, dengan korelasi negatif cukup ($r = -0,254$; $p = 0,023$). Sehingga dapat ditarik simpulan bahwa keterpaparan iklan dan pengetahuan gizi kurang dapat mempengaruhi jumlah konsumsi makanan jajanan dan minuman. Namun pada pengetahuan gizi bernilai negatif, yang dapat menunjukkan semakin baik pengetahuan gizi semakin sedikit atau rendah kekerapan frekuensi makanan jajanan dan minuman.

Kata Kunci: paparan iklan televisi, pengetahuan gizi, pola konsumsi.

Abstract

Food choices by adolescents are personal decisions that can be influenced by various aspects, some of which are exposure to advertising and nutritional knowledge. The purpose of this study is to determine the effect of exposure to television advertisements on the amount of snack food and beverage consumption, to determine the effect of exposure to television advertisements on the frequency of snack food and beverage consumption, to determine the influence of nutritional knowledge on the amount of snack food and beverage consumption, to find out the effect of nutritional knowledge on the amount of snack food and beverage consumption, to find out the effect of nutritional knowledge on the frequency of snack food and beverage consumption of 8th grade students of SMPN 1 Rendel, Tuban Regency. The type of quantitative research uses the cross sectional method, the research sampling uses random sampling techniques with 80 student respondents. Data on advertising exposure and nutritional knowledge were obtained through filling out questionnaires, while consumption pattern data was obtained through interviews with filling out the SQFFQ form. Data analysis uses the Chi Square test for ad exposure to consumption patterns and Rank Spearman for nutritional knowledge on consumption patterns. The results showed that exposure to advertising had no effect on the number of snack food and beverage consumption ($p = 0.823$), advertising exposure had an effect on the frequency of consumption of snack food and beverages ($p = 0.026$), nutritional knowledge had no effect on the number of snack food and beverage consumption with a weak negative correlation ($r = -0.043$; $p = 0.704$), and nutritional knowledge had an effect on the frequency of consumption of snack food and beverages, with a sufficient negative correlation ($r = -0.254$; $p = 0.023$). So it can be concluded that exposure to advertising and lack of nutritional knowledge can affect the amount of food consumption, snacks and drinks. However, nutritional knowledge has a negative value, which can show that the better the nutritional knowledge, the less or less frequent the frequency of snack foods and drinks.

Keywords: television advertising exposure, nutrition knowledge, consumption pattern.

PENDAHULUAN

Pemilihan makanan jajanan dan minuman seseorang dapat dipengaruhi beberapa faktor misalnya lingkungan,

media atau iklan, keluarga, pengetahuan dan sebagainya. Makanan selingan seperti makanan jajanan dan minuman yang diiklankan, sering menjadi pilihan remaja untuk dikonsumsi sebelum atau sesudah jam makan, baik pada

waktu istirahat saat di sekolah atau di luar sekolah. Informasi mengenai makanan jajanan mudah ditemui, salah satunya lewat tayangan iklan di televisi. Kemudahan remaja dalam mendapat informasi mengenai makanan jajanan dan minuman ditengarai sering muncul iklan di tengah tayangan televisi pada waktu menonton. Iklan (*advertising*) adalah suatu kegiatan untuk mengenalkan suatu produk atau jasa kepada orang banyak, (Girsang 2017). Pengaruh iklan televisi bergantung pada jam tayang, penempatan iklan dalam tayangan, rating acara dan frekuensi tayang (Agustiniingsasi 2017). Siswa yang sering melihat iklan pada tayangan televisi dengan intensitas sering cenderung terdorong untuk membelinya, hal ini menjadi salah satu pengaruh dalam pemilihan makanan jajanan dan minuman yang dikonsumsi, (Arfan, Mauludina dan Ridha, 2020). Hal lainnya yang dapat mempengaruhi pemilihan makanan seseorang adalah pengetahuan yang dimiliki.

Pengetahuan adalah hasil tahu seseorang terhadap suatu objek melalui indera, seperti mata dan telinga. Proses penginderaan hingga menjadi pengetahuan dapat dipengaruhi oleh intensitas perhatian dan persepsi terhadap objek, (Notoadmodjo 2010). Pengetahuan gizi adalah pengetahuan mengenai zat gizi pada makanan dan minuman yang mereka konsumsi, pengetahuan ini biasanya mereka peroleh dari keluarga, lingkungan dan proses belajar pada sekolah. Pengetahuan mengenai makanan jajanan adalah kemampuan memilih makanan jajanan dengan sumber zat gizi dan sehat, (Arianti 2019). Pengetahuan gizi siswa akan berpengaruh terhadap sikap dan perilaku dalam pemilihan makanan yang selanjutnya dapat membentuk pola konsumsi.

Pola konsumsi jajanan adalah susunan jumlah dan jenis serta frekuensi jajanan yang dikonsumsi pada waktu tertentu, (Yanti 2023). Makanan jajanan dan minuman yang dipilih dan dikonsumsi siswa sekolah dapat berkontribusi memenuhi asupan gizi harian siswa, (BPOM 2021). Peningkatan atau penurunan jumlah dan frekuensi konsumsi makanan jajanan dan minuman seseorang dapat dipengaruhi oleh tingkat stres. Stres atau gangguan emosional seseorang dapat mempengaruhi konsumsi, hal ini berkaitan dengan *emotional eating*, yaitu respon diri terhadap emosi negatif dengan cara konsumsi makanan untuk mengurangi emosi negatif tersebut, (Fitriana, Dardjito, dan Putri 2022).

Masa remaja merupakan masa pertumbuhan yang krusial bagi seseorang, perubahan hormonal, kognitif dan emosional terjadi dalam kurun waktu yang beriringan dengan kecepatan yang sama secara mendadak. Hal ini membutuhkan zat gizi untuk mendukung perubahan yang terjadi dalam tubuh, (Arianti 2019). Namun pada masa remaja ini telah tercipta suatu pola dan kebiasaan terutama dalam pemilihan makanan yang dikonsumsi, seperti makanan dengan kandungan gula, natrium dan

lemak yang tinggi namun rendah vitamin dan mineral yang banyak dijumpai pada makanan jajanan dan minuman yang diiklankan. Pemilihan makanan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pertumbuhan remaja dapat mengakibatkan berbagai masalah gizi seperti *underweight*, *overweight* bahkan obesitas, (Hadisyutno, Cerdasari, dan Riyadi 2021). Kontribusi makanan jajanan sendiri hanya berkisar di antara 15% - 20% angka kecukupan gizi, maka dari itu pentingnya pengetahuan gizi dalam membantu mengatur pemilihan makanan yang tepat bagi kebutuhan tubuh.

Melihat keberpengaruh paparan iklan televisi maupun pengetahuan gizi terhadap pola konsumsi makanan jajanan dan minuman dapat memberikan gambaran pola konsumsi siswa. Hal ini dapat mendukung penelitian selanjutnya maupun membantu melihat penyebab suatu kejadian pada siswa. Lokasi sekolah yang berdekatan dengan berbagai toko baik warung, swalayan, hingga toko retail yang juga berlokasi di lingkungan ramai penduduk, serta kantin dan koperasi siswa yang menyediakan berbagai macam makanan jajanan dan minuman dipandang sesuai untuk dilakukan penelitian untuk melihat keberpengaruh paparan iklan televisi dan pengetahuan gizi terhadap pola konsumsi makanan jajanan dan minuman siswa, khususnya pada siswa kelas 8 SMPN 1 Rengel, Kecamatan Rengel, Kabupaten Tuban.

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif menggunakan metode *cross sectional*. Penelitian dilakukan pada tanggal 5–15 Januari 2024 di SMPN 1 Rengel, Kecamatan Rengel, Kabupaten Tuban. Populasi penelitian ini adalah seluruh siswa-siswi kelas 8 SMPN 1 Rengel yang berjumlah 254. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin, didapatkan total sampel penelitian sebanyak 80 siswa kelas 8 dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*. Pengumpulan data melalui pengisian kuesioner untuk mengetahui karakteristik responden yang meliputi identitas siswa, pekerjaan orang tua dan uang saku sehari-hari siswa serta paparan iklan dan pengetahuan gizi. Sedangkan untuk pola konsumsi pengambilan data melalui wawancara dengan pengisian formulir SQFFQ. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis univariat dan analisis bivariat dengan metode uji statistik nonparametrik uji Chi Square dan Rank Spearman. Penelitian ini telah mendapatkan *ethical clearance certificate* dari Komite Etik Penelitian Kesehatan Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Airlangga dengan nomor sertifikat: 461/HRECC.FODM/V/2023 pada 4 Mei 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Karakteristik responden pada penelitian ini, meliputi:

umur siswa, jenis kelamin siswa, pekerjaan orang tua, uang saku perhari, yang akan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1 Umur dan Jenis Kelamin Siswa

Variabel	n	%
Umur (tahun)		
13	23	29
14	56	70
15	1	1
Jenis Kelamin		
Perempuan	34	43
Laki-laki	46	57
Pekerjaan Orangtua		
PNS	4	5
TNI/POLRI	1	1
Petani	18	23
Wiraswasta	33	41
Lain-lain	24	30
Uang Saku Siswa perhari		
Rp5.000,00	3	4
Rp6.000,00	1	1
Rp10.000,00	46	58
Rp12.000,00	6	8
Rp14.000,00	1	1
Rp15.000,00	20	25
Rp17.000,00	1	1
Rp20.000,00	2	3

Pada tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa rentang umur responden antara 13 sampai 15 tahun pada saat penelitian dilakukan dengan sebagian besar umur responden adalah 14 tahun (70%). Sedangkan jenis kelamin adalah laki – laki (57%) lebih banyak daripada perempuan. Pekerjaan mayoritas orangtua siswa yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah wiraswasta yaitu sebanyak 41%. Uang saku responden dalam penelitian ini cukup beragam berkisar antara Rp5.000,00 hingga Rp20.000,00. Sebagian besar uang saku siswa sebesar Rp10.000,00 sebanyak 58%.

Pengambilan data paparan iklan televisi menggunakan kuesioner berisi 6 pertanyaan. Paparan iklan dalam penelitian dimasukkan dalam dua kategori, yaitu terpapar dan tidak terpapar. Hasil paparan iklan terangkum ke dalam tabel berikut:

Tabel 2 Paparan Iklan

Variabel	n	%
Paparan Iklan		
Terpapar	33	41
Tidak Terpapar	47	59
Total	80	100

Berdasarkan tabel 2 di atas sebagian besar siswa partisipan tidak terpapar sebanyak 59%.

Pengetahuan gizi dalam penelitian dimasukkan dalam tiga kategori, yaitu baik, cukup dan kurang, dengan pengambilan data menggunakan tes. Pengetahuan gizi dalam penelitian ini terangkum ke dalam tabel berikut:

Tabel 3 Pengetahuan Gizi Siswa

Variabel	N	%
Pengetahuan Gizi		
Baik	9	11
Cukup	41	51
Kurang	30	38
Total	80	100

Berdasarkan tabel 3 di atas, sebagian besar pengetahuan gizi siswa masuk dalam kategori cukup sebanyak 51%.

Pola konsumsi dijabarkan menjadi tiga komponen yaitu, jenis, jumlah dan frekuensi. Kelompok jenis konsumsi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4 Jenis Konsumsi

Jenis Makanan Jajanan dan Minuman	n	%	
Makanan			
Coklat	Cadbury	12	15
	Choki-Choki	51	64
	Dairy Milk	12	15
	Silverqueen	27	34
Biskuit	Better	34	43
	Good Time	40	50
	Malkist	39	49
	Oreo	57	71
	Pocky	22	28
	Sari Gandum	53	66
Keripik	Lays	14	18
	Pota Bee	24	30
	Potato Chips	27	34
	Q-Tela	40	50
Wafer	Chocolatos	52	65
	Nabati Wafer	55	69
	Nissin	9	11
	Tango	41	51
Minuman			
Min. Coklat	-	0	0
Min. Isotonik	Adem Sari Chingu	27	34
	Pocari Sweat	30	38
	You C-1000	10	13
Jus dan Sari Buah	Ale-Ale	38	48
	Goodmood	12	15
	Mizone	18	23
	Nutrisari	45	56
Kopi	Good Day	39	49
	Nescafe	18	23
Sereal dan Kacang-kacangan	Sari Kac. Hijau	12	15
Susu Dan Olahhannys	Cimory Yogurt	35	44
	Indomilk	53	66
	Milo	60	75
	Yakult	50	63
Soda	Bigcola	10	13
	Cocacola	36	45

	Fanta	38	48
	Sprite	27	34
Teh	Teh Gelas	36	45
	Teh Pucuk	58	73

Hasil jenis konsumsi dapat dilihat bahwa makanan jajanan dan minuman yang sering dikonsumsi berdasarkan kelompok jenisnya adalah Choki-choki 64%, Oreo 50%, Q-tela 50%, Nabati Wafer 69%, sedangkan untuk minuman adalah Pocari Sweat 38%, Nutrisari 56%, Good Day 49%, Sari Kacang Hijau 15%, Milo 70%, Fanta 48%, dan Teh Pucuk 73%.

Jumlah konsumsi makanan jajanan dan minuman yang dikonsumsi oleh siswa dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 5 Jumlah Konsumsi

Variabel	n	%
Jumlah		
Tepat	13	16
Tidak tepat	67	84
Total	80	100

Jumlah konsumsi dikategorikan menjadi tepat dan tidak tepat ditentukan berdasarkan angka kecukupan energi yang didapatkan dari makanan selingan, yaitu sebesar 15% – 20%. Sebagian besar siswa masuk kategori tidak tepat sebanyak 67%.

Frekuensi konsumsi makanan dan minuman berdasarkan iklan dihitung berdasarkan kekerapan responden mengkonsumsi makanan jajanan dan minuman yang diiklankan dalam waktu tertentu.

Tabel 6 Frekuensi Konsumsi

Variabel	n	%
Frekuensi		
Tinggi	32	40
Rendah	48	60
Total	80	100

Frekuensi konsumsi dikategorikan menjadi dua, yaitu kategori tinggi dan kategori rendah berdasarkan rata-rata skoring pada kolom frekuensi. Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa frekuensi konsumsi masuk kategori rendah sebanyak 60%.

Tabel 7 Tabulasi Silang Paparan Iklan terhadap Jenis Konsumsi Makanan Jajanan dan Minuman

Jenis Konsumsi	Tidak Terpapar		Terpapar	
	n	%	n	%
Makanan Jajanan				
Coklat	29	36	28	35
Biskuit	32	40	31	39
Keripik	35	44	31	39
Wafer	39	49	32	40
Minuman				
Min. Coklat	0	0	0	0
Min. Isotonik	25	31	19	24
Jus & Sari Buah	32	40	25	31
Kopi	21	26	20	25

Sereal & Kacang-Kacangan	4	5	8	10
Susu & Olahannya	45	56	31	39
Soda	29	36	19	24
Teh	34	43	15	19

Tabulasi silang paparan iklan terhadap jenis konsumsi makanan jajanan dan minuman didapatkan hasil untuk makanan jajanan adalah kelompok jenis wafer untuk kategori terpapar iklan 49% dan kategori tidak terpapar iklan 40%, sedangkan jenis minuman adalah kelompok jenis susu dan olahannya untuk kategori terpapar iklan 56% dan kategori tidak terpapar iklan 39%.

Tabel 8 menunjukkan hasil uji Chi Square pada paparan iklan terhadap jumlah dan frekuensi konsumsi.

Tabel 8 Uji Chi Square

Paparan iklan	Value	Df	Asymptotic Significance (2-sided)
Jumlah	0,050	1	0,823
Frekuensi	4,952	1	0,026

Pada bagian paparan iklan terhadap jumlah dapat dilihat nilai *Asymp. Sig (2-sided)* 0,823 > 0,05, maka H_0 diterima, hasil tersebut menunjukkan bahwa paparan iklan tidak mempengaruhi jumlah konsumsi makanan jajanan dan minuman. Sedangkan untuk hasil terhadap frekuensi didapatkan hasil *Asymp. Sig (2-sided)* 0,026 < 0,05, maka H_a diterima, hasil tersebut menunjukkan bahwa paparan iklan mempengaruhi frekuensi konsumsi makanan jajanan dan minuman.

Tabel berikut ini akan memperlihatkan gambaran pengetahuan gizi terhadap jenis konsumsi makanan jajanan dan minuman.

Tabel 9 Tabulasi Silang Pengetahuan Gizi terhadap Jenis Konsumsi Makanan Jajanan dan Minuman

Jenis Konsumsi	Baik		Cukup Baik		Kurang	
	n	%	n	%	n	%
Makanan Jajanan						
Coklat	5	6	27	34	26	33
Biskuit	6	8	37	46	30	38
Keripik	5	6	32	40	19	24
Wafer	5	6	37	46	29	36
Minuman						
Min. Coklat	0	0	0	0	0	0
Min. Isotonik	4	5	21	26	17	21
Jus & Sari Buah	6	8	22	28	28	35
Kopi	1	1	20	25	20	25
Sereal & Kacang-Kacangan	1	1	5	6	6	8
Susu & Olahannya	8	10	39	49	29	36
Soda	2	3	22	28	22	28
Teh	5	6	29	36	25	31

Dapat dilihat pada tabel tabulasi silang pengetahuan gizi terhadap jenis konsumsi makanan jajanan didapatkan hasil untuk kategori baik adalah biskuit 8%, kategori cukup adalah biskuit 46% dan wafer 46%, kategori kurang biskuit 38%. Sedangkan untuk pengetahuan gizi terhadap jenis konsumsi minuman didapatkan hasil susu

dan olahannya untuk kategori baik 10%, kategori cukup 49% dan kategori kurang 36%.

Tabel berikut akan menunjukkan hasil hitung rank spearman pengaruh pengetahuan gizi terhadap jumlah dan frekuensi konsumsi.

Tabel 10 Uji Rank Spearman

Pengetahuan gizi	Correlation Coefficient	Sig. (2-Tailed)	N
Jumlah	-0,043	0,704	80
Frekuensi	-0,254*	0,023	80

Hasil pengujian yang tersaji dalam tabel di atas dapat dilihat nilai koefisien korelasi sebesar -0,043 menandakan pengaruh pengetahuan gizi yang lemah terhadap jumlah konsumsi, dengan arah korelasi negatif atau tidak searah. Sedangkan hasil sig. (2-tailed) sebesar 0,704 menunjukkan hasil yang tidak signifikan ($p > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa menerima H_0 yang berarti pengetahuan gizi tidak berpengaruh terhadap jumlah makanan jajanan dan minuman yang dikonsumsi siswa. Sedangkan untuk pengaruh pengetahuan gizi terhadap frekuensi konsumsi dapat dilihat pada kolom frekuensi didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar -0,254 menandakan pengaruh pengetahuan gizi yang cukup terhadap frekuensi konsumsi, dengan arah korelasi negatif atau tidak searah. Sedangkan hasil sig. (2-tailed) sebesar 0,023 menunjukkan hasil yang signifikan ($p < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa menerima H_a yang berarti pengetahuan gizi berpengaruh terhadap frekuensi makanan jajanan dan minuman yang dikonsumsi siswa.

Pembahasan

Gambaran Paparan Iklan terhadap Jenis Konsumsi

Tabulasi silang paparan iklan, pada kategori tidak terpapar kelompok makanan jajanan adalah wafer sebesar 49% dan kelompok minuman yaitu susu dan olahannya sebesar 56%. Sedangkan pada kategori terpapar kelompok makanan jajanan wafer 40% dan kelompok minuman susu dan olahannya 39%. Dilihat dari kesamaan jenis makanan jajanan maupun kelompok minuman di setiap kategori paparan iklan, menandakan adanya faktor lain yang terlibat, seperti ketersediaan makanan jajanan dan minuman baik di sekolah maupun luar sekolah, harga yang berkaitan dengan daya beli siswa dari uang saku, dan faktor lainnya.

Pengaruh Paparan Iklan terhadap Jumlah Konsumsi

Hasil uji Chi Square didapatkan hasil $p = 0,823$ yang menunjukkan bahwa paparan iklan tidak mempengaruhi jumlah konsumsi makanan jajanan dan minuman. Hasil tersebut selaras dengan penelitian Chelly (2018), bahwa paparan iklan tidak akan mempengaruhi konsumsi yang akan berlanjut terhadap kejadian status gizi lebih jika tidak disertai minat atau ketertarikan terhadap iklan tersebut.

Tidak adanya pengaruh paparan iklan dengan jumlah konsumsi dalam penelitian ini memberikan asumsi bahwa

semakin sering terpapar iklan tidak memberikan kontribusi dalam kenaikan jumlah konsumsi makanan jajanan dan minuman yang diiklankan tanpa diiringi minat dan keinginan membeli oleh siswa. Pengaruh lain dalam pemilihan asupan makanan jajanan dan minuman yang dikonsumsi siswa contohnya adalah pengaruh dari teman sebaya baik di lingkungan sekolah maupun lingkungan luar sekolah. Hal ini dapat disebabkan karena siswa ingin diterima dalam kelompok pertemanan. Seperti dalam penelitian Artadini (2022), terdapat hubungan antara paparan media sosial, teman sebaya dengan status gizi.

Pengaruh Paparan Iklan terhadap Frekuensi Konsumsi

Pengujian dengan Chi Square didapatkan hasil $p = 0,026$, yang menunjukkan bahwa paparan iklan mempengaruhi frekuensi konsumsi makanan jajanan dan minuman. Hal ini selaras dengan penelitian Rahman (2022) yang menunjukkan bahwa frekuensi konsumsi makanan jajanan sebanyak 4,01 lebih tinggi dibanding dari responden yang tidak terpengaruh iklan.

Frekuensi konsumsi makanan jajanan dan minuman juga bisa dipengaruhi oleh orang lain seperti keluarga atau teman sebaya. Perilaku anak usia sekolah lebih banyak dipengaruhi oleh orang-orang yang dianggap penting seperti guru dan teman sekolah, (Hateriah dan Kusumawati 2021). Frekuensi konsumsi berbagai makanan dapat dikaitkan dengan faktor-faktor lain seperti pengaruh budaya pada makanan, pengetahuan tentang manfaat makanan, pengaruh teman sebaya terhadap pilihan makanan dan makanan yang tersedia bagi siswa, (Hadisyitno, Cerdasari, dan Riyadi 2021).

Tinggi rendahnya frekuensi konsumsi makanan jajanan juga dapat dipengaruhi oleh uang saku siswa, dikaitkan dengan kemampuan siswa dalam membeli jajanan maupun minuman. Dalam penelitian menunjukkan sebagian besar uang saku siswa sebesar Rp10.000,00 (58%) dengan frekuensi konsumsi kurang dari tiga kali dalam seminggu (86%). Ada kecenderungan responden yang memiliki besar uang jajan kategori sedang lebih sering melakukan kebiasaan mengkonsumsi makanan jajanan di sekolah, (Hateriah dan Kusumawati 2021).

Gambaran Pengetahuan Gizi terhadap Jenis Konsumsi

Gambaran pengetahuan gizi terhadap jenis konsumsi makanan jajanan didapatkan hasil untuk pengetahuan gizi kategori baik adalah biskuit 8%, kategori cukup adalah biskuit 46% dan wafer 46%, kategori kurang adalah biskuit 38%. Sedangkan untuk pengetahuan gizi terhadap jenis konsumsi minuman didapatkan hasil susu dan olahannya untuk pengetahuan gizi kategori baik 10%, kategori cukup 49% dan kategori kurang 36%. Adanya kesamaan dalam pemilihan jenis makanan jajanan dan

minuman di setiap kategori pengetahuan gizi dapat menandakan adanya faktor lain dalam pemilihan makanan jajanan dan minuman, seperti pengaruh teman sebaya, lingkungan, ketersediaan dan lain sebagainya.

Pengaruh Pengetahuan Gizi terhadap Jumlah Konsumsi

Pengujian statistik pengaruh pengetahuan gizi terhadap jumlah konsumsi didapatkan hasil ($r = -0,043$; $p = 0,704$), menunjukkan bahwa pengetahuan gizi tidak signifikan sehingga tidak dapat mempengaruhi jumlah konsumsi. Hasil tersebut juga menunjukkan hubungan yang negatif atau tidak searah, yang dapat diartikan semakin baik pengetahuan gizi yang dimiliki siswa maka akan cenderung semakin rendah jumlah asupan dari konsumsi makanan jajanan dan minuman. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Tarawan (2020), yang menunjukkan hasil penelitiannya tidak ada hubungan yang signifikan antara pola konsumsi dan pengetahuan gizi. Hasil penelitian lainnya menunjukkan bahwa pengetahuan gizi seimbang yang baik tidak menjamin pemilihan makanan jajanan yang sehat, (Sulistiyadewi dan Wasita 2022).

Pengetahuan gizi yang dimiliki siswa dapat membantu mengontrol jumlah dari makanan jajanan dan minuman yang dikonsumsi Tingkat pemilihan makanan yang menjadi asupan gizi dipengaruhi oleh pengetahuan seseorang mengenai gizi. Pengetahuan gizi akan mendasari seseorang dalam menentukan bahan makanan yang sehat dan bergizi juga menentukan menu yang kemudian akan dikonsumsi.

Pengaruh Pengetahuan Gizi terhadap Frekuensi Konsumsi

Hasil uji Rank Spearman pengaruh pengetahuan gizi terhadap frekuensi konsumsi didapatkan hasil ($r = -0,254$; $p = 0,023$) menunjukkan bahwa pengetahuan gizi signifikan mempengaruhi frekuensi konsumsi, dengan tanda negatif atau tidak searah, yang berarti semakin baik pengetahuan gizi yang dimiliki siswa maka akan semakin rendah pula kekerapan frekuensi konsumsi makanan jajanan dan minuman.

Pengetahuan mengenai makanan jajanan dan minuman merupakan suatu kepandaian memilah jajan yang menjadi sumber zat gizi dan juga salah satu faktor untuk memilih makanan yang sehat. Dalam penelitian Rahman (2022), didapatkan hasil bahwa responden yang mempunyai pengetahuan gizi dan makanan yang rendah mempunyai frekuensi jajan yang sering 87%, sedangkan responden yang mempunyai pengetahuan gizi dan makanan yang tinggi mempunyai frekuensi jajan sering sebanyak 67,4%. Hal itu dapat disebabkan karena semakin rendahnya pengetahuan mengenai gizi dan makanan jajanan sehat maka semakin tinggi frekuensi konsumsi makanan tidak sehat yang dikonsumsi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada seluruh pihak SMPN 1 Rengel, terutama adik-adik kelas 8 yang sukarela meluangkan waktu dalam penelitian ini. Tidak lupa ucapan terima kasih saya haturkan kepada seluruh dosen dan pembimbing dari Prodi Gizi universitas Negeri Surabaya yang turut membimbing terkait penyusunan artikel ini.

PENUTUP

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ;

1. paparan iklan tidak berpengaruh terhadap jumlah konsumsi makanan jajanan dan minuman ($p = 0,823$),
2. paparan iklan berpengaruh terhadap frekuensi konsumsi makanan jajanan dan minuman berpengaruh ($p = 0,026$),
3. pengetahuan gizi tidak berpengaruh terhadap jumlah konsumsi makanan jajanan dan minuman dengan korelasi negatif lemah ($r = -0,043$; $p = 0,704$),
4. pengetahuan gizi berpengaruh terhadap frekuensi konsumsi makanan jajanan dan minuman, dengan korelasi negatif cukup ($r = -0,254$; $p = 0,023$).

Sehingga dapat ditarik simpulan bahwa keterpaparan iklan dan pengetahuan gizi kurang dapat mempengaruhi jumlah konsumsi makanan jajanan dan minuman. Pada hasil pengetahuan gizi bernilai negatif, yang dapat menunjukkan semakin baik pengetahuan gizi semakin sedikit atau rendah kekerapan frekuensi makanan jajanan dan minuman.

Saran

Untuk pihak sekolah disarankan untuk lebih memperhatikan makanan dan minuman yang dijual di kantin sekolah sehingga makanan dan minuman yang dikonsumsi siswa dapat terjamin. Pihak sekolah juga dapat memberikan edukasi secara berkala kepada siswa mengenai makanan dan minuman yang sehat bagi tubuh. Sedangkan Untuk siswa sebaiknya lebih memperhatikan makanan dan minuman yang dikonsumsi, perbanyak konsumsi buah dan air putih dibanding konsumsi makanan jajanan dan minuman yang dijual di kantin atau luar sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningtasi, Eriga. 2017. "Hubungan Antara Paparan Iklan Makanan Dan Minuman Ringan Di Televisi Dengan Perilaku Pemilihan Jajanan Pada Anak (Studi Analitik Pada Anak Dengan Status Gizi Lebih Sekolah Dasar Jember Lor 01 Patrang Kabupaten Jember)." : 106.
- Arfan, Iskandar, Putri Mauludina, And Abduh Ridha. 2020. "Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Konsumsi Buah Dan Sayur Pada Remaja Smp Di Kota Pontianak (Studi Kasus Pada Smp uhammadiyah 1 Dan Smp Muhammadiyah 2 Kota Pontianak)." *Jurnal Mahasiswa Dan Penelitian Kesehatan* 7(1): 23–33. [Http://Openjurnal.Unmuhpnk.Ac.Id/Index.Php/Jjum](http://Openjurnal.Unmuhpnk.Ac.Id/Index.Php/Jjum).

- Arianti, Desi. 2019. "Gambaran Pengetahuan Dan Sikap Tentang Makanan Jajanan Sehat Pada Siswa Smpn 4 Lubuk Pakam." *Politeknik Kesehatan Medan*.
- Artadini, Gagah Milenianti, Sintha Fransiske Simanungkalit, And Utami Wahyuningsih. 2022. "The Relationship Between Eating Habits, Social Media Exposure And Peers With Nutritional Status Of Nutrition Students At Upn Veteran Jakarta." *Jgk* 14(2): 317–29.
- Bpom, Ri. 2021. *Pedoman Pangan Jajanan Anak Sekolah Untuk Pencapaian Gizi Seimbang*.
- Fitriana, Vina Dina, Endo Dardjito, And Widya Ayu Kurnia Putri. 2022. "Hubungan Tingkat Stres Dengan Asupan Zat Gizi Makro Dan Pola Konsumsi Makanan Pada Mahasiswi Tingkat Akhir." *Journal Of Nutrition College* 11(3): 204–10.
- Girsang, Lasmery R M. 2017. "Pengukuran Efektivitas Iklan (Studi Komparasi : Iklan Media Cetak Dan Iklan Media Online)." 1(2): 68–86.
- Hadisyuyitno, Juin, Carissa Cerdasari, And B Doddy Riyadi. 2021. "Hubungan Pengetahuan Gizi Seimbang Dan Pola Konsumsi Makan Mahasiswa." *Jurnal Gizi Kh* 1(1): 28–32.
- Hateriah, St., And Linda Kusumawati. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Kebiasaan Konsumsi Makanan Jajanan Pada Murid Sd Negeri 1 Manarap Lama Kabupaten Banjar." *Dinamika Kesehatan Jurnal Kebidanan Dan Keperawatan* 12(1): 57–69.
- Notoadmodjo. 2010. "Metodologi Penelitian Kesehatan."
- Rahman, Muhammad Fathul, Ratih Agustin Prikhatina, And Sarah Mardiyah. 2022. "Faktor Yang Berhubungan Dengan Frekuensi Konsumsi Makanan Jajanan Pada Siswa Sdn Mekasari 03 Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi Tahun 2021." *Jurnal Ilmiah Gizi Kesehatan* 10(November): 56–67.
- Sulistiyadewi, Ni Putu Eny, And Rai Riska Resty Wasita. 2022. "Pengetahuan Gizi Seimbang Terhadap Perilaku Pemilihan Makanan Jajanan Pada Remaja Di Smk Kesehatan Bali Khresna Medika." *Jurnal Kesehatan* 10(3): 140–48.
- Tarawan, Vita Muniarti, Ronny Lesmana, Hanna Gunawan, And Julia Windi Gunadi. 2020. "Hubungan Antara Pola Konsumsi Dan Tingkat Pengetahuan Mengenai Gizi Seimbang Pada Warga Desa Cimenyan." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(2): 57–59.
- Wardaningrum, Chelly. 2018. "Hubungan Antara Paparan Iklan Junk Food Dan Frekuensi Konsumsi Junk Food Dengan Status Gizi Lebih Pada Remaja Smp Di Wilayah Kerja Puskesmas Purwosari Kota Surakarta."
- Yanti, N. K. D. W. 2023. "Hubungan Pola Konsumsi Jajanan Dan Aktivitas Fisik Dengan Obesitas Pada Remaja Di Smpn 1 Kuta."