

KONSEP DIRI REMAJA DI KOMUNIKASI INTERPERSONAL UNTUK MENJADI TUBUH KESEHATAN

TEENAGERS SELF CONCEPT'S IN INTERPERSONAL COMMUNICATION FOR BEING HEALTH BODY

Amirah R S^{1a}, Nugroho P A¹

¹Universitas Pakuan Bogor, Indonesia.

^a Korespondensi: Ratih Siti Aminah, E-mail: ratih.penari@gmail.com
(Diterima: 28-05-2019; Ditelaah: 29-05-2019; Disetujui: 12-07-2019)

ABSTRACT

This study seeks to explain and describe the relationship between adolescent self-concept with adolescent perceptions of the culture of healthy eating. The study was designed using a quantitative method with a descriptive correlational survey research design. The observations in this study produced answers, from individual characteristic variables (X1) which included gender, pocket money, father's occupation, mother's occupation, residence status and the number of siblings and self-concept variable (X2) consisting of self-image and self-esteem variables shows a significant relationship with the variable cultural perception of healthy eating (Y) which consists of reporting variables in the mass media and socialization with peers. Relationship value is 0.548. Based on the results of the study, obtained answers, the higher the self-image of adolescents, the higher the need for culinary news in the mass media. Teenagers understand the need to maintain health and maintain body shape in order to remain proportionate by avoiding carbohydrates. Teenagers consider trying "trending food" with friends when conditions allow. Teenagers believe that a healthy body becomes a provision in relationships. Teenagers make mass media as a source in getting information related to healthy food and new eating places (cafes) with new culinary menus that are innovative and affordable prices. Teenagers occasionally gather with friends as a way to socialize. Enjoying food with friends in a café can strengthen relationships with peers. Cafes become one of the choices for teens to get along. Despite consuming food in cafes, teenagers are still thinking about maintaining their body shape and appearance. Teenagers know the concept of "4 sehat 5 sempurna" but do not always choose a diet with sufficient nutritional content. Foods in cafes often contain high flour, sugar, and fat. However, for teenagers, occasionally eating foods with incomplete nutritional content is common.

Keywords: Culture, Health of Eat, Self Concept, Teenagers.

ABSTRAK

Penelitian ini berupaya menjelaskan dan mendeskripsikan hubungan antara konsep diri remaja dengan persepsi remaja terhadap budaya makan sehat. Penelitian ini dirancang menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian survei korelasional deskriptif. Pengamatan dalam penelitian ini menghasilkan jawaban, dari variabel karakteristik individu (X1) yang meliputi jenis kelamin, uang saku, pekerjaan ayah, pekerjaan ibu, status tempat tinggal dan jumlah saudara kandung dan variabel konsep diri (X2) yang terdiri dari citra diri dan variabel harga diri menunjukkan hubungan yang signifikan dengan variabel persepsi budaya makan sehat (Y) yang terdiri dari variabel pelaporan di media massa dan sosialisasi dengan teman sebaya. Nilai hubungan adalah 0,548. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh

jawaban, semakin tinggi citra diri remaja, semakin tinggi kebutuhan akan berita kuliner di media massa. Remaja memahami perlunya menjaga kesehatan dan menjaga bentuk tubuh agar tetap proporsional dengan menghindari karbohidrat. Remaja mempertimbangkan untuk mencoba "makanan trending" dengan teman-teman ketika kondisi memungkinkan. Remaja percaya bahwa tubuh yang sehat menjadi bekal dalam hubungan. Remaja menjadikan media massa sebagai sumber dalam mendapatkan informasi terkait makanan sehat dan tempat makan baru (kafe) dengan menu kuliner baru yang inovatif dan harga terjangkau. Remaja terkadang berkumpul dengan teman-teman sebagai cara bersosialisasi. Menikmati makanan bersama teman-teman di kafe dapat memperkuat hubungan dengan teman sebaya. Kafe menjadi salah satu pilihan bagi remaja untuk bergaul. Meskipun mengonsumsi makanan di kafe-kafe, para remaja masih berpikir untuk mempertahankan bentuk dan penampilan tubuh mereka. Para remaja tahu konsep "4 sehat 5 sempurna" tetapi tidak selalu memilih diet dengan kandungan nutrisi yang cukup. Makanan di kafe sering mengandung tepung tinggi, gula dan lemak. Namun, untuk remaja, kadang-kadang makan makanan dengan kandungan gizi yang tidak lengkap adalah umum.

Kata kunci: Budaya, Kesehatan Makan, Konsep Diri, Remaja.

Aminah, R., Nugroho, P. (2020). Konsep Diri Remaja Komunikasi Interpersonal Untuk Menjadi Tubuh Kesehatan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 11(1), 87-97.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan kegiatan yang dilakukan manusia sejak bangun tidur hingga tidur kembali. Manusia tidak dapat tak berkomunikasi. Remaja merupakan kelompok masyarakat yang memiliki banyak topik informasi untuk disampaikan pada orang-orang di sekelilingnya, terutama kawan sepermainannya (*peer group*). Salah satu inya informasi tentang kuliner dan tempat nyaman untuk berkumpul (*hangout*).

Masa remaja merupakan masa pencarian jati diri, pemberontakan dan masa menuju perubahan pemikiran, bentuk fisik dan pandangan tentang berbagai hal dalam kehidupan. Pada masa ini, konsep diri (*self concept*) berperan penting. Pembentukan konsep diri terjadi dalam rentang panjang dimulai dari usia dini. Konsep diri berpengaruh besar pada remaja, khususnya pada penerimaan remaja terhadap dirinya sendiri. Konsep diri menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia, khususnya remaja. Konsep diri yang baik akan berpengaruh pada diri individu dalam melihat dirinya sendiri dan bersikap

terhadap dirinya serta selanjutnya untuk menentukan masa depannya.

Konsep diri yang baik akan menjadikan remaja matang dalam menjalani kehidupannya sebagai makhluk sosial. Individu yang memiliki kehidupan sosial yang harmonis salah satunya ditandai dengan kemampuannya berkomunikasi antar pribadi secara harmonis. Penerimaan diri yang bijaksana pada diri sendiri dapat tercerminkan dalam menjaga diri agar selalu sehat dan nyaman di setiap aktivitas. Sikap penerimaan diri yang bijaksana, salah satunya dilakukan dengan memperhatikan pola makan agar tubuh tetap sehat dan proporsional sehingga nyaman dalam bersosialisasi. Remaja dengan konsep diri yang baik akan menerima fisik dirinya secara bijaksana dan menjaga kesehatan dengan memperhatikan pola makan.

Sebaliknya, remaja dengan konsep diri negatif cenderung merasa tak nyaman dengan dirinya dan mengabaikan pola makan serta kesehatannya. Termasuk, pada saat menghadapi permasalahan kehidupan akan membawa dirinya pada kebiasaan makan tak sehat seperti mengonsumsi makanan yang tinggi kadar gula dan

lemaknya serta malas bergerak karena merasa dirinya gagal.

Remaja merupakan kelompok masyarakat yang mendapat terpaan media sangat tinggi, yang disinyalir turut berperan dalam pembentukan konsep diri remaja. Pengalaman, penilaian pada diri dan *significant others* berperan penting pada pembentukan konsep diri. Ketika seorang remaja memberikan penilaian pada dirinya sebagai seorang yang gemuk, proporsional atau langsing, ini akan berkelanjutan dengan sikap remaja dalam memilih makanan. Media massa (surat kabar, majalah, televisi, radio, portal berita *online*) menjadi pilihan remaja dalam mendapatkan informasi seputar kuliner, tempat berkumpul (kafe, restoran) dengan *peer group* yang nyaman dengan produk kuliner yang inovatif dan harga yang murah. Remaja, yang berkonsep diri positif ataupun negatif akan menjadikan media massa sebagai sumber informasi.

Media sosial juga menjadi pilihan remaja dalam mendapatkan informasi seputar kuliner dan tempat berkumpul yang nyaman dengan teman sebaya. Kecenderungan remaja mengunggah setiap kegiatannya dalam satu hari di media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, dan *Youtube* memudahkan *peer group*nya mendapatkan informasi tentang banyak hal.

Remaja merupakan kelompok masyarakat yang mendapat terpaan media sangat tinggi, yang disinyalir turut berperan dalam pembentukan konsep diri remaja. Pengalaman, penilaian pada diri dan *significant others* berperan penting pada pembentukan konsep diri. Ketika seorang remaja memberikan penilaian pada dirinya sebagai seorang yang gemuk, proporsional atau langsing, ini akan berkelanjutan dengan sikap remaja dalam memilih makanan.

Budaya secara sederhana memiliki arti sebagai sekumpulan praktik sosial yang dihasilkan dan dipertukarkan dan terjadi dalam tataran komunikasi antar individu maupun komunikasi yang terjadi pada kelompok. Budaya merupakan suatu

kegiatan yang dilakukan manusia secara terus menerus dan akan menjadi kebiasaan, salah satunya adalah budaya makan pada remaja yang meliputi pilihan makanan, tempat makan, teman makan dan konsep diri remaja dalam memilih makanan sebagai tujuan untuk sehat atau sebagai pelarian saat menghadapi permasalahan.

Berdasarkan pemikiran tersebut, konsep diri remaja menjadi kajian penting dalam melihat bagaimana konsep diri remaja berimplikasi pada pola makan sehat remaja, pemilihan media sebagai sumber informasi kuliner dan tempat berkumpul remaja dengan *peer group*nya. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana konsep diri remaja dalam mempersepsi budaya makan sehat. Penelitian ini diberi judul Hubungan Konsep Diri dengan Persepsi Budaya Makan Sehat Pada Remaja.

MATERI DAN METODE

Materi

Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi mempunyai pengertian sebagai suatu proses sosial di mana orang-orang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi saling mempengaruhi. De Vito (2001) menjelaskan, komunikasi antarpribadi sebagai pengiriman pesan-pesan dari seorang (Komunikator) dan diterima oleh orang yang lain (Komunikan) dengan efek dan umpan balik yang langsung. Umpan balik yang bersifat langsung dalam komunikasi antarpribadi berarti bahwa komunikator mengetahui tanggapan komunikan pada saat kegiatan komunikasi berlangsung. Selanjutnya komunikator akan mengetahui secara pasti apakah komunikasinya itu positif atau negatif dan berhasil atau tidak.

Konsep Diri

Konsep diri menurut psikologi sosial diartikan sebagai gambaran seseorang

mengenai dirinya sendiri, baik bersifat fisik, sosial, maupun psikologis yang diperoleh atau timbul dalam interaksi dengan lingkungan sosialnya. Persepsi individu akan sifat dan kemampuannya, interaksi dengan orang lain dan lingkungannya, nilai-nilai yang berkaitan dengan pengalaman dan objek tujuan serta keinginannya. Konsep diri meliputi kemampuan, karakter diri, sikap diri, sikap, tujuan hidup, kebutuhan dan penampilan diri. Sarlito W dan Eko A (2009) menjelaskan, konsep diri meliputi kemampuan, karakter diri, sikap, tujuan hidup, kebutuhan dan penampilan diri. Konsep diri merupakan suatu skema, yaitu pengetahuan yang terorganisasi mengenai sesuatu yang mempengaruhi cara seseorang mengolah informasi dan mengambil tindakan.

William D. Brooks (1974:40) dalam Rakhmat (2005) mendefinisikan konsep diri sebagai “*Those physical, social, and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experiences and our interaction with others*”. Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita (cermin diri). Persepsi tentang diri kita yang bersifat fisik, psikologis maupun sosial yang datang dari pengalaman dan interaksi kita dengan orang lain. Persepsi diri yang bersifat fisik meliputi penampilan, bentuk atau potongan tubuh. Persepsi diri yang bersifat psikologis meliputi karakter kita dan keadaan hati kita serta hal-hal yang disenangi atau dibenci. Persepsi diri yang bersifat sosial menyangkut hubungan atau interaksi kita dengan individu lain yang kita rasakan.

Kita mengenal diri kita dengan mengenal orang lain terlebih dahulu. Bagaimana penilaian orang lain terhadap diri kita akan membentuk konsep diri kita. Penelitian menunjukkan jika kita diterima, disukai dan dihormati oleh orang lain maka, kita akan menyukai diri kita. Sebaliknya, bila orang lain selalu meremehkan, menyalahkan dan menolak kita maka, kita akan cenderung tidak menyenangi diri kita.

Tidak semua orang memiliki pengaruh yang sama bagi pembentukan konsep diri

seseorang. Orang-orang yang dekat dengan diri kita memiliki pengaruh besar bagi pembentukan konsep diri seseorang. George Herbert Mead menyebut mereka sebagai *significant others* yaitu orang lain yang memiliki arti penting bagi diri seseorang. *Significant others* terdiri dari orang tua kita, saudara-saudara kita dan orang yang tinggal satu rumah dengan kita.

Dalam perkembangannya *Significant others* meliputi semua orang yang mempengaruhi perilaku, pikiran dan perasaan kita. Ketika kita tumbuh dewasa, kita mencoba menghimpun penilaian semua orang yang pernah berhubungan dengan kita. Ada kecenderungan kita menilai diri kita sesuai dengan persepsi orang lain, baik yang *significant* maupun yang tidak tentang diri kita. Pandangan diri kita tentang pendapat orang lain terhadap kita disebut *generalized others*. Faktor yang mempengaruhi konsep diri seseorang makin meluas seiring dengan perkembangan orang tersebut. Pada awalnya keluarga berperan besar dalam pembentukan konsep diri seseorang. Seiring waktu dan bertambahnya usia, bertambah pula pihak-pihak yang berpengaruh (teman, kelompok, organisasi) dalam pembentukan konsep diri. Kelompok yang berpengaruh bagi seorang individu dalam pembentukan konsep dirinya disebut kelompok acuan atau kelompok rujukan, yakni kelompok yang mempengaruhi pola berpikir atau pola berperilaku seseorang seperti perkumpulan hobi atau minat (klub basket, klub pembuat film, kelompok wartawan) dan lainnya.

Remaja

Wong (2009) menjelaskan, masa remaja merupakan masa transisi perkembangan individu dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Pada masa ini terjadi perkembangan dan perubahan yang sangat pesat baik fisik, psikologis dan sosial. Masa remaja terdiri atas tiga subfase yang jelas, yaitu: masa remaja awal (usia 11 sampai 14 tahun), masa remaja pertengahan (usia 15 sampai 17 tahun) dan an masa remaja akhir (usia 18 sampai 20 tahun).

Pada usia remaja, anak berada pada tahap operasional formal. Tahap operasional formal dicirikan dengan kemampuan penalaran anak berubah dari penalaran secara naluriah menjadi lebih logis dan ilmiah. Mereka mulai melihat dirinya sebagai individu yang berbeda, unik dan terpisah dari individu lain. Pola pikir remaja juga mengalami perkembangan yang dicerminkan dalam pola pikir yang sistematis ketika mereka memecahkan suatu masalah dengan menghubungkan sebab dan akibat yang terjadi. Remaja dapat memandang masalah dari beberapa sudut pandang dan menyelesaikannya dengan melakukan banyak pertimbangan. Dalam perkembangan sosial di masa remaja, konsep diri berperan penting. Pada usia remaja, anak berada pada tahap operasional formal. Tahap operasional formal dicirikan dengan kemampuan penalaran anak berubah dari penalaran secara naluriah menjadi lebih logis dan ilmiah. Mereka mulai melihat dirinya sebagai individu yang berbeda, unik dan terpisah dari individu lain. Pola pikir remaja juga mengalami perkembangan yang dicerminkan dalam pola pikir yang sistematis ketika mereka memecahkan suatu masalah dengan menghubungkan sebab dan akibat yang terjadi. Remaja dapat memandang masalah dari beberapa sudut pandang dan menyelesaikannya dengan melakukan banyak pertimbangan.

Remaja berusaha untuk mengembangkan identitas diri mereka melalui pencarian identitas kelompok terlebih dahulu. Pencarian identitas kelompok menjadi sangat penting karena remaja sangat membutuhkan penerimaan dan popularitas. Remaja akan berusaha untuk menyesuaikan diri dengan kelompok sehingga mereka dapat diterima dan menjadi bagian dalam kelompok. Perkembangan sosial pada remaja merupakan kelanjutan dari perkembangan sosial pada tahap perkembangan sebelumnya. Pada tahap remaja, perkembangan sosial terlihat lebih jelas dari aktivitas dalam membentuk

kelompok seusianya. Karakteristik lain dari perkembangan sosial remaja adalah pada umumnya remaja memiliki dorongan untuk dapat berdiri sendiri dan cenderung ingin memisahkan diri dari orang tua serta lebih suka berkumpul dengan kelompoknya.

Persepsi

Desirato yang dikutip Rahmat (2005) mengatakan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi adalah pemberian makna pada stimuli inderawi (sensori stimuli). Sensasi adalah bagian dari persepsi, namun walaupun begitu menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori (Romli, 2016:47). Berdasarkan dua definisi tersebut, penulis menyimpulkan, persepsi sebagai proses menginterpretasi rangsangan yang berupa pengalaman objek, peristiwa yang dilakukan setiap orang secara berbeda. Terdapat tiga dimensi efek persepsi, yaitu kognitif, afektif, dan konatif (Rahmat, 2005). Berikut penjelasannya:

Efek Kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif ini akan dibahas tentang bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitif. Melalui media massa, kita memperoleh informasi tentang benda, orang, atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung.

Efek Afektif

Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu setelah mengetahui

informasi yang diterimanya khalayak diharapkan merasakannya.

Efek Konatif

Efek konatif (*behavioral*) merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. Adegan kekerasan dalam televisi atau film akan mengakibatkan orang menjadi beringas. Namun, semua informasi dari berbagai media itu tidak mempunyai efek yang sama pada setiap individu.

Teori Stimulus-Organism-Respon(Sor)

Adapun teori S-O-R adalah singkatan dari *Stimulus-Organism-Response*. Teori ini berasal dari ranah psikologi. Objek material dari psikologi dan komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif.

Ada tiga unsur dalam teori SOR yaitu, *stimulus* (S) merupakan pesan, *organisme* (O) adalah pihak penerima pesan *receiver*, dan *responce* (R) adalah akibat atau pengaruh yang terjadi dinyatakan dari perasaan menyukai atau tindakan terhadap pesan setelah melalui proses perhatian, pemahaman dan penerimaan yang dilakukan *receiver*. Teori Stimulus Organisme Responce (S-O-R) menjelaskan pengaruh yang terjadi pada pihak penerima sebagai akibat dari komunikasi. Besar kecilnya pengaruh serta dalam bentuk apa pengaruh itu terjadi, tergantung pada isi penyajian stimulus (Effendy, 2005). Berdasarkan teori S-O-R dijelaskan bahwa pesan yang disampaikan oleh komunikator akan menimbulkan suatu efek yang kehadirannya terkadang tak disadari oleh komunikator.

Budaya

Cliffort Geertz dalam Salviana dkk (2016) mendefinisikan budaya sebagai nilai yang secara historis memiliki karakteristiknya tersendiri dan bisa dilihat dari simbol-simbol yang muncul. Simbol tersebut bermakna sebagai sebuah sistem dari konsep ekspresi komunikasi di antara manusia yang mengandung makna dan yang terus berkembang seiring pengetahuan manusia dalam menjalani kehidupan. Dalam definisi ini budaya merupakan nilai, kebiasaan, atau kepercayaan yang akan terus berkembang seiring pengetahuan manusia dalam menjalani kehidupan. Budaya merupakan nilai, kebiasaan, atau kepercayaan yang akan terus berkembang. Budaya dalam persepektif semiotika diartikan sebagai persoalan makna. Budaya merupakan sekumpulan praktik sosial yang melaluinya makna diproduksi, disirkulasikan, dan dipertukarkan. Makna ini berada dalam tataran komunikasi dan komunikasi antarindividu maupun komunikasi yang terjadi pada kelompok, sehingga budaya bukanlah ekspresi makna yang berasal dari luar kelompok dan juga bukan menjadi nilai-nilai yang baku, sifat alamiah makna pada dasarnya tidaklah bisa kekal karena manusia sebagai individu maupun kelompok, selalu dipengaruhi oleh aspek-aspek sosial. Beragam definisi budaya tersebut memberikan arah bagaimana mengartikan kata budaya itu sendiri, sehingga bisa diartikan budaya sebagai sebuah nilai atas praktik sosial yang berlaku dan dipertukarkan dalam hubungan antar manusia baik sebagai individu maupun kelompok. Budaya memiliki pandangan yang bertujuan untuk mempermudah hidup dengan mengajarkan orang-orang bagaimana cara beradaptasi dengan lingkungannya. Budaya berperan untuk memperbaiki cara anggota kelompok suatu budaya beradaptasi dengan ekologi tertentu dan melibatkan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat berperan aktif dalam lingkungan sosialnya.

METODE

Penelitian berfokus pada remaja usia 18-21 tahun di kota Bogor. Penelitian ini berusaha menjelaskan dan menguraikan fenomena yang diteliti menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian survey yang bersifat deskriptif korelasional. Pengamatan dalam penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan tentang konsep diri dalam komunikasi antarpribadi hubungannya dengan persepsi budaya makan sehat pada remaja.

Populasi dan Sampel Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2014: 119). Populasi dalam penelitian ini adalah remaja di lapangan Sempur dan Taman Ekspresi di Kota Bogor. Berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 99,506 dan dibulatkan menjadi 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Stratified random sampling*. Sampel ini bertujuan untuk membuat sifat homogen dari populasi yang homogen, artinya suatu populasi yang dianggap heterogen dikelompokkan ke dalam subpopulasi berdasarkan karakteristik tertentu sehingga setiap kelompok (strata) mempunyai anggota sampel yang relatif homogen (Kriyantono, 2006:153).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis statistik inferensial. Statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Penelitian ini menghubungkan antara karakteristik remaja dengan persepsi budaya makan sehat yang dianalisis menggunakan program SPSS versi 17 dengan uji koefisien dan korelasi *rank spearman* untuk data terendah dengan skala ordinal.

Definisi Operasional variabel penelitian meliputi Karakteristik pada remaja ini terdiri dari usia, jenis kelamin, uang saku, dan pekerjaan orangtua. Indikator-indikator tersebut dijelaskan seperti berikut: 1.Usia Sesuai dengan namanya, peneliti melihat karakteristik remaja berdasar pada usia atau umur. Usia sebagai salah satu yang dapat menjelaskan karakteristik individu. 2.Jenis kelamin.Jenis kelamin akan memberikan perbedaan pandangan terhadap sebuah isu atau fenomena. Misalnya pada kebiasaan yang ada pada diri laki-laki dan perempuan, laki-laki umumnya mempunyai hobbi otomotif, sebaliknya perempuan lebih menyenangi menari sebagai hobbi mereka. 3.Uang saku .Uang saku merujuk pada kondisi keuangan mahasiswa, yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengeluaran mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan untuk mengetahui hubungan Konsep Diri dengan Persepsi budaya makan sehat pada remaja. Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil, dari 100 responden yang mengisi kuesioner, mayoritas (60 responden) berusia antara 18-20 tahun, sebanyak 52 orang adalah perempuan dengan uang saku di kisaran 30-50 ribu. Orangtua (ayah) responden sebanyak 60 % merupakan karyawan swasta dan orangtua (ibu) sebanyak 35% adalah ibu rumah tangga. Sebanyak 60% tinggal bersama keluarga inti (ayah, ibu, kakak/adik).

Berdasarkan hasil uji korelasi sederhana (r) diketahui nilai korelasi antara konsep diri remaja persepsi budaya persepsi budaya makan sehat sebesar 0,548. Apabila interval koefisien berada pada 0,40 – 0,599, maka tingkatan hubungan sedang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antara konsep diri remaja terhadap persepsi budaya makan sehat adalah sedang.

Analisis Hasil Data

Penelitian ini berusaha menjelaskan dan menguraikan hubungan konsep diri remaja dengan persepsi remaja terhadap budaya makan sehat. Penelitian didisain menggunakan metode kuantitatif dengan disain penelitian survey yang bersifat deskriptif korelasional. Pengamatan dalam penelitian ini menghasilkan jawaban, dari variable karakteristik individu (X1) yang meliputi jenis kelamin, uang saku, pekerjaan ayah, pekerjaan ibu, status tinggal dan jumlah saudara sekandung dan variable konsep diri (X2) yang terdiri dari variable Self image dan self esteem menunjukkan hubungan yang significant dengan variable Persepsi budaya persepsi budaya makan sehat(Y) yang terdiri dari variable pemberitaan di media massa dan sosialisasi dengan teman sebaya. Nilai hubungannya 0,548.

Variabel bebas penelitian ini meliputi karakteristik individu (Jenis kelamin, usia, uang saku dan pekerjaan orangtua) dan variabel konsep diri yang terdiri dari komponen kognitif (*self Image*) dan komponen afektif (*selfesteem*). Persepsi budaya makan sehat yang terdiri dari pemberitaan di media massa dan sosialisasi dengan teman sebaya merupakan variabel terikat dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh jawaban, sebagian besar remaja memiliki *self image* (pengetahuan tentang dirinya sendiri). Remaja sebagian besar menjawab sangat setuju sebagai seorang yang cerdas, menarik dan memiliki banyak teman. Remaja juga sebagian besar sangat setuju akan pentingnya membiasakan diri makan sehat. Remaja dalam hal menilai dirinya sendiri tentang budaya makan sehat memahami bahwa makan sehat merupakan hal penting. Namun, remaja tidak selalu menerapkannya pada saat makan, khususnya saat makan bersama teman dan mencoba makanan baru di kafe yang nyaman dengan harga makanan terjangkau.

Jumlah uang saku yang diberikan orangtua menjadi pertimbangan bagi sebagian besar

remaja dalam memilih makanan. Remaja akan mempertimbangkan dengan seksama harga menu makanan yang dipesan. Namun, sesekali, khususnya pada saat sangat menginginkan suatu makanan, remaja akan meminjam uang pada temannya dan dibayarkan kembali pada hari lainnya.

Remaja yang sebagian besarnya berayah sebagai karyawan swasta dan beribu sebagai ibu rumah memahami tentang penampilan yang menarik. Salah satunya dengan bentuk tubuh yang proporsional. Beberapa remaja pernah membatasi dan menghindari karbohidrat dengan tujuan mengurangi berat badan dan menstabilkan berat badan agar proporsional dan meningkatkan rasa percaya diri dalam pergaulan. Remaja sebagiannya tetap membatasi karbohidrat dan sebagiannya lagi kembali ke pola makan yang lama.

Remaja sebagian besarnya (56%) menjawab setuju pada pertanyaan tubuh yang sehat merupakan bekal dalam bersosialisasi, dan masih hal penting lainnya yang menjadi part dengan tangga makanan yang diinginkan sangat juga remaja, akan semakin tinggi kebutuhannya pada berita-berita kuliner di media massa. Remaja memahami perlunya menjaga kesehatan dan menjaga bentuk tubuh agar tetap proporsional dengan cara menghindari karbohidrat. Remaja mempertimbangkan untuk mencoba makanan yang sedang trend bersama teman pada saat kondisi memungkinkan. Remaja meyakini tubuh yang sehat menjadi bekal dalam pergaulan. Remaja menjadikan media massa sebagai sumber informasi dalam mendapatkan informasi terkait makanan sehat dan tempat makan (kafe) baru dengan menu kuliner baru yang inovatif dan harga terjangkau.

Remaja sesekali berkumpul bersama teman sebagai cara bersosialisasi dan menikmati makanan bersama teman di kafe dapat mempererat hubungan dengan teman sebaya. Kafe menjadi Salah satu pilihan bagi remaja untuk bergaul. Sebagian besar remaja (48%) meskipun mengkonsumsi makanan di kafe, tetap peduli dengan bentuk tubuh dan penampilannya.

Remaja mengetahui konsep makan empat sehat lima sempurna namun tidak selalu melakukan dan memilih menu makanan dengan kandungan gizi yang cukup. Makanan di kafe seringkali mengandung tepung, gula dan lemak yang tinggi. Namun, bagi remaja, sesekali menyantap makanan dengan kandungan gizi tidak lengkap adalah biasa.

Remaja, sebagian besar (46%-55%) tetap menjadikan pemberitaan di media cetak, televisi dan media dalam jaringan tentang kuliner dan budaya makan sehat menjadi pilihan remaja untuk mendapatkan informasi. Pemberitaan yang menginformasikan dan menampilkan foto perempuan bertubuh langsing sebagai ikon perempuan cantik, bagi sebagian remaja merupakan hal biasa dan tidak mempersuasi remaja untuk mendapatkan tubuh langsing seperti yang digambarkan media massa. Remaja sebagian kecilnya menjadikan pemberitaan di media massa sebagai sumber informasi yang menginspirasi untuk memiliki tubuh langsing.

Menurut remaja, informasi dan foto-foto serta tayangan tidak selalu menginformasikan hal-hal yang mereka butuhkan terkait kuliner. Remaja mendapatkan informasi kuliner dari teman yang disampaikan dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*). Berita atau iklan di media massa tidak selalu memberikan informasi sesuai yang remaja butuhkan. Berita kuliner akan dibaca saat senggang dan nada yang menarik.

Remaja mengetahui iklan pembukaan kafe baru dengan menu kreatif dan harga terjangkau di media massa dan ketika kondisinya (uang saku, waktu, teman yang mendampingi) memungkinkan, remaja akan mendatangi kafe dan mencoba menu yang ditawarkan. Remaja sebagian besar memilih ke kafe bersama teman karena dapat menceritakan berbagai hal.

Komunikasi sambil menyantap makanan di kafe ataupun di tempat makan lainnya

merupakan salah satu cara bagi remaja untuk dapat eksis dan memiliki banyak teman. Topik-topik yang dikomunikasikan biasanya berkisar pada hobi, tugas yang diberikan dosen, kekasih, fashion dan keluarga. Kafe juga menjadi pilihan tempat untuk mendiskusikan tugas yang diberikan dosen.

Sosialisasi Dengan Teman Sebaya

Remaja sebagian besar (63%) sangat setuju kafe sebagai tempat untuk membuktikan gaya hidup kalangan menengah atas dan remaja (54%) sangat setuju memiliki banyak teman merupakan suatu keadaan yang membahagiakan (keren). Remaja (46%) mencoba makanan baru yang sedang banyak digemari masyarakat karena ajakan teman. Teman merupakan bagian penting dalam kehidupan remaja dengan berbagai alasan, diantaranya, untuk diakui sebagai individu yang keren, eksis dan luas pergaulannya.

Sebanyak 53% remaja memesan makanan karena ajakan teman dan sisanya memesan sesuai keinginan. Teman merupakan bagian kehidupan penting bagi remaja. Dalam *peer group* remaja, peran teman sangat penting dalam mengajak dan mempengaruhi untuk melakukan suatu kegiatan, salah satunya dalam budaya makan. Ketergantungan dengan *peer group* antara remaja yang satu dengan lainnya cenderung berbeda.

Remaja sebanyak (53%) menjawab sangat setuju untuk pertanyaan, saya memesan makanan yang tidak saya sukai agar dapat bersama teman. Namun, ini tidak berarti ketergantungan pada *peer group* menyeluruh di setiap bidang kehidupan remaja. Dari beberapa responden diketahui pentingnya komunikasi dengan teman sebaya di kafe menjadi salah satu pilihan bagi remaja dan dilakukan sambil menyantap hidangan kuliner. "Saat memesan menu, saya kadang-kadang pesan menu ikutan teman. Sebenarnya saya tidak suka menyantapnya, tapi pingin nyoba juga karena diajak teman. Makan sambil ngobrol sama teman asyik aja."

Hubungan Variabel X dan Y

Tabel 1. Korelasi Konsep Diri dengan Persepsi Budaya Makan Sehat.

| Correlations | | | |
|--------------------|---------------------|--------------------|--------------------|
| | | Konsep Diri Remaja | Budaya Makan Sehat |
| Konsep Diri Remaja | Pearson Correlation | 1 | .548** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 |
| | N | 100 | 100 |
| Budaya Makan Sehat | Pearson Correlation | .548** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | |
| | N | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji korelasi sederhana (r) diketahui nilai korelasi antara konsep diri remaja persepsi budaya persepsi budaya makan sehat sebesar 0,548. Apabila interval koefisien berada pada 0,40 – 0,599, maka tingkatan hubungan sedang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antara konsep diri remaja terhadap budaya persepsi budaya makan sehat adalah sedang.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh jawaban, semakin tinggi self image remaja, akan semakin tinggi kebutuhannya pada berita-berita kuliner di media massa. Remaja memahami perlunya menjaga kesehatan dan menjaga bentuk tubuh agar tetap proporsional dengan cara menghindari karbohidrat. Remaja mempertimbangkan untuk mencoba makanan yang sedang trend bersama teman pada saat kondisi memungkinkan. Remaja meyakini tubuh yang sehat menjadi bekal dalam pergaulan. Remaja menjadikan media massa sebagai sumber informasi dalam mendapatkan informasi terkait makanan sehat dan tempat makan (kafe) baru dengan menu kuliner baru yang inovatif dan harga terjangkau.

Remaja sesekali berkumpul bersama teman sebagai cara bersosialisasi. Menikmati makanan bersama teman di kafe dapat mempererat hubungan dengan teman sebaya. Kafe menjadi Salah satu pilihan bagi remaja untuk bergaul. Meskipun mengkonsumsi makanan di kafe, remaja

tetap memikirkan untuk tetap menjaga bentuk tubuh dan penampilannya.

Remaja mengetahui konsep makan empat sehat lima sempurna namun tidak selalu melakukan dan memilih menu makanan dengan kandungan gizi yang cukup. Makanan di kafe seringkali mengandung tepung, gula dan lemak yang tinggi. Namun, bagi remaja, sesekali menyantap makanan dengan kandungan gizi tidak lengkap adalah biasa.

Pemberitaan di media massa menjadi pilihan remaja untuk mendapatkan informasi tentang budaya makan, tempat kuliner dan makanan sehat. Komunikasi diantara teman dalam merupakan media sosialisasi yang menjadi pilihan. Biasanya pesan-pesan yang dibicarakan seputar kehidupan remaja dan konflik-konflik yang dihadapi.

Remaja sebagian besar memiliki konsep diri yang baik pada variabel *self image* (komponen kognitif) dan *self esteem* (komponen afektif). Kedua komponen konsep diri tersebut memiliki nilai hubungan sedang dengan pemberitaan di media massa. Remaja dengan pengetahuan yang tinggi tentang budaya makan sehat memanfaatkan pemberitaan budaya makan sehat di media massa dan melengkapinya dengan informasi dari sumber lainnya. Komponen kognitif dan komponen afektif memiliki nilai hubungan sedang dengan variabel sosialisasi dengan teman sebaya. Remaja akan saling mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung pada sesama anggota *peer group* dalam memilih menu makanan, termasuk makanan yang tidak disukai. Pemilihan makanan mengikuti teman merupakan Salah satu budaya makan yang menjadi pilihan remaja sekaligus untuk bersosialisasi, mencurahkan isi hati (*curhat*) seputar permasalahan kehidupan di masa remaja. Beberapa responden yang diwawancarai menjelaskan, “Komunikasi di kafe punya nilai lebih tinggi dalam pergaulan remaja. Kafanya gak harus mahal, menunya juga sederhana aja.”. Sosialisasi dengan teman sebaya bagi sebagian remaja disikapi secara bijaksana, membagi waktu antara

bersama teman dan kegiatan lainnya, khususnya yang berhubungan dengan perkuliahan dan masa depan. Sebagian remaja lainnya terkadang lupa waktu saat bersama teman, terkadang bolos kuliah dan menunda melakukan kegiatan yang berkaitan dengan menggapai masa depan.

KESIMPULAN

Konsep diri remaja kota Bogor termasuk baik dalam artian, konsep diri, pengetahuan tentang diri, dan kemampuan memutuskan memilih makanan, memilih informasi di media massa makan sehat dan mengatur waktu bersosialisasi agar dapat beriringan dengan kegiatan lainnya. Pemberitaan budaya makan sehat di media massa menjadi salah satu pilihan remaja untuk mendapatkan informasi. Konsep diri remaja berhubungan dengan persepsi tentang budaya makan sehat yang diinformasikan melalui pemberitaan di media massa dan konsep diri remaja juga memiliki nilai hubungan sedang dengan persepsi remaja tentang sosialisasi dengan teman sebaya terkait budaya makan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Aditya Bintang, Utara Prahastiwi, Slamet Julius. 2019. *Strategi Difusi Inovasi BKKBN Dalam Menjangkau Generasi Digital Natives*. Research Fair Unsri Vol.3 Number 1, Januari 2013
- Carrascosa, Juan Miguel, Ruben Cuevas, Roberto Gonzalez, Arturo Azcorra dan David Garcia. 2015. *Quantifying the Economic and Cultural Biases of Social Media through Trending Topics*.
- Claudia, Marnelly. 2016. *Self Concept of Adolescent Obesity*. Jo FISIP Vol. 3 N0. 2 Oktober 2016.
- Devito, Joseph A. 2010. *Komunikasi Antar Manusia. Edisi ke Lima*. Jakarta: Karisma Publishing
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung. Remaja Rosdakarya
- Hargie, Owen and Dickson, David. 2004. *Skilled Interpersonal Communication Research, Theory and Practise*. London & New York: Routledge Taylor & Francis Group
- Kaparang, Olivia M. 2013. *Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi*. Journal Acta Diurna Vol II/No.2/2013
- Lubis, P. Djuara et al. 2010. *Dasar-Dasar Komunikasi*. Bogor: Sains KPM IPB Press.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media: Bandung.
- Prasetyo, Bambang dan Jannah, Lina Miftahul. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Santoso, Edi dan Mite Setiansah. 2010. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sobur, Solomon, Denise and Theis Jennifer. 2013. *Interpersonal Communication Putting Theory into Practice*. New York and London :Routledge Taylor & Francis Group
- Salviana, Vina. 2016. *Sistem Sosial Budaya Indonesia*. Jakarta. Universitas Terbuka.
- Taylor, Ketler. 2010. *Pengelompokkan Generasi*. Pew Research Study.
- Wood, Julia T. 2014. *Interpersonal Communication Everyday Encounters*. Boston USA: Cengage Learning