

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN KONSUMSI MINUMAN KEMASAN BERPEMANIS PADA REMAJA**

*Factors Associated with Consumption of Sweetened Packaged Drinks among Adolescents*

**Resha Dwi Yulianti<sup>1</sup>, Sarah Mardiyah<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi S1 Gizi Fakultas Kesehatan Universitas Mohammad Husni Thamrin Jakarta

Email : [sarahmardiyah@gmail.com](mailto:sarahmardiyah@gmail.com)

**ARTICLE HISTORY**

Received [25 Oktober 2023]

Revised [09 Desember 2023]

Accepted [30 Desember 2023]

**KATA KUNCI :**

media massa, minuman kemasan berpemanis, pengetahuan gizi, teman sebaya, uang saku

**KEYWORDS:**

mass media, nutritional knowledge, peers, pocket money, sweetened packaged drinks

**ABSTRAK**

Pada remaja, konsumsi minuman manis yang berlebihan akan menimbulkan berbagai masalah gizi seperti meningkatkan risiko gangguan sindrom metabolik, karies gigi, obesitas dan penyakit kardiovaskular. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor yang berhubungan dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis pada murid di SMA Bina Dharma Jakarta tahun 2023. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan desain studi cross sectional. Pengambilan data dilakukan dengan pengisian kuesioner dan FFQ menggunakan google formulir. Pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling dengan sampel berjumlah 110 siswa dan dianalisis secara univariat dan bivariat menggunakan uji statistik Chi-Square. Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa 63% responden memiliki konsumsi minuman kemasan berpemanis yang tinggi. Hasil uji statistik menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara teman sebaya (pvalue = 0,033) dan media massa (p-value = 0,020) dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis pada remaja. Untuk variabel yang tidak terdapat hubungan yang signifikan dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis yaitu pengetahuan gizi dengan nilai (p-value 0,860) dan media massa (0,167). Diharapkan pihak sekolah bekerja sama dengan puskesmas setempat untuk mengedukasi pegawai kantin dan siswa dengan membagikan leaflet atau membuat mading mengenai pemilihan jajanan yang sehat dan baik, maksimal konsumsi gula perhari, bahaya mengonsumsi minuman berpemanis agar, serta cara membaca label Informasi Nilai Gizi (ING) pada makanan dan minuman agar siswa dapat memiliki kesadaran untuk menjaga makanan dan minuman yang dikonsumsi.

**ABSTRACT**

In teenagers, excessive consumption of sweet drinks will cause various nutritional problems such as increasing the risk of metabolic syndrome disorders, dental caries, obesity and cardiovascular disease. The aim of this research was to determine the factors associated with the consumption of sweetened packaged drinks among students at SMA Bina Dharma Jakarta in 2023. This research was quantitative using a cross sectional study design. Data collection was carried out by filling out questionnaires and FFQ using Google forms. Sampling was taken using a random sampling technique with a sample of 110 students and analyzed univariately and bivariately using the Chi-square statistical test. Based on the results of the research, it showed that 63% of respondents had a high consumption of sweetened packaged drinks. The results of statistical tests stated that there was a significant relationship between peers (p-value = 0.033) and mass media (p-value = 0.020) with the consumption of sweetened packaged drinks in adolescents. For variables that did not have a significant relationship with consumption of sweetened packaged drinks, namely nutritional knowledge with a value (p-value 0.860) and mass media (0.167). It is hoped that the school will work together with the local health center to educate canteen staff and students by distributing leaflets or making posters about choosing healthy and good snacks, maximum sugar consumption per day, the dangers of consuming sugar-sweetened drinks, and how to read the Nutritional Value Information label on food and drink so that students can have awareness of protecting the food and drink they consume.

## Pendahuluan

Masa remaja merupakan masa dimana seseorang berusia 11 hingga 21 tahun. Remaja adalah fase antara masa kanak-kanak dan dewasa. Pada masa ini remaja mengalami banyak perubahan antara lain perubahan dalam fisik, mengenai pertumbuhan dan kematangan organ reproduksi, perubahan kematangan kepribadian termasuk emosi (Nurmala, 2018). Selain itu, perubahan perilaku yang dialami remaja salah satunya perilaku makan, perilaku makan baik mengarah ke yang sehat maupun yang tidak sehat. Salah satu perilaku makan yang tidak sehat pada remaja yaitu konsumsi minuman kemasan berpemanis (Purwanti, 2020).

Minuman kemasan adalah minuman yang diolah menjadi bentuk bubuk atau cair, tidak mengandung alkohol tetapi mengandung bahan tambahan lain, baik alami maupun sintetik, dikemas dalam kemasan siap konsumsi. Minuman kemasan ada banyak jenisnya, termasuk minuman manis. Minuman yang dimaniskan dengan gula adalah minuman yang menambahkan pemanis untuk meningkatkan kandungan energinya, tetapi kandungan gizi lain hanya sedikit. (Fahria & Ruhana, 2022).

Konsumsi minuman manis di dunia masih tinggi. Data Euromonitor international pada tahun 2018 menyebutkan konsumsi minuman manis di Cina mencapai 410 liter per tahun. Indonesia berada pada tingkat ketiga dalam konsumsi minuman berpemanis (20,23 liter/ orang) di Asia Tenggara (Ferretti & Mariani, 2019). Di Indonesia, konsumsi minuman manis paling tidak seminggu sekali oleh 62% anak - anak, 72% remaja, dan 61% orang dewasa, dengan teh kemasan siap minum menjadi salah satu yang paling sering dikonsumsi (Laksmi et al., 2018).

Hasil studi sebelumnya menunjukkan minuman kemasan yang beredar di Indonesia mengandung gula 37-54 gram, dengan sumbangan kalori 310-420 kkal. Kandungan gulanya sangat tinggi dibandingkan dengan anjuran konsumsi gula sehari. WHO merekomendasikan pembatasan asupan gula tambahan di bawah 5% dari total

konsumsi energi harian, American Heart Association (AHA) merekomendasikan asupan gula tambahan kurang dari 25 gram/hari untuk usia 2 hingga 18 tahun (Fachruddin et al, 2022).

Pada remaja, konsumsi minuman manis yang berlebihan akan menyebabkan berbagai masalah gizi seperti peningkatan risiko sindrom metabolik, kerusakan gigi, dan obesitas dan penyakit kardiovaskular. Selain itu, konsumsi minuman manis yang berlebihan pada remaja putri meningkatkan risiko menarche dini dan meningkatkan gejala depresi (Nurjayanti et al., 2020). Menurut data Riskesdas tahun 2018, angka prevalensi obesitas pada remaja di Indonesia masih sangat tinggi, sebesar 16% pada remaja usia 13-15 tahun dan 13,5% pada remaja usia 16-18 tahun (Kemenkes RI, 2018). Remaja termasuk golongan usia yang rentan mengalami obesitas, dampak yang terjadi pada remaja jika mengkonsumsi minuman ringan berpemanis secara berlebihan adalah terjadinya Obesitas (Saidah, Maryanto & Pontang, 2017).

Berbagai studi menunjukkan bahwa perilaku remaja terhadap konsumsi minuman manis kemasan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya Pengetahuan gizi. Pengetahuan gizi yang rendah pada remaja berpengaruh pada kebiasaan konsumsi minuman yang salah. Hasil penelitian Alhidayanti, Nurhapipa, & Putri (2016) menunjukkan bahwa tingkat konsumsi minuman berkalori tinggi, cenderung tinggi pada siswa yang pengetahuannya kurang baik (60%). Pengetahuan yang baik akan mempengaruhi sikap dan perilakunya, dengan demikian pengetahuan pada remaja tentang minuman berpemanis juga dapat mempengaruhi perilaku dalam kebiasaan memilih dan mengkonsumsi minuman berpemanis.

Peran teman sebaya sangat kuat pada masa remaja menyebabkan perubahan gaya hidup, perilaku, pengalaman dalam memilih makanan dan minuman yang dikonsumsi (Soetjoningsih, 2004 dalam Yulinar, 2021). Penelitian Ariani (2012) bahwa 52,9% murid mengkonsumsi minuman ringan berpemanis

karena terpengaruh oleh teman sebaya. Partisipasi remaja dalam bersosialisasi, berkumpul dan berkelompok dengan teman sebaya meningkatkan aktivitas sehari-hari sehingga mempengaruhi perilaku konsumsi remaja tersebut salah satunya dalam perilaku konsumsi minuman kemasan berpemanis. Iklan komersial mengenai minuman kemasan berpemanis, khususnya di televisi sangat mempengaruhi generasi muda untuk menikmati minuman kemasan berpemanis. Pada penelitian Alhidayati (2016) menyatakan bahwa sebanyak 73,1% yang sering mengkonsumsi minuman berkalori tinggi karena terpengaruh oleh iklan dari berbagai media. Hal ini menunjukkan bahwa gencarnya layanan iklan yang menawarkan produk minuman kemasan berpemanis.

Uang saku adalah uang yang diperoleh seorang anak dari orang tuanya, dimana uang saku ini dapat memengaruhi cara anak dalam berbelanja. Biasanya, semakin banyak uang saku, semakin besar pula aktivitas belanja seseorang. (Wahyudi, 2017). Hasil penelitian Fauzia (2012) di Jakarta menunjukkan bahwa remaja menghabiskan antara 26% hingga 50% uang sakunya untuk minuman manis, termasuk minuman berkarbonasi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah faktor yang berhubungan dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis pada murid di SMA Bina Dharma Jakarta 2023?”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang berhubungan dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis pada murid di SMA Bina Dharma Jakarta 2023.

### Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, rancangan penelitian analitik dengan pendekatan *cross sectional*. Variabel dependen yang diteliti adalah konsumsi minuman kemasan berpemanis. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu pengetahuan gizi, peran teman sebaya, peran media massa, dan uang saku. Penelitian ini dilakukan di SMA Bina Dharma Jakarta pada bulan Agustus tahun

2023. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa siswi kelas XI yang berjumlah 199 orang. Besar sampel berjumlah 110 responden dihitung menggunakan rumus uji hipotesis dua proporsi. Pengambilan sampel melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria: (1) siswa yang aktif dan bersedia menjadi responden dengan mengisi inform consent dan (2) siswa merupakan siswa kelas XI.

Pengumpulan data dibagi menjadi data primer yaitu data yang diambil dengan menggunakan kuesioner yang diisi secara *online* melalui *Google form*, dan data sekunder yang diambil secara tidak langsung berupa jumlah siswa dan gambaran umum SMA Bina Dharma Jakarta yang diperoleh dari situs web sekolah.

Konsumsi minuman kemasan berpemanis adalah Tingkat frekuensi responden dalam mengonsumsi minuman kemasan berpemanis. Data diambil melalui form *Semi Quantitative FFQ* (periode waktu selama 1 bulan terakhir) melalui *google form* dan hasil ukur konsumsi minuman kemasan berpemanis dikategorikan menjadi dua yaitu sering  $\geq 4x/minggu$  dan jarang jika  $< 4x/minggu$ .

Variabel pengetahuan gizi mengenai konsumsi minuman kemasan berpemanis adalah pemahaman responden terkait hal yang sehubungan dengan gizi khususnya kandungan dan pengaruh minuman kemasan berpemanis terhadap tubuh. Kuesioner diadaptasi dari penelitian Hakimah (2022). Data diambil dengan menggunakan kuesioner melalui *google form*. Nilai pengetahuan gizi responden didapatkan dari skoring jawaban responden. jika responden menjawab dengan benar diberi nilai 1, apabila responden salah diberi nilai 0. Yang kemudian dipersentase dengan cara jumlah benar dibagi jumlah pertanyaan dikali seratus. Hasilnya kemudian dikategorikan menjadi 2 yaitu pengetahuan gizi kurang (jawaban benar  $< 80\%$ ) dan pengetahuan gizi baik (jawaban benar  $\geq 80\%$ ).

Variabel teman sebaya adalah Seseorang yang terdapat dalam kelompok

sepermainan responden yang dapat memengaruhi konsumsi minuman kemasan berpemanis pada responden. Dan variabel media massa adalah Media informasi, cetak maupun elektronik yang dapat memengaruhi pola konsumsi responden terhadap minuman manis. Kuesioner teman sebaya dan media massa diadaptasi dari penelitian Yulinar (2021) dan Hakimah (2022). Data tersebut didapat dari kuesioner melalui google form. Nilai teman sebaya didapatkan dari skoring jawaban responden. apabila responden menjawab YA diberi nilai 1, apabila responden menjawab TIDAK diberi nilai 0. Hasilnya kemudian dikelompokkan menjadi 2 kategori yaitu Ada Pengaruh, Jika skor  $\geq 2$  dan Tidak Ada Pengaruh, Jika skor  $< 2$ .

Variabel uang saku adalah Besarnya uang saku yang diterima dari orang tua untuk keperluan jajan anaknya. Diperoleh dari pengisian kuesioner, yang diadaptasi dari

penelitian Ariani (2012). Yang kemudian dikategorikan menjadi 2 yaitu besar jika uang saku  $\geq$  mean dan kecil jika uang saku  $<$  mean. Hasil pengisian kuesioner uang saku kemudian dilakukan uji normalitas data diperoleh mean Rp 20.000,00.

Pengolahan data meliputi *editing, coding, processing* dan *cleaning*. Data yang sudah terkumpul selanjutnya dianalisis secara univariat dan bivariat dengan uji statistik *Chi-Square* menggunakan *software* SPSS.

## Hasil Penelitian

### 1. Analisis Univariat

Gambaran distribusi karakteristik (jenis kelamin dan usia), frekuensi variabel *independent* (Pengetahuan gizi, teman sebaya, media massa, dan uang saku) dan variabel *dependent* (konsumsi minuman kemasan berpemanis) dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini :

Tabel 1.

Distribusi Karakteristik, Konsumsi Minuman Kemasan Berpemanis, Pengetahuan Gizi, Uang Saku, Teman Sebaya, Media Massa pada murid di SMA Bina Dharma

| Variabel                                   | N  | Persentase (%) |
|--|----|----------------|
| <b>Jenis Kelamin</b>                       |    |                |
| Laki-laki                                  | 49 | 44,5           |
| Perempuan                                  | 61 | 55,5           |
| <b>Usia</b>                                |    |                |
| 16 tahun                                   | 71 | 64,5           |
| 17 tahun                                   | 37 | 33,6           |
| 18 tahun                                   | 2  | 1,8            |
| <b>Konsumsi Minuman Kemasan Berpemanis</b> |    |                |
| Sering                                     | 63 | 57,3           |
| Jarang                                     | 47 | 42,7           |
| <b>Pengetahuan Gizi</b>                    |    |                |
| Kurang                                     | 42 | 38,2           |
| Baik                                       | 68 | 61,8           |
| <b>Uang saku</b>                           |    |                |
| Besar                                      | 58 | 52,7           |
| Kecil                                      | 52 | 47,3           |
| <b>Teman Sebaya</b>                        |    |                |
| Ada pengaruh                               | 72 | 65,5           |
| Tidak ada pengaruh                         | 38 | 34,5           |
| <b>Media Massa</b>                         |    |                |
| Ada pengaruh                               | 73 | 66,4           |
| Tidak ada pengaruh                         | 37 | 33,6           |

| Variabel           | N  | Persentase (%) |
|--------------------|----|----------------|
| Sumber Media Massa |    |                |
| Televisi           | 37 | 33,6           |
| Radio              | 0  | 0,0            |
| Majalah            | 3  | 2,7            |
| Internet           | 70 | 63,6           |

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa dari 110 responden, responden berjenis kelamin perempuan (55,5%) lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki (52,5%). Lebih dari 50% responden berusia 16 tahun dengan jumlah 71 siswa. Responden yang mengonsumsi minuman kemasan berpemanis dalam kategori sering sebanyak 63 responden (57,3%), Lebih banyak responden yang memiliki pengetahuan gizi dalam kategori baik yaitu 61,8%. Responden sebagian besar memiliki uang saku dalam kategori besar sebanyak 58 responden (52,7%). Responden dengan adanya pengaruh teman sebaya sebanyak 72 responden (65,5%). Responden yang ada

pengaruh dari media massa sebanyak 73 responden (66,4%), serta sumber media massa yang sering di lihat yaitu internet sebanyak 70 responden (63,6%).

## 2. Analisis Bivariat

Analisis bivariat digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen yaitu konsumsi minuman kemasan berpemanis dengan variabel independen yaitu pengetahuan gizi mengenai konsumsi minuman kemasan berpemanis, teman sebaya, media massa dan uang saku dengan menggunakan uji *Chi-Square*. Berikut ini hasil analisis bivariat :

Tabel 2.  
Analisis Hubungan antara Pengetahuan Gizi, Teman Sebaya, Media Massa, dan Uang Saku dengan Konsumsi Minuman Kemasan Berpemanis

| Variabel           | Frekuensi Konsumsi Minuman Kemasan Berpemanis |      |        |      | Total |     | p-value |
|--------------------|---|------|--------|------|-------|-----|---------|
|                    | Sering  |      | Jarang |      | n     | %   |         |
|                    | n   | %    | n      | %    |       |     |         |
| Pengetahuan Gizi   |   |      |        |      |       |     |         |
| Kurang             | 25  | 59,5 | 17     | 40,5 | 42    | 100 | 0,860   |
| Baik               | 38  | 55,9 | 30     | 68   | 68    | 100 |         |
| Teman Sebaya       |   |      |        |      |       |     |         |
| Ada pengaruh       | 47  | 65,3 | 25     | 34,7 | 72    | 100 | 0,033   |
| Tidak ada pengaruh | 16  | 42,1 | 22     | 57,9 | 38    | 100 |         |
| Media Massa        |   |      |        |      |       |     |         |
| Ada pengaruh       | 48  | 65,8 | 25     | 34,2 | 73    | 100 | 0,020   |
| Tidak ada pengaruh | 15  | 40,5 | 22     | 59,5 | 37    | 100 |         |
| Uang Saku          |   |      |        |      |       |     |         |
| Besar              | 28  | 48,3 | 30     | 51,7 | 58    | 100 | 0,069   |
| Kecil              | 35  | 67,3 | 17     | 32,7 | 52    | 100 |         |

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara teman sebaya dan media massa dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis pada murid di SMA Bina Dharma Jakarta Tahun 2023. Serta tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan gizi dan uang saku dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis pada murid di SMA Bina Dharma Jakarta.

### Pembahasan

Gambaran konsumsi minuman kemasan berpemanis pada murid SMA Bina Dharma dalam penelitian ini menunjukkan 57,3% responden memiliki tingkat konsumsi minuman kemasan berpemanis dalam kategori sering yaitu  $\geq 4x$  dalam seminggu. Hasil tersebut terbilang tinggi jika dibandingkan dengan hasil riskesdas 2018 karena mendekati angka prevalensi riskesdas yaitu menunjukkan data sebesar 61,86% remaja mengkonsumsi minuman manis  $\geq 1x$ /hari (Kemenkes RI, 2018).

Pada penelitian ini sebagian besar memiliki tingkat pengetahuan gizi yang baik yaitu sebanyak 61,8% dan responden yang memiliki tingkat pengetahuan gizi rendah sebanyak 42%. Hal ini dikarenakan sekolah sudah mendapat penyuluhan gizi dari fasilitas kesehatan setempat, serta siswa banyak membaca informasi gizi dari internet.

Menurut Notoatmodjo (2003) Pengetahuan dapat menjadi salah satu pertimbangan dalam memilih dan mengkonsumsi makanan atau minuman. Biasanya semakin baik pengetahuan gizi seseorang, maka akan semakin memperhatikan kualitas dan kuantitas pangan yang dikonsumsinya. Pada penelitian ini, didapatkan bahwa hasil uji statistik menggunakan uji chi-square terlihat bahwa responden yang memiliki tingkat konsumsi minuman manis dengan kategori sering merupakan responden yang memiliki pengetahuan baik yaitu sebanyak 55,9% (38 responden) dan responden yang memiliki pengetahuan kurang 59,5% (25 responden) dengan nilai ( $p$ -value=0,860), sehingga

menunjukkan hasil tidak ada hubungan yang signifikan antara pengetahuan gizi dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis. Hal ini mengartikan bahwa walaupun responden memiliki pengetahuan yang baik tentang minuman berpemanis, namun bukan berarti responden tidak sering mengonsumsi minuman kemasan berpemanis, baik dalam jumlah sedikit maupun banyak. Menurut Gibney (2005), pengetahuan gizi yang baik bukanlah faktor utama yang menentukan sering atau tidaknya responden mengonsumsi minuman kemasan berpemanis. Seseorang yang memiliki tingkat pengetahuan yang baik terhadap suatu makanan belum tentu akan mengonsumsi makanan tersebut. Faktor lain juga dapat menentukan masalah pemilihan makanan, salah satunya adalah rasa. Respon utama yang biasa diberikan konsumen terhadap alasan mengapa mereka memilih suatu jenis makanan tertentu adalah karena mereka menyukai rasanya (Safriani, 2014).

Pada penelitian ini lebih dari sebagian responden 65,5% mendapat pengaruh dari teman sebaya dalam mengonsumsi minuman kemasan berpemanis. Hal tersebut terjadi karena responden pada saat jam istirahat selalu berkumpul dengan teman temannya.

Berdasarkan penelitian ini, didapatkan hasil bahwa responden yang sering mengonsumsi minuman kemasan berpemanis sebagian besar mendapat pengaruh dari teman sebayanya sebanyak (65,3%), sedangkan responden yang tidak mendapat pengaruh dari teman sebaya sebanyak (42,1%) dengan nilai ( $p$ -value=0,033) sehingga dapat disimpulkan ada hubungan yang signifikan antara teman sebaya dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis.

Hal ini mengartikan bahwa teman sebaya sangat berpengaruh dalam pemilihan makanan dan minuman pada remaja. Pengaruh teman sebaya terhadap perilaku berisiko kesehatan remaja dapat terjadi melalui sosialisasi teman sebaya, dengan pengaruh yang berasal dari teman sebaya. Artinya ketika seorang remaja bergabung

dalam suatu kelompok teman sebaya, hendaknya remaja tersebut berperilaku sama dengan temannya, sesuai dengan norma-norma yang dikembangkan oleh kelompok tersebut (Stuart, 2006).

Pada penelitian ini sebanyak 66,4% responden mendapat pengaruh media massa dalam mengonsumsi minuman kemasan berpemanis, sedangkan sebanyak 33,6% responden tidak mendapat pengaruh media massa. Penelitian yang dilakukan oleh Hakimah (2022) sejalan dengan penelitian ini yang menyatakan hasil 64,1% responden mendapat pengaruh media massa dalam mengonsumsi minuman berpemanis dan 35,9% tidak terdapat pengaruh media massa dalam mengonsumsi konsumsi minuman berpemanis. Menurut hasil wawancara responden, responden paling banyak dipengaruhi oleh iklan di sosial media. Oleh sebab itu salah satu bentuk informasi sugestif dalam media massa yaitu iklan yang selalu terus menerus digunakan dalam dunia bisnis dengan tujuan memperluas penjualan atau memperkenalkan suatu produk baru (Azwar, 2010).

Hasil uji statistik menggunakan uji chi-square menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara media massa dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis dengan nilai ( $p$ -value= 0,020). Terlihat bahwa responden yang mendapat pengaruh media massa dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis dalam kategori sering memiliki presentase lebih besar yaitu 65,8% dibandingkan dengan responden yang tidak mendapat pengaruh media massa dalam konsumsi ssbs yaitu 40,5%. Hal ini terjadi karena pengaruh penggunaan gadget pada remaja dengan peningkatan konsumsi minuman kemasan berpemanis terjadi karena sering terpapar iklan, Disamping itu, pengemasan yang baik pada produk makanan dan minuman dapat menarik konsumen dengan strategi yang beragam dalam menampilkan produk dalam iklan yang membuat remaja tertarik untuk mengonsumsi produk tersebut (Nurjayanti, Rahayu, & Fitriani, 2020).

Besar kecilnya uang saku yang diberikan berhubungan dengan tingkat sosial ekonomi seseorang. Tingkatan kelompok sosial tersebut berhubungan dengan pola konsumsi makanan seseorang. Jika orang dengan kelas sosial yang menengah atas cenderung memiliki pola makan yang lebih sehat, hal ini dikarenakan adanya kesadaran terhadap kesehatan dan gaya hidup sehat (Gibney,2004). Uang saku merupakan pendapatan yang diperoleh seorang anak dari orang tuanya, dimana uang saku tersebut dapat mempengaruhi bagaimana pola konsumsi seseorang, pada umumnya semakin tinggi uang saku, semakin tinggi pula kegiatan konsumsi seseorang (Wahyudi, 2017). Uang saku merupakan faktor yang mempengaruhi remaja untuk memilih produk dan merk minuman ringan berkarbonasi yang akan dikonsumsi (Muthmainnah, 2012).

Pada penelitian ini lebih besar responden yang memiliki uang saku dalam kategori besar (52,7%), sedangkan responden yang memiliki uang saku dalam kategori kecil sebanyak 47,3%. Hasil uji statistik dengan menggunakan uji chi-square menunjukkan hasil tidak ada hubungan yang signifikan antara uang saku dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis dengan nilai ( $p$ -value=0,069). Terlihat bahwa responden yang sering konsumsi minuman kemasan berpemanis dengan uang saku yang kecil memiliki presentase 67,3% dibandingkan dengan responden uang sakunya besar memiliki presentase 48,3%.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulinar (2021) yang menunjukkan tidak ada hubungan yang signifikan antara uang saku dengan frekuensi konsumsi minuman ringan berpemanis dengan nilai ( $p$ -value=0,435). Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Skriptiana (2009) menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang sering konsumsi minuman berpemanis adalah yang memiliki uang saku rendah dengan presentase 68,8%, dibandingkan dengan uang saku tinggi 64,3%.

Hubungan uang saku dan konsumsi bisa terjadi ketika ada uang yang bisa dibelanjakan, termasuk untuk membeli minuman kemasan berpemanis. Uang saku yang diterima setiap responden pada penelitian ini berbeda-beda, uang saku terkecil sebanyak Rp 5.000 dan uang saku terbesar sebanyak Rp 50.000. Hasil survei menunjukkan bahwa responden yang banyak mengonsumsi minuman kemasan berpemanis mempunyai uang saku rendah. Hal tersebut dapat terjadi karena siswa memilih minuman kemasan berpemanis yang lebih murah. Selain harga yang lebih murah, volume minuman kemasan berpemanis dengan harga Rp 1000 - Rp 3000 juga besar yaitu berkisar 80ml-535ml. Harga minuman kemasan berpemanis mempengaruhi keputusan seseorang dalam membeli minuman kemasan berpemanis.

### Kesimpulan

1. Responden yang mengonsumsi minuman kemasan berpemanis dalam kategori sering sebanyak 57,3%
2. Responden yang memiliki pengetahuan gizi baik sebanyak 61,8%
3. Responden dengan adanya pengaruh teman sebaya terhadap konsumsi minuman kemasan berpemanis sebanyak 65,5%
4. Responden dengan adanya pengaruh media massa terhadap konsumsi minuman kemasan berpemanis sebanyak 66,4%
5. Responden yang memiliki uang saku besar sebanyak 52,7%
6. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan gizi dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis pada murid SMA Bina Dharma Jakarta.
7. Terdapat hubungan yang signifikan antara teman sebaya dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis pada murid SMA Bina Dharma Jakarta.
8. Terdapat hubungan yang signifikan antara media massa dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis pada murid SMA Bina Dharma Jakarta.
9. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara uang saku dengan konsumsi

minuman kemasan berpemanis pada murid SMA Bina Dharma Jakarta.

### Daftar Pustaka

- Alhidayati, Nurhapipa, & Putri, R. (2016). Relationship of Adolescents Behavior To Consumption of Soft Drinks in SMPN 5 Pekanbaru Year 2016. *Photon*, 7(02): 53–60. DOI: <https://doi.org/10.37859/jp.v7i02.503>
- Ariani, S. (2012). Hubungan Antara faktor Individu dan Lingkungan dengan Konsumsi Minuman Ringan Berpemanis pada Siswa/I SMA Negeri 1 Bekasi Tahun 2012. *Skripsi*, Depok: Program Studi Ilmu Gizi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia. Diunduh dari: [https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20315610-S\\_Suci%20Ariani.pdf](https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20315610-S_Suci%20Ariani.pdf)
- Azwar, S. (2010). Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Fahria, S. & Ruhana, A. (2022). Konsumsi Minuman Manis Kemasan Pada Mahasiswa Prodi Gizi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Gizi Unesa*, 2(2), 95 – 99.
- Fachruddin, I. I., et al. (2022). Sugar-Sweetened Beverages Consumption Among Adolescents And Adults In Makassar. *GHIZAI*, 1(30). Diunduh dari: <http://journal.unimerz.com/index.php/ghizai>
- Fauzia, A. (2012). Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Konsumsi Minuman Ringan (*Soft Drink*) Berkarbonasi pada Siswa SMP Islam PB Soedirman Jakarta Timur Tahun 2012 pada Siswa SMP Islam PB Soedirman Jakarta Timur Tahun 2012. *Skripsi*. Depok: Program Studi Ilmu Gizi Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia. Diunduh dari: <https://lib.ui.ac.id/m/detail.jsp?id=20308716&lokasi=lokal>

- Ferretti F, Mariani, M. (2019). Sugar-Sweetened Beverage Affordability And The Prevalence of Overweight and Obesity in A Cross Section of Countries. *Global Health*, 15(1), 1–14. Diunduh dari <https://globalizationandhealth.biomedcentral.com/>
- Gibney, M. J. E. et al (2008) *Gizi Kesehatan Masyarakat*. EGC: Jakarta.
- Hakimah, T. H. L. (2021). Hubungan Pengetahuan Gizi, Peran Keluarga dan Media Massa dengan Pola Konsumsi Sugar-Sweetened Beverages (Ssbs) pada Siswa di SMP Negeri 11 Kota Bekasi. *Skripsi*. Jakarta: Program Studi Gizi, Fakultas Kesehatan, Universitas Mohammad Husni Thamrin.
- Kemendes RI. (2018). Laporan Nasional Riskesdas 2018. Jakarta: Kemendes RI.
- Laksmi, P. W. et al. (2018). Fluid Intake Of Children, Adolescents and Adults in Indonesia: Results of The 2016 Liq.In7 National Cross-Sectional Survey. *European Journal of Nutrition*, 57(3), 89–100. Diunduh dari: <https://scholar.ui.ac.id/>
- Muthmainnah. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis PNJ 2009. *Skripsi*. Depok: Program Studi Ilmu Keperawatan Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia.
- Notoatmodjo, S. (2003) Pendidikan dan Perilaku Kesehatan. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Nurjayanti, E., Rahayu, N. S., & Fitriani, A. (2020). Pengetahuan Gizi, Durasi Tidur, dan Screen Time Berhubungan dengan Tingkat Konsumsi Minuman Berpemanis pada Siswa SMP Negeri 11 Jakarta. *ARGIPA*. 5(1), 34-43.
- Nurmala, D. (2018). Hubungan Pengetahuan dan Konsumsi Sugar Sweetened Beverages dengan Status Gizi Remaja di SMPN 3 Surakarta. *Skripsi*. Surakarta: Program Studi Ilmu Gizi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Purwanti, K. M. (2020). Kontribusi Energi Minuman Ringan (*Soft Drink*) terhadap Konsumsi Energi Dan status Gizi Siswa SMP Negeri 3 Sukawati. *Karya Tulis Ilmiah*. Denpasar : Jurusan Gizi Prodi Diploma Tiga, Politeknik Kesehatan Kemenkes Denpasar.
- Saidah, F., Maryanto, S., & Pontang, G. S. (2017). Hubungan Kebiasaan Konsumsi Minuman Berpemanis dengan Kejadian Gizi Lebih pada Remaja di SMA Institut Indonesia Semarang. *Jurnal Gizi dan Kesehatan*, 9(22) : 150-157.
- Saputro, S. T., & Pardiman. (2012). Pengaruh Disiplin Belajar dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2009 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*. 10(1): 78-97. DOI: [10.21831/jpai.v10i1.923](https://doi.org/10.21831/jpai.v10i1.923)
- Safriani, F. (2014). Faktor-Faktor Yang Berhubungan dengan Perilaku Konsumsi Minuman Ringan (*Soft Drink*) pada Siswa SMA di Bogor. *Skripsi*. Bogor: Departemen Gizi Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor,.
- Skriptiana, N. R. (2009). Hubungan antara Pengetahuan Gizi, Teman Sebaya, Media Massa dan Faktor Lain Dengan Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi pada Siswa-

- Siswi SMP IT Nurul Fikri Tahun 2009. Depok: Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia.
- Diunduh dari: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=125828&lokasi=lokal>
- Stuart, G. W. (2006). Buku Saku Keperawatan Jiwa (Kelima). Jakarta: Buku Kedokteran EGC.
- Wahyudi, A. Y. (2017). Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup terhadap Minat Menabung. Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
- Yulinar, L. (2021). Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi Pada Siswa di SMP Trisoko. Skripsi. Jakarta: Program Studi Gizi, Fakultas Kesehatan Universitas Mohammad Husni Thamrin,