

**ASPEK GIZI DAN KEAMANAN PANGAN PADA IKLAN PANGAN  
DI STASIUN INDOSIAR BERDASARKAN KELOMPOK GENDER  
KONSUMEN**

**Disusun Oleh :**

**Nama : Bernadeta Galuh Paramangesti**

**Nim : 00.70.0096**

**Laporan skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan sidang penguji**

**Tanggal 27 Oktober 2005**

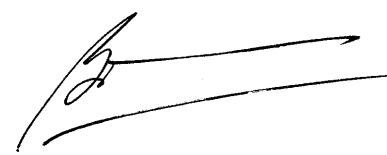
**Semarang, 21 November 2005**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Teknologi Pertanian  
Jurusen Teknologi Pangan**

**Pembimbing I Skripsi**

  
**Kristina Ananingsih, ST. M.Sc**

  
**Prof. Dr. Ir. Budi Widianarko, M. Sc**

*"I CAN DO ALL THINGS THROUGH CHRIST*

*WHO GIVES ME STRENGTH"*

**(Philippians 4 : 13)**

*"In You... O Lord, I put my trust, let me never be put to shame. Deliver me in Your righteousness, and cause me to escape, incline Your ear to me and save me. Be my strong refuge, to which I resort continually. You have given the commandment to save me, for You are my rock and my fortress. Deliver me, O my Lord, out of the hand of the wicked, out of the hand of the unrighteousness and cruel man. For You are my hope. O Lord God, You are my trust from my youth. By You I have been upheld from birth, You are He who took me out from my mother's womb. My praise shall be continually of You. I have become as a wonder to many, but You are my strong refuge. Let my mouth be filled with Your praise and with Your glory all the day, Amien..."*

**(Psalm 71: 1 - 8)**

**Tiz thesis is dedicated to :**

- cs **My beloved Daddy, who passed away 6 years ago**
- cs **My luvly patient Mommy**
- cs **My Grandms, Eyang Titiek**
- cs **My dearly Sis, Cempon**
- cs **My honey bunny, Rendyka**

## **HOW DO I LOVE THEE ...**

*How do I love thee ? Let me count the ways...*

*I love thee to the depth and breath and height my soul can reach  
when feeling out of sight*

*For the ends of being and ideal Grace*

*I love thee to the level of every day's most quiet need by sun and  
candlelight*

*I love thee freely, as men strive for right*

*I love thee purely, as the turn from praise*

*I love thee with the passion put to use in my old griefs  
And with my childhood's faith*

*I love thee with a love I seemed to lose*

*With my lost saint, — I love thee with breath, smiles, tears of all my life !—  
And ... if God choose, I shall but love thee better after death..*

(ELIZABETH BARRETT BROWNING)

' LOVE TO EACH OTHER WILL BRING YOU  
TO THE GREAT HAPPINESS FOR ETERNITY '

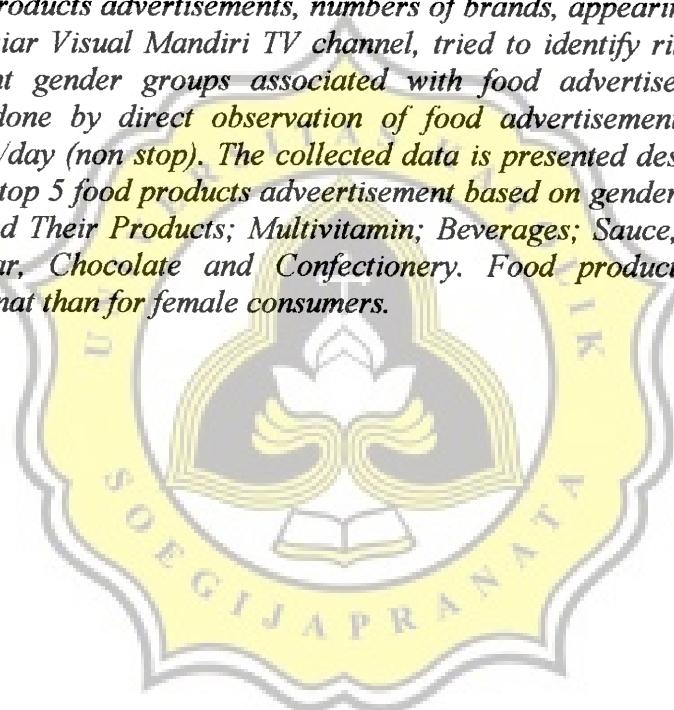
GALIN  
(OCT 27, 2005)

## RINGKASAN

Industri pangan di Indonesia dari tahun ke tahun semakin berperan penting dalam pembangunan industri nasional sekaligus dalam perekonomian keseluruhan. Saat ini, industri pangan dituntut untuk dapat menyediakan produk-produk pangan olahan yang menarik dengan mutu yang baik, bergizi, aman serta memiliki harga jual yang terjangkau oleh daya beli masyarakat. Iklan pangan adalah setiap keterangan atau pernyataan mengenai pangan dalam bentuk gambar, tulisan, atau bentuk lain yang dilakukan dengan berbagai cara untuk pemasaran dan atau perdagangan pangan. Akhir-akhir ini, melalui iklan produk pangan, produsen pangan berusaha untuk dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk pangan dengan mencoba meningkatkan kualitas nutrisi dan manfaat kesehatan dalam suatu produk pangan. Media televisi merupakan salah satu media yang mendukung periklanan dalam mencapai tujuan perusahaan dalam memperkenalkan produk sehingga dapat meningkatkan penjualan produk yang diiklankan. Perbedaan jenis kelamin menjadi faktor internal yang mempengaruhi kebiasaan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk pangan. Antara pria dan wanita terdapat sifat yang berbeda dalam pola konsumsi dan perilaku pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa jenis iklan produk pangan, jumlah merk, frekuensi kemunculan dan durasi (waktu) yang ditayangkan di Indosiar Visual Mandiri. Penelitian ini juga mengidentifikasi risiko tayangan iklan produk pangan terhadap konsumen yang dibedakan berdasarkan jenis kelamin dari segi gizi dan keamanan pangan. Penelitian ini bersifat eksploratif dan dilakukan dengan cara observasi langsung terhadap iklan produk pangan yang ditayangkan di televisi selama 24 jam/hari (non stop). Data yang diperoleh disajikan secara deskriptif dalam bentuk tabel dan grafik. Tayangan iklan produk pangan untuk konsumen Laki-laki lebih banyak daripada konsumen Perempuan.

## **SUMMARY**

*Food industry in Indonesia from year to year has a greater role in the Country's industrial and economic development. Nowadays, food industry is demanded to provide interesting and safe food products with good quality, nutrition and affordable price for people. Food advertisements are information or statement about food using picture, writing or other forms, conducted in many ways for food marketing or trade. Recently, through food products advertisement, food producers try to influence consumers' decision in buying food products by trying to increase nutrition quality and health benefit. Television is one of media which support advertisements in reaching companies' goals for introducing products and increasing products selling that are being advertised. Gender difference is one of natural factors which influences consumers' habits in consuming food products. Men and women have different characters in consumptive patterns and purchasing behaviors. This study is directed to analize kinds of food products advertisements, numbers of brands, appearing frequency and duration on Indosiar Visual Mandiri TV channel, tried to identify risks faced by consumers of different gender groups associated with food advertisements. This explorative study is done by direct observation of food advertisements shown in television for 24 hours/day (non stop). The collected data is presented descriptively in tables and charts. The top 5 food products adveertisement based on gender consumers' difference are Milk and Their Products; Multivitamin; Beverages; Sauce, Snack, and Their Products; Sugar, Chocolate and Confectionery. Food products for male consumers' more dominat than for female consumers.*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan PenyertaanNya sehingga Penulis akhirnya dapat menempuh dan menyelesaikan studi di Unika Soegijapranata. Dalam melaksanakan dan menyelesaikan tugas akhir ini Penulis banyak mendapatkan bantuan baik moril maupun materiil dan dari berbagai pihak yang tidak bisa selengkapnya disebutkan satu persatu. Namun, pada kesempatan ini, perkenankanlah Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak – pihak yang sedikit banyak telah menjadi bagian dari terselesaiannya tugas akhir ini :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Budi Widianarko, Msc, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran, masukan, bimbingan dan berbagai informasi kepada Penulis.
2. Ibu Kristina Ananingsih, ST., Msc, selaku Dekan Fakultas Teknologi Pertanian, yang memberikan kesempatan kepada Penulis untuk melakukan penelitian.
3. Seluruh Dosen Fakultas Teknologi Pertanian yang telah membagi ilmunya kepada Penulis selama ini.
4. Papa di Surga yang telah menjadi “The Best Father” that I have ever had.
5. Mama dan Mbak Cempon yang telah memberikan dorongan besar kepada Penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Eyang Titiek yang selalu mendukung dan mendoakan Penulis.
7. Rendyka “Honey Bunny”qu yang telah ikut membantu Penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini
8. Babonk, Ibonk, Tessa (cemplux) dan Tata yang telah membantu Penulis menuntaskan tugas akhir ini.
9. Tim Skripsi Penulis, Gamma (Vampire), Victor (Vicky) dan Sugeng (Su’eng) yang telah bekerjasama dengan Penulis selama ini.
10. Octin (Otong), Ayu (rabbit), Dyah (Ibu Suri), Sari-Wita (Duo Gila), Octa (Lampu), Tyas, Rani, Hanna, Atiex, dan Indah (Susan), teman-teman Penulis.
11. Semua pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu terselesaiannya tugas akhir ini.

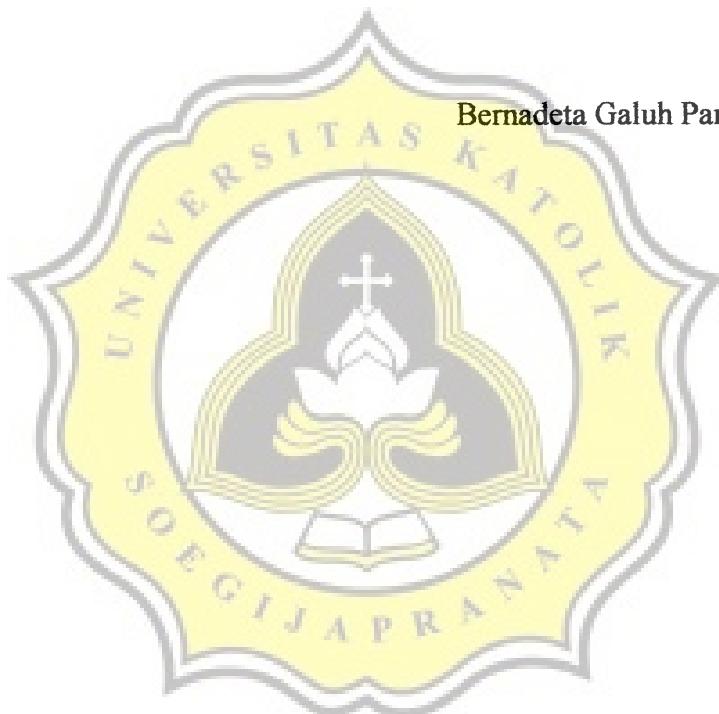
11. Semua pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu terselesainya tugas akhir ini.

Sebagai manusia yang jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun selalu penulis harapkan. Akhir kata semoga tulisan sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 21 November, 2005

Penulis

Bernadeta Galuh Paramangesti



## DAFTAR ISI

### HALAMAN PENGESAHAN

### PERSEMBAHAN

RINGKASAN.....	i
SUMMARY.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
1. PENDAHULUAN.....	1
2. MATERI DAN METODA.....	11
2.1. Waktu Penelitian.....	11
2.2. Pengumpulan Data.....	11
2.3. Analisa Data.....	13
3. HASIL PENELITIAN.....	15
3.1. Pengelompokan Produk Iklan.....	15
3.2. Total Paparan Iklan Kelompok Produk Pangan.....	18
3.3. Distribusi Jumlah Merk Dalam Iklan Pangan Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin Konsumen.....	18
3.3.1. Jumlah Merk Dalam Iklan Produk Pangan yang Ditayangkan Pada Weekdays Menurut Jenis Kelamin Konsumen.....	19
3.3.2. Jumlah Merk Dalam Iklan Produk Pangan yang Ditayangkan Pada Weekend Menurut Jenis Kelamin Konsumen.....	21
3.4. Distribusi Jumlah Merk Dalam Iklan Produk Pangan Berdasarkan Kategori Jenis Kelamin.....	22
3.4.1. Susu dan Olahannya.....	22
3.4.2. Multivitamin.....	22
3.4.3. Minuman.....	23
3.4.4. Aneka Saus, Snack, dan Olahannya.....	23

3.4.5. Gula, Coklat, dan Kembang Gula.....	24
<b>3.5. Rekapitulasi Kelompok Jumlah Produk, Jumlah Merk, dan Total Paparan Pada Iklan Pangan Berdasarkan Jenis Kelamin Konsumen.....</b>	<b>24</b>
<b>4. PEMBAHASAN.....</b>	<b>25</b>
<b>5. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>39</b>
<b>6. DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>40</b>



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Produk Pangan Berdasarkan Eurocode 2 Versi 2000

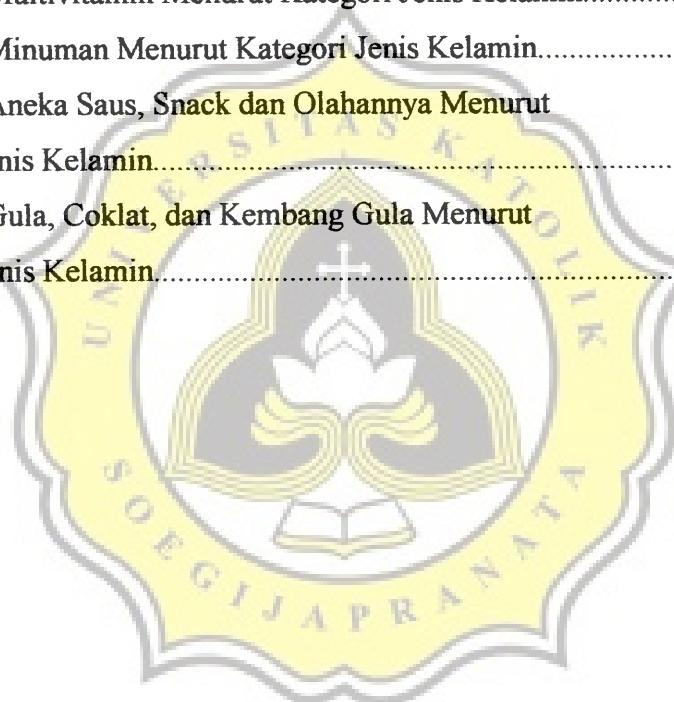
Tabel 2. Tayangan Iklan Kelompok Produk Pangan Ditinjau dari Kelompok Produk,  
Jumlah Merk, Frekuensi, dan Durasi Iklan di Indosiar

Tabel 3. Rekapitulasi Kelompok Jumlah Produk, Jumlah Merk, dan Total Paparan Pada  
Iklan Pangan Berdasarkan Gender Konsumen



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Skema Proses Pengumpulan dan Analisa Data.....	14
Gambar 2. Paparan Kelompok Iklan Produk Pangan.....	17
Gambar 3. Distribusi Merk Dalam Iklan Pangan Menurut Kategori Jenis Kelamin.....	18
Gambar 4. Jumlah Merk Dalam Iklan Produk Pangan yang Ditayangkan Pada Waktu Weekdays Menurut Kategori Jenis Kelamin.....	19
Gambar 5. Jumlah Merk Dalam Iklan Produk Pangan yang Ditayangkan Pada Waktu Weekend Menurut Kategori Jenis Kelamin.....	20
Gambar 6. Distribusi Susu dan Olahannya Menurut Kategori Jenis Kelamin.....	20
Gambar 7. Distribusi Multivitamin Menurut Kategori Jenis Kelamin.....	21
Gambar 8. Distribusi Minuman Menurut Kategori Jenis Kelamin.....	21
Gambar 9. Distribusi Aneka Saus, Snack dan Olahannya Menurut Kategori Jenis Kelamin.....	22
Gambar 10. Distribusi Gula, Coklat, dan Kembang Gula Menurut Kategori Jenis Kelamin.....	22



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Pembagian Produk Pangan Berdasarkan Eurocode 2 Versi 2000

Lampiran 2. Rekapitulasi Iklan Pangan Berdasarkan Waktu Weekdays dan Weekend

Lampiran 3. Rekapitulasi Iklan Pangan Berdasarkan Gender Konsumen

