

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Istilah "*fast food*" mengacu pada makanan yang disiapkan dengan cepat sebagai pengganti praktis untuk makanan rumahan. Namun, secara umum diakui bahwa *fast food* sering kali dicirikan oleh kurangnya nilai gizi (Permatasari et al., 2024; Anggraini et al., 2024). Menurut Aghnia dan Setyaningsih (2023), klasifikasi *fast food* terbagi menjadi dua kategori utama: *western fast food* dan *traditional fast food*. *Western fast food* terkenal dengan harga yang ekonomis dan layanan yang cepat, namun, makanan ini tinggi lemak, gula, dan natrium, dan rendah serat dan vitamin, seperti yang dicontohkan oleh *hamburger* dan *pizza*. Sebaliknya, *traditional fast food* merujuk pada jenis kuliner local yang mencakup hidangan seperti nasi goreng dan bakso, yang sering kali menunjukkan profil gizi yang tidak seimbang walau dengan proses penyajian yang belum tentu cepat.

*Fast food* sebagai jenis makanan yang tinggi akan kalori apabila dikonsumsi dalam jumlah banyak berpotensi meningkatkan berat badan yang beresiko pada penyakit obesitas dan dapat meningkatkan beban jangka panjang pada sistem kesehatan nasional (Isnaniar et al., 2024). Konsumsi *fast food* terbukti menjadi faktor yang berkontribusi terhadap meningkatnya risiko obesitas pada remaja (Rahmalia & Karjoso, 2023). Obesitas adalah suatu kondisi kronis yang disebabkan oleh konsumsi kalori yang berlebihan yang ditandai dengan penumpukan lemak yang sangat tinggi dalam tubuh (Wie & Siddik, 2022). Penyakit obesitas dapat berdampak pada risiko kesehatan lain seperti diabetes tipe 2, penyakit jantung, dan gangguan metabolik lainnya (Cahyorini et al., 2022). Survei Kesehatan Indonesia (SKI) tahun 2023 menunjukkan sebanyak 45,7% remaja berusia 15 tahun ke atas mengalami obesitas di provinsi DKI Jakarta, menjadikannya posisi pertama dengan tingkat obesitas sentral tertinggi untuk kalangan remaja di Indonesia (BKPK Kemenkes, 2023). Penelitian Aminatyas dalam demografi DKI Jakarta menemukan bahwa mayoritas responden yang sering

mengonsumsi *fast food* berada di rentang usia 15–18 tahun (2021). Hal ini menunjukkan bahwa remaja pada fase akhir masa sekolah menengah merupakan kelompok yang paling rentan terhadap pola konsumsi *fast food* yang tinggi.

Perilaku konsumsi *fast food* pada remaja khususnya dalam fase akhir disebabkan oleh proses penyajian yang cepat, mudah didapat, mudah diolah, dan memiliki cita rasa yang lezat (Permatasari et al., 2024). Fenomena ini dapat dikaitkan dengan pengaruh kemajuan teknologi dan pergeseran budaya, yang mengakibatkan perubahan pola makan (Rahmalia & Karjoso, 2023). Tingginya konsumsi *fast food* di kalangan remaja juga diperkuat oleh gaya hidup instan yang mereka jalani seiring dengan tingginya intensitas penggunaan ponsel. Kemajuan teknologi dan pembaruan yang terus menerus pada berbagai *platform* digital juga mendorong kemudahan akses layanan kuliner instan melalui *marketplace* yang menjadikan aplikasi pemesanan makanan sebagai solusi praktis yang banyak digunakan oleh remaja untuk memenuhi kebutuhan konsumsi harian mereka (Deisthera et al., 2025).

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis, sudah ada beberapa media informasi berupa visual dan jurnal yang memuat dampak dari konsumsi *fast food* terhadap kesehatan, namun di tengah banyaknya media tersebut, masih sedikit kampanye yang mempromosikan pengurangan pola makan *fast food* yang berlebih sehingga pola pikir dan perilaku konsumsi *fast food* masih banyak terjadi di masyarakat Indonesia khususnya di kalangan remaja. Oleh karena itu, dibutuhkan media persuasi berupa kampanye interaktif yang dapat mengajak masyarakat khususnya kalangan remaja dalam mengubah pola perilaku konsumsi *fast food* yang berkelanjutan. Menurut Anandati & Sitorus (2024), kampanye dapat digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan dengan memengaruhi orang lain atau mendapatkan dukungan mereka. Pelaksanaan kampanye dengan pendekatan interaktif dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat pesan kampanye (Nurmidin, 2024, h.60).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut;

1. Pola perilaku konsumsi *fast food* yang berlebihan dan rendahnya inisiatif remaja dalam mengurangi konsumsi *fast food*.
2. Tidak ada media persuasi efektif yang mengajak remaja usia 15–18 tahun untuk mengubah pola makan yang tidak sehat dalam upaya mengurangi konsumsi *fast food*.

Merujuk pada rumusan masalah tersebut, maka penulisan mengajukan penelitian desain dengan pertanyaan penelitian:

Bagaimana merancang Kampanye Interaktif mengenai dampak *Fast Food* pada Berat Badan di Kalangan Remaja DKI Jakarta.

## 1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini dibuat untuk remaja berusia 15–18 tahun di DKI Jakarta yang berfokus pada media kampanye Interaktif mengenai dampak *fast food* pada peningkatan berat badan di kalangan remaja. Kelompok usia 15–18 tahun tercatat sebagai rentang usia yang paling sering mengonsumsi *fast food* (Aminatyas et al., 2021). Perancangan media ditargetkan pada kalangan remaja yang berada di SES B-C. Individu dengan SES menengah ke bawah dan tingkat pendidikan terbatas menganggap pemenuhan gizi yang cukup lebih penting daripada nilai gizi makanan, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk lebih sering mengonsumsi makanan rendah gizi tetapi berkalori tinggi. (Anyanwu et al., 2022). Perancangan juga menargetkan psikografis yang konsumtif, serba ingin praktis dan gemar mengonsumsi makanan di luar rumah. Adapun gaya hidup tertentu yang ditujukan pada kalangan tersebut seperti konsumsi media sosial yang tinggi.

## 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan latar belakang yang ada, tujuan dari tugas akhir ini adalah merancang media kampanye interaktif mengenai dampak *fast food* pada peningkatan berat badan di kalangan remaja yang dapat mengedukasi dan mengajak

kalangan remaja dalam mengurangi dampak konsumsi *fast food* sambil menerapkan gaya hidup sehat dalam upaya mencegah peningkatan berat badan.

### 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Dengan adanya perancangan media kampanye interaktif ini, diharapkan dapat memberikan manfaat teoretis dan praktis bagi penulis, peneliti, dan universitas yang meliputi:

#### 1. Manfaat Teoretis:

Manfaat dari perancangan ini adalah sebagai usaha untuk meningkatkan kesadaran remaja akan dampak peningkatan berat badan yang ditimbulkan dari konsumsi *fast food* yang berlebihan. Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lainnya yang akan mengembangkan atau mengambil topik serupa.

#### 2. Manfaat Praktis:

Manfaat praktis dari perancangan ini adalah sebagai pilar persuasi DKV menggunakan media *Website Interaktif* sebagai media utama. Selain itu, perancangan media diharapkan dapat menjadi referensi dan inspirasi bagi mahasiswa ataupun dosen yang tertarik untuk membahas topik mengenai dampak *fast food* terhadap peningkatan berat badan di kalangan remaja.