



LAPORAN PENELITIAN DOSEN MUDA
TAHUN ANGGARAN 2001

SELESAI

**DAMPAK IKLAN MAKANAN TERHADAP POLA
MAKANAN DAN STATUS GIZI BALITA
(STUDI DI DAERAH PERKOTAAN KOTA SURABAYA)**

Peneliti:

Ir. ANNIS CATUR ADI, M.Si.

3000209023(4)

LEMBAGA PENELITIAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

Dibiayai Oleh Bagian Proyek Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia

DIP Nomor : 059/XXIII/--/2001 Tanggal 1 Januari 2001

Kontrak Nomor : 021/LIT/BPPK-SDM/III/2001

Ditbinlitabmas, Ditjen Dikti, Depdiknas

Nomor Urut : 8

**FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Nopember, 2001

**IDENTITAS DAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR HASIL PENELITIAN DOSEN MUDA**

1. a. Judul penelitian : DAMPAK IKLAN MAKANAN TERHADAP
POLA MAKAN DAN STATUS GIZI BALITA
(STUDI DI DAERAH PERKOTAAN,
KOTA SURABAYA)
- b. Macam penelitian : I / II / III
2. Kepala Proyek Penelitian
 - a. Nama lengkap dan Gelar : Ir. Annis Catur Adi, M.Si.
 - b. Jenis Kelamin : Laki - laki
 - c. Pangkat/Gol/NIP : Penata Muda / IIIA / 132 105 901
 - d. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - e. Fakultas/Puslit/Jurusan : Kesehatan Masyarakat/Gizi Kesmas
 - f. Univ./Inst./Akademi : Airlangga
 - g. Bidang Ilmu yang Diteliti : Gizi Masyarakat
3. Anggota Tim Peneliti : Fariani Syahrul, SKM,M.Kes.
4. Lokasi Penelitian : Kota Surabaya, Jawa Timur
5. Kerjasama kelembagaan
 - a. Nama Instansi : -
 - b. Alamat : -
6. Jangka Waktu Penelitian : 6 bulan
7. Biaya yang Diperlukan : Rp. 5.000.000,00
(Lima juta rupiah)

Surabaya, Oktober 2001

Mengetahui :

Dekan
Fakultas Kesehatan Masyarakat

Dr. Tjipto Suwand, dr., MOH
NIP 130 517 177

Ketua Peneliti

Annis Catur Adi, Ir., M.Si
NIP 132 105 901

Menyetujui :

Ketua lembaga Penelitian Unair

Prof. Dr. H. Sarmanu, M.S.
NIP 130 701 125

MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

RINGKASAN PENELITIAN

Judul Penelitian : Dampak Iklan Makanan terhadap Pola Makan dan Status Gizi Balita (Studi di daerah Perkotaan Kota Surabaya, Jawa Timur)

Peneliti : Annis Catur Adi
Fariani Syahrul
: Fakultas Kesehatan Masyarakat

Lembaga Penelitian : DIP Nomor : 059/XXIII/I-/2001 tanggal 1 Januari 2001

Sumber Biaya : Kontrak Nomor : 021/LIT/BPPK-SDM/III/2001 Dirjen Dikti Depdiknas

Kurang Energi Protein (KEP) balita sebagai satu sisi dari masalah gizi ganda, sampai sekarang masih sering ditemukan dimasyarakat baik di pedesaan maupun perkotaan dan menjadi berita besar di berbagai media masa. Masalah tersebut diperparah oleh adanya krisis total yang telah dan tengah melanda bangsa Indonesia saat ini, sehingga di beberapa daerah Jawa Timur terjadi penurunan status gizi balita yang cukup tajam, termasuk di Kota Surabaya (Data profil : Jatim : Prevalensi KEP : 18,8 % pada th 1997; 22,3 % pada tahun 1998 dan 9,75 % th 1999; sedangkan Surabaya: Prevalensi KEP 3,86% th 1998 dan 5,53 % pada th 1999).

Hasil pemantauan Dinas Kesehatan Jawa Timur pada akhir bulan Mei 1999, diperoleh hampir 400 balita menderita kurang gizi (Marasmus dan kwashiorkor). Uniknya, balita penderita kurang gizi bukan hanya terjadi pada masyarakat miskin, tetapi juga banyak terjadi pada masyarakat tidak miskin termasuk keluarga PNS (19 anak balita di Kota Surabaya). Disinyalir hal ini terjadi terutama akibat salah pilih makanan karena kurangnya pengetahuan gizi dan kebiasaan makan yang salah (Jawa Post, 1 Juni 1999). Hal yang serupa terjadi pada kejadian luar biasa (KLB) Marasmus dan Kwashiorkor di Sumatera Barat, karena 40 % dari 4000 anak balita bergizi buruk berasal dari keluarga mampu yang orang tuanya tidak tahu soal gizi. Disinyalir pola makan anaknya terpengaruh oleh iklan makanan (Kompas, 8 Mei 1999). Begitu gencar dan bebasnya iklan makanan di berbagai media masa saat ini, apabila tanpa diimbangi dengan upaya peningkatan pengetahuan gizi masyarakat, maka akan sulit dalam menilai dan memilih makanan yang aman, bergizi seimbang dan bermutu bagi anak balitanya agar dapat tumbuh dan berkembang dengan baik.

Oleh karena itu tujuan umum penelitian adalah untuk mengetahui dampak iklan makanan terhadap pola makan dan status gizi balita di daerah pedesaan. Sedangkan tujuan khusus adalah 1) Mengetahui karakteristik rumah tangga balita (sosekbud) ; 2) Mengetahui tingkat pengetahuan pangan-gizi ibu rumah tangga yang memiliki balita ; 3) Mengetahui pola makan dan status gizi balita ; 4) Mengetahui jenis media dan iklan yang paling mempengaruhi ibu rumah tangga dalam menilai dan memilih makanan untuk balita ; 5) Mengetahui hubungan antara pengaruh iklan, tingkat pengetahuan pangan-gizi, status gizi dan lingkungan sosekbud.

Penelitian ini merupakan penelitian observasional analitik dengan desain penelitian *cross sectional*. Penelitian ini dilaksanakan di wilayah kerja Puskesmas

Mulyorejo Kecamatan Mulyorejo dan Puskesmas Mojo Kecamatan Gubeng, Kota Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua balita di wilayah kerja Puskesmas Mulyorejo dan Mojo Kota Surabaya, sedangkan sampel penelitian adalah balita yang termasuk dalam populasi dan berusia ≥ 4 bulan. Responden adalah ibu rumahtangga balita (> 4 bulan). Lokasi pengambilan data di 2 kelurahan (dipilih langsung 1 kelurahan di masing-masing Puskesmas), yaitu Kelurahan Kalijudan dan Mojo. Sampel ditetapkan dengan rumus sampel diperoleh sebanyak 96,04 yang dibulatkan menjadi 100. Responden diambil secara acak sederhana dari daftar sampling (daftar balita di daerah tersebut) masing-masing 50 tiap kelurahan. Variabel yang diteliti adalah karakteristik rumahtangga balita, karakteristik balita, pendidikan ibu, pendapatan keluarga, pengetahuan pangan-gizi, jenis dan media iklan, pola makan dan status gizi balita. Data dikumpulkan dengan wawancara langsung dengan bantuan kuesioner, sedangkan berat badan balita dilakukan dengan penimbangan. Data yang telah dikumpulkan dianalisis secara deskriptif dalam bentuk distribusi frekuensi, serta analisis bivariat untuk mengetahui hubungan antara 2 variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rumahtangga balita sebagian besar termasuk rumahtangga kecil (≤ 4) dengan usia kepala rumahtangga (KRT) dan ibu rumahtangga (IRT) yang masih muda (rata-rata 33 tahun) dan masih mempunyai potensi umur produktif yang tinggi (> 26 tahun). Pendidikan KRT dan IRT relatif setara (tamatan SD) dan mempunyai pendapatan relatif masih rendah (Rp 300.00-Rp 500.000,- /bln) dengan sumber utama pencaharian pegawai swasta dan bidang aneka jasa. Sebagian besar ibu rumahtangga telah mempunyai tingkat penguasaan pengetahuan pangan dan gizi yang tinggi, namun demikian masih ada yang kurang. Pola makan balita (jenis, umur dan frekuensi pemberian) sebagian besar responden tergolong baik. Demikian juga status gizi balita sebagian besar tergolong Gizi baik (normal), meski sebagian tergolong Gizi lebih dan buruk. Ibu merupakan anggota keluarga yang mempunyai peran strategis dan menentukan ("penjaga gawang") kualitas makan dan status gizi balita. Televisi sebagai media paling efektif (menarik dan sering digunakan) dalam penyampaian informasi termasuk iklan, sedangkan Posyandu sebagai sumber informasi terpercaya akan kebenaran informasinya. Iklan yang paling menarik dan mempengaruhi adalah iklan yang menawarkan produk dengan : 1) aneka organoleptik dan kemudahan penyajian untuk sasaran ibu balita (misal : aneka bubur balita); 2) tokoh/bintang idola sesuai sasaran produk (misal: "Joshua" sesuai untuk produk sasaran anak balita " susu dan vitamin).

Hasil analisis bivariat antara 2 variabel adalah : 1) Terdapat hubungan antara media iklan dan tingkat pendidikan ibu dengan tingkat pengetahuan pangan dan gizi; 2) Terdapat hubungan antara iklan (menerima pengaruh) dengan pemilihan (tingkat kesulitan) makanan/minuman balita, namun tidak ada hubungan dengan pola makan. 3) Tidak terdapat hubungan antara pengetahuan pangan gizi dan pendapatan dengan pemilihan (tingkat kesulitan) makanan/minuman balita; 4) tidak terdapat hubungan antara pola makan, pengetahuan pangan dan gizi serta pendapatan dengan status gizi balita.

Oleh karena itu disarankan, antara lain : 1) Perlu peningkatan kualitas pemberian makan balita dengan : a) peningkatan konsumsi terutama buah-buahan ; b) penyadaran akan resiko dan kerugian memberi makanan balita selain ASI (kemasan/selingan) terlalu dini (< 4 bulan) ataupun terlambat (> 6 bulan). 2) Perlu peningkatan peranan Posyandu

(revitalisasi) terutama di Kel. Mojo sebagai sumber informasi potensial masyarakat dengan berbagai media (misal: panggung boneka, dll.) guna mengimbangi gencarnya gempuran iklan (promosi komersial). 3) Perlu adanya peningkatan kualitas kemasan dan tayangan iklan layanan masyarakat (berkaitan pangan, gizi dan kesehatan) pada media TV dengan jam tayang yang efektif (sore pk. 17.00 dan pagi pk 08.00-10.00) guna mengimbangi iklan (promosi komersial); dan lain sebagainya. 4) Iklan makanan/minuman balita perlu ditertibkan dan diatur.

SUMMARY

IMPACT OF FOOD ADVERTISING TO FOOD PATTERN AND NUTRITIONAL STATUS OF UNDER FIVE YEARS (STUDY IN URBAN AREA, SURABAYA EAST JAVA)

Annis Catur Adi and Fariani Syahrul

Protein Energy Malnutrition (PEM) is one's of nutrition problem until now in rural and urban and becoming the big news at some mass media. That problem was more severe caused impact after the total crisis hit Indonesia, as shown in some area of East Java was decreasing nutritional status of under five years child that enough significantly, included in Surabaya (Profile data's: PEM prevalence: 18,8% (1997 th); 22,3 % (1998 th) and 9,75% at 1999, whereas Surabaya: PEM prevalence: 3,86 % (1998) and 5,53 % at 1999)).

The Result Monitoring by Health Department, East Java at the last May 1999, have been almost 400 under five years suffer under nutrition (Marasmus and kwashiorkor). It's curious, under five years under nutrition not only at the poor community, but so at not poor community included 'PNS' (civil government staff) family (19 under five years in Surabaya). Predicated, caused by not true in to make choice of food because less than nutrition knowledge and food habits. In another causes, to predicted because food pattern of under five years had influenced by food advertising (Kompas, 8 May 1999).

The generally objective of this study was to know impact of food advertising to food pattern and nutritional status of under five years child in urban area. So than the specific objective were: 1) To know household's under five years characteristic (social, economic and culture); 2) To know food and nutrition knowledge of mother's under five years child; 3) To know food pattern and nutritional status of under five years child; 4) To know kind of media and advertising that most influence to wife's household in to value and choice of food for under five years child; 5) To know correlation between advertising influence, degree of food and nutrition knowledge, nutritional status and social culture.

This study is analytic observational research with cross-sectional designs. Research were two 'Puskesmas' (Primary Health Care) areas in Surabaya (Mulyorejo and Mojo). Fifty families having 4-59 months old children were selected with simple random form list sampling as sample in each area. Data collected included characteristic of under five years child household, characteristic of under five years child, mother education, family income, food and nutrition knowledge, kind and media of advertising, food pattern and nutritional status. Data was collected by direct interviewing respondent using questionnaires and measure anthropometry (weight/age) of samples.

The study showed that the most under five years child's household includes small family (≤ 4 person) with age of head household and wife's household still young (average 33 years old) and still having high potential age productive (> 26 years). Head and wife's household were having the same relative education degree (elementary school) but still low income (Rp 300.000,- - Rp 500.000/ month) with main resources occupation as staff non government and service. The most wife's household were having high degree food and nutrition knowledge, in spite of some of them still having less. The most under five years child were including good food pattern (kinds, age and frequency). The most under five years child were including good nutritional status, but some of them still including under nutritional and obesity. Mother as member families that have leading strategic and to decide (Goal keeper) food quality and nutritional status of under five years child. Television as the most effective (interesting and used repeatedly) in to carry on information, include advertising, just Posyandu as believed information resources. Advertising that the most interesting and influence was advertising that to neutralize product with : 1) many kind organoleptic and easier food handling for mother's under five years child (example: kind of under five years child's porridge); 2) star in advertising relevant with product object (example: 'Joshua' relevant for product with child object: milk and vitamin)

Result bivariat analysis between 2 variable were: 1) There were correlations between advertising media and mother's education degree with food

and nutrition knowledge degree; 2) There were correlations between advertising influence with choice (difficulty degree) food and beverage of under five years child, but weren't with food pattern; 3) There weren't correlation food and nutrition knowledge and income with choice (difficulty degree) food and beverage of under five years child; 4) There weren't correlation food pattern, food and nutrition knowledge so income with nutritional status of under five years child.

It is expected that needs: 1) Increasing food feeding quality f of under five years child with a) Increasing consumption fruit, b) Increasing of conscious risk and negative impact if earlier (< 4 month) and later (> 6 month) food feeding except breastfeeding (ASI); 2) Increasing of Posyandu action (revitalitation) in Mojo PHC as information community resources with many kind media (example: "Panggung Boneka") 3) The Government and the producers of child food will give true and honest information in advertising their product.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dan penulisan hasil penelitian dapat diselesaikan.

Banyak pihak yang telah membantu bagi kelancaran penelitian ini khususnya pada tahap pengambilan data. Bantuan yang sangat kami rasakan terutama dari para responden yang bersedia meluangkan waktunya dan para kader posyandu yang turut ambil bagian dalam penelitian ini. Untuk itu kami sampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang tidak terhingga.

Dalam kesempatan ini juga kami sampaikan terima kasih kepada Bapak Rektor Universitas Airlangga, Bapak Ketua Lembaga Penelitian Unair, Bapak Dekan Fakultas Kesehatan Masyarakat Unair atas kesempatan yang telah diberikan kepada kami untuk melaksanakan penelitian ini dan Kepala Puskesmas Mulyorejo dan Mojo, Kota Surabaya beserta staf serta Lurah Kalijudan dan Mojo beserta staf yang telah berkenan menerima kami untuk mengadakan penelitian ini.

Akhirnya, kami berharap penelitian ini dapat memberi manfaat bagi yang memerlukannya. Kritik dan saran sangat kami harapkan untuk perbaikan dan penyempurnaan laporan ini.

Surabaya, Oktober 2001

Tim Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN PENELITIAN	I
KATA PENGANTAR	Iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	x
 BAB I PENDAHULUAN	 1
I.1. Latar Belakang, Permasalahan	1
I.2. Rumusan Masalah	3
I.3. Tujuan Penelitian	5
I.4. Manfaat Penelitian	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 7
II.1. Pola Makan	7
II.2. Status Gizi	9
II.3. Masalah Gizi Kurang	12
II.4. Informasi Pangan dan Gizi	12
II.5. Pengetahuan Pangan dan Gizi	14
II.6. Upaya Perbaikan Perilaku	15
 BAB III METODE PENELITIAN	 17
III.1. Jenis Penelitian	17
III.2. Tempat dan Waktu Penelitian	17
III.3. Populasi dan Sampel	17
III.4. Jenis dan Cara Pengumpulan Data	18
III.5. Variabel Penelitian	18
III.6. Definisi Operasional	20
III.7. Pengolahan dan Analisis Data	20
 BAB IV HASIL PENELITIAN	 22
IV.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian	22
IV.2. Karakteristik Rumah tangga Balita	24
IV.3. Karakteristik Balita	29
IV.4. Pengetahuan Pangan dan Gizi	32
IV.5. Pola Pemberian Makan	35
IV.7. Media dan Iklan	43
IV.8. Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Pola Makan dan Status Gizi	 52
 BAB V PEMBAHASAN	 55
V.1. Karakteristik Rumah tangga Balita	55
V.2. Pengetahuan Pangan dan Gizi Ibu Rumah tangga Balita	56

V.3. Pola Makan dan Status Gizi Balita	57
V.4. Jenis Media dan Iklan	61
V.5. Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Pola Makan dan Status Gizi Balita.....	62
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	66
VI.1. Kesimpulan	66
VI.2. Saran	68
DAFTARPUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Pedoman Pemberian Jenis Makanan Balita	8
Tabel IV.1.	Distribusi Ibu Rumah Tangga di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	24
Tabel IV.2.	Distribusi Umur Kepala Keluarga di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	25
Tabel IV.3.	Distribusi Pendidikan Ibu di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	26
Tabel IV.4.	Distribusi Pendidikan Kepala Keluarga di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	26
Tabel IV.5.	Distribusi Pekerjaan Ibu Balita Responden di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	27
Tabel IV.6.	Distribusi Pekerjaan Kepala Keluarga di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	27
Tabel IV.7.	Distribusi Pendapatan Rumah Tangga di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	28
Tabel IV.8.	Distribusi Jumlah Keluarga di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	28
Tabel IV.9.	Distribusi Balita Menurut Umur di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	29
Tabel IV.10.	Distribusi Balita Menurut Jenis Kelamin di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	30
Tabel IV.11.	Distribusi Balita Menurut Status Gizi di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	31
Tabel IV.12.	Distribusi Balita Menurut Kelompok Umur dan Status Gizi di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	32
Tabel IV.13.	Distribusi Responden Menurut Sumber Informasi yang Paling Sering Digunakan di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	33

Tabel IV.14.	Distribusi Responden Menurut Sumber Informasi yang Paling Menarik Digunakan di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	34
Tabel IV. 15	Distribusi Responden Menurut Sumber Informasi yang Paling Dipercaya di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	34
Tabel IV.16.	Distribusi Responden Menurut Tingkat Pengetahuan Pangan, Gizi dan Kesehatan di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	35
Tabel IV.17.	Distribusi Responden Menurut Frekuensi Pemberian Makanan Balita di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	36
Tabel IV.18.	Distribusi Responden Menurut Umur Awal Pemberian Makanan Balita Kemasan di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	37
Tabel IV.19.	Distribusi Jenis dan Rata-rata Frekuensi Makanan Populer Balita per Bulan di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	38
Tabel IV.20.	Distribusi Responden Menurut Jenis Kesulitan Pemberian Makanan Balita di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	39
Tabel IV.21.	Distribusi Responden Menurut Peranan Sebagai Inisiator Pemberian Makan Balita di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	40
Tabel IV.22.	Distribusi Responden Menurut Perannya Sebagai Pemberi Pengaruh Pemberian Makan Balita di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	40
Tabel IV.23.	Distribusi Responden Menurut Perannya Sebagai Pengambil Keputusan Pembelian Makanan Balita di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	41
Tabel IV.24.	Distribusi Responden Menurut Perannya Sebagai Pelaksanan Pembelian Makanan Balita di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	41

Tabel IV.25.	Distribusi Responden Menurut Perannya Sebagai Pemasak Makan Balita di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	42
Tabel IV.26.	Distribusi Responden Menurut Perannya Sebagai Pemberi/Pengasuh Makan Balita di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	42
Tabel IV.27.	Distribusi Responden Menurut Jenis Media Iklan di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	43
Tabel IV.28	Distribusi Responden menurut Waktu Melihat, Mendengar Iklan di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan Kota Surabaya, Tahun 2001	44
Tabel IV.29.	Distribusi Responden Menurut Jenis Media Iklan Paling Menarik di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	45
Tabel IV.30.	Jenis Iklan Makanan Balita yang Paling Menarik di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	46
Tabel IV.31.	Jenis Iklan Minuman Balita yang Paling Menarik di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	46
Tabel IV.32.	Jenis Iklan Makanan Ringan Balita yang Paling Menarik di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	47
Tabel IV.33.	Jenis Iklan Vitamin/Obat Balita yang Paling Menarik di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	48
Tabel IV.34.	Distribusi Responden Menurut Sikap terhadap Iklan Makanan dan Minuman di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	49
Tabel IV.35.	Distribusi Responden Menurut Pertimbangan Dalam Memilih dan Membeli Makanan dan Minuman di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	50
Tabel IV.36.	Distribusi Responden Menurut Pertimbangan Dalam Memilih dan Membeli Makanan dan Minuman Balita Dalam Kemasan di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	50

Tabel IV.37.	Distribusi Responden Menurut Alasan Kesukaan Memilih dan Membeli Makanan dan Minuman Balita yang Diiklankan di Kel. Mojo dan Kel. Kalijudan, Kota Surabaya Tahun 2001	51
Tabel IV.38.	Hubungan Pendidikan Ibu Rumahtangga dengan Pengetahuan Pangan dan Gizi	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1.	Model Perilaku Konsumen yang Memperlihatkan Pemrosesan Informasi dengan Mnggambarkan Pembelian dan Hasil	14
------------	--	----