

# SKRIPSI

HUBUNGAN SIKAP TERHADAP IKLAN DAN PRODUK ES KRIM DI TELEVISI  
DENGAN KEBIASAAN KONSUMSI ES KRIM  
PADA ANAK USIA SEKOLAH  
(STUDI KASUS DI SD NEGERI PENGADILAN II, BOGOR)

OLEH  
MASIA SITUMORANG  
A 29.0435



JURUSAN GIZI MASYARAKAT DAN SUMBERDAYA KELUARGA  
FAKULTAS PERTANIAN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR

1997

## RINGKASAN

**MASIA SITUMORANG. Hubungan Sikap terhadap Iklan dan Produk Es Krim di Televisi dengan Kebiasaan Konsumsi Es Krim pada Anak Usia Sekolah (Studi Kasus di SD Negeri Pengadilan II, Bogor). Dibawah bimbingan UJANG SUMARWAN dan MELLY LATIFAH.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kemampuan *me-recall* iklan produk es krim di televisi, mengetahui persepsi dan preferensi terhadap produk es krim, mengetahui sikap terhadap iklan produk es krim di televisi, mengetahui sikap terhadap produk es krim yang diiklankan di televisi, mengetahui kebiasaan konsumsi es krim, serta mengetahui hubungan antara sikap terhadap iklan dan produk es krim di televisi, besar uang jajan per hari, dan preferensi terhadap produk es krim, dengan kebiasaan konsumsi es krim anak.

Penelitian dilakukan di SD Negeri Pengadilan II, Bogor, selama satu minggu yaitu pada tanggal 7 - 14 Maret 1997. Populasi adalah anak kelas lima SD yang berusia 9-12 tahun, yang dipilih secara *purposive sampling* (Singarimbun & Effendi, 1989). Data yang dikumpulkan berupa data primer dan sekunder. Data primer meliputi identitas anak (umur, jenis kelamin, kelas, jumlah uang jajan, jenis jajanan yang dibeli dan pekerjaan orang tua), kemampuan *me-recall* iklan produk es krim di televisi, persepsi dan preferensi terhadap produk es krim, sikap terhadap iklan produk es krim di televisi, sikap terhadap produk es krim yang diiklankan di televisi, dan kebiasaan konsumsi es krim anak. Data sekunder berupa keadaan umum sekolah yang diperoleh dari sekolah dan observasi secara umum. Data di analisis secara deskriptif. Hubungan antara sikap terhadap iklan dan produk es krim di televisi, besar uang jajan per hari dan preferensi terhadap es krim, dengan kebiasaan konsumsi es krim, diuji menggunakan Uji Statistik Korelasi Spearman (Sudjana, 1980).

Anak usia sekolah mampu *me-recall* 11 iklan produk es krim di televisi dan menyatakan bahwa umumnya iklan es krim di televisi menggunakan musik, model bintang, dan hanya beberapa yang menggunakan model kartun (animasi). Juga menyatakan suka sampai sangat suka iklan produk es krim di televisi dan saluran televisi swasta RCTI adalah saluran televisi yang paling sering mereka tonton menayangkan iklan produk es krim.

Pada umumnya persepsi anak terhadap es krim adalah rasa sangat lezat (92%), bentuk sangat menarik (91%), warna sangat bagus (92%), kemasan sangat menarik (87%), tekstur sangat halus (86%), dan sangat mudah diperoleh (69%), namun harga es krim dinyatakan mahal sampai sangat mahal (35% dan 61%). Anak juga sangat menyukai es krim (91%). Walaupun demikian, anak lebih banyak bersikap positif terhadap iklan produk es krim di televisi (51%), namun bersikap netral terhadap produk es krim yang diiklankan di televisi (48%). Anak-anak bahkan mengkonsumsi es krim setiap hari (91%).

Penelitian menghasilkan bahwa tidak terdapat hubungan nyata antara sikap terhadap iklan dan produk es krim di televisi dengan kebiasaan konsumsi es krim pada anak usia sekolah ( $p=0.464$  dan  $p=0.427$ ). Kebiasaan konsumsi es krim juga tidak berhubungan nyata dengan besar uang jajan anak usia sekolah per hari ( $p=0.635$ ), akan tetapi berhubungan sangat nyata dengan preferensi terhadap es krim ( $p=0.000$ ).

**HUBUNGAN SIKAP TERHADAP IKLAN DAN PRODUK ES KRIM DI TELEVISI**

**DENGAN KEBIASAAN KONSUMSI ES KRIM**

**PADA ANAK USIA SEKOLAH**

**(Studi Kasus di SD Negeri Pengadilan II, Bogor)**

**Skripsi**

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian

pada Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor

Oleh

**Ma'sia Situmorang**

**A29.0435**

**JURUSAN GIZI MASYARAKAT DAN SUMBERDAYA KELUARGA**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**INSTITUT PERTANIAN BOGOR**

**1997**

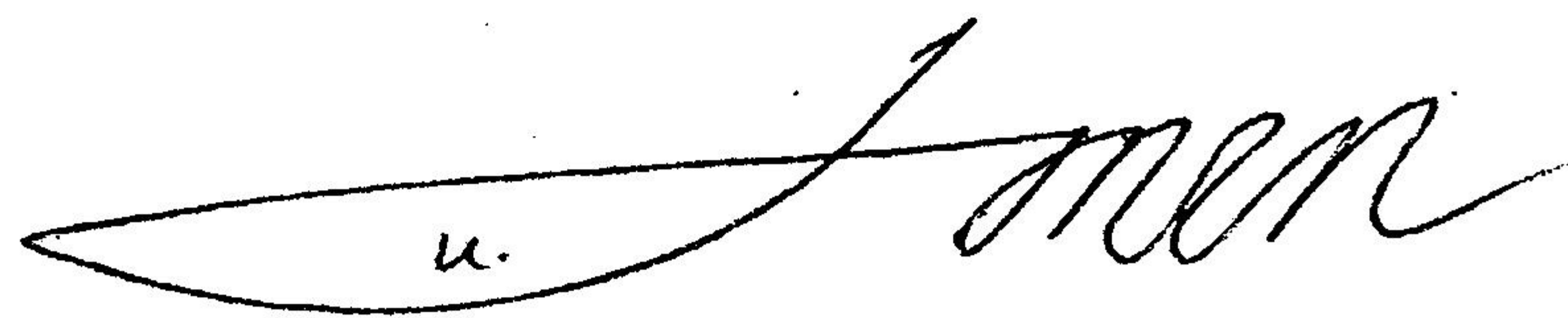
Judul : HUBUNGAN SIKAP TERHADAP IKLAN DAN PRODUK ES KRIM DI  
TELEVISI DENGAN KEBIASAAN KONSUMSI ES KRIM PADA ANAK  
USIA SEKOLAH

Nama Mahasiswa : MASIA SITUMORANG

Nomor Pokok : A29.0435

**Menyetujui**

Dosen Pembimbing I



Dr. Ir. Ujang Sumarwan, Msc.

NIP. 131578791

Dosen Pembimbing II



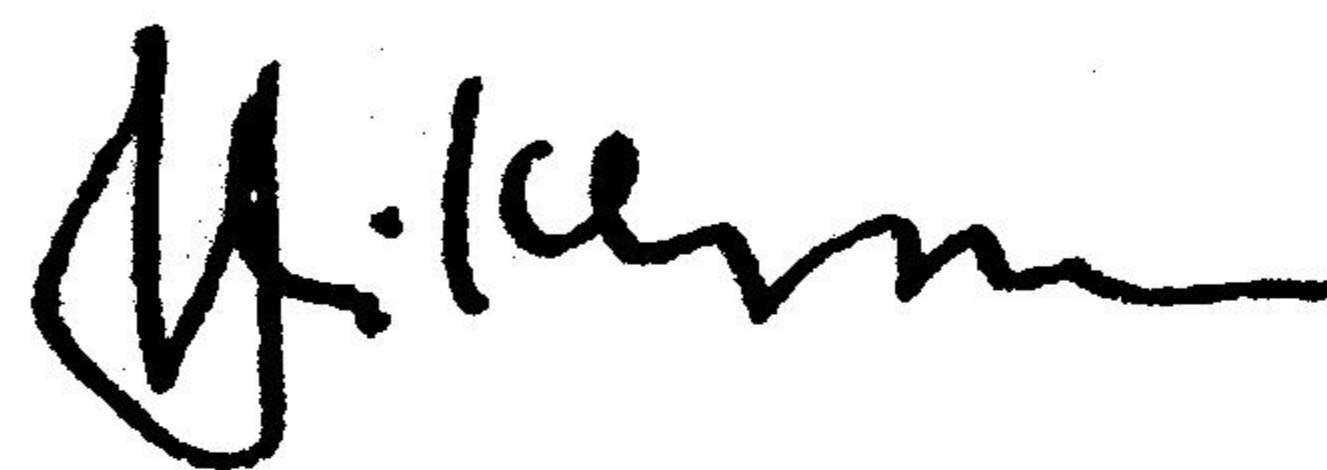
Ir. Melly Latifah

NIP. 131879327

**Mengetahui**

Ketua Jurusan GMSK,

Pelaksana Harian,



Dr. Ir. Ali Khomsan, M.S.

NIP. 131404218

Tanggal lulus : 8 September 1997