

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Telaah Pustaka

##### 1. Pengetahuan

###### a. Pengertian pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil “tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan pada objek terjadi melalui panca indera manusia yakni penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba dengan sendiri. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan merupakan domain sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang<sup>13</sup>.

###### b. Tingkatan pengetahuan

Pengetahuan yang tercakup dalam domain kognitif mempunyai 6 tingkatan, yaitu tahu (*know*), memahami (*comprehension*), aplikasi (*application*), analisis (*analysis*), sintesis (*synthesis*), dan evaluasi (*evaluation*)<sup>13</sup>.

###### 1) Tahu (*know*)

Tahu diartikan sebagai suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya dengan mengingat kembali (*recall*) terhadap suatu yang spesifik dan seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima.

## 2) Memahami (*Comprehension*)

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikan materi tersebut secara benar. Orang yang telah paham terhadap objek atau materi dapat menjelaskan, menyebutkan contoh, menyimpulkan, meramalkan dan sebagainya terhadap objek yang dipelajari.

## 3) Aplikasi (*Application*)

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi sebenarnya. Aplikasi disini merupakan aplikasi atau penggunaan hukum-hukum, rumus, metode, prinsip, dan sebagainya dalam konteks lain.

## 4) Analisis (*Analysis*)

Analisis adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek ke dalam komponen-komponen, tetapi masih di dalam suatu struktur organisasi, dan masih ada kaitannya satu sama lain. Kemampuan analisis ini dapat dilihat dari penggunaan kata kerja, seperti dapat menggambar, membedakan, memisahkan, mengelompokkan, dan sebagainya.

## 5) Sintesis (*Synthesis*)

Sintesis menunjuk kepada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu

bentuk keseluruhan yang baru. Dengan kata lain sintesis adalah suatu kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formulasi-formulasi yang ada.

6) Evaluasi (*Evaluation*)

Evaluasi berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan justifikasi atau penilaian terhadap suatu materi atau objek. Penilaian-penilaian itu didasarkan pada suatu kriteria yang telah ada.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan dijelaskan sebagai berikut ini<sup>14</sup>.

- 1) Pendidikan, pendidikan berarti bimbingan yang diberikan seseorang pada orang lain terhadap suatu hal agar dapat dipahami. Semakin tinggi pendidikan seseorang semakin mudah pula seseorang tersebut menerima informasi yang pada akhirnya memperbanyak pengetahuan yang dimilikinya. Sebaliknya jika seseorang dengan tingkat pendidikan yang rendah maka mereka akan lebih sulit menerima informasi yang diberikan pada mereka.
- 2) Pekerjaan, lingkungan pekerjaan dapat menjadikan seseorang memperoleh pengalaman dan pengetahuan baik secara langsung maupun secara tidak langsung.
- 3) Umur, seseorang semakin bertambah umur maka akan terjadi perubahan pada aspek fisik dan psikologis (mental).

- 4) Minat, sebagai suatu kecenderungan atau keinginan yang tinggi terhadap sesuatu. Minat menjadikan seseorang untuk mencoba dan menekuni suatu hal dan pada akhirnya diperoleh pengetahuan yang lebih dalam.
- 5) Pengalaman, adalah suatu kejadian yang pernah dialami seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Ada kecenderungan pengalaman yang kurang baik yang terjadi pada seseorang maka akan berusaha untuk melupakan, namun jika pengalaman terhadap sesuatu baik untuk menyenangkan maka secara psikologis akan timbul kesan sangat mendalam dan membekas dalam emosi kejiwaannya, dan akhirnya dapat pula membentuk sikap positif dalam kehidupannya.
- 6) Kebudayaan lingkungan sekitar, kebudayaan dimana kita hidup dan dibesarkan mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan sikap kita.
- 7) Informasi, kemudahan seseorang untuk memperoleh pengetahuan yang baru.

## 2. Media Promosi Kesehatan

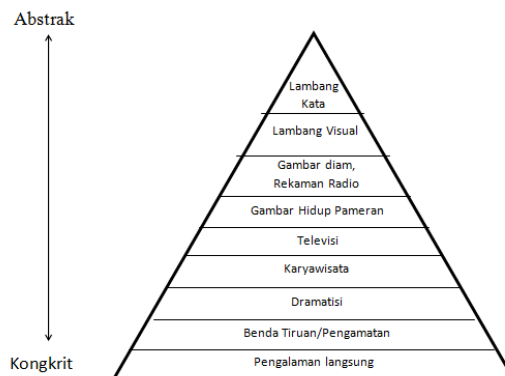
### a. Pengertian

Media atau alat peraga dalam promosi kesehatan dapat diartikan sebagai alat bantu untuk promosi kesehatan yang dapat dilihat, didengar, diraba, dirasa, atau dicium, untuk memperlancar komunikasi dan penyebarluasan informasi<sup>15</sup>.

Alat peraga ini disusun berdasarkan prinsip bahwa pengetahuan yang ada pada setiap manusia diterima atau ditangkap melalui panca indera. Semakin banyak indera yang digunakan untuk menerima sesuatu maka semakin banyak dan semakin jelas pula pengetahuan yang diperoleh<sup>16</sup>.

b. Intensitas Alat Peraga

Alat peraga atau media mempunyai intensitas yang berbeda dalam membantu permasalahan seseorang. Elgar Dale membagi alat peraga tersebut menjadi 11 macam dan sekaligus menggambarkan tingkat intensitas tiap-tiap alat tersebut dalam sebuah kerucut<sup>17</sup>.



Gambar 1. Kerucut Pengalaman Edgar Dale

Dari kerucut tersebut dapat dilihat bahwa alat peraga yang memiliki tingkat intensitas paling tinggi adalah benda asli dan yang memiliki intensitas paling rendah adalah kata-kata. Hal ini berarti bahwa penyampaian materi hanya dengan kata-kata saja kurang efektif<sup>17</sup>.

Dalam rangka promosi kesehatan, masyarakat sebagai konsumen juga dapat dilibatkan dalam pembuatan alat peraga (alat bantu pendidikan). Untuk itu peran petugas kesehatan bukan hanya membimbing dan membina, tetapi juga memotivasi mereka sehingga meneruskan informasi kesehatan kepada anggota masyarakat yang lain<sup>16</sup>.

c. Fungsi media

Media berfungsi untuk memperjelas pesan-pesan yang akan disimpulkan, disamping itu pula media dapat menambah efektivitas proses pendidikan<sup>18</sup>. Fungsi media antara lain:

- (1) Menumbuhkan minat kelompok sasaran;
- (2) Membantu kelompok sasaran untuk mengerti lebih baik;
- (3) Membantu kelompok sasaran untuk dapat mengingat lebih baik;
- (4) Membantu kelompok sasaran untuk meneruskan apa yang telah diperoleh kepada orang lain;
- (5) Membantu kelompok sasaran untuk menambah dan membina sikap baru;
- (6) Merangsang kelompok sasaran untuk melaksanakan apa yang telah dipelajarinya;
- (7) Dapat membantu mengatasi hambatan bahasa;
- (8) Dapat mencapai sasaran lebih banyak;
- (9) Membantu kelompok sasaran untuk belajar lebih banyak.

d. Jenis media

Jenis-jenis media pembelajaran berdasarkan bentuknya dijelaskan sebagai berikut ini<sup>15</sup>.

- 1) Media visual, contohnya grafik, diagram, *chart*, bagan, poster, kartun, komik.
- 2) Media auditif, contohnya radio, *tape recorder*, laboratorium bahasa, dan sejenisnya.
- 3) *Projected still media: slide, over head proyektor (OHP), in focus* dan sejenisnya.
- 4) *Projected motion media*, contohnya film, televisi, video (VCD, DVD, VTR), komputer, dan sejenisnya.

Macam-macam media yang digunakan dalam proses pembelajaran dapat dijelaskan sebagai berikut ini<sup>15</sup>.

- 1) Media nonproyeksi seperti foto, diagram, display, dan model.
- 2) Media proyeksi seperti *slide, oberhead transparency (OHT)*, proyeksi komputer.
- 3) Media audio seperti kaset dan *compact disc (CD)*.
- 4) Media bergerak seperti video dan film.
- 5) Pembelajaran yang dimediasi komputer.
- 6) Multimedia dan hypermedia berbasis komputer.
- 7) Media seperti radio dan televisi digunakan untuk pembelajaran jarak jauh.

e. Kriteria Memilih Media

Kriteria yang patut diperhatikan dalam memilih media dapat dijelaskan sebagai berikut ini<sup>15</sup>.

- 1) Sesuai dengan tujuan atau standar kompetensi yang ingin dicapai. Media dipilih berdasarkan tujuan atau standar kompetensi yang telah ditetapkan yang secara umum mengacu kepada salah satu atau gabungan dari dua atau tiga ranah kognitif, afektif, dan psikomotor.
- 2) Tepat untuk mendukung isi pelajaran yang sifatnya fakta, konsep, prinsip, atau generalisasi.
- 3) Pengelompokkan sasaran. Media yang afektif untuk kelompok besar belum sama efektifnya jika digunakan pada kelompok atau perorangan.
- 4) Mutu teknis, pengembangan visual baik gambar maupun fotografi harus memenuhi persyaratan teknis tertentu. Misalnya, visual pada slide yang ditonjolkan dan ingin disampaikan tidak boleh terganggu oleh elemen lain yang berupa latar belakang.

f. Media *Leaflet*

*Leaflet* adalah suatu bentuk media publikasi yang berupa selebar kertas yang berisi tulisan 200 – 400 kata tentang sesuatu masalah khusus untuk suatu sasaran dan tujuan tertentu dengan ukuran 20 x 30 cm. isi harus bisa ditangkap dengan sekali baca.



Penyebarannya dengan cara dibagi-bagikan kepada pengunjung pameran<sup>15</sup>.

Kelebihan menggunakan media *leaflet*, yaitu: (1) dapat disimpan dalam waktu lama; (2) lebih informatif dibanding dengan poster; (3) dapat dijadikan sumber pustaka/referensi; (4) dapat dipercaya, karena dicetak oleh lembaga resmi; (5) jangkauan dapat lebih luas, karena satu leaflet mungkin dibaca oleh beberapa orang; (6) penggunaan dapat dikombinasikan dengan media lain; (7) mudah dibawa kemana-mana sedangkan kelemahan dari media *leaflet*, yaitu: (1) hanya bermanfaat untuk orang yang melek huruf dan tidak dapat dipakai oleh orang yang buta huruf; (2) mudah tercecer dan hilang; dan (3) perlu persiapan khusus untuk membuat dan menggunakannya<sup>18</sup>.

g. Media Video

Video merupakan media audio visual yang semakin populer dalam masyarakat. Pesan yang disajikan bisa bersifat fakta maupun fiktif yang bisa bersifat informatif, edukatif, maupun instruksional<sup>14</sup>. Kelebihan dari media video, yaitu: (1) dapat menarik perhatian untuk periode-periode yang singkat dari rangsangan luar lainnya; (2) dengan alat perekam pita video sejumlah besar penonton dapat memperoleh informasi dari ahli-ahli atau spesialis; (3) demonstrasi yang sulit bisa dipersiapkan dan direkam sebelumnya, sehingga pada waktu mengajar bisa dipersiapkan dan direkam pada

penyajianya; (4) kamera TV bisa mengamati lebih dekat objek yang bergerak atau objek yang berbahaya; (5) kontrol sepenuhnya ditangan pemateri; (6) ruangan tidak perlu digelapkan; (7) menghemat waktu dan rekaman dapat diputar berulang-ulang; dan (8) keras lemah suara yang ada bisa diatur dan disesuaikan bila akan disisipi komentar yang akan didengar. Sedangkan kelemahan dari media video, yaitu: (1) perhatian penonton sulit dikuasai; (2) sifat komunikasinya yang satu arah haruslah diimbangi dengan pencarian bentuk umpan balik yang lain; (3) kurang mampu menampilkan objek yang disajikan secara sempurna; (4) memerlukan peralatan yang mahal dan kompleks; dan (5) penayangannya juga terkait peralatan lainnya, misal video player, layar bagi kelas besar beserta LCD, dan lain sebagainya.

### 3. Penyuluhan

#### a. Pengertian penyuluhan

Penyuluhan gizi merupakan proses belajar untuk mengembangkan pengertian dan sikap yang positif terhadap gizi agar yang bersangkutan dapat memiliki dan membentuk kebiasaan makan yang baik dalam kehidupan sehari-hari. Penyuluhan gizi merupakan salah satu program gizi pada khususnya dan program kesehatan pada umumnya<sup>18</sup>.

Umumnya pendekatan penyuluhan gizi merupakan pendekatan kelompok. Penyuluhan gizi tidak dapat berdiri sendiri

dengan program kesehatan lainnya. Langkah awal dalam penyuluhan gizi adalah merencanakan penyuluhan. Perencanaan penyuluhan harus didasarkan pada pengetahuan yang cukup tentang masalah gizi yang akan ditanggulangi, program gizi yang akan ditunjang, daerah yang membutuhkan penyuluhan gizi, sasaran dan prasarana yang diperlukan, cara membuat perencanaan penyuluhan gizi yang baik, dan dasar-dasar penyuluhan gizi. Perencanaan penyuluhan gizi yang baik sudah harus mengandung unsur evaluasi atau penilaian. Penilaian tersebut meliputi unsur individu yang akan menilai, materi yang akan dinilai, waktu pelaksanaan penilaian, instrumen penilaian, standar penilaian, dan lain-lain<sup>18</sup>.

- b. Tujuan penyuluhan secara khusus<sup>18</sup>
  - 1) Meningkatkan kesadaran gizi masyarakat melalui peningkatan pengetahuan gizi dan makanan yang menyehatkan.
  - 2) Menyebarkan konsep baru tentang informasi gizi kepada masyarakat.
  - 3) Membantu individu, keluarga, dan masyarakat secara keseluruhan berperilaku positif sehubungan dengan pangan dan gizi.
  - 4) Mengolah perilaku konsumsi makanan yang sesuai dengan tingkat kebutuhan gizi, sehingga pada akhirnya tercapai status gizi yang baik.

#### 4. Anak Usia Sekolah

Kelompok usia yang digolongkan sebagai anak usia sekolah yaitu berusia mulai dari 6 hingga 12 tahun. Pada fase ini anak mulai mengenal lingkungan baru, yaitu sekolah. Sebagian besar waktu anak banyak dihabiskan di luar rumah untuk sekolah dan juga bermain bersama teman-temannya. Pada jam ini, kebanyakan anak mendapat makanannya dari jajan di sekitar sekolah, masih jarang ditemukan anak yang membawa bekal makanan dari rumah. Anak lebih terpapar pada makanan jajanan kaki lima karena juga mempunyai kemampuan untuk membeli makanan tersebut<sup>19</sup>.

Pengaruh teman sebaya juga berperan penting dalam pemenuhan nutrisi pada saat makan siang. Pilihan makanan sering dipengaruhi oleh jenis makanan yang dimakan oleh teman-teman di sekolah. Anak-anak dapat terdorong untuk mencoba makanan baru jika orang-orang di sekitar mereka memakannya. Namun sebaliknya, pengaruh ini juga meningkatkan keinginan akan makanan “sampah” yang dibawa oleh anak lainnya ke sekolah<sup>20</sup>.

Pada usia ini anak sudah bisa memilih makanan yang sukainya. Seorang ibu yang telah menanamkan kebiasaan makan dengan gizi yang baik pada usia dini akan sangat mudah mengarahkan anaknya untuk memilih makanannya dengan baik pula. Jika memungkinkan, tinjauan menu bulanan yang dilakukan bersama anak dapat menciptakan diskusi tentang pilihan makanan yang paling sehat<sup>21</sup>.

## 5. Makanan jajanan

### a. Pengertian

Makanan jajanan juga dikenal sebagai *street foods*, adalah jenis makanan yang dijual di kaki lima, pinggiran jalan, di stasiun, di pasar, tempat pemukiman serta lokasi yang sejenis. Makanan jajanan banyak sekali jenisnya dan sangat bervariasi dalam bentuk, keperluan, dan harga<sup>22</sup>.

### b. Masalah makanan jajanan

Pada dasarnya konsumen berkecenderung untuk mendapatkan jumlah makanan sebanyak-banyaknya dengan harga serendah mungkin atau murah meriah. Agar supaya dapat menjual makanan jajanan yang mereka buat, para pengusaha harus dapat memenuhi kebutuhan para pembeli atau konsumen. Sebaliknya, penjual harus mendapat keuntungan yang cukup, bila mereka ingin terus berjualan dan mengidupi keluarganya<sup>22</sup>.

Hal itu menjadi “lingkaran setan”. Ketika harga bahan makanan lebih tinggi dari harga yang konsumen sanggup atau rela membayar, maka akibatnya penjual terdesak untuk membuat makanan jajanan dengan jumlah yang besar dan sama tetapi dengan mutu yang lebih rendah, terjadilah pemalsuan atau penggantian sebagian bahan mentah dengan bahan lain yang lebih murah harganya<sup>22</sup>.

Inilah fenomena yang biasanya terjadi pada produksi dan pemasaran makanan jajanan. Pemalsuan (*adulteration*) dalam hal ini dapat diartikan sebagai proses yang menyebabkan mutu produk diturunkan dengan cara penambahan bahan yang lebih rendah mutunya atau dengan mengurangi atau menghilangkan unsur-unsur penting. Contohnya gula pasir diganti dengan pemanis buatan, tepung gandum diganti dengan tepung singkong, sari tomat diganti sari pepaya atau ubi jalar dan lain sebagainya<sup>22</sup>.

c. Bahan Tambahan Pangan

1) Bahan tambahan pangan yang diizinkan

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 033 Tahun 2012 pengelompokan BTP yang diizinkan dan dilarang digunakan dapat dijelaskan sebagai berikut ini.

a) Siklamat

Siklamat merupakan bahan pemanis buatan yang mempunyai intensitas kemanisan 30 kali dari tingkat kemanisan gula tebu murni. Hasil penelitian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia menunjukkan beberapa makanan jajanan yang dijual di sekolah-sekolah dasar seperti: limun merah, limun kuning, manisan kedondong, dan es coklat<sup>23</sup>. Meskipun memiliki tingkat kemanisan tinggi (tanpa rasa pahit) tetapi siklamat dapat membahayakan kesehatan<sup>24</sup>.

b) Sakarin

Sakarin merupakan bahan pemanis buatan yang berbahaya dan sering ditemukan pada produk es sirup. Pada mulanya sakarin digunakan sebagai bahan antiseptik dan pengawet makanan. Penggunaan sakarin dalam jangka panjang dapat menyebabkan kanker kantung kemih dan bersifat karsinogenik pada binatang<sup>24</sup>.

c) Aspartam

Aspartam merupakan senyawa yang tidak berbau, berbentuk tepung kristal berwarna putih, sedikit larut dalam air, dan berasa manis. Aspartam digunakan untuk penegas cita rasa terutama cita rasa buah<sup>25</sup>.

d) Asam Propionat

Bentuk aktifnya sebagai pengawet adalah asam propionat yang tidak terdisosiasi. Propionat efektif menghambat kapang dan beberapa jenis bakteri pada kisaran pH rendah sampai 5,0. Pengawet ini cocok digunakan sebagai pengawet pada produk bakteri (*fermentation*) dan dapat ditambahkan pada adonan<sup>3</sup>.

e) *Monosodium Glutamat* (MSG)

MSG adalah garam natrium dari asam glutamat yang merupakan salah satu dari 20 asam amino pembentuk protein. MSG itu sendiri memiliki rasa, yang disebut umami.

Umami menjadi rasa kelima selain rasa manis, pahit, asin, dan asam<sup>21</sup>.

2) Bahan yang dilarang digunakan sebagai BTP

a) Formalin

Formalin merupakan bahan pengawet makanan yang berbahaya. Produk makanan yang sering ditemukan menggunakan bahan pengawet formalin adalah mie ayam, bakso, tahu, ikan asin. Penggunaan formalin pada jangka panjang dapat menyebabkan kanker mulut dan tenggorokan<sup>26</sup>.

b) Boraks

Boraks merupakan bahan pengental berbahaya yang sering digunakan pada bakso. Dalam dosis cukup tinggi dalam tubuh, akan menyebabkan timbulnya gejala pusing-pusing, muntah, mencret, kram perut<sup>23</sup>.

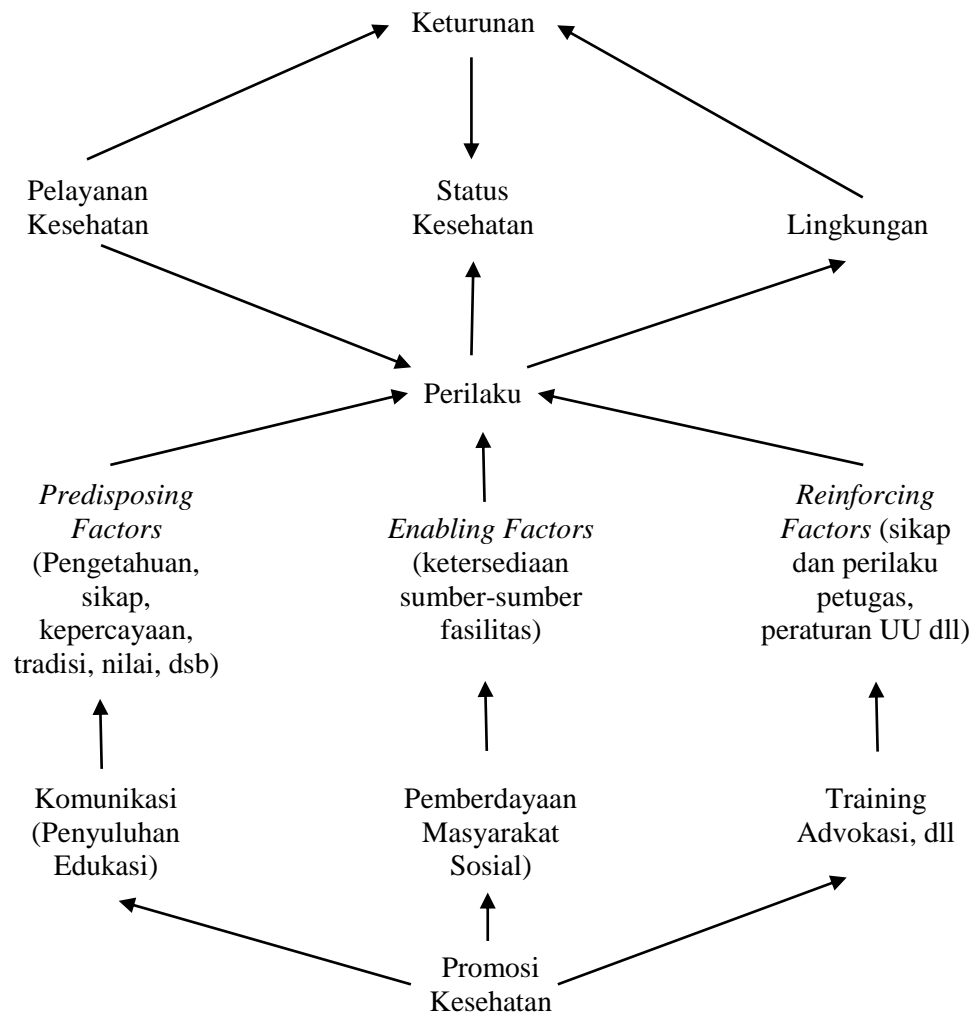
d. Kemasan Pangan

Pengelompokan dasar dari bahan-bahan pengemas yang digunakan untuk bahan pangan yaitu<sup>27</sup>:

- (1) logam seperti lempeng, timah, aluminium;
- (2) gelas;
- (3) platik, termasuk beraneka ragam plastik tipis;
- (4) kertas.

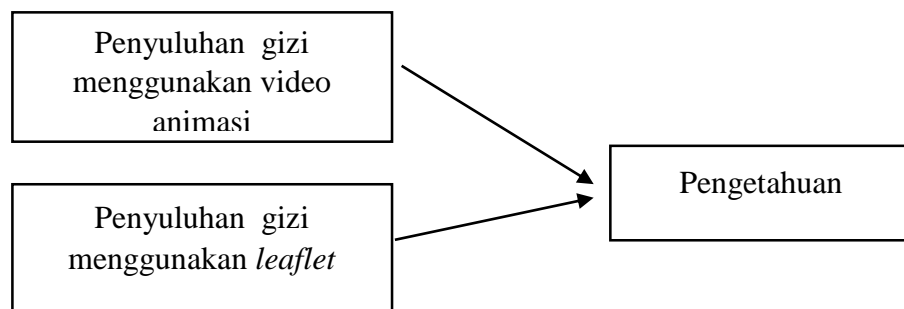


## B. Kerangka Teori



Gambar 2. Kerangka Teori Penelitian  
Sumber: Lawrence Green (1980) dalam Notoatmodjo (2014)

## C. Kerangka Konsep



Gambar 3. Kerangka Konsep Penelitian

#### **D. Hipotesis**

Pemberian video animasi sebagai media penyuluhan lebih efektif dibandingkan dengan *leaflet* terhadap peningkatan pengetahuan pemilihan makanan jajanan pada siswa sekolah dasar.