

INTISARI

Kegemukan menjadi salah satu masalah karena membuat penampilan seseorang kurang menarik dan juga mengganggu perkembangan pribadi seseorang. Kegemukan tidak saja mengurangi daya tarik, tetapi juga menjadi masalah kesehatan, baik pada anak-anak, remaja maupun dewasa. Ukuran yang umum digunakan untuk mengatakan kegemukan adalah besarnya indeks massa tubuh (*Body Mass Indeks*).

Penelitian ini merupakan jenis penelitian observasional dengan menggunakan rancangan deskriptif non analitik dengan teknik *purposive non random sampling*. Kuisisioner yang merupakan instrumen penelitian, disebar pada mahasiswa kampus III Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, yang memiliki nilai BMI ≥ 23 . Data yang diperoleh, diolah secara statistik deskriptif.

Hasil yang diperoleh, responden mahasiswa FKIP (24%), berjenis kelamin perempuan (65,33%), berusia 22 tahun (28%), BMI antara 25-29,9 (66,67%), penghasilan/uang saku responden antara Rp 300.000,00 – Rp 400.000,00 (42,67%), dan tinggal di Yogyakarta dengan cara kos (65,33%). Responden (46,67%) mengenal produk pelangsing tubuh dari media elektronik. Iklan tidak mempengaruhi responden untuk menggunakan produk pelangsing tubuh (61,33%). Ada beberapa produk pelangsing tubuh yang dikenal, diantara produk pelangsing tubuh yang paling dikenal adalah slimming tea (22,54%). Responden mengatakan bahwa mereka tidak tertarik untuk menggunakan produk pelangsing tubuh (77,33%), dengan alasan mereka takut akan resiko, dan efek samping yang ditimbulkan produk pelangsing tubuh tersebut, dan juga mereka menganggap perlu untuk berkonsultasi lebih dahulu kepada dokter/apoteker ataupun ahli gizi (93,33%) sebelum menggunakan produk tersebut.

Kata kunci: produk pelangsing tubuh, motivasi, dan pengetahuan.

ABSTRACT

The one of the problems that makes the individual's appearance less attractive and disturbs one's personality development is obesity. In addition, obesity has become health problems among children, teenagers, and adults. The common measurement used to express the obesity is total *body mass index* (BMI).

This research was observational study with non-analytic descriptive design the respondents were selected using purposive non-random sampling. The research instrument was questioner, distributed to Campus III Sanata Dharma University whose BMI were more than 23. The obtained data were analyzed descriptive-statistically.

Result of the research, respondents were education faculty (24%), female (65.33%), 22 years old (28%), BMI 25 to 29.9 (66.67%), pocket money Rp 300,000.00 to Rp 400,000.00 (42.67%), and living in Yogyakarta at the boarding house (65.33%). Respondents (46.67%) knew the slimming product from electronic media. The product advertisements did not affect them in using slimming products (61.33%). There were several of slimming products have been known, but slimming tea was the most familiar among them (22.54%). Also, they said that they did not intend to use the slimming products (77.33%) for the reasons that they were afraid of the risks and side effects of the products. Respondents (93.33%) considered that consulting the physician or nutrition expert before the products usage was required.

Key words: slimming product, motivation, and knowledge