

Analisis Persepsi Generasi Milenial Terkait *Fast Food* Rendah Kalori

Catherine Gisela¹, Wulan Purnama Sari^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: catherine.915190152@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: wulanp@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 09-12-2022, revisi tanggal: 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal: 05-02-2023

Abstract

The millennial generation tends to consume fast food every day and experiment with new recipes on weekends, this is due to limited time. The high level of fruit and vegetable consumption is a trend change during the millennial generation. Fastfit is a fastfood restaurant that provides low-calorie fast food but can still be enjoyed by all people, one of which is the millennial generation. Perception is an internal process in which a person selects, organizes, and interprets stimuli in his environment and the processes that affect his condition. Quantitative method Researchers can find out how the millennial generation perceives low-calorie fast food by distributing questionnaires. The data analysis technique is quantitative descriptive by distributing it to 100 millennial generation respondents in Jakarta who know Fastfit restaurants. The results of the perception of the millennial generation towards low-calorie fast food, namely knowing the Fast Fit brand as a low-calorie fast food restaurant, and Fast Fit being an option if you want to consume low-calorie food and Fast Fit is a restaurant that is in demand among the millennial generation with distributing questionnaires to the first 30 respondents.

Keywords: low-calorie fast food, millennial generation

Abstrak

Generasi milenial cenderung setiap harinya mengonsumsi makanan siap saji dan berkeksperimen dengan resep baru pada akhir pekan, hal ini dikarenakan waktu yang terbatas. Tingginya tingkat konsumsi buah dan sayur merupakan perubahan tren pada masa generasi milenial Fastfit merupakan restoran cepat saji yang menyediakan *fast food* rendah kalori namun tetap bisa dinikmati disemua kalangan salah satu nya adalah generasi milenial. Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan peneliti yaitu untuk mengetahui persepsi generasi milenial terhadap *Fast Food* rendah kalori. Persepsi merupakan proses internal dimana seseorang memilih, mengatur, dan menafsirkan rangsangan di lingkungannya dan proses yang mempengaruhi kondisinya. Metode kuantitatif peneliti dapat mengetahui bagaimana persepsi generasi milenial terhadap *fast food* rendah kalori dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data yang adalah kuantitatif deskriptif dengan menyebarkan ke 100 responden generasi milenial di Jakarta yang mengetahui restoran *FastFit*. Hasil dari persepsi generasi milenial terhadap *fast food* rendah kalori yaitu mengetahui brand *Fast Fit* sebagai restoran fastfood rendah kalori, dan *Fast Fit* dijadikan pilihan jika ingin mengonsumsi makanan rendah kalori serta *Fast Fit* merupakan restoran yang diminati dikalangan generasi milenial dengan menyebarkan kuesioner ke 30 responden pertama.

Kata Kunci: *fast food* rendah kalori, generasi milenial, persepsi

1. Pendahuluan

Obesitas merupakan salah satu fenomena yang banyak dibicarakan oleh kaum milenial. Obesitas atau yang biasa disebut kegemukan adalah keadaan penumpukan atau akumulasi lemak yang terjadi di jaringan adipose yang dapat mengganggu Makan makanan yang sehat bertujuan agar tubuh merasa lebih banyak energi untuk beraktivitas, karena makanan yang dikonsumsi memiliki nutrisi yang seimbang (Oetoro, 2012). Obesitas merupakan lemak menumpuk yang berlebihan dan dapat mengganggu Kesehatan. Makanan rendah kalori dapat dikonsumsi untuk menyeimbangkan kalori yang masuk dan kalori yang keluar oleh tubuh, makanan yang rendah kalori seperti; telur, ikan, sayur, dan buah-buahan juga tetap bisa memberikan rasa kenyang yang cukup untuk tubuh (Agustine, 2021).

Generasi milenial cenderung setiap hari nya mengkonsumsi makanan siap saji dan berkesperimen dengan resep baru pada akhir pekan, hal ini dikarenakan waktu yang terbatas. Tingginya tingkat konsumsi buah dan sayur merupakan perubahan tren pada masa generasi milenial. Salah satunya dengan mengkonsumsi makanan yang biasa dimakan namun rendah kalori, seperti mengkonsumsi pasta dan burger yang rendah kalori. Berbagai macam makanan yang ada namun rendah kalori generasi milenial dapat mengganti pola hidup mengkonsumsi *FastFood* menjadi *FastFood* yang rendah kalori. Mengkonsumsi *FastFood* yang rendah kalori membuat generasi milenial melakukan penurunan berat badan secara nyaman dan tetap dapat mengkonsumsi makanan yang enak dan tentu saja diimbangi juga dengan berolahraga secara rutin.

Salah satunya ada *FastFit* yang dikelola oleh Motrela Group, mengeluarkan berbagai macam menu yang rendah kalori. *FastFit* menngeluarkan menu *FastFood* yang rendah kalori dengan bertujuan untuk membantu seseorang dalam mengubah pola hidup yang tidak sehat menjadi pola hidup yang sehat dengan mengkonsumsi makanan dengan memperhatikan kalori harian.

Melihat penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan teori dan temuan untuk penelitian selanjutnya yang membahas mengenai konsep atau masalah yang serupa bagi pengembangan ilmu komunikasi dalam bidang konsentrasi *Public Relations*. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi praktisi *Public Relations* dalam mengelola krisis pengetahuan tentang *fast food* rendah kalori.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif dan menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner. (Sugiyono, 2018) Kuesioner merupakan kumpulan pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden (Arikunto, 2010) Menyebarkan kuesioner guna untuk mengetahui hasil yang akan diuji dengan menguji sebanyak 30 responden pertama dari 100 responden yang akan dikumpulkan. Teknik Slovin digunakan untuk menghitung ukuran sampel. Adapun penentuan dari jumlah sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus slovin.

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan dipilih dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10%. Karena dari setiap penelitian tidak mungkin hasilnya sempurna 100%, semakin sedikit ukuran sampel maka

semakin besar tingkat kesalahan. Jumlah populasi yang digunakan adalah 2.8.000.000 jiwa, dengan perhitungan menggunakan excel dan mendapatkan hasil 99,99 responden. Maka dibulatkan menjadi 100, jadi sampel yang digunakan untuk kuesioner sebanyak 100 responden sebagai sampel yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi yang dimaksud. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah generasi milenial di Jakarta sejumlah 2,82 juta jiwa yang mengetahui *Fast Fit* yang berada pada usia 21- 40 tahun. (Dinas ppap, prov DKI Jakarta). Terdapat satu variabel yang terdapat dalam penelitian ini yaitu persepsi. Variabel persepsi ini memiliki tiga dimensi yaitu dimensi kognisi, dimensi afeksi, dan dimensi konasi. Teknik pengolahan data menggunakan skala likert dan Microsoft Excel. Dalam penelitian menggunakan skala likert yang disesuaikan dengan empat pilihan alternatif jawaban (Achmad & E. Kuncoro dan Riduwan, 2016) Statistik deskriptif merupakan Teknik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul, tanpa membuat kesimpulan umum atau generalisasi (Sugiyono, 2011).

Teknik Keabsahan data yang digunakan ada dua yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Validitas adalah bagaimana pertanyaan yang ditanyakan dapat terjawab sesuai dengan yang diinginkan. Pertanyaan yang dapat mewakili semua aspek dari konsep yang digunakan merupakan pertanyaan yang valid (Creswell et al., 2018). Sebelum menyebarkan kuesioner, dilakukan *pre-test* untuk mengukur validitas pernyataan. *Pre-test* tersebut dilakukan sesuai dengan kriteria sampel yang sudah ditentukan sebanyak 100 responden. Uji reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas ini dilakukan sebanyak 100 responden generasi milenial di Jakarta dengan menggunakan pernyataan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas dan akan ditentukan reliabilitasnya.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Penelitian ini digunakan untuk menjawab pertanyaan yang ingin peneliti ketahui yaitu bagaimana persepsi generasi milenial terhadap *fast food* rendah kalori. Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan hasil dari menyebarkan kuesioner oleh 100 responden dengan menggunakan kuesioner. Sebelum melakukan penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden, peneliti melakukan uji validitas dan uji reliabilitas sebanyak 30 responden. Guna mendapatkan uji validitas dan uji reliabilitas dalam penelitian ini peneliti mengambil 30 responden pertama untuk diuji validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yang akan peneliti lakukan agar mendapatkan hasil yang valid dan reliable. Berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas dari *pre-test*. Berikut merupakan hasil uji validitas penelitian ini,

Berdasarkan jenis kelamin dibagi menjadi dua kategori yaitu laki-laki dan perempuan. Berdasarkan data (table 4.7), dapat diketahui bahwa dari 100 responden terdapat sebanyak 45 responden (45%) laki-laki dan sebanyak 55 responden (55%) perempuan generasi milenial di Jakarta yang mengetahui restoran Fastfit sebagai restoran yang menyediakan *fast food* rendah kalori. Berdasarkan usia dibagi menjadi dua kategori yaitu usia 21-30 tahun dan usia 31-40 tahun, dapat diketahui bahwa dari 100 responden terdapat sebanyak 95 responden (95%) yang berusia 21-30 tahun dan 5

responden (5%) yang berusia 31-40 tahun mengetahui restoran Fastfit sebagai restoran yang menyediakan.

Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap 30 responden sebanyak 7 pernyataan dan diperoleh hasil yang valid, maka selanjutnya peneliti melakukan pengujian terhadap 100 responden dengan menggunakan 7 pernyataan yang sama untuk mengetahui uji validitas dan uji reliabilitas pada 100 responden generasi milenial di Jakarta yang mengetahui restoran Fastfit sebagai restoran yang menyediakan *fast food* rendah kalori di Jakarta.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi

No Dimensi	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1. Kognisi	<i>Fast Fit</i> merupakan restoran yang menyajikan <i>fast food</i> rendah kalori.	2 (2%)	3 (3%)	20 (20%)	35 (35%)	40 (40%)
2.	<i>Fast Fit</i> merupakan pelopor restoran <i>fast food</i> rendah kalori di Jakarta	2 (2%)	8 (8%)	31 (31%)	32 (32%)	27 (27%)
3.	Generasi milenial mengetahui <i>Fast Fit</i> dari media sosial.	3 (3%)	5 (5%)	18 (18%)	29 (29%)	45 (45%)
4. Afeksi	<i>Fast Fit</i> merupakan pilihan generasi milenial jika ingin mengkonsumsi <i>fast food</i> rendah kalori	4 (4%)	7 (7%)	19 (19%)	39 (39%)	31 (31%)
5	<i>Fast food</i> rendah kalori yang diminati generasi milenial adalah <i>Fast Fit</i>	5 (5%)	6 (6%)	31 (31%)	30 (30%)	28 (28%)
6. Konasi	Fastfit merupakan restoran yang dipilih jika anda diet namun tetap ingin menikmati makanan yang enak	5 (5%)	5 (5%)	14 (14%)	40 (40%)	36 (36%)
	Keinginan membeli produk Fastfit jika ingin mengkonsumsi <i>fast food</i> rendah kalori	3 (3%)	6 (6%)	21 (21%)	34 (34%)	36 (36%)

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2022)

Pada dimensi kognisi dalam variabel persepsi hanya terdapat tiga pernyataan yaitu pertama *Fast Fit* merupakan restoran yang menyajikan *fast food* rendah kalori dengan presentase mayoritas jawaban terdapat 40 responden (40%) sangat setuju. Pernyataan kedua, FastFit merupakan pelopor restoran *fast food* rendah kalori di Jakarta dengan presentase mayoritas jawaban terdapat 31 responden (31%) netral. Ketiga, Generasi milenial mengetahui Fastfit dari media sosial dengan presentase mayoritas jawaban terdapat 45 responden (45%) sangat setuju.

Pada dimensi afeksi dalam variabel persepsi hanya terdapat dua pernyataan yaitu pertama, *Fast Fit* merupakan pilihan generasi milenial jika ingin mengkonsumsi *fast food* rendah kalori dengan presentase mayoritas jawaban terdapat 39 responden

(39%) setuju. Kedua, *Fast food* rendah kalori yang diminati generasi milenial adalah *Fast Fit* dengan presentase mayoritas jawaban terdapat 31 responden (31%) netral.

Pada dimensi konasi dalam variabel persepsi hanya terdapat 2 pernyataan yaitu pertama, Fastfit merupakan restoran yang dipilih jika anda diet namun tetap ingin menikmati makanan yang enak dengan presentase mayoritas jawaban terdapat 40 responden (40%) setuju. Kedua, keinginan membeli produk Fastfit jika ingin mengonsumsi *fast food* rendah kalori dengan presentase mayoritas jawaban terdapat 36 responden (36%) sangat setuju.

Peneliti menggunakan Google Form sebagai media untuk penyebaran kuesioner yang ingin diteliti. Google form merupakan *software* yang berfungsi sebagai alat untuk mengakumulasi informasi para pengguna dengan kuesioner yang *real time* (Detikedu, 2022). Peneliti mengumpulkan kuesioner dalam waktu 3 hari, mulai dari tanggal 30 November 2022 sampai 2 Desember 2022. Peneliti menyebarkan kuesioner dengan bantuan media sosial yaitu Instagram story dengan kualifikasi generasi milenial di Jakarta yang berumur 21-40 tahun dan mengetahui tentang restoran *Fast Fit*.

4. Simpulan

Terdapat persepsi generasi milenial terhadap *fast food* rendah kalori yang valid dan reliabel sesuai dengan nilai acuan Cronbach's Alpha yaitu $> 0,70$ dan peneliti mendapatkan hasil 0,90 maka hasilnya RELIABLE dan Validitas R hitung $> R$ tabel yaitu 0,361 dan hasil yang peneliti dapat yaitu $> 0,361$ maka hasilnya VALID.

Hasil dari persepsi generasi milenial terhadap *fast food* rendah kalori yaitu mengetahui brand *Fast Fit* sebagai restoran *fast food* rendah kalori, dan *Fast Fit* dijadikan pilihan jika ingin mengonsumsi makanan rendah kalori serta *Fast Fit* merupakan restoran yang diminati kalangan generasi milenial.

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat dikembangkan oleh peneliti lainnya mengenai teori yang berkaitan dengan penelitian ini, karena penelitian ini dikhususkan kepada penikmat *fast food* rendah kalori generasi milenial yang ada di Jakarta.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Achmad, & E. Kuncoro dan Riduwan. (2016). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)* (Cetakan ke-6). Alfabeta.
- Agustine, S. (2021). <https://www.alodokter.com/menjaga-berat-badan-ideal-dengan-makanan-rendah-kalori>. Alodokter.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Br Sembiring, & Anastasia. (2020). *Persepsi Siswa SMA Selama Pembelajaran Daring Saat Pandemi Covid-19. Persepsi Siswa SMA Selama Pembelajaran Daring Saat Pandemi Covid-19*. Universitas Tarumanagara.

- Creswell, John W dan Creswell, & J. David. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative and Mix Methode Aproaches*. *SAGE Publications*.
- Ghozali, & Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. UNDIP.
- Oetoro, S., P. E., P. J. (2012). *Smart Eating*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.