

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Body image ataupun citra tubuh merupakan persepsi seseorang terhadap estetika tubuh mereka sendiri. Dimanaseorang memandang dirinya sendiri sertamembandingkannya dengan persepsi yang ditetapkan oleh publik. Seorang yang memiliki *body image* yang positif merasa penampilan serta tubuhnya menarik meskipun realitasnya tidak, dan seseorang yang memiliki *body image* negatif merasa penampilannya kurang meskipun penampilan dan tubuhnya telah menarik (Husna, 2013).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Irawan (2014), terhadap mahasiswa Esa Unggul menyatakan bahwa terdapat hubungan antara citra diri (*bodyimage*) dengan perilaku diet. Penelitian yang dilakukan oleh Wardani *etal* di tahun 2015, melaporkan bahwa mahasiswa pria dengan obesitas berpotensi lebih besar mempunyai *body image* negatif dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak obesitas serta mereka cenderung melakukan diet. Menurut Bestiana dalam Agustin *etal* (2019) menyatakan bahwa citra tubuh (*bodyimage*) dapat dipengaruhi oleh pikiran, pendapat dan perlakuan dari orang lain terhadap diri individu. Seorang yang peduli dengan *body image* akan lebih cermat dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi.

Makanan yang baik untuk dikonsumsi sehari-hari sangat penting dalam menentukan kesehatan tubuh. Secara biologis makanan berfungsi memenuhi kebutuhan energi, zat gizi, serta komponen kimiawi yang diperlukan oleh tubuh. Karbohidrat, protein, lemak, vitamin, mineral, air, serta enzim yang ada dalam makanan diperlukan oleh tubuh untuk menjalankan fungsi fisiologis (Kusfriadji, 2016). Informasi nilai gizi adalah label pada kemasan makanan yang mencantumkan informasi terkait kandungan gizi produknya. Label pangan dapat menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk membeli produk pangan. Keterangan pada label sangat bermanfaat bagi konsumen untuk membatasi asupan kalori atau memiliki kondisi medis.

Informasi gizi pada label pangan yang memuat gambaran isi dan kandungan gizi dari pangan tersebut ialah informasi yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen untuk memilih pangan kemasan yang sehat (UU no. 18 tahun 2014). Berdasarkan peraturan Kepala BPOM RI Nomor HK.03.1.23.11.11.09909 BAB III pasal 6 tahun 2011 tentang pengawasan klaim label dan iklan pangan olahan bahwa pangan olahan yang mencantumkan klaim dalam label dan iklan harus memenuhi persyaratan asupan persaji tidak lebih dari 13 gr lemak total, 4 gr lemak jenuh, 60 mg kolesterol dan 480 mg natrium per kemasan produk pangan (BPOM, 2011). Membiasakan

Universitas
Esa Unggul

membaca label pangan khususnya informasi nilai gizi yang tertera pada kemasan pangan perlu dilakukan untuk memudahkan konsumen memilih makanan sesuai kebutuhannya, terutama terkait makanan dengan kandungan yang perlu dibatasi seperti gula, garam, dan lemak (Kemenkes, 2014). Seseorang yang memahami gizi, mementingkan gizi dibandingkan dengan rasa ketika membeli makanan, dan percaya terdapat hubungan antara asupan makanan dengan kondisi kesehatan, lebih mungkin membaca informasi nilai gizi pada label pangan (Guthrie et al, 1995).

Perhatian konsumen terhadap label pangan kemasan masih sangat rendah. Penelitian yang dilakukan terhadap 299 konsumen di lima supermarket kota Madrid menyatakan bahwa 56,2% penduduknya tidak membaca label pangan kemasan sebagai keputusan sebelum membeli makanan kemasan (Castillo). Pada tahun 2013 Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) melaporkan bahwa 36,5% masyarakat Indonesia lebih tertarik dan memperhatikan label halal, 34,9% memperhatikan tanggal kadaluwarsa, dan 20,6% memperhatikan pencantuman nama produk. Sebesar 7,9% memperhatikan komposisi makanan dan informasi gizi. Dalam hal ini masyarakat Indonesia masih belum sadar untuk memperhatikan komposisi gizi yang tertera pada label makanan kemasan (BPKN, 2013).

Pengetahuan label pangan dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan membaca label pangan. Pada penelitian Assifa (2012), menjelaskan responden dengan tingkat pengetahuan yang baik lebih banyak membaca label pangan dibandingkan dengan responden yang tingkat pengetahuannya kurang mengenai gizi dan label pangan. Jumlah responden dengan tingkat pengetahuan baik mengenai gizi dan label pangan yang patuh membaca label pangan adalah sebanyak 57,6%, sedangkan jumlah responden dengan tingkat pengetahuan kurang mengenai gizi dan label pangan yang patuh membaca label pangan adalah sebanyak 41,4%. Pada penelitian yang dilakukan oleh Shofiyya (2017) dimana presentase yang tidak memahami isi dari label informasi gizi yang tertera pada kemasan pangan cukup tinggi yaitu sebesar 61,9%. Kepatuhan membaca label informasi nilai gizi yang rendah terjadi karena kurangnya minat konsumen untuk mencari informasi. Kurang tertariknya konsumen terhadap informasi nilai gizi disebabkan oleh kurang pemahaman label pangan dan informasi pada label yang kompleks, selain itu istilah yang digunakan sulit dipahami konsumen (Nurul et al, 2020).

Pengetahuan konsumen tentang label pangan akan membentuk sikap konsumen dalam membaca dan memahami label pangan, sehingga konsumen dapat menentukan pilihan produk pangan kemasan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen (Ayu,2014). Penelitian Singh dan Nivi (2015) menyatakan konsumen harus memiliki kemampuan membaca, menginterpretasikan serta mengevaluasi informasi nilai gizi dalam membuat keputusan

memilih produk pangan kemasan. Hasil penelitian Al-Jannah (2010) menjelaskan bahwa sikap dan perilaku yang baik tidak memiliki hubungan dengan perilaku membaca label informasi gizi pada produk pangan kemasan. Menurut Huda (2016) tidak ada hubungan sikap dengan kebiasaan membaca informasi nilai gizi.

Berdasarkan penelitian Grunert et al (2010), Devi (2013), Castillo et al (2015), dan Widia (2016) menunjukkan bahwa rata-rata perhatian dan pemahaman konsumen di supermarket terhadap label pangan kemasan dikatakan kurang. Penelitian hubungan pengetahuan label pangan, *body image* dan praktik pemilihan makanan dapat dikatakan sangat sedikit. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada konsumen *supermarket* TipTop Rawamangun untuk menggambarkan hubungan pengetahuan label pangan, *body image*, dan praktik pemilihan makanan kemasan pada konsumen.

1.2. Pembatasan Masalah

Penelitian ini membahas hubungan pengetahuan, *body image* dan praktik pemilihan makanan kemasan pada konsumen *supermarket* TipTop Rawamangun Jakarta Timur.

1.3. Rumusan Masalah

Diketahui dari hasil penelitian Devi (2013), Castello (2015), dan Widia (2016) diketahui karakteristik individu berpengaruh pada pengetahuan tentang label pangan. Pengetahuan merupakan salah satu faktor konsumen membaca label pangan dan akan berpengaruh juga dengan pemilihan makanan kemasan. Ketiga penelitian tersebut menyatakan bahwa masih banyak konsumen tidak memperhatikan atau memahami label pangan kemasan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui apakah ada hubungan antara pengetahuan labeln pangan, persepsi *body image*, dan praktik pemilihan makanan kemasan pada konsumen *supermarket* TipTop Rawamangun.

1.4. Tujuan

1.4.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan pengetahuan, *body image*, dan praktik pemilihan makanan kemasan pada konsumen.

1.4.2 Tujuan Khusus

- Mengidentifikasi karakteristik responden (umur, jenis kelamin, pekerjaan) konsumen *supermarket* TipTop Rawamangun.
- Mengidentifikasi pengetahuan tentang label pangan konsumen.
- Mengidentifikasi *body image* konsumen.
- Mengidentifikasi praktik pemilihan makanan kemasan konsumen.
- Menganalisis hubungan antara pengetahuan dan praktik pemilihan makanan kemasan pada konsumen.
- Menganalisis hubungan antara *body image* dan praktik pemilihan makanan kemasan pada konsumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Bagi Peneliti

Memberikan pengetahuan tentang penggunaan label pangan makanan untuk memilih makanan kemasan serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari *body image* dalam pemilihan makanan kemasan.

Bagi Masyarakat

Penelitian ini dilakukan untuk menginformasikan masyarakat untuk mengerti pentingnya membaca dan juga memahami isi dari label pangan sebelum memilih makanan kemasan.

1.6. Keterbaruan Penelitian

Table dibawah ini merupakan ringkasan penelitian-penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya. Sisi keterbaruan penelitian ini adalah mencoba menganalisis hubungan antara *body image* dan praktik pemilihan makanan kemasan. Penelitian ini dilakukan pada masa pandemi Covid-19 dimana hasil penelitian kemungkinan sekaligus menggambarkan perilaku pemilihan makanan kemasan pada konsumen dalam menghadapi masa pandemi.

No	Penulis	Judul	Metode	Hasil
1	Vania Chandra Devi (2013)	Praktek Pemilihan Makanan Kemasan Berdasarkan	<ul style="list-style-type: none">• Jenis penelitian Explanatory.• Metode yang digunakan adalah	<ul style="list-style-type: none">• Tingkat pengetahuan responden tentang label makanan kemasan dapat

No	Penulis	Judul	Metode	Hasil
		<p>Tingkat Pengetahuan Tentang Label Produk Makanan Kemasan, Jenis Kelamin, dan Usia Konsumen di Pasar Swalayan ADA Setia Budi Semarang</p>	<p>survey dengan pendekatan cross sectional.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisis Univariat dilakukan dengan menggunakan distribusi frekuensi dan tendensi central (mean, median, dan modus) dan standar deviasi yang disajikan dalam bentuk table. • Analisis Bivariat bertujuan untuk melihat hubungan antara dua variable, yaitu variable dependent dan independent. Uji stastitik yang digunakan adalah chi square dan korelasi pearson. 	<p>dikatakancukup baik karena 41,2% responden termasuk kategori baik dan hanya 10,3% responden kategori kurang. Bagian terbesar responden (48,5%) termasuk dalam kategori usia dewasa (26–45 tahun). Responden yang melakukan kesalahan praktek pemilihan makanan kemasandalah 51,5% sedikit lebih besar dibandingkan dengan yang benar, yaitu 48,5%.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adahubungan positif yang kuat antara tingkat pengetahuan responden tentang label makanankemasan dengan praktek pemilihan makanan kemas. • Sedangkan Jenis kelamin merupakanfaktor resiko dalam melakukan praktek pemilihan makanan kemas, dikarenakan pria lebihbanyak melakukan kesalahan dalam melakukan praktek pemilihan makanan kemasandibandingkan wanita serta usia remaja

No	Penulis	Judul	Metode	Hasil
				<p>dan lansia merupakan faktor resiko dalam melakukan praktek pemilihan makanan kemasan tetapi bukan merupakan hubungan sebab akibat yang kuat.</p>
2	Widia Oktaviana (2017)	Hubungan Antara Karakteristik Individu dan Pengetahuan Label Gizi Dengan Membaca Label Gizi Produk Pangan Kemasan Pada Konsumen di 9 Supermarket Wilayah Kota Tangerang Selatan Tahun 2016	<ul style="list-style-type: none"> • Metode yang digunakan adalah survey dengan pendekatan cross sectional • Analisis Univariat di gunakan untuk mengetahui gambaran distribusi variable dependen dan variable independen. • Analisis bivariat digunakan untuk mengetahui ada atau tidak hubungan antara kedua variable dengan uji chi square dengan derajat kepercayaan 95%. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sebagian besar konsumen di 9 supermarket wilayah kota Tangerang Selatan Jarang membaca Label Gizi pada produk pangan kemasan. • Jenis zat gizi yang sering dibawa oleh konsumen adalah jenis vitamin, protein, mineral dan karbohidrat. Sebagian besar konsumen memilih 2 alasan dalam membaca label gizi produk kemasan, adapun hanya ingin tahu dan mementingkan kondisi kesehatan saya (konsumen) merupakan alasan atau alasan utama konsumen dalam membaca label gizi. • Sebagian besar tipe produk pada jenis makanan kemasan yang sering dibeli konsumen adalah mie instan, jenis minuman susu, dan jenis makanan ringan. Membaca label gizi pada produk pangan kemasan lebih banyak mempengaruhi konsumen pada pembelian. Sebagian

No	Penulis	Judul	Metode	Hasil
				<p>besar beralasan karena konsumen tidak paham/tidak mengerti label gizi dan karena tidak cukup waktu untuk membaca label gizi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat usia dan jenis kelamin responden dengan membaca label gizi pada produk pangan kemasan. • Terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dan pengetahuan mengenai label gizi dengan membaca label gizi pada produk pangan kemasan.
3	Putri Chairah (2012)	Hubungan Gambaran <i>Body Image</i> dan Pola Makan Remaja Putri di SMAN 38 Jakarta	<ul style="list-style-type: none"> • Desain penelitian menggunakan desain deskriptif korelasi sederhana • Metode survey secara cross sectional • Metode sampel random sampling • Analisis univariat dan bivariat • Chi square 	<ul style="list-style-type: none"> • Ada hubungan bermakna antara <i>body image</i> dan pola makan. Ini artinya bahwa semakin positifnya <i>body image</i> maka semakin baik pula pola makannya. Begitu juga sebaliknya, jika <i>body image</i> negative maka semakin buruk pola makannya. • Diperolehnya nilai sebesar 66,3% hasil dari perbandingan <i>body image</i> dan pola makan. Hal ini berarti masih ada 33,7% faktor-faktor lain yang memberikan pengaruh terhadap pola makan selain <i>body image</i> seperti keluarga, budaya, agama, psikologis,

No	Penulis	Judul	Metode	Hasil
				lingkungan, media masa, pengetahuan dan pendidikan. <ul style="list-style-type: none">• Subjek penelitian ini memiliki <i>body image</i> yang baik.

Tabel 1.1 Keterbaruan Penelitian

