

**PENGEMBANGAN SLOGAN KONSEP 'GIZI SEIMBANG' DAN GAMBARNYA
(DEVELOPMENT OF SLOGAN AND ITS PICTORIAL FOR THE
'BALANCED NUTRITION' CONCEPT)**

Heryudarini Harahap¹, Abas Basuni Jahari², Nurfi Afriansyah², Sri Mulyati², Tjetjep Syarief Hidayat², Salimar¹

ABSTRACT

Since officially released by the Ministry of Health in 1995, the Dietary Guidelines for Indonesians, 'Pedoman Umum Gizi Seimbang' (PUGS) is less successful to popularize the concept of 'balanced nutrition'. In contrast to the concept of 'Four Healthy Five Perfect' (Empat Sehat Lima Sempurna), that was fortuitously at once a slogan. To obtain slogan of 'balanced nutrition' and their images that are easy to understand, attractive and easy to remember. The study was conducted in Cirebon, Karawang and Sukabumi district. It was a cross-sectional design. A total of seven slogan and four pictorial was developed by communication professional and researcher. Data was collected by in-depth interviews and focus group discussions (FGD). As in-depth interview informants were students of the last grade of elementary, middle and high school, adults with education elementary, junior high, high and graduate school. While informants in the FGD were cadres, teachers of elementary, junior high, and high school, as well as nutrition personnels at community health service (TPG) in each selected district. On in-depth interviews, 33 informants chose the slogan of "My Balanced Nutrition, More healthy" and 88 chose the slogan of "Eat Properly - Life Healthy", while out of 15 FGD group, 11 FGD group chose the slogan of "My Balanced Nutrition, More Healthy". The pictorial that selected in the FGDs and in-depth interviews are mostly circle. The slogan of "Balanced Nutrition, Healthy Life" with "circle pictorial" that might selected as one of an 'educational message' alternative for disseminating the concept of balanced nutrition.

Keywords: *Balanced nutrition, slogan, pictorial, education messages*

ABSTRAK

Sejak dikeluarkan secara resmi oleh Departemen Kesehatan tahun 1995, *Dietary Guidelines for Indonesians*, yakni Pedoman Umum Gizi Seimbang (PUGS), hingga kini tergolong 'kurang berhasil' memasyarakatkan konsep 'Gizi Seimbang'. Berbeda dengan konsep 'Empat Sehat Lima Sempurna' yang kebetulan sudah sekaligus merupakan slogan. Memperoleh slogan dan gambar konsep 'gizi seimbang' yang mudah dipahami, mudah diingat dan menarik. Penelitian dengan rancangan potong-lintang ini dilakukan di Kabupaten Cirebon, Karawang dan Sukabumi. Sebanyak tujuh slogan dan empat gambar dikembangkan oleh profesional komunikasi bersama dengan peneliti. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan diskusi kelompok terarah (FGD). Sebagai Informan dalam wawancara mendalam adalah siswa SD, SMP, dan SMA dari kelas terakhir, orang dewasa dengan pendidikan SD, SMP, SMA dan sarjana. Sementara informan dalam FGD diwakili oleh kader posyandu, guru SD, SMP, SMA, dan tenaga pelaksana gizi (TPG) di setiap kabupaten terpilih. Dalam wawancara mendalam, sebanyak 33 informan memilih slogan "Giziku Seimbang – Lebih Sehat" dan 88 memilih "Makan Tepat – Hidup Sehat", sedangkan hasil FGD dari 15 kelompok FGD, 11 kelompok FGD memilih slogan "Giziku Seimbang – Lebih Sehat". Sebagian besar gambar yang dipilih dalam FGD dan wawancara mendalam berbentuk bulat. Slogan "Gizi Seimbang – Hidup Sehat" dengan bentuk gambar bulat dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif alat edukasi terpilih dalam memasyarakatkan konsep 'gizi seimbang'. [**Penel Gizi Makan 2012, 35(2): 110-118**]

Kata kunci: *gizi seimbang, slogan, gambar, alat edukasi*

¹ Pusat Teknologi Terapan Kesehatan dan Epidemiologi Klinik, Badan Litbangkes, Kemenkes R.I. Jl. Dr. Sumeru 63 Bogor

² Pusat Teknologi Intervensi Kesehatan Masyarakat, Badan Litbangkes, Kemenkes R.I. Jl. Percetakan Negara 29 Jakarta
e-mail : yudariniharahap@yahoo.com

PENDAHULUAN

Indonesia menghadapi dua masalah gizi yang besar; di samping kekurangan gizi, kita juga mulai kelebihan gizi. Anak balita, anak sekolah, remaja dan orang dewasa masih banyak yang kurus, yaitu 13,6, 10,9-13,3, dan 14,8 persen, tetapi sekaligus mulai banyak yang gemuk sebesar 12,2, 6,4-9,5, dan 19,1 persen. Selain itu, Indonesia dikenal pula sebagai negara dengan jumlah anak balita pendek (*stunting*) ke-5 di dunia sebesar 36,8 persen.

Beban ganda masalah gizi, kekurangan dan kelebihan gizi pada dasarnya muncul akibat perilaku konsumsi makanan yang bergizi tidak seimbang.² Keduanya disebabkan oleh pola makan yang tidak seimbang; kekurangan gizi akibat makan yang serba kurang, sedangkan kelebihan gizi akibat makan yang serba lebih dari kebutuhan. Gizi seimbang adalah susunan makanan sehari-hari yang mengandung zat-zat gizi dalam jenis dan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan gizi tubuh, yang memperhatikan prinsip keragaman makanan, keamanan makanan, pentingnya pola hidup aktif dan berolahraga dan pentingnya berat badan ideal. Untuk mencegah timbulnya masalah ini, banyak negara di dunia mengeluarkan *food-based dietary guidelines* (FBDG) yang dirancang untuk membantu setiap orang memilih jenis makanan dalam jumlah yang tepat dan sesuai dengan berbagai kebutuhan menurut umur (bayi, anak balita, remaja, dewasa dan usia lanjut) dan jenis kelamin serta keadaan kesehatan (aktivitas fisik, hamil, menyusui dan sakit).

Hal ini berbeda ketika pola makanan diterapkan berdasarkan slogan '4 Sehat 5 Sempurna' (4S 5S) yang berlaku bagi semua orang di atas dua tahun.³ Pada saat slogan '4S 5S' diciptakan tahun 1950-an, diasumsikan bahwa kebiasaan makan masyarakat makin sehat sehingga berbagai masalah karena kekurangan dan kelebihan gizi dapat dicegah dan dikurangi; ternyata asumsi ini tidak terwujud. Oleh karena itu pedoman '4S 5S' sejak tahun 1995 telah mulai dilengkapi dengan pedoman yang lebih rinci, yang disebut Pedoman Umum Gizi Seimbang (PUGS). Seiring dengan dipublikasikannya PUGS pada tahun 1995, maka perlu dicari slogan untuk memasyarakatkan konsep 'gizi seimbang'.

Alasan perubahan pertama, susunan makanan yang terdiri dari 4 kelompok ini belum tentu sehat karena tergantung pada

apakah porsi dan jenis zat gizinya sesuai dengan kebutuhan tubuh. Alasan perubahan kedua, susu bukan makanan sempurna seperti anggapan umum selama ini, dengan anggapan itu banyak orang termasuk kalangan pemerintah menganggap susu merupakan jawaban atas masalah gizi. Sebenarnya susu adalah sumber protein hewani yang juga terdapat pada telur dan daging. Sebagai pedoman makan, keberadaan 'Gizi Seimbang' selalu dibandingkan dengan pedoman makan lain yang sudah lebih populer, yakni 'Empat Sehat Lima Sempurna'. Padahal, secara substansi panduan dan anjuran yang terdapat dalam 'Gizi Seimbang' lebih menjamin untuk mencapai hidup sehat daripada yang terdapat pada 'Empat Sehat Lima Sempurna'. Adapun 'Empat Sehat Lima Sempurna' hanya berisi panduan untuk memilih jenis makanan, yakni makanan pokok, lauk-pauk, sayuran, buah dan susu tanpa memandang umur, jenis kelamin, aktivitas fisik dan kondisi biologis lain.⁴

Namun, sejak dikeluarkan secara resmi oleh Departemen Kesehatan tahun 1995, *Dietary Guidelines for Indonesians*, yakni Pedoman Umum Gizi Seimbang (PUGS), hingga kini tergolong 'kurang berhasil' memasyarakatkan konsep 'Gizi Seimbang'. Berbeda dengan konsep 'Empat Sehat Lima Sempurna' yang kebetulan sudah sekaligus merupakan slogan.

Berdasarkan hal-hal yang sudah dikemukakan di atas perlu dikembangkan suatu slogan tentang konsep 'gizi seimbang' untuk lebih memasyarakatkan PUGS. Dalam penelitian ini dikembangkan beberapa slogan yang terkait dengan konsep 'gizi seimbang'. Pertanyaan penelitiannya adalah slogan manakah yang mudah dipahami, mudah diingat dan menarik. Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan slogan 'Gizi Seimbang' yang mudah dipahami, mudah diingat dan menarik.

METODE

Desain dan Lokasi

Penelitian ini dilaksanakan di Provinsi Jawa Barat, yaitu di Kabupaten Sukabumi, Karawang dan Cirebon, dan merupakan penelitian kualitatif dengan rancangan potong-lintang. Pemilihan kabupaten dilakukan secara purposif berdasarkan banyaknya jumlah anak balita yang mengalami gizi kurang atau lebih dengan asumsi bahwa salah gizi (*malnutrition*) tidak

akan terjadi bila masyarakat telah memahami konsep 'Gizi Seimbang'.

Populasi dan Subjek

Populasi penelitian adalah semua penduduk di provinsi terpilih. Subjek adalah penduduk yang berada di wilayah Kabupaten terpilih. Subjek atau informan dalam *indepth interview* diwakili oleh siswa SD kelas VI, siswa SMP kelas III, siswa SMA kelas III, orang dewasa dengan pendidikan SD, SMP, SMA dan sarjana. Masing-masing informan terdiri dari 10 orang dari setiap kabupaten.

Adapun informan dalam *focus group discussion* (FGD) adalah orang dewasa yang diwakili oleh kader posyandu, guru SD, guru SMP, SMA, dan Tenaga Pelaksana Gizi (TPG) Puskesmas di setiap kabupaten terpilih. FGD dilakukan satu kali pada masing-masing kelompok di setiap kabupaten.

Data yang Dikumpulkan dan Caranya

Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengetahuan tentang PGS, sedangkan variabel bebas adalah pemberian informasi tentang slogan PGS. Slogan PGS yang akan dikembangkan isinya mencakup tentang: (1) Keragaman Konsumsi Makanan, (2) Kecukupan Makanan, (3) Keamanan Makanan, dan (4) Aktivitas Fisik. Pengumpulan data dilakukan dengan cara *in-depth interview* dan FGD.

1. *In-depth interview*

Dalam *indepth interview* informan diminta memberikan pendapat tentang pemahaman dari slogan gizi seimbang yang tertulis di dalam gambar. Kemudian informan diminta memilih slogan dan gambar gizi seimbang yang paling sesuai dan mudah dipahami. Pada *indepth interview* informan tidak dibekali dengan pengetahuan gizi seimbang.

2. FGD

Dalam fokus grup diskusi, informan diminta memilih slogan dan gambar 'gizi seimbang' yang paling sesuai bila dipasangkan antara slogan dengan gambarnya. Sebelum dilakukan FGD, peserta dibekali dengan pengetahuan gizi seimbang. Diskusi antara slogan dan gambar dipisahkan, setelah disepakati slogan yang dipilih kemudian peserta diminta untuk

memilih gambar yang tepat dan slogan yang dipilih.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan fokus grup diskusi maka terpilih sebuah slogan dan sebuah gambar yang sesuai, selanjutnya slogan dan gambar terpilih diperbaiki berdasarkan input dari informan baik warna, bentuk, ataupun kata-kata yang dimuat dalam slogan terpilih. Hasil tersebut diajukan dalam pertemuan pakar sehingga mendapatkan slogan dan gambar yang baik artinya bisa dipahami oleh masyarakat namun tetap mengikuti kaidah kaidah ilmiah.

Bahan dan Cara Kerja

Penelitian ini dilakukan dalam dua tahap, yaitu:

1. Tahap Pengembangan Slogan dan Gambar. Dalam tahap ini dikembangkan slogan dan gambar yang didasarkan studi literatur dan diskusi dengan konsultan komunikasi.
2. Tahap Uji Kelayakan. Dalam tahap ini dilakukan *in-depth interview* dan FGD dengan para responden untuk memperoleh pendapat mereka tentang slogan dan gambar.

Manajemen dan Pengolahan Data

Data yang dikumpulkan diolah secara manual untuk memperoleh deskripsi tentang tanggapan dan masukan dari berbagai respon tentang gambar dan slogan yang diuji kelayakannya.

HASIL

Tahap Pengembangan Gambar dan Slogan

Dalam tahap ini dihasilkan 7 buah slogan dan 4 buah gambar gizi seimbang yang didasarkan pada studi literatur dan diskusi dengan konsultan. Ketujuh slogan tersebut, yakni: (1) Giziku Seimbang Lebih Sempurna, (2) Giziku Seimbang Lebih Sehat, (3) Giziku Seimbang Keluargaku Bahagia, (4) Giziku Seimbang Keluargaku Sejahtera, (5) Makan Tepat Hidup Sehat, (6) Empat Sehat Lima Seimbang, (7) Empat Sehat Lima Cerdas.

Keempat gambar yang dikembangkan dalam tahap awal adalah seperti disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1
Bentuk-bentuk Gambar

Dari 7 slogan dan 4 gambar dikombinasikan menjadi 7 slogan + gambar di mana ada gambar yang sama dengan

slogan yang berbeda, seperti disajikan pada Gambar 2 berikut.





Gambar 2
Bentuk-bentuk Gambar dan Slogan

Tahap Uji Kelayakan

Wawancara dilakukan pada 214 responden. Ditemukan dari slogan yang banyak dipilih adalah “Makan Tepat Hidup Sehat”, slogan ini banyak dipilih karena (1) mudah dimengerti, dan (2) mudah diingat. Sebagian besar responden mengartikan Makan Tepat sebagai *makan tepat pada*

waktunya bukan tepat dalam memilih komposisi makanan, dan tepat dalam jumlah makanan.

Gambar yang banyak dipilih adalah yang berbentuk bulat dengan alasan karena (1) mudah dilihat, (2) mudah dimengerti, dan (3) tidak menggambarkan hirarki makanan.

Tabel 1
Hasil *In-depth Interview* Slogan dan Gambar tentang ‘Empat Sehat Lima Sempurna’ Menurut Pendapat Anak dan Orang Dewasa

SLOGAN/GAMBAR	n	Anak			Dewasa			
		SD	SMP	SMA	SD	SMP	SMA	PT
SLOGAN								
• Giziku Seimbang Lebih Sempurna	12	3	0	5	2	1	0	1
• Giziku Seimbang Lebih Sehat	33	15	6	6	3	1	1	1
• Giziku Seimbang Keluargaku Bahagia	27	4	8	4	3	2	2	4
• Giziku Seimbang Keluargaku Sejahtera	23	7	12	1	1	0	2	0
• Makan Tepat Hidup Sehat	88	8	20	16	6	11	10	17
• Empat Sehat Lima Seimbang	20	3	0	10	5	1	1	0
• Empat Sehat Lima Cerdas	11	5	3	1	1	0	1	0
GAMBAR								
1. Bulat	38	10	13	7	4	6	3	1
2. Bulat dan timbangan	77	17	17	17	4	8	7	7
3. Segitiga dan timbangan di kiri	59	11	12	11	5	7	5	8
4. Segitiga dan timbangan di atas	36	8	8	6	4	3	3	4

Dari 15 FGD 11 di antaranya memilih slogan 'Giziku Seimbang Lebih Sehat' yang dimodifikasi menjadi 'Gizi Seimbang Hidup Sehat' dengan alasan (1) ringkas dan mudah diingat, dan (2) hubungan antara makanan dan kesehatan jelas dan mudah dimengerti. Sementara slogan yang lain tidak memberikan gambaran keterkaitan langsung antara gizi seimbang dengan kebahagiaan, maupun antara gizi seimbang dengan

kesejahteraan, demikian pula gizi seimbang dengan kecerdasan. Masih banyak faktor lain yang berkaitan dengan kebahagiaan, kesejahteraan, dan kecerdasan. Tidak dipilihnya slogan 'Gizi Seimbang Lebih Sempurna' akan mengembalikan ingatan orang tentang slogan 'Empat Sehat Lima Sempurna' dan akan mendorong orang tetap menganggap ada makanan yang sempurna, yaitu susu (Tabel 2).

Tabel 2
Hasil FGD Slogan dan Gambar tentang 'Empat Sehat Lima Sempurna'
Menurut Pendapat Kader, Guru dan TPG

GAMBAR	n	Kader			Guru		TPG
		SD	SMP	SMA			
1. Bulat	2	0	0	1	1	0	
2. Bulat dan timbangan	8	2	1	2	2	1	
3. Segitiga dan timbangan di kiri	4	1	1	0	0	2	
4. Segitiga dan timbangan di atas	1	0	1	0	0	0	

Dari 15 FGD 10 di antaranya mengusulkan gambar yang berbentuk bulat dan isi yang disarankan mencakup makanan yang beragam dan aman, orang yang sedang menimbang berat badan dan orang yang sedang beraktivitas. Ada beberapa alasan memilih gambar bentuk bulat, yakni: (1) Bahwa bulat menunjukkan simbol keseimbangan, (2) Semua aspek mempunyai peran yang sama pentingnya, (3) Bentuk bulat lebih mudah dilihat dan komunikatif.

Di sisi lain bentuk segitiga menggambarkan hirarki peran yang berbeda dari isi pesan, demikian juga ada yang berpendapat bentuk segitiga tidak menggambarkan konsep keseimbangan.

Dari hasil *in-depth interview* dan FGD dikembangkan slogan dan gambar yang disajikan pada Gambar 3. Slogan adalah GIZI SEIMBANG HIDUP SEHAT. Gambar terdiri atas 3 kelompok, yaitu makanan, aktivitas fisik dan pemantauan berat badan.



Gambar 3
Slogan dan Gambar Baru

BAHASAN

Berbagai kajian telah dilakukan tentang PGS. Umumnya kajian yang dilakukan mempelajari tentang isi dari pesan yang meliputi pesan yang sulit dimengerti, ketepatan dan kepraktisan pesan, pesan yang tepat untuk daerah tertentu, atau pemasaran PGS,^{5,6,7,8} namun pengembangan slogan 'Gizi Seimbang' belum pernah dilakukan.

Beban ganda masalah gizi, kekurangan dan kelebihan gizi, pada dasarnya muncul akibat perilaku konsumsi makanan yang bergizi tidak seimbang². Untuk mencegah timbulnya masalah ini, banyak negara di dunia mengeluarkan *food-based dietary guidelines* (FBDG), yang dirancang untuk membantu setiap orang memilih jenis makanan dengan jumlah yang tepat, sesuai dengan berbagai kebutuhan menurut umur (bayi, balita, remaja, dewasa dan usia lanjut) dan jenis kelamin, serta keadaan kesehatan (aktivitas fisik, hamil, menyusui, sakit).

Keberadaan 'Gizi Seimbang' selalu dibandingkan dengan pedoman makan lain yang sudah lebih populer, yakni 'Empat Sehat Lima Sempurna'. Padahal, secara substansi panduan dan anjuran yang terdapat dalam 'Gizi Seimbang' lebih menjamin untuk mencapai hidup sehat daripada yang terdapat pada 'Empat Sehat Lima Sempurna'. 'Gizi Seimbang' berisi panduan untuk memilih jenis makanan (makanan pokok, lauk-pauk, sayuran, buah) berikut jumlah yang tepat untuk kebutuhan berbeda berdasarkan umur, jenis kelamin, aktivitas fisik, dan kondisi biologis seperti hamil, menyusui, sakit. Adapun 'Empat Sehat Lima Sempurna' hanya berisi panduan untuk memilih jenis makanan (makanan pokok, lauk-pauk, sayuran, buah, susu) tanpa memandang umur, jenis kelamin, aktivitas fisik dan kondisi biologis lain³.

Ada beberapa hal yang dianggap kurang tepat pada slogan 'Empat Sehat Lima Sempurna' dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan masalah gizi di Indonesia, antara lain: (1) masyarakat menganggap bahwa bila tidak minum susu maka tidak sehat dan akan kekurangan gizi, padahal harga susu cukup tinggi sehingga tidak semua orang sanggup membeli dan minum susu setiap hari, (2) 'Empat Sehat Lima Sempurna' tidak membedakan komposisi dari masing-masing kelompok makanan, sedangkan komposisi masing-masing zat gizi berbeda untuk kelompok usia, aktivitas dan

penyakit tertentu, (3) tidak mencantumkan penggunaan bahan tambahan makanan seperti gula, garam. Jadi, orang yang mengikuti nasihat makan dalam pedoman 'Empat Sehat Lima Sempurna' belum tentu dapat mencapai hidup sehat.

Di sisi lain kondisi lain kondisi gizi seseorang dipengaruhi tidak hanya oleh faktor makanan tetapi juga dipengaruhi oleh faktor kesehatan dan aktivitas fisik. Kedua faktor ini juga tidak terdapat di dalam slogan 'Empat Sehat Lima Sempurna'. Berdasarkan hal-hal yang sudah dikemukakan di atas perlu dikembangkan suatu slogan tentang 'Gizi Seimbang' sebagai pengganti slogan 'Empat Sehat Lima Sempurna'.

Slogan menurut Foster⁹ haruslah pernyataan tentang suatu produk atau jasa yang diiklankan yang bermanfaat bagi masyarakat dan diungkapkan dalam kata-kata sedemikian rupa, sehingga masyarakat mudah mengingatnya. Slogan harus berisi antara lain: (1) sesuatu hal yang harus diingat, (2) mencakup manfaat kunci, (3) memberikan perasaan positif, (4) mencerminkan kepribadian, (5) strategis, (6) kompetitif, (7) asli, (8) sederhana, (9) rapi, (10) dipercaya, (11) tidak digunakan oleh yang lain, (12) tidak usang, (13) tidak membuat harus menjadi apa, dan (14) mengikuti perkembangan.

Pada penelitian ini dikembangkan tujuh buah slogan, yakni: (1) Giziku Seimbang Lebih Sempurna, (2) Giziku Seimbang Lebih Sehat, (3) Giziku Seimbang Keluargaku Bahagia, (4) Giziku Seimbang Keluargaku Sejahtera, (5) Makan Tepat Hidup Sehat, (6) Empat Sehat Lima Seimbang, (7) Empat Sehat Lima Cerdas.

'Makan Tepat Hidup Sehat'. Menurut responden slogan ini mudah dimengerti dan mudah diingat. Sebagian besar responden mengartikan 'Makan Tepat' sebagai *makan tepat pada waktunya* bukan tepat dalam memilih komposisi makanan, dan tepat dalam jumlah makanan. Sementara dari hasil FGD, slogan yang banyak dipilih adalah 'Giziku Seimbang Lebih Sehat'. Menurut responden slogan ini dipilih karena 1) ringkas dan mudah diingat, dan 2) hubungan antara makanan dan kesehatan jelas dan mudah dimengerti. Adapun slogan yang lain tidak memberikan gambaran keterkaitan langsung antara gizi seimbang dengan kebahagiaan, maupun antara gizi seimbang dengan kesejahteraan, demikian pula gizi seimbang dengan kecerdasan. Masih banyak faktor lain yang berkaitan dengan kebahagiaan, kesejahteraan, dan kecerdasan. Tidak

dipilihnya slogan 'Gizi Seimbang Lebih Sempurna' akan mengembalikan ingatan orang tentang slogan 'Empat Sehat Lima Sempurna' dan akan mendorong orang tetap menganggap ada makanan yang sempurna, yaitu susu.

Terdapat perbedaan antara slogan yang dipilih berdasarkan hasil *indepth interview* dan hasil FGD. Pada *indepth interview*, responden tanpa dibekali dengan pengetahuan tentang gizi seimbang, sehingga tanggapan yang diberikan hanya didasarkan pada slogan dan gambar yang ditunjukkan dengan membandingkannya terhadap slogan 'Empat Sehat Lima Sempurna'. Sementara pada FGD, sebelum pelaksanaan peserta diberi *booklet* tentang 'Gizi Seimbang' untuk dipelajari sehingga pada saat FGD mereka sudah memahami konsep umum 'Gizi Seimbang'. Pemilihan slogan dan gambar pada FGD sudah didasarkan pada pengetahuan tentang gizi seimbang. Hal tersebut menunjukkan bahwa upaya penyuluhan atau edukasi harus mendapat perhatian dalam upaya perbaikan gizi masyarakat.

Gambar yang banyak dipilih baik dari *indepth interview* maupun FGD adalah yang berbentuk bulat. Alasan responden memilih bentuk bulat di antaranya adalah (1) bahwa bulat menunjukkan simbol keseimbangan, (2) Semua aspek mempunyai peran yang sama pentingnya, (3) Bentuk bulat lebih mudah dilihat dan komunikatif. Di sisi lain bentuk segitiga menggambarkan hirarki peran yang berbeda dari isi pesan, demikian juga ada yang berpendapat bentuk segitiga tidak menggambarkan konsep keseimbangan.

Food guide pictorial di Amerika dikaji secara periodik. Sebelum 'MyPlate', bentuk *food guide pictorial* Amerika adalah piramida. Penelitian tentang pengembangan *food guide pictorial* di Amerika, sebelum *food guide pictorial* terbaru keluar, yakni 'MyPlate', meliputi 2 tahap: FGD dan *web-TV test*. FGD untuk mengetahui pendapat tentang desain dan simbol dari *food guide pictorial*. Dari 10 konsep *food guide pictorial* dengan berbagai bentuk (*pyramid, pyramid influenced, dan non-pyramid*), mengerucut menjadi 5 buah *food guide pictorial* berbentuk piramida setelah dilakukan FGD. Tahap selanjutnya dilakukan *web-TV test* yang bertujuan untuk menganalisis reaksi subjek terhadap *food guide pictorial* gizi dan kesehatan yang menghasilkan satu *food guide pictorial*.^{10,11} *Food guide pictorial* terbaru Amerika berbentuk piring (bulat).¹²

Dari hasil *in-depth interview* dan FGD dikembangkan slogan dan gambar yang disajikan pada Gambar 4. Slogan adalah GIZI SEIMBANG HIDUP SEHAT. Kata-kata 'ku' dibuang supaya slogan bersifat lebih universal, dan kata-kata 'lebih' diganti dengan 'hidup' agar memberikan makna yang jelas pada kata-kata sehat. Gambar terdiri atas 3 kelompok, yaitu makanan, aktivitas fisik dan pemantauan berat badan untuk memberikan porsi yang sama pada ketiga peran dari gizi seimbang.

KESIMPULAN

Ditemukan dalam penelitian ini bahwa sebagian besar hasil dari kelompok diskusi (FGD) memilih slogan 'Giziku Seimbang Lebih Sehat' yang dimodifikasi menjadi 'Gizi Seimbang Hidup Sehat' sebagai pengganti slogan 'Empat Sehat Lima Sempurna'.

Sebagian besar hasil dari FGD memilih gambar yang berbentuk bulat dan isi mencakup gambar makanan beranekaragam dan aman, orang yang sedang menimbang berat badan dan orang yang sedang beraktivitas. Slogan dan gambar seperti disajikan pada gambar berikut.



SARAN

Hasil penelitian ini perlu didiskusikan kembali dengan pihak-pihak terkait seperti Persatuan Ahli Gizi Indonesia (Persagi), Direktorat Bina Gizi Kemenkes, Pusat Promosi Kesehatan Kemenkes, dan lain-lain. Selain itu hasil penelitian ini perlu diujicoba secara luas di masyarakat.

Hasil uji coba slogan dan gambar terpilih perlu disosialisasikan, begitu pula buku 'Gizi Seimbang' yang sederhana. Pemberian pemahaman tentang 'Gizi Seimbang' perlu dilakukan secara berkesinambungan kepada berbagai lapisan masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Kepala Badan Litbangkes yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan penelitian dengan judul 'Pengembangan Slogan Pedoman Umum Gizi Seimbang' (PUGS) berdasarkan karakteristik Tingkat Pendidikan dan Usia telah sampai tahap akhir.

Kepada Kepala Dinas Kesehatan Kabupaten Cirebon beserta jajarannya, Kepala Dinas Kabupaten Karawang beserta jajarannya, dan Kepala Dinas Kota Sukabumi beserta jajarannya terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan atas bantuannya dalam pelaksanaan penelitian, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

Kepada seluruh responden yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu yang telah terlibat dalam penelitian ini, kami sampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya.

RUJUKAN

1. Departemen Kesehatan, Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, *Riset Kesehatan Dasar 2007*. Laporan Nasional. Jakarta: Departemen Kesehatan, 2008.
2. Departemen Kesehatan, Direktorat Bina Gizi Masyarakat, Ditjen Pembinaan Kesehatan Masyarakat. *13 Pesan Dasar Gizi Seimbang*. Cetakan III. Jakarta: Departemen Kesehatan, 1996/1997.
3. Soedarmo P, Chatijah S. Empat sehat lima sempurna dalam diversifikasi konsumsi makanan. Dalam: *Simposium Pangan dan Gizi serta Kongres IV Perhimpunan Peminat Pangan dan Gizi Indonesia (Pergizi-Pangan Indonesia)*, Padang 26-28 September 1989.
4. Soekirman. Beda 4 sehat 5 sempurna dengan gizi seimbang. *Kompas*, 20 Januari 2011.
5. Afriansyah N, dkk. Kajian ketepatan dan kepraktisan pesan-pesan dasar gizi seimbang dalam PUGS. *Laporan Penelitian*. Bogor: Puslitbang Gizi dan Makanan, 2001.
6. Irawati A. *Penjabaran Pedoman Umum Gizi Seimbang (PUGS) Pesan Kedua, Pesan Ketiga dan Pesan Keempat*. Bogor: Puslitbang Gizi, 1998.
7. Hidayat TS, Jahari AB. Uji coba pedoman aplikasi perumusan PUGS sesuai kondisi daerah. *Penel Gizi Makan*. 2009; 32(1): 16-21.
8. Ahmad R. *Pemasaran Sosial PUGS dan ACMI*. Dalam: Pra-Widyakarya Nasional Pangan dan Gizi VI. Jakarta: Aneka Press, 1997.
9. Foster, Timothy RV. *The art and science of the advertising slogan*. www.adslogans.co.uk, 2001.
10. Haven J *et al*. Developing the consumer interface for the pyramid food guidance system. *J Nutr Educ Behav*. 2006; 38: 124-35.
11. Patricia B, Haven J, Davis S. Consumer research for development of education messages for the pyramid food guidance system. *J Nutr Educ Behav*. 2006; 38: S108-23.