

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka

1. Menu

Menurut Manuntun et al. (2015) dalam Adriyanti (2018) menu berasal dari bahasa Prancis yaitu *Le Menu* yang mempunyai arti daftar makanan yang disajikan kepada tamu di ruang makan. Menu dalam lingkungan rumah tangga diartikan sebagai susunan makanan atau hidangan tertentu. Menu merupakan pedoman sekaligus penuntun bagi yang menyiapkan makanan atau hidangan serta bagi mereka yang menikmati hidangan tersebut.

Menu merupakan rangkaian berbagai macam makanan atau hidangan yang disajikan kepada seseorang atau sekelompok orang untuk setiap kali makan berupa susunan hidangan pagi, siang, dan malam. Menu juga diartikan sebagai susunan makanan atau hidangan yang dimakan oleh seseorang untuk sekali makan dalam sehari menurut waktu (Sandjaja, dkk, 2009).

Jenis-jenis menu menurut Trisnawati (2013) dapat dikelompokkan sebagai berikut :

a. *A'la Carte Menu*

A'la carte menu adalah susunan menu dimana masing-masing makanan dicantumkan pada daftar makanan tersebut disertai harga untuk setiap makanannya.

b. *Tabel d'Hote Menu*

Tabel d'Hote menu adalah suatu daftar makanan yang membentuk susunan hidangan lengkap (*complete meal*) dengan satu harga yang pasti.

c. *Set Menu*

Set menu merupakan menu pilihan yang biasanya diadakan pada pesta (*Banquet*).

d. *Plate de Jour/Special today*

Merupakan menu yang disediakan oleh restoran sebagai menu istimewa pada hari itu, namun jenis hidangan tidak tercantum dalam daftar menu setiap harinya. Hal ini bertujuan untuk menimbulkan suasana baru dan menghilangkan rasa kebosanan tamu terhadap menu-menu yang ada.

2. Daftar Menu

Menurut Rotua & Siregar (2015) dalam Widyastuti (2018) pada umumnya menu ditulis dalam satu lembar kertas, kertas lipatan, buku, dan lain-lain. Terdapat berbagai macam fungsi menu, antara lain :

- a. Alat pemasaran, mengkomunikasikan rencana pelayanan untuk kepuasan konsumen,
- b. Alat untuk mencapai tujuan finansial institusi,

- c. Alat informasi tentang harga makanan, hidangan yang tersedia, teknik produksi dan cara pelayanan,
 - d. Iklan produk makanan yang ditawarkan,
 - e. Alat untuk menentukan cara pembelian bahan makanan,
 - f. Alat untuk menentukan macam peralatan, tata letak dan perencanaan fasilitas produksi,
 - g. Alat penjualan produksi,
 - h. Alat untuk menarik konsumen untuk membeli makanan/hidangan.
3. Label Informasi Nilai Gizi

Informasi Nilai Gizi (ING) menurut BPOM (2005) merupakan daftar kandungan zat gizi pangan kemasan, sesuai dengan format yang telah dibakukan. Berikut adalah format pelabelan kandungan gizi pada kemasan menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan.

INFORMASI NILAI GIZI		
Takaran saji (URT) (g/ml)		
Jumlah Sajian per Kemasan :		
JUMLAH PER SAJIAN		
Energi Total ... kkal	Energi dari Lemak ... kkal	
	Energi dari Lemak jenuh ... kkal	
Lemak Total g	% AKG *
Lemak Jenuh g %
Lemak tidak jenuh tunggal g %
Lemak tidak jenuh ganda g %
Lemak trans g %
Kolesterol mg %
Protein g %
Karbohidrat Total g %
Serat pangan g %
Serat pangan larut g %
Serat pangan tidak larut g %
Gula g %
Gula alkohol g %
Karbohidrat lain g %
Natrium mg %
Kalium mg %
Vitamin A	%
Vitamin C	%
Vitamin lain	%
Kalsium	%
Zat Besi	%
Mineral lain	%
* Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2000 kkal. Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih		

Sumber: BPOM, 2005

Gambar 1. Contoh Informasi Nilai Gizi pada Label Kemasan Makanan

Berdasarkan peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan nomor HK.03.1.23.12.11.09909 tahun 2011 menyatakan bahwa informasi pada label pangan olahan yang terkait dengan gizi dan kesehatan dapat berupa : label gizi dan klaim. Ada beberapa aturan terkait dengan pelabelan gizi pada makanan :

- a. Nilai gizi pada makanan harusnya mudah dipahami, mudah dibaca dan tersedia pada berbagai jenis variasi makanan.
- b. Menggunakan nilai gizi, komposisi bahan makanan yang digunakan, dan klaim mengenai gizi terkait dengan makanan tersebut untuk memberikan informasi dalam pemilihan makanan.
- c. Nilai gizi didasarkan pada kandungan zat gizi spesifik yang terkandung pada makanan dan dibandingkan dengan jumlah yang dikonsumsi oleh konsumen.
- d. Menggunakan persentase asupan per hari untuk melihat nutrisi yang terkandung pada makanan sudah dapat memenuhi kebutuhan zat gizi spesifik konsumen dalam satu hari.

Informasi nilai gizi memiliki peranan yang sangat penting bagi konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar dan tidak menyesatkan dari label pangan, sehingga konsumen dapat dengan bijak melakukan pemilihan produk pangan yang akan dibeli, terutama yang berkaitan dengan kandungan zat gizi di dalamnya (BPOM, 2005).

4. Makanan Jajanan

Menurut Kepmenkes RI Nomor 942/Menkes/SK/VII/2003, makanan jajanan merupakan makanan dan minuman yang diolah oleh pengrajin makanan di tempat penjualan dan atau disajikan sebagai makanan siap santap untuk dijual bagi khalayak umum selain yang disajikan jasa boga, rumah makan/restoran, dan hotel. Makanan jajanan adalah makanan yang dipersiapkan dan dijual oleh pedagang kaki lima di jalanan dan di tempat umum lainnya yang ramai pengunjung serta langsung dimakan atau dikonsumsi tanpa pengolahan atau persiapan lebih lanjut. Makanan jajanan juga terdiri dari beberapa istilah, yaitu *junk food*, *fast food*, dan *street food* (Adriani dan Wirjatmadi, 2012).

Jenis makanan jajanan menurut Winarno (2004) dibagi menjadi 4 (empat) golongan, yaitu: 1) makanan utama (*main dish*), seperti nasi rames, nasi rawon, nasi pecel, dan lain sebagainya, 2) makanan *snacks*, seperti kue, onde-onde, pisang goreng, dan lain sebagainya, 3) minuman, seperti es teler, es buah, teh, kopi, es dawet, dan lain sebagainya, 4) buah-buahan segar, seperti jeruk, durian, mangga, dan lain sebagainya.

Makanan jajanan memiliki kandungan gizi terbanyak berupa karbohidrat serta hanya sedikit mengandung protein, vitamin, dan mineral (Khomsan, 2004). Kandungan gizi pada makanan jajanan menurut Winarno (2004), meliputi:

a. Energi

Makanan jajanan memiliki kandungan energi berkisar antara 231-1.024 kkal per porsi makanan jajanan.

b. Protein

Kandungan protein pada makanan jajanan berkisar antara 0,8-15,6 gram per porsi makanan jajanan.

c. Lemak

Kandungan lemak pada makanan jajanan yaitu berkisar antara 0,8-19,3 gram per porsi makanan jajanan.

d. Karbohidrat

Kandungan karbohidrat pada makanan jajanan berkisar antara 7,4-57,6 gram per porsi makanan jajanan.

5. Perilaku Pemilihan Makanan Jajanan

a. Pengertian Perilaku

Perilaku merupakan pengalaman atau interaksi manusia terhadap lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Perilaku merupakan respon/reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya. Perilaku adalah reaksi atau tindakan seseorang yang dapat diamati secara langsung maupun tidak langsung (Notoatmodjo, 2010).

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku menurut Sunaryo (2004) terdiri dari faktor genetik (endogen) dan faktor dari luar individu (eksogen). Faktor genetik atau keturunan merupakan faktor

yang berasal dari dalam diri individu, meliputi jenis ras, jenis kelamin, sifat fisik, sifat kepribadian, bakat pembawaan, dan intelegensi. Sedangkan faktor dari luar individu (eksogen), meliputi faktor lingkungan, pendidikan, agama, sosial ekonomi, dan kebudayaan serta faktor lain seperti susunan saraf pusat, persepsi dan emosi.

c. Pengertian Perilaku Pemilihan Makanan Jajanan

Istilah pemilihan makanan menurut Michael J. Gibney (2009) dalam Triasari (2015) didefinisikan sebagai kekuatan kemauan seseorang untuk mengendalikan makanan yang dikonsumsinya. Faktor yang mempengaruhi pemilihan makanan terbagi menjadi tiga kelompok yaitu faktor terkait makanan, faktor personal yang berkaitan dengan pengambilan keputusan pemilihan makanan dan faktor sosial ekonomi (Shepherd, 1999 dalam Triasari 2015).

Perilaku pemilihan makanan jajanan menurut Hestiani (2014) merupakan semua kegiatan atau aktivitas seseorang dalam memilih makanan jajanan baik yang dapat diamati secara langsung maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar. Perilaku pemilihan makanan jajanan, meliputi pengetahuan, sikap, dan tindakan/praktik dalam memilih makanan jajanan.

Pengetahuan pemilihan makanan jajanan merupakan kepandaian dalam memilih makanan jajanan yang sehat disesuaikan dengan kebutuhan zat gizi, memilih makanan yang aman dikonsumsi sehingga tidak menimbulkan penyakit, serta teknik pengolahan yang tepat

sehingga kandungan gizinya tidak hilang. Tingkat pengetahuan gizi seseorang mempengaruhi perilaku dalam memilih makanan jajanan yang pada akhirnya akan mempengaruhi keadaan gizi yang bersangkutan. Semakin tinggi pengetahuan gizi seseorang, maka semakin baik pula pengetahuan, sikap, dan tindakan dalam memilih makanan jajanan.

Sikap pemilihan makanan jajanan adalah reaksi atau respon seseorang yang masih tertutup dalam memilih makanan jajanan yang akan dikonsumsi. Sedangkan praktik atau tindakan pemilihan makanan jajanan merupakan aksi atau perbuatan nyata yang dilakukan oleh seseorang dalam memilih makanan jajanan yang akan dikonsumsi.

6. Persepsi

Menurut Kotler (2005) dalam Sempati (2017) persepsi merupakan proses ketika seseorang memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan informasi yang diterima untuk menciptakan gambaran secara keseluruhan. Informasi dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang masuk dan menciptakan sensasi terhadap seseorang, dapat berupa produk, kemasan, merek, dan iklan. Tindakan seseorang dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi saat itu. Namun persepsi setiap orang berbeda-beda meskipun berada dalam situasi yang sama, dikarenakan stimulus yang diterima, kondisi lingkungan sekitar serta kondisi masing-masing individu.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang menurut Thoha (2003) adalah sebagai berikut:

1. Faktor internal, meliputi perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan juga minat, serta motivasi.
2. Faktor eksternal, meliputi latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.

Persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap informasi nilai gizi sangat berpengaruh terhadap keefektifan penggunaan label informasi nilai gizi. Konsumen akan lebih sedikit membaca label informasi nilai gizi yang tertera pada kemasan makanan apabila mereka tidak yakin atau percaya terhadap label makanan (Petrucci dalam Ginting 2015). Persepsi dan kepercayaan memiliki hubungan yang signifikan dengan terbentuknya suatu perilaku, sehingga persepsi berpengaruh terhadap terbentuknya perilaku seseorang. Misalnya konsumen akan cenderung menggunakan label makanan, apabila mereka percaya bahwa informasi nilai gizi pada label makanan bermanfaat untuk mereka (Nayga dalam Ginting 2015).

7. Media Pendidikan
 - a. Pengertian

Media merupakan alat atau bahan yang digunakan sebagai alat bantu untuk menyampaikan pesan dan berfungsi untuk memperjelas pesan yang akan disampaikan oleh pemberi pesan kepada penerima

pesan (Supriasa, 2013). Sedangkan menurut Notoatmodjo (2007) media atau alat bantu atau peraga merupakan alat yang digunakan oleh pendidik untuk membantu atau memperagakan suatu ilustrasi dalam menyampaikan pendidikan.

Seseorang atau masyarakat di dalam proses pendidikan dapat memperoleh pengalaman (pengetahuan) melalui berbagai macam media (alat bantu), tetapi masing-masing alat mempunyai intensitas yang berbeda-beda di dalam membantu permasalahan seseorang. Menurut Edgar Dale dalam Notoatmodjo (2007), membagi alat peraga menjadi 11 macam dan sekaligus menggambarkan tingkat intensitas tiap alat tersebut dalam sebuah kerucut.



Gambar 2. Kerucut Edgar Dale

Teori kerucut Edgar Dale menyebutkan bahwa tingkatan yang paling bawah adalah benda asli dan yang paling atas adalah kata-kata. Benda asli dalam proses pendidikan mempunyai intensitas yang paling tinggi untuk mempersepsikan bahan pendidikan/pengajaran, sedangkan

penyampaian materi yang hanya dengan kata-kata mempunyai intensitas yang paling rendah atau sangat kurang efektif.

b. Manfaat Media (Alat Bantu)

Media sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesan memiliki manfaat sebagai berikut (Notoatmodjo, 2014).

- 1) Menimbulkan minat sasaran pendidikan
- 2) Mencapai sasaran yang lebih banyak
- 3) Membantu mengatasi hambatan dalam pemahaman
- 4) Merangsang sasaran pendidikan untuk meneruskan pesan yang diterima kepada orang lain
- 5) Mempermudah penyampaian bahan pendidikan atau informasi oleh pendidik
- 6) Mempermudah penerimaan informasi oleh masyarakat
- 7) Mendorong keingintahuan pada diri seseorang untuk mengetahui dan kemudian mendalaminya
- 8) Menegakkan kembali pengetahuan yang pernah diterima sehingga tidak mudah melupakannya

c. Macam-macam Media

Menurut Notoatmodjo (2007) media berdasarkan fungsinya dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu :

1) Media cetak

Booklet, leaflet, flyer (slebaran), *flip chart* (lembar balik), rubik, poster, foto dan lain sebagainya.

2) Media elektronik

Televisi, radio, video, *slide*, film dan lain sebagainya.

3) Media papan atau billboard

Media yang dipasang di tempat-tempat umum atau dikendaraan umum.

d. Buku Digital atau E-Book (*Electronic Book*)

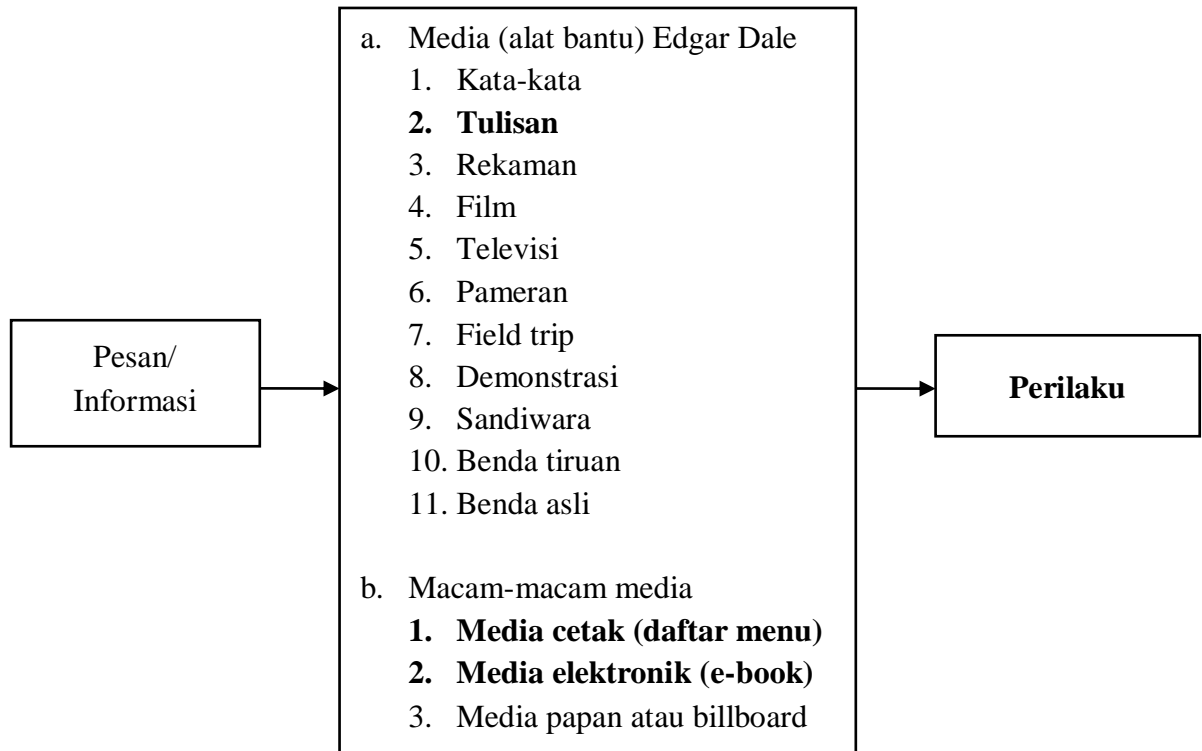
Buku digital (*Digital Book*) atau sering disebut E-Book (*Electronic Book*) merupakan sebuah bentuk buku yang dapat dibuka secara elektronik melalui komputer, laptop atau *smartphone*. E-book merupakan publikasi yang terdiri dari teks, gambar maupun suara dalam bentuk digital yang dapat dibaca di komputer maupun alat elektronik lainnya (Ruddamayanti, 2019). Menurut Tania, dkk. (2017) dalam Pixyoriza (2018) e-book merupakan buku elektronik dari buku tradisional dengan fitur digital yang dapat membantu pembaca dan merupakan alat yang menarik bagi kebanyakan peserta didik. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih ini e-book diharapkan dapat terus berkembang guna memperbaharui buku tradisional untuk masa depan yang lebih prospektif.

E-book lebih diminati dibandingkan buku konvensional karena memiliki ukuran yang kecil serta memiliki fitur pencarian, sehingga kata-kata dalam e-book dapat dengan cepat dicari dan ditemukan (Putera dalam Ruddamayanti, 2019). Format buku berbentuk digital semakin disukai karena memiliki banyak keunggulan dibandingkan

format buku dalam bentuk konvensional. Terdapat berbagai jenis format buku digital, yaitu PDF, JPEG, LIT, Docx, html, format *open electronic book package* (OPF FlipBook), serta teks polos (Ruddamayanti, 2019).

Kelebihan buku digital antara lain: a) mudah dibawa karena berbentuk *soft copy* yang dapat digunakan pembaca dalam elektronik *portable*, b) tidak berat karena hanya dimasukkan ke dalam folder di dalam elektronik *portable*, c) mudah digandakan atau dicopy secara gratis sehingga dapat menghemat biaya, d) hemat kertas sehingga bersifat ramah lingkungan serta mendukung gerakan *paperless* (Yusnimar dalam Pixyoriza 2018).

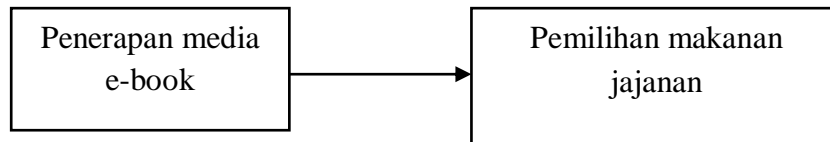
B. Kerangka Teori



Gambar 3. Teori media dan teori perilaku

Sumber : Modifikasi dari Teori Kerucut Edgar Dale dan Notoatmodjo (2007)

C. Kerangka Konsep



Gambar 4. Kerangka konsep penelitian tentang penerapan e-book sebagai media pendidikan dalam pemilihan makanan jajanan pada pengunjung food court Polkesyo.

D. Hipotesis

E-book dapat diterapkan sebagai media pendidikan dalam pemilihan makanan jajanan pada pengunjung food court Polkesyo.