

The exploration of food environment around parents in contributing to food consumption of children aged 3-5 years old: a qualitative study in Central Jakarta = Eksplorasi lingkungan pangan di sekitar orang tua dalam kontribusinya terhadap konsumsi pangan pada anak usia 3-5 tahun: Sebuah studi kualitatif di Jakarta Pusat

Raden Roro Dwi Agustine Maulianti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920550735&lokasi=lokal>

Abstrak

Berbagai penelitian sering kali menyarankan anak-anak untuk menghindari makanan berisiko, dan orang tua diharapkan memilih makanan sehat mengingat ketersediaan berbagai outlet makanan di lingkungan. Namun, data SSGI tahun 2022 menemukan bahwa konsumsi makanan berisiko di kalangan anak-anak masih sering terjadi di Jakarta. Penelitian kualitatif dilakukan untuk mengeksplorasi perspektif orang tua mengenai makanan berisiko, bagaimana orang tua menyesuaikan makanan yang dikonsumsi anak-anak dengan lingkungan makanan, dan strategi pasar apa yang mempengaruhi orang tua yang terlibat dalam penelitian ini. Wawancara mendalam dilakukan dengan informan kunci, termasuk penjual makanan, guru taman bermain, dan nenek. Analisis data dilakukan melalui pengkodean dan penentuan tema yang muncul dari transkrip verbatim menggunakan aplikasi N-Vivo 14 untuk Windows. Perilaku orang tua terkait makanan bervariasi berdasarkan keadaan mereka. Ibu akan memasak di rumah jika mereka tinggal dekat dengan pasar makanan. Namun, jika ada warung makan kecil di dekatnya, mereka lebih suka membeli makanan siap saji. Pandangan orang tua tentang makanan berisiko juga berbeda. Beberapa tidak menyadari risikonya, sementara yang lain mengetahui tetapi kesulitan menghadapi keinginan anak-anak mereka. Toko-toko kecil, minimarket, dan toko kelontong sering kali menggoda anak-anak untuk meminta camilan manis, yang menyebabkan beberapa ibu menetapkan aturan dan batasan. Namun, seorang ayah terkadang memperumit situasi dengan selalu mengizinkan anak-anak mereka membeli camilan manis. Di sisi lain, seorang ibu mengungkapkan kekhawatirannya tentang situasi rumah yang sempit yang menyebabkan anak-anaknya mengalami masalah dalam perilaku makan. Strategi pemasaran seperti maskot lucu, paparan berulang terhadap makanan manis, dan diskon produk memudahkan anak-anak untuk mendapatkan makanan manis tersebut. Penelitian ini mendorong orang tua untuk meningkatkan kesadaran tentang makanan manis dan membatasi konsumsinya dengan belajar dari Ahli Gizi. Ibu dan ayah harus bekerja sama secara konsisten untuk menciptakan pendekatan Pengasuhan Terstruktur dalam praktik pemberian makan untuk membantu anak-anak mereka belajar dan menjaga perilaku makan sehat, terutama dalam membatasi pembelian camilan manis. Selain itu, penelitian ini mendorong pemerintah untuk menambah Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) di Kelurahan Kebon Kelapa untuk menyediakan ruang terbuka bagi warga untuk meningkatkan kemampuan bermain anak-anak dan mempromosikan praktik pemberian makan yang sehat. Penelitian ini juga menganjurkan pemerintah untuk membuat peraturan bagi perusahaan makanan agar menghindari penggunaan anak-anak atau tema anak-anak dalam iklan makanan manis. Hal ini dapat membantu mempromosikan kebiasaan makan yang lebih sehat, mengurangi konflik bagi orang tua, dan mendukung tujuan kesehatan masyarakat yang lebih luas dengan mengurangi paparan anak-anak terhadap pemasaran yang mendorong konsumsi produk yang tidak sehat.

.....Various studies have often advised children to avoid risky foods, and parents are expected to choose

healthy foods given the availability of various food outlets in the environment. However, SSGI 2022 data found that consumption of risky foods among children still occurs frequently in Jakarta. Qualitative research was conducted to explore parents' perspectives regarding risky foods, how parents adapt the food consumed by children to the food environment, and what market strategies influence the parents involved in this study. In-depth interviews were conducted with key informants, including food vendors, playground teachers, and grandmothers. Data analysis was carried out through coding and determining themes that emerged from verbatim transcripts using the N-Vivo 14 for Windows application. The behavior of parents around food varied based on their circumstances. Mothers would cook at home if they lived near a food market. However, if there were small diners nearby, they preferred to buy ready-made food. Parents' views on risky foods also differed. Some were unaware of the risks, while others knew about them but struggled with their children's whining. Small shops, minimarkets, and grocery stores often tempted children to ask for sweet snacks, which led some mothers to set rules and limitations. However, a father sometimes complicates the situation by always allowing their children to buy sweet snacks. On the other hand, a mother raised her concern about the cramped home situation that caused her children to have problems with eating behavior. Marketing strategies such as funny mascots, repeated exposure to sweet foods, and product discounts made it easier for children to obtain these sweet foods. This research encourages parents to increase their awareness of sweet foods and limit their consumption by learning from Nutritionists. Mothers and fathers should work together consistently to create a Structured Parenting approach in feeding practices to help their children learn and maintain healthy dietary behavior, especially regarding limiting the purchase of sweet snacks. Additionally, it encourages the government to add Child-Friendly Integrated Public Spaces (RPTRA) in the Kebon Kelapa Sub- district to provide open space for residents to increase children's playability and promote healthy feeding practices. This study also advocates governments to have regulations for food companies to avoid using children or child themes in the advertising of sweet foods. This can help promote healthier eating habits, reduce conflicts for parents, and support broader public health goals by decreasing children's exposure to marketing that encourages the consumption of unhealthy products.