

Efektivitas Leaflet Healthy Halal Food Pada Tingkat Konsumsi Makanan Sehat Pada Remaja Di Kalimantan Timur

Fikri Anward Yurinaldi^{1*}, Nida Amalia²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Samarinda, Indonesia.

*Kontak Email: anwardyurinaldi@gmail.com

Diterima: 28/08/20

Revisi: 30/09/20

Diterbitkan: 28/04/21

Abstrak

Tujuan studi: Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Media Leaflet Terhadap Tingkat Konsumsi Makanan Sehat dan Halal pada Siswa Siswi SMK Farmasi Tenggarong.

Metodologi: Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian eksperimen semu (*quasi eksperimen*) dengan rancangan *pre-test* dan *post-test*. Sampel penelitian adalah anggota OSIS SMK Farmasi Tenggarong sebanyak 30 responden yang dipilih menggunakan *Total Sampling*.

Hasil: Pengaruh pemberian leaflet, dapat dilihat dari data berikut: Data terdistribusi secara normal karena Sig. *pre-test* dan *post-test* lebih dari 0,05, ada peningkatan pengetahuan setelah dan sebelum pemberian media leaflet karena ada peningkatan nilai rata-rata *pre-test* dan *post-test*, ada hubungan antara *pre-test* dan *post-test* karena Sig. kurang dari 0,05 dan nilai Sig (2-tailed) = 0,000 < ½ α (0,05) maka Ho ditolak. Jadi, ada perbedaan rata-rata tingkat konsumsi *Healthy Halal Food* pada responden yang diberi *Leaflet Healthy Halal Food* dengan responden yang tidak diberi *Leaflet Healthy Halal Food*.

Manfaat: Menjadikan penelitian ini sebagai penambah wawasan baik itu bagi penulis, responden, maupun produsen makanan. Serta menjadikan bahan renungan bahaya mengkonsumsi makanan yang tidak sehat dan diragukan kehalalannya.

Abstract

Purpose of study: Purpose of this study is to know the Effect of Leaflet on Consumption Rates of Healthy and Halal Foods in SMK Farmasi Tenggarong.

Methodology: This research is a quantitative study, using quasi-experimental research methods with *pre-test* and *post-test*. The sample of the study was 30 members of student council of SMK Farmasi Tenggarong that were selected using *Total Sampling*.

Results: The influence of giving leaflets, can be seen from the following data: Data is normally distributed due to the Sig. *pre-test* and *post-test* more than 0.05, there is an increase in knowledge after and before the provision of media leaflets because there is an increase in the average value of *pre-test* and *post-test*, there is a relationship between *pre-test* and *post-test* due to the Sig. less than 0.05 and Sig (2-tailed) = 0,000 < ½ α (0.05) then Ho is rejected. So, there is a difference in the average level of consumption of *Healthy Halal Food* among respondents who are given a *Healthy Halal Food Leaflet* with respondents who are not given a *Healthy Halal Food Leaflet*.

Applications: Making this research a useful insight for writers, respondents, and food producers. As well as contemplating the dangers of consuming unhealthy and halal foods that are doubtful.

Kata kunci: *Health, Halal guaranteed, Laflet, Experimental.*

1. PENDAHULUAN

Pada era perdagangan bebas dan globalisasi dengan di dukung oleh informasi, ilmu pengetahuan, dan teknologi, maka semakin luas alur ekspor dan impor barang dan jasa melintasi batasan negara. Hal ini mempermudah memenuhi kebutuhan produk barang dan jasa masyarakat. Kebutuhan merupakan keadaan perasaan kekurangannya kepuasan atas dasar tertentu. Manusia memiliki banyak kebutuhan. Kebutuhan tersebut seperti pangan, sandang, rumah, rasa aman, rasa memiliki, dan harga diri (Kotler & Keller, 2009). Muslim merupakan umat terbesar di dunia dengan perkiraan berjumlah sebesar 2.049 Milyar jiwa pada tahun 2020, dengan wilayah Afrika sebagai Benua dengan jumlah muslim terbanyak sebanyak 41,46%, diikuti oleh Asia sebesar 30,68%, Eropa 5,77%, Australia 1,29%, dan Amerika 0,94% (Setyaningsih & Marwansyah, 2019). Indonesia memiliki jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia dengan total umat muslim sebesar 207 Juta jiwa atau kurang lebih sama dengan 87,18% dari total masyarakat Indonesia. Kalimantan Timur diperkirakan memiliki sekitar 3 Juta umat muslim (BPS, 2010), maka persoalan yang dihadapi oleh masyarakat Indonesia, yaitu membanjirnya produk obat-obatan, makanan dan minuman olahan, serta kosmetik yang belum terjamin kehalalannya. Sesuai ajaran Islam, umat Islam mengharapkan agar barang yang mereka konsumsi tersebut dijamin kehalalan dan kesuciannya. Sebesar 237,6 juta atau berkisar 30% dari populasi di Indonesia adalah ABG yang berusia kurang dari 18 tahun. ABG atau remaja merupakan salah satu aset negara yang harus mendapatkan hak untuk kehidupan yang layak, pendidikan dan kesehatan. Secara umum, kesejahteraan ABG atau remaja kian meningkat dan indeks pembangunan manusia juga kian meningkat sekitar 49%. Walaupun terdapat pencapaian dan peningkatan yang lumayan baik, tetapi masih banyak ABG atau remaja yang berada dalam situasi genting. Penyebab yang paling umum adalah kemiskinan, dimana kemiskinan akan menghalangi

terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan primer seperti pendidikan, nutrisi, dan akses kesehatan (Niken, Lia & Nida 2020). Kebanyakan pendidikan Sekolah Menengah Atas atau masa remaja dimana seperti yang kita tahu, masa remaja adalah masa yang memiliki rasa penasaran tinggi dan gampang terpengaruh yang membuat remaja ingin mencoba apa yang tidak diketahuinya. Faktor itu telah terdapat dalam diri tiap remaja sehingga apapun perilakunya adalah keputusan dirinya sendiri (Hery & Kresna 2019).

Kesadaran penduduk Indonesia tentang produk halal muncul setelah adanya pemberitaan tentang yang terjadi pada tahun 1988, yaitu kasus tentang terdapatnya lemak babi pada banyak barang pangan, kemudian pada tahun 2000 diberitakan haramnya penyedap rasa yang telah dinyatakan halal. Lalu kejadian pada tahun 2013 tentang status halal restoran terkenal yang ternyata tidak memiliki sertifikat halal MUI (Qomariah, 2012). Selain kehalalannya, kandungan gizi dalam makanan juga penting untuk di perhatikan, karena kesehatan adalah hal yang paling berharga di kehidupan, seluruh aktivitas hanya dapat dilakukan saat kondisi sedang sehat. Menjalani pola makan sehat adalah salah satu cara termudah untuk menjaga kebugaran badan dan mencegah tubuh terserang dari penyakit. Menjaga asupan makanan dan melakukan aktivitas fisik merupakan pondasi untuk memiliki tubuh yang sehat. Kurangnya media pembelajaran tentang makanan halal dan sehat menjadi penyebab kurangnya kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi makanan halal dan sehat. Peningkatan pengetahuan akan lebih baik jika menggunakan metode pendidikan serta media pendukung. Sebelumnya peneliti ingin mencoba melakukan peningkatan pengetahuan menggunakan metode pendidikan berupa penyuluhan dilengkapi pemberian media *leaflet*, namun dalam penelitian memiliki banyak hambatan dan kendala seperti tidak tersedianya tempat dan terjadinya *pandemic COVID 19* sehingga peneliti hanya dapat melakukan penelitian menggunakan media *leaflet* saja. *Leaflet* merupakan KIE atau alat yang digunakan oleh petugas kesehatan dalam menyampaikan pendidikan/pengajaran yang berupa media yang di cetak (Notoatmojo, 2007). Dalam Promkes, penduduk sebagai kostumer juga dapat dilibatkan dalam pembuatan alat peraga. Peran petugas kesehatan bukan hanya membina dan membimbing dalam kesehatan, tetapi juga memotivasi sehingga mereka meneruskan kepada penduduk lainnya (Notoatmojo, 2007). *Leaflet* mengutamakan pesan secara visual, yang pada umumnya terdiri dari foto, kata, atau gambar dalam tata warna. Berdasarkan uraian tersebut diatas maka penelitian dilakukan untuk mengetahui “Efektivitas media *leaflet* pada tingkat konsumsi *healthy* halal *food* pada remaja di Kalimantan Timur”. Melalui penelitian yang dilakukan di Binjai pada tahun 2017 menunjukkan ada pengaruh niat beli dengan tingkat kesadaran label halal, harga produk dan nama pada merek produk kosmetik (Aspan, dkk. 2017).

Penelitian yang dilakukan pada tahun 2018 menunjukkan bahwa konsumen dari produk yang menggunakan brand Islam adalah pengguna lama atau *loyal costumer* (Rahman, dkk. 2018). Penelitian di India pada tahun 2019 menunjukkan bahwa minimnya pengetahuan masyarakat membuat timbulnya penghalang yang membuat masyarakat enggan mengkonsumsi makanan yang memiliki label halal (Dilmi, 2019). Penelitian pada tahun 2012 menunjukkan bahwa label halal, kesadaran halal dan kandungan dalam produk kopi instan berpengaruh pada minat beli konsumen (Khomariyah & Nurul, 2012).

Kurangnya media pembelajaran tentang makanan halal dan sehat menjadi penyebab kurangnya kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi makanan halal dan sehat. Peningkatan pengetahuan akan lebih baik jika menggunakan metode pendidikan serta media pendukung. Sebelumnya peneliti ingin mencoba melakukan peningkatan pengetahuan menggunakan metode pendidikan berupa penyuluhan dilengkapi pemberian media *leaflet*, namun dalam penelitian memiliki banyak hambatan dan kendala seperti tidak tersedianya tempat dan terjadinya *Pandemic COVID 19* sehingga peneliti hanya dapat melakukan penelitian menggunakan media *leaflet* saja. Kebiasaan hidup instan sering dilakukan oleh setiap individu khususnya Remaja. Itu dikarenakan Remaja dalam masa peralihan antara anak – anak ke Dewasa. Sejalan dengan kemajuan zaman, makanan instan dan cepat saji menjadi pilihan remaja dalam hal makanan. Diketahui bahwa usia konsumen makanan instan dan cepat saji, tingkat konsumsi makanan instan terbanyak adalah kalangan Remaja berusia 15-24 tahun, yaitu 95,6%. Pada rentang usia 25-34 tahun 93,9% dan pada rentang usia 35-55 tahun 90,5% (Cornelia et al., 2013)

UMKT adaah salah satu Universitas terkemuka di Indonesia yang menjunjung tinggi ajaran Islam, sehingga sebagai Mahasiswa UMKT perlu menaati ajaran Islam serta memperhatikan segala sesuatu yang di konsumsi dan sebagai calon tenaga Kesehatan Masyarakat maka Kesehatan Masyarakat harus diperhatikan. Terlebih lagi saat ini di Tenggarong terdapat banyak toko-toko yang menjual makanan maupun *snack* yang berasal dari luar negeri yang belum terjamin kehalalannya dan kandungan gizinya. Dari data yang telah dirinci diatas, perlu adanya penelitian terhadap Remaja mengenai konsumsi makanan Halal dan Sehat di Tenggarong. Makanan Halal berarti diperbolehkan oleh agama. Halal secara bahasa berasal dari bahasa Arab yaitu *halla*, *yahillu*, *hillan*, yang berarti membebaskan, melepaskan, memecahkan, membubarkan dan membolehkan. Dan secara etimologi halal berarti hal yang boleh dan bisa dilakukan dikarenakan tidak terikat dengan ketentuan ketentuan yang dilarang (Maulana, 2008).

Sertifikat Halal merupakan fatwa dalam bentuk tertulis dari MUI yang menyatakan halal atau haram suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat Halal merupakan syarat agar mendapatkan ijin Label Halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah. Setiap usaha dan perusahaan yang bergerak dibidang kosmetik, minuman, makanan dan bahan makanan wajib memiliki sertifikat halal yang bertujuan untuk dapat memberikan kepastian halal atau haram suatu

produk. demi kenyamanan batin konsumen yang menikmatinya, maka dari itu sertifikat halal sangatlah berpengaruh pada konsumen produk makanan dan minuman diperusahaan tersebut, bagaimana cara pihak manajemen membuat agar usaha yang didirikan memiliki persyaratan menurut peraturan yang dibuat oleh pemerintah (LPPOM, 2018)

2. METODOLOGI

Penelitian yang akan digunakan dalam penelitian berikut adalah penelitian berjenis penelitian kuantitatif yang menggunakan metode penelitian eksperimen semu (*quasi experiment*) (Notoatmodjo, 2012). Rancangan penelitian menggunakan eksperimen semu dengan rancangan satu grup pretest-posttest, perlakuan berupa pemberian *leaflet healthy halal food*. Pengumpulan data menggunakan angket yang diisi secara online oleh para responden sebelum dan sesudah diberikan perlakuan. Pengolahan data dilakukan menggunakan *software* pengolahan data dan analisis data secara deskriptif dengan menyajikan data hasil olahan kebentuk tabel agar mudah dibaca, serta uji yang digunakan uji normalitas *Shapiro-Wilk* yang kemudian digunakan uji *Independent Samples T Test*.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh OSIS SMK Muhammadiyah Tenggarong. Sampel yang digunakan penelitian ini dengan menggunakan teknik *total sampling* sebanyak 30 responden yang akan dibagi menjadi 18 kelas Eksperimen dan 12 kelas Kontrol. Uji validitas dilakukan oleh Dosen S1 Kesehatan Masyarakat Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

Penelitian ini menggunakan total sampling, sehingga sampel adalah seluruh siswa-siswi anggota OSIS SMK Farmasi Tenggarong di yang berjumlah 30 Orang. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli 2020 di Tenggarong. Definisi operasional variabel merupakan pengertian dari variabel tersebut, secara nyata, secara praktik, secara operasional dalam lingkup objek penelitian atau objek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel terikat dan variabel bebas.

Independent Variable (Variabel Bebas) Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah locus of control dan kepribadian. Variabel bebas sendiri merupakan variabel yang mempengaruhi, yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Dependent Variable (Variabel Terikat) Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja. Variabel terikat sendiri merupakan variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Definisi operasional variable penelitian adalah penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator pembentuknya.

3. HASIL PENELITIAN

Berikut akan dipaparkan hasil penelitian terkait Efektivitas Leaflet Healthy Halal Food pada tingkat konsumsi makanan Halal dan Sehat pada Remaja Kalimantan Timur adalah sebagai berikut:

3.1 Karakteristik Responden

a. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang menunjukkan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin dibedakan menjadi perempuan dan laki-laki. Dari 30 responden maka diketahui pada kategori jenis kelamin didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 25 atau 83,3% dari total responden, sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 5 atau 16,7%.

b. Distribusi responden berdasarkan umur.

Diketahui berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa responden berdasarkan jenis usia dibagi menjadi 15, 16, 17 dan 18. Dari 30 responden yang berumur 15 sebanyak 1 atau 3,3%, responden yang berumur 16 sebanyak 12 atau 40%, responden yang berumur 17 sebanyak 13 atau 43,3%, sedangkan responden yang berumur 18 sebanyak 4 atau 13,3%. Pada kategori usia didominasi oleh responden yang berusia 17 tahun.

c. Distribusi responden berdasarkan kelas.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa responden berdasarkan kelas dibagi menjadi 10, 11 dan 12. Dari 30 responden yang berasal dari kelas 10 sebanyak 8 atau 26,7%, responden yang berasal dari kelas 11 sebanyak 10 atau 33,3%, sedangkan responden yang berasal dari kelas 12 sebanyak 12 atau 40%. Pada kategori kelas di dominasi oleh responden yang berasal dari kelas 12.

3.2 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam residual, variabel pengganggu, atau model regresi berdistribusi normal. Dengan melihat hasil Sig. pada hasil uji dengan menggunakan uji normalitas *Shapiro-wilk* dapat ditentukan apakah distribusi normal atau tidak. Data bisa dikatakan terdistribusi normal jika hasil Sig. lebih besar dari 0.05. dibawah ini adalah hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1: Tabel Shapiro-Wilk

	Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.
Pre Eksperimen	0.906	18	0.0728
Pre Kontrol	0.965	12	0.853
Post Eksperimen	0.897	18	0.052
Post Kontrol	0.953	12	0.687

Berdasarkan Tabel 1, berdasarkan nilai Sig. karena nilai lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan data nilai Pre Test dan Post Test berdistribusi normal. Dengan demikian maka persyaratan penggunaan uji independent t test sudah terpenuhi.

a. Hasil Kuesioner

Tabel 2 Pre-Test

	Golongan				Total	Frekuensi (%)
	Eksperimen	Frekuensi (%)	Kontrol	Frekuensi (%)		
46.15	0	0	1	8.33%	1	3.33%
53.85	0	0	2	16.67%	2	6.67%
61.54	1	5.56%	1	8.33%	2	6.67%
69.23	2	11.11%	4	33.33%	6	20%
76.92	2	11.11%	2	16.68%	4	13,33%
84.62	5	27.78%	1	8.33%	6	20%
92.31	3	16.66%	1	8.33%	4	13.33%
100.00	5	27.78%	0	0	5	26.67%
Total	18	100%	12	100%	30	100%

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat nilai pada kelas Eksperimen nilai yang paling rendah adalah 61.54 dan nilai yang tertinggi adalah 100 dan nilai yang terdapat pada kelas Kontrol yang paling rendah adalah 46.15 dan yang tertinggi adalah 92.31.

Tabel 3: Pre-Post

	Golongan				Total	Frekuensi (%)
	Eksperimen	Frekuensi (%)	Kontrol	Frekuensi (%)		
53.85	0	0	2	16.67%	2	6.67%
61.54	0	0	2	16.67%	2	6.67%
69.23	2	11.11%	3	25%	5	16,67%
76.92	3	16.67%	3	25%	6	20%
84.62	5	27.78%	1	8.33%	6	20%
92.31	3	16.66%	1	8.33%	4	13.33%
100.00	5	27.78%	0	0	5	16.67%
Total	18	100%	12	100%	30	100%

Dapat dilihat dari Tabel 3 nilai pada kelas Eksperimen nilai yang paling rendah adalah 69.23 dan nilai yang tertinggi adalah 100 dan nilai yang terdapat pada kelas Kontrol nilai yang paling rendah adalah 53.85 dan yang tertinggi adalah 92.31.

b. Uji Independent T Test

Data uji Independent T Test adalah sebagai berikut:

Tabel 4: Group Statistic

	N	Rata-rata
Post Test Eksperimen	18	87.179
Post Test Kontrol	12	70.152

Dapat dilihat dari Tabel 4 nilai rata-rata yang terdapat pada Post Test kelompok Eksperimen adalah sebesar 87.179, sedangkan untuk kelompok Kontrol adalah sebesar 70.152. Secara deskriptif statistic, dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan rerata hasil Post Test diantara kelompok Kontrol dan kelompok Eksperimen.

Tabel 5: Independent Test

Sig.	0.874
Sig. (2-tailed)	0,000
A	0.05

Dapat dilihat dari [Tabel 5](#) dapat diketahui jika nilai Sig. sebesar 0.874 yang berarti lebih besar dari α 0.05, maka dapat diartikan jika data antar kelompok Kontrol dengan kelompok Eksperimen adalah bersifat Homogen ([Sujarweni, 2014](#)). Berdasarkan tabel independent Test diketahui nilai Sig (2-tailed) = 0,000 < $\frac{1}{2} \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak. Jadi, ada perbedaan rata-rata tingkat konsumsi *Healthy Halal Food* pada responden yang diberi *Leaflet Healthy Halal Food* dengan responden yang tidak diberi *Leaflet Healthy Halal Food*.

3. HASIL DAN DISKUSI

Setelah dilakukan penelitian eksperimen mengenai konsumsi makanan halal dan sehat pada siswa SMK dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan rerata hasil Post Test diantara kelompok Kontrol dengan kelompok Eksperimen seperti penelitian yang dilakukan di Kabupaten Malang ([Putri & Rimadiaz, 2019](#)), dan penelitian di SD Negeri Babakan Bandung ([Lathifuddin, et al 2018](#)). Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan di atas terbukti bahwa adanya hubungan antara variabel Pre dan Post Test dikarenakan nilai Sig. $0.00 < 0.05$. Peningkatan nilai rerata pada siswa setelah pemberian media leaflet dapat dilihat dari nilai rata-rata hasil belajar pada Pre Test 79.23 < Post Test 80.51, tetapi perbedaan nilai antara sesudah dan sebelum pemberian media leaflet tidak signifikan dapat diketahui dari nilai Sig. (2-tailed) adalah 0.096 > 0.05. Berdasarkan tabel *Independent Test* diketahui nilai Sig. adalah sebesar lebih besar dari α , maka dapat diartikan bahwa data antara kelompok Eksperimen dengan kelompok Kontrol adalah bersifat Sama ([Sujarweni, 2014](#)). Berdasarkan tabel independent Test diketahui nilai Sig (2-tailed) kurang dari α , maka H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan dengan kesimpulan bahwa Ada perbedaan rerata tingkat konsumsi *Healthy Halal Food* pada responden yang diberi *Leaflet Healthy Halal*.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, mengenai efektivitas *healty halal food* pada tingkat konsumsi makanan halal pada remaja di Tenggarong, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut. Berdasarkan tabel Group Statistic, diketahui bahwa jumlah kelompok Eksperimen adalah 18 siswa, sedangkan kelompok Kontrol adalah sebanyak 12 siswa. Nilai rata-rata Post Test kelompok Eksperimen adalah sebesar 87.179, sedangkan untuk kelompok Kontrol adalah sebesar 70.152. Secara deskriptif statistic, dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan rerata hasil Post Test antara kelompok Kontrol dengan kelompok Eksperimen. Berdasarkan tabel Independent Test di atas diketahui nilai Sig. adalah sebesar 0.874 yang berarti lebih besar dari α 0.05, maka dapat diartikan bahwa data antara kelompok Kontrol dengan kelompok Eksperimen adalah bersifat Homogen, Berdasarkan tabel independent Test diketahui nilai Sig (2-tailed) = 0,000 < $\frac{1}{2} \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan dengan kesimpulan bahwa, ada perbedaan rerata tingkat konsumsi *Healthy Halal Food* pada responden yang diberi *Leaflet Healthy Halal Food* dengan responden yang tidak diberi *Leaflet Healthy Halal Food*.

SARAN

Bagi tempat penelitian.

Pihak sekolah SMK Farmasi Tenggarong lebih baik melakukan pembinaan dan penyuluhan mengenai kriteria jenis jajanan yang sehat kepada para pedagang makanan di sekitar lingkungan sekolah yang bekerjasama dengan pihak puskesmas yang bertujuan untuk mengubah perilaku pedagang makanan dari yang tidak tahu tentang keamanan makanan jajanan, khususnya dalam penggunaan bahan tambahan yang berbahaya menjadi tahu dan peduli akan mutu dan keamanan makanan jajanan yang dijual oleh mereka di lingkungan sekolah sehingga tidak membahayakan kesehatan para siswa. Bagi para siswa sebaiknya lebih berhati-hati dalam mengkonsumsi makanan, terlebih lagi makanan yang tidak memiliki label halal dan satus gizi. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengambil judul yang sama, dianjurkan menggunakan media dan variabel yang berbeda untuk memperkaya pengetahuan serta menambah wawasan tentang *healthy halal food*, serta menambah jumlah responden yang diteliti dan melakukan penelitian diberbagai tempat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada KDM (kerjasama dosen dan mahasiswa), Universitas Muhammadiyah Kalimantan timur (UMKT), yang memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi mahasiswa dan penerbitan

Terima kasih kepada Bapak Prof. Dr. H. Bambang setiaji, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Terima kasih kepada Bapak Ghozali MH, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Kesehatan dan Farmasi Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Terima kasih kepada Ibunda Sri Sunarti, S.KM., M.PH., selaku Ketua Program Studi S1 Kesehatan Masyarakat.

Terimakasih kepada Ibu Nida Amalia, S.KM., M.PH, selaku Koordinator Mata Ajar Skripsi dan selaku Pembimbing yang telah meluangkan pikiran dan waktunya, dalam memberikan bimbingan kepada penulis khususnya dalam Naskah Publikasi ini.

Terima kasih kepada seluruh Dosen pengajar serta Staff Program Studi Kesehatan Masyarakat yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih banyak atas segala ilmu dan pengarahan yang telah diberikan kepada penulis selama menuntut ilmu di Terimakasih kepada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Terima kasih kepada papa dan mama tercinta yang senantiasa memberikan do'a kepada penulis.

Terima kasih kepada teman-temanku satu bimbingan Angga Fachrianur Ichsan, Fariz Risqi Utomo, Rahmad Nur Kholis, dan Rizaldi yang telah berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan proposal penelitian ini.

Terima kasih kepada teman satu angkatan 2016, terima kasih atas segala kebaikan, kebersamaan, dan doa serta dukungan moril yang diberikan selama kuliah dan penyelesaian proposal ini.

Terima kasih kepada teman-teman kumpulan saya yang selalu memberi support saat masa kuliah agar mencapai tujuan bersama. Terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung proposal penelitian ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu (Rohmah, 2019).

REFERENSI

Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke 13 Jakarta Erlangga.

Azadirachta, F. L., & Sumarmi, S. (2018). Pendidikan Gizi Menggunakan Media Buku Saku Meningkatkan Pengetahuan Dan Praktik Konsumsi Sayur Dan Buah Pada Siswa Sekolah Dasar. *Media Gizi Indonesia*, 12(2), 107. <https://doi.org/10.20473/mgi.v12i2.107-115>

Setyaningsih dan Marwansyah, (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products

BPS (2010), Data Penduduk Muslim.

Lathifuddin, et al. (2018). Pengetahuan “Buah Dan Sayur” Sebagai Hasil Penyuluhan Gizi Pada Siswa Sd Yang Mengalami Obesitas Di Kota Bandung. *Media Pendidikan, Gizi, Dan Kuliner*, 7(1), 45–54.

Putri, M. J., & Rimadias, S. (2019). Analisis aspek penentu niat konsumen dalam membeli produk halal di indonesia (telaah pada mie ramen jepang halal). *Prosiding Seminar Akuntansi Nasional, Vol 2, No(No.1)*, 1–12.

Tianingrum, N. A., Kurniasari L., & Amalia N. (2020) Pengaruh Capacity Building Games Terhadap Pengetahuan dan Sikap Anak Panti Asuhan Tentang Kesehatan Reproduksi. *Jurnal Kesehatan Masyarakat (Vol. 19, Issue 1)*.

Agustyan H., &Febriyanto, K. (2019) Hubungan Paparan Media (Visual, Audio Visual) dengan Perilaku Seksual Berisiko pada LSL (Lelaki Seks Lelaki) di Wilayah Kerja Puskesmas Temindung. *Borneos Student Research (BSR)*.

Qomariah, N. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Inst. In *Jurnal Aplikasi Manajemen (Vol. 10, Issue 1, pp. 177–187)*.

Notoatmojo, S., (2007). Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku. Jakarta : Rineka Cipta 20

Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2017). The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City). *International Journal of Global Sustainability*, 1(1), 55. <https://doi.org/10.5296/ijgs.v1i1.12017>

Rahman, M. L., Polas, M. R. H., & Jahanshahi, A. A. (2018). *Islamic Branding as a Tool for Customer Retention: Antecedents and Consequences of Islamic brand loyalty. International Journal of Islamic Marketing and Branding*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.1504/ijimb.2018.10012708>

Dilmi, F. (2019). *Brand Islamization as a strategic entry point for Halal food market : McDonald ' s brand as a model* / – *GZm . 2018(July)*.

Khomariyah, Nurul. (2012). *The Effect of Halal Awareness, Islamic Branding and Produc ingredients Interest in Decisions on Buying luwak white koffie product in Desa Putatsewu, Jatitengah, Sukodono, Sragen.*

Notoatmodjo, (2012). Promosi kesehatan dan ilmu perilaku Jakarta : Rineka Cipta 20

LPPOM, M. (2018). Prosedur Sertifikasi Halal MUI.

Rohmah, A. N. (2019). Pengaruh Halal Awareness Dan Halal Certification Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal. *Pengaruh Halal Awareness Dan Halal Certification Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal*, 1–89.

Cornelia, Sumedi, E., Anwar, I., Ramayulis, R., Iwaningsih, S., Kresnawan, T., & Nurlita, H. (2013). *Konseling Gizi : Proses Komunikasi, Tata Laksana, serta Aplikasi Konseling Gizi pada Berbagai Diet*. Jakarta: Penebar Plus (Penebar Swadaya Grup).

Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Syi'ar Iqtishadi : Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.35448/jiec.v3i1.5515>

- Maulana, Achmad. (2008). *Kamus Ilmiah Populer: Lengkap dengan EYD dan Pembentukan Istilah serta Akronim Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Absolut.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.