

**PAPARAN IKLAN TELEVISI TERHADAP PENGGUNAAN PENYEDAP RASA  
MONOSODIUM GLUTAMAT OLEH IBU RUMAH TANGGA DI  
KELURAHAN MAULafa KECAMATAN MAULafa KOTA KUPANG  
TAHUN 2009.**

*The Effect of TV Advertizing Content towards the utilization of Monosodium  
Glutamate Flavor by Household Wife at Kelurahan Maulafa, Kecamatan Maulafa, Kota  
Kupang, 2009*

**Angela E Lapuimakuni<sup>1</sup>, Marni<sup>2</sup>, Afrona E. L. Takaeb<sup>3</sup>, dr.Cristina O. Lada<sup>4</sup>**

<sup>1-3</sup>Jurusan Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku (PKIP)

<sup>4</sup>Jurusan Gizi Kesehatan Masyarakat (GKM)

Fakultas Kesehatan Masyarakat, Undana

**ABSTRACT**

MSG as food flavor has risen controversy in the society because the MSG may have negative impact for health. However, such additional food flavor can be used in certain amount. Food flavor containing MSG is more acceptable by housewives whose role is to serve food for family.

Housewives have become a target of advertisement screened on television because they have much time watching television advertisement. This research is aimed to find out knowledge and attitude of housewives in MSG, frequency and length of time of the food flavor advertisement screened on television, and the use of the flavor in a day. The research is of qualitative research, and interview had been used as a method of the research. Twenty housewives in Kelurahan Maulafa, Kecamatan Maulafa, Kota Kupang had been taken as respondents for the research.

The result of the research showed that the knowledge of the respondent on the MSG was still low. This was caused by limited access and information on their part. As a matter of the fact, there were 14 respondents did not limit the frequency of using MSG in a day in accordance with the health standard. The frequency of advertisement screen reached five times in a day; however, this was not have an impact on the use of MSG by housewives. Therefore housewives are suggested to use food flavor in appropriate amount in accordance with the health standard. There is a need to increase the awareness of society about the negative impact of using MSG as food flavor by concerned agency or institutions, and carry out further research out on the impact resulted from the use of food flavor.

**Key words** : *Housewives, Food Flavor (MSG), Advertisement Screen*

**PENDAHULUAN**

Bahan Tambahan Makanan (BTM) merupakan hal yang sudah tidak asing lagi digunakan oleh masyarakat untuk membuat makanan tampak lebih berkualitas dan menarik serta memiliki rasa dan tekstur yang sempurna. Bahan tambahan terdiri bahan pengawet makanan, pemanis buatan, bahan pengawet dan bahan penambah cita rasa. Bahan tambahan makanan sering

dikenal dengan vitsin sudah banyak beredar atau diperoleh secara bebas. Kebanyakan masyarakat tidak mengetahui dampaknya penggunaan terhadap kesehatan apabila digunakan secara berlebihan.

Penelitian yang dilakukan oleh *Streetfood Project* di Kota Bogor tahun 1990 menyebutkan bahwa, ibu-ibu rumah tangga yang tinggal di wilayah kumuh lebih banyak menggunakan penyedap rasa yang mengandung MSG.

Sedangkan sebagian masyarakat mengalami alergi, mual-mual, dan pusing akibat penggunaan MSG secara berlebihan (Budiarso, 2005). Penelitian pada tahun 1998 yang dilakukan oleh seorang dokter bernama Hon Man Kow menunjukkan hal yang sama apabila menggunakan bahan tersebut secara berlebihan akan menimbulkan kaku pada leher dan kepala terasa pening (Sartono, 1999).

Iklan adalah suatu bentuk pernyataan yang memuat pesan mengenai gagasan, produk atau jasa yang ditawarkan oleh perorangan atau perusahaan dan lembaga baik pemerintah memakai media pers tercetak (surat kabar, dan majalah), radio dan televisi (Susanto, 1998). Hal yang tidak jauh berbeda yang diungkapkan oleh Jeffkins, 2000, bahwa iklan yang ditayangkan pada media televisi sangat ampuh karena dapat menggabungkan peralatan, suara dan gerakan. Televisi sudah dianggap mampu mencakup banyak penonton dan iklan, selain itu lebih mampu memberikan tayangan yang kuat karena berhubungan langsung dengan indera konsumen sehingga menyebabkan reaksi dan sikap dari konsumen tersebut.

Pengulangan atau frekuensi penayangan iklan akan menentukan seberapa sering konsumen tersebut melihat ataupun diterpa pesan atau informasi mengenai penyedap rasa. Selanjutnya frekuensi terpaan akan menentukan seberapa jauh pengaruh pesan terhadap konsumen khususnya dalam mengingat karena adanya sifat mudah lupa pada manusia (Setiawan, 2005).

Hasil penelitian di Kota Bandung terhadap iklan televisi di Indonesia menyebutkan rata-rata perhari ditemukan 48 iklan dengan rata-rata lamanya penayangan selama 39 detik dan sekitar 50% konsumen yang diwawancarai benar-benar membeli

suatu produk sesudah melihat iklan produk tersebut (Winarno, 1994).

Penelitian yang dilakukan para ahli, yang paling banyak menyalurkan pengetahuan ke dalam otak adalah mata, menunjukkan 75%-87% dari pengetahuan manusia diperoleh atau disalurkan melalui mata. Sedangkan 13%-25% lainnya tersalur melalui indera lain. Dari sini dapat disimpulkan bahwa alat-alat visual (televisi) lebih mempermudah cara penyampaian informasi (iklan) atau bahan pendidikan daripada media lainnya seperti radio, koran dan lain sebagainya (Sulaiman, 1998).

Ibu rumah tangga merupakan sasaran utama iklan, karena mereka memiliki waktu yang banyak untuk menonton televisi. Apalagi pada saat ini umumnya tiap rumah tangga sudah memiliki pesawat televisi baik di kota maupun di desa. Selain itu ibu juga lebih berperan dalam hal pemenuhan konsumsi makanan dalam rumah tangganya. Demikian juga halnya dengan Kelurahan Maulafa Kecamatan Maulafa Kota Kupang.

Hasil pengamatan sebagai survei awal yang dilakukan sendiri oleh peneliti umumnya penggunaan penyedap rasa sudah tidak asing lagi bagi ibu rumah tangga, apalagi bagi keluarga yang membuka usaha warung makan. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk melihat bagaimana "Paparan Iklan Televisi Terhadap Ibu Rumah Tangga Dalam Penggunaan Penyedap Rasa Monosodium Glutamat Di Kelurahan Maulafa Kecamatan Maulafa Kota Kupang Tahun 2009"

Tujuan Umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui paparan iklan televisi pada perilaku ibu rumah tangga dalam penggunaan penyedap rasa MSG di Kelurahan Maulafa Kecamatan Maulafa Kota Kupang Tahun 2009. Tujuan Khusus dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui tingkat pengetahuan ibu

rumah tangga tentang penyedap rasa MSG, Untuk mengetahui sikap ibu rumah tangga terhadap penyedap rasa MSG, Untuk mengetahui frekuensi dan lamanya paparan iklan penyedap rasa dalam satu hari terhadap ibu rumah tangga serta penggunaan MSG.

### METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang diamati (Noeng, 2005).

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis yaitu penelitian berdasarkan aspek subjektif dari perilaku orang dan berusaha untuk memahami konseptual para subjek yang diteliti sedemikian rupa sehingga dapat dimengerti apa dan bagaimana suatu pengertian dikembangkan di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari (Moleong, 2004), Pendekatan ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang seluas-luasnya dan mendalam tentang paparan iklan televisi terhadap ibu rumah tangga dalam penggunaan penyedap rasa monosodium glutamat di kelurahan maulafa kecamatan maulafa kota kupang

Pada penelitian kualitatif peneliti berfungsi sebagai instrument penelitian. Untuk memperlancar dalam penelitian digunakan alat bantu yaitu :

1. Tape Recorder yang berfungsi merekam proses wawancara mendalam dengan informan.
2. Pedoman wawancara yang sudah dipersiapkan oleh peneliti.
3. Buku catatan dipersiapkan untuk mencatat hasil observasi di lapangan.

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Maulafa Kecamatan Maulafa Kota Kupang. Pemilihan lokasi

didasarkan pada beberapa penyakit yang terdapat didaerah tersebut dikarenakan mengkonsumsi bahan penyedap rasa seperti alergi, dan gatal-gatal,serta banyak ibu rumah tangga yang menggunakan bahan penyedap rasa. Waktu Penelitian ini dilakukan dari bulan Januari sampai bulan November 2009.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh ibu rumah tangga di Kelurahan Maulafa Kecamatan Maulafa yang berjumlah 1024 orang. Dari populasi tersebut, peneliti menentukan populasi sumber yaitu Ibu Rumah Tangga RW VIII – XII yang berjumlah 485 orang.

Populasi lebih besar dari 100 maka sampel yang digunakan sebanyak 10-20% dan apabila populasinya kurang dari 100 maka diambil sebagian sampel dari total populasi (Arikunto, 2002 hal 120). Dalam penelitian ini karena populasi 485 Ibu Rumah Tangga maka sampel yang diambil sebanyak 20% sehingga total sampelnya adalah 20 Ibu Rumah Tangga

Unit analisis penelitian ini adalah ibu rumah tangga di Kelurahan Maulafa yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* (Notoatmojo,2002) yaitu peneliti mengambil informan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang dianggap dapat memberikan informasi sesuai dengan permasalahan yang diteliti, dengan kriteria informan sebagai berikut:

1. Keluarga mempunyai pesawat televisi
2. Menggunakan penyedap rasa MSG
3. Ibu mengolah sendiri makanan dalam hidangan keluarga

Untuk memperoleh data yang akurat dan valid maka teknik yang digunakan adalah dengan cara triangulasi data yaitu proses penggalian data dari berbagai sumber di lapangan, pada saat pengumpulan data, Penelitian

ini menggunakan teknik wawancara mendalam yang dilakukan untuk memperoleh informasi dari informan berkaitan dengan tujuan penelitian.

Data diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan informan dan hasil observasi langsung. Menurut Spradley (1977), bahwa kriteria informan yang baik adalah enkulturasi penuh yaitu yaitu mengetahui budaya dengan baik, keterlibatan langsung dengan variabel yang akan diteliti, mempunyai waktu untuk diwawancarai dan mengetahui masalah.

Unit analisis penelitian ini adalah ibu rumah tangga di Kelurahan Maulafa yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* (Notoadmojo, 2002) yaitu peneliti mengambil informan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang dianggap dapat memberitahukan informasi sesuai dengan masalah yang diteliti sesuai dengan kriteria sebagai berikut :

1. Keluarga yang mempunyai pesawat televisi
2. Menggunakan penyedap rasa MSG
3. Ibu mengolah sendiri makanan dalam hidangan keluarga

Variabel yang diwawancarai dan yang diamati dalam penelitian ini yaitu :

1. Pengetahuan ibu rumah tangga tentang pengertian MSG, manfaat serta dampak yang ditimbulkan apabila menggunakan penyedap rasa secara berlebihan.
2. Sikap atau respon dari ibu rumah tangga yang berkaitan dengan hal-hal yang membuat ibu tertarik sehingga menggunakan penyedap rasa MSG, penyedap rasa yang paling banyak digunakan oleh ibu rumah tangga.
3. Frekuensi lamanya ibu terpapar tayangan iklan semua jenis penyedap rasa di televisi dalam satu hari yang menarik perhatian ibu, informasi yang didapatkan ketika menonton iklan tersebut dan

frekuensi dalam sehari ibu menonton iklan televisi

Data Sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari Kantor Kelurahan Maulafa Kecamatan Kota Kupang dan Puskesmas Pembantu Maulafa.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Domein* dilakukan terhadap data yang diperoleh dari wawancara atau pengamatan deskriptif dilapangan. Analisis ini dimaksudkan untuk menemukan makna yang mendalam dan mengecek informasi untuk mengklarifikasi, dan mendiskripsikan untuk menemukan makna agar tujuan penelitian dapat terjawab (Moelong, 2007).

Untuk mengetahui validitas data dalam penelitian kualitatif, digunakan triangulasi meliputi sumber, metode dan data. Untuk menetapkan keabsahan dalam penelitian ini menggunakan dua triangulasi.

- a. Triangulasi sumber yaitu dengan melalui wawancara dengan sumber yang berbeda. Di sini dilakukan perbandingan data dan melakukan kontras data ketika menginvestigasi informasi lain yang sangat berbeda yaitu informan yang sangat berbeda yaitu informan yang berasal dari keluarga yang memiliki latar belakang yang berbeda dalam hal ini tingkat pengetahuan ibu dan tingkat pendapatan keluarga.
- b. Triangulasi metode, dalam hal ini dilakukan dengan menggunakan dua metode saat pengumpulan data yaitu wawancara langsung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Penyedap rasa adalah zat aditif yang dapat memberikan, menambah, mempertegas rasa dan aroma makanan. Contohnya : penguat rasa (*flavor ebaner*). Bahan penguat rasa, penyedap makanan yang paling

banyak digunakan adalah MSG yang sehari-hari dikenal dengan nama vitsin. Penyedap atau *flavor* bukan hanya merupakan suatu zat melainkan suatu komponen yang mempunyai sifat yang khas. Karena sifat tersebut maka komponen *flavor* dapat dipindahkan pada bagian pada bagian lain seperti pada makanan dan minuman. Adapun karakteristik responden Karakteristik Informan Ibu Rumah Tangga dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Informan Ibu Rumah Tangga

NO	Kode Informan Ibu rumah Tangga	Usia (Thn)	Tingkat Pendidikan
1	EM	33	SMA
2	KN	47	SMA
3	RA	43	SMP
4	MK	53	SMA
5	DM	40	SMA
6	SD	48	SMA
7	HS	35	SMA
8	AS	41	SMA
9	MB	54	SMA
10	HB	37	SMA
11	PP	36	SMA
12	IT	41	SMA
13	VM	28	SMA
14	YB	29	SMP
15	YM	33	SMP
16	DK	49	SMA
17	EH	29	SMA
18	MI	40	SMA
19	MF	27	SMP
20	AL	41	SMP

Sumber : Data primer tahun 2009

### Pengetahuan Rumah Tangga Tentang Penyedap Rasa MSG

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, menunjukkan bahwa mereka mempunyai pengetahuan yang kurang tentang penyedap rasa seperti kutipan hasil wawancara berikut ini :

“... bahan yang dapat membuat makanan lebih enak....” (SD, IT, YM, DK, EH, MF, AL)

“...bahan yang memberikan rasa tertentu pada makanan...” (EM, PP, VM, YB, MI)

“...ke..semacam bumbu yang taro di sop dong tu? Supaya tambah enak” (KN, DM, RA, AS, MK, HS, MB, HB)

Meskipun informan dapat menyebutkan pengertian penyedap rasa, namun tidak berarti mereka mengetahui secara tepat istilah penyedap rasa yang dimaksud. Menurut informan, pengetahuan tentang penyedap rasa itu sendiri diakui diperoleh dari membaca buku dan majalah. Selain itu diperoleh dari menonton televisi dan informasi yang didapatkan dari pegawai di puskesmas pembantu (pustu).

“...pernah dengar, biasa kalau datang pustu, ibu perawat biasa omong-omong na...” (EM, SD, YM, DK, AL)

“...b pernah baca di buku dan koran jadi aga tau sadiki....” (KN, RA, MK, DM, EH, MI, MF)

“...b pernah nonton di acara tivi yang tentang masak-masak tu?....” (AS,HS, YB, PP, MB, IT, HB, VM)

Berkaitan dengan penyedap rasa, salah satu penyedap rasa dan aroma yang sangat dikenal luas di Indonesia adalah vitsin atau bumbu masak dalam berbagai merek.

Penyedap rasa buatan mengandung senyawa yang disebut Monosodium Glutamate (MSG). MSG adalah bahan penyedap sintesis yang banyak dipakai dalam pembuatan makanan yang dapat menimbulkan rasa enak. Contohnya penambahan senyawa L-Asam Glutamat pada daging atau masakan, sehingga menambah dan menimbulkan cita rasa yang lain dari cita rasa asam amino tersebut. Penggunaan asam glutamate tersebut. Penggunaan asam glutamat hanya efektif pada daging, soup, masakan dari ikan, ayam dan masakan lainnya. Namun tidak efektif oleh penyedap

buah-buahan atau makanan yang berbumbu manis.

Dari hasil wawancara ada tujuh informan yang pernah mendengar tentang istilah MSG dan tigabelas informan yang tidak pernah mendengar istilah tersebut, tetapi tidak mengetahui tentang pengertian MSG secara jelas. Berikut kutipan hasil wawancara :

“...b pernah dengar, tapi b sonde tau artinya?...” (EM, SD, DK, EH, MI, MF, AL)

“...aduh..istilah apa lai tu?, b baru dengar ni....” (KN, DM, VM, YB, YM)

“...b sonde tau sama sekali, hanya tau pake masako sa....” (AS, HS, RA, HS, MB, HB, PP, IT, MK)

Selain menggunakan penyedap buatan atau sintesis (Masako, Royco) para informan juga menggunakan penyedap alami, yang walaupun penggunaannya dalam jumlah yang sedikit sudah efektif sebagai penyedap. Seperti pala, lada, jahe, dan lain-lain. Berikut kutipan hasil wawancara :

“...ia, biasa katong di rumah pake air kaldu ayam, asam, dan gula....” (DM, SD, EM, RA)

“...b biasa pake ju, tapi jarang. Paling kalau ada perlu baru pake. Seperti : bawang, merica, pala” (HS, DK, EH)

“...katong selalu pake penyedap alami, karena ju sama enak dengan masako tapi kalau su sonde ada bumbu baru beli masako....” (AS, MK, HB, PP, IT, VM)

“...paling-paling ju, bawang, kurus buah besar atau orang biasa bilang bumbu manta tu? ....” (KN, AL, MI, MF, YB, YM, MB)

Penyedap buatan atau sintesis yang paling banyak dikenal oleh kebanyakan orang seperti masako, yang didalamnya terdapat MSG mempunyai efek negatif pada tubuh jika digunakan secara berlebihan yang dapat menimbulkan gangguan pencernaan, alergi, mual-mual dan lain-lain. Tetapi

11 informan tidak mengetahui dampak dari penggunaan penyedap rasa (MSG) secara berlebihan. Seperti kutipan hasil wawancara berikut :

“...bilang kalau pake banyak-banyak nanti alergi atau sakit kepala...” (SD, MK, YB, YM, HB, MB, MI)

“...sonde tau...” (HS, EM, AS, DM, KN, EH, MF, DK, PP, VM, AL)

“...kalau dampak baik : kasi enak makanan kalau dampak jelek : katanya bisa buat alergi...” (RA, IT)

Menurut anjuran WHO, batasan aman asupan MSG perhari sekitar 0 - 12mg/kg berat badan atau kira-kira enam gram sehari, Jika berat badan seseorang 50kg. Menurut 16 informan, mereka tidak mengetahui dengan pasti batas aman penggunaan penyedap rasa. Hal ini dapat dilihat dari kutipan hasil wawancara berikut:

“...katong sonde tau dia pu batasan, jadi hanya tau pake sa, jadi kalau taro, su rasa enak na cukup su...” (RA, KN, HB, IT, MI, AL, EH, EM, SD)

“...yang b tau satu sendok teh, tapi biasa taro-taro sa...” (MK, DM, YB, PP)

“...adu..b sonde tau?...” (HS, AS, YM, DK, MB, MF, VM)

Bahan penyedap yang digunakan dalam makanan dapat dibedakan dalam tiga bentuk yaitu :

- a. Bentuk cair, terlarut dalam air atau minyak dan emulsi
- b. Bentuk bubuk, bahan yang dikeringkan dengan cara *spray traying* dan campuran yaitu cara pengeringan yang mengubah bentuk bentuk cair menjadi padat.
- c. Bentuk pasta, bentuk pasta dicampur dengan lemak, karbohidrat atau pati protein yang banyak digunakan untuk pengolahan pangan dirumah tangga (Mukono, 2005)

Kebanyakan bentuk penyedap rasa yang dikenal oleh informan adalah penyedap rasa dalam bentuk bubuk (*powder*) seperti kutipan hasil wawancara berikut:

“....serbuk...” (MK, YM, DK, EH)  
 “....b sonde tau, tapi yang b tau bentuknya serbuk (RA, SD, KN)  
 “....dia pu bentuk sama ke masako to?...” (EM, DM, PP, HB)

Tetapi sebagian informan juga tidak mengetahui bentuk dari penyedap rasa tersebut. Berikut hasil kutipan wawancara :

“....b sonde tau, dia pu bentuk yang karmana?...” (HS, AS, MI, MF, AL, VM, MB, IT, YB)

### Sikap Ibu Tentang Penyedap Rasa

Berdasarkan hasil wawancara ada sebelas informan mempunyai pendapat yang sama, bahwa setiap masakan harus di tambahkan penyedap rasa.

“....kalau di rumah setiap masakan taro masako, sonde taro dia pu rasa ke sonde enak...” (EM, HS, MK, EH, DK, MI)  
 “....ia, kalau sonde pake, dia pu rasa ke sonde enak...” (AS, SD, VM, HB, AL)

Beberapa pendapat yang berbeda juga diberikan oleh sembilan informan yaitu tidak semua jenis masakan harus ditambahkan penyedap rasa. Berikut hasil kutipan wawancara :

“....sonde ju, paling sayur atau masak sup daging babi...” (KN, PP, IT, YM)  
 “....sonde perlu, ko..taro lada sadiki ju dia pu rasa ke masako, kecuali masak daging baru taro...” (DM, RA, MF, YB, MB)

Mengenai alasan lebih memilih penyedap rasa dibandingkan dengan bahan alami lain sebagian besar informan memilih penyedap rasa buatan (Masako, Royco dan lain-lain), karena mudah diperoleh, lebih praktis dan

murah. Berikut hasil kutipan wawancara dengan informan :

“....lebih gampang, ko tinggal pi beli di kios samping tetangga, Cuma Rp.500...” (MK, HS, DK, EH, AL, MF, MI, YM)  
 “....lebih gampang katong pake, karena sonde cape-cape ulik bumbu..(RA, SD, EM, MB, YB, IT)  
 “....lebih praktis...” (KN, AS, DM, PP, VM)

Adapun sikap informan berkaitan dengan perasaan ibu terhadap penggunaan penyedap rasa (MSG) secara berlebihan, terdapat dua alasan berbeda di antaranya lima informan yang tidak merasa takut akan akibat penggunaan penyedap rasa secara berlebihan karena belum merasakan dampaknya informasi lain merasa takut menggunakan penyedap rasa (MSG) secara berlebihan dikarenakan dapat mengganggu kesehatan. Berikut kutipan wawancara dengan informan :

“....di rumah sonde ada yang yang sakit kalau pake vitsin atau masako, jadi katong masih pake ...” (MK, KN, SD, EH, MI)  
 “....kadang-kadang...” (RA, HS, YM, YB, VM, MF, DK)  
 “....takut ju, kalau pake banyak-banyak...” (AS, AL, PP, IT,)  
 “....pasti rasa takut, karena ada yang alergi dan sakit kepala...” (EM, DM, MB, HB)

Lebih lanjut berkaitan dengan penggunaan penyedap rasa dalam sehari serta alasan informan yang membuat lebih tertarik menggunakan penyedap rasa, ada lima informan yang menggunakan penyedap rasa sebanyak tiga bungkus dalam sehari. Hal tersebut dikarenakan penyedap rasa membuat makanan lebih enak dan gurih. Berikut kutipan wawancara dengan informan

“....biasanya b pake tiga bungkus alam sehari ...” (RA, MK, HS, EM, KN)  
 “....dua setengah bungkus, senang pake masako karena bikin makanan

*lebih enak...”(SD, AS, DM, MB, DK, HB, EH, MI, MF)*

*“...secukupnya, kalau rasa enak na cukup. Tapi paling banyak ju satu bungkus setengah...”(YM, PP, IT, VM, AL, YB)*

Menyangkut mencantumkan efek negatif pada setiap produk kemasan penyedap rasa (MSG) kedelapan informan menunjukkan sikap setuju dengan alasan yang intinya menambah pengetahuan bagi informan, seperti kutipan wawancara berikut :

*“...setuju, supaya katong yang sonde tau ni..jadi lebih tau...”(EM, AL, DK,MI)*

*“...itu lebih baik, supaya katong jangan pake banyak masako...”(HS, VM, YM, HB, YB)*

*“...b sangat setuju, supaya katong lebih tau lai...”(KN, AS, MK, DM, SD)*

*“...Ia, supaya lebih tau lae, dari pada tulis bahasa inggris di itu bungkus (kemasan ) jadi katong sonde tau dia pu arti...”(RA, EH, MB, PP, IT, MF)*

Mengenai tanggapan anggota keluarga menyukai masakan yang ditambahkan dengan penyedap rasa, terdapat dua sikap yang berbeda, dimana ada dua informan yang anggota keluarganya tidak menyukai tapi ada informan yang menunjukkan sikap sebaliknya. Seperti kutipan wawancara berikut :

*“...katong di rumah semua suka, kalau sonde pake ana-ana dong bilang sonde enak...”(RA, DM, PP, IT, VM, DK, MI, MF)*

*“...kalau di sini, bapak sonde suka katong pake masako, jadi katong masak pisah. Separuh pake...”(MK)*

*“...adu..semua di rumah suka pake...”(AS, SD, AL, EH, MB, YM, YB, HB)*

*“...Katong suka pake masako, jadi kalau sonde pake di pu rasa sonde enak...”(HS, KN, EM)*

### **Tentang Iklan Penyedap Rasa**

Suatu iklan dikatakan menarik atau disenangi apabila iklan tersebut mempunyai slogan yang baik, orang yang membawa iklan tersebut (orang-orang idola), musik (lagu) menarik menurut sasaran iklan yang dituju, setelah dicoba kualitas barang atau jasa adalah sesuai dengan dijanjikan iklan tersebut.

Berkaitan dengan hal yang membuat informan tertarik ketika melihat iklan, berbagai pendapat berbeda di berikan oleh informan, seperti kutipan wawancara berikut :

*“...b senang lihat artis Marini Zumarnis (iklan royco), makannya b maw pake penyedap rasa...”(EM, DM, HB)*

*“...b suka pake masako dari dulu, tanpa lihat iklan karena ibu-ibu dipustu yang kasi tau na jadi b ju mau coba...”(HS, MB, AL, MF)*

*“...b tertarik dari makanan, biasa kasi tunjuk di televisi tu?, tambah enak kalau pake masako...”(RA,MI, DK, YB, EH)*

*“...b sonde suka nonton iklan di televisi, karena sonde ada yang menarik....”(SD, KN, VM, IT, YM, PP, RA, AS)*

Menyangkut dengan frekuensi informan dalam menonton iklan penyedap rasa dalam sehari rata-rata 2 kali serta penyedap rasa favorit informan sebagian besar menyukai masako. Berikut hasil kutipan wawancara :

*“...dalam satu hari b jarang nonton iklan telavisi, katong biasa tunggu ko kapan sinetron baru nonton. Jadi paling satu kali sa...”(RA, KN, SD, MK, VM, PP, YB, MF)*

*“...bisa nonton iklan dua kali sa, iklan yang paling b suka tu iklan royco...”(DM, HB, EM)*

*“...paling satu kali dalam satu hari, tapi b suka iklan masako...”(MI, AS, MB,)*

“...*mungkin satu kali sa, semua iklan penyedap rasa sama sa...*(HS, EH, IT, YM, DK, AL)

Lebih lanjut berkaitan dengan informasi yang didapatkan tentang penyedap rasa selain dari televisi, sebagian besar informan mendapatkan informasi dari lingkungan sekitar dan media lainnya. Seperti kutipan wawancara berikut :

”...*dari majalah aura, dan majalah nova karena di rumah suka langganan...*”(DM, MK, EH, MF, IT, YB, PP)

“...*dari bibi di kios samping rumah, tetangga dan b pu anak perempuan di rumah...*”(RA, AS, SD, KN, EM, HS, MB, DK, AL, MI, HB, VM, YM)

Informasi yang informan dapatkan dari menonton iklan tersebut, sebagian besar informan mempunyai alasan yang sama tentang iklan tersebut, berikut kutipan hasil wawancara :

“...*ada, ternyata penyedap rasa dapat buat makanan tambah enak...*”(RA, DM, MK, KN, MI, YB, MF, PP, AL DK, HB)

“...*yang b tau dari iklan, katong pake masako supaya makanan lebih enak karena lebih teras kaldunya...*”(MF, EL, SD, AS, VM, IT)

“...*sonde ada informasi yang b dapat, karna jarang nonton iklan na...*”(EH, EM, MB)

## PEMBAHASAN

### Pengetahuan Ibu Berkaitan Dengan Penyedap Rasa

Penyedap rasa merupakan suatu zat atau komponen yang dapat memberikan rasa dan aroma tertentu pada bahan makanan. Bahan penyedap merupakan gabungan dari semua perasaan yang terdapat dalam mulut, termasuk perasaan *mouth-feel*. Suatu makanan mempunyai rasa asin manis atau pahit dengan aroma yang khas.

Penyedap bukan hanya merupakan zat melainkan suatu komponen yang mempunyai sifat khas. Karena sifat khas tersebut maka komponen penyedap dapat dipindahkan pada bagian lain seperti pada makanan misalnya penyedap rasa yang mengandung senyawa yang disebut MSG. Peranan asam glutamat sangat penting diantaranya untuk merangsang dan menghantar sinyal antara sel otak dan dapat memberikan cita rasa pada makanan.

Dalam hasil wawancara diketahui bahwa sebagian informan mempunyai pemahaman yang sama bahwa penyedap rasa adalah bahan yang dapat memberikan rasa tertentu pada makanan. Hal-hal yang dikemukakan tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Ondo Linduat tahun 2005, dalam penelitiannya tentang hubungan paparan iklan televisi dan perilaku ibu dalam penggunaan penyedap rasa tersebut, terdapat 69,5% responden memiliki pengetahuan baik. Ini menunjukkan bahwa sebagian responden sebelumnya telah mengetahui tentang penyedap rasa, baik melalui media ataupun melalui orang-orang terdekat karena telah lama menggunakan penyedap rasa sebagai bahan penambah makanan.

Meskipun informan dapat mendefinisikan tentang penyedap rasa, namun ternyata sebagian besar informan tersebut tidak begitu memahami istilah MSG yang dimaksudkan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar informan dalam penelitian ini hanya mampu mengetahui istilah MSG sebagai suatu bahan yang ditambahkan ke dalam makanan dan dapat menimbulkan rasa lezat pada masakan. Walaupun ada dua informan yang tidak dapat menjelaskan istilah tersebut dengan baik.

Adapun hal yang menyebabkan kurangnya pengetahuan para informan terhadap istilah MSG ini antara lain

adanya perbedaan sumber informasi mengenai penyedap rasa yang pernah diterima sebelumnya. Sebagian besar informan mengaku bahwa mereka mengetahui istilah tersebut melalui membaca di majalah dan melalui lingkungan sekitar. Walaupun demikian berdasarkan sumber informasi dari pada informan dapat diketahui bahwa pengetahuan seseorang bisa di peroleh dari pemahaman yang berasal dari berbagai macam sumber (Istiarti, 2000). Disamping itu juga dapat terlihat bahwa pengetahuan seseorang bisa diperoleh melalui penginderaan terhadap suatu objek indra rasa dan raba serta sebagian besar melalui mata dan telinga (Notoadmojo, 2003).

Pengetahuan para informan pada penelitian mengenai pengertian MSG sendiri dapat dikategorikan menjadi dua bagian dimana sebagian informan dapat menjelaskan dengan cukup baik mengenai istilah MSG karena pernah mendapatkan informasi melalui media cetak (Majalah) tetapi belum pernah mendengar istilah MSG waktu dibangku sekolah menengah (SMU). Namun sebagian informan tidak dapat menjelaskan dengan tepat hal tersebut, seperti yang terjadi pada lima informan mengaku tidak mengetahui dikarenakan dasar-dasar pendidikan informan tersebut yang hanya sampai tingkat SMP sehingga mempengaruhi kedalaman pemahamannya mengenai pengertian MSG. tingkat pendidikan seseorang mendasari pemahamannya tentang suatu hal yang selanjutnya membentuk pengetahuannya. (Fizben dan Azjen dalam Nda Mha, 2007).

Berkaitan dengan batas aman penggunaan MSG yang digunakan dalam sehari kira-kira 6 gram sehari jika berat badan seseorang 50 kg, rumus ini hanya berlaku pada orang dewasa menurut WHO, kebanyakan informan tidak mengetahui dengan pasti tentang batas aman dalam penggunaan MSG, jadi hanya sebatas sepengetahuan saja

(satu sendok teh) hal tersebut bertentangan dengan standar WHO. Di Indonesia penggunaan MSG tidak secara jelas disebutkan batasan aman pemakaiannya. Dalam Permenkes RI No. 235/Menkes/Per/VI1979 dan Permenkes RI No. 722 Menkes/Per IX/1988 disebutkan MSG sebagai bahan penyedap rasa, aroma dan penguat rasa termasuk bahan tambahan makanan yang boleh digunakan secukupnya (Kepmenkes, 2001).

Meskipun demikian tidak berarti bahwa para informan mempunyai pengetahuan MSG cukup mengenai batasan aman penggunaan MSG. sebagian besar informan dalam penelitian ini hanya menyebutkan bahwa batas aman penggunaan MSG dalam sehari hanya 1 sendok teh.

#### **Sikap Ibu Kerkaitan Dengan Penggunaan Penyedap Rasa**

Sikap adalah perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap pada suatu objek (Purwanto dalam Suradi, 2007). Dalam hal ini objek yang dimaksud adalah sikap informan terhadap penggunaan atau penambahan penyedap rasa pada pada setiap masakan. Berdasarkan hasil penelitian, seluruh informan menunjukkan pendapat, perasaan dan kecenderungan sikap setuju dan tidak setuju mengenai penggunaan atau penambahan penyedap rasa pada setiap masakan mengenai hal tersebut. Alasan yang diberikan adalah jika menambahkan penyedap rasa maka masakan akan terasa lebih enak dan sebaliknya.

Sikap setuju dan tidak setuju serta alasan yang diberikan oleh informan ini berdasarkan kebiasaan yang sudah dilakukan tiap hari. Hal ini dikarenakan penambahan penyedap rasa pada vitsin atau penyedap lain dalam bentuk Kristal putih ini sebenarnya tidak mempunyai rasa tetapi hanya mempunyai fungsi sebagai penegas cita rasa makanan,

terutama pada protein hewani seperti daging dan ikan. (Nining, 2009). Penambahan MSG pada makanan sebenarnya hanya untuk menyenangkan atau memanjakan lidah dan otak dengan kelezatan makanan. Ini merupakan salah satu alasan informan, cenderung beranggapan makanan akan lebih gurih jika ditambahkan penyedap rasa.

Lebih lanjut mengenai penggunaan penyedap rasa dalam sehari, informan tidak membatasi jumlah konsumsi MSG dalam sehari, yang berdasarkan standar WHO kira-kira 6gram sehari. Karena menurut penuturan informan dalam sehari penyedap rasa yang digunakan sebanyak tiga bungkus (lima informan) atau lebih dari 6 gram sehari serta sebagian informan juga menuturkan bahwa penambahan penyedap rasa tergantung saat memasak makanan, jadi menggunakan penyedap rasa secukupnya.

Mereka juga mengatakan bahwa mereka tertarik menggunakan penyedap rasa dikarenakan sering menonton iklan di televisi serta alasan lain informan menggunakan penyedap rasa dikarenakan anggota keluarga juga menyukai setiap masakan yang ditambahkan penyedap rasa. Tetapi ada informan (satu informan) yang sebagian anggota keluarganya tidak menyukai penggunaan penyedap rasa (MSG) pada setiap masakan, dikarenakan ada beberapa anggota keluarga yang alergi dan batuk-batuk (tenggorokan terasa gatal).

Hal tersebut menunjukkan bahwa tindakan yang baik tidak hanya di dasarkan pada pengetahuan yang baik dari si individu saja melainkan juga dapat didukung oleh faktor-faktor pendukung lainnya. Karena terwujudnya sikap menjadi suatu perbuatan nyata diperlukan faktor pendukung atau suatu kondisi yang memungkinkan seperti lingkungan sekitar dan anggota keluarga.

Penggunaan penyedap (MSG) secara berlebihan akan menimbulkan ketergantungan atau keracunan. Bila demikian makanan-makanan yang diberikan MSG dalam jumlah sedikit tidak akan terasa gurihnya. Kebiasaan buruk tersebut berlangsung secara berkepanjangan akan menyebabkan hipertensi akibat keracunan natrium. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh BPOM (Balai Pengawasan Obat dan Makanan) tahun 1998 ditemukan penggunaan penyedap rasa secara berlebihan akan menimbulkan Hipersensitif berupa rasa kaku pada leher, haus, pusing alergi dan gejala lainnya (Susanti, 2000).

Berkaitan dengan mencantumkan efek negative pada setiap kemasan penyedap rasa MSG seluruh informan menyetujui dengan alasan yang pada intinya menambah pengetahuan bagi informan yang tidak mengetahui efeknya jika menggunakan penyedap rasa (MSG) secara berlebihan. Hal tersebut dikarenakan kebanyakan informan tidak teliti membaca label komposisi makanan yang disebabkan penggunaan istilah ilmiah atau istilah asing yang mebingungkan informan. Oleh karena itu pengetahuan sangat berperan penting dalam membentuk suatu perilaku selanjutnya mempengaruhi adanya minat seseorang untuk melakukan tindakan.

### **Paparan Iklan Televisi Terhadap Penggunaan Penyedap Rasa**

Seperti halnya dengan pengetahuan dan sikap informan terhadap penggunaan penyedap rasa (MSG) dalam hidangan sehari-hari keluarga, juga dipengaruhi oleh pesan-pesan yang dibuat oleh si pembuat iklan, yang melibatkan tokoh atau artis terkenal. Tayangan iklan penyedap rasa dapat membuat informan mengambil keputusan untuk menggunakan penyedap rasa (MSG), namun ada juga sebagian responden yang tidak

terpengaruh dengan tayangan iklan televisi.

Hal tersebut juga berkaitan dengan proses persepsi yang dimana proses tersebut berlangsung secara selektif dan sukarela. Seseorang melihat apa yang ingin dia lihat dan dengar apa yang ingin dilihat serta mengabaikan pesan yang lain serta di pengaruhi oleh paradigma psikologis seseorang yang memandang bahwa perilaku seseorang terarah pada suatu objek karena di dorong oleh kondisi psikologisnya. Artinya orang yang mempunyai motivasi akan lebih aktif dalam memproses iklan (Evanita, 2009).

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Linduat, penelitian ini menunjukkan bahwa sebagaimana besar responden (92,7%) menggunakan penyedap rasa hanya karena alasan praktis dan mudah namun tetap mengkonsumsi dalam jumlah yang tidak berlebihan walaupun mengetahui efek negatif yang mungkin ditimbulkan terhadap kesehatan dan hanya (7.3%) yang menggunakan penyedap rasa tidak karena melihat tayangan iklan.

Frekuensi paparan iklan menentukan seberapa jauh pengaruh pesan terhadap konsumen dalam hal mengingat juga seberapa jauh pengaruh kontak psikologis antara komunikator dan komunikan dalam menentukan cepatlambatnya konsumen bertindak.

Berkaitan dengan informan dalam menonton tayangan iklan penyedap rasa dalam sehari memiliki frekuensi kadang-kadang dalam menonton iklan penyedap rasa di televisi atau kurang dari lima kali dalam sehari. Hal ini disebabkan karena informan kurang memperhatikan iklan televisi atau tidak sengaja melihat tayangan iklan ketika suatu program terpotong sesaat oleh iklan.

Iklan menciptakan kebutuhan informasi, sedangkan kebutuhan awal tindakan seseorang membuat keputusan. Untuk sampai kepada individu,

informasi diproses melalui beberapa tahapan, yaitu perhatian, pemahaman, penerimaan dengan waktu yang dibutuhkan berbeda-beda untuk masing-masing individu sehingga pengulangan suatu iklan diperlukan. Menurut Jefkins, tujuan dari suatu iklan bukan sekedar untuk didengar atau dilihat saja, melainkan supaya orang bertindak. Dalam dunia iklan, harapan bahwa iklan akan membentuk sikap bahkan perubahan perilaku pemirsanya merupakan harapan akhir bagi kebanyakan pencinta iklan.

Lebih lanjut berkaitan dengan informasi yang didapatkan oleh informan selain dari televisi, ada enam informan mendapat informasi tentang penyedap rasa dari membaca majalah dan lingkungan sekitar. Sedangkan hanya dua responden yang mendapatkan informasi melalui televisi. Hal ini sesuai dengan pendapat Lawrence Green bahwa faktor yang mempengaruhi atau memperlemah terjadinya perubahan perilaku dipengaruhi oleh berbagai faktor misalnya dukungan anggota keluarga, lingkungan dan media cetak lainnya.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

- a. Pengetahuan para informan berkaitan dengan penyedap rasa (MSG) masih rendah (khususnya mengenai bahaya yang ditimbulkan apabila menggunakan MSG secara berlebihan) dikarenakan terbatasnya sumber dan akses informasi yang diperoleh informan
- b. Adapun sikap informan terhadap penggunaan penyedap rasa (MSG) adalah sebagian informan (14 informan) tidak membatasi jumlah

penggunaan MSG dalam sehari sesuai dengan standar kesehatan.

- c. Frekuensi dan lamanya paparan iklan penyedap rasa terhadap sikap ibu rumah tangga adalah lima kali sehari dan hal ini tidak mempengaruhi ibu rumah tangga dalam menggunakan penyedap rasa

### Saran

- a. Ibu Rumah Tangga  
Menyarankan kepada ibu rumah agar menggunakan penyedap rasa sesuai dengan takaran atau standar kesehatan.
- c. Institusi pendidikan
1. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan paparan iklan dengan perilaku ibu dalam penggunaan penyedap rasa, baik di media televisi maupun media lainnya dengan menggunakan metode penelitian yang lebih baik.
  2. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang spesifik mengenai hal-hal yang berpengaruh terhadap penggunaan MSG pada ibu rumah tangga.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsani. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta : Rineka cipta
- Berg, A Sayogyo. 2000. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, cetakan ke II. Jakarta : Balai Pustaka.
- Brockopp, Dorothy Young, dkk. 2000. *Fundamental of Nussing Research*. Yasmin Asih dan Anile Muryanani (Penterjemah). Jakarta : Buku Kedokteran EGC.
- Burgin, Burhan. 2001. *Imaji Media Massa*, Yogyakarta : Jendela.
- Budiarso, Iwan. *Monosodium Glutamat aman dipakai asal...*, Artikel Sedap-Sekejap. <http://sedapsekejap.com/artikel/2002/edisi/files/fokus.htm> (September 2008).
- Cahyadi, Wisnu. 2006. *Bahan Tambahan Pangan*. Jakarta : Bumi aksara.
- Danim, S. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung : CV. Pustaka Setia
- Depkes RI. 2001. *Keputusan Menteri Kesehatan No. 235/Menkes/1979 tentang BTM*, Jakarta.
- Evanita, Susi. *Pengaruh terpaan iklan televisi terhadap ibu*.<http://aspan-kuteng.blogspot.com.2009/01> [ 29 Mei 2009]
- Efendy, Aspan. *Mengenal-Msg-Vetsin*. (<http://-kuteng.blogspot.com/fokus.htm> [ 29 Juni 2009]
- Foye.O, Wiliam. 1995. *Prinsip-Prinsip Kimia Medicinal*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press
- Indriati, Feby. 1999. *Kenali pemicu alergi*. Surabaya : Dua Selaras.
- Istiarti, Tinuk. 2000. *Kaitan antara kemiskinan dan Kesehatan*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Jefkins, F. 2000. *Periklanan. 2000*. Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama.
- Tim Penyusun, 2009 *Laporan Bulanan (Bulan Maret) Kelurahan Maulafa Kecamatan Maulafa Kota Kupang*. Kupang : Kelurahan Maulafa
- Limeshow, Stanley. 1999. *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Gajah Mada, University Press
- Linduat, Ondo. 2005. *Hubungan antara paparan iklan televisi dan perilaku ibu dalam penggunaan bahan tambahan makanan*. (**Error! Hyperlink reference not valid.**) [ 29 Mei 2009]
- Murti, Bisma. 2006. *Desain dan ukuran sampel untuk penelitian kuantitatif dan kualitatif di bidang kesehatan*. Yogyakarta : Gaja Mada University Press.
- Mukono, H.J. 2005. *Toksikologi Lingkungan*. Surabaya : Airlangga
- Moelong, SL. 2004. *Metode Kualitatif*. Bandung : Remaja Nusdakarya
- Nasution, AZ. 1995. *Konsumen dan Hukum*. Jakarta : Pustaka sinar Harapan.
- Nda Mha, Leonardy Iren. 2007 *Pengetahuan, Sikap dan Persepsi Pekerja Seks Komersial Berkaitan*

- Dengan HIV/AIDS (study di lokalisasi karang dempel, Tenau Kupang 2007)*. Skripsi, Kupang : Universitas Nusa Cendana
- Neong. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Raluh Samsin
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Nurhasana *Waspada Makanan Cepat Saji ber MSG*, ([http://www. Suara – Muhammadiyah.or.id](http://www.Suara-Muhamadiyah.or.id) ) [25 Agustus 2009 ]
- Praktiknya, Ahmad. W. 2001. *Dasar Metodologi Penelitian Kedokteran dan Kesehatan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Purnomo, Indro. 2006 *Memilih jajanan Anak*, (<http://www.pdrepsi.co.id>) [6 agustus 2009]
- Rahmawati. *Kontroversi Monosodium Glutamate (MSG) pada Kesehatan dan Kecerdasan Anak*[press.com/artikel/2008/edisi/files/fokus.htm](http://press.com/artikel/2008/edisi/files/fokus.htm), [6 Maret 2008 ]
- Setiawan, Dikky. *Makanan Dan Minuman Kemasan*. Majalah intisari edisi agustus. <http://www.indomedia.com/intisar/2006/agst/makanan%20.kemasan.htm> [ 30 agustus 2008].
- Sari,Ika. *Mengapa tidak baik mengkonsumsi MSG berlebihan*. ([http://www.chem-is-try.org/?sect/2007/okt/tanyapakar. htm](http://www.chem-is-try.org/?sect/2007/okt/tanyapakar.htm), [2 september 2008]).
- Saparinto, Cahyo. 2006. *Bahan Tambahan Makanan*. Yogyakarta : Kanisius.
- Sartono,Widya. 1999. *Racun dan Keracunan*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sofyat, Riza,. 2006. *Monosodium Glutamat dalam cemilan anak-anak*. Yogyakarta : Gava Media.
- Suradi, Melani Sri Rahayu. 2007. Hubungan antara Pengetahuan, Sikap dan Praktek Bumil Terhadap Imunisasi Tetanus Toxoid(TT) Dengan Cakupan Imunisasi TT di Wilayah Kerja Puskesmas Bakunase Tahun 2006. *Skripsi*. Kupang : Universitas Nusa Cendana
- Susanto, Astrid,. 1998. *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek, jilid III* ; Jakarta : Bina Cipta.
- Tim Penyusun. 2008. *Pedoman Umum Penulisan Skripsi*. Kupang : FKM-Universitas Nusa Cendana.
- Winardi. 1992. *Promosi dan Reklame*. Bandung : PT Mandar Maju.
- Winarno, F.G, Rahayu T.S,. 1994. *Bahan Tambahan untuk Makanan dan Kontaminan*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.