

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FIKES

PENGARUH MEDIA EDUKASI FOOD MODEL DAN VIDEO ANIMASI TERKAIT LABEL GIZI TERHADAP PENGETAHUAN DAN SIKAP REMAJA SMAN 111 JAKARTA

ADE AYU ELSANDI

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76442&lokasi=lokal>

Abstrak

Kurangnya perhatian dalam membaca label informasi nilai gizi secara tidak langsung dapat berpengaruh pada peningkatan jumlah kasus obesitas akibat konsumsi makanan yang tidak baik serta peningkatan jumlah kasus pada penyakit yang berhubungan dengan konsumsi makanan. Terdapat faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam penggunaan label informasi nilai gizi yaitu sikap seseorang maupun motivasi serta pengetahuan yang dimiliki seseorang. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh media edukasi food model dan video animasi terkait label gizi terhadap pengetahuan dan sikap remaja SMAN 111 Jakarta. Desain penelitian yang digunakan yaitu Quasi Experimental dengan pendekatan Pretest-Posttest Non-Equivalent Control Group Design. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling didapatkan sampel sebanyak 44 siswa pada masing-masing kelompok. Teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara menggunakan form pretest-posttest. Analisis data menggunakan uji statistic Wilcoxon untuk mengetahui perbedaan pengetahuan dan sikap responden antara sebelum dan setelah diberikan intervensi edukasi pada masing- masing kelompok. Sedangkan untuk mengetahui perbedaan pengetahuan dan sikap responden setelah diberikan edukasi antar kelompok dilakukan uji Mann Whitney U Test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pengetahuan dan sikap sebelum dengan setelah edukasi pada masing-masing kelompok perlakuan dengan p-value $0,05$. Tidak ada perbedaan pengetahuan dan sikap setelah edukasi antara kedua kelompok dengan p-value $0,05$. Edukasi metode ceramah dengan media food model dan video animasi terkait label gizi dapat memberikan pengaruh dan efektif dalam peningkatan pengetahuan dan sikap remaja. Penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel yang belum ada seperti perilaku terkait pemilihan makanan kemasan dengan menggunakan media maupun metode yang lebih komprehensif.