

Hubungan Karakteristik Individu dan Kebiasaan Membaca Informasi Nilai Gizi dengan Frekuensi Konsumsi Minuman Kemasan Berpemanis pada Siswa di SMAN Arjasa Jember

Reta Centiana Dewi¹, Galih Purnasari²

^{1,2}*Program Studi Gizi Klinik, Jurusan Kesehatan, Politeknik Negeri Jember, Indonesia*

*Korespondensi: retacentianadw@gmail.com

Abstrak

Karakteristik individu, kebiasaan membaca informasi nilai gizi yang kurang baik, dan beberapa faktor lainnya dapat mempengaruhi frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis seseorang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan karakteristik individu dan kebiasaan membaca informasi nilai gizi dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis pada siswa di SMAN Arjasa Jember. Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain cross sectional. Subjek penelitian berjumlah 93 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner karakteristik individu, kebiasaan membaca informasi nilai gizi, dan SQ-FFQ. Analisis statistik menggunakan uji chi square dilanjutkan dengan menggunakan uji mann whitney. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik individu, yaitu jenis kelamin, tidak memiliki hubungan dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis ($p=0,067$). Karakteristik individu berupa uang saku juga tidak memiliki hubungan dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis ($p=0,456$). Selain itu, kebiasaan membaca informasi nilai gizi tidak memiliki hubungan dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis ($p=0,915$).

Kata kunci: informasi nilai gizi, karakteristik individu, minuman kemasan berpemanis.

Abstract

Individual characteristics, poor reading habits of nutritional value information, and several other factors can affect the frequency of consumption of sugar-sweetened packaged beverages. The purpose of this study was to determine the relationship between individual characteristics and habits of reading nutritional value information and the frequency of consumption of sugar-sweetened packaged beverages among students at Arjasa Jember State Senior High School. This research method is quantitative research with a cross-sectional design. The research subjects totaled 93 people. Data collection used questionnaires of individual characteristics, habits of reading nutritional value information, and SQ-FFQ. Statistical analysis using the chi square test followed by the Mann-Whitney test. The results showed that individual characteristics, namely gender, had no relationship with the frequency of consumption of sugar-sweetened packaged beverages ($p = 0.067$). Individual characteristics in the form of pocket money also have no relationship with the frequency of consumption of sugar-sweetened packaged beverages ($p = 0.456$). In addition, the habit of reading nutritional value information has no relationship with the frequency of consumption of sugar-sweetened packaged beverages ($p = 0.915$).

Key words: individual characteristics, nutritional value information, sugar-sweetened packaged beverages.

I. PENDAHULUAN

Minuman kemasan berpemanis merupakan jenis minuman ringan yang dikemas dan terdapat penambahan bahan dalam kandungan dalam minuman tersebut yaitu pemanis berkalori¹. Terdapat beberapa jenis minuman ringan berpemanis yang umum ditemukan seperti minuman dengan rasa buah, minuman olahraga, minuman berenergi, minuman pengganti elektrolit, minuman kopi dan teh². Remaja merupakan salah satu konsumen minuman kemasan berpemanis terbesar di tingkat global. Menurut hasil penelitian dari Haughton et al.,(2018)³, di Amerika Serikat remaja dengan umur 12 hingga 17 tahun sebanyak 67% sering minum minuman kemasan berpemanis, dengan rincian sebanyak 33,9% remaja mengonsumsi minuman kemasan berpemanis 1 sampai 2 kali per hari, dan sebanyak 33,5% remaja mengonsumsi minuman kemasan berpemanis lebih dari 2 kali per hari.

Hasil dari Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) Tahun 2018, menunjukkan bahwa populasi Indonesia yang memiliki kebiasaan konsumsi minuman berpemanis sebanyak 61,27% penduduk mengonsumsi lebih dari 1 kali per hari, dan sebanyak 30,2% penduduk mengonsumsi 1 sampai 6 kali per minggu, dan hanya 8,5% penduduk yang mengonsumsinya kurang dari 3 kali per bulan. Pada remaja dengan rentang usia 15-19 tahun di Indonesia, sebesar 56,43% remaja mengonsumsi minuman kemasan berpemanis lebih dari 1 kali per hari, dan sebanyak 37% remaja mengonsumsi minuman kemasan berpemanis 1 sampai 6 kali per minggu, kemudian sebanyak 6,57% remaja mengonsumsi minuman kemasan berpemanis kurang dari 3 kali per bulan⁴. Remaja yang suka mengonsumsi minuman kemasan berpemanis dalam jangka waktu panjang, cenderung memiliki dampak pada kesehatan tubuhnya. Jumlah kalori yang terkandung dalam minuman kemasan berpemanis memiliki pengaruh kepada jumlah kalori yang dikonsumsi oleh remaja setiap hari. Konsumsi minuman berpemanis yang berlebihan meningkatkan risiko diabetes, obesitas, hipertensi, penyakit jantung, dan bahkan kematian dini.

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan tingginya remaja mengonsumsi minuman kemasan berpemanis antara lain karakteristik individu dan kebiasaan membaca informasi nilai gizi. Remaja laki-laki lebih sering minum minuman kemasan berpemanis daripada remaja perempuan. Selain jenis kelamin juga dapat dipengaruhi oleh uang saku, berdasarkan hasil penelitian dari Cahyaningtyas et al. (2016)⁵, siswa dengan uang saku lebih sedikit cenderung lebih banyak mengonsumsi minuman kemasan berpemanis daripada siswa dengan uang saku lebih banyak. Kebiasaan membaca informasi nilai gizi juga dapat mempengaruhi tingginya konsumsi minuman kemasan berpemanis. Pada penelitian yang dilakukan oleh Facjruddin et al. (2022)⁶, responden dengan kategori kebiasaan membaca informasi nilai gizi kurang atau rendah, cenderung lebih banyak mengonsumsi minuman berpemanis kemasan daripada responden dengan kategori cukup dalam kebiasaan membaca informasi nilai gizi.

Berdasarkan temuan dari penelitian pendahuluan yang dilakukan di SMAN Arjasa Jember dan SMA Negeri 2 Jember ditemukan bahwa siswa di SMAN Arjasa Jember lebih banyak mengonsumsi minuman kemasan berpemanis dibandingkan dengan siswa di SMA Negeri 2 Jember. Pada SMAN Arjasa Jember, 42% siswa tidak membaca informasi nilai gizi ketika membeli minuman kemasan berpemanis, sedangkan di SMA Negeri 2 Jember hanya 25%. Selain itu, pengetahuan gizi siswa di SMA Negeri 2 Jember cenderung lebih baik dibandingkan dengan SMAN Arjasa Jember. Uang saku yang diterima oleh siswa di SMAN Arjasa Jember rata-rata tidak lebih dari 500.000 rupiah per bulan. Dalam hasil studi pendahuluan terkait seberapa sering siswa/siswi membaca informasi nilai gizi di SMAN Arjasa Jember didapatkan hasil bahwa 8% sering membaca, 50% kadang-kadang membaca, 25% jarang membaca, dan 17% tidak pernah membaca. Dari hasil penelitian pendahuluan sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti di SMAN Arjasa Jember untuk mengetahui hubungan karakteristik individu (usia dan jenis kelamin) dan

kebiasaan membaca informasi nilai gizi dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis pada siswa di SMAN Arjasa Jember.

II. METODOLOGI

Desain penelitian ini adalah *cross-sectionnal*. Penelitian ini dilakukan di SMAN Arjasa Jember. Subjek penelitian ini sebanyak 93 orang yang dipilih dengan teknik *sampling incidental*. Variabel bebas penelitian ini adalah karakteristik individu dan kebiasaan membaca informasi nilai gizi, sedangkan variabel terikat adalah frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis. Pengumpulan data menggunakan kuesioner karakteristik individu, kebiasaan membaca informasi nilai gizi, dan SQ-FFQ. Analisis statistik menggunakan SPSS 25.0 dengan menggunakan uji *chi square* dilanjutkan dengan menggunakan uji *Mann Whitney*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik reponden

Tabel 1 menyajikan sebaran subjek berdasarkan jenis kelamin, uang saku, kebiasaan membaca informasi nilai gizi, dan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis. Jumlah subjek sebanyak 93 orang. Subjek berada direntang usiaa 16 hingga 18 tahun yang berada di kelas 10 dan kelas 11.

Tabel 1. Distribusi Karakteristik Subjek Penelitian

Variabel	Jumlah	Persentase (%)
Jenis kelamin		
Laki-laki	31	33,3
Perempuan	62	66,7
Uang saku		
Tinggi ($\geq$ Rp. 10.000)	88	94,6
Rendah ($<$ Rp. 10.000)	5	5,4
Kebiasaan membaca informasi nilai gizi		
Baik	46	49,5
Kurang	47	50,5
Frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis		
Rendah	6	6,5
Sedang	4	4,3
Tinggi	83	89,2

Distribusi jenis kelamin responden menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, dengan persentase sebesar 66,7%. Sementara itu, responden laki-laki hanya mencapai 33,3% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa dalam subjek yang diteliti, terdapat lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki. Secara teori, jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang memengaruhi jumlah minuman yang dikonsumsi seseorang.

Uang saku merupakan sejumlah uang yang diperoleh responden dalam sehari untuk keperluan pribadi. Pada tabel 1, distribusi uang saku menunjukkan bahwa responden dengan uang saku tinggi mencapai 94,6%, sementara responden dengan uang saku rendah hanya sebesar 5,4%. Jumlah uang saku yang dimiliki seseorang dapat secara tidak langsung mempengaruhi kebiasaan mereka dalam mengonsumsi makanan atau minuman. Hal ini berkaitan erat dengan daya beli, di mana semakin besar uang saku yang dimiliki, semakin besar pula kemungkinan untuk membeli berbagai jenis makanan atau minuman⁷.

Kebiasaan membaca informasi nilai gizi merupakan tanggapan responden terkait dengan pernyataan kebiasaan membaca informasi nilai gizi pada minuman kemasan berpemanis yang dinyatakan dengan skor. Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa siswa/i yang memiliki kebiasaan membaca informasi nilai gizi dengan kategori baik sebanyak 46 orang atau 49,5%, sedangkan siswa/i dengan kebiasaan membaca informasi nilai gizi dengan kategori kurang sebanyak 47 orang atau 50,5%. Hal ini menunjukkan bahwa hampir setengah dari siswa/i tersebut memperhatikan informasi gizi pada produk minuman yang mereka konsumsi. Namun terdapat 47 siswa atau 50,5% yang memiliki kebiasaan membaca informasi nilai gizi dengan kategori kurang, hal ini berarti lebih dari separuh siswa/i tidak secara rutin atau cermat membaca informasi gizi, yang berdampak pada kurangnya kesadaran mereka terhadap kandungan gizi dalam minuman yang mereka konsumsi.

Pada variabel rekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis didapatkan mayoritas responden, yaitu 89,2%, memiliki konsumsi minuman kemasan berpemanis yang tinggi. Sebanyak 4,3% responden memiliki konsumsi sedang, sementara 6,5% lainnya memiliki konsumsi rendah. Konsumsi minuman kemasan berpemanis tertinggi di antara responden sebanyak 32,75 kali dalam seminggu, sedangkan konsumsi terendah adalah 0 kali per minggu. responden paling sering mengonsumsi jenis minuman kemasan berpemanis teh dan kopi sebesar 39%, berikut beberapa merk yang sering dikonsumsi yaitu Teh Kotak, Teh Pucuk Harum, dan Teh Gelas. Selain teh dan kopi responden sering mengonsumsi jenis minuman kemasan berpemanis lainnya sebesar 22%, yaitu Indomilk, Milo, dan Okky Jelly Drink.

Uji korelasi jenis kelamin dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis

Berikut ini hasil analisis hubungan antara jenis kelamin dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis:

Tabel 2. Tabulasi silang antara jenis kelamin dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis.

Jenis Kelamin	Frekuensi Konsumsi						Total		<i>p value</i>
	Rendah		Sedang		Tinggi				
	n	%	n	%	n	%	n	%	
Laki-laki	3	9,7	3	9,7	25	80,6	31	100	0,067
Perempuan	3	4,8	1	1,6	58	93,5	62	100	
Jumlah	6	6,5	4	4,3	83	89,2	93	100	

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa, tidak terdapat hubungan yang bermakna antara jenis kelamin dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis dengan *p value* sebesar 0,067. Pada tabel 2, data menunjukkan bahwa persentase responden dengan frekuensi konsumsi tinggi minuman kemasan berpemanis lebih banyak didominasi oleh perempuan, yaitu sebesar 93,5%, dibandingkan dengan laki-laki yang hanya sebesar 80,6%. Perbedaan ini menggambarkan kecenderungan bahwa perempuan lebih sering mengonsumsi minuman kemasan berpemanis dibandingkan laki-laki. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Ariani, (2012)⁸, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang bermakna antara jenis kelamin dengan frekuensi konsumsi minuman ringan berpemanis dengan *p value* sebesar 0.169.

Pada penelitian ini anak perempuan cenderung lebih banyak mengonsumsi minuman kemasan berpemanis dibandingkan anak laki-laki hal ini bisa disebabkan karena preferensi rasa yang berbeda antara anak laki-laki dan perempuan yaitu perempuan cenderung suka makanan dan minuman manis, pengaruh iklan yang lucu dan menarik yang menargetkan anak perempuan, dan juga pengaruh tren minuman populer dari teman sebaya. Selain itu diketahui bahwa uang saku yang diterima perempuan lebih tinggi dibanding laki-laki pada siswa atau siswi di SMAN Arjasa Jember sehingga memungkinkan bahwa perempuan lebih banyak konsumsi minuman kemasan berpemanis.

Uji korelasi uang saku dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis

Tabel 3. Tabulasi silang antara uang saku dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis

Uang Saku	Frekuensi Konsumsi						Total		<i>p value</i>
	Rendah		Sedang		Tinggi				
	n	%	n	%	n	%	n	%	
Rendah	1	20	0	0	4	80	5	100	0,317
Tinggi	5	5,7	4	4,5	79	89,8	88	100	
Jumlah	6	6,5	4	4,3	83	89,2	93	100	

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang bermakna antara uang saku dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis, dengan nilai *p* sebesar 0,317. Secara statistik, jumlah uang saku yang dimiliki seseorang tidak memengaruhi seberapa sering mereka mengonsumsi minuman kemasan berpemanis. Hal ini sejalan dengan penelitian Yulianti et al (2023)⁹, yaitu tidak terdapat hubungan yang signifikan dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis dengan uang saku dengan nilai *p value* sebesar 0,069.

Uang saku tidak berhubungan dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis karena mayoritas responden memiliki uang saku yang tinggi dengan rata-rata uang saku yang diterima Rp.13.172, sementara hanya sedikit responden yang memiliki uang saku rendah. Mayoritas responden yang memiliki uang saku tinggi cenderung menunjukkan variasi yang sedikit dalam perilaku konsumsi minuman kemasan berpemanis. Hal ini menyebabkan variasi dalam data uang saku tidak cukup untuk menunjukkan hubungan yang signifikan dengan frekuensi konsumsi minuman berpemanis.

Uji korelasi kebiasaan membaca informasi nilai gizi dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis

Berikut ini hasil analisis hubungan antara kebiasaan membaca informasi nilai gizi dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis:

Tabel 4. Tabulasi silang antara kebiasaan membaca informasi nilai gizi dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis

Kebiasaan Membaca Informasi Nilai Gizi	Frekuensi Konsumsi						Total		<i>p value</i>
	Rendah		Sedang		Tinggi				
	n	%	n	%	n	%	n	%	
Baik	4	8,7	1	2,2	41	89,1	46	100	0,915
Kurang	2	4,3	3	6,4	42	89.4	47	100	
Jumlah	6	6.5	4	4.3	83	89.2	93	100	

Tabel 4 menunjukkan bahwa siswa/i dengan kebiasaan membaca informasi nilai gizi kurang, sebagian besar mengonsumsi minuman kemasan berpemanis dengan frekuensi tinggi sebanyak 42 orang (89,4%). Demikian juga pada siswa/i dengan kebiasaan membaca informasi nilai gizi baik, sebanyak 40 orang (89,1%) mengonsumsi minuman kemasan berpemanis dengan frekuensi tinggi. Hasil uji statistik menunjukkan tidak adanya hubungan yang bermakna antara kebiasaan membaca informasi nilai gizi dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis, dengan di tunjukkan angka *p value* sebesar 0,915. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sekarputri (2019)¹⁰, yaitu tidak adanya hubungan antara kebiasaan membaca label gizi dengan konsumsi pangan dengan *p value* sebesar 0,305.

Tidak adanya hubungan tersebut dapat disebabkan oleh berbagai faktor lain yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam mengonsumsi minuman kemasan berpemanis. Beragam faktor tersebut mencakup preferensi rasa, pengaruh teman sebaya, iklan dan promosi, serta akses dan ketersediaan minuman di lingkungan sekitar sekolah. Dalam penelitian ini diketahui bahwa banyak responden jarang membaca label informasi nilai gizi ketika membeli minuman kemasan manis. Mereka cenderung memilih produk berdasarkan rasa, merek, atau kemasan yang menarik, tanpa memperhatikan kandungan gizinya. Selain itu, sebagian besar responden tetap membeli minuman meskipun produk tersebut tidak mencantumkan informasi nilai gizi yang lengkap atau jelas. Hal ini menunjukkan bahwa faktor lain seperti kebiasaan, pengaruh iklan, dan preferensi rasa lebih dominan dalam mempengaruhi pilihan mereka dibandingkan dengan informasi nilai gizi yang tersedia pada kemasan produk.

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini yaitu tidak ada hubungan yang bermakna antara jenis kelamin dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis, dengan nilai *p value* yaitu 0,067. Tidak ada hubungan yang bermakna antara uang saku dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis, dengan nilai *p value* yaitu 0,456. Tidak ada hubungan yang bermakna antara kebiasaan membaca informasi nilai gizi dengan frekuensi konsumsi minuman kemasan berpemanis, dengan nilai *p value* yaitu 0,915.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing di Politeknik Negeri Jember, Kepala Sekolah SMAN Arjasa Jember, dan Siswa /I di SMAN Arjasa Jember yang menjadi responden dalam penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

1. Juliyanti W, Wibowo YK. Literature review: implementation of Musharakah Mutanaqisah partnership over the world. Bukhori: Kajian Ekonomi dan Keuangan Islam [Internet]. 25 Juli 2021;1(1):1–10. Tersedia pada: <https://penerbitgoodwood.com/index.php/Bukhori/article/view/196>
2. CDC. Get the Facts: Sugar-Sweetened Beverages and Consumption, Centre of Disease Control and Prevention. 2018.
3. Haughton CF, Waring ME, Wang ML, Rosal MC, Pbert L, Lemon SC. Home Matters: Adolescents Drink More Sugar-Sweetened Beverages When Available at Home. *Journal of Pediatrics*. 1 November 2018;202:121–8.
4. Laporan Riskesdas 2018 Nasional.
5. Cahyaningtyas, M. D., Soviana, E., Gz, S., & Gizi, M. Hubungan frekuensi konsumsi minuman berkalori dengan status gizi pada siswa di sma negeri 5 surakarta.
6. Facjridin II, Mosipate EM, Yunus SM, Gizi P, Keperawatan F, Kebidanan D. GHIZAI : Jurnal Gizi dan Keluarga the habit of reading ing labels of sugar-sweetened beverages among adolescents and adults in makassar Kebiasaan Membaca Label Ing Minuman Manis Kemasan Pada Remaja-Dewasa Di Makassar.
7. Safriani. Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi minuman ringan (soft drink) pada siswa sma di Bogor.
8. Ariani, S. Hubungan antara factor individu dan lingkungan dengan konsumsi minuman ringan berpemanis pada siswa/I SMA negeri 1 Bekasi Tahun 2012.
9. Yulianti RD, Mardiyah S. Faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis pada remaja Factors Associated with Consumption of Sweetened Packaged Drinks among Adolescents. Vol. 30, *Jurnal Sains Kesehatan*. 2023.
10. Sekarputri DA. Hubungan antara pengetahuan dan kebiasaan membaca label gizi dengan konsumsi pangan kemasan pada mahasiswa jurusan gizi poltekkes kemenkes semarang tahun 2019.