



Pola konsumsi makanan keluarga miskin perkotaan dalam pusaran kapitalisme nutrisi

Food consumption patterns of poor urban families in the maelstrom of nutritional capitalism

Andi Alim^{1*}, Arlin Adam², Ashriady³

¹ Fakultas Kesehatan Masyarakat,
Universitas Pejuang Republik
Indonesia, Makassar, Sulawesi Selatan,
Indonesia.
E-mail: andi_alimbagu@yahoo.co.id

² Fakultas Kesehatan Masyarakat,
Universitas Pejuang Republik
Indonesia, Makassar, Sulawesi Selatan,
Indonesia.
E-mail: arlin_adam@yahoo.com

³ Program Doktor Kesehatan Masyarakat,
Universitas Airlangga, Surabaya, Jawa
Timur, Indonesia.
E-mail: ashriady-2022@fkm.unair.ac.id

*Correspondence Author:

Fakultas Kesehatan Masyarakat,
Universitas Pejuang Republik Indonesia.
Jl. Gunung Bawakaraeng No. 72,
Kelurahan Lariang Bangi, Kecamatan
Makassar, Kota Makassar, Sulawesi
Selatan 90151, Indonesia.
E-mail: andi_alimbagu@yahoo.co.id

Article History:

Received: February 02, 2022; Revised:
August 26 through September 20, 2022;
Accepted: September 25, 2022; Published:
March 24, 2023.

Publisher:



Politeknik Kesehatan Aceh
Kementerian Kesehatan RI

© The Author(s). 2023 Open Access

This article has been distributed under the
terms of the *License Internasional Creative
Commons Attribution 4.0*



Abstract

Low-income families' understanding of nutrition is still irrational because they still use myths about consumption that cause malnutrition in their children. It is exacerbated by the influence of advertising so that the behavior of family consumption patterns is systematically constructed. The research explores the transformation of consumer behavior that causes malnutrition and the role of nutrition capitalism in meeting nutritional needs. A qualitative study design using a critical paradigm was conducted in Makassar City in 2021. Research informants are urban low-income families. Data were collected using interviews and Focus Group Discussions and analyzed qualitatively. The result is that malnutrition in low-income families is caused by people's knowledge and tastes constructed by industrial power and leads people to consume industrial food. The transformation of consumption behavior of low-income families is caused by the operation of nutritional capitalism, which is present in various forms such as industrial processed food advertisements and franchise outlets. In conclusion, the consumption behavior of the poor is constructed by food and beverage capitalism. In addition, the advertising factor has an impact on nutritional capitalism.

Keywords: Capitalism, consumption, malnutrition, transformation

Abstrak

Pemahaman masyarakat dikeluarga miskin tentang gizi masih bersifat irasional, karena masih menggunakan mitos tentang konsumsi sehingga menyebabkan malnutrisi pada anaknya. Hal tersebut diperburuk oleh pengaruh iklan, sehingga perilaku pola konsumsi keluarga terkonstruksi secara sistematis. Penelitian bertujuan untuk mengeksplorasi transformasi perilaku konsumsi yang menyebabkan terjadinya malnutrisi, serta mengetahui peranan kapitalisme nutrisi dalam pemenuhan kebutuhan gizi. Desain studi kualitatif yang menggunakan paradigma kritis, telah dilaksanakan di Kota Makassar tahun 2021. Informan penelitian yaitu keluarga miskin diperkotaan. Data diambil dengan menggunakan cara wawancara dan *Focus Group Discussion* dan dianalisis secara kualitatif. Hasil, malnutrisi pada keluarga miskin disebabkan pengetahuan dan selera masyarakat yang dikonstruksi oleh kekuasaan industrial dan menggiring masyarakat untuk mengonsumsi makanan industri. Transformasi perilaku konsumsi keluarga miskin disebabkan oleh operasi kerja kapitalisme nutrisi yang hadir dalam berbagai wujud seperti iklan makanan olahan industri, kehadiran gerai *franchise*. Kesimpulan, perilaku konsumsi masyarakat miskin di konstruksi oleh kapitalisme makanan dan minuman. Selain itu faktor iklan berdampak terhadap kapitalisme nutrisi.

Kata Kunci: Kapitalisme, konsumtif, malnutrisi, transformasi

Pendahuluan

Fenomena malnutrisi dan kemiskinan saling terkait, dengan masing-masing memicu faktor yang lainnya, sehingga menjadi sangat penting untuk mengatasi kedua masalah secara bersamaan daripada secara paralel. Keterkaitannya bersifat resiprokal satu sama lain bisa berperan sebagai penyebab dan akibat (Siddiqui et al., 2020).

Barclay & Haschke (2015) menyimpulkan industri makanan memiliki tanggung jawab untuk membantu konsumen membuat pilihan yang terinformasi dan lebih sehat. Banyak perusahaan makanan telah memperkenalkan informasi produk melalui iklan kepada konsumen. seperti iklan susu formula yang hampir setiap hari ditayangkan di berbagai media baik di televisi, radio, dan media cetak lainnya. Subardjo et al. (2013) menemukan adanya perbedaan asupan energi anak dengan status gizi normal dari makanan yang diiklankan di televisi (TV) pada kelompok terpapar lebih besar daripada kelompok yang tidak terpapar dengan iklan.

Secara nasional, prevalensi status gizi yang didasarkan pada berat badan menurut umur (BB/U) pada tahun 2018 adalah 17,7%, terdiri dari 13,8% gizi kurang dan 3,9% gizi buruk. Jika dibandingkan dengan angka prevalensi nasional pada tahun 2010 (17,6%) mengalami peningkatan sedangkan pada tahun 2013 (19,6%) mengalami penurunan. Perubahan ini terjadi pada prevalensi kejadian gizi buruk dari 4,9% di tahun 2010, 5,7% di tahun 2013, dan 3,9% di tahun 2018. Sedangkan prevalensi kejadian gizi kurang, turun sebesar 0,1% dari tahun 2013 ke 2018 (Balitbangkes RI, 2018). Agar tercapai sasaran Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2024 sebesar 14% maka prevalensi gizi buruk-kurang secara nasional harus diturunkan sebesar 3,7% pada periode 2020 sampai 2024 (Bappenas RI, 2020).

Statistik di atas lebih banyak dialami oleh populasi miskin karena mereka pada umumnya tidak memiliki kemampuan beli dalam mengakses produk yang bernilai gizi, sementara pada satu sisi, mereka sudah memiliki selera masyarakat berkelas. Fenomena tersebut mirip analisis *Foucault* dalam memandang mekanisme kuasa melalui

pengetahuan dan wacana (Syafiuddin, 2018; Apriliyadi & Hendrix, 2021). Masyarakat miskin seakan tidak memiliki kuasa menentukan keputusan dalam membeli produk makanan oleh karena pengetahuan dan wacana telah diproduksi dan digiring oleh para kapitalis seolah-olah memaksa masyarakat untuk menurutinya (Alim et al., 2021).

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang diungkapkan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana terjadi transformasi perilaku dengan kejadian malnutrisi keluarga miskin di Kota Makassar? Tujuan penelitian adalah untuk mengungkap secara kritis konstruksi kapitalisme makanan dalam mengubah pola makan masyarakat miskin sehingga diharapkan keluarga miskin mengalami proses kesadaran untuk memanfaatkan bahan makanan lokal sebagai makanan sehari-hari.

Metode

Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan desain teknik *grounded research* yang berupaya menggali dan mengeksplorasi secara mendalam fenomena malnutrisi bagi keluarga miskin melalui komunikasi dialogis antara peneliti dan keluarga miskin. Penelitian dilakukan di Kota Makassar dengan alasan memiliki prevalensi malnutrisi terbesar di Provinsi Sulawesi Selatan dengan angka di atas rata-rata nasional yang dilaksanakan pada bulan Juni-November 2021.

Pengumpulan data primer diperoleh dari keluarga miskin yang terpilih sebagai informan. Data primer diperoleh dari keluarga miskin yang terpilih sebagai informan utama sebanyak 9 orang dan informan kunci terdiri atas 3 orang diantaranya 1 orang tokoh masyarakat, 1 orang dari pendamping Program Keluarga Harapan (PKH) dan 1 orang dari petugas gizi Puskesmas. Sedangkan data sekunder didapat dari instansi pemerintah seperti Puskesmas, Rumah Sakit Pemerintah Kota Makassar, Dinas Kesehatan dan Badan Pusat Statistik.

Kriteria keluarga miskin pada penelitian ini adalah menggunakan kriteria yang sudah ditetapkan oleh BPS (Isdijoso et al., 2016), sebagaimana disajikan pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Kriteria rumah tangga miskin

Indikator Rumah Tangga
1. Memiliki luas lantai bangunan sebagai tempat tinggal < 8m ² /orang;
2. Jenis lantai sebagai tempat tinggal terbuat dari kayu murahan/bambu/tanah;
3. Jenis dinding sebagai tempat tinggal terbuat dari kayu/bambu/rumbia yang berkualitas rendah/tembok tidak diplester;
4. Tidak memiliki fasilitas buang air besar atau bersama-sama dengan rumah tangga lain;
5. Sumber penerangan rumah tangga yang tidak menggunakan daya listrik;
6. Sumber air minum rumah tangga berasal dari air hujan/sungai/mata air tidak terlindung/sumur;
7. Bahan bakar yang digunakan untuk memasak sehari-hari adalah minyak tanah/kayu bakar/arang;
8. Satu kali dalam seminggu hanya mengonsumsi ayam/daging/susu;
9. Dalam setahun hanya sekali membeli satu stel pakaian baru;
10. Sebanyak Satu atau dua kali hanya sanggup makan dalam sehari;
11. Tidak sanggup membayar biaya pengobatan di puskesmas/poliklinik;
12. Pekerjaan kepala rumah tangga adalah: buruh perkebunan, buruh bangunan, nelayan, buruh tani dan petani dengan luas lahan 500m ² atau pekerjaan lainnya dengan pendapatan dibawah Rp. 600.000,-/bulan;
13. Pendidikan tertinggi sebagai kepala rumah tangga paling tertinggi hanya tamat Sekolah Dasar (SD);
14. Tidak mempunyai tabungan atau barang yang mudah dijual dengan minimal Rp. 500.000,- misalnya kapal motor, ternak, emas, sepeda motor kredit/non kredit, atau barang modal lainnya.

Berdasarkan dari 14 kriteria yang ditetapkan oleh BPS (Tabel 1), maka jika suatu rumah tangga memiliki minimal 9 kriteria terpenuhi maka rumah tangga tersebut berada pada kategori miskin yang dijadikan sebagai informan utama dalam penelitian ini.

Para informan penelitian ini bersedia untuk dipublikasikan hasil-hasil temuan lapangan, sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari akses data yang bersifat terbuka. Sedangkan teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan *Focus Group Discussion*. Instrumen utama pada penelitian ini yaitu peneliti sendiri, yang akan mengeksplorasi setiap fenomena dibantu dan didukung

instrumen lainnya seperti pedoman wawancara, panduan diskusi untuk *Focus Group Discussion* (FGD) dan lembar observasi untuk menjaga observasi dilakukan tetap fokus pada tujuan observasi.

Analisis data dengan cara melakukan pengorganisasian data, mengurai data menjadi unit-unit data yang lebih kecil, mensintesis diantara data yang ada, menginteraksi diantara berbagai data atau mencari pola-pola hubungan, mendalami aspek penting yang ditemukan, dan menentukan apa saja yang perlu dilaporkan. Data kualitatif disajikan dengan menggali informasi secara mendalam tentang pola-pola hubungan diantara data serta disajikan *display* data kedalam bentuk kutipan-kutipan pernyataan informan agar eskplorasi data menjadi penuh makna (*meaningfull*) dan lebih kuat (*powerfull*).

Penelitian ini melewati proses pemeriksaan protokol penelitian oleh Komite Etik Penelitian Kesehatan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Perjuangan Republik Indonesia yang memperoleh Surat Keterangan Lolos Kaji Etik dengan No. 3017-KEPK-FKM-UPRI pada tanggal 07 Mei 2021.

Hasil dan Pembahasan

Transformasi Pengetahuan dan Selera Konsumsi

Hasil kategorisasi berdasarkan dari jawaban-jawaban informasi dilihat pada daftar kategorikal pengetahuan informan tentang makanan bergizi (Tabel 2):

Masyarakat miskin umumnya mengonsumsi suatu makanan atas dasar pengetahuan yang mereka yakini sebagai kebenaran. Masyarakat miskin memahami bahwa makanan bergizi berasal dari produk olahan industri karena kandungan gizi yang disajikan lengkap. Pengetahuan masyarakat miskin tentang gizi dan malnutrisi mengalami penyimpangan dibandingkan dengan pengetahuan ilmiah. Secara ilmiah, malnutrisi adalah keadaan yang disebabkan oleh tidak terjadinya keseimbangan diantara kebutuhan gizi dengan pengambilan makanan untuk mempertahankan kesehatan. Malnutrisi dapat juga disebut keadaan dimana tubuh tidak mendapatkan asupan gizi yang cukup. Malnutrisi mengakibatkan terjadinya kegagalan *metabolic* atau malabsorpsi makanan (Setiati, 2019).

Tabel 2. Kategorisasi tentang pengetahuan

Pengetahuan Gizi Masyarakat Miskin
1. Memahami makanan instan atas dasar dibolehkannya makanan jenis tersebut beredar di pasaran oleh pemerintah. Jadi makanan instan dianggapnya memiliki nilai gizi.
2. Pengetahuan gizi ditentukan oleh pengalamannya dalam menggunakan uang untuk belanja makanan. Keluarga miskin memahami bahwa makanan bergizi itu mahal.
3. Memahami aspek kekenyangan merupakan keutamaan makanan, bukan aspek gizinya.
4. Pengetahuan tentang makanan diperoleh secara turun temurun diwariskan oleh keluarga seperti mendahulukan kepala keluarga di waktu makan.
5. Memahami makanan dalam hal kepraktisan.
6. Pengetahuan tentang kurang gizi dipahami jika seseorang mengalami situasi kelaparan.
7. Memahami gizi seimbang dengan baik melalui informasi yang diperoleh dari petugas kesehatan.
8. Pengetahuan tentang gizi secara parsial karena hanya memahaminya dengan indikator volume massa tubuh.

Pola pengetahuan masyarakat miskin tersebut secara radikal mengalami perubahan (Budijarto, 2018). Para keluarga miskin sebelumnya memiliki kebiasaan konsumsi dengan memanfaatkan bahan-bahan lokal yang bersifat alami seperti hasil-hasil bumi. Mereka terbiasa juga untuk mengolah dan memasak makanannya sendiri kemudian disajikannya menurut tatanan adat istiadat yang mereka yakini sebagai panduan hidup.

Pergeseran pemaknaan makanan bergizi bagi masyarakat miskin perkotaan dipengaruhi teknologi informasi yang massif dalam menyampaikan kebenaran-kebenaran ilmiah tentang makanan (Alawiyah & Liata, 2020). Informasi ilmiah dipoles dengan memberikan justifikasi hasil-hasil penelitian yang tidak terbantahkan. Justifikasi seperti ini mendapatkan dukungan *scientific* dengan menampilkan para pakar gizi dalam mengungkap khasiat suatu bahan makanan.

Intensitas informasi ilmiah yang menerpa para keluarga miskin mengalahkan basis-basis pengetahuan keluarga miskin tentang makanan bergizi seperti makanan yang memiliki nilai budaya, makanan yang layak dan tidak layak menurut keyakinan, makanan alamiah yang sehat dikonsumsi, dan berbagai pandangan tradisional mereka (Pramadi et al., 2017).

Pengetahuan baru tentang makanan bergizi bagi keluarga miskin yang mengikuti pola modernitas tersebut, nampaknya menciptakan masalah kronis yaitu adanya pemaksaan untuk membeli makanan olahan industri yang relatif mahal pada satu sisi, dan disisi lainnya kemampuan beli mereka sangatlah rendah (Banudi & Imanuddin, 2019). Peran aspek rasionalitas yang diperkuat oleh sajian fakta-fakta dalam membentuk pengetahuan orang miskin merupakan modus operasi kekuasaan kapitalisme untuk menciptakan masyarakat yang konsumtif. Mirip dengan konsep genealogi kekuasaan *Foucault* dalam membedah operasi kekuasaan yang menggunakan pengetahuan dan wacana sebagai instrumen dalam proses interaksi sosial. Tidak ada pengetahuan yang tidak dikendalikan oleh kekuasaan, begitu juga sebaliknya kekuasaan selalu memproduksi dan mereproduksi pengetahuan.

Seluruh elemen kognisi masyarakat tentang kandungan gizi pada makanan hanya bergerak seputar informasi yang disajikan dalam media-media seperti televisi. Sumber pengetahuan masyarakat diambil alih oleh media televisi secara efektif (Hanana et al., 2020). Kalaupun ada sumber informasi lain yang dijadikan oleh masyarakat, maka itu hanyalah dalam bentuk pengalaman sehari-hari yang memunculkan berbagai pengetahuan-pengetahuan awam yang boleh jadi hanyalah mitos yang diyakininya sebagai suatu kebenaran.

Lebih lanjut, dalam penelitian ini juga menemukan bagaimana terkait dengan selera konsumsi masyarakat, yang secara kategorikal pada Tabel 3.

Marvin Harris (1993) dalam Noorputeri (2015) menyebutkan, bahwa terdapat tiga alasan mengapa manusia memilih makanan. Pertama adalah karena turun-temurun dan tidak diketahui bagaimana sejarahnya. Umumnya memang manusia memakan apa yang telah disediakan di depannya, sehingga kebanyakan tidak mengerti mengapa mereka makan. Kedua adalah alasan yang sifatnya arbiter, seperti rasa, selera, atau ketersediaan. Ketiga adalah fungsi simbolik dalam sistem nilai dan kepercayaan.

Industri makanan memiliki pemahaman yang utuh dalam memandang selera konsumen terhadap makanan dan minuman, khususnya masyarakat miskin. Para kapitalis industri makanan seringkali memetakan

selera terhadap makanan yang berasa manis merupakan selera yang paling disukai oleh para keluarga miskin. Asumsi inilah yang menjadi dasar para kapitalis untuk memproduksi dan memasarkan makanan-makanan yang mengandung rasa manis.

Tabel 3. Kategorisasi tentang selera konsumsi masyarakat miskin

Selera Konsumsi Masyarakat Miskin
1. Banyaknya penjual yang menjajakan makanan dengan rasa manis menciptakan selera baru bagi anak yang hanya senang mengonsumsi makanan berasa manis. seperti jajanan permen dalam berbagai kemasan dan berbagai produk minuman manis.
2. Memiliki kesenangan mengonsumsi coklat. Kadang-kadang selera diciptakan melalui kreasi dengan memberikan hiasan kepada makanan untuk memancing selera anak. Contohnya sajian minuman yang ditambahkan coklat sebagai variasi.
3. Selera anak tergantung dari ibunya
4. Selera anak dikonstruksi oleh lingkungan permainan anak sehari-hari. Anak-anak umumnya menampilkan selera makan yang diproduksi oleh industri seperti minuman berkarbonasi dan restoran ayam cepat saji.
5. Selera menentukan kelas sosial, sehingga selera makan mengalami perubahan jika berhadapan dengan orang banyak seperti saat pesta pernikahan
6. Pembentukan selera anak dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang terkonstruksi melalui interaksi sosial sehari-hari dan penyerapan pengetahuan dari berbagai sumber informasi. Keluarga kesulitan untuk membentuk ulang selera yang berorientasi pada kebutuhan gizi seimbang.
7. Selera dikonstruksi secara dominan oleh kebiasaan menggunakan penyedap rasa.

Efeknya sungguh luar biasa, masyarakat miskin perkotaan terbuai dengan selera yang sengaja diciptakan oleh industri makanan sehingga masyarakat miskin menjadikan selera manis sebagai mitos baru. Mereka meyakini bahwa selera konsumsi makanan yang berasa manis dan diperoleh dari produk industri merupakan selera orang kaya (Banudi & Imanuddin, 2019). Para keluarga miskin paling tidak menganggap pemenuhan seleranya sudah mengikuti selera orang-orang yang berpunya.

Sangat jelas terjadinya transformasi selera di kalangan keluarga miskin yaitu dari pemenuhan selera yang tidak berkonsep (apa

adanya) menjadi selera yang diikuti oleh konsep-konsep seperti gaya hidup, orang berpunya, sehat, cerdas, kuat, dan lainnya yang membius mereka untuk terus mempertahankan seleranya sehingga mereka menganggapnya sebagai sesuatu yang bersifat normal (Mustikasari, 2017).

Peranan Kapitalisme Nutrisi dalam Membentuk Perilaku Konsumtif

Peranan kapitalisme sangat berdampak terhadap perubahan perilaku konsumsi masyarakat yang mempunyai pendapatan menengah kebawah atau masyarakat miskin. Hasil penelitian secara kategorikal menemukan beberapa fakta sebagai berikut (Tabel 4).

Konsumtivisme dapat diartikan sebagai sebuah pola hidup individu atau masyarakat yang memiliki keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang tidak dibutuhkan (Lestari, 2006 dalam Khoirunnas & Hidir, 2017). Kartodiharjo (1995) dalam Agustia Ningsih (2020) menjelaskan bahwa perkembangan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor peran dari berbagai mode dan kultural yang mudah menular atau menyebabkan ketertarikan terhadap produk-produk tertentu. Pendapat yang lain Setiaji (1995) dalam Roslan, Anggraini, & Minanda (2018) bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang yang memiliki perilaku berlebihan dalam membeli sesuatu.

Sebagai akibatnya seseorang kemudian membelanjakan uangnya dengan cara membabi buta yang tidak dibarengi dengan perhitungan dan tidak rasional, hanya sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan seseorang dapat menjadi simbol sebuah keistimewaan. Jean & Chris (1998) dalam Nanda Verawati Sirait, (2021) menyatakan, situasi masyarakat kontemporer dibentuk oleh sebuah kenyataan bahwa manusia saat ini dikelilingi oleh faktor konsumsi yang pada kenyataannya manusia tidak akan pernah merasakan puas atas kebutuhan-kebutuhannya. Baudrillard dalam Martono (2012), sistem masyarakat konsumen telah jauh berubah dalam rasionalitas konsumsi, karena saat ini masyarakat membeli barang lebih sebagai pemenuhan hasrat (*desire*) bukan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhannya (*needs*).

Tabel 4. Kategorisasi tentang perilaku konsumtif
Perilaku Konsumtif Masyarakat Miskin

1. Mengonsumsi makanan sesuai keinginan anak meskipun itu tidak dibutuhkan. Perilaku makan bukan lagi menjadi kebutuhan akan tetapi sudah menjadi keinginan.
2. Mengonsumsi makanan yang mengikuti selera orang kaya seperti makan di restoran dan mall.
3. Supermarket dan arahan dokter menjadi sarana sosial yang efektif dalam membentuk perilaku konsumtif keluarga. Supermarket memfasilitasi sikap kepraktisan masyarakat sementara dokter memanfaatkannya untuk terapi.
4. Kemasan produk industri yang menarik membuat keluarga memutuskan untuk membeli dan mengonsumsinya.
5. Memberikan susu formula meskipun ada keraguan tentang kandungan nilai gizinya. Ia menyadari bahwa apa yang diinformasikan pada kemasan produk tidak sesuai dengan kandungannya, akan tetapi tetap saja memutuskan untuk membeli.
6. Mie instan dikemas dengan menggunakan sayuran dan telur sehingga mengikuti pengetahuan masyarakat tentang jenis makanan sayuran yang mengandung nilai gizi. Makan mie instan bagi masyarakat dianggapnya tetap bernilai gizi seimbang. Begitupun produk susu dirancang untuk memenuhi kebutuhan anak tentang pertumbuhan dan perkembangan otak.
7. Munculnya belanja online mengakibatkan semua pemenuhan kebutuhan makanan keluarga difasilitasi oleh pemesanan online.
8. Menyajikan makanan untuk keluarga seperti apa yang ditampilkan oleh periklanan karena tampilannya enak dilihat dan menimbulkan daya tarik.
9. Melakukan modifikasi pengolahan makanan berdasarkan arahan iklan, jika makanan yang diiklankan tidak mampu untuk dibeli.
10. Informasi yang disajikan oleh iklan makanan di televisi kelihatannya sensasional, makanannya enak, bergizi, menurunkan kolesterol, dan lain-lainnya yang dibutuhkan bagi tubuh.
11. Iklan mengubah kebiasaan memberikan minuman susu bagi anak. Sebelumnya menggunakan ASI menjadi konsumsi dengan susu formula sebagaimana yang diiklankan. Selain itu, keraguan akan kebiasaan alami yang dilakukan keluarga dapat menyebabkan terjadinya penyakit bagi anak.

Paparan kapitalisme makanan tetap menyasar semua kalangan dan bukan hanya orang-orang yang dianggap *the have*. Paparan makanan yang kurang sehat bagi *the poor*

tersedia dalam bentuk lain seperti mie instan, permen, *snack*, jualan pinggir jalan/keliling, dan sejenisnya. Intinya, industrialisasi makanan telah menggiring semua kalangan masyarakat perkotaan untuk menikmati makanan yang mengandung penambah rasa dan warna yang menciptakan daya tarik atau selera. Nampaknya, kapitalisme makanan memainkan produk menurut kondisi kemiskinan masyarakat. Frank Ellis dalam (Zamzam et al., 2018) menyatakan bahwa kemiskinan terdiri dari berbagai dimensi yang menyangkut aspek sosial-psikologis, ekonomi dan politik. Soekanto (1982) dalam Fara Dina & Rabiatul Adwiya (2016) mengartikan sebagai suatu keadaan seseorang tidak mampu memanfaatkan tenaga mental, maupun fisiknya dalam kelompok dan juga tidak sanggup menyesuaikan dirinya sendiri sesuai dengan taraf kehidupan kelompok tersebut. Spicker (2002) dalam Mahsunah (2013) mengklasifikasikan 4 penyebab kemiskinan yaitu *Structural explanations, Subcultural explanation, Familial explanation dan Individual explanation*.

Keinginan memuaskan selera seringkali seseorang didorong untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan (Hariyadi, 2016). Diantara keinginan dan kebutuhan terdapat suatu perbedaan. keinginan merupakan kebutuhan buatan sedangkan kebutuhan bersifat naluriah, yaitu kebutuhan yang dibentuk oleh lingkungan hidupnya, seperti lingkungan keluarga atau lingkungan sosial lainnya. Era seperti saat ini masih banyak ditemui orang-orang yang mengalami kurang gizi.

Keluarga kurang menyadari bahwa justru makanan industri yang tahan lama mengandung zat pengawet yang membahayakan kesehatan dengan penggunaan intensif untuk jangka waktu lama (Astutik, 2017). Bentuk pengetahuan yang parsial seperti ini cukup banyak ditemukan pada informan penelitian ini.

Bagi keluarga miskin perkotaan, uang telah menjadi pusat pemenuhan segala kebutuhan hidup. Umumnya keluarga miskin tidak lagi memikirkan upaya pemenuhan hidup yang bersandar pada potensi dan sumber daya yang dimiliki selain uang. Dengan demikian, dalam konteks permasalahan gizi, pemanfaatan tanaman dan tumbuhan lokal yang banyak mengandung nilai gizi dan bisa dipetik disekitar pekarangan, hampir pasti tidak lagi dilakukan sebagai strategi bertahan hidup. Berbeda

dengan temuan Dewi Kartika Sari dan Pambudi Handoyo (2022) yang menemukan strategi bertahan hidup masyarakat miskin dari terpaan kapitalisme melalui pola penghematan, mendapatkan bantuan dari anak, menjual hewan/barang berharga, memanfaatkan lahan pekarangan di belakang rumah, memperoleh bantuan dari pemerintah, meminjam uang kepada kerabat/saudara, dan mencari sisa padi hasil panen.

Perilaku konsumtif masyarakat miskin kota Makassar tidak terlepas dari peran petugas kesehatan. Petugas kesehatan terus mendorong agar ibu-ibu tetap memberikan susu formula kepada anaknya (Oktora, 2019). Pemberian air susu ibu secara eksklusif bagi bayi berusia di bawah enam bulan mengalami keterhambatan karena disebabkan oleh perilaku tenaga kesehatan. Anak yang pertama kali mendapatkan makanan yang bukan ASI melainkan susu formula, akan sulit menggantikan kebiasaan minum susu formula tersebut.

Produsen makanan olahan industri akan terus memperhatikan perilaku-perilaku konsumen di dalam menciptakan daya tarik produk makanan yang akan di pasarkan (Rizal, 2020). Salah satu bentuk perhatian yang dilakukan adalah memahami tingkat pengetahuan gizinya. Sehingga lahirlah kapitalisasi nutrisi yang diperankan oleh para produsen makanan industri.

Ada banyak iklan makanan olahan industri yang menyajikan atau menyediakan bahan-bahan sayuran sebagai kemasan. Pembuatan iklan yang dilakukan oleh produsen bertujuan untuk menarik para konsumen membeli produk hasil olahan makanan industri dengan berkedok memiliki kandungan nutrisi tinggi. Demikian pentingnya peran iklan dalam era bisnis modern saat ini, salah satu bentuk bonafiditas perusahaan terletak pada seberapa besar dana yang dianggarkan untuk iklan. Sedangkan iklan merupakan jendela utama bagi setiap perusahaan. Keberadaan iklan yang menghubungkan antara perusahaan dengan masyarakat, khususnya kepada konsumen. Iklan merupakan salah satu bagian dari pemasaran suatu produk (Aprilia, 2021).

Kekuatan iklan dalam mengkonstruksi konsumen mempengaruhi keputusan untuk membeli produk tersebut dalam berbagai cara. Intinya, ketika pengetahuan dan selera sudah

terbentuk, maka konsumen harus mengonsumsi produk itu tanpa mempertimbangkan kemampuan dan kebutuhan yang sesungguhnya atau nyata.

Terpaan kapitalisme industri makanan yang sangat kuat mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat miskin perkotaan yang dalam banyak kasus menimbulkan malnutrisi seperti pada temua penelitian ini memerlukan adanya agenda pemberdayaan masyarakat agar para keluarga miskin memiliki kesadaran dan kemampuan untuk memanfaatkan potensi lokalnya dalam pemenuhan keseimbangan gizinya. Menurut Yoserizal & Ramadhanes, (2015) pemberdayaan masyarakat dipandang sebagai bagian aliran pemikiran pada era paruh kedua abad ke-20, yang dewasa ini dikenal sebagai aliran *post modernism* yang dititik beratkan pada sikap orientasinya anti determinisme, anti struktur, dan anti sistem yang diaplikasikan terhadap dunia kekuasaan. Pemberdayaan merupakan sebuah proses historis yang begitu panjang sehingga menyebabkan terjadinya sebuah *dispowerment*, yakni peniadaan kekuatan pada sebagian besar sendi kehidupan masyarakat (Margayaningsih, 2016).

Pemberdayaan masyarakat yang efektif ketika berorientasi pada peningkatan kesadaran lokal masyarakat karena masyarakat dapat memahami masalah lokalnya sendiri dan memiliki kemampuan untuk menyelesaikan masalahnya dengan sumber daya lokal yang tersedia. Dengan begitu peluang tumbuhnya kemandirian masyarakat akan lebih besar yang bisa berujung pada terciptanya keberlanjutan. Fenomena seperti ini berhasil diperlihatkan oleh masyarakat Manado dalam merespon arus modernisasi makanan melalui pemunculan jenis makanan *tinutuan*. Transformasi pengetahuan dan selera konsumsi yang menggambarkan kearifan lokal dan masyarakat multikultural (Langi, 2021).

Upaya menumbuhkan kesadaran lokal masyarakat terhadap konsumsi makanan bergizi sesungguhnya mencerminkan praktek keadilan kesehatan global dimana akses makanan bagi masyarakat miskin masih dianggap memiliki kesenjangan. Dibutuhkan aktivis pemberdayaan masyarakat untuk mendorong lahirnya kebijakan-kebijakan yang memastikan adanya keadilan makanan bagi masyarakat miskin di tengah arus kapitalisme (Labonté, 2022).

Kesimpulan

Pengetahuan dan selera makanan bagi keluarga miskin perkotaan didominasi klaim-klaim kebenaran yang dikonstruksi secara meyakinkan oleh industri makanan dan minuman yang diiklankan melalui TV dan media-media. Kapitalisme nutrisi telah beroperasi melalui kehadiran makanan dan minuman olahan industri, paparan iklan produk makanan dan minuman, munculnya teknologi startup pemesanan makanan secara online, banyaknya gerai-gerai toko *franchise* yang mudah diakses, dan konstruksi pesta dalam kehidupan sehari-hari keluarga miskin dan adanya peniruan gaya hidup.

Saran, diperlukan strategi pemberdayaan masyarakat untuk membentuk kesadaran lokal keluarga miskin tentang makanan bergizi seimbang. Perwujudan strategi dapat dilakukan dalam bentuk pengorganisasian dan pengelompokan warga lokal peduli gizi seimbang pada tingkat Rukun Tetangga (RT). Selanjutnya, untuk menumbuhkan kesadaran lokal dibutuhkan kebijakan pemerintah dalam pemanfaatan sumber-sumber gizi lokal melalui upaya advokasi penyusunan peraturan daerah atau keputusan kepala daerah tentang pemanfaatan makanan lokal. Kebijakan ini bisa juga diturunkan dalam bentuk penyusunan Peraturan Desa mengenai pemanfaatan pekarangan atau lahan-lahan kosong agar ditanami tumbuhan yang mengandung nilai gizi.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Dekan Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Pejuang Republik Indonesia yang memberikan ruang kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada para informan yang telah meluangkan waktunya memberikan informasi kepada peneliti, juga kepada pihak Puskesmas, Rumah Sakit, Dinas Kesehatan Kota dan Propinsi, Pemerintah Kota Makassar, dan Badan Pusat Statistik yang telah bersedia memberikan tambahan informasi terkait penelitian ini.

Daftar Rujukan

Alawiyah, T., & Liata, N. (2020). Mall dan perilaku konsumtif masyarakat urban. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSAI)*, 1(2), 161-181.

<https://doi.org/10.22373/jsai.v1i2.526>

- Alim, A., Agustang, A., & Adam, A. (2021). Transformation of consumption behavior of the poor in the case of malnutrition: Health sociology study with participatory approach in Makassar City, Indonesia. *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*, 9(E), 598-607. <https://doi.org/10.3889/oamjms.2021.6417>
- Apriliyadi, E. K., & Hendrix, T. (2021). Kajian fenomena pandemi Covid-19 di Indonesia: Perspektif wacana, pengetahuan dan kekuasaan Foucault. *SOROT*, 16(2), 99. <https://doi.org/10.31258/sorot.16.2.99-117>
- Astutik, P. (2017). *Pengawasan Mutu Pangan*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Balitbangkes RI. (2018). Hasil utama Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas). In *Kementerian Kesehatan Republik Indonesia*.
- Banudi, L., & Imanuddin. (2019). Sosiologi dan Antropologi Gizi. In *News.Ge*. Forum Ilmiah Kesehatan (FORIKES).
- Bappenas RI. (2020). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024*. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Barclay, D., & Haschke, F. (2015). The food industry and consumer nutrition and health. In *World Review of Nutrition and Dietetics* (Basel, Swi, Vol. 111, pp. 198-204). Karger Publishers. <https://doi.org/10.1159/000362325>
- Budijarto, A. (2018). Pengaruh perubahan sosial terhadap nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila. *Jurnal Kajian Lemhanas RI*, 34(34), 6-7. <https://jurnal.lemhannas.go.id/index.php/jkl/article/view/118>
- Dina, F., & Adwiya, R. (2016). Analisis kemiskinan terhadap jumlah penduduk Kabupaten/Kota Pontianak tahun 2010-2014. *Simnasiptek 2016*, 1(1), 11-17.
- Hanana, A., Anindya, A., & Elian, N. (2020). Transformasi media youtube dan televisi (Analisis fungsi dan konsumsi media youtube dan televisi di Kota Padang). *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 4(2), 186. <https://doi.org/10.25077/rk.4.2.186-194.2020>
- Hariyadi, G. T. (2017). Faktor-faktor yang

- mempengaruhi konsumen berbelanja di minimarket (Studi pada Indomaret dan Alfamart di Semarang). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 16–32. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v1i1.1475>
- Isdijoso, W., Suryahadi, A., & Akhmadi, A. (2016). Penetapan kriteria dan variabel pendataan penduduk miskin yang komprehensif dalam rangka perlindungan penduduk miskin di Kabupaten/Kota. In *The SMERU Research Institute*. http://www.smeru.or.id/sites/default/files/publication/cbms_criteria_ind.pdf
- Khoirunnas, & Hidir, A. (2017). Pola konsumtif mahasiswa di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(1), 1–15. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/11968>
- Labonté, R. (2022). Ensuring global health equity in a post-pandemic economy. *International Journal of Health Policy and Management*, 11(8), 1246–1250. <https://doi.org/10.34172/ijhpm.2022.7212>
- Langi, G. K. (2021). Dampak sosial-ekonomi dalam kebiasaan makan kuliner tinutuan pada masyarakat multikultural di Kota Manado. *Jurnal JINNSA (Jurnal Interdipliner Sosiologi Agama)*, 1(2), 134–153. <https://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/jinnsa/article/view/130>
- Lutfia Aprilia, J. (2020). Pengaruh daya tarik iklan Shopee 11.11 terhadap minat beli mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember [Universitas Muhammadiyah Jember]. In *Universitas Muhammadiyah Jember* (Vol. 7, Issue 2). <http://repository.unmuhjember.ac.id/11078/9/J.ARTIKEL.pdf>
- Mahsunah, D. (2013). Analisis pengaruh jumlah penduduk, pendidikan dan pengangguran terhadap kemiskinan di Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 1(3), 1–17. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/download/3645/6238>
- Margayaningsih, D. I. (2016). Pemberdayaan masyarakat desa sebagai upaya penanggulangan kemiskinan. *Pemberdayaan Masyarakat Desa Sebagai Upaya Penanggulangan Kemiskinan*, 9(1), 158–190. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.77>
- Martono, N. (2012). Sosiologi perubahan sosial: Perspektif klasik, modern, posmodern dan poskolonial. In *Raja Grafindo Persada* (Ke-5). PT. Rajagrafindo Persada.
- Minanda, A., Roslan, S., & Anggraini, D. (2018). Perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari. *Jurnal Neo Societal*, 3(2), 1–13. <https://doi.org/10.52423/jns.v3i2.4031>
- Mustikasari, I. (2017). Pergeseran stratifikasi sosial pada masyarakat pedesaan (Studi sosiologi konsumsi simbol status keluarga TKI di Desa Boyolangu Tulungagung) [Universitas Airlangga]. In *Universitas Airlangga*. <https://repository.unair.ac.id/102031/>
- Ningsih, A. (2020). Perilaku konsumtif ditinjau dari Locus of Control pada remaja putri [Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung]. In *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*. <http://repository.radenintan.ac.id/12439/>
- Noorputeri, Z. (2015). *Pemilihan makanan: Alam, kapitalisme, dan status sosial*. <https://www.kompasiana.com>. <https://www.kompasiana.com/moonqueen/560fae09e9afbd090adff06c/pemilihan-makanan-alam-kapitalisme-dan-status-sosial>
- Oktora, R. (2019). Gambaran pemberian asi eksklusif pada ibu bekerja di Desa Serua Indah, Kecamatan Jombang, Tangerang Selatan. *Jurnal Kesehatan Reproduksi*, 4(1), 30–40.
- Pramadi, Y., Riset, B., & Nasional, I. (2017). Fenomena mengunggah foto makanan di media sosial instagram (Studi fenomenologi mengenai fenomena mengunggah foto makanan pada akun instagram @sigerfoodies Lampung). *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi*, 95–106. <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/JCM-02-2015-1337>
- Rizal, A. (2020). Manajemen Pemasaran di Era Industri 4.0. In *Pena Persada* (Issue July). Pena Persada.
- Sari, D. K., & Handoyo, P. (2022). Coping Strategi Buruh Tani Lansia dalam Menghadapi

- Perubahan Teknologi Pertanian di Desa Bandar Kedung Mulyo. *Jurnal Paradigma*, 10(1), 1-23. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/45459>
- Setiati, S. (2019). Malnutrisi dan sarcopenia pada lansia. *Geriatric "Lansia Sehat Bahagia,"* 192. <https://www.geriatric.id/artikel/192/malnutrisi-dan-sarcopenia-pada-lansia>
- Siddiqui, F., Salam, R. A., Lassi, Z. S., & Das, J. K. (2020). The intertwined relationship between malnutrition and poverty. *Frontiers in Public Health*, 8, 453. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2020.00453>
- Sirait, N. V. (2021). Perilaku konsumtif belanja fashion di online shopping pada mahasiswa (Studi deskriptif mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Sumatera Utara) [Universitas Sumatera Utara]. In *Universitas Sumatera Utara*. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/41660>
- Subardjo, Y. P., Sudargo, T., & Julia, M. (2013). Paparan iklan televisi terhadap pemilihan makanan dan asupan energi pada anak. *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, 10(2), 101. <https://doi.org/10.22146/ijcn.18852>
- Syafiuddin, A. (2018). Pengaruh kekuasaan atas pengetahuan (Memahami teori relasi kuasa Michel Foucault). *Refleksi: Jurnal Filsafat Dan Pemikiran Islam*, 18(2), 141. <https://doi.org/10.14421/ref.2018.1802-02>
- Yoserizal, & Ramadhanes. (2015). Peran pegadaian dalam usaha pemberdayaan masyarakat (Studi kasus tentang produk krista & usaha rumah tangga pada Nasabah Krista PT Pegadaian Cabang Pekanbaru Kota). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 2(1), 1-14. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/4927>
- Zamzam, Herman, & Sunusi, S. (2018). Faktor yang mempengaruhi tingkat kemiskinan di Desa Madello Kecamatan Balusu Kabupaten Barru [Universitas Negeri Makassar]. In *Universitas Negeri Makassar*. <http://eprints.unm.ac.id/11137/>