

**STUDI POLA KONSUMSI SUSU DITINJAU DARI TINGKAT SOSIAL
EKONOMI, PENGETAHUAN GIZI DAN PENGARUH IKLAN**

**STUDY OF MILK CONSUMPTION TO OBSERVATION OF THE
SOCIAL ECONOMY LEVEL, KNOWLEDGE OF NUTRIENT AND THE
EFFECT OF ADVERTISEMENT**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Teknologi Pangan

Oleh : COLESTIKA DWI FERLATIN

NIM : 99.70.0136



2004

**JURUSAN TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

PERPUSTAKAAN	No. Inv.	131 / S / TP / C.1
	Th. Angg.	
	PARAP.	UAB TGL. 31/8-04

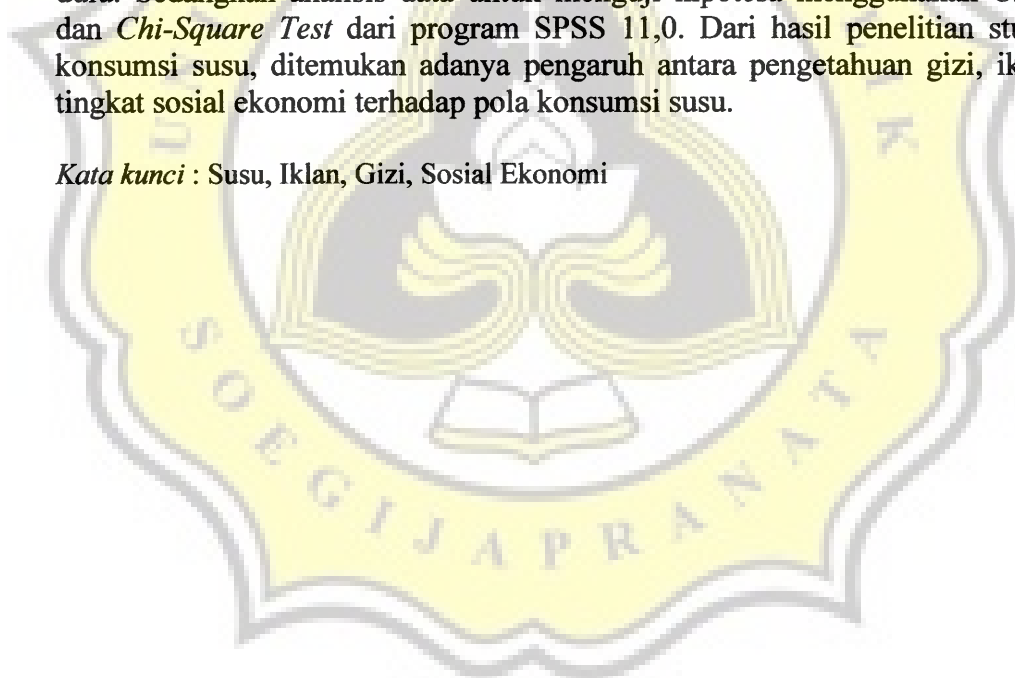
*Kasih yang tulus
tidak pernah menilai hasilnya ...
melainkan hanya memberi.*



RINGKASAN

Susu adalah minuman yang bernilai tinggi karena mengandung zat-zat yang dibutuhkan oleh tubuh. Susu merupakan makanan yang apabila ditinjau dari sudut gizi dapat dikatakan hampir sempurna karena mengandung lemak, protein, karbohidrat, mineral dan beberapa vitamin. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat sosial ekonomi, pengetahuan gizi dan iklan terhadap pola konsumsi susu pada responden yang ada di lokasi Gombel Permai, Tanah Mas, PJKA Tawang Sari, Kebonharjo dan Tambaklorok Semarang. Objek penelitian ini adalah responden usia anak-anak (6-12 th), remaja (13-17 th), dewasa (18-59 th) dan lansia (> 60 th) yang ada di lokasi Semarang dan diambil secara acak. Masing-masing lokasi penelitian diambil 300 responden yang terdiri dari berbagai tingkatan usia anak-anak 100, remaja 50, dewasa 60 dan lansia 90 responden. Data diperoleh melalui wawancara secara mendalam dan pengisian kuesioner tentang pola konsumsi, pengetahuan gizi, iklan dan tingkat sosial ekonomi. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober – Desember 2003. Data pola konsumsi, tingkat sosial ekonomi, pengetahuan gizi dan iklan diolah dengan menggunakan excel 98. Kemudian semua data yang akan dianalisis ditabulasikan dulu. Sedangkan analisis data untuk menguji hipotesa menggunakan *Crosstabs* dan *Chi-Square Test* dari program SPSS 11,0. Dari hasil penelitian studi pola konsumsi susu, ditemukan adanya pengaruh antara pengetahuan gizi, iklan dan tingkat sosial ekonomi terhadap pola konsumsi susu.

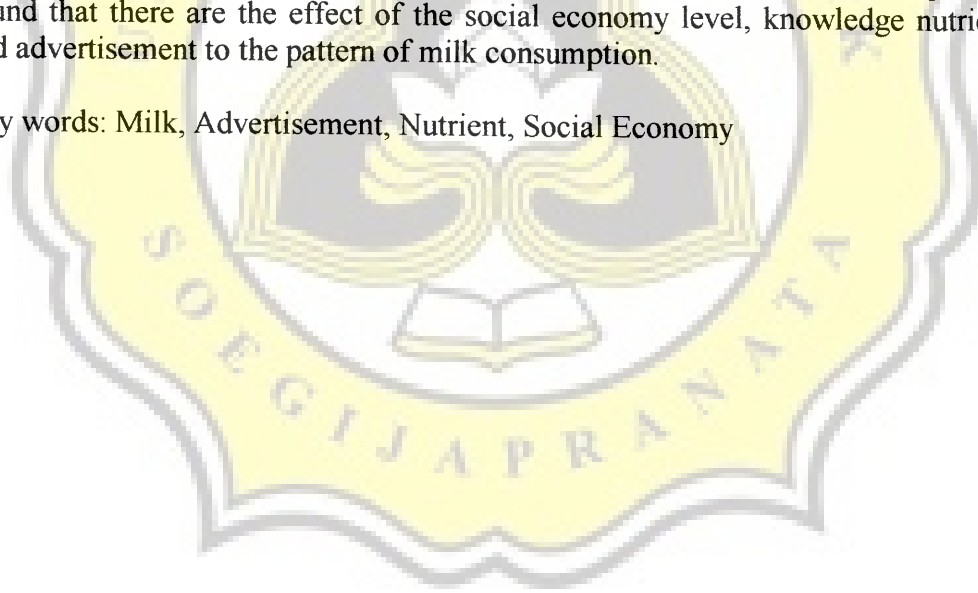
Kata kunci : Susu, Iklan, Gizi, Sosial Ekonomi



SUMARRY

Milk is a high value drink because it contains the nutrients which are needed by a body. Milk can be said the shortly near of perfect drink based on the nutrient point of view because it contains fat, protein, carbohydrate, mineral, water, and several vitamins. The aim of this research is to know the effect of the social economy level, knowledge of nutrient, and advertisement to the pattern of milk consumption by the respondents domiciled at Gombel Permai, Tanah Mas, PJKA Tawang Sari, Kebonharjo and Tambaklorok Semarang. The objects of this research are children (6-12 age), adolescent (13-17 age), adult (18-59 age) and an advanced age (more than 60 age) who are got at random. In every location of the research, the respondents are got 100 children, 50 adolescents, 60 adults, and 90 an advanced ages. The date was got by using the in-depth interview technique and filling the questioner about the pattern of consumption, the social economy level, knowledge of nutrient, and advertisement. This research was conducted from October to December 2003. The data, namely: the pattern of milk consumption, the social economy level, knowledge of nutrient, and advertisement, are processed using Excel 98. All data, which will be analyzed, are tabulated. Meanwhile, the analyzing data to examine the hypothesis uses Crosstabs and Chi-Square Test from SPSS 11,0 program. Based on the research of the pattern of consumption is found that there are the effect of the social economy level, knowledge nutrient, and advertisement to the pattern of milk consumption.

Key words: Milk, Advertisement, Nutrient, Social Economy



KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria atas segala limpahan rahmat, karunia dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi berjudul 'Pengaruh Tingkat Sosial Ekonomi, Penguasaan Gizi dan Iklan Terhadap Pola Konsumsi Susu' dengan baik dan lancar.

Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orangtua "Bapak & Ibu" untuk cinta, kesabaran, saran dan support, baik moril maupun materiil.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada beberapa pihak :

1. Ir. Lucia Sri Lestari, MSc, selaku Dekan Fakultas Teknologi Pertanian UNIKA Soegijapranata Semarang.
2. Dra. Laksmi Hartayanie, MP, selaku Dosen Pembimbing.
3. Buat keluarga Tawang Sari yang sudah banyak membantu baik materiil maupun moral selama penulis menyelesaikan laporan skripsi ini.
4. Dina, Je-Pe, Hasto, Santi dan teman-teman yang lain yang sudah banyak memberikan saran maupun kritik yang membangun buat kelancaran skripsi ini.
5. Buat kak Arie, thank's ya atas segala cinta, kesabaran dan segala dukungannya selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
6. Orang-orang yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, semoga Tuhan senantiasa memberikan perlindungan dan membalas semua kebaikan semua orang yang telah membantu penulis hingga terselesaikannya skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga laporan ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca.

Semarang, Juli 2004

Colestika Dwi Feriatin

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
RINGKASAN	ii
SUMARY	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
1. PENDAHULUAN	1
2. MATERI DAN METODE	6
2.1. Waktu dan Tempat Penelitian	6
2.2. Pengumpulan Data Konsumsi	7
2.3. Analisa Data	10
3. HASIL PENGAMATAN	11
3.1. Jenis Kelamin Responden	11
3.2. Frekuensi Konsumsi Susu Di Lokasi Penelitian	12
3.2.1. Frekuensi Konsumsi Susu Di Gombel Permai	12
3.2.2. Frekuensi Konsumsi Susu Di Tanah Mas	13
3.2.3. Frekuensi Konsumsi Susu Di Tawang Sari	14
3.2.4. Frekuensi Konsumsi Susu Di Kebonharjo	15
3.2.5. Frekuensi Konsumsi Susu Di Tambaktorok	16
3.3. Konsumsi Susu Merek Utama	17
3.3.1. Konsumsi Susu Merek Utama Usia Anak	17
3.3.2. Konsumsi Susu Merek Utama Usia Remaja	19
3.3.3. Konsumsi Susu Merek Utama Usia Dewasa	20
3.3.4. Konsumsi Susu Merek Utama Usia Lanjut	21
3.3.5. Konsumsi Susu Merek Utama Kategori lain	22
3.4. Jenis Susu Yang Dikonsumsi	24
3.5. Hubungan Antara Iklan Dengan Frekuensi	25
3.6. Pengaruh Tingkat Penghasilan Terhadap Frekuensi	26
3.6.1. Pengaruh Penghasilan Responden	27
3.6.2. Pengaruh Penghasilan Orangtua	28
3.7. Pengaruh Tingkat Pendidikan Orangtua Terhadap Frekuensi	29
3.8. Pengaruh Pendidikan Responden Usia Anak Terhadap Frekuensi	31
3.9. Pengaruh Pendidikan Responden Usia Remaja Terhadap Frekuensi	32
3.10. Pengaruh Pendidikan Responden Dewasa Terhadap Frekuensi	34
3.11. Pengaruh Pendidikan Responden Lansia Terhadap Frekuensi	35

3.12. Pengaruh Pengetahuan Gizi Terhadap Frekuensi Konsumsi.....	37
4. PEMBAHASAN	39
4.1. Frekuensi Konsumsi Susu Di Lokasi Penelitian.....	39
4.1.1. Frekuensi Konsumsi Susu Di Gombel Penelitian	40
4.1.2. Frekuensi Konsumsi Susu Di Tanah Mas	42
4.1.3. Frekuensi Konsumsi Susu Di Tawangsar	43
4.1.4. Frekuensi Konsumsi Susu Di Kebonharjo	44
4.1.5. Frekuensi Konsumsi Susu Di Tambaklorok.....	45
4.2. Konsumsi Merek Susu Utama	46
4.2.1. Konsumsi Merek Susu Utama Usia Anak.....	47
4.2.2. Konsumsi Merek Susu Utama Usia Remaja.....	49
4.2.3. Konsumsi Merek Susu Utama Usia Dewasa.....	50
4.2.4. Konsumsi Merek Susu Utama Lansia	51
4.2.5. Konsumsi Merek Susu Utama Kategori Lain.....	51
4.3. Jenis Susu Yang Dikonsumsi	52
4.4. Pengaruh Iklan Terhadap Pola Konsumsi Susu.....	53
4.5. Pengaruh Tingkat Penghasilan Terhadap Frekuensi	54
4.5.1. Pengaruh Tingkat Penghasilan Responden Terhadap Frekuensi....	54
4.5.2. Pengaruh Tingkat Penghasilan Orangtua Terhadap Frekuensi.....	55
4.6. Pengaruh Pendidikan Responden Terhadap Frekuensi	56
4.6.1. Pengaruh Pendidikan Responden Anak Terhadap Frekuensi.....	56
4.6.2. Pengaruh Pendidikan Responden Remaja Terhadap Frekuensi.....	57
4.6.3. Pengaruh Pendidikan Responden Dewasa Terhadap Frekuensi....	57
4.6.4. Pengaruh Pendidikan Responden Lansia Terhadap Frekuensi.....	58
4.7. Pengaruh Pendidikan Orangtua Terhadap Frekuensi.....	58
4.8. Hubungan Antara Pengetahuan Gizi Dengan Frekuensi	59
5. KESIMPULAN	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Komposisi Gizi Susu Sapi Segar	1
Tabel 2. Deskripsi Lokasi Penelitian	6
Tabel 3. Frekuensi Konsumsi susu Di Gombel Permai.....	12
Tabel 4. Frekuensi Konsumsi Susu Di Tanah Mas.....	13
Tabel 5. Frekuensi Konsumsi Susu Di Tawang Sari.....	14
Tabel 6. Frekuensi Konsumsi Susu Di Kebonharjo.....	15
Tabel 7. Frekuensi Konsumsi Susu Di Tambaklorok.....	16
Tabel 8. Konsumsi Susu Merek Utama Usia Anak.....	18
Tabel 9. Konsumsi Susu Merek Utama Usia Remaja.....	19
Tabel 10. Konsumsi Susu Merek Utama Usia dewasa.....	20
Tabel 11. Konsumsi Susu Merek Utama Lansia	21
Tabel 12. Konsumsi Susu Merek Pada Kategori Lain.....	23
Tabel 13. Jenis Susu Yang Dikonsumsi	24
Tabel 14. Hubungan Iklan Dengan Frekuensi Konsumsi.....	25
Tabel 15. Pengaruh Penghasilan Responden Terhadap Frekuensi.....	27
Tabel 16. Pengaruh Penghasilan Orangtua Terhadap Frekuensi.....	28
Tabel 17. Pengaruh Tingkat Pendidikan Orangtua Terhadap Frekuensi.....	29
Tabel 18. Pengaruh Pendidikan Responden Anak Terhadap Frekuensi.....	31
Tabel 19. Pengaruh Pendidikan Responden Remaja Terhadap Frekuensi... ..	32
Tabel 20. Pengaruh Pendidikan Responden Dewasa Terhadap Frekuensi... ..	34
Tabel 21. Pengaruh Pendidikan Responden Lansia Terhadap Frekuensi.... ..	35
Tabel 22. Pengaruh Pengetahuan Gizi Terhadap Frekuensi Konsumsi.....	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Persentase Jenis Kelamin Responden	1
Gambar 2. Jenis Susu Yang Dikonsumsi	24
Gambar 3. Hubungan Iklan Dengan Pola Konsumsi.....	26
Gambar 4. Pengaruh Pendidikan Orangtua Terhadap Frekuensi.....	30
Gambar 5. Pengaruh Pendidikan Responden Anak Terhadap Frekuensi	31
Gambar 6. Pengaruh Pendidikan Responden Remaja Terhadap Frekuensi	33
Gambar 7. Pengaruh Pendidikan Responden Dewasa Terhadap Frekuensi	34
Gambar 8. Pengaruh Pendidikan Responden Lansia Terhadap Frekuensi	36
Gambar 9. Pengaruh Pengetahuan Gizi Terhadap Frekuensi.....	38



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Peta Wilayah
- Lampiran 2. Gambar Lima Merek Susu Utama
- Lampiran 3. Kuesioner
- Lampiran 4. Jadwal Survei Pola Konsumsi Susu
- Lampiran 5. *Crosstabs* Data
- Lampiran 6. *Chi-Square Test* Data
- Lampiran 7. *Reliability* dan *Validity* Data

