

## INTISARI

Kegemukan telah menjadi masalah sosial karena banyak orang takut penampilannya tidak menarik lagi dan takut akan terkena berbagai penyakit. Hal ini menyebabkan orang menjadi termotivasi untuk menurunkan berat badan, salah satunya dengan menggunakan produk penurun berat badan. Pengetahuan mengenai produk tersebut diperlukan supaya tidak terjadi pengguna-salahan. Berdasarkan hal tersebut, dilakukan penelitian mengenai kajian pengetahuan dan motivasi untuk menggunakan produk penurun berat badan.

Penelitian ini merupakan penelitian observasional dengan rancangan penelitian deskriptif non analitik. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling *purposive non random*. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dengan subyek penelitian mahasiswa kampus I Universitas Sanata Dharma Yogyakarta yang memiliki IMT  $\geq 23$ .

Hasil yang diperoleh, responden FKIP (47,14%), berjenis kelamin wanita (50%), berumur 21 tahun (24,29%), IMT 25-29,9 kg/m<sup>2</sup> (48,57%), penghasilan dan atau uang saku tiap bulan Rp.300.000,00-Rp.400.000,00 (35,72%), tinggal di Yogyakarta bersama orang tua (51,43%). Responden menyadari perlunya berkonsultasi dengan dokter/apoteker/ahli gizi sebelum menggunakan produk penurun berat badan (97,14%), mengenal produk (97,14%), mengenal produk dari iklan surat kabar/buku/majalah (37,21%), iklan tidak memberikan pengaruh untuk mengambil keputusan menggunakan produk (80%) dan tidak tertarik menggunakan produk (83,33%) karena belum merasa terganggu dengan berat badannya dan takut efek samping.

Kata kunci: produk penurun berat badan, pengetahuan, dan motivasi.

## ABSTRACT

Obesity has been a social problem due to anxiety of unattractive appearance and fear of diseases. It motivates people to reduce their weight. Using weight-reducing products is one of the options. Knowledge on those products is necessary for preventing any misuse. For this reason, research on the study of knowledge and motivation in using weight-reducing products is conducted.

The research is an observational research under descriptive non-analytical design. The adopted sampling technique is that of purposive non random sampling. Questionnaire serves as the research instrument, taking as subjects students of Campus I Sanata Dharma University whose BMI  $\geq 23$ .

As the result, respondents were Faculty of Teacher Training and Education (47,14%), female (50%), 21 years old (24,29%), BMI 25-29,9 kg/m<sup>2</sup> (48,57%), whose monthly income and allowance money Rp.300.000,00-Rp.400.000,00 (35,72%), reside with their parents in Yogyakarta (51,43%). Respondents realize the need to consult with physician/chemist/nutritionist before using weight-reducing product (97,14%), know the product (97,14%), know the product from newspaper advertisement/books/magazines (37,21%), that advertisement does not affect their decision to use the product (80%) and are not interested in using the product (83,33%) for lack of discomfort and fear of side effects.

Keyword: weight-reducing product, knowledge, and motivation.