

# HUBUNGAN PENGETAHUAN GIZI DAN BODY IMAGE DENGAN FREKUENSI KONSUMSI FAST FOOD REMAJA PUTRI DI SMK N 4 SURAKARTA

Saferi Mardhina & Tuti Rahmawati  
STIKES PKU Muhammadiyah Surakarta

## ABSTRAK

Remaja merupakan golongan individu yang sedang mencari identitas diri salah satunya *body image* yang dimulai dari usia 12-25 tahun. Berdasarkan data Sensus Penduduk tahun 2010 jumlah remaja di Indonesia mencapai 18,5% (147 juta jiwa) dari total penduduk Indonesia. Persepsi yang salah tentang *body image* serta kurangnya pengetahuan tentang pembentukan *body image* yang baik, justru menjerumuskan remaja putri pada perilaku konsumsi makanan yang salah. Disisi lain, kurangnya pengetahuan remaja tentang gizi juga berdampak pada perilaku konsumsi, misalnya konsumsi *fast food* yang berlebihan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pengetahuan gizi dan *body image* dengan frekuensi konsumsi *fast food* remaja putri di SMK N 4 Surakarta.

Jenis penelitian ini adalah observasional dengan metode *cross sectional*. Subjek penelitian ini adalah remaja putri kelas x kompetensi keahlian Tata Boga di SMK N 4 Surakarta dengan jumlah sampel sebanyak 52 subjek. Pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah *person product moment*.

Hasil uji korelasi *person product moment* hubungan pengetahuan gizi dengan frekuensi konsumsi *fast food* diperoleh  $r_{hitung}$  sebesar 0,395 ( $p\text{-value} = 0,004$ ), sehingga terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan gizi dengan frekuensi konsumsi *fast food*. Selanjutnya hasil uji korelasi *person product moment* hubungan *body image* dengan frekuensi konsumsi *fast food* diperoleh  $r_{hitung}$  sebesar 0,432 ( $p\text{-value} = 0,001$ ), sehingga terdapat hubungan yang signifikan antara *body image* dengan frekuensi konsumsi *fast food*.

Terdapat hubungan pengetahuan gizi dan *body image* dengan frekuensi konsumsi *fast food* remaja putri di SMK N 4 Surakarta.

Kata Kunci : Pengetahuan gizi, *body image*, frekuensi konsumsi *fast food*.

## PENDAHULUAN

Remaja adalah periode yang menjembatani masa kehidupan anak dan dewasa, yang berawal dari usia 9 tahun dan berakhir di usia 18 tahun. Menurut Depkes RI tahun 2009 kategori remaja mulai dari usia 12-25 tahun (Arisman, 2004). Berdasarkan data Sensus Penduduk tahun 2010, jumlah

remaja di Indonesia mencapai 147 juta jiwa atau sekitar 18,5% dari total penduduk Indonesia.

Remaja merupakan golongan individu yang sedang mencari identitas diri, suka meniru dan mengidolakan seseorang yang berpenampilan menarik, sehingga dalam hal memilih makanan tidak lagi

didasarkan pada kandungan gizi, tetapi sekedar bersosialisasi untuk kesenangan dan supaya tidak kehilangan identitas diri. Hal ini akan mempengaruhi keadaan gizi para remaja (Khomsan, 2003).

Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (Notoatmodjo, 2003). Pengetahuan gizi berpengaruh terhadap sikap dan perilaku dalam memilih makanan. Pengetahuan gizi yang baik diharapkan mempengaruhi konsumsi makanan yang baik sehingga dapat menuju status gizi yang baik pula. Kurang cukupnya pengetahuan tentang gizi dan kesalahan dalam memilih makanan akan berpengaruh terhadap pola makan seseorang (Sedioetama, 2000).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aminah (2007) menyimpulkan bahwa ada hubungan antara tingkat pengetahuan mahasiswa tentang pola makan sehat dengan perilaku pola makan sehat pada mahasiswa kost, artinya bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan maka akan semakin baik pola makannya. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah tingkat pengetahuan maka semakin buruk pola makannya.

Salah satu aspek psikologis dari perubahan fisik pada masa pubertas adalah remaja menjadi lebih memperhatikan *body image*. Remaja putri lebih kurang puas dengan keadaan tubuhnya dan memiliki *body image* yang negatif, dibandingkan dengan remaja putra (Santrock, 2005). *Body image* adalah penilaian seseorang tentang ukuran tubuh, penampilan, dan fungsi setiap bagian tubuhnya (Kozier, 2004). Menurut Sulistyoningih (2011), *body image* pada remaja akan sangat mempengaruhi pola makannya, termasuk pemilihan bahan makanan dan frekuensi makan. Pola makan yang baik perlu dibentuk sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan gizi. Pola makan yang tidak sesuai akan menyebabkan asupan gizi berlebih atau sebaliknya.

Meningkatnya aktifitas, kehidupan sosial dan kesibukan remaja, akan mempengaruhi kebiasaan makan mereka. Pola konsumsi makanan sering tidak teratur, sering jajan, sering tidak makan pagi dan sama sekali tidak makan siang (Adriani dan Wirjatmadi, 2012). Merasa takut akan kegemukan dapat mendorong seseorang melakukan perilaku diet yang salah. Perilaku diet yang salah pada umumnya dapat mengakibatkan terjadinya masalah gangguan makan seperti anoreksia dan bulimia (Khomsan, 2003).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Chairah (2012), menyimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara *body image* dengan pola makan pada remaja putri di SMA N 38 Jakarta. Ini artinya bahwa semakin positif *body image* maka semakin baik pula pola makannya. Begitu juga sebaliknya, jika *body image* yang dimiliki negatif maka semakin buruk pola makannya..

*Fast food* adalah makanan yang tersedia dalam waktu cepat dan siap disantap. Mudah-mudahan memperoleh makanan siap saji di pasaran memang memudahkan tersedianya variasi pangan sesuai selera dan daya beli. Selain itu, pengolahan dan penyiapannya lebih mudah dan cepat, cocok bagi remaja yang selalu sibuk (Sulistijani, 2002). Menurut Khomsan (2004) kehadiran makanan cepat saji dalam industri makanan di Indonesia dapat mempengaruhi pola makan remaja di kota. Khususnya bagi remaja tingkat menengah ke atas, restoran makanan cepat saji merupakan tempat yang tepat untuk bersantai, harga yang ditawarkan sangat terjangkau dan pelayanannya cepat. *Fast food* umumnya mengandung kalori, lemak, gula dan sodium yang tinggi tetapi rendah serat, vitamin A, asam askorbat, kalsium dan folat.

Menurut penelitian Susanti (2008), menyimpulkan bahwa ada hubungan yang bermakna antara pengetahuan siswa dengan kebiasaan konsumsi makanan cepat saji. Artinya, semakin

baik pengetahuan siswa maka semakin jarang siswa untuk mengkonsumsi makanan cepat saji.

Berdasarkan hasil survey awal yang dilakukan di SMK N 4 Surakarta diketahui menunjukkan bahwa terdapat 6 orang (30%) yang memiliki pengetahuan gizi kurang, 12 orang (60%) yang memiliki pengetahuan gizi cukup dan 2 orang (10%) yang memiliki pengetahuan gizi baik. Sebanyak 8 orang (40%) yang menunjukkan *body image* yang negatif dan 12 orang (60%) yang memiliki *body image* yang positif, artinya masih ada dari beberapa pelajar yang pengetahuan gizinya kurang dan memiliki *body image* yang negatif. Berdasarkan lokasi, SMK Negeri 4 Surakarta terletak di wilayah perkotaan, selain itu disekitar sekolah banyak terdapat tempat penjualan *fast food*.

Berkaitan dengan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk menganalisis lebih lanjut tentang hubungan pengetahuan gizi dan *body image* dengan frekuensi konsumsi *fast food* remaja putri di SMK N 4 Surakarta.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian observasional dengan metode *cross sectional* yang akan menjelaskan hubungan variabel bebas yaitu pengetahuan gizi dan *body image* dengan variabel terikat yaitu frekuensi konsumsi *fast food* remaja putri. Penelitian ini menggunakan pendekatan *cross sectional* karena variabel bebas maupun variabel terikat diambil pada waktu yang bersamaan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua remaja putri kelas X kompetensi keahlian tata boga yang sekolah di SMK N 4 Surakarta yang berjumlah 109 orang, sedangkan besarnya sampel ditentukan menggunakan rumus Lamesshow (1997) dan diperoleh sampel penelitian sebanyak 52 subjek.

Analisis data dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan pengetahuan gizi dan *body image* dengan frekuensi konsumsi *fast food* remaja putri di SMK N 4 Surakarta,

data penelitian menggunakan skala data rasio sehingga dilakukan uji normalitas data. Hasil uji normalitas data dengan menggunakan uji kolmogorov-Smirnov diperoleh hasil bahwa data penelitian berdistribusi normal ( $p > 0,5$ ), maka analisis data penelitian menggunakan uji *Person Product Moment*. Pengolahan data menggunakan software program SPSS windows versi 17. Interpretasi data adalah jika  $p \geq 0,05$  berarti  $H_0$  diterima maka tidak ada hubungan pengetahuan gizi dan *body image* dengan frekuensi konsumsi *fast food* remaja putri di SMK N 4 Surakarta, sedangkan jika  $p < 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak maka ada hubungan pengetahuan gizi dan *body image* dengan frekuensi konsumsi *fast food* remaja putri di SMK N 4 Surakarta.

## HASIL PENELITIAN

Distribusi karakteristik subjek berdasarkan usia ditampilkan pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Karakteristik Subjek Berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Frekuensi	Persentase
	N	%
15	1	1,9
16	37	71,2
17	13	25
18	1	1,9
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>100</b>

Usia subjek dalam penelitian ini menunjukkan distribusi tertinggi berumur 16 tahun yaitu sebanyak 37 subjek (71,2%) dan distribusi terendah adalah usia 15 dan 18 tahun masing-masing 1 subjek (1,9%).

Distribusi subjek menurut umur menunjukkan sebagian besar subjek merupakan remaja yang berumur antara 15 – 18 tahun. Pada masa itu remaja telah memasuki masa pencarian jati diri, dimana pada masa itu tingkat aktivitas fisik dan mental remaja meningkat. Pertumbuhan dan perkembangan tersebut tentunya memerlukan asupan gizi dan energi yang cukup agar mampu menyokong pertumbuhan remaja tersebut.

Masa remaja merupakan masa terjadinya perubahan cepat dalam proses pertumbuhan fisik, kognitif dan

psikososial atau tingkah laku. Pada hakekatnya tumbuh kembang masa remaja di bagi dalam 3 tahap yaitu, masa remaja awal, menengah dan lanjut. Pada masa remaja terjadi pertumbuhan yang sangat cepat sehingga kebutuhan gizi untuk pertumbuhan dan aktivitas meningkat. Remaja umumnya mempunyai nafsu makan baik, sehingga sering mencari makanan tambahan (jajan diluar waktu makan), ketidakseimbangan asupan makan akan menimbulkan masalah gizi termasuk gizi kurang (Permaisih,2003).

## PEMBAHASAN

### Pengetahuan Gizi Subjek

Tingkat pengetahuan gizi remaja diukur berdasarkan jawaban subjek terhadap 45 pertanyaan dalam kuesioner pengetahuan gizi. Hasil pengumpulan data diperoleh skor terendah 25, skor tertinggi 43, rata-rata 35,5, median 36,00 dan standar deviasi 4,1.

Selanjutnya tingkat pengetahuan subjek dibagi dalam tiga kategori yaitu pengetahuan kurang, pengetahuan cukup dan pengetahuan baik. Selengkapnya hasil analisis data tentang tingkat pengetahuan subjek ditampilkan pada tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2. Pengetahuan Gizi Remaja

Pengetahuan Gizi	Frekuensi N	Persentase %
Kurang	4	7,7
Cukup	18	34,6
Baik	30	57,7
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa sebagian besar subjek memiliki pengetahuan gizi baik yaitu sebanyak 30 subjek (57,7%), pengetahuan gizi cukup sebanyak 18 subjek (34,6%) dan pengetahuan gizi kurang sebanyak 4 subjek (7,7%).

Distribusi jawaban responden terhadap pertanyaan kuesioner pengetahuan diperoleh persentase jawaban sebesar 33% hingga 100%. Distribusi pertanyaan dengan persentase jawaban kurang dari 50% terdapat pada tiga pertanyaan yaitu

nomor 10, 11, dan 14. Pertanyaan nomor 10, 11, dan 14 berhubungan dengan kisi-kisi konsep dasar gizi.

Pengetahuan merupakan hasil "tahu" dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indra seseorang. Kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (*overt behavior*) (Nursalam & Efendi, 2008). Tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh remaja putri tentang gizi, diperoleh dari berbagai sumber, antara lain pengalaman, informasi, budaya, dan sosial ekonomi (Sulih, 2002). Pengetahuan remaja putri tentang gizi diperoleh dari informasi-informasi yang diperoleh remaja putri dari media cetak dan elektronik.

Baiknya pengetahuan gizi subjek berhubungan dengan tersedianya fasilitas bacaan dan informasi yang ada di sekolah, seperti perpustakaan dan adanya mata pelajaran mengenai gizi. Faktor lain adalah kemudahan mencari informasi tentang gizi yang dapat diperoleh remaja dari berbagai media, baik media cetak, media visual maupun media online. Remaja-remaja saat ini pada umumnya telah memiliki kemampuan untuk mengoperasikan alat komunikasi terkini, misalnya internet baik menggunakan komputer maupun *smartphone*. Kemampuan tersebut mendukung kebutuhan remaja putri khususnya tentang cara menjaga kondisi tubuh mereka dengan mencari data-data cara merawat tubuh misalnya metode diet, jenis makanan-makanan diet, dan makanan-makanan bergizi melalui internet, sehingga pengetahuan mereka tentang gizi menjadi baik.

### Body image Subjek

Pengukuran *body image* dilakukan dengan cara menjawab kuesioner *body image* tentang evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, kecemasan menjadi gemuk dan pengkategorian ukuran

tubuh. Hasil pengukuran body image subjek diperoleh skor terendah 89, skor tertinggi 171, rata-rata 121,71, median 121,00, dan standar deviasi 19,99.

Hasil penelitian tentang *Body image* remaja ditampilkan pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Tabel *Body image*

<i>Body image</i>	Frekuensi	Persentase
	N	%
Negatif	21	40,4
Positif	31	59,6
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>100</b>

Berdasarkan hasil pengukuran *Body image* diperoleh hasil bahwa sebanyak 31 subjek (59,6%) memiliki *Body image* yang positif dan sebanyak 21 subjek (40,4%) memiliki *Body image* yang negatif. Distribusi jawaban responden terhadap pertanyaan kuesioner body image diperoleh persentase jawaban sebesar 47% hingga 93%. Distribusi pertanyaan dengan persentase jawaban kurang dari 50% terdapat pada empat pertanyaan yaitu nomor 3, 22, 35 dan 36. Pertanyaan nomor 3, 22, 35 dan 36 berhubungan dengan kisi-kisi kepuasan terhadap bagian tubuh dan kecemasan menjadi gemuk.

*Body image* seseorang khususnya pada remaja putri berhubungan dengan tingkat kepercayaan diri mereka. Semakin positif *body image* maka kepercayaan diri mereka semakin tinggi, sebaliknya semakin negatif *body image* maka kepercayaan diri mereka semakin rendah.

Surya (2009) mengemukakan bahwa seseorang akan percaya diri ketika bentuk tubuhnya sangat ideal dan orang tersebut merasa puas melihat bentuk tubuhnya, maka *body image* yang terbentukpun menjadi positif. Seorang wanita yang memiliki *body image* positif melihat tubuhnya menjadi sesuatu yang berharga. Dia tidak akan mengkritik dirinya sendiri atau membanding-bandingkannya dengan orang lain, sehingga pribadi dengan *body image* positif mampu

menemukan identitas dirinya tanpa ragu.

Pengamatan peneliti selama penelitian, menunjukkan bahwa sebagian besar subjek penelitian memiliki bentuk tubuh yang kurus dan sedang, sedangkan Jumlah subjek yang bertubuh gemuk relative sedikit. *Body image* berhubungan dengan persepsi seseorang terhadap bentuk tubuhnya yang dihubungkan dengan bentuk tubuh orang lain yang dianggap sebagai panutan atau model.

Saat ini persepsi yang ada di kalangan masyarakat dan didukung oleh media-media massa khususnya media visual mengarahkan wanita tentang tubuh yang ideal cenderung pada tubuh yang kurus. Persepsi tubuh ideal yang berkembang di masyarakat dan selanjutnya dibandingkan dengan bentuk tubuh subjek penelitian yang sebagian besar kurus dan sedang, menyebabkan *body image* sebagian subjek penelitian adalah positif.

#### Frekuensi Konsumsi *Fast food* Remaja

Hasil pengumpulan data tentang frekuensi konsumsi *fast food* pada remaja ditampilkan pada tabel 4 berikut.

Tabel 4. Frekuensi Konsumsi *Fast food*

Frekuensi Konsumsi <i>Fast food</i>	Frekuensi	Persen
	N	%
Sering	0	0
Kadang-kadang	27	51,9
Jarang	25	48,1
Tidak Pernah	0	0
<b>Total</b>	<b>52</b>	<b>100</b>

Hasil pengumpulan data penelitian tentang frekuensi konsumsi *fast food* menunjukkan sebagian besar subjek memiliki frekuensi konsumsi *fast food* dalam kategori kadang-kadang yaitu sebanyak 27 subjek (51,9%) dan sisanya 25 subjek (48,1%) dengan frekuensi jarang. Sedangkan subjek yang memiliki frekuensi konsumsi *fast food* dalam kategori sering dan tidak pernah tidak ditemukan dalam penelitian ini.

Meningkatnya aktivitas, kehidupan sosial dan kesibukan pada remaja, akan mempengaruhi kebiasaan makan remaja. Pola konsumsi makanan sering tidak teratur, sering jajan, sering tidak makan pagi dan sama sekali tidak makan siang sehingga tidak jarang remaja untuk mengkonsumsi *fast food* (Sayogo, 2006).

Faktor lain yang menyebabkan frekuensi konsumsi *fast food* pada remaja adalah kemudahan untuk menjangkau makanan *fast food* baik berupa rumah makan, resto, ataupun pedagang kaki lima yang menjajahkan makanan *fast food*. Pengamatan peneliti di lingkungan SMK N 4 Surakarta banyak dijumpai tempat-tempat yang menyediakan makanan *fast food* misalnya Burger, Donat, Ice Cream, Siomay, Batagor, dan lain-lain dengan harga yang murah dan terjangkau oleh siswa-siswi SMK N 4 Surakarta.

Kemudahan tempat-tempat penjualan dan harga yang terjangkau menjadi faktor pendorong konsumsi *fast food* pada siswi SMK N 4 Surakarta.

Distribusi frekuensi konsumsi *fast food* pada subjek penelitian menunjukkan tiga jenis *fast food* yang paling sering dikonsumsi subjek adalah susu, soto dan sop. Sedangkan tiga *fast food* yang paling jarang dikonsumsi oleh subjek penelitian adalah spageti, sandwich dan pizza.

#### Hubungan Pengetahuan Gizi dengan Frekuensi Konsumsi *Fast food*

Pengujian hubungan pengetahuan gizi dan frekuensi konsumsi *fast food* menggunakan uji korelasi *product moment*, hal tersebut disebabkan ketiga data penelitian yaitu pengetahuan gizi, *Body image* dan frekuensi konsumsi *fast food* berdistribusi normal.

Selanjutnya hasil analisis tentang hubungan pengetahuan gizi dengan frekuensi konsumsi *fast food* ditampilkan pada tabel 5 berikut.

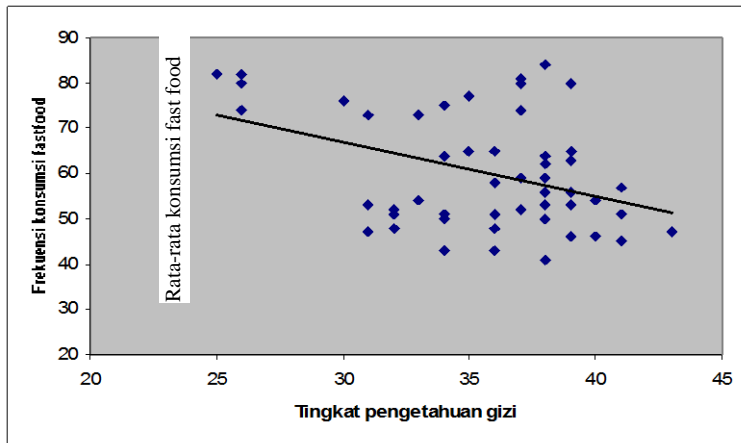
Tabel 5. Persentase Frekuensi Konsumsi *Fast Food* Berdasarkan Pengetahuan Gizi

Pengetahuan Gizi	Frekuensi konsumsi <i>fast food</i>					
	Kadang-kadang		Jarang		Total	
	N	%	N	%	N	%
Kurang	4	100	0	0	4	100
Cukup	5	28	13	72	18	100
Baik	5	17	25	83	30	100
Jumlah	27	48	25	52	52	100

Hasil tabulasi silang hubungan pengetahuan gizi dengan frekuensi konsumsi *fast food* menunjukkan subjek dengan pengetahuan kurang semuanya memiliki frekuensi konsumsi *fast food* dalam kategori kadang-kadang yaitu sebanyak 4 subjek (100%), selanjutnya pada kategori pengetahuan cukup sebagian besar

memiliki frekuensi konsumsi *fast food* dalam kategori jarang yaitu sebanyak 13 subjek (72%) dan kadang-kadang sebanyak 5 subjek (28%), dan pada tingkat pengetahuan baik sebagian besar memiliki frekuensi konsumsi *fast food* dalam kategori jarang yaitu sebanyak 25 subjek (83%) dan kadang-kadang sebanyak 5 subjek (17%).

Grafik 1. Frekuensi Konsumsi *Fast food* ditinjau dari Pengetahuan Gizi



$r_{hitung}$	= -0,395
$p$ -value uji <i>chi square</i>	= 0,004
Keputusan	= $H_0$ ditolak

Hasil uji korelasi *product moment* diperoleh nilai  $r_{hitung}$  sebesar -0,395 dengan tingkat signifikansi ( $p$ -value) 0,004. Nilai  $p$ -value < 0,05 (0,004 < 0,05) sehingga keputusan uji adalah  $H_0$  ditolak, maka disimpulkan terdapat hubungan pengetahuan gizi dengan frekuensi konsumsi *fast food* remaja putri di SMK N 4 Surakarta.

Selanjutnya berdasarkan nilai koefisien korelasi yang negative (-0,395) maka disimpulkan bahwa arah hubungan pengetahuan tentang gizi dengan frekuensi konsumsi *fast food* adalah berlawanan, yaitu semakin baik tingkat pengetahuan gizi, maka frekuensi konsumsi *fast food* semakin rendah.

Pengetahuan gizi remaja putri berhubungan dengan pemahaman remaja putri tentang asupan gizi yang dibutuhkan tubuhnya untuk mencapai tingkat sehat atau tingkat bentuk tubuh yang ideal. Pengetahuan gizi mempengaruhi pemilihan jenis-jenis dan jumlah makanan tertentu yang harus dikonsumsi oleh remaja putri untuk mencapai bentuk tubuh yang diinginkannya.

Salah satu penyebab timbulnya masalah gizi adalah pengetahuan gizi yang rendah dan kebiasaan makan yang salah. Pengetahuan dan praktik gizi yang rendah antara lain seperti perilaku menyimpang dalam memilih

makanan. Pengetahuan gizi menentukan mudah tidaknya seseorang memahami manfaat kandungan gizi dari makanan yang dikonsumsi. Titis (2012) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa motivasi remaja dalam mengkonsumsi makanan cepat saji yaitu meniru orang lain, pergaulan, ajakan teman, dan kesenangan. Selain itu terdapat faktor lain yaitu media seperti iklan. Iklan mempengaruhi konsumsi *fast food* remaja, dimana semakin banyak iklan yang dilihat oleh remaja maka tinggi konsumsi *fast food* remaja.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian Titis (2012) tentang hubungan pengetahuan, uang saku, motivasi, promosi dan *peer group* dengan frekuensi konsumsi makanan cepat saji pada remaja putri.

Penelitian ini menyimpulkan terdapat hubungan pengetahuan, uang saku, promosi dan *peer group* terhadap frekuensi konsumsi makanan cepat saji.

#### Hubungan *Body image* dengan Frekuensi Konsumsi *Fast food*

Hasil analisis tentang hubungan *body image* dengan frekuensi konsumsi *fast food* ditampilkan pada tabel 6 berikut.

Tabel 6. Persentase Frekuensi Konsumsi *Fast Food* Berdasarkan *Body Image*

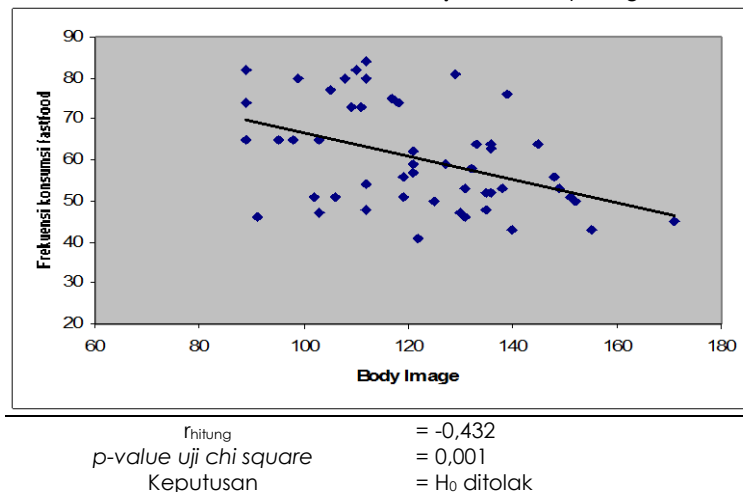
Body image	Frekuensi konsumsi fast food				Total	
	Kadang-kadang		Jarang		N	%
	N	%	N	%		
Negatif	14	67	7	33	21	100
Positif	13	42	18	58	31	100
Jumlah	27	52	25	48	52	100

Hasil tabulasi silang hubungan *body image* dengan frekuensi *fast food* menunjukkan subjek dengan *body image* negatif sebagian besar memiliki frekuensi konsumsi *fast food* dalam kategori kadang-kadang yaitu sebanyak 14 subjek (67%), selanjutnya pada kategori *body image* positif

sebagian besar memiliki frekuensi konsumsi *fast food* dalam kategori jarang yaitu sebanyak 18 subjek (58%).

Selanjutnya untuk memudahkan membaca perbandingan frekuensi konsumsi *fast food* ditinjau dari *body image* ditampilkan pada grafik 2 berikut.

Grafik 2. Frekuensi Konsumsi *Fast food* ditinjau dari *Body Image*



Grafik frekuensi konsumsi *fast food* ditinjau dari *body image* menunjukkan adanya garis trend (trendlines) yang negatif, yaitu semakin tinggi skor *body image* maka semakin rendah skor frekuensi konsumsi *fast food*. Berdasarkan garis trend tersebut, maka semakin tinggi *body image* subjek maka kategori frekuensi konsumsi *fast food* semakin jarang (1-2 kali/minggu).

Hasil uji korelasi *chi square* diperoleh nilai  $r_{hitung}$  sebesar -0,432 dengan tingkat signifikansi ( $p\text{-value}$ ) 0,001, maka terdapat hubungan *Body image* dengan frekuensi konsumsi *fast food* remaja putri di SMK N 4 Surakarta.

Selanjutnya berdasarkan koefisien korelasi *product moment* hubungan *body image* dengan frekuensi konsumsi *fast food* adalah

negatif, artinya arah hubungan *body image* dengan frekuensi konsumsi *fast food* adalah berlawanan, yaitu semakin tinggi *body image* remaja maka frekuensi konsumsi *fast food* semakin rendah.

Ukuran dan bentuk tubuh menjadi sesuatu yang penting bagi seorang wanita, terutama jika dihubungkan dengan penampilan. Bagi para wanita, mulai usia remaja sampai dewasa menganggap bahwa ukuran dan bentuk tubuh yang ideal sangat menunjang penampilan. Wanita dengan bentuk tubuh yang ideal dinilai lebih menarik, salah satu alasannya karena bisa menggunakan berbagai macam jenis dan model pakaian sesuai dengan yang mereka inginkan. Oleh karenanya, memiliki *body image* yang ideal sangat diharapkan oleh para wanita.

Burn (1993) berpendapat bahwa *body image* merupakan gambaran yang dimiliki seseorang mengenai dirinya sendiri sebagai makhluk yang berfisik, sehingga *body image* sering dikaitkan dengan karakteristik-karakteristik fisik, termasuk didalamnya penampilan secara umum, ukuran tubuh dan berat tubuh, sosok dan bentuk tubuh serta detail-detail tubuh. *Body image* terkait dengan gambaran seberapa jauh individu merasa puas terhadap bagian-bagian tubuh dan penampilan fisik secara keseluruhan.

Penampilan yang ideal menurut para wanita bukan hanya dinilai dari sebagian tubuh saja namun secara keseluruhan, sehingga penampilan meliputi keadaan wajah, kehalusan kulit, warna kulit, tinggi badan dan berat badan.

Banyak para subjek yang beranggapan dengan memiliki penampilan menarik maka mereka akan mudah diterima di masyarakat dan akan mendapatkan perlakuan baik. Para wanita yang merasa tubuhnya masih belum ideal, seringkali merasa kurang percaya diri. Mereka suka menutupi atau menyamarkan bagian-bagian tubuh yang tidak mereka sukai, biasanya dengan cara menggunakan pakaian tertentu yang dapat menyembunyikan "kekurangan" fisiknya.

Ketidaksesuaian antara tubuh yang dipersepsi dengan gambaran tubuh idealnya akan memunculkan ketidakpuasan terhadap tubuhnya yang akan mendorongnya untuk merubah penampilan, salah satunya dengan melakukan diet. Perilaku diet merupakan usaha sadar seseorang dalam membatasi dan mengontrol makanan yang akan dimakan dengan tujuan untuk mengurangi dan mempertahankan berat badan.

Pola diet yang salah ditunjukkan dengan perilaku makan yang tidak teratur dan sering melewatkan makan tertentu, misalnya makan malam karena takut akan menjadi gemuk. Ketakutan akan menjadi gemuk menyebabkan remaja melewatkan waktu makan dan perilaku ini

dianggap sebagai langkah awal untuk menurunkan berat badan. Selain makan malam, remaja juga sering melewatkan makan pagi, dimana tidak makan pagi justru dapat menyebabkan kegemukan, hal ini disebabkan rasa lapar yang diakibatkan tidak makan dipagi hari menyebabkan lebih banyak ngemil di siang hari salah satunya adalah mengkonsumsi *fast food* (Kandiah, 2004).

## **PENUTUP**

### Kesimpulan

1. Tingkat pengetahuan gizi remaja putri di SMK N 4 Surakarta sebagian besar adalah baik (57,7%).
2. *Body image* pada remaja putri di SMKN 4 Surakarta sebagian besar adalah positif (59,6%)%, artinya remaja putri di SMKN 4 Surakarta merasa puas dengan *body image* yang dimiliki saat ini.
3. Frekuensi konsumsi *fast food* remaja putri di SMK N 4 Surakarta sebagian besar adalah kadang-kadang (51,9%) yaitu 3-4 kali/minggu.
4. Terdapat hubungan pengetahuan gizi dengan frekuensi konsumsi *fast food* remaja putri di SMK N 4 Surakarta. Hubungan pengetahuan tentang gizi dengan frekuensi konsumsi *fast food* adalah negatif, artinya arah hubungan pengetahuan tentang gizi dengan frekuensi mengkonsumsi *fast food* adalah berlawanan, yaitu semakin tinggi pengetahuan remaja tentang gizi maka frekuensi mengkonsumsi *fast food* semakin rendah.
5. Terdapat hubungan *body image* dengan frekuensi konsumsi *fast food* remaja putri di SMK N 4 Surakarta. Hubungan *body image* dengan frekuensi konsumsi *fast food* adalah negatif, artinya arah hubungan *body image* dengan frekuensi konsumsi *fast food* adalah berlawanan, yaitu semakin tinggi *body image* remaja maka

frekuensi konsumsi *fast food* semakin rendah.

#### Saran

1. Remaja putri hendaknya aktif mencari informasi-informasi yang berhubungan dengan pengetahuan gizi, pengetahuan tersebut remaja putri dapat mengatur pola makan yang sehat. Selain itu remaja putri untuk lebih menerima bentuk tubuh yang dimiliki saat ini dengan lebih membuka diri dan belajar beradaptasi dengan lingkungan dan melakukan kegiatan-kegiatan yang positif.
2. Pihak sekolah bekerja sama dengan instansi kesehatan terkait misalnya Puskesmas untuk mensosialisaikan pola hidup yang sehat kepada remaja putri, khususnya yang berkaitan dengan pola makan yang benar sehingga dapat tercapai hidup yang sehat secara fisik dan psikis.
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi pijakan awal untuk mengembangkan penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan frekuensi konsumsi *fast food*, misalnya faktor *peer group*, perilaku diet, asupan makan dan sebagainya

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, M dan Wirjatmadi, B. 2012. *Peranan Gizi Dalam Siklus Kehidupan*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Aminah, S. 2007. *Hubungan Antara Tingkat Pengetahuan Dengan Perilaku Pola Makan Sehat Pada Mahasiswa Kost Di Kelurahan Tembalang Kecamatan Tembalang Kota Semarang*. Tesis. Universitas Diponegoro
- Arisman. 2004. *Gizi Dalam Daur Kehidupan*. Jakarta : EGC.
- Burns, R. 1993. *Konsep Diri : Teori, Pengukuran, Pertimbangan dan Perilaku (Penerjemah : Eddy)*. Jakarta : Arcan
- Chairiah, P. 2012. *Hubungan Gambaran Body Image Dan Pola Makan Remaja Putri Di SMA N 38 Jakarta*. Skripsi. Program Studi Keperawatan Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia.
- Kandiah, M., Wan, PL., Taib, MNM. 2004. *Bodi Image Perception, Dietary Practices, and Phphysical Activity of Overwiegth and Normal Weight Malaysian Female Adolescents*. *Malaysian Journal Nutrition*
- Khomsan, A. 2003. *Pangan Dan Gizi Untuk Kesehatan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kozier, B. 2004. *Fundamental Of Nursing : Concepts, Process, And Practise (7 ed)*. New Jersey : Pearson Education Inc.
- Notoatmodjo, S. 2003. *Ilmu Kesehatan Masyarakat Prinsip-Prinsip Dasar*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Nursalam dan Effendi, F. 2008. *Pendidikan Dalam Keperawatan*. Jakarta : Salemba Medika
- Permaesih, 2003. *Status Gizi Remaja dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*. <http://digilib.Litbang.Depkes.go.id>
- Santroek, J.W. 2005. *Adolescence (Perkembangan Remaja)*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Sayogo, S. 2006. *Gizi Remaja Putri*. Jakarta : FKUI
- Sedioetama. 2000. *Ilmu Gizi Untuk Mahasiswa Dan Profesi Di Indonesia*. Jakarta : PT. Dian Rakyat.
- Suliha. 2002. *Pendidikan Kesehatan Dalam Keperawatan*. Jakarta : EGC
- Sulistijani, DA. 2002. *Sehat dengan Menu Berserat*. Jakarta : Trubus Agriwidya dan Pustaka Pembangunan Swadaya Nusantara
- Sulistyoningsih, H. 2011. *Gizi Untuk Kesehatan Ibu Dan Anak*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Surya, H. 2009. *Menjadi Manusia Pembelajar*. Jakarta : Gramedia
- Susanti, E. 2008. Skripsi. *Beberapa Faktor yang Berhubungan dengan Kebiasaan Konsumsi*

*Makanan Cepat Saji (Fast Food) Siswa SMAN 4 Jember.* Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Jember.  
Titis, R. 2012. *Hubungan Pengetahuan, Uang Saku, Motivasi, Promosi dan Peer*

*Group dengan Frekuensi Konsumsi Makanan Cepat Saji (Western Fast Food) pada Remaja Putri.* Artikel Ilmiah. Semarang : Program Studi Ilmu Gizi, Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro.