

DAMPAK PERKEMBANGAN IKLAN MAKANAN RINGAN BAGI ANAK-ANAK

Ana Rosmiati

Jurusan Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni Rupa dan Desain ISI Surakarta

Abstract

Childhood is the most vulnerable time to try something new especially food and drink. Children are easily interested in snacks advertized in television. They do not know how dangerous it is to health if manufacturers do not pay a close attention to the composition of the snack. It is their parents who should monitor the child's behavior in consuming the snack. This paper aims to find out the impact of advertisement on snacks to children's health. The data was collected through literary study such as books, journals and so on. An advertisement is very influential to children's behavior in choosing their snack. Children do not know the danger of consuming the snack. Parents should monitor the snack bought by children.

Key words : children, snack, advertisement, television

Pengantar

Setiap saat masyarakat disuguhi tayangan iklan baik untuk produk rumah tangga, jasa, produk makanan, dan sebagainya. Dengan kondisi seperti itu, masyarakat sudah tidak bingung lagi untuk memilih kebutuhan sehari-hari. Akan tetapi dibalik itu semua, yang paling sulit untuk memfilter iklan yang baik adalah anak-anak. Maraknya iklan di televisi yang menayangkan produk makanan maupun minuman ringan sangat memprihatinkan semua pihak. Iklan makanan ringan dan minuman hampir semua kelihatan menarik dan sehat. Namun, sebagai masyarakat perlu mewaspadaai dan melihat kembali kandungan isi pada setiap kemasan

Paul Copley mengemukakan bahwa iklan adalah "*advertising is by and large seen as an art – the art of persuasion – and can be defined as any paid for communication designed to inform and/ or persuade*" (Dimana iklan adalah sebuah seni dari persuasi dan dapat didefinisikan sebagai desain komunikasi yang dibiayai untuk meninformasikan dan atau membujuk). Iklan dapat digunakan untuk membangun citra jangka panjang untuk suatu produk atau sebagai pemicu penjualan-penjualan cepat. Disadari atau tidak, iklan dapat berpengaruh tetapi juga dapat berlalu begitu cepat. Iklan sangat unik karena iklan dapat mencapai tujuan meskipun disampaikan dengan panjang lebar dan terkadang membingungkan. Karena kita membayar iklan maka kita dapat memilih media yang sesuai untuk pemasangan atau penayangan iklan, sehingga pesan di dalamnya dapat sampai pada kelompok sasaran yang dituju.

Seperti yang diketahui bahwa pada masa anak-anak merupakan masa yang paling rentan untuk menerima sesuatu yang baru. Apalagi dalam memilih jajanan baik makanan maupun minuman. Anak-anak dengan mudah tertarik pada iklan makanan misalnya pada produk permen. Beberapa jenis permen pun bervariasi mulai dari yang berasa manis, asam, pedas. Bahkan rasa permen pun sekarang ini juga diberi suplemen vitamin agar konsumen terutama anak-anak dan orang tua tertarik untuk membeli. Tanpa disadari pula apakah label yang mencantumkan kandungan isinya sudah sesuai dengan komposisi. Pada umumnya

masyarakat tidak pernah untuk mengecek sehat atau tidaknya suatu produk. Baru setelah ada berita biasanya masyarakat baru tahu bahwa produk ini sehat dan halal.

Pengaruh iklan kepada anak-anak memiliki pengaruh yang besar dalam pemasaran makanan ringan dan makanan siap saji. Hal ini merupakan strategi produsen makanan untuk menarik anak-anak-anak untuk membelinya. Anak-anak memiliki memori ingatan yang luar biasa cemerlang. Selesai iklan ditayangkan dengan mudahnya mereka mengingat apa tadi yang dilihat dan didengarkan. Selanjutnya, anak akan merengek pada orang tuanya untuk dibeli. Biasanya anak mudah makan dengan makanan yang diinginkannya. Hampir semua makanan yang menarik bagi anak-anak adalah makanan bergula dan berlemak. Orang tua sering membelikan gula-gula, lolipop, coklat, *ice cream*, *snack* dan minuman bersoda kepada anak-anak sebagai tanda kasih sayang dan hadiah. Makanan ringan (*junk food*) seolah-olah menjadi menu yang wajib untuk dihadirkan pada saat acara-acara anak-anak. Selain mudah untuk mendapatkan dan praktis pula dibawa. Kue-kue tradisional sudah mengeser makanan-makanan *junk food*. Yang lebih memprihatinkan anak-anak sudah tidak mengenal dan juga tidak tertarik untuk sekedar mencicipinya.

Orang tua semestinya memperkenalkan produk-produk olahan pangan ke anak-anak agar mereka kenal dan tertarik untuk menikmatinya. Anak-anak lebih tertarik dengan sajian makanan ringan yang dikemas dengan bentuk yang menarik. Apalagi bila sejak kecil sudah terbiasa diberikan jajanan seperti itu maka lidah akan terbiasa mengonsumsi. Sehingga, ketika dikenalkan makanan ringan dari produk lokal otomatis lidah akan menolaknya.

Pendekatan

Iklan atau bahasa Inggrisnya *advertising* merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan barang atau jasa yang ditawarkan kepada calon pelanggan atau konsumen sekaligus mengajak calon pembeli untuk memiliki barang yang ditawarkan. Tujuan dari iklan adalah : (1) Menciptakan *awareness*, (2) membangun pengetahuan, (3) membangun persepsi, (4) pembelian (*purchase*), dan (5) membangun loyalitas konsumen. Sedangkan manfaat dari iklan adalah : (1) Mengingat konsumen dan prospek konsumen, (2) mengenai manfaat dari produk atau jasa yang ditawarkan, (3) membangun dan mempertahankan identitas perusahaan, (4) meningkatkan reputasi perusahaan, (5) mendorong konsumen untuk membeli lebih banyak, (6) menarik konsumen baru untuk mengganti konsumen yang hilang, (7) membantu meningkatkan penjualan, dan (8) mempromosikan dan memperkenalkan bisnis ke konsumen, investor, dan pihak-pihak lainnya.

Media terhadap anak makin besar, teknologi semakin canggih & intensitasnya semakin tinggi. Padahal orangtua tidak punya waktu yang cukup untuk memerhatikan, mendampingi & mengawasi anak. Anak lebih banyak menghabiskan waktu menonton TV ketimbang melakukan hal lainnya. Dalam seminggu anak menonton TV sekitar 170 jam. Apa yang mereka pelajari selama itu? Mereka akan belajar bahwa kekerasan itu menyelesaikan masalah. Mereka juga belajar untuk duduk di rumah dan menonton, bukannya bermain di luar dan berolahraga. Hal ini menjauhkan mereka dari pelajaran-pelajaran hidup yang penting, seperti bagaimana cara berinteraksi dengan teman sebaya, belajar cara berkompromi dan berbagi di dunia yang penuh dengan orang lain (Syamsu, 2009).

Soerjokanto (2003 :24) mengemukakan bahwa televisi adalah sistem elektronik yang kirim gambar diam dan gambar hidup berbarengan suara lewat kabel atau ruang. Sistem ini memakai peralatan yang mengubah cahaya dan suara ke didalam gelombang elektronik dan mengkonversinya kembali ke didalam cahaya yang bisa dilihat dan suaranya bisa didengar (Sumber: <http://id.shvoong.com/social-sciences/communicationmediastudies/2310044-definisi-televisi/#ixzz2DF6mVBpy>).

Televisi adalah suatu media massa elektronik yang menyuguhkan tampilan melalui bentuk audio visual (suara dan gambar). Televisi merupakan media yang mampu menyebarkan

informasi secara cepat dan memiliki kemampuan mencapai khalayak dalam jumlah tidak terhingga pada waktu bersamaan. Saat ini televisi merupakan sarana yang paling digemari dan dicari orang. Untuk mendapatkan televisi tidak lagi sesulit zaman dulu dimana media elektronik ini adalah barang langka yang hanya dapat dimiliki oleh kalangan tertentu. Kini hampir seluruh keluarga memiliki perangkat komunikasi tersebut. Saat ini televisi telah menjangkau lebih dari 90% penduduk di Negara berkembang. Televisi yang mungkin dulu hanya menjadi konsumsi kalangan dan umur tertentu saat ini bisa dinikmati oleh semua kalangan tanpa batasan usia (Ariesetya, 2004).

Masyarakat dan televisi merupakan satu hal yang seringkali berhubungan. Masyarakat membutuhkan informasi melalui televisi. Begitupula televisi menyampaikan suatu informasi kepada masyarakat. Bahkan televisi menjadi sebuah sumber hiburan bagi masyarakat. Masyarakat banyak menghabiskan waktu luang dengan menonton televisi. Televisi menjadi sumber alternatif yang mudah dan murah untuk mendapatkan hiburan.

Begitupula dengan anak-anak tentunya juga tidak terlepas dari televisi. Banyak orang tua yang menyuruh anaknya menonton televisi untuk mengisi waktu luang, atau saat orang tua sedang sibuk dengan pekerjaan rumah tangga. Padahal cara ini kurang tepat. Anak-anak tidak boleh dibiasakan menonton televisi berlama-lama. Selain dapat mengganggu kesehatan ada juga dampak yang tidak baik. Anak-anak akan meniru dan mencontoh apa yang dia lihat dan dengar. Yang lebih memprihatinkan anak-anak terpengaruh dengan iklan.

Freud (Santrock&Yussen, 1992; Solehuddin, 2000) memandang usia lima tahun pertama pada masa kanak-kanak sebagai masa terbentuknya usia lima tahun pertama pada masa kanak-kanak sebagai masa terbentuknya kepribadian dasar individu. Kepribadian orang dewasa ditentukan oleh cara-cara pemecahan konflik antara sumber-sumber kesenangan awal dengan tuntutan realita pada masa kanak-kanak. Pada masa usia ini penuh dengan kejadian-kejadian yang penting dan unik (*a highly eventfull and unigue period of life*) yang meletakkan dasar bagi kehidupan seseorang di masa dewasa.

Makanan ringan atau kudapan (*Inggris: snack*) adalah istilah bagi makanan yang bukan merupakan menu utama (makan pagi, makan siang atau makan malam). Makanan yang dianggap makanan ringan adalah: sesuatu yang dimaksudkan untuk menghilangkan rasa lapar seseorang sementara waktu, memberi sedikit pasokan tenaga ke tubuh, atau sesuatu yang dimakan untuk dinikmati rasanya. Sebagai misal yang sering dikonsumsi anak-anak adalah, chiki, coklat, pemin, dan sebagainya.

Pengumpulan data dalam makalah ini dilakukan dengan teknik studi pustaka atau *collecting by library*. Data dalam karya tulis ini adalah informasi dari hasil telaah dokumen kepustakaan, seperti buku-buku, jurnal dan sebagainya. Data dalam makalah ini dilakukan dengan penyajian dan analisis data kemudian baru diambil suatu kesimpulan.

Dampak Iklan Makanan Ringan (Snack)

Sebagai orang tua sudah sewajarnya mengarahkan supaya anak tidak terlalu sering menghabiskan waktu dengan menonton televisi di rumah. Ada penelitian yang menyatakan bahwa menonton televisi memiliki dampak yang tidak baik bagi anak-anak. Ada beberapa hal yang sangat merugikan bagi anak-anak yang sudah mulai kecanduan menonton televisi sebagai berikut.

Yang pertama bahwa menonton televisi mempengaruhi perkembangan otak. Pada anak usia 0-3 tahun dapat mempengaruhi kemampuan perkembangan anak dalam berbicara. Anak menjadi anak yang pasif ketika setiap saat hanya menonton televisi sehingga malas untuk berucap karena hanya sekedar mendengarkan atau menonton gambar dari televisi. Sehingga, rangsangan berbicara sangat kurang. Anak menjadi seorang yang pasif untuk berbicara. Berkaitan itu, juga menghambat kemampuan membaca secara verbal. Di televisi, anak-anak biasa disuguhi gambar yang menarik sehingga menghambat pula konsentrasi untuk memahami

makna maupun bunyi yang dihasilkan. Selain itu, anak-anak menjadi kurang kreatif karena terbiasa disugahi hal-hal yang instan. Sehingga anak kurang dapat mengembangkan kreativitasnya padahal usia tersebut merupakan usia keemasan untuk mengembangkan kreativitas. Dan, yang paling membuat orang tua prihatin anak-anak dengan cepat meniru apa yang mereka lihat dan dengar di televisi. Hal ini tentunya menyulitkan orang tua dalam mengawasi perilaku anak-anak. Anak-anak menjadi sulit untuk membedakan mana yang realitas dan mana yang khayalan. Kalau hal ini sudah terjadi sangat ironis sekali kejiwaan sang anak. Hal ini akan sangat mempengaruhi sikap dan perilaku sehari-harinya.

Yang kedua dapat mengurangi semangat belajar. Pada masa anak-anak perlu sekali orang tua membimbing dan mengarahkan kebiasaan untuk belajar pada jam belajar di rumah. Walaupun pada awalnya, kebiasaan ini tidak mudah dilakukan. Anak-anak lebih cenderung bermain maupun mencari hiburan sendiri. Akan tetapi, orang tua memiliki kewajiban untuk tidak bosan-bosan mengajak anak-anak untuk belajar. Sekolah bukanlah segala-galanya tempat untuk belajar dan mendidik perilaku anak-anak kita. Sekolah merupakan sarana pendidikan formal bagi anak-anak. Sebagai orang tua tidak seyogyanya menganggap sekolah sudah cukup untuk menyerahkan pendidikan anak-anak. Tetapi rumah dan orang wajib berperan dalam perkembangan anak-anak. Kebiasaan menonton televisi yang terlalu lama mengakibatkan anak-anak menjadi malas untuk belajar dan tidak memiliki semangat untuk belajar. Hal ini tentu sangat disayangkan oleh kita semua. Pada umur 3-5 tahun merupakan puncak masa keemasan bagi perkembangan anak. Saat inilah merupakan saat yang tepat untuk menanamkan budi pekerti dan pendidikan. Sedari dasar anak harus ditanamkan hal yang kuat agar kelak dewasa nantinya mudah untuk diberikan pengertian.

Yang ketiga dapat mengurangi konsentrasi. Anak-anak memiliki rentang waktu konsentrasi anak hanya sekitar 7 menit, persis seperti acara dari iklan ke iklan. Hal ini dapat membatasi daya konsentrasi anak. Hampir semua saluran televisi menayangkan iklan untuk jeda sesaat pada saat penayangan sebuah acara. Tentunya ini sangat mengganggu konsentrasi anak-anak ketika sedang menikmati hiburan televisi. Pada rentang waktunya hanya 7 menit sehingga mengganggu konsentrasi anak. Kebiasaan akan terulang setiap anak menonton televisi. Dari kebiasaan tersebut akan berdampak sangat luar biasa pada kebiasaan-kebiasaan belajar baik di sekolah maupun di rumah. Sebagai misal ketika anak belajar dikelas untuk satu kali mata pelajaran kurang lebih 2 jam untuk berkonsentrasi. Akan tetapi kemungkinan terbesar anak sudah tidak konsentrasi jika melebihi 7 menit padahal masih dibutuhkan waktu sekitar 120 menit. Bisa dibayangkan bagaimana anak bisa menyerap materi yang diberikan oleh guru.

Yang keempat dapat mengurangi kreativitas. Masa anak merupakan masa-masa yang penuh imajinasi sehingga dapat membangun kreativitas dengan sangat cemerlang. Tetapi hal ini mungkin akan berbalik ketika anak-anak kita terlalu sering menonton televisi. Kreativitas dengan sangat menyedihkan akan hilang karena seringnya menghabiskan waktu di televisi. Di depan televisi anak pun malas untuk beranjak dari tempat duduk hanya untuk sekedar mengganti *channel*. Karena sudah ada alat yaitu *remote control*. Belum lagi pada saat liburan sekolah semestinya kita sebagai orang tua mengajak anak-anak ke tempat atau mencari kegiatan yang dapat mengembangkan kreativitas bukan malah menyuruh mereka untuk menghabiskan waktu libur di depan televisi.

Yang kelima dapat mempengaruhi anak berpikir secara sederhana. Terlalu sering menonton TV dan tidak pernah membaca menyebabkan anak akan memiliki pola pikir sederhana, kurang kritis, linier atau searah dan pada akhirnya akan mempengaruhi imajinasi, intelektualitas, kreativitas dan perkembangan kognitifnya. Hal ini tentunya sangat disayangkan sekali bagi anak-anak yang semestinya secara kondrat lahir dengan pintar menjadi tidak memiliki pola pikir yang brilian. Begitu besar sekali pengaruh televisi bagi anak-anak tetapi upaya yang dilakukan kita lakukan untuk mengurangi anak-anak berlama-lama menonton televisi harus dilakukan dengan sungguh-sungguh. Sehari paling tidak anak-anak hanya boleh menonton televisi selama 2 jam dengan acara yang sesuai dengan umur dan memilih acara

yang mendidik. Selama ini televisi masih kurang mensensor acara-acara yang tidak mendidik hanya untuk meraih rating tertinggi pemirsa. Mestinya setiap acara yang akan tayang melalui sensor yang betul-betul dilakukan. Baik acaranya maupun iklannya.

Yang keenam dapat meningkatkan obesitas. Kebiasaan anak-anak maupun orang dewasa ketika menonton televisi sambil menikmati makanan baik ringan ataupun berat. Hal ini dilakukan selama mungkin kurang lebih beberapa jam di depan televisi. Tentunya dari segi kesehatan tidak baik. Dari satu sisi terjadi peningkatan lemak karena makan sambil duduk dan lama di depan televisi. Tentunya ini membatasi gerak tubuh. Apalagi yang dikonsumsi justru makanan ringan yang tanpa terasa sudah mengonsumsi secara banyak tanpa terasa. Padahal dari makanan ringan ini dapat menyebabkan obesitas pada anak-anak. Kalau sudah terjadi obesitas biasanya anak-anak malas untuk banyak bergerak sehingga kurang sehat. Hal ini akan berbeda pada anak-anak yang suka menghabiskan waktu di luar dengan bermain secara fisik misalnya berlari-lari akan lebih sehat karena banyak melakukan gerakan.

Yang ketujuh dapat merenggangkan hubungan keluarga. Hampir rata-rata setiap rumah memiliki televisi. Bahkan tiap kamar entah kamar orang tua maupun anaknya masing-masing dilengkapi dengan televisi. Hal ini tentunya berpengaruh tidak baik bagi anak-anak karena hubungan dengan orang tua jadi renggang. Anak menghabiskan waktu menonton televisi di kamarnya karena mungkin lebih asyik dan dapat memilih acara yang diinginkan. Begitupula orang tuanya juga menonton televisi di kamar dengan acara kesukaannya. Kalau semua sudah berada di kamar masing-masing tentunya tidak bisa saling berkomunikasi. Maka yang baik, televisi di keluarga hanya satu dan menonton secara bersama. Hal ini akan memudahkan orang tua memantau anak dan menjadikan hubungan keluarga lebih dekat. Anak-anak pun akan dapat menikmati siaran di televisi dengan bimbingan orang tuanya.

Yang kedelapan menyebabkan kematangan seksual secara cepat. Menjamurnya acara-acara televisi yang lolos sensor padahal acaranya tidak cocok untuk anak-anak menjadikan secara biologis matang secara cepat. Banyak sekali sekarang tontonan dengan adegan seksual ditayangkan pada waktu anak menonton TV sehingga anak mau tidak mau menyaksikan hal-hal yang tidak pantas baginya. Begitupula dengan gizi yang bagus dan rangsangan TV yang tidak pantas untuk usia anak, anak menjadi balig atau matang secara seksual lebih cepat dari seharusnya. Anak menjadi ingin tahu yang tinggi. Hal ini membuat perilaku mereka cenderung meniru dan mencoba melakukan apa yang dilihat. Pada akhirnya anak-anak menjadi pelaku maupun korban perilaku-perilaku seksual. Hal ini tentunya sangat menjadi perhatian semua kalangan. Tentunya ini tidak terlepas adanya persaingan bisnis antar media, sehingga sering mengabaikan tanggung jawab sosial, moral, dan etika.

Para produsen makanan ataupun kalangan usaha ketika menjalankan bisnisnya tentunya tidak lepas dari dunia iklan. Iklan merupakan salah satu media untuk memperkenalkan produk dagangannya kepada konsumen. Salah satunya melalui televisi yang paling menarik karena ada suara, gambar, sekaligus model pembawa iklan. Hampir setiap beberapa menit iklan selalu tayang di televisi. Beberapa iklan yang sering tayang adalah iklan makanan, minuman, produk kecantikan, jasa, dan lain-lain. Yang paling diminati anak-anak adalah iklan makanan terutama makanan ringan. Hal ini menjadi referensi anak-anak untuk membeli makanan ringan sesuai dengan yang diiklankan.

Makanan ringan bisa digolongkan sejenis makanan yang kurang berkhasiat yang kurang bermanfaat karena mengandung karbohidrat jenis biasa, lemak tepu dan garam dengan kadar yang tinggi, di samping rendah bahan serat, protein, vitamin dan mineral di dalamnya. Anak-anak dan makanan ringan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan dari kesehariannya. Hampir setiap hari anak-anak mengonsumsi makanan ringan. Makanan ringan memiliki rasa yang enak dan gurih. Selain itu makanan ringan dikemas dalam bentuk yang menarik, sehingga membuat anak-anak tertarik untuk membelinya.

Makanan ringan sendiri terbuat dari tepung beras, tepung kentang, jagung ataupun singkong. Makanan ringan sebenarnya diperlukan hanya untuk mengisi lambung agar tidak

terlalu lama kosong selain sebagai penambah kalori, vitamin dan mineral. Yang membuat makanan ringan menjadi tidak sehat karena pada umumnya ditambahkan bahan-bahan lain misalnya monosodium glutamat (MSG) sebagai penyedap, bahan pengawet, bahan pewarna, bahan pemanis dan juga ditambahkan bahan anti pengempal yang biasanya ditambahkan pada minuman serbuk, dan bumbu snack. Bahan-bahan tersebut bila ditambahkan sesuai takaran yang disarankan tidak menjadi masalah tetapi bila diberikan tidak sesuai aturan, hal tersebut dapat membahayakan kesehatan. Monosodium glutamat (MSG) atau vetsin ditambahkan untuk memberikan cita rasa gurih yang sangat disukai oleh anak-anak. Dalam hal penambahan MSG di dalam makanan ringan harus sesuai aturan. *Public Interest Research and Advocacy Center* (PIRAC) mempersoalkan kandungan MSG pada makanan ringan yang dikonsumsi anak karena banyak makanan ringan yang beredar tidak mencantumkan nilai pemberian MSG dan hal tersebut dapat saja mengancam kesehatan anak.

Tidak hanya MSG yang membahayakan anak-anak mengkonsumsi makanan ringan tetapi pengawet, pemanis, dan pewarna menjadi hal yang sangat mengkhawatirkan. Dalam makanan ringan ditambahkan bahan pengawet. Bahan pengawet ini memiliki tujuan untuk memperpanjang daya simpan. Tidak ketinggalan pula, pemanis sintetis yang sering ada dalam makanan ringan. Pemanis dapat menimbulkan rasa manis dan dapat mempertajam penerimaan indera perasa terhadap rasa manis. Pemanis buatan yang sering dipakai adalah siklamat dan sakarin. Pemberian siklamat atau sakarin yang berlebihan akan menyebabkan radang tenggorokan. Kandungan ini dapat dirasakan dimana semakin tinggi konsentrasi pemanis buatan, maka lidah akan terasa pahit dan getir.

Berbagai macam warna pada makanan ringan sangat mempengaruhi anak-anak untuk membelinya. Hal ini tidak terlepas dari usaha produsen makanan untuk menarik perhatian. Mestinya produsen makanan memilih bahan pewarna yang alami dan sehat. Pada makanan ringan juga ditambahkan zat pewarna agar tampak semakin menarik. Anak-anak akan lebih menyukai makanan ringan yang mempunyai warna yang menarik. Para orang tua sebaiknya waspada terhadap makanan yang berwarna mencolok kemungkinan bisa saja makanan tersebut diberi pewarna tekstil misalnya Rhodamine B untuk memberikan warna merah atau Methanil Yellow untuk memberikan warna kuning. Pemberian warna dengan pewarna tekstil membahayakan tubuh karena mengandung residu logam berat yang dapat mengakibatkan diare, alergi, bahkan kanker sampai rusaknya ginjal. Adanya pewarna tekstil pada makanan dicirikan dengan timbulnya rasa pahit dan bila menempel di tangan hanya dapat hilang bila dicuci dengan sabun.

Langkah yang paling tepat untuk menghindari anak-anak tidak mengkonsumsi makanan ringan yang tidak sehat adalah mengganti dengan makanan lokal yang berbahan aman. Sebagai contoh anak bisa dikenalkan dengan berbagai makanan dari yang sehat, misal tepung, rumput laut, ketela. Bahan-bahan tersebut diolah dengan menarik untuk menggugah selera makan anak-anak. Hal ini tentunya akan bermanfaat bagi kesehatan anak-anak. Berapa banyak anak yang menderita sakit setelah makan yang mengandung terlalu banyak MSG. Apalagi bagi anak-anak yang menderita alergi maupun yang mempunyai penyakit asma. Sebagai orang tua harus selalu waspada memberikan jajan kepada anak-anak.

Selanjutnya ada cara yang lain untuk mengurangi anak-anak tidak mengkonsumsi makanan tersebut dengan tidak membiarkan anak-anak berlama-lama menonton televisi. Cara yang lebih efektif agar anak tidak sering di depan televisi sebagai berikut. Pertama anak bisa dibelikan buku-buku bacaan yang menarik dan sesuai dengan umur. Langkah ini awal yang baik untuk membiasakan anak belajar membaca buku dan menghindari menonton televisi terlalu lama. Dengan membaca, anak-anak terbiasa menjadikan buku sebagai sumber pengetahuan sekaligus hiburan. Anak-anak yang terbiasa membaca buku akan malas menonton tayangan televisi. Kedua anak bisa diajarkan mengenai pekerjaan tangan. Anak-anak biasa diajarkan pekerjaan tangan untuk melatih kreativitas. Dengan kegiatan ini, paling tidak anak-anak dapat mengisi waktu dengan kegiatan yang lebih bermanfaat. Ketiga, anak bisa diajak

berjalan-jalan keluarga sekaligus pengenalan dunia luar yang mungkin lebih menarik daripada dunia televisi. Keempat, anak bisa diarahkan untuk belajar daripada sekedar menonton televisi. Orang tua bisa memandu belajar anak dengan sabar sehingga anak tertarik untuk belajar.

Pengaruh iklan memang luar biasa dampaknya bagi konsumen. Karena, iklan sendiri memiliki tujuan memperkenalkan, mempengaruhi, menyakinkan, dan mengajak konsumen untuk mencoba produk yang ditawarkan. Apalagi jika konsumennya masih anak-anak lebih cepat untuk mempengaruhi dan mencoba produk tersebut. Makanan ringan itulah yang sering diminati anak-anak. Anak-anak yang sudah kecanduan makanan ringan tersebut biasanya kurang nafsu makan. Cenderung untuk *ngemil* (menikmati makanan ringan) dan sulit untuk makan. Semestinya para produsen makanan tetap memperhatikan komposisi takaran yang aman di konsumsi oleh anak-anak. Komposisi takaran yang tidak sesuai sangat berakibat fatal bagi kesehatan anak-anak. Padahal anak-anak merupakan harapan generasi yang akan datang. Sudah selayaknya pihak televisi mensensor iklan yang betul-betul aman untuk anak-anak.

Ada beberapa cara untuk mengatasi supaya anak-anak tidak tertarik dengan iklan makanan yang ditayangkan di televisi. Pertama, orang tua harus memperkenalkan makanan sehat berbahan lokal ketika anak-anak masih sangat kecil. Anak-anak dibiasakan lidahnya dengan makan dari olahan sendiri. Misalnya dari bahan tepung, ketan, beras, jagung, dan sebagainya. Kedua, anak-anak tidak dibiasakan jajan di luar. Orang tua dapat memberikan bekal makanan ketika anak-anak berangkat sekolah ataupun ketika pergi ke luar. Kebiasaan membawa bekal akan mengurangi anak-anak tidak membelikan makanan di luar. Ketiga, orang tua mendampingi anak-anak ketika menonton televisi. Orang tua dapat memberikan pengarahan dan informasi kepada anak-anak saat melihat tayangan berbagai iklan makanan. Keempat, anak-anak diberi motivasi untuk selalu hidup sehat dengan memperhatikan pola makanan sehari-hari. Langkah-langkah ini tentunya juga didukung dengan sikap kita sebagai orang tua untuk konsisten mengajarkan pola hidup sehat kepada anak-anak. Orang tua dapat memberikan contoh yang baik kebiasaan-kebiasaan mengkonsumsi makanan. Orang tua juga bisa memberikan pengetahuan bahaya dari mengkonsumsi makanan ringan yang siap saji. Dengan sikap seperti itu, anak-anak tentunya akan memperhatikan dan akan meniru kebiasaan pola makan orang tua.

Televisi sebagai media informasi tentunya juga harus selektif dalam menayangkan setiap iklan. Apalagi melihat sasaran yang akan di tuju. Terlebih jika sasarannya adalah anak-anak harus selektif mungkin dalam menyaring. Anak-anak merupakan harapan masa depan suatu bangsa. Maka kerjasama yang baik antara televisi dan masyarakat akan sangat membantu sekali untuk mencerdaskan anak-anak.

Kesimpulan

Iklan merupakan suatu hal yang mencoba menarik minat konsumen. Apalagi konsumennya adalah anak-anak. Usia anak merupakan usia yang labil dan rentan menerima sesuatu hal yang baru. Iklan yang biasanya menggiurkan anak-anak adalah iklan makanan ringan seperti chiki, coklat, permen, dan sebagainya. Sekilas makanan ringan tersebut kelihatannya memiliki kandungan gizi dan nutrisi yang baik. Tetapi, jika dicermati secara teliti hampir semua makanan yang berasa gurih menggunakan MSG. Padahal MSG tidak baik bagi kesehatan jika dikonsumsi melebihi ambang batas normal dan tidak sesuai dengan komposisi. Belum lagi ada zat pewarna, pemanis, dan pengawet yang sangat berbahaya pula. Selayaknya sebagai masyarakat harus selektif memilih jajanan bagi anak-anak. Begitupula dengan stasiun televisi seharusnya juga selektif menayangkan setiap iklan. Iklan memiliki dampak yang luar biasa bagi masyarakat penggunaanya

Kepustakaan

Ana Rosmiati. 2011. " Model Penyerapan Bahasa Pada Anak Usia Dini Dalam Usaha Pemberdayaan Kemampuan Verba". Laporan Penelitian: ISI Surakarta.

Ariesetya. 2004. "Pengaruh Iklan Terhadap Anak-Anak". Makalah.

Bearl, Nancy; Miller, Gloria Bley. 2003. *Rahasia Mengajarkan Seni Pada Anak*. Yogyakarta: Pripoebooks.

Syamsu. 2009. "Dampak Iklan Bagi Anak Indonesia". Makalah

Website

<http://id.shvoong.com/social-sciences/communicationmediastudies/2310044-definisi-televisei/#ixzz2DF6mVBpy>.