



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perilaku makan sehat pada anak muda di Yogyakarta. Penelitian yang dilakukan bersifat kualitatif dan menggunakan metode penelitian deskriptif. Pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan limabelas partisipan.

Data dikumpulkan melalui wawancara agar mendapatkan informasi dari sumber yang terpercaya secara langsung. Metode analisis menggunakan tematik analisis yang menunjukkan perilaku makan sehat dilakukan oleh anak muda di Yogyakarta termasuk ekstrim. Hasil temuan mengenai perilaku makan sehat dibandingkan dengan pendapat para ahli gizi mengenai pola makan sehat yang ideal.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini mengungkapkan tentang perilaku makan yang dilakukan oleh anak muda di Yogyakarta. Sebagian besar anak muda di Yogyakarta yang menerapkan pola makan sehat belum melakukan konsultasi kepada ahli gizi yang berkompeten dalam bidangnya. Pemasaran sosial oleh ahli gizi sangat diperlukan untuk mengubah pola pikir anak muda yang menerapkan pola makan sehat dengan cara yang kurang tepat.

Kata kunci: Pola Makan Sehat, Ahli Gizi, Pemasaran Sosial, Kualitatif



ABSTRACT

The purpose of this research is to identify healthy eating behaviors of young people in Yogyakarta. The research approach was qualitative research methods using descriptive research method. Sample selection was purposive sampling technique with fifteen participants.

Data is collected through in depth interviews in order to get information from reliable sources directly. This research revealed key aspects of healthy eating behavior done by the research participant. It covers knowledge, method, sources of information, result and its obstacle in doing so. The findings regarding healthy eating behavior are compared with the opinions of nutritionists regarding an ideal healthy eating pattern.

The results obtained from this study reveal about eating behavior carried out by young people in Yogyakarta. Most participants who adopt healthy eating patterns have not yet consulted nutritionists who are competent in their fields. Social marketing for nutritionists is needed to change the mindset of young people who adopt healthy eating patterns in an inappropriate way.

Keywords: Healthy Eating Pattern, Nutritionist, Social Marketing, Qualitative