



FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN PERILAKU KONSUMSI MINUMAN RINGAN (*SOFT DRINK*) PADA SISWA SMA DI BOGOR

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agr

University

FADHILLAH SAFRIANI



**DEPARTEMEN GIZI MASYARAKAT
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2014**

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA*

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berjudul Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Konsumsi Minuman Ringan (*Soft Drink*) pada Siswa SMA di Bogor adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, November 2014

Fadhillah Safriani
NIM 114124028

*Pelimpahan hak cipta atas karya tulis dari penelitian kerja sama dengan pihak luar IPB harus didasarkan pada perjanjian kerja sama terkait

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak Cipta Diliindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang memunculkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

ABSTRAK

FADHILLAH SAFRIANI. Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Konsumsi Minuman Ringan (*Soft Drink*) pada Siswa SMA di Bogor. Dibimbing oleh SRI ANNA MARLIYATI.

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi minuman ringan (*soft drink*) pada siswa SMA kelas X dan XI di Bogor. Desain penelitian yang digunakan adalah *crosssectional study*. Jumlah contoh sebanyak 200 orang terdiri dari 100 laki-laki dan 100 perempuan. Tempat dan subjek penelitian dipilih secara *purposive*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 81.5% contoh sering mengonsumsi minuman ringan dan mengonsumsi lebih dari 1000 ml (64%). Sebanyak 85% contoh memiliki pengetahuan yang baik tentang minuman ringan, 51.5% contoh terpengaruh teman sebaya dan 68% tidak terpengaruh media massa dalam mengonsumsi minuman ringan. sebanyak 54% contoh memiliki persepsi negatif tentang konsumsi minuman ringan dan 73% contoh memiliki status gizi normal. Hasil uji korelasi *Spearman* menunjukkan tidak terdapat hubungan ($p>0.05$) antara uang saku contoh dengan frekuensi konsumsi minuman ringan, namun berhubungan dengan jumlah konsumsi minuman ringan ($p<0.05$). Tidak terdapat hubungan ($p>0.05$) antara pengetahuan tentang minuman ringan, pengaruh teman sebaya, pengaruh media massa dan persepsi tentang minuman ringan dengan frekuensi dan jumlah konsumsi minuman ringan. Frekuensi dan jumlah konsumsi minuman ringan tidak berhubungan dengan status gizi contoh.

Kata kunci: konsumsi, minuman ringan, perilaku

ABSTRACT

FADHILLAH SAFRIANI. The Factors Related to Soft Drink Consumption Behavior in Student Senior High School Bogor. Supervised by SRI ANNA MARLIYATI.

This research aimed to analyze the factors related to soft drink consumption of high school students class X and XI in Bogor. Design used for this study was a crosssectional with 200 subjects (100 boys and 100 girls). Places and subjects were selected purposively. The results showed that 81.5% of subject often consume soft drinks and consume more than 1000 ml (64%). A total of 85% of subjects had a good knowledge of soft drinks, 51.5% of subjects was affected by peers and 68% were not affected by the mass media in consume soft drink. A total 54% of subject had a negative perceived about the consumption of soft drinks. Spearman correlation test showed there was no correlation ($p>0.05$) between allowance instance with the frequency of soft drinks consumption, but had correlation with the amount of soft drinks consumption ($p<0.05$). There was no relationship between knowledge of soft drinks, peers, mass media and perceived about soft drink with frequency and amount of soft drinks. Frequency and amount of soft drinks consumption was not associated with nutritional status of subjects.

Keywords: behavior, consumption, soft drink



Hak Cipta Diliindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN PERILAKU KONSUMSI MINUMAN RINGAN (*SOFT DRINK*) PADA SISWA SMA DI BOGOR

FADHILLAH SAFRIANI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Gizi
dari Program Studi Ilmu Gizi pada
Departemen Gizi Masyarakat

**DEPARTEMEN GIZI MASYARAKAT
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2014**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricul

rsity

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak Cipta Diliindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Judul skripsi : Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Konsumsi Minuman Ringan (*Soft Drink*) pada Siswa SMA di Bogor
Nama : Fadhillah Safriani
NIM : I14124028

Disetujui oleh

Dr. Ir. Sri Anna Marliyati, MS
Pembimbing

Diketahui oleh

Dr Rimbawan
Ketua Departemen

Tanggal Lulus :

- Hak Cipta Diliindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak Cipta Diliindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Konsumsi Minuman Ringan (*Soft Drink*) pada Siswa SMA di Bogor”. Tak lupa pula shalawat beriring salam penulis curahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang membawa ajaran yang sempurna dan mulia sebagai pedoman hidup bagi seluruh umat manusia.

Banyak pihak yang telah membantu penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini, maka penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ayahanda, Ibunda serta kedua adikku tercinta yang senantiasa mendoakan, memberikan kepercayaan penuh serta dukungan baik moril maupun materil yang tak hentinya kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Ir. Sri Anna Marliyati, MS selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu dan pikiran, memberikan semangat, masukan, arahan, kritik, motivasi, nasihat serta dukungan yang tak terkira untuk penyelesaian skripsi ini.
3. Prof. Dr. Ir. Siti Madanijah, MS selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan kritik dan saran demi penyempurnaan skripsi ini.
4. Leily Amalia Furkon, STP, MSi selaku dosen pembimbing akademik.
5. Pihak sekolah SMAN 1 dan SMAN 3 Kota Bogor yang telah memberikan izin tempat dan siswa-siswi SMAN 1 dan SMAN 3 Kota Bogor yang telah bersedia menjadi responden penelitian.
6. Keluarga besar Alm. Abo Sofyan (bunda, tante, om, sepupu) yang telah memberikan dukungan, doa, motivasi dan semangat yang tak terkira.
7. Teman-teman penghuni kos putri Pondok Nayyara yang menjadi keluarga kedua di Bogor, teman seperjuangan dan senantiasa memberikan dukungan serta motivasi (Kak Eva, Widia, Ipah, Tita, Kak Ipit, Ade, Bunda dan Nenek).
8. Sahabat seperjuangan selama menempuh jenjang sarjana (Pina, Tita, Dina, Ipah, Kak Winda, Titis, Cicit, Irma, Liris, Nida, Fajar, Reni, Kak Agung, Awan, Pak Agung, Pak Satibi) dan seluruh keluarga besar Nutrigenomic (Alih Jenis Gizi Masyarakat Angkatan 06).
9. Reza Ulfajri atas dukungan, arahan dan motivasi yang diberikan selama ini.
10. Family 1H1L (BEM Poltekkes Aceh 2009/2011), Sahabatku Yuli dan Adel, B’Juni, Irham, Alsyifaa (Pipit, K’nopi, Dewi, Mumut) yang telah memberikan doa dan semangat kepada penulis.
11. Seluruh civitas akademik Departemen Gizi Masyarakat serta pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan, maka dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tulisan ini. Semoga tulisan ini bermanfaat.

Bogor, November 2014

Fadhillah Safriani



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Tujuan Penelitian	2
Hipotesis Penelitian	3
Manfaat Penelitian	3
KERANGKA PEMIKIRAN	3
METODE	4
Desain, Tempat dan Waktu	4
Teknik Penarikan Contoh	4
Jenis dan Cara Pengumpulan Data	5
Pengolahan dan Analisis Data	7
Definisi Operasional	10
HASIL DAN PEMBAHASAN	11
Karakteristik Contoh	11
Karakteristik Keluarga	11
Perilaku Konsumsi Minuman Ringan	14
Pengetahuan Mengenai Minuman Ringan	16
Pengaruh Teman Sebaya	18
Pengaruh Media Massa	18
Persepsi Tentang Minuman Ringan	19
Status Gizi	20
Hubungan Antar Variabel	20
SIMPULAN DAN SARAN	22
Simpulan	22
Saran	23
DAFTAR PUSTAKA	23
LAMPIRAN	27

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

DAFTAR TABEL

1	Jenis Data dan cara pengumpulannya	6
2	Pengategorian variabel penelitian	8
3	Sebaran contoh berdasarkan karakteristik contoh	12
4	Sebaran contoh berdasarkan karakteristik keluarga	13
5	Sebaran contoh berdasarkan frekuensi konsumsi minuman ringan dan jenis kelamin	15
6	Sebaran contoh berdasarkan jumlah konsumsi minuman ringan dan jenis kelamin	15
7	Sebaran contoh berdasarkan jenis, frekuensi dan jumlah konsumsi minuman ringan	
8	Sebaran contoh berdasarkan pengetahuan mengenai minuman ringan dan jenis kelamin	16
9	Sebaran pertanyaan tentang pengetahuan minuman ringan yang dijawab benar oleh contoh dibedakan berdasarkan jenis kelamin	
10	Sebaran contoh berdasarkan pengaruh teman sebaya dan jenis kelamin	17
11	Sebaran contoh berdasarkan pengaruh media massa dan jenis kelamin	17
12	Sebaran contoh berdasarkan persepsi tentang minuman ringan dan jenis kelamin	18
13	Sebaran contoh berdasarkan status gizi dan jenis kelamin	19
14	Hubungan antara uang saku, pengetahuan tentang minuman ringan, pengaruh teman sebaya, pengaruh media massa dan persepsi tentang minuman ringan dengan perilaku konsumsi minuman ringan contoh	
15	Hubungan antara frekuensi dan jumlah konsumsi minuman ringan dengan status gizi contoh	

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi minuman ringan (<i>soft drink</i>) pada siswa SMA	5
---	--	---

DAFTAR LAMPIRAN

1	Nilai koefisien korelasi hubungan antar variabel	27
2	Dokumentasi	28



Hak Cipta Diliindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk hidup memiliki kebutuhan dasar yang harus dipenuhi untuk bertahan hidup. Kebutuhan dasar manusia salah satu diantaranya adalah air. Manusia yang sehat rata-rata membutuhkan air 2,5 L per hari untuk melakukan proses metabolisme didalam tubuh (Sudirman 2008). Seiring perkembangan zaman, manusia memiliki kecenderungan untuk mengonsumsi minuman selain air putih. Seiring itu pula, industri minuman modern pun semakin berkembang dan menawarkan berbagai macam jenis, rasa, warna dan kemasan. Berbagai minuman ringan (*soft drinks*) seperti cola, minuman rasa buah, jus, sudah banyak tersedia di pasaran.

Minuman ringan (*soft drink*) adalah minuman yang tidak mengandung alkohol, merupakan minuman olahan dalam bentuk bubuk atau cair yang mengandung bahan makanan dan atau bahan tambahan lainnya baik alami maupun sintetis yang dikemas dalam kemasan siap untuk dikonsumsi. Minuman ringan terdiri dari dua jenis, yaitu minuman ringan dengan karbonasi dan minuman ringan tanpa karbonasi (Cahyadi 2008). Menurut Vijayakumar (2005), minuman ringan berkarbonasi yaitu minuman yang mengandung karbondioksida, dikenal dengan *soft drink*, contohnya minuman berkarbonasi rasa kola, minuman berkarbonasi rasa stroberi, minuman berkarbonasi rasa lemon, dan teh bersoda, sedangkan minuman ringan tidak berkarbonasi yaitu minuman ringan yang tidak mengandung karbondioksida, contoh: minuman isotonik, minuman teh hijau dan minuman ion. Menurut Asosiasi Minuman Ringan Indonesia bahwa konsumsi minuman ringan di Indonesia masih didominasi oleh air minuman dalam kemasan (84,1%), diikuti teh cepat saji (8,9%), minuman berkarbonasi (3,5%), dan minuman ringan lainnya (3,5%) (Mandiri 2012).

Secara umum, target pemasaran dari produsen minuman ringan adalah remaja, karena remaja merupakan masa transisi dari anak-anak menjadi dewasa dimana segala bentuk gaya dan *trend* mode masa kini diikuti tanpa berpikiran dampak negatif dari tindakan tersebut (Thomas 2010).

Penelitian yang dilakukan oleh Lien *et al.* (2006) di Norwegia tentang konsumsi *soft drinks* pada remaja di Norwegia menunjukkan bahwa rata-rata remaja mengonsumsi *soft drinks* 1-6 kali setiap minggunya. Penelitian lain yang dilakukan oleh Prasetya di SMP Yaspen Tugu Ibu Depok menunjukkan bahwa 33% siswa mengonsumsi *soft drinks* berkarbonasi 1-5 kali dalam sehari, 48,7% siswa mengonsumsi 1-6 kali dalam seminggu dan 18,4% tidak pernah mengonsumsi *soft drinks* (Prasetya 2007). Tahun 2008, *Spire Research and Consulting* yang bekerjasama dengan Majalah Marketing melakukan riset konsumsi pada 1000 responden remaja usia 13-18 tahun di lima kota di Indonesia (Jakarta, Surabaya, Semarang, Medan, dan Makassar). Salah satu hasil temuannya adalah mengenai konsumsi minuman ringan pada remaja. Mereka rata-rata mengonsumsi minuman ringan 2 botol atau kaleng dalam seminggu (Skriptiana 2009).

Alamsyah (2010) dalam penelitiannya pada remaja SMP Raksana Medan, menunjukkan bahwa minuman ringan merupakan minuman yang paling digemari

oleh sebagian kelompok remaja dengan tingkat konsumsi mencapai dua kaleng atau botol dalam kurun waktu satu minggu. Hal ini terjadi karena pada masa remaja cenderung terjadi perubahan – perubahan yang cepat dalam aspek kognitif dan emosi sehingga remaja cenderung selalu ingin mencoba *trend* baru dan cenderung menjadikan konsumsi minuman ringan sebagai gaya hidup.

Mengonsumsi minuman ringan (*soft drink*) secara rutin dan berlebihan dapat menyebabkan dampak yang buruk terhadap peminumnya. Konsumsi minuman ringan (*softdrink*) yang mengandung gula pemanis memiliki hubungan dengan terjadinya peningkatan angka kegemukan (obesitas), kencing manis, gigi berlubang, keropos tulang (osteoporosis) dan rendahnya kadar zat gizi (Ramdhani 2010). Whitney dan Rolfes (2005) mengemukakan bahwa, remaja yang mengonsumsi minuman ringan (*soft drink*) secara regular memiliki *intake* energi yang besar dan rendah kalsium daripada remaja yang tidak mengonsumsi *soft drink*. Akibat kelebihan kalori yang terjadi maka mengonsumsi *soft drink* dapat meningkatkan terjadinya obesitas. Nur'afni (2009) mengemukakan bahwa dampak mengonsumsi minuman ringan tidak akan dirasakan langsung. Jika dikonsumsi secara rutin dan berlebihan, dampaknya akan dirasakan di kemudian hari. Dampak buruk yang bisa terjadi, antara lain obesitas, kerusakan gigi, penyakit jantung, diabetes, osteoporosis dan batu ginjal.

Kebiasaan konsumsi minuman ringan pada remaja dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Mengacu pada pendapat Worthington (2000), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi individu yang dibagi menjadi faktor internal dan eksternal. Faktor internal terdiri dari kebutuhan fisiologis tubuh, sosial-ekonomi, persepsi tentang minuman ringan, konsep diri, keyakinan atau kepercayaan individu, pemilihan dan arti makanan, perkembangan psikososial dan kesehatan individu. Faktor eksternal terdiri dari jumlah dan karakteristik keluarga, peran orang tua, pengaruh teman sebaya, sosial budaya, nilai atau norma, pengaruh media massa, *fast food* (makanan siap saji), *food fads* (mode makanan), pengetahuan gizi dan pengalaman individu.

Semakin meningkatnya konsumsi minuman ringan (*soft drink*) di Indonesia dengan konsekuensi negatifnya yang tidak instan terjadi, belum banyak mendapat perhatian. Belum banyak penelitian yang spesifik membahas tentang hubungan pengetahuan gizi, pengaruh teman sebaya, persepsi tentang minuman ringan, pengaruh media massa dan faktor-faktor lain yang berhubungan dengan perilaku konsumsi minuman ringan (*soft drink*), sehingga berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti dan mempelajari faktor-faktor apa saja yang berhubungan dengan perilaku konsumsi minuman ringan (*soft drink*) pada Siswa SMA di Bogor tahun 2014.

Tujuan Penelitian

Tujuan Umum

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi minuman ringan (*soft drink*) pada siswa SMA di Bogor.

Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi karakteristik contoh (usia, jenis kelamin dan uang saku) dan karakteristik keluarga (besar keluarga, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan)
2. Mengidentifikasi konsumsi minuman ringan (*soft drink*) contoh.
3. Mengidentifikasi pengetahuan contoh tentang minuman ringan, persepsi contoh tentang minuman ringan, pengaruh teman sebaya dan pengaruh media massa.
4. Mengidentifikasi status gizi contoh.
5. Menganalisis hubungan antara uang saku, pengetahuan contoh tentang minuman ringan, persepsi contoh tentang minuman ringan, pengaruh teman sebaya dan pengaruh media massa dengan perilaku konsumsi minuman ringan (*soft drink*) contoh.
6. Menganalisis hubungan antara perilaku konsumsi minuman ringan dengan status gizi contoh.

Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara uang saku contoh, pengetahuan tentang minuman ringan, persepsi tentang minuman ringan, pengaruh teman sebaya dan pengaruh media massa dengan perilaku konsumsi minuman ringan (*soft drink*) pada siswa SMA di Bogor.
2. Terdapat hubungan antara perilaku konsumsi minuman ringan (*soft drink*) contoh dengan status gizi pada siswa SMA di Bogor.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna untuk memberikan informasi pada remaja mengenai berbagai hal yang terkait dengan pengetahuan minuman ringan (*soft drink*) serta faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi minuman ringan sehingga remaja dapat memilih minuman yang baik untuk dikonsumsi.

KERANGKA PEMIKIRAN

Perilaku konsumsi minuman ringan (*soft drink*) pada remaja dipengaruhi berbagai macam faktor. Adapun faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku remaja dalam mengonsumsi minuman ringan antara lain adalah karakteristik responden (remaja), karakteristik keluarga, uang saku, persepsi tentang minuman ringan, pengetahuan mengenai minuman ringan, lingkungan sekitar seperti keluarga dan pengaruh teman sebaya, ketersediaan pangan (minuman) serta

pengaruh media massa yang merupakan sumber informasi tentang minuman ringan yang dikonsumsi. Karakteristik responden dan karakteristik keluarga diambil sebagai tahap awal untuk mengetahui usia responden, jenis kelamin, besar uang saku, besar keluarga dan pendapatan orang tua.

Uang saku yang dimiliki seseorang secara tidak langsung akan memengaruhi seseorang tersebut untuk mengonsumsi suatu pangan (minuman). Hal ini berhubungan dengan daya beli seseorang. Semakin tinggi uang saku seseorang kemungkinan untuk membeli minuman juga akan semakin besar. Persepsi tentang minuman ringan kemungkinan memengaruhi seseorang dalam menentukan pemilihan produk minuman. Pengetahuan mengenai minuman ringan mungkin akan memengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan untuk mengonsumsi suatu jenis produk minuman.

Lingkungan sekitar seperti keluarga dan pengaruh teman sebaya mungkin akan memengaruhi remaja dalam mengonsumsi minuman ringan. Orang-orang terdekat baik dalam keluarga dan pengaruh teman sebaya akan memengaruhi pengambilan keputusan remaja dalam menentukan dan membeli produk minuman ringan yang telah dipilihnya. Konsumsi minuman yang banyak mengandung kalori dan karbonasi secara berlebihan dan sering kemungkinan dapat memengaruhi status gizi seseorang.

Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi minuman ringan (*soft drink*) yang diteliti adalah uang saku, persepsi tentang minuman ringan, pengetahuan mengenai minuman ringan, dan pengaruh teman sebaya serta pengaruh media massa sebagai sumber informasi. Hubungan antar beberapa variabel dapat dilihat pada kerangka pemikiran pada Gambar 1.

METODE PENELITIAN

Desain, Tempat dan Waktu

Desain penelitian yang digunakan adalah *Cross Sectional Study* yaitu data dikumpulkan pada satu waktu yang tidak berkelanjutan untuk menggambarkan karakteristik dari contoh dan hubungan antar variabel. Pemilihan sekolah yang menjadi lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling* dengan pertimbangan (1) termasuk sekolah negeri favorit di Kota Bogor, (2) bersedia dijadikan tempat penelitian, (3) siswa memiliki akses untuk mendapatkan minuman *soft drink*, dan (4) sebagian besar siswa memiliki keadaan ekonomi menengah ke atas. Pengumpulan data dilakukan pada bulan April 2014.

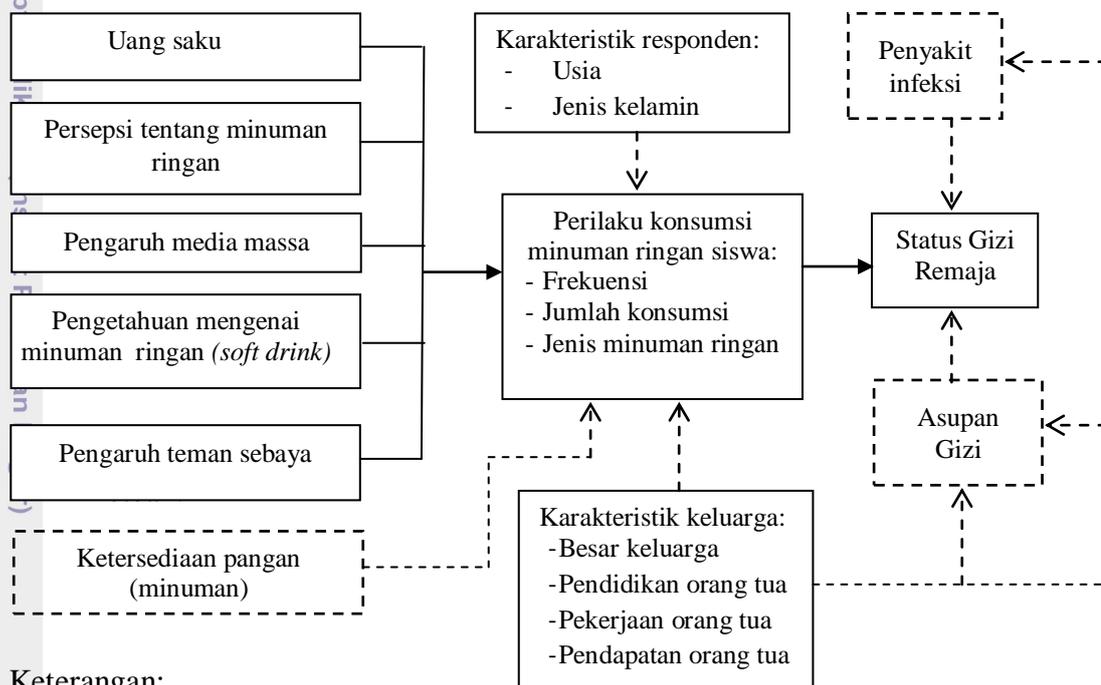
Teknik Penarikan Contoh

Berdasarkan pertimbangan pemilihan lokasi, sekolah yang dijadikan lokasi penelitian yakni SMAN 1 dan SMAN 3 Kota Bogor. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh siswa X dan XI di SMAN 1 dan SMAN 3 Kota Bogor yang berjumlah 600 siswa. Didapatkan jumlah sampel sebanyak 200 siswa/i dengan

menggunakan cara *proportional sampling* maka masing-masing sekolah memiliki sampel berjumlah 100 siswa/i. Siswa kelas XII tidak diambil menjadi subjek penelitian dengan pertimbangan yaitu kelas XII harus mempersiapkan ujian nasional (UN) sebagai syarat kelulusan. Menurut Siregar (2011), perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

Ket: n = ukuran sampel
 N= Ukuran populasi
 d=Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditafsir atau diinginkan (10%)



Keterangan:
 : variabel yang diteliti
 : variabel yang tidak diteliti
 : hubungan yang dianalisis
 : hubungan yang tidak dianalisis

Gambar 1 Kerangka pemikiran faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi minuman ringan (*soft drink*).

Jenis dan Cara Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan meliputi data identitas lokasi, karakteristik siswa (umur, jenis kelamin, uang saku, besar keluarga, pendidikan orang tua, pekerjaan orang tua dan pendapatan orang tua, tinggi badan, berat badan), pengetahuan tentang *soft drink*, persepsi tentang minuman ringan, pengaruh teman sebaya,

pengaruh media massa dan konsumsi minuman ringan satu minggu yang lalu. Jenis dan cara pengambilan data secara rinci dapat dilihat pada Tabel 1.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara contoh mengisi kuesioner yang telah disediakan. Contoh mengisi kuesioner dengan cara diberi penjelasan terlebih dahulu. Kuesioner penelitian ini dikembangkan dari kuesioner penelitian Alfira Dilapanga pada tahun 2008.

Tabel 1 Jenis data dan cara pengumpulannya

Jenis Data	Cara pengumpulan data
Identitas lokasi meliputi: a. Nama Sekolah b. Kelas IPA/IPS	Pengisian kuesioner oleh contoh
Karakteristik contoh meliputi: a. Nama contoh b. Umur (tahun) c. Jenis kelamin d. Uang saku (Rp/kap/hari) e. Tinggi badan (cm) f. Berat badan (kg)	Pengisian kuesioner oleh contoh Pengukuran secara langsung
Karakteristik keluarga meliputi: a. Besar keluarga b. Pendidikan ayah dan ibu c. Pekerjaan ayah dan ibu d. Pendapatan orang tua (Rp/kel/bln)	
Pengetahuan tentang minuman ringan (<i>soft drink</i>) Persepsi tentang minuman ringan Pengaruh teman sebaya Pengaruh media massa Konsumsi minuman ringan (<i>soft drink</i>) satu minggu yang lalu	Pengisian kuesioner oleh contoh

Data berat badan dan tinggi badan diperoleh dengan pengukuran secara langsung menggunakan timbangan injak (*bathroom scale*) berkapasitas 150 kg dengan ketelitian 0,1 kg dan *microtoise* yang mampu mengukur hingga 200 cm dengan ketelitian 0,1 cm., lalu diisikan secara langsung ke dalam form kuesioner yang dibagikan kepada siswa.

Pengetahuan tentang minuman ringan (*soft drink*) diukur dengan 8 pertanyaan, yaitu pengertian minuman ringan (*soft drink*), jenis minuman ringan (*soft drink*), dampak mengonsumsi minuman ringan (*soft drink*), zat yang terkandung didalam minuman karbonasi, bahan pengawet dan pewarna dalam minuman ringan, jenis minuman berkarbonasi, jenis minuman tidak berkarbonasi, mengenai baik atau tidaknya minuman berkarbonasi untuk kesehatan

Persepsi tentang minuman ringan contoh diperoleh dengan memberi 5 pernyataan meliputi alasan mengonsumsi minuman ringan (*soft drink*) kaitannya dengan kepercayaan diri. Data pengaruh teman sebaya diperoleh dengan memberikan 3 pertanyaan meliputi keinginan contoh membeli produk minuman atas dasar mengikuti teman atau pribadi dan peran siapa yang menentukan merek produk minuman ringan yang akan dibeli. Data pengaruh media massa diperoleh dengan memberi 2 pertanyaan meliputi jenis sumber informasi mengenai

minuman ringan (*soft drink*) dan ketertarikan contoh membeli produk minuman ringan (*soft drink*) setelah melihat iklan.

Data konsumsi minuman ringan (*soft drink*) satu minggu yang lalu meliputi merek minuman ringan, frekuensi konsumsi minuman ringan baik hari maupun minggu, ukuran rumah tangga (URT) (botol, gelas, cangkir dan kotak) dan jumlah konsumsi minuman ringan (ml).

Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan Data

Tahapan pengolahan data dimulai dari *coding*, entri dan *cleaning*. *Coding* dilakukan dengan cara menyusun *code-book* sebagai panduan entri data dan pengolahan data, kemudian dilakukan entri data, selanjutnya dilakukan *cleaning* data untuk memastikan tidak adanya kesalahan dalam memasukkan data. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program komputer *Microsoft Excel 2007* dan program statistik *Statistic Program for Social Sciences (SPSS)* versi 16.0 *for windows*. Pengkategorian variabel penelitian disajikan pada Tabel 2.

Data karakteristik contoh terdiri dari umur dalam tahun, jenis kelamin, uang saku, besar keluarga, pendidikan orang tua, pekerjaan orang tua dan pendapatan orang tua. Data usia contoh dikelompokkan menjadi 15 tahun, 16 tahun, dan 17 tahun berdasarkan sebaran data. Data uang saku contoh per hari diklasifikasikan menjadi kurang dari Rp 20 000, Rp 20 000-Rp 30 000, dan lebih dari Rp 30 000, kemudian dirata-ratakan untuk mendapatkan rata-rata uang saku contoh dalam sehari.

Data besar keluarga dikategorikan menjadi tiga kategori yaitu kecil (≤ 4 orang), sedang (5-6 orang) dan besar (≥ 7 orang) (Hurlock 1999). Data pendidikan ayah dan Ibu dikategorikan menjadi lima kategori yaitu Tidak sekolah, SD, SMP, SMA dan Perguruan Tinggi. Data pekerjaan Ayah dan Ibu dikategorikan menjadi lima kategori yaitu tidak bekerja, PNS, ABRI atau POLRI, Pegawai Swasta, Wiraswasta dan kategori lainnya. Data pendapatan orang tua per bulan diklasifikasikan menjadi <Rp 1 000 000 (rendah), Rp 1 000 000-Rp 2 500 000 (cukup), Rp 2 500 000-Rp 4 000 000 (tinggi), dan >Rp 4 000 000 (sangat tinggi) (BPS 2010). Data status gizi siswa dikategorikan berdasarkan nilai *z-score* dengan perbandingan indeks massa tubuh menurut usia (IMT/U) menurut WHO (2007) yang dikategorikan sangat kurus (≤ -3 SD), kurus (-3 SD $\leq z \leq -2$ SD), normal (-2 SD $\leq z \leq +1$ SD), *overweight* ($+1$ SD $\leq z \leq +2$ SD) dan obese ($z > +2$ SD).

Pengetahuan tentang minuman ringan (*soft drink*) diukur dengan sejumlah pertanyaan tertutup baik menggunakan model *multiple choice* (pilihan berganda) maupun model Ya atau Tidak. Tipe soal pilihan berganda mengandung tiga pilihan jawaban (a,b dan c), jika jawaban benar contoh akan memperoleh nilai 1, jika jawaban salah dan tidak menjawab maka contoh memperoleh nilai 0. Skor untuk pertanyaan Ya atau Tidak, jika contoh menjawab Ya akan memperoleh nilai 1 dan jika menjawab Tidak contoh memperoleh nilai 0. Total skor jawaban benar secara keseluruhan yaitu 8. Menurut Khomsan (2000), bila jumlah benar dinilai 1 bila jumlah salah dinilai 0.

Tabel 2 Pengkategorian variabel penelitian

No	Variabel	Kategori	Keterangan
1	Jenis Kelamin	Laki-laki Perempuan	Ketentuan Peneliti
2	Umur	15-17 tahun	
3	Besar Keluarga	1. Keluarga kecil (≤ 4 orang) 2. Keluarga sedang (5-6 orang) 3. Keluarga besar (≥ 7 orang)	Hurlock (1999)
4	Uang saku (Rp/org/hr)	1. $< \text{Rp } 20\,000$ 2. $\text{Rp } 20\,000\text{-}30\,000$ 3. $> \text{Rp } 30\,000$	
5	Pendidikan orang tua	1. Tidak sekolah 2. SD/ sederajat 3. SMP/ sederajat 4. SMA/ sederajat 5. Perguruan tinggi	
6	Pekerjaan orang tua	1. Tidak bekerja 2. PNS 3. ABRI/POLRI 4. Pegawai Swasta 5. Wiraswasta 6. Lainnya	
7	Pendapatan orang tua (Rp/kel/bln)	1. $< \text{Rp } 1\,000\,000$ (Rendah) 2. $\text{Rp } 1\,000\,000\text{-}\text{Rp } 2\,500\,000$ (Cukup) 3. $\text{Rp } 2\,500\,000\text{-}\text{Rp } 4\,000\,000$ (Tinggi) 4. $> \text{Rp } 4\,000\,000$ (sangat tinggi)	BPS (2010)
8	Status Gizi	1. Kurus ($-3 \text{ SD} \leq z \leq -2\text{SD}$) 2. normal ($-2 \text{ SD} \leq z \leq +1\text{SD}$) 3. <i>overweight</i> ($+1 \text{ SD} \leq z \leq +2\text{SD}$) 4. obese ($z > +2\text{SD}$)	WHO (2007)
9	Frekuensi konsumsi minuman ringan (<i>soft drink</i>)	1. $< 2x$ dalam seminggu (jarang) 2. $\geq 2x$ dalam seminggu (sering)	Malik (2006)
10	Jumlah konsumsi minuman ringan (<i>soft drink</i>)	1. ≤ 1000 ml per minggu 2. > 1000 ml per minggu	
11	Pengetahuan tentang minuman ringan	1. Kurang ($< 60\%$) 2. Cukup ($60\%\text{-}80\%$) 3. Baik ($> 80\%$)	Khomsan (2000)
12	Pengaruh teman sebaya	1. Terpengaruh : skor $\geq \bar{x}$ 2. Tidak terpengaruh : skor $< \bar{x}$	Dilapanga (2008)
13	Pengaruh media massa	1. Terpengaruh : skor $\geq \bar{x}$ 2. Tidak terpengaruh: skor $< \bar{x}$	Dilapanga (2008)
14	Persepsi tentang minuman ringan	1. Positif : skor $\geq \bar{x}$ 2. Negatif : skor $< \bar{x}$	Azwar (2010)

Tingkat pengetahuan gizi tentang cairan dan serat pangan diperoleh dari total skor yang dikumpulkan oleh contoh, selanjutnya total skor tersebut dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu kurang ($< 60\%$), cukup ($60\%\text{-}80\%$) dan baik ($> 80\%$) (Khomsan 2000). Persentase ini didapat dari jumlah total jawaban

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang memungut dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

yang benar dibagi dengan jumlah total pertanyaan dikalikan 100%. Selang nilai pada pengukuran pengetahuan tentang minuman (*soft drink*) yaitu nilai minimum 0 hingga nilai maksimum 8 yang kemudian diubah ke dalam bentuk persentase dengan nilai akhir maksimal yaitu 100.

Variabel persepsi tentang minuman ringan diukur dengan 5 pertanyaan menggunakan skala *likert*. Skala *Likert* merupakan skala pengukuran sikap yang dikembangkan oleh Rensis Likert tahun 1932 untuk mengukur intensitas sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu objek tertentu. Skala *Likert* dapat memperlihatkan item yang dinyatakan dalam beberapa respons alternatif (SS=sangat setuju, S=setuju, R=ragu-ragu atau N=netral, TS=tidak setuju dan STS=sangat tidak setuju) (Nazir 2005). Menurut Riduwan dan Akdon (2007), pada skala *likert* terdapat 2 pernyataan yaitu pernyataan positif dan negatif. Pernyataan positif memiliki 5 skor pilihan jawaban yang terdiri dari skor 1 (sangat tidak setuju), skor 2 (tidak setuju), skor 3 (netral), skor 4 (setuju), skor 5 (sangat setuju), sedangkan pernyataan negatif memiliki 5 skor pilihan jawaban yaitu skor 1 (sangat setuju), skor 2 (setuju), skor 3 (netral), skor 4 (tidak setuju), skor 5 (sangat tidak setuju).

Variabel pengaruh teman sebaya diukur dengan 3 pertanyaan dengan skor maksimum 3 dan skor minimum 0. Tiap pertanyaan mengandung 2 pilihan jawaban yaitu a (ya) dan b (tidak). Jika contoh menjawab ya diberi nilai 1 dan menjawab tidak diberi nilai 0. Variabel pengaruh media massa diukur dengan menggunakan dua pertanyaan yang mengandung 2 pilihan jawaban yaitu pilihan jawaban a (ya) dan b (tidak). Jika responden menjawab dengan a (ya) diberi nilai 1 dan jika responden menjawab b (tidak) diberi nilai 0. Menurut Khomsan (2000), bila jumlah benar dinilai 1 bila jumlah salah dinilai 0.

Data frekuensi konsumsi minuman ringan (*soft drink*) contoh dikumpulkan menggunakan *Food Frequency Questionnaire* (FFQ) semi kuantitatif. Beberapa merek minuman yang biasa dikonsumsi oleh contoh diperoleh dari data konsumsi minumannsatu minggu yang lalu. Frekuensi konsumsi dihitung berdasarkan seringnya contoh mengonsumsi minuman ringan (*soft drink*) dalam satu minggu (kali per minggu) yang dikategorikan menjadi $<2x$ dalam seminggu (jarang) dan $\geq 2x$ dalam seminggu (sering) (Malik 2006). Jumlah konsumsi minuman ringan dihitung berdasarkan volume (ml) minuman ringan yang dikonsumsi contoh dalam 1 minggu terakhir yang diklasifikasikan menjadi ≤ 1000 ml dan >1000 ml.

Analisis Data

Hasil pengolahan data selanjutnya dianalisis secara deskriptif dan inferensia. Data-data seperti karakteristik contoh, karakteristik keluarga, uang saku contoh, frekuensi konsumsi minuman ringan (*soft drink*), jumlah minuman ringan yang dikonsumsi, pengetahuan mengenai minuman ringan (*soft drink*), pengaruh teman sebaya, pengaruh media massa, persepsi tentang minuman ringan dan status gizi dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk melihat distribusi frekuensi dan mendeskripsikan data tersebut.

Analisis inferensia dalam penelitian ini menggunakan uji Korelasi *Spearman* untuk melihat hubungan antara variabel *dependent* dengan variabel *Independent*. Variabel *dependent* berupa frekuensi dan jumlah konsumsi minuman ringan (*soft drink*) siswa selama satu minggu serta status gizi. Variabel *Independent* berupa uang saku, pengetahuan mengenai minuman ringan (*soft*

drink), persepsi tentang minuman ringan, pengaruh teman sebaya, pengaruh media massa. Uji kemaknaan digunakan nilai *p-value* dengan menggunakan tingkat kemaknaan 5% dan derajat kepercayaan 95%. Sehingga dapat dijelaskan bahwa jika *p-value* <0,05 maka menunjukkan ada hubungan antara variabel *dependent* dan variabel *independent* dan jika *p-value* >0,05 maka menunjukkan tidak ada hubungan antara variabel *dependent* dan variabel *Independent*.

Definisi Operasional

Contoh adalah siswa kelas X dan XI SMA yang digunakan sebagai subjek penelitian.

Karakteristik siswa adalah data-data siswa yang meliputi kelas, usia, jenis kelamin.

Karakteristik Keluarga adalah kondisi keluarga yang mencakup pekerjaan dan pendidikan orang tua siswa.

Besar keluarga adalah banyaknya individu yang tinggal bersama dalam satu atap dan bergantung pada sumber penghidupan yang sama.

Jenis Kelamin adalah jenis kelamin contoh yang dibedakan menjadi laki-laki dan perempuan

Umur adalah usia contoh pada saat penelitian dilakukan yang dinyatakan dalam tahun dan berada pada usia remaja.

Pendidikan Orang Tua adalah jenjang pendidikan formal yang diselesaikan oleh orang tua, yaitu dikategorikan menjadi tamatan SD, SMP, SMA, Diploma, dan Perguruan Tinggi.

Pekerjaan Orang Tua adalah kegiatan yang dilakukan oleh orang tua contoh, baik dengan bekerja di instansi pemerintah, swasta, usaha sendiri (wirausaha), dan usaha lain dalam rangka menafkahi keluarga dan dapat dikategorikan menjadi Tidak bekerja, PNS, ABRI atau POLRI, Pegawai Swasta, Wiraswasta, Buruh

Pendapatan Orang Tua adalah jumlah penghasilan yang didapatkan orang tua contoh dalam 1 bulan.

Minuman ringan (*soft drink*) adalah berbagai jenis minuman seperti minuman berkarbonasi, minuman teh dan kopi, jus buah kemasan, minuman isotonik, minuman serbuk yang dikemas dalam kemasan siap untuk dikonsumsi.

Perilaku konsumsi minuman ringan (*soft drink*) adalah tindakan responden dalam mengonsumsi minuman ringan dihitung dalam 1 minggu terakhir. Kategori sering jika mengonsumsi *soft drinks* lebih dari atau sama dengan 2 kali dalam seminggu dan jarang jika mengonsumsi *soft drinks* kurang dari 2 kali dalam seminggu.

Uang saku adalah banyaknya uang yang diterima oleh contoh selama satu hari yang dinyatakan dalam rupiah untuk dipergunakan membeli kebutuhan sehari-hari.

Pengetahuan minuman ringan (*soft drink*) adalah pengetahuan contoh mengenai hal-hal yang berhubungan dengan minuman ringan (*soft drink*).

- Pengaruh teman sebaya** adalah teman sejawat atau teman sepermainan yang memperkenalkan atau mengajak contoh mengonsumsi minuman ringan.
- Pengaruh media massa** adalah sumber informasi mengenai produk minuman ringan (*soft drink*) yang diperoleh contoh dari iklan TV, koran atau majalah, dan dari media elektronik.
- Persepsi tentang minuman ringan** adalah sikap atau pendapat seseorang mengenai konsumsi minuman ringan.
- Status Gizi** adalah keadaan kesehatan tubuh seseorang atau kelompok orang yang diakibatkan oleh konsumsi, penyerapan, dan penggunaan zat gizi makanan. Penentuan status gizi menggunakan data Indeks Massa Tubuh (IMT) berdasarkan berat badan dan tinggi badan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Contoh

Contoh dalam penelitian ini adalah siswa siswi kelas X dan kelas XI di SMAN 1 dan SMAN 3 Kota Bogor. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 200 siswa dengan masing-masing sekolah memiliki responden berjumlah 100 siswa yang terdiri dari 50 siswa laki-laki dan 50 siswa perempuan. Sebaran siswa SMA berdasarkan karakteristik contoh disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3 Sebaran contoh berdasarkan karakteristik contoh

Variabel	N	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	100	50,0
Perempuan	100	50,0
Umur contoh (tahun)		
15	55	27,5
16	102	51,0
17	43	21,5
Uang saku (Rp/kap/hr)		
<Rp 20 000	48	24,0
Rp 20 000-30 000	131	65,5
> Rp 30 000	21	10,5

Contoh dalam penelitian ini berusia antara 15 hingga 17 tahun dengan persentase terbanyak pada kelompok usia 16 tahun sebanyak 51%. Notoatmodjo (2007) menyatakan masa remaja merupakan salah satu periode dari perkembangan manusia. Masa ini merupakan masa perubahan atau peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang meliputi perubahan biologik, perubahan psikologik dan perubahan sosial. Pada sebagian besar masyarakat dan budaya, masa remaja umumnya dimulai pada usia 10-13 tahun dan berakhir pada usia 18-22 tahun.

Jenis kelamin contoh dalam penelitian ini baik laki-laki maupun perempuan memiliki persentase yang seimbang yaitu sebesar 50%. Berdasarkan Tabel 3, sebagian besar uang saku contoh dalam penelitian ini adalah berkisar antara Rp 20 000 hingga Rp 30 000 dengan persentase sebesar 65.5%.

Karakteristik Keluarga

Karakteristik keluarga menggambarkan kondisi keluarga contoh pada saat penelitian berlangsung. Karakteristik keluarga terdiri atas beberapa variabel yaitu besar keluarga, pendidikan orang tua, pekerjaan orang tua dan pendapatan orang tua. Sebaran contoh berdasarkan karakteristik keluarga disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4 Sebaran contoh berdasarkan karakteristik keluarga

Variabel	n	%
Besar keluarga		
Kecil (≤ 4 orang)	101	50.5
Sedang (5-6 orang)	96	48
Besar (≥ 7 orang)	3	1.5
Pendidikan Ayah		
Perguruan tinggi	167	83.5
SMA/ sederajat	28	14.0
SMP/ sederajat	3	1.5
SD/ sederajat	2	1.0
Pendidikan Ibu		
Perguruan tinggi	130	65.0
SMA/ sederajat	64	32.0
SMP/ sederajat	4	2.0
SD/ sederajat	2	1.0
Pekerjaan Ayah		
PNS	65	32.5
ABRI/POLRI	6	3.0
Pegawai swasta	67	33.5
Wiraswasta	38	19.0
Lainnya	24	12.0
Pekerjaan Ibu		
Ibu Rumah Tangga (IRT)	112	56.0
PNS	45	22.5
ABRI/POLRI	2	1.0
Pegawai swasta	17	8.5
Wiraswasta	15	7.5
Lainnya	9	4.5
Pendapatan Orang Tua (Rp/kel/bln)		
Rendah (<Rp 1 000 000)	0	0
Cukup (Rp 1 000 000- Rp 2 500 000)	10	5
Tinggi (Rp 2 500 000- Rp 4 000 000)	32	16
Sangat Tinggi (>Rp 4 000 000)	158	79

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang memunculkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Besar Keluarga

Besar keluarga merupakan gambaran keseluruhan jumlah anggota keluarga yang tinggal dalam satu rumah dan terdapat pada kartu keluarga. Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa sebagian besar keluarga contoh termasuk ke dalam keluarga kecil (≤ 4 orang) sebesar 50.5%. Sedangkan proporsi terkecil contoh memiliki keluarga besar (≥ 7 orang) (1.5%). Jumlah anggota keluarga dapat memengaruhi pola konsumsi. Semakin kecil jumlah anggota keluarga, semakin kecil pula bagian pendapatan dikeluarkan untuk kebutuhan makanan, selebihnya rumah tangga akan mengalokasikan sisa pendapatannya untuk konsumsi bukan makanan. Dengan demikian, rumah tangga dengan jumlah anggota sedikit relatif lebih sejahtera dari keluarga dengan jumlah anggota besar (Sumarwan 2011). Suhardjo (1989) mengemukakan bahwa meningkatnya besar keluarga tanpa diimbangi dengan peningkatan pendapatan, maka pendistribusian konsumsi pangan akan semakin sedikit, sehingga konsumsi pangan keluarga tersebut tidak cukup untuk mencegah kejadian kurang gizi.

Pendidikan Orang Tua

Pendidikan adalah salah satu sumber daya yang penting dalam mendukung pengetahuan seseorang. Orang tua merupakan media yang mampu menambah pengetahuan anak hingga membentuk perilakunya di dalam keluarga. Menurut Rahmawati (2006) tingkat pendidikan orang tua merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pola asuh anak termasuk pemberian makan, pola konsumsi pangan dan status gizi. Umumnya pendidikan seseorang akan memengaruhi sikap dan perilakunya dalam kehidupan sehari-hari.

Pendidikan orang tua merupakan jenjang pendidikan formal tertinggi yang ditempuh oleh orang tua contoh. Sebaran contoh berdasarkan tingkat pendidikan orang tua (ayah dan ibu) dapat dilihat pada Tabel 4. Tabel tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pendidikan ayah (83.5%) mencapai pendidikan perguruan tinggi dan pendidikan ibu (65.0%) juga mencapai pendidikan perguruan tinggi. Semakin tinggi tingkat pendidikan formal maka akan semakin luas wawasan berpikirnya, sehingga akan lebih banyak informasi yang diserap (Andariah 2013).

Atmarita (2003) membuktikan bahwa tingkat pendidikan sangat berpengaruh terhadap perubahan sikap dan perilaku hidup sehat. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan memudahkan seseorang atau masyarakat untuk menyerap informasi dan mengimplementasikannya dalam perilaku dan gaya hidup sehari-hari, khususnya dalam hal kesehatan dan gizi. Tingkat pendidikan, khususnya tingkat pendidikan wanita memengaruhi derajat kesehatan. De Bruijn *et al.* (2007) berpendapat bahwa ibu yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah memiliki hubungan dengan tingginya konsumsi minuman ringan.

Pekerjaan Orang Tua

Pekerjaan orang tua terdiri dari pekerjaan ayah dan ibu yang dikategorikan menjadi tidak bekerja atau ibu rumah tangga, wiraswasta, PNS, ABRI atau POLRI, pegawai swasta dan lainnya. Berdasarkan Tabel 4, sebesar 33.5% ayah contoh bekerja sebagai pegawai swasta, kemudian diikuti PNS (32.5%), wiraswasta (19%), kategori lainnya (12%) dan ABRI atau POLRI (3%). Pekerjaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang meminumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

ayah contoh dalam kategori lainnya seperti Pegawai BUMN, Dosen, Pensiunan, Peneliti, Dokter, LSM, Konsultan Hukum, Pelaut, Arsitek dan Marketing.

Sebagian besar ibu contoh bekerja sebagai ibu rumah tangga atau IRT (56%), kemudian diikuti PNS (22.5%), Pegawai Swasta (8.5%), Wiraswasta (7.5), kategori lainnya (4.5%) dan ABRI/POLRI (1.0%). Jenis pekerjaan yang dimiliki seseorang merupakan faktor yang paling menentukan kualitas dan kuantitas makanan karena jenis pekerjaan memiliki hubungan dengan pendapatan yang diterima (Suhardjo 1989). Dalam penelitian Rita (2002), pekerjaan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi individu, karena jenis pekerjaan akan berpengaruh langsung terhadap jumlah pendapatan yang akan diterima seseorang.

Pendapatan Orang Tua

Diketahui pada Tabel 4, sebagian besar contoh (79%) memiliki orang tua dengan pendapatan sangat tinggi (>4 000 000). Rata-rata pendapatan orang tua contoh yaitu Rp 8 331 000. Tingginya pendapatan orang tua ini dapat disebabkan oleh kedua orang tua (ayah dan ibu) yang sama-sama bekerja, selain itu juga disebabkan jenis pekerjaan yang dimiliki orang tua contoh sebagian besar adalah pegawai swasta dan PNS.

Soekirman (2000) berpendapat bahwa pendapatan merupakan faktor utama dalam menentukan kualitas dan kuantitas bahan makanan. Semakin meningkatnya pendapatan, maka kecukupan akan makanan dapat terpenuhi. Besar kecilnya pendapatan rumah tangga tidak lepas dari jenis pekerjaan ayah dan ibu serta tingkat pendidikannya.

Perilaku Konsumsi Minuman Ringan(*Soft Drink*)

Perilaku konsumsi minuman ringan (*soft drink*) adalah tindakan atau perbuatan mengenai sering tidaknya mengonsumsi minuman bersoda dihitung per minggu (Malik 2006). Perilaku konsumsi minuman ringan dilihat berdasarkan tiga aspek yaitu frekuensi minuman ringan, jumlah konsumsi minuman ringan dan jenis minuman ringan.

Frekuensi konsumsi minuman ringan (*soft drink*)

Menurut Sumarwan (2011), frekuensi konsumsi menggambarkan seberapa sering suatu produk dipakai atau dikonsumsi. Berikut disajikan Tabel 5 mengenai sebaran contoh berdasarkan frekuensi konsumsi minuman ringan dan jenis kelamin.

Tabel 5 Sebaran contoh berdasarkan frekuensi konsumsi minuman ringan dan jenis kelamin

Frekuensi konsumsi minuman ringan	Laki-laki		Perempuan	
	n	%	n	%
Jarang (< 2x dalam seminggu)	20	20.0	16	16.0
Sering (≥ 2x dalam seminggu)	80	80.0	84	84.0
Total	100	100.0	100	100.0

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa sebanyak 80% contoh laki-laki dan 84% contoh perempuan sering mengonsumsi minuman ringan dengan rata-rata frekuensi minuman ringan contoh yaitu 6 kali per minggu. Dapat diketahui juga bahwa contoh perempuan lebih sering mengonsumsi minuman ringan daripada contoh laki-laki. Berdasarkan survei konsumsi makanan di Eropa terdapat perbedaan konsumsi makanan antara pria dan wanita. Pria di Eropa lebih banyak mengonsumsi daging, minuman beralkohol dan gula serta mempunyai tingkat konsumsibuah dan sayur yang lebih rendah dibandingkan dengan wanita (Gibney 2005). Remaja putri akan mengurangi porsi makanan bahkan melewatkan waktu makan, akibatnya konsumsi *snack* seperti kentang goreng, *soft drinks*, kue dan lain-lain meningkat (Wardlaw 2007). Hasil penelitian Dilapanga (2008) menunjukkan bahwa 57.7% siswa sering mengonsumsi *soft drinks* dan 42.3% siswa jarang mengonsumsi *soft drink*.

Mengonsumsi minuman ringan (*soft drink*) secara rutin dan berlebihan dapat menyebabkan dampak yang buruk terhadap peminumnya. Konsumsi minuman ringan (*softdrink*) yang mengandung gula pemanis memiliki hubungan dengan terjadinya peningkatan angka kegemukan (obesitas), kencing manis, gigi berlubang, keropos tulang (osteoporosis), dan rendahnya kadar zat gizi (Ramdhani 2010).

Jumlah konsumsi minuman ringan (*softdrink*)

Jumlah konsumsi minuman ringan (*softdrink*) contoh dinyatakan dalam volume dengan satuan mililiter (ml). Jumlah konsumsi menggambarkan kuantitas produk yang digunakan oleh konsumen (Sumarwan 2011). Sebaran contoh berdasarkan jumlah konsumsi minuman ringan dan jenis kelamin disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6 Sebaran contoh berdasarkan jumlah konsumsi minuman ringan dan jenis kelamin

Jumlah konsumsi minuman ringan	Laki-laki		Perempuan	
	n	%	n	%
Per minggu				
<=1000 ml	31	31.0	41	41.0
>1000 ml	69	69.0	59	59.0
Per hari				
<200 ml	46	46.0	53	53.0
200 ml-350 ml	16	16.0	24	24.0
>350 ml	38	38.0	23	23.0
Total	100	100.0	100	100.0

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 69% contoh laki-laki dan 59% contoh perempuan mengonsumsi minuman ringan (*softdrink*) dengan jumlah lebih dari 1000 ml per minggu dan diketahui bahwa sebanyak 38% contoh laki-laki dan 23% contoh perempuan mengonsumsi minuman ringan dengan jumlah lebih dari 350 ml perhari.

Hasil survei yang dilakukan Booth dan kawan-kawan di 45 sekolah dasar dan 45 sekolah menengah pertama di New South Wales menunjukkan bahwa sekitar 40-45% dari anak laki-laki dan 55-65% anak perempuan mengonsumsi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

minuman ringan lebih dari 250 ml per hari. Hasil survei juga menunjukkan bahwa 25-30% anak laki-laki dan 10-20% anak perempuan mengonsumsi minuman ringan setidaknya 400 ml per hari. Namun, terdapat 7-12% anak laki-laki mengonsumsi minuman ringan lebih dari 1L per hari (Booth *et al.* 2006).

Data dari Framingham Heart Study di AS menunjukkan bahwa seseorang yang mengonsumsi satu atau lebih minuman ringan (*soft drink*) per hari (350 ml) dapat meningkatkan risiko obesitas, diabetes tipe 2, sindrom metabolik dan hipertensi (Dhingra *et al.* 2007).

Jenis minuman ringan (*softdrink*) yang dikonsumsi

Jenis minuman ringan (*softdrink*) yang dikonsumsi contoh dalam penelitian ini meliputi frekuensi dan jumlah minuman ringan yang dikonsumsi (ml). Adapun sebaran contoh berdasarkan jenis minuman ringan dan frekuensi serta jumlah minuman ringan yang dikonsumsi contoh disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7 Sebaran contoh berdasarkan jenis, frekuensi dan jumlah konsumsi minuman ringan

Jenis minuman ringan	Frekuensi (kali per minggu)		Jumlah (ml) (per minggu)	
	n	%	n	%
Minuman teh dalam kemasan	546	45.5	176 820	45.4
Minuman serbuk	170	14.2	37 200	9.5
Minuman isotonik	148	12.3	64 650	16.6
Minuman bersoda	122	10.2	47 835	12.3
Minuman kopi dalam kemasan	91	7.6	25 740	6.6
Minuman rasa buah	78	6.5	25 670	6.6
Jus buah kemasan	44	3.7	11 810	3.0
Total	1199	100.0	389 725	100.0

Berdasarkan Tabel 7, diketahui bahwa jenis minuman ringan yang paling sering dikonsumsi oleh contoh adalah minuman teh dalam kemasan (45%), kemudian diikuti oleh minuman serbuk, minuman isotonik, minuman bersoda, minuman kopi dalam kemasan, minuman rasa buah dan jus buah kemasan. Dapat diketahui juga pada Tabel 7 bahwa jenis minuman ringan yang paling banyak dikonsumsi oleh contoh adalah minuman teh dalam kemasan (45.5%). Minuman isotonik dan minuman bersoda juga merupakan jenis minuman ringan yang paling banyak dikonsumsi oleh contoh walaupun frekuensi konsumsi kedua minuman tersebut masih rendah daripada minuman serbuk. Minuman jus buah kemasan merupakan jenis minuman ringan yang frekuensi konsumsinya paling rendah dan dikonsumsi oleh contoh dengan jumlah yang paling sedikit.

Pengetahuan Mengenai Minuman Ringan (*softdrink*)

Pengetahuan merupakan hasil setelah melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu dan pengetahuan sangat penting untuk terbentuknya suatu tindakan (Notoadmodjo 2007). Sebaran contoh berdasarkan pengetahuan mengenai minuman ringan (*softdrink*) dan jenis kelamin disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8 Sebaran contoh berdasarkan pengetahuan mengenai minuman ringan dan jenis kelamin

Pengetahuan tentang minuman ringan	Laki-laki		Perempuan	
	n	%	n	%
Baik	84	84.0	86	86.0
Cukup	12	12.0	10	12.0
Kurang	4	4.0	4	4.0
Total	100	100	100	100

Berdasarkan Tabel 8 diatas, diketahui bahwa sebagian besar contoh laki-laki (84%) maupun contoh perempuan (86%) memiliki pengetahuan yang baik mengenai minuman ringan. Sumarwan (2011) mengemukakan bahwa pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan fungsinya sebagai konsumen. Adanya pengetahuan konsumen dapat memengaruhi keputusan pembelian minuman.

Pengetahuan seseorang dapat diukur dengan wawancara atau angket yang menanyakan isi materi yang diukur dari responden dalam pengetahuan yang ingin diketahui (Notoadmodjo 2003). Delapan pertanyaan yang diberikan pada contoh untuk menilai pengetahuan tentang minuman ringan contoh. Skor 1 diberikan untuk jawaban yang benar dan skor 0 untuk jawaban yang salah. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka semakin baik pengetahuan contoh mengenai minuman ringan. Penjelasan jawaban dari setiap pertanyaan yang dijawab benar oleh contoh disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9 Sebaran pertanyaan tentang pengetahuan minuman ringan yang dijawab benar oleh contoh dibedakan berdasarkan jenis kelamin

No	Pertanyaan	Laki-laki		Perempuan		Total	
		n	%	n	%	n	%
1	Definisi minuman ringan	87	87.0	85	85.0	172	86.0
2	Jenis minuman ringan	93	93.0	87	87.0	180	90.0
3	Zat yang terkandung dalam minuman ringan	81	81.0	80	80.0	161	80.5
4	Bahan pengawet dan pewarna dalam minuman ringan	96	96.0	95	95.0	191	95.5
5	Dampak mengonsumsi minuman ringan	97	97.0	97	97.0	194	97.0
6	Contoh minuman ringan berkarbonasi	96	96.0	97	97.0	193	96.5
7	Contoh minuman ringan tidak berkarbonasi	90	90.0	91	91.0	181	90.5
8	Minuman ringan tidak baik untuk kesehatan	98	98.0	96	96.0	194	97.0

Berdasarkan Tabel 9, diketahui bahwa pertanyaan yang paling banyak dijawab benar oleh contoh adalah pertanyaan nomor empat (95.5%) mengenai bahan pengawet dan pewarna yang terdapat dalam minuman ringan, pertanyaan nomor lima (97.0%) mengenai dampak mengonsumsi minuman ringan, pertanyaan nomor enam (96.5%) mengenai contoh minuman ringan berkarbonasi

dan pertanyaan nomor delapan (97.0%) mengenai minuman ringan tidak baik untuk kesehatan. Diketahui juga bahwa terdapat 80.5% contoh yang menjawab benar pertanyaan mengenai zat yang terkandung dalam minuman ringan.

Pengaruh Teman Sebaya

Pengaruh teman sebaya mempunyai peran yang sangat berarti bagi remaja, karena pada masa tersebut remaja mulai memisahkan diri dari orang tua dan mulai bergabung pada kelompok sebaya (Monks dan Koners 2006). Sebaran contoh berdasarkan pengaruh teman sebaya dan jenis kelamin disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10 Sebaran contoh berdasarkan pengaruh teman sebaya dan jenis kelamin

Pengaruh teman sebaya	Laki-laki		Perempuan	
	n	%	n	%
Terpengaruh	52	52.0	51	51.0
Tidak terpengaruh	48	48.0	49	49.0
Total	100	100.0	100	100.0

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebagian besar contoh laki-laki (52%) dan contoh perempuan (51%) terpengaruh oleh teman sebayanya dalam mengonsumsi minuman ringan. Hal ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar contoh cenderung menentukan dan membeli jenis minuman ringan yang akan dikonsumsi karena pengaruh teman sebayanya. Menurut Kassem *et al.* (2003) hal yang berpengaruh paling kuat dalam konsumsi minuman ringan pada remaja yaitu orang tua dan pengaruh teman sebaya. Khomsan (2003) berpendapat bahwa aktifitas yang banyak di luar rumah membuat remaja sering jarang makan di rumah dan teman sebaya sering memengaruhi dalam hal pemilihan makanan. Pemilihan makanan tidak lagi didasarkan pada kandungan gizi tetapi sekedar bersosialisasi, untuk kesenangan, dan supaya tidak kehilangan status. Samuda *et al.* (2004) mengatakan terdapat dua pendapat mengenai pengaruh teman sebaya terhadap konsumsi *soft drinks*. Sebagian besar dari responden mengatakan bahwa mereka tidak dipengaruhi oleh teman sebaya ketika akan mengambil keputusan terhadap pemilihan makanan atau minuman. Namun, ada sebagian kecil responden yang mengatakan bahwa mereka dipengaruhi oleh teman sebaya.

Pengaruh Media Massa

Media massa merupakan salah satu alat untuk menyampaikan suatu barang atau jasa kepada masyarakat. Adapun sebaran contoh berdasarkan pengaruh media massa dan jenis kelamin disajikan pada Tabel 11 dibawah ini.

Tabel 11 Sebaran contoh berdasarkan pengaruh media massa dan jenis kelamin

Pengaruh media massa	Laki-laki		Perempuan	
	n	%	n	%
Terpengaruh	34	34.0	30	30.0
Tidak Terpengaruh	66	66.0	70	70.0
Total	100	100.0	100	100.0

Berdasarkan Tabel 11, diketahui bahwa sebagian besar contoh laki-laki (66%) dan contoh perempuan (70%) tidak terpengaruh oleh media massa dalam mengonsumsi minuman ringan. Hal ini berarti sebagian besar contoh tidak terpengaruh dengan media massa yang berperan dalam mempromosikan berbagai jenis produk minuman ringan sehingga contoh tertarik untuk membeli minuman ringan tersebut. Survei yang dilakukan Booth *et al.* (2006) pada anak sekolah dasar dan menengah di New South Wales menunjukkan bahwa sebagian besar anak sekolah tidak terpengaruh oleh iklan dalam membeli minuman ringan (79%-89%). Diduga ada faktor lain yang memengaruhi contoh dalam mengonsumsi minuman ringan, seperti faktor keluarga, akses terhadap minuman ringan, preferensi (kesukaan) terhadap minuman ringan dan lain-lain.

Penelitian Grimm *et al.* (2004) menemukan bahwa preferensi (kesukaan) terhadap minuman ringan, kebiasaan orang tua dan teman mengonsumsi minuman ringan, ketersediaan minuman ringan di rumah dan sekolah serta menonton televisi berhubungan dengan konsumsi minuman ringan pada anak-anak usia sekolah. Penelitian di Amerika Serikat menunjukkan bahwa tersedianya minuman ringan di rumah merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi konsumsi minuman ringan pada remaja laki-laki dan perempuan (Kassem 2003).

Persepsi tentang Minuman Ringan

Persepsi merupakan perlakuan yang melibatkan penafsiran melalui proses pemikiran tentang apa yang dilihat, dengar, alami atau dibaca, sehingga persepsi sering memengaruhi tingkah laku, percakapan serta perasaan seseorang (Tjiptono 2000). Adapun sebaran contoh berdasarkan persepsi tentang minuman ringan dan jenis kelamin disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12 Sebaran contoh berdasarkan persepsi tentang minuman ringan dan jenis kelamin

Persepsi tentang minuman ringan	Laki-laki		Perempuan	
	n	%	n	%
Positif	43	43	49	49
Negatif	57	57	51	51
Total	100	100.0	100	100.0

Berdasarkan Tabel 11, diketahui bahwa lebih dari 50% contoh perempuan dan laki-laki memiliki persepsi tentang minuman ringan yang negatif. Hal ini berarti sebagian besar contoh perempuan dan laki-laki memiliki persepsi bahwa dengan mengonsumsi atau tidak mengonsumsi minuman ringan contoh tetap merasa percaya diri. Persepsi konsumen terhadap berbagai produk akan dipengaruhi oleh persepsi terhadap dirinya. Konsumen akan membeli dan menggunakan suatu produk yang dapat mendukung atau merefleksikan citra dirinya (Sumarwan 2011).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Status Gizi

Status gizi adalah keadaan tubuh sebagai akibat konsumsi makanan dan penggunaan zat-zat gizi. Sebaran contoh berdasarkan status gizi dan jenis kelamin disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13 Sebaran contoh berdasarkan status gizi dan jenis kelamin

Status gizi	Laki-laki		Perempuan	
	n	%	n	%
Kurus ($-3 SD \leq z \leq -2SD$)	6	6.0	2	2.0
Normal ($-2 SD \leq z \leq +1SD$)	63	63.0	83	83.0
<i>Overweight</i> ($+1 SD \leq z \leq +2SD$)	13	13.0	13	13.0
<i>Obese</i> ($z > +2SD$)	18	18.0	2	2.0
Total	100	100.0	100	100.0

Berdasarkan Tabel 13, diketahui bahwa sebagian besar contoh laki-laki (63%) dan contoh perempuan (83%) memiliki status gizi normal. Status gizi *overweight* baik laki-laki maupun perempuan adalah sama yaitu sebanyak 13%. Sebagian besar contoh yang berstatus *Obese* adalah berasal dari contoh berjenis kelamin laki-laki (18%). Hal ini diduga karena perempuan lebih memperhatikan postur tubuh dibandingkan laki-laki. Perempuan cenderung menghendaki bentuk tubuh yang ideal. Monks dan Knoers (2006) menyatakan bahwa perhatian remaja sangat besar terhadap penampilan dirinya, terutama remaja perempuan.

Hubungan Uang Saku, Pengetahuan mengenai Minuman Ringan, Pengaruh Teman Sebaya, Pengaruh Media Massa dan Persepsi tentang Minuman Ringan dengan Perilaku Konsumsi Minuman Ringan serta Status Gizi

Hasil uji korelasi *Spearman* antara uang saku, pengetahuan tentang minuman ringan, pengaruh teman sebaya, pengaruh media massa dan persepsi tentang minuman ringan dengan perilaku konsumsi minuman ringan yang terdiri dari frekuensi dan jumlah konsumsi minuman ringan contoh serta korelasi antara variabel tersebut dengan status gizi contoh disajikan pada Tabel 14 dan Tabel 15.

Tabel 14 Hubungan antara uang saku, pengetahuan tentang minuman ringan, pengaruh teman sebaya, pengaruh media massa dan persepsi tentang minuman ringan dengan perilaku konsumsi minuman ringan contoh

Variabel	Frekuensi konsumsi minuman ringan	Jumlah konsumsi minuman ringan
	P	
Uang saku	0.692	0.029
Pengetahuan tentang minuman ringan	0.520	0.320
Pengaruh teman sebaya	0.593	0.752
Pengaruh media massa	0.551	0.204
Persepsi tentang minuman ringan	0.206	0.428

Hasil uji korelasi *Spearman* menunjukkan tidak terdapat hubungan signifikan ($p=0.692$) antara uang saku dengan frekuensi konsumsi minuman ringan, namun terdapat hubungan signifikan ($p=0.029$) antara uang saku dengan jumlah minuman ringan yang dikonsumsi contoh. Hal ini berarti semakin tinggi uang saku yang dimiliki contoh maka semakin tinggi pula jumlah minuman ringan yang dikonsumsi oleh contoh. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ariani (2012), dimana tidak terdapat hubungan yang bermakna antara uang saku dengan frekuensi konsumsi minuman ringan berpemanis dengan p value sebesar 0.829. Taras *et al.* (2004) berpendapat bahwa uang saku merupakan salah satu hal yang berhubungan dengan konsumsi minuman siswa pada saat di sekolah. Besarnya uang saku dapat menentukan jenis dan jumlah makanan dan minuman jajan yang dibeli (Wahyu dan Albertus 2001).

Diketahui bahwa antara pengetahuan tentang minuman ringan dengan frekuensi minuman ringan dan jumlah minuman ringan yang dikonsumsi contoh menunjukkan keduanya tidak terdapat hubungan signifikan ($p=0.520$) dan ($p=0.320$). Hal ini berarti walaupun contoh memiliki pengetahuan yang baik tentang minuman ringan belum tentu contoh tidak sering mengonsumsi minuman ringan baik mengonsumsi dengan jumlah yang kecil maupun yang besar. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ariani (2012), dimana tidak terdapat hubungan yang bermakna antara pengetahuan dengan frekuensi konsumsi minuman ringan berpemanis ($p=0.412$). Gibney (2005), pengetahuan bukan satu-satunya faktor yang menentukan dalam hal pemilihan makanan. Seseorang yang memiliki tingkat pengetahuan yang baik terhadap suatu makanan belum tentu akan mengonsumsi makanan tersebut. Banyak faktor lain yang lebih menentukan dalam masalah pemilihan makanan dan salah satunya adalah cita rasa. Respon awal yang biasa diperlihatkan konsumen terhadap alasan mengapa mereka memilih suatu jenis makanan ialah karena menyukai cita rasanya.

Hasil uji korelasi *Spearman* menunjukkan tidak terdapat hubungan signifikan antara pengaruh teman sebaya dengan frekuensi minuman ringan ($p=0.593$) dan jumlah konsumsi minuman ringan contoh ($p=0.752$). Tidak adanya hubungan antara pengaruh teman sebaya dengan perilaku konsumsi minuman ringan dapat disebabkan oleh kecenderungan siswa untuk menentukan sendiri minuman yang akan dikonsumsi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Dilapanga (2008) yang menyatakan tidak ada hubungan antara pengaruh teman sebaya dengan perilaku konsumsi minuman ringan (*soft drinks*) pada siswa SMP Negeri 1 Ciputat tahun 2008 (p -value=0,423).

Hasil uji korelasi *Spearman* menunjukkan tidak terdapat hubungan signifikan antara pengaruh media massa dengan frekuensi minuman ringan ($p=0.551$) dan jumlah konsumsi minuman ringan contoh ($p=0.204$). Hal ini berarti contoh mengonsumsi minuman ringan belum tentu karena terpengaruh oleh media massa walaupun peran dari media massa adalah sebagai alat atau tempat promosi (iklan) dari produk minuman ringan. Diduga hal tersebut dikarenakan faktor lain yang menyebabkan contoh tertarik untuk membeli minuman ringan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Prasetya (2007), yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara media massa dengan tingkat konsumsi *soft drinks* berkarbonasi (p -value=0,186).

Diketahui bahwa tidak terdapat hubungan signifikan antara persepsi tentang minuman ringan dengan frekuensi minuman ringan ($p=0.206$) dan jumlah

minuman ringan yang dikonsumsi ($p=0.428$). Hal ini berarti persepsi tentang minuman ringan yang dimiliki contoh baik positif maupun negatif belum tentu memengaruhi contoh dalam mengonsumsi minuman ringan. Ini disebabkan adanya faktor lain yang dapat memengaruhi contoh dalam membeli minuman ringan yang sudah dijelaskan sebelumnya. Hasil penelitian yang dilakukan Booth *et al.* tahun 2006 menunjukkan bahwa proporsi anak laki-laki yang setuju menganggap bahwa dengan mengonsumsi minuman ringan akan membuat tubuh mereka merasa lebih baik adalah sebanyak 25-30%. Namun, sekitar 50% anak perempuan tidak setuju dengan anggapan seperti itu dan hanya sebagian kecil proporsi (10-15%) setuju bahwa mengonsumsi minuman ringan membuat mereka merasa baik. Menurut Sumarwan (2011), konsumen akan membeli dan menggunakan suatu produk yang dapat mendukung atau meningkatkan citra dirinya.

Tabel 15 Hubungan antara frekuensi dan jumlah konsumsi minuman ringan dengan status gizi contoh

Variabel	Status Gizi
	P
Frekuensi minuman ringan	0.859
Jumlah konsumsi minuman ringan	0.709

Diketahui bahwa tidak terdapat hubungan signifikan antara frekuensi minuman ringan ($p=0.314$) dan jumlah konsumsi minuman ringan ($p=0.466$) dengan status gizi contoh. Hal ini dikarenakan konsumsi minuman ringan contoh pada saat itu tidak berpengaruh langsung terhadap status gizi contoh. Lopez *et al.* (2010) menyatakan bahwa konsumsi minuman berkalori tinggi berhubungan dengan peningkatan asupan energi, namun belum tentu konsumsi minuman berkalori langsung memengaruhi kegemukan. Hal ini diduga karena asupan energi minuman berkalori pada contoh masih digunakan untuk memenuhi kebutuhan energi lainnya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arofah (2006) menunjukkan bahwa mengonsumsi minuman ringan dalam jumlah kecil yaitu 2 botol per minggu tidak memberikan faktor risiko terhadap terjadinya obesitas pada remaja.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Sebagian besar contoh berusia 16 tahun (51%). Lebih dari setengah contoh memiliki uang saku sebesar Rp 20.000.00-Rp 30.000.00. Sebagian besar contoh memiliki keluarga dalam kategori kecil (≤ 4 orang) sebesar 50.5%. Lebih dari setengah pendidikan ayah dan ibu contoh adalah perguruan tinggi. Sebagian besar ayah contoh memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta (33.5%) sedangkan lebih dari setengah (56%) pekerjaan ibu contoh adalah IRT (ibu rumah tangga). Lebih dari setengah (79.0%) pendapatan orang tua contoh termasuk kategori pendapatan sangat tinggi ($>4.000.000$).

Sebanyak 80% contoh laki-laki dan 84% contoh perempuan sering mengonsumsi minuman ringan. Sebagian contoh laki-laki (69%) dan contoh perempuan (59%) mengonsumsi minuman ringan dengan jumlah >1000 ml. Sebanyak 84% contoh laki-laki dan 86% contoh perempuan memiliki pengetahuan yang baik tentang minuman ringan. Lebih dari 50% contoh laki-laki dan contoh perempuan terpengaruh oleh teman sebayanya dalam mengonsumsi minuman ringan. Lebih dari setengah contoh laki-laki (66%) dan contoh perempuan (70%) tidak terpengaruh oleh media massa dalam mengonsumsi minuman ringan. Lebih dari 50% contoh perempuan dan laki-laki memiliki persepsi tentang minuman ringan yang negatif. Sebagian besar contoh laki-laki (63%) dan contoh perempuan (83%) memiliki status gizi normal. Terdapat contoh laki-laki (18%) memiliki status gizi *obese*.

Tidak terdapat hubungan antara uang saku contoh dengan frekuensi konsumsi minuman ringan, namun terdapat hubungan dengan jumlah konsumsi minuman ringan. Tidak terdapat hubungan antara pengetahuan tentang minuman ringan, pengaruh teman sebaya, pengaruh media massa dan persepsi tentang minuman ringan contoh dengan frekuensi dan jumlah konsumsi minuman ringan. Tidak terdapat hubungan antara frekuensi dan jumlah konsumsi minuman ringan dengan status gizi contoh.

Saran

Diperlukan pemberian edukasi seperti penyuluhan, seminar ataupun membagikan leaflet mengenai pemilihan makanan yang sehat dan bergizi atau mengenai konsumsi minuman ringan melalui sekolah atau orang tua agar para siswa memiliki kesadaran untuk memilih makanan dan minuman yang sehat dan bergizi. Penelitian selanjutnya disarankan dapat meneliti variabel-variabel lain yang berperan terhadap tingkat konsumsi minuman ringan misalnya variabel ketersediaan minuman ringan baik disekolah maupun dirumah. Diharapkan peneliti lain dapat menggunakan desain studi yang berbeda dalam melihat faktor yang berhubungan dengan konsumsi minuman ringan pada remaja misalnya dengan desain studi kohort atau *case control* sehingga menunjukkan hasil yang lebih mendalam terhadap perilaku konsumsi minuman ringan pada remaja.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2010. Data Sensus BPS. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik
- Alamsyah MR. 2010. Efek perbedaan cara meminum *softdrink* (minuman ringan) terhadap penurunan pH saliva pada siswa SMP Raksana Medan [skripsi]. Medan (ID) : FKG USU.
- Andariah S. 2013. Hubungan konsumsi pangan dan sosial ekonomi keluarga dengan kejadian *stunted* pada remaja [skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor

- Ariani S. 2012. Hubungan antara faktor individu dan lingkungan dengan konsumsi minuman ringan berpemanis pada siswa/siswi SMA Negeri 1 Bekasi [skripsi]. Depok (ID):FKUI
- Arofah D, Hertanto WS. 2010. Konsumsi *soft drink* sebagai faktor risiko terjadinya obesitas pada remaja usia 15-17 tahun (studi kasus di SMUN 5 Semarang). *Jurnal Media Medika Muda*. Nomor 4. Semarang (ID): Fakultas Kedokteran Univeristas Diponegoro
- Azwar S. 2010. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta (ID) : Pustaka Pelajar.
- Booth M, Okely AD, Denney-Wilson E. 2006. NSW Schools Physical Activity and Nutrition Survey (SPANS) 2004: Full Report. Sydney, NSW Department of Health.
- Cahyadi S. 2008. *Analisis dan Aspek Kesehatan Bahan Tambahan Pangan. Cetakan Kedua*. Jakarta (ID): PT. Bumi Aksara.
- Dhingra R, Sullivan L, Jacques PF. 2007. Soft drink consumption and risk of developing cardiometabolic risk factors and the metabolic syndrome in middle-aged adults in the community. *Circulation* 116(5): 480–488
- De Bruijn GJ, Kremers SP, de Vries H, van Mechelen W, Brug J. 2007. Associations of social-environmental and individual-level factors with adolescent soft drink consumption: results from the SMILE study. *Health Educ Res* 22(2): 227–237
- Dilapanga A. 2008. Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi *soft drink* pada siswa SMP Negeri 1 Ciputat tahun 2008 [skripsi]. Jakarta (ID): Program Studi Kesehatan Masyarakat FKIK UIN Syarif Hidayatullah.
- Gibney MJ, Margetts BM, Kearney JM, Arab L. 2005. *Gizi Kesehatan Masyarakat*. Andry Hartono, penerjemah. Jakarta (ID): EGC. Terjemahan dari: *Public Heath Nutrition*.
- Grimm GC, Harnack L, Story M. 2004. Factors associated with soft drink consumption in school-aged-children. *Journal of the American Dietetic Association*. Vol 104:1244-9.
- Hurlock. 1999. *Perkembangan Anak Jilid 2*. M. Tjandrasa, M. Zajarsih, penerjemah. Jakarta (ID): Erlangga. Terjemahan dari: *Child Development*.
- Kassem. 2003. Understanding Soft Drink Consumption Among Female Adolescents Using The Theory of Planned Behavior. *Health Education Research*. 18 (3): 78-291
- Khomsan A. 2000. Teknik Pengukuran Pengetahuan Gizi. Bogor (ID): Diklat Jurusan Gizi Pendidikan dan Kebudayaan. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, PAU IPB.
- _____. 2003. *Teknik Pengukuran Status Gizi*. Bogor (ID): Fakultas Pertanian IPB Jurusan Gizi Masyarakat dan Sumber Daya Keluarga.
- Lien L, Lien N, Heyerdhal S, Thoresen M, Bjertness E. 2006. Consumption of Soft Drinks and Hyperactivity, Mental Distress, and Conduct Problems among Adolescents in Oslo, Norway. *American Journal of Public Health*. Volume 96, No. 10, p.1815-1820.
- Lopez GW, Kao J, Ritchie L. 2010. To what extent have sweetened beverages contributed to the obesity epidemic, *Journal Of Public Health*. Vol 10.1017.

- Malik SV. 2006. Intake sugar-sweetened beverages and weight gain: a systematic review. *American Journal of clinical Nutrition*. Volume 84. Nomor 2. p.274-288.
- Mandiri. 2012. *Industry Update. Volume 9. Mei 2013*. [terhubungberkala] www.bankmandiri.co.id [Oktober 2013]
- Monks FJ, Knoers AMP. 2006. *Psikologi Perkembangan* (Haditono SR, Penerjemah). Yogyakarta (ID): Gajah Mada University Press
- Nazir M. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor (ID): Ghalia Indonesia
- Notoatmodjo S. 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta (ID): RinekaCipta.
- Nur'afni H. 2009. *Diet For Muslimah*. Bandung (ID): DAR!Mizan.
- Prasetya K. 2007. Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Tingkat Konsumsi Soft Drinks Berkarbonasi pada Siswa Kelas VII dan VIII di SMP Yayasan Pendidikan Tugu Ibu [skripsi]. Depok (ID): FKM UI.
- Rahmawati.2006. Pengaruh Asimetri Informasi terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan public yang terdaftar di Bursa efek.Jakarta [online] tersedia <http://muharieffendi>.
- Ramdhani A 2010. *Women's Health*. Bandung (ID): Leaf Production
- Rita E. 2002. Preferensi konsumen terhadap pangan sumber karbohidrat non-beras [skripsi]. Bogor (ID): IPB Departemen Gizi Masyarakat, FEMA.
- Riduwan dan Akdon. 2007. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung(ID): Penerbit Alfabeta
- Samuda, Pauline. 2004. Food Consumption in Grenada : Qualitative analysis of Dietary Pattern in Adolescents. *Pan America Health Organization*. Vol.37, (Nomor 32), pp. 101-114.
- Siregar S. 2011. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian:Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS versi 17*. Jakarta (ID): Raja Grafindo Persada
- Skriptiana NR. 2009. Hubungan antara pengetahuan gizi, pengaruh teman sebaya, pengaruh media massa dan faktor lain dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri tahun 2009[skripsi]. Depok (ID): FKM UI.
- Soekirman. 2000. Ilmu Gizi dan Aplikasinya untuk Keluarga dan Masyarakat. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan Nasional
- Sudirman U. 2008. *Hemat air dengan BBM*. Jakarta (ID): PT. KawanPustaka
- Suhardjo. 1989. Sosio Budaya Gizi. Bogor: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Pusat Antar Universitas Pangan dan Gizi, Institut Pertanian Bogor
- Sumarwan U. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Bogor (ID): Ghalia Indonesia
- Taras HL, Frankowski BL, McGrath JW, Mears CJ. 2004. Soft drinks in school, Committe on School Health:American Academy of Pediatrics,vol.113.
- Thomas J. 2010. Future succes strategies for carbonated soft drinks (CSDs)-2010 edition: Major suppliers and brands. Jus-Drinks, 19, 10-28.05 Oktober 2013. ABI/INFORM Global (Proquest) database.
- Tjiptono F. 2000. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta (ID): Penerbit Andi Yogyakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

- Vijayakumar S. 2005. Consumer behavior relating to carbonated soft drinks in selected urban centres in Tamil Nadu, Finance India, 19, 2, 601-607. 05 Oktober 2013. ABI/INFORM Global (Proquest) database.
- Wahyu W, Albertus B. 2001. Analisa Deskriptif Status Gizi, Pola Jajan dan Pengetahuan Gizi Anak SD Kelas VI Studi Kasus di SD Negeri Sukmajaya IV Kelurahan Sukmajaya Depok II Tengah. Jakarta (ID): AGJ Depkes RI.
- Wardlaw GM. 2007. *Perspective in Nutrition 7 th edition*. United States (US): McGraw-Hill,
- Whitney E, Rolfes SR. 2005. *Understanding Nutrition. 10th ed*. United States (US) : Peter Marshall.
- Worthington BS. 2000. *Nutrition Throughout the Life Cycle. 4th ed*. United States (US): McGraw Hill Book Companies, Inc.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Nilai koefisien korelasi hubungan antar variabel

Variabel	Y ₁	Y ₂	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆
Y ₁	1							
Y ₂	0.137	1						
X ₁	0.028	0.155*	1					
X ₂	-0.046	0.071	0.114	1				
X ₃	-0.038	0.023	-0.021	-0.080	1			
X ₄	0.042	0.090	0.015	-0.047	0.258**	1		
X ₅	-0.090	-0.018	0.010	0.140*	-0.188**	-0.225**	1	
X ₆	-0.013	-0.027	-0.052	-0.006	0.063	-0.047	-0.183**	1

Keterangan :

Y₁= frekuensi minuman ringan

Y₂= jumlah konsumsi minuman ringan

X₁= uang saku

X₂= pengetahuan mengenai minuman ringan

X₃= pengaruh teman sebaya

X₄= pengaruh media massa

X₅= persepsi tentang minuman ringan

X₆= status gizi

*=sig (p<0.05), **=sig (p<0.01).

Lampiran 2 Dokumentasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Pengukuran tinggi badan responden di SMAN 1 dan SMAN 3 Kota Bogor



Pemeriksaan kelengkapan lembar kuesioner





RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Palembang pada tanggal 25 Maret 1990, sebagai anak pertama dari pasangan Bapak Safrizal Tanjung dan Ibu Julaila dan sebagai kakak dari Aidil Akbar dan Alvi Syahrin. Penulis menempuh pendidikan formal di SDN 50 Kota Banda Aceh tahun 1996-2002, SMPN 1 Kota Banda Aceh tahun 2002-2005 dan SMAN 1 Kota Banda Aceh tahun 2005-2008. Penulis melanjutkan kuliah di Prodi D-III Jurusan Gizi Politeknik Kesehatan Kemenkes Aceh tahun 2008-2012. Selama perkuliahan, Penulis pernah aktif mengikuti organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Poltekkes Kemenkes Aceh tahun ajaran 2008/2009 dan 2009/2010 sebagai Staf Ahli Divisi Minat dan Bakat. Penulis pernah mengikuti praktek kerja lapang (PKL) di Desa Dayah Usen, Kecamatan Meurah Dua, Kabupaten Pidie Jaya dan PKL di RSUD Zainal Abidin Kota Banda Aceh serta di Puskesmas Kajhu, Kabupaten Aceh Besar.

Penulis melanjutkan studi Sarjana S1 Ilmu Gizi di Departemen Gizi Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor melalui ujian mandiri tahun 2012. Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Gizi di IPB, penulis menyelesaikan skripsi dengan judul “Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Konsumsi Minuman Ringan (*Soft drink*) pada Siswa SMA di Bogor”, yang dibimbing oleh Dr. Ir. Sri Anna Marliyati, MS.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.