

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Televisi saat ini adalah sarana elektronik yang paling digemari dan dicari orang. Untuk mendapatkan televisi tidak lagi sesusah zaman dahulu dimana perangkat komunikasi ini adalah barang yang langka dan hanya kalangan tertentu yang memilikinya. Televisi saat ini bisa dinikmati dan sangat mudah dijangkau oleh semua kalangan tanpa batasan usia.

Dewasa ini, kebanyakan orang setelah melakukan aktivitas sehari – hari untuk mengisi waktu luang dapat diisi dengan kegiatan di dalam maupun di luar rumah, misal untuk kegiatan di dalam rumah dapat diisi dengan menonton program televisi.

Program televisi terdiri dari bermacam – macam pilihan acara (sinetron, film, kartun, berita, pertandingan olahraga). Di dalam program tersebut terdapat iklan yang terdiri dari iklan makanan dan iklan non-makanan.

Program televisi yang dipilih tentu yang menarik minat orang yang bersangkutan. Pada saat menonton televisi, sebagian orang memakan camilan (Harris, Bargh, Brownell, 2009).

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

- Apakah iklan makanan meningkatkan jumlah camilan ?

1.3. Tujuan Penelitian

- Ingin mengetahui apakah iklan makanan meningkatkan jumlah camilan

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh iklan makanan terhadap pola makan (camilan).

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberi informasi kepada mahasiswa pada khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk menghindari pengaruh buruk iklan makanan terhadap pola makan (camilan).

1.5. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.5.1. Kerangka Pemikiran

Menonton program televisi dapat mempengaruhi kebiasaan seseorang, emosi, serta pola makan (Martin, Coulon, Markward, Greenway, Anton, 2009). Makan selama menonton televisi dapat dipengaruhi oleh iklan-iklan yang berhubungan dengan makanan. Rangsangan dari iklan makanan tersebut dapat memicu rasa lapar, atau pikiran, perasaan dan keinginan mengenai makanan walaupun individu yang bersangkutan tidak dalam keadaan lapar (Temple, Giacomelli, Kent, Roemmich, Epstein, 2007).

Menonton televisi juga dapat berkontribusi dalam makan berlebih dengan cara mempengaruhi kebiasaan makan. Kebiasaan makan seseorang diatur oleh sinyal dari sistem pancaindera, dan sistem pencernaan (Temple, Giacomelli, Kent, Roemmich, Epstein, 2007) .

Kebiasaan makan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain (Harris, Bargh, Brownell, 2009) :

1. Faktor – faktor eksternal yaitu paparan terhadap sifat-sifat sensorik (misalnya : kemasan, variasi makanan, ukuran porsi dan rasa) makanan lezat meningkatkan keinginan untuk terus mengkonsumsi makanan walaupun sebenarnya individu tersebut sudah kenyang.
2. Proses otomatis yaitu tidak terkait dengan kualitas sensorik makanan mempengaruhi jumlah yang dikonsumsi tanpa disadari individu yang bersangkutan.
3. Perilaku orang lain, tanpa disadari orang-orang secara otomatis meniru perilaku makan orang lain termasuk pilihan makan dan jumlah makanan yang dikonsumsi.

1.5.2. Hipotesis

Iklan makanan meningkatkan jumlah camilan.