

**TINGKAT PENGETAHUAN, SIKAP DAN TINDAKAN IBU RUMAH TANGGA  
DALAM MEMILIH PANGAN KEMASAN BERLABEL  
(Studi pada Ibu Rumah Tangga yang Berbelanja  
di Supermarket Super Indo Surabaya Plaza)  
Siti Nurrohmah dan Inong Retno Gunanti<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Kesehatan Masyarakat – Universitas Airlangga

**ABSTRACT**

Food circulated in Indonesia, is not well warranted in safety. In the year 1999 Badan POM found 13,7% of food products were not fulfill the labeling regulations. All problems needed the attention not only from government, producers but also consumers. Housewives have to be careful and pay attention on kinds of all food that consumed by family's members. Housewife's knowledge about food labeling is necessary in order to act and choose appropriately the healthy food. The purposes of this research were to learn the relation between knowledge, attitude and housewife action in choosing packaged labeled food. This research also learn the information source about food labeling, kinds of packaged food which is usually bought by the respondent, frequently bought the packaged food and also respondent opinion about price of packaged food. This research was the observational research. The population were housewives who visit and shop at Super Indo supermarket at Surabaya Plaza (in 2 weeks period). The samples were housewives who were purchasing packaged food (59 persons in 2 weeks period). The data were collected by using questionnaire and analyzed by Spearman correlation test ( $\alpha=0,05$ ). The results show that most of respondents have low knowledge (81,4%), improperly action (67,8%), but good attitude (91,5%). There was no significant correlation between knowledge and action ( $p=0,081$ ,  $\alpha=0,05$ ), no significant correlation between attitude and action ( $p= 0,703$ ,  $\alpha=0,05$ ). Source of Information about food label obtained by respondent from television/radio (77,9%), packaged food usually bought was milk (52,5%), respondent bought the packaged food more than 4 times in a month (27,1%), because according to their opinion there was cheap enough to buy the packaged food (87,4%). It was necessary to give information about the importance of food labeling to communities by using various media (especially television).

Keyword: attitude, food labeling, housewife, knowledge.

**PENDAHULUAN**

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia yang paling penting di samping kebutuhan sandang, perumahan, pengobatan, intelektual, kasih sayang dan spiritual, sehingga pemerintah harus memenuhi kebutuhan makanan/pangan masyarakat baik dari segi kuantitas maupun dari segi kualitas (Budianto, 2001). Secara kuantitas, pangan harus tersedia dalam jumlah yang cukup dan merata serta dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat. Secara kualitas, pangan yang dikonsumsi harus mengandung semua zat gizi yang diperlukan tubuh serta terjamin keamanannya mulai dari tangan produsen hingga sampai di tangan konsumen (Roedjito, 1987). Salah satu cara untuk menjamin keamanan pangan adalah melalui pelabelan pangan.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.79/Menteri Kesehatan/PER/III/1978 label makanan harus dapat memberikan informasi yang tidak menyesatkan mengenai sifat, bahan kandungan, asal, daya tahan, nilai maupun kegunaannya. Label makanan tersebut harus tertulis secara jelas dan berisi keterangan yang lengkap dan mudah dibaca (Wijaya,1996).

Produsen maupun konsumen dilatih untuk terlibat dalam pengendalian mutu dan keamanan makanan melalui pelabelan pangan kemasan ini. Berdasarkan UU No 7 tahun 1996 tentang Pangan bagi pelaku usaha atau produsen wajib mencantumkan label yang mencantumkan label yang memuat keterangan mengenai pangan dengan benar dan tidak menyesatkan ([www.bulog.go.id](http://www.bulog.go.id), 2005). Berdasarkan UU No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa konsumen mempunyai hak atas keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa serta hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ jasa tetapi juga mempunyai kewajiban membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian dan pemanfaatan barang dan/ jasa demi keamanan dan keselamatan ([www.tempointeraktif.com](http://www.tempointeraktif.com), 2005).

Persoalan yang dihadapi sekarang ini adalah menggugah kesadaran kedua belah pihak yaitu produsen maupun konsumen untuk berperan aktif dalam pengendalian mutu dan keamanan pangan. Sekarang ini masih banyak produsen yang tidak mencantumkan label secara benar walaupun sudah ada peraturan yang mewajibkannya. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh

Badan POM pada tahun 1998/1999 dari contoh produk pangan yang diperiksa ditemukan ada 22,5% makanan kemasan yang tidak memenuhi persyaratan label. Pada tahun 1999/2000 juga ditemukan produk yang labelnya tidak memenuhi syarat sebesar 13,7%. Peranan konsumen perlu ditingkatkan dalam masalah ini. Masyarakat konsumen harus dibina supaya menjadi lebih kritis dan menaruh perhatian pada label yang tercantum pada kemasan pangan tersebut. Sikap kritis inilah yang merupakan alat yang paling ampuh untuk membuat produsen bertanggung jawab terhadap pangan yang diproduksinya.

Ibu rumah tangga sebagai salah satu konsumen mempunyai peranan yang sangat besar dalam pembangunan kesehatan keluarga (Bangkono, 1995). Seorang ibu adalah yang biasanya merencanakan menu, memilih bahan makanan yang baik dan terjangkau oleh keuangan keluarga. Pengetahuan ibu mengenai bahan makanan yang aman dan bergizi sangat diperlukan untuk melaksanakan tugas mulia tersebut. Menurut Harper dkk (1986) kemampuan seseorang untuk menerapkan pengetahuan gizi mempengaruhi sikap seseorang terhadap suatu makanan. Pengetahuan dan sikap tersebut kemudian akan dinyatakan dalam bentuk tindakan makan atau memilih makanan (Khumaidi, 1994).

Tujuan dari penelitian ini adalah mempelajari hubungan antara tingkat pengetahuan, sikap dengan tindakan ibu rumah tangga dalam memilih pangan kemasan berlabel.

## **BAHAN DAN CARA KERJA**

Sampel atau responden penelitian ini adalah ibu rumah tangga yang berbelanja pangan kemasan berlabel di supermarket Super Indo Surabaya Plaza yang dijumpai peneliti pada saat penelitian dilakukan (pengumpulan data 2 minggu) rata-rata pengunjung perhari dan bersedia menjadi responden. Sampel ibu rumah tangga yang berbelanja di supermarket ini dan bersedia diwawancara sebesar 59 orang.

Data yang dikumpulkan meliputi karakteristik sosial ekonomi responden, pengetahuan tentang label makanan kemasan, sikap serta tindakan responden dalam memilih pangan kemasan berlabel. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara berpedoman pada kuesioner yang telah diujicobakan sebelumnya.

Analisis data dilakukan secara diskriptif dan untuk mengetahui hubungan antara variabel pengetahuan dan sikap dengan tindakan dilakukan analisis statistik korelasi *Spearman*.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Karakteristik Responden**

Tabel 1 menunjukkan karakteristik responden yang terdiri dari umur, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, pendapatan dan pengeluaran untuk membeli pangan kemasan berlabel. Umur ibu rumah tangga yang menjadi responden terbanyak pada interval 31-40 tahun (42,4%) dan paling sedikit pada umur di atas 51 tahun (5,1%).

Tingkat pendidikan responden tergolong tinggi yaitu perguruan tinggi (61,0%) dan SMU sebesar 33,9%. Sebagian besar responden adalah ibu rumah tangga yang bekerja di berbagai lapangan pekerjaan (62,7%), sedangkan yang menjadi ibu rumah tangga saja/tidak bekerja sebesar 37,3%.

Pendapatan keluarga setiap bulan Rp 1.000.000,- atau lebih (94,9%), sedangkan responden yang mempunyai pendapatan keluarga kurang dari Rp. 1.000.000,- sebesar 5,1%. Pengeluaran sebagian besar responden (66,1%) setiap bulan untuk membeli pangan kemasan berlabel kurang dari Rp. 500.000,-.

Tabel 1. Karakteristik Responden Menurut Umur, Tingkat Pendidikan, Pekerjaan, Tingkat Pendapatan perbulan dan Pengeluaran untuk Pangan Kemasan perbulan

Karakteristik/ Responden	Jumlah	Persentase
<b>Umur</b>		
20-30	20	33,9
31-40	25	42,4
41-50	11	18,6
51+	3	5,1
<b>Tingkat Pendidikan</b>		
SD	0	0,0
SLTP	3	5,1
SMU	20	33,9
Perguruan Tinggi	36	61,0
<b>Pekerjaan</b>		
PNS	9	15,2
Pegawai swasta	22	37,3
Wiraswasta	6	10,2
Tidak bekerja/ibu rumah tangga	22	37,3
<b>Tingkat Pendapatan/ bulan</b>		
< Rp. 1.000.000,00	3	5,1
Rp. 1.000.000,00-Rp. 5.000.000,00	48	86,4
> Rp.5.000.000,00	5	8,5
<b>Pengeluaran untuk Pangan Kemasan/ bulan</b>		
< Rp. 500.000	39	66,1
Rp. 500.000-Rp.1.000.000	15	25,4
> Rp.1.000.000	5	8,5
Jumlah	59	100,0

#### Sumber Informasi

Tabel 2 menunjukkan sumber informasi mengenai label pangan yang diperoleh responden. Sebagian besar responden memperoleh informasi mengenai label pangan kemasan dari media elektronik yaitu TV/radio (77,9%) dan media cetak (47,5%) sedangkan yang memperoleh informasi dari petugas kesehatan hanya 5,1%.

Tabel 2. Distribusi Responden Menurut Sumber Informasi tentang Label Pangan Kemasan

Sumber Informasi	Jumlah	Persentase
TV/radio	46	77,9
Koran/majalah	28	47,5
Teman/orang tua	6	10,2
Petugas kesehatan	3	5,1
Lain-lain	0	0,0

#### Orang yang Dianggap Penting

Tabel 3 menunjukkan orang yang dimintai pertimbangan dalam memilih makanan kemasan berlabel. Pada penelitian ini ibu rumah tangga menyatakan bebas atau tidak meminta

pertimbangan siapapun dalam memutuskan untuk memilih makanan kemasan berlabel yang dibelinya (64,4%).

Tabel 3. Distribusi Responden Menurut Sumber Orang yang Dimintai Pertimbangan dalam Memilih Pangan Kemasan Berlabel

Orang yang Dimintai Pertimbangan	Jumlah	Persentase
Tidak ada	38	64,4
Suami	19	32,2
Orang tua	2	3,4
Tokoh Masyarakat	0	0,0
Lain-lain	0	0,0
Jumlah	59	100,0

#### Pangan Kemasan Berlabel

Tabel 4 menunjukkan pangan kemasan berlabel yang biasanya dibeli oleh sebagian besar responden adalah susu (52,5%). Responden biasanya berbelanja pangan kemasan berlabel lebih dari 4 kali dalam satu bulan (27,1%) dan hanya 15,3% responden yang berbelanja makanan kemasan berlabel satu kali sebulan. Pangan kemasan yang biasanya dibeli oleh responden lebih dari 4 kali sebulan ini berupa snack. Menurut pendapat sebagian besar (84,7%) responden harga pangan kemasan berlabel yang mereka beli tidaklah mahal.

Tabel 4. Distribusi Responden Menurut Karakteristik Pangan Kemasan Berlabel

Karakteristik	Jumlah	Persentase
<b>Produk Pangan Kemasan Berlabel yang biasa dibeli</b>		
Susu	31	52,5
Mie instan	21	35,6
Snack	20	33,9
Minyak	6	10,2
Kecap	4	6,8
Soft drink	8	13,6
Gula	3	5,1
<b>Frekuensi membeli (kali dalam sebulan)</b>		
1	9	15,3
2	11	18,6
3	11	18,6
4	12	20,4
>4	16	27,1
<b>Pendapat tentang Harga Pangan Kemasan Berlabel</b>		
Mahal	9	15,3
Tidak	50	84,7

#### Pengetahuan, Sikap dan Tindakan

Tabel 5. menunjukkan bahwa sebagian besar responden mempunyai pengetahuan yang kurang (81,4%), sikap yang baik (91,5%) serta tindakan yang kurang tepat (67,8%). Pengetahuan yang kurang tersebut mengenai definisi label pangan, penulisan label yang tepat, informasi yang

harus tercantum pada label pangan, pangan kemasan yang boleh tidak berlabel, pencantuman daftar ingredien/komposisi, pengertian kode produksi, pangan yang wajib mencantumkan kode produksi, pengertian MD, ML, SP, pencantuman nilai gizi, gambar pada label pangan yang tepat. Tindakan yang kurang tepat tersebut meliputi tidak memperhatikan isi/netto (62,7%), nilai gizi (44,1%), komposisi (40,7%), BTM (61,0%) serta nomor pendaftaran (54,2%), sedangkan tanggal kadaluwarsa sebagian besar responden sudah memperhatikannya (94,9%).

Tabel 5. Distribusi Responden Menurut Pengetahuan, Sikap dan Tindakan dalam memilih Pangan Kemasan Berlabel

Pengetahuan, Sikap, Tindakan	Jumlah	Persentase
Tingkat Pengetahuan Baik	11	18,6
Kurang	48	81,4
Sikap Baik	54	91,5
Kurang	5	8,5
Tindakan Tepat	19	32,2
Kurang tepat	40	67,8
Total	59	100

#### Hubungan Pengetahuan dan Sikap dengan Tindakan

Tabel 6 menunjukkan responden yang pengetahuannya baik dan tindakannya tepat (54,5%), sedangkan responden yang pengetahuannya kurang dan tindakannya kurang (77,1%). Responden yang mempunyai tindakan yang tepat dan sikap yang baik sebesar 27,8%, sedangkan responden yang tindakan dan sikapnya kurang mencapai 60,0%. Hasil analisis korelasi *Spearman* menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang bermakna antara pengetahuan dengan tindakan serta tidak ada hubungan yang bermakna antara sikap dengan tindakan. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang tingkat pengetahuannya baik belum tentu bisa bertindak secara tepat, begitu juga sebaliknya responden yang tingkat pengetahuannya kurang belum tentu bertindak secara kurang tepat. Selain itu juga menunjukkan bahwa responden yang sikapnya baik belum tentu bertindak secara tepat, begitu juga sebaliknya responden yang sikapnya kurang baik belum tentu bertindak kurang tepat.

Tabel 6. Hubungan Tingkat Pengetahuan dan Sikap dengan Tindakan dalam memilih Pangan Kemasan Berlabel

Variabel	Tindakan				Nilai p
	Tepat		Kurang		
	n	%	n	%	
Tingkat Pengetahuan					
Baik	6	54,5	5	45,5	0,081
Kurang	11	22,9	37	77,1	
Sikap					
Baik	15	27,8	39	72,2	0,703
Kurang	2	40,0	3	60,0	

#### PEMBAHASAN

Menurut penelitian Fein dan Derby (1995) umur berhubungan dengan perhatian terhadap label pada pangan kemasan. Pada penelitian ini sebagian besar responden (42,4%) berusia antara 31-40 tahun. Menurut penelitian Fein dan Derby (1995) pada usia ini orang kurang memperhatikan label pangan. Pada usia pertengahanlah (45-59 tahun) orang termotivasi memperhatikan label pangan karena menyadari pengaruh diet terhadap kesehatan. Pada usia pertengahan orang mulai menghadapi dampak dari diet yang telah dijalannya. Menurut Nayga (1999) orang yang tua (>50 tahun) kurang memperhatikan label pangan. Orang yang lebih tua merasa label sulit dimengerti dan kurang bisa memproses informasi secara akurat sehingga dia tidak memperhatikan label pangan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari lulusan perguruan tinggi (61,0%). Menurut Fein dan Derby (1995) orang yang lebih terdidik atau paling tidak berasal dari SMU lebih memperhatikan informasi pada label pangan kemasan, karena pada umumnya mereka mempunyai pengetahuan yang lebih banyak mengenai pangan. Nayga (1999) menyatakan bahwa pengetahuan gizi tidak mempengaruhi penggunaan label pangan sewaktu berbelanja. Orang yang pendidikannya tinggi merasa kurang setuju membaca label bisa membuatnya lebih mudah memilih pangan. Hal ini karena mereka merasa labelnya kurang memadai. Selain itu mereka kurang mempercayai kebenaran informasi pada label pangan tersebut.

Sebagian besar responden merupakan ibu rumah tangga yang bekerja di berbagai lapangan pekerjaan (62,7%), sisanya (37,3%) adalah ibu rumah tangga yang tidak bekerja. Menurut Susanto (2000) pemilihan makanan dipengaruhi oleh faktor endogen yang salah satunya adalah jenis kegiatan sehari-hari. Keluarga yang anggotanya sibuk dengan pekerjaan di luar rumah pada umumnya menyukai makanan serba praktis. Ibu rumah tangga yang bekerja biasanya menghabiskan sedikit waktunya di rumah sehingga akan memilih pangan olahan yang hanya memerlukan sedikit persiapan setelah dibeli. Ibu rumah tangga yang bekerja biasanya menghabiskan pendapatannya 7,25% lebih besar untuk membeli pangan olahan tersebut daripada ibu rumah tangga yang tidak bekerja (Sanjur, 1982). Selain itu ibu rumah tangga yang sibuk bekerja hanya mempunyai sedikit waktu untuk berbelanja. Sehingga dalam berbelanja pangan kemasan dia kurang memperhatikan label pangan.

Menurut Berg (1989) tingkatan pendapatan menentukan pola makanan yang dibeli. Penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden (86,4%) mempunyai pendapatan antara Rp. 1.000.000,00-Rp 5.000.000,00 dan sebagian besar (66,1%) mempunyai pengeluaran untuk membeli pangan kemasan kurang dari Rp. 500.000,00. Menurut Emilia (2003) semakin besar pendapatan semakin besar proporsi pengeluaran untuk pangan olahan terhadap pengeluaran pangan total. Pada tahun 1996 sekitar 20% pengeluaran pangan rumah tangga dipertokoan dialokasikan untuk pangan olahan. Berdasarkan data NFCS (*Nationwide Food Consumption Survey*) rata-rata pengeluaran pangan olahan rumah tangga di Amerika Serikat sekitar 44% dari total pengeluaran untuk pangan (Mishra 2001).

Pada penelitian ini sebagian besar responden memperoleh informasi mengenai label pangan kemasan dari televisi/radio (77,9%). Menurut Wijaya (1996) dalam masyarakat Indonesia masih subur budaya "malas baca". Hal inilah yang bisa menyebabkan masyarakat lebih menyukai media elektronik daripada media cetak. Orang lebih menyukai media elektronik seperti TV karena TV mampu menghadirkan tayangan yang berupa gambar serta suara. Berbeda dengan media cetak, orang yang membacanya harus berupaya menggambarkan dan membayangkan peristiwa yang terjadi. Apalagi untuk membaca orang membutuhkan konsentrasi tinggi, terutama bila yang dibaca bukan bacaan ringan (Kamilia, 2005).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak meminta pertimbangan siapapun dalam memilih/membeli pangan kemasan berlabel (64,4%), sedangkan yang meminta pertimbangan suami hanya setengah darinya (32,21%). Suami akan mempunyai pengaruh lebih besar dalam pengambilan keputusan apabila pendidikan, pekerjaan atau pendapatan suami lebih tinggi daripada istri, atau istri tidak bekerja. Pada uraian di atas disebutkan bahwa sebagian besar responden (62,5%) berasal dari lulusan perguruan tinggi serta sebagian besar responden adalah ibu rumah tangga yang bekerja (60,7%), sehingga berdasarkan teori tersebut peranan suami menjadi lebih kecil dalam pengambilan keputusan.

Pangan kemasan yang biasanya dibeli oleh sebagian besar responden pada penelitian ini adalah susu (52,5%). Sanjur (1982) menyatakan bahwa bila pendapatan naik, maka dari total pengeluaran untuk pangan, prosentase pengeluaran untuk membeli makanan pokok menurun dan prosentase pengeluaran untuk membeli makanan lain seperti susu dan hasil olahannya meningkat. Menurut Haines (1996) tingkat pendapatan yang tinggi berhubungan dengan pembelian makanan tambahan dan pembelian makanan yang dianggap lebih berkualitas. Kualitas disini didefinisikan sebagai pangan olahan, pangan kemasan, makanan dengan modifikasi zat gizi makro, makanan yang diproduksi dengan metode tertentu seperti pangan organik, makanan bebas hormon.

Pertimbangan ekonomi menjadi salah satu pertimbangan dalam memilih makanan (Winarno, 1993). Pada penelitian ini sebagian besar responden (84,7%) menyatakan bahwa pangan kemasan yang dibelinya tidaklah mahal. Menurut Sediaoetama (1999) orang akan membeli makanan yang bisa dijangkau oleh keuangannya. Biasanya pangan yang harganya mahal jarang bahkan tidak pernah dibeli oleh masyarakat walaupun mutunya lebih baik. Berdasarkan penelitian Fein dan Derby (1995) orang yang memilih makanan berdasarkan harga

cenderung tidak menggunakan label dalam memilih makanan. Orang yang memperhatikan label biasanya memilih makanan lebih mengutamakan rasa, keamanan pangan dan nilai gizi pangan.

Pada penelitian ini sebagian besar responden mempunyai pengetahuan yang kurang mengenai label pangan kemasan (81,4%). Menurut Notoatmodjo (1993) pengetahuan merupakan hasil jangka menengah dari pendidikan. Menurut Sediaoetama (1999) pendidikan mengenai pangan khususnya gizi sudah diintegrasikan dalam kurikulum pendidikan di SD sampai dengan SMU, sehingga orang yang memiliki pendidikan SMU pada dasarnya telah memiliki pengetahuan gizi. Bila dilihat dari tingkat pendidikan maka sebagian besar responden mempunyai tingkat pendidikan yang baik (62,5% dari perguruan tinggi) tetapi pengetahuan mengenai label pangan masih kurang. Hal ini bisa disebabkan karena kurangnya pendidikan mengenai label pangan di sekolah.

Menurut Notoadmodjo (1993) pemberian informasi bisa meningkatkan pengetahuan masyarakat. Pengetahuan yang kurang bisa disebabkan karena kurangnya informasi yang diterima atau karena kurangnya penyerapan dan pemahaman terhadap informasi yang diterima. Budaya "malas baca" yang subur di masyarakat juga bisa menghambat sampainya informasi ke masyarakat (Wijaya, 1995).

Hasil analisis korelasi *Spearman* menunjukkan tidak ada hubungan antara pengetahuan dan tindakan responden dalam memilih pangan kemasan berlabel ( $p>0,05$ ). Menurut Notoatmodjo (1993) seseorang akan melakukan tindakan apabila terdapat dukungan sumber daya bisa berupa uang maupun waktu. Tindakan yang kurang tepat bisa disebabkan oleh kurangnya informasi tentang label pangan. Teori WHO menyatakan tindakan juga dipengaruhi oleh penilaian seseorang terhadap suatu obyek. Apabila seseorang menilai label pangan sebagai sesuatu yang membingungkan karena banyaknya informasi yang dimuat pada label, maka bisa menyebabkan tindakan yang kurang tepat. Penelitian di Amerika Serikat menunjukkan konsumen sulit untuk memahami nama-nama kimia, istilah-istilah teknis serta bahan/ingredien yang tidak terkenal (Swann, 1995). Konsumen juga merasa kesulitan dalam menerjemahkan informasi gizi pada label pangan dan tidak tahu berapa jumlah yang direkomendasikan atau zat gizi yang harus ditambahkan atau dibatasi untuk diet mereka (Derby dan Fein, 1995). Jadi pengetahuan bukan satu-satunya domain dalam terlaksananya suatu tindakan.

Hasil analisis korelasi *Spearman* menunjukkan tidak ada hubungan antara sikap dan tindakan responden dalam memilih pangan kemasan berlabel ( $p>0,05$ ). Menurut Kurt Lewin dalam Azwar (2000) perilaku/tindakan merupakan fungsi dari karakteristik individu dan lingkungan yang saling berinteraksi. Karakteristik individu meliputi berbagai variabel seperti motif, nilai-nilai, sifat kepribadian dan sikap yang saling berinteraksi satu sama lain. Jadi suatu sikap belum tentu terwujud menjadi tindakan bisa saja terjadi karena sikap bukan satu-satunya determinan dari perilaku/tindakan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Sebagian besar responden yang merupakan ibu rumah tangga mempunyai tingkat pengetahuan yang kurang mengenai label pangan kemasan, sikap yang baik serta tindakan yang kurang tepat dalam memilih pangan kemasan berlabel.

Sebaiknya memberikan penyuluhan kepada masyarakat mengenai pentingnya memperhatikan label dalam memilih pangan kemasan melalui berbagai media (televisi).

## RUJUKAN

1. Anonim. *Undang-undang RI Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan*. [www.bulog.go.id](http://www.bulog.go.id). (sitasi 28 Juli 2005). 1996.
2. Anonim. *Undang-undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. [www.tempointeraktif.com](http://www.tempointeraktif.com). (sitasi 28 Juli 2005). 1999.
3. Azwar, Saifuddin. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Edisi ke Dua. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2000.
4. Bangkona, Deri. *Gender dan Pembangunan Bidang Kesehatan dan Keluarga Berencana di Sulawesi Selatan*. *Dalam Jurnal Kajian Wanita Bunga Wellu Volume II-2*. Ujung Pandang: PSW IKIP. 1995.
5. Berg, Alan. *Peranan Gizi dalam Pembangunan Nasional*. Jakarta: CV Rajawali. 1986.
6. Budianto, Moch. Agus Krisno. *Dasar-dasar Ilmu Gizi*. Malang: UMM Press. 2001.

7. Derby, B.M. dan S.B. Fein. *NLEA Education and Consumer Research*. Dalam. *Nutrition Labelling Handbook*. Editor. Ralph Shapiro. New York: Mariel Dekker, Inc. 1995.
8. Emilia, Esi. *Tiga Belas Pesan Umum Gizi Seimbang (PUGS) sebagai Pedoman untuk Hidup Sehat*. [Hhttp://rudycr.topcities.com/ppss70271034/esi\\_emilia.htm](http://rudycr.topcities.com/ppss70271034/esi_emilia.htm). (sitasi 17 Juni 2005).
9. Haines, Pamela S. *Food Consumption Patterns in Women*. Dalam. *Nutrition Women's Health*. Editor. Debra A.K.; Penny M.K.E. Maryland: Aspen Publisher, Inc. 1996.
10. Harper; Laura Jane; Brady Deaton dan Judy A Driskel. *Pangan Gizi dan Pertanian Indonesia*. Jakarta: UIP. 1986.
11. Kamilia. *Mendampingi Anak Nonton TV*. Surabaya: Majalah Media Keluarga Dermawan Edisi 41 Tahun 2005.
12. Khumaidi, M. *Gizi Masyarakat*. Jakarta: PT Gunung Mulia. 1994.
13. Mishra, Sanjiv. *Demand Analysis for Ready to Eat Food In the US*. <http://classnotes.aaec.ut.edu/>. (sitasi 17 Juni 2005).
14. Notoatmodjo, Soekidjo. *Pengantar Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Yogyakarta: Andi Offset. 1993.
15. Roedjito, D. Djiteng. *Sinopsis dan Suntingan Perencanaan Gizi*. Jakarta: PT Media Sarana Press. 1987.
16. Sanjur, Diva. *Social and Cultural Perspective in Nutrition*. New Jeersey: Prentice Hall, Inc. 1982.
17. Sediaoetama, 1999. *Ilmu Gizi untuk Mahasiswa dan Profesi*. Jilid II Jakarta: Dian Rakyat. 1999.
18. Swann. *Consumer Communication*. Dalam. *Nutrition Labelling Handbook*. Editor. Ralph Shapiro. New York: Mariel Dekker, Inc. 1995.
19. Wijaya, Hanny. *Pelabelan Pangan*. Dalam *Pelatihan Pengendalian Mutu dan Keamanan Pangan bagi Staf Pengajar*. Kerja Sama Pusat Studi Pangan dan Gizi (CFNS)-IPB dengan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi DEPDIBUD. 1996.