

Pengaruh pemasaran makanan dan minuman terhadap pilihan makanan siswa remaja di Jakarta, Indonesia: studi kualitatif = The influence of food and beverage marketing towards food choice among adolescent students in Jakarta, Indonesia: a qualitative study

Grace Sheila Jonatan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20475720&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran makanan dan minuman terhadap pilihan makanan siswa remaja di Jakarta. Empat SMP dan empat SMA di Jakarta dipilih secara sengaja. Data dikumpulkan melalui delapan focus group discussions dengan siswa remaja kelas 7-12. Wawancara mendalam dilakukan dengan informan utama termasuk orang tua, guru, serta penjual makanan di kantin sekolah. Analisis data dilakukan melalui coding dan menentukan tema yang muncul dari transkrip verbatim. Lima tema ditemukan dari analisis data. Pertama, paparan pemasaran makanan dan minuman mempengaruhi pilihan makanan dengan menciptakan kesadaran. Berikutnya, remaja terpengaruh oleh pemasaran makanan dan minuman lewat peningkatan minat terhadap pilihan makanan. Ketiga, remaja membuat keputusan pada pilihan makanan sebagai hasil dari interaksi beberapa faktor. Selanjutnya, tema keempat menunjukkan faktor yang penting untuk mengulang konsumsi atau pembelian. Terakhir, ada pengaruh online delivery application terhadap pemilihan makanan remaja. Penemuan studi ini mendorong sektor kesehatan atau pendidikan untuk membuat pendidikan nutrisi yang interaktif pada platform digital. Studi ini juga menyarankan dibuatnya regulasi untuk pemasaran makanan dan minuman yang menargetkan khusus pada remaja. Terutama makanan dan minuman yang mengandung lemak trans, serta tinggi lemak jenuh, gula, atau garam.

This qualitative study aimed to explore the influence of food and beverage marketing towards food choice among adolescent students in Jakarta. Four junior and senior high schools in Jakarta were purposively selected. Data was collected through eight focus group discussions with adolescent students grade 7-12. In depth interview was done with key informants including parents, teachers, and food sellers in the school canteen. Data analysis was done through coding and determining themes that emerged from the verbatim transcripts. Five themes were found from data analysis. First, the exposure of food and beverage marketing influenced food choice by creating awareness. Next, adolescents were influenced by food and beverage marketing through enhanced interests towards food choice. Third, adolescents made actions on food choice as a result of the interplay of several factors. Next, the fourth theme pointed out factors that were important to repeat consumption or purchases. Finally, there was an influence of online delivery application towards food choice among adolescents. Findings of this study encouraged health or education sector to create an interactive nutrition education on digital platforms. This study also recommended the regulation of food and beverage marketing specifically aimed at adolescents. Especially on food and beverage that contained trans fat, as well as high in saturated fat, sugar, or salt.