

4. PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Responden

Deskripsi responden secara umum dapat dilihat pada Tabel 5., dalam penelitian ini karakteristik responden dibedakan menjadi dua yaitu karakteristik individu dan keluarga responden. Karakteristik individu dibedakan menjadi nama sekolah, jenis kelamin, kelas, dan uang saku, sedangkan karakteristik keluarga responden dibedakan menjadi tingkat pendidikan ayah dan ibu, pekerjaan orang tua dan pendapatan keluarga responden per bulan. Responden dalam penelitian ini merupakan siswa-siswi SMA/SMK di kabupaten Klaten. Jumlah responden secara keseluruhan ada 460 orang, responden yang paling banyak adalah wanita sebanyak 254 orang dan untuk kategori uang saku jumlah terbanyak yaitu < Rp 500.000 sebanyak 399 orang. Pada karakteristik keluarga responden kategori tingkat pendidikan ayah dan ibu paling banyak yaitu adalah tamat SMA/SMK sebanyak 233 orang untuk ayah dan 260 orang untuk ibu, untuk kategori pekerjaan orang tua mayoritas bekerja sebagai buruh sebanyak 168 orang dan pendapatan keluarga responden terbanyak pada kategori Rp. 1000.000-Rp. 2.500.000 yaitu sebanyak 175 orang.

4.2. Prioritas Penggunaan Informasi Nilai Gizi pada Label Pangan Minuman Kemasan

Pada Tabel 8., didapatkan hasil bahwa informasi nilai gizi yang paling banyak dibaca responden adalah jumlah kalori/energi yaitu ada 91 orang (20% dari total responden keseluruhan), sedangkan informasi nilai gizi yang jarang sekali dibaca responden paling banyak yaitu serat sebanyak 114 orang (25% dari total responden keseluruhan). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Satia et al (2005), didapatkan hasil bahwa konsumen lebih tertarik melihat kandungan kalori. Berdasarkan studi eksplorasi di Bahrain, menunjukkan hasil bahwa konsumen paling sering melihat kandungan lemak (61,4%), kandungan gula (55,8%) dan total kalori (53%), sedangkan protein (42,1%), vitamin (40,0%) dan mineral (30,2%) merupakan item yang paling tidak penting (Wahab, 2018). Dalam G. Nurliyana (2011), konsumen akan cenderung melihat total kalori atau energi karena konsumen akan lebih berhati-hati dalam mengkonsumsi sebuah produk, berfokus pada kesehatan mereka dan ingin lebih menjaga berat badan. Terlebih pada konsumen wanita dimana konsumen wanita akan lebih mementingkan berat badan yang ideal daripada konsumen laki-laki maka konsumen wanita akan cenderung melihat jumlah kalori dalam sebuah produk dan akan memilih produk dengan kalor yang rendah. Apalagi dalam minuman kemasan mengandung

pemanis buatan dan pengawet yang jika dikonsumsi terlalu banyak akan menyebabkan berbagai penyakit seperti diabetes melitus, obesitas, dll.

4.3. Pengetahuan Responden dalam Membaca Label Informasi Nilai Gizi (ING) pada Minuman Kemasan

Pada penelitian ini berdasarkan Tabel 9, didapatkan hasil bahwa tingkat pengetahuan membaca informasi nilai gizi minuman kemasan pada siswa SMA/SMK di Klaten mayoritas termasuk dalam kategori baik ada 255 orang (55,43%). Pengetahuan yang baik dalam membaca informasi nilai gizi akan mengarahkan pada perubahan perilaku yang baik dalam pemilihan produk pangan kemasan (Devi et al., 2013). Pengetahuan yang rendah menjadi hambatan konsumen untuk memahami dan menafsirkan informasi nilai gizi sehingga berdampak terhadap ketidakmampuan atau kesulitan konsumen untuk memilih pangan yang sesuai dengan kebutuhan gizinya (McLean & Hoek, 2014). Jika responden memiliki pengetahuan cara membaca label informasi nilai gizi yang baik maka akan menurunkan intake makanan yang dikonsumsi dan dapat mengatur pola konsumsi yang baik disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing untuk mencapai status gizi yang normal (Graham, 2012).

Sebelum memasuki tahap praktik membaca informasi nilai gizi yang kemudian menjadi patuh membaca informasi nilai gizi, seseorang akan melewati tahap tahu terlebih dahulu. Pengetahuan tentang informasi nilai gizi bermanfaat agar konsumen dapat mengerti informasi yang ada didalamnya dan kemudian konsumen akan memanfaatkan hal tersebut sehingga tercipta perilaku membaca label informasi nilai gizi. Pengetahuan membaca label informasi nilai gizi memang bukan menjadi penyebab langsung terjadinya gangguan gizi pada seseorang, namun jika seseorang memiliki pengetahuan membaca label informasi nilai gizi yang cukup baik membantu responden untuk dapat mengerti kebutuhan asupan gizinya (Zahara & Triyanti, 2009).

4.4. Kepatuhan Responden dalam Membaca Label Informasi Nilai Gizi pada Minuman Kemasan

Pada penelitian ini dapat dilihat dalam Tabel 14, tingkat kepatuhan siswa-siswi SMA/SMK di Kabupaten Klaten dalam hal membaca label informasi nilai gizi pada minuman kemasan mayoritas termasuk dalam kategori sedang ada sebanyak 298 orang (64,78%). Kepatuhan membaca

informasi nilai gizi di Indonesia juga masih tergolong rendah ditunjukkan dari beberapa penelitian terdahulu yaitu dalam penelitian Zahara (2009), tingkat kepatuhan responden membaca label di kalangan mahasiswa FKM UI masih tergolong rendah hanya sekitar 39,1% mahasiswa yang patuh membaca label informasi zat gizi dan 38,9% yang patuh membaca label komposisi. Penelitian di Semarang menunjukkan hanya 55% responden yang kadang-kadang membaca informasi gizi (Asgha, 2016). Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Huda (2016), menunjukkan bahwa 52,3% responden yang merupakan mahasiswa Universitas Airlangga jarang atau tidak pernah membaca informasi nilai gizi

Responden yang menyetujui bahwa label informasi nilai gizi memang penting dicantumkan untuk mendapatkan produk yang sehat, tetapi tidak juga menjamin mereka akan membaca label informasi nilai gizi sebelum membeli produk. Seseorang yang belum memiliki masalah kesehatan tertentu, maka akan cenderung tidak tertarik dan tidak memiliki rencana untuk diet sehingga akan lebih memungkinkan untuk tidak membaca label. Dalam Zahara (2009), dikatakan bahwa tingkat kepatuhan membaca label informasi nilai gizi yang rendah karena responden kurang tertarik terhadap informasi, kurangnya tingkat pemahaman tentang informasi nilai gizi karena informasi lebih kompleks dan menggunakan istilah yang kurang familiar atau tidak akrab didengar masyarakat dan sulit dimengerti.

Faktor demografi seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pemahaman dan intensitas penggunaan label informasi nilai gizi. Responden wanita akan cenderung lebih sering dalam menggunakan label informasi gizi daripada responden pria (McLean-Meynsse, 2001). Responden wanita lebih teliti dibandingkan dengan pria dalam memilih makanan kemasan (Devi et al., 2013). Dalam Drichoutis & Nayga (2006), didapatkan hasil bahwa bahwa laki-laki cenderung berfokus pada daftar kandungan bahan. Namun, wanita lebih memperhatikan informasi tentang kalori, vitamin, dan mineral dan mereka cenderung menggunakan label nutrisi dan daftar bahan. Orang yang usianya semakin tua menggunakan label informasi nilai gizi lebih sering karena mereka lebih memperhatikan kesehatan di masa tua (Nayga, 1996; Drichoutis et al., 2005). Dalam penelitian literatur Drichoutis & Nayga (2006), didapatkan hasil bahwa orang yang lebih tua menganggap membaca informasi nilai gizi kurang dapat dimengerti sehingga cenderung hanya membaca daftar

bahan, sementara orang muda cenderung membaca label nutrisi dan daftar bahan, atau hanya label nutrisi saja. Pendidikan juga mempengaruhi intensitas penggunaan label informasi nilai gizi. Orang yang berpendidikan lebih tinggi lebih sering menggunakan label. Menurut McLean dan Kim (dalam Asgha,2016), orang yang berpendidikan tinggi cenderung lebih sering membaca label informasi nilai gizi dikarenakan tingkat pendidikan mereka membuat mereka lebih sadar akan pentingnya makanan yang bernutrisi dan pola makan secara sehat.

Faktor lain yang berpengaruh meliputi status pekerjaan, waktu saat berbelanja, status diet, pengetahuan tentang gizi, motivasi, harga produk, dll (Drichoutis & Nayga, 2006). Konsumen yang sedang menjalankan diet menggunakan label informasi nilai gizi karena menganggap bahwa diet sangat penting bagi kesehatan. Pengetahuan merupakan faktor kontribusi dalam perilaku kesehatan, dalam penelitian ini perilaku kesehatan yang dimaksud adalah membaca label informasi nilai gizi pada minuman kemasan, pengetahuan sebagai modal dalam membentuk perilaku patuh dalam membaca label informasi nilai gizi. Seseorang yang memiliki pengetahuan tentang informasi nilai gizi yang baik akan dengan mudah dalam menginterpretasi informasi dalam label gizi sebuah produk minuman kemasan sehingga dalam proses pencarian informasi konsumen tidak perlu mengeluarkan banyak waktu untuk membaca label informasi nilai gizi. Konsumen dengan pengetahuan yang baik akan menyadari adanya keuntungan yang didapatkan dari membaca label informasi nilai gizi, keuntungan tersebut salah satunya adalah dapat meningkatkan pengetahuan gizi konsumen (Fatmaningtyas & Dini, 2016).

Harga produk juga mempengaruhi intensitas penggunaan label informasi nilai gizi, dalam (Drichoutis & Nayga, 2006), ada konsumen yang lebih mementingkan harga sehingga akan cenderung tidak menggunakan label informasi nilai gizi, konsumen secara aktif akan mencari informasi harga dan akan menghambat dalam memeriksa label informasi nilai gizi. Namun, ada juga yang lebih mementingkan nutrisi daripada harga produk dan akan cenderung menggunakan label informasi nilai gizi.

4.5. Sikap Responden dalam Membaca Label Informasi Nilai Gizi pada Minuman Kemasan

Pada penelitian ini, didapatkan hasil pada Tabel 15., bahwa mayoritas siswa- siswi SMK/SMA di Kabupaten Klaten memiliki sikap membaca label informasi nilai gizi pada minuman kemasan di

masa pandemi COVID-19 termasuk dalam kategori baik sebanyak 211 orang (46%). Sikap positif akan sangat mempengaruhi seseorang untuk terlibat dalam perilaku, sedangkan sikap negatif akan mengurangi kemungkinan seseorang untuk melakukan tindakan tersebut. Menurut Cooke & Papadaki (dalam Zainol et al., 2019), sikap dapat memainkan peran penting dalam praktik diet sehat, sikap terhadap label nutrisi dapat mendorong konsumen untuk memilih makanan yang sehat. Menurut Trendel (dalam Zainol et al., 2019), menunjukkan bahwa sikap memang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan konsumen untuk membuat pilihan makanan sehat. Sebuah studi di Malaysia, menurut Ng *et al* (dalam Zainol et al., 2019) sikap yang buruk terhadap label nutrisi cenderung tidak menyebabkan pilihan makanan sehat. Dapat disimpulkan bahwa artinya, sikap buruk konsumen terhadap label informasi nilai gizi membuat konsumen akan bertindak secara tidak rasional dan berujung pada pilihan minuman kemasan yang tidak sehat.

4.6. Hubungan Pengetahuan Membaca Label Informasi Nilai Gizi dengan Kepatuhan Membaca Label Informasi Nilai Gizi pada Minuman Kemasan

Apabila dilihat dari persentase responden pada Tabel 12., menunjukkan hasil bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan membaca label ING pada minuman kemasan, semakin banyak responden yang memiliki tingkat kepatuhan membaca label ING pada minuman kemasan dalam kategori sedang. Menurut data tersebut, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini sudah sedikit paham mengenai membaca label informasi nilai gizi dan mengerti bahwa selama pandemi COVID-19 ini mereka perlu patuh untuk membaca label informasi nilai gizi sebelum membeli dan mengonsumsi minuman kemasan. Namun pada uji korelasi pada Tabel 16., tidak ditemukan adanya hubungan antara pengetahuan membaca label ING dengan kepatuhan membaca label ING pada minuman kemasan. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan membaca label informasi nilai gizi pada minuman kemasan siswa SMA/SMK di Kabupaten Klaten tidak mempengaruhi tingkat kepatuhan membaca label informasi nilai gizi pada minuman kemasan selama masa pandemi COVID-19.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Mahfudhin et al., (2021) dan Sinaga (2019), dimana pengetahuan mengenai informasi nilai gizi tidak berhubungan dengan perilaku membaca label informasi nilai gizi, meskipun para siswa memiliki pengetahuan yang baik mengenai informasi nilai gizi tetapi para siswa cenderung bersikap abai terhadap informasi nilai gizi. Begitu

juga dengan penelitian dari Huang et al (2021), didapatkan hasil bahwa pengetahuan tidak dapat diterjemahkan secara langsung ke dalam praktik membaca informasi nilai gizi. Pengetahuan merupakan motivator tidak langsung bisa untuk mempengaruhi penggunaan label nutrisinya, perlu proses bertahap dari perolehan pengetahuan hingga perubahan perilaku. Tingkat pengetahuan yang lebih tinggi tampaknya lebih mampu menginterpretasikan informasi yang diberikan pada label nutrisi, tetapi perilaku penggunaan label pada akhirnya tidak dapat terbentuk tanpa keyakinan tentang fungsi informasi nilai gizi. Sikap dapat mempengaruhi pengetahuan terhadap penggunaan label dan mencerminkan bahwa pengetahuan merupakan dasar untuk mengubah perilaku penggunaan label informasi nilai gizi.

Dalam Miller & Cassady (2015), ditemukan juga bahwa konsumen yang berpengetahuan baik akan lebih sering membaca label informasi nilai gizi, karena pengetahuan akan menjadi penyebab terciptanya perilaku konsumen dalam membaca label informasi nilai gizi. Menurut Drichoutis et al (2005), didapatkan hasil bahwa pengetahuan akan gizi dapat membuat seseorang lebih mudah memahami efisiensi dan manfaat label informasi nilai gizi serta membuat seseorang untuk membaca label informasi nilai gizi.

Dalam Anggraini (2018), dikatakan bahwa pengetahuan berhubungan erat dengan perilaku seseorang, semakin tinggi tingkat pengetahuan maka semakin baik juga perilakunya. Pengetahuan dengan perilaku saling terkait, perilaku merupakan cerminan yang terbentuk dari pengetahuan yang dimiliki seseorang. Hasil penelitian ini berbeda dengan beberapa teori yang ada kemungkinan adanya faktor-faktor selain pengetahuan yang dapat mempengaruhi kepatuhan responden dalam membaca label informasi nilai gizi. Dalam Zahara (2009), persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap zat gizi akan mempengaruhi perilaku dalam menggunakan informasi nilai gizi, persepsi akan mempengaruhi pembentukan perilaku. Jadi jika konsumen tidak percaya akan informasi nilai gizi maka konsumen akan sedikit membaca informasi nilai gizi dalam minuman kemasan yang akan mereka konsumsi. Adanya kemungkinan faktor lain yang menyebabkan perbedaan hasil penelitian yaitu seperti perbedaan skala, kategorisasi, responden, waktu penelitian, persentase hasil penelitian, alasan konsumen tidak menggunakan label informasi nilai gizi seperti keterbatasan waktu dan sulit memahami label informasi nilai gizi.

4.7. Hubungan Pengetahuan Membaca Label Informasi Nilai Gizi dengan Sikap Membaca Label Informasi Nilai Gizi pada Minuman Kemasan

Pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 16., bahwa antara pengetahuan membaca label informasi nilai gizi memiliki hubungan yang signifikan dengan sikap membaca label informasi nilai gizi, arah hubungannya positif dan memiliki kekuatan korelasi yang sangat lemah, disini dapat diartikan juga bahwa dimana semakin tinggi tingkat pengetahuan responden dalam membaca label informasi nilai gizi pada minuman kemasan maka semakin tinggi pula sikap membaca label informasi nilai gizi pada minuman kemasan. Dalam Et.al (2021), dikatakan bahwa pengetahuan tentang label nutrisi merupakan kemampuan untuk menggunakan dan memahami segala fakta mengenai label nutrisi, termasuk pada respon atau reaksi positif untuk mengambil keputusan terkait pemilihan makanan yang sehat dan tepat dengan mempertimbangkan efek kesehatannya pada tubuh. Sikap terhadap label nutrisi digambarkan sebagai perasaan, persepsi, dan evaluasi seseorang terhadap label nutrisi saat pembelian produk pangan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Huang et al (2021), didapatkan hasil bahwa adanya hubungan yang signifikan antara pengetahuan dan sikap tentang pelabelan gizi menunjukkan bahwa responden dapat membentuk sikap yang lebih positif terhadap label informasi nilai gizi jika mereka memiliki pengetahuan tentang pelabelan. Sikap berfungsi sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan pengetahuan dan perilaku (Baser et al., 2017). Dalam Cooke & Papadaki (2014), pengetahuan dan sikap berkaitan dengan label nutrisi akan memberikan kontribusi besar untuk memotivasi konsumen untuk dapat berlatih melakukan diet sehat. Pengetahuan tentang label nutrisi yang lebih tinggi dan sikap tentang label nutrisi yang positif akan mendorong konsumen untuk memilih makanan yang lebih sehat. Pengetahuan akan menumbuhkan kesadaran yaitu membentuk sikap yang akan menyebabkan seseorang melakukan respon atau tindakan. Dapat disimpulkan bahwa jika dalam penelitian ini, siswa yang memiliki pengetahuan yang baik akan memiliki sikap yang baik dalam membaca label informasi nilai gizi pada minuman kemasan hal itu akan cenderung mendorong siswa untuk lebih dapat memilih minuman kemasan yang menyehatkan sesuai dengan kebutuhan mereka.

4.8. Hubungan Kepatuhan Membaca Label Informasi Nilai Gizi dengan Sikap Membaca Label Informasi Nilai Gizi pada Minuman Kemasan

Pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 16., bahwa antara kepatuhan membaca label informasi nilai gizi memiliki hubungan yang signifikan dengan sikap membaca label informasi nilai gizi, arah hubungannya positif dan memiliki kekuatan korelasi yang sangat lemah, disini dapat diartikan juga bahwa dimana semakin tinggi tingkat kepatuhan responden dalam membaca label informasi nilai gizi pada minuman kemasan maka semakin tinggi pula sikap membaca label informasi nilai gizi pada minuman kemasan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Sinaga (2019), bahwa didapatkan nilai p-value sebesar 0,019 yang berarti bahwa $p < 0,05$ dimana perilaku label informasi nilai gizi memiliki hubungan yang bermakna dengan sikap membaca label informasi nilai gizi. Kepatuhan membaca label informasi lebih tinggi ditemukan pada responden yang memiliki sikap baik daripada responden yang memiliki sikap kurang baik.

Sikap akan menentukan motivasi seseorang untuk melakukan implementasi terhadap perilaku tertentu (Huda, 2016). Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Huang et al (2021), didapatkan hasil bahwa adanya hubungan antara responden yang memiliki sikap lebih positif terhadap informasi nilai gizi terkait kemungkinan tingginya praktik dalam menggunakan label informasi nilai gizi. Sikap merupakan faktor yang penting dalam praktik membaca label informasi nilai gizi. Sikap individu merupakan respon psikologis untuk meyakinkan dirinya sendiri bahwa label informasi nilai gizi dapat bermanfaat dan kemudian secara bertahap praktik atau perilaku membaca label nilai gizi dapat terbentuk karena adanya sikap. Sikap responden terhadap label informasi nilai gizi berperan sebagai mediator yang penting antara pengetahuan dan praktik hal ini sesuai dan konsisten dengan teori KAP (*Knowledge, Attitude, and Practices*). Dalam teori KAP dikatakan bahwa pembentukan perilaku individu adalah sebuah proses yang terdiri dari 3 sub proses yaitu “pengetahuan atau kognisi” (K); “sikap atau keyakinan” (A); dan “praktik/perilaku” (P). Dari pengetahuan yang dimiliki seseorang maka barulah muncul keyakinan seseorang untuk mengambil sikap positif untuk mengubah perilakunya (Wang et al., 2013).



Gambar 5. *Knowledge, Attitude, Practices (KAP) Model* (Wang et al., 2013)

Pengetahuan responden tentang informasi nilai gizi pada minuman kemasan akan membentuk sikap konsumen yang akan mengarahkan konsumen untuk bertindak. Tindakan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah membaca, memahami dan memperhatikan label informasi nilai gizi sebelum mengonsumsi minuman kemasan. Dalam penelitian ini, responden yang memiliki sikap yang baik terhadap pembacaan informasi nilai gizi tidak selalu memiliki praktik kepatuhan dalam membaca informasi nilai gizi yang baik pula artinya dalam praktik pembacaan label responden masih bisa juga berada dalam tingkat yang rendah, karena munculnya kecenderungan seseorang untuk berpikir positif dengan menerima informasi dan ilmu yang positif, tidak selalu dilanjutkan atau dibarengi dengan perilaku yang baik pula.

4.9. Hubungan Pengetahuan dengan Kepatuhan dan Sikap Membaca Label Informasi Nilai Gizi pada Minuman Kemasan dengan Pendapatan Keluarga, Pendidikan Anak dan Orang Tua sebagai Variabel Kontrol

Berdasarkan Tabel 17, didapatkan hasil bahwa hubungan antara pengetahuan dan kepatuhan membaca label informasi nilai gizi pada minuman kemasan tidak dipengaruhi oleh faktor pendapatan keluarga, pendidikan anak, ayah dan ibu. Hal ini terjadi karena kemungkinan bahwa hubungan atau korelasi antar variabel yang terlalu lemah dan antar variabel tidak ada hubungan secara langsung. Namun hubungan antara pengetahuan dan sikap membaca label informasi nilai gizi serta hubungan antara kepatuhan dan sikap membaca label informasi nilai gizi pada minuman kemasan dipengaruhi oleh faktor pendapatan keluarga, pendidikan anak, ayah, dan ibu. Dalam beberapa penelitian, didapatkan hasil bahwa responden yang memiliki pendapatan yang lebih tinggi akan memiliki kecenderungan untuk lebih sering menggunakan label informasi nilai gizi dibandingkan responden yang memiliki pendapatan lebih rendah (McLean-Meynsse, 2001). Dalam penelitian Agsha (2016), didapatkan hasil yang sama juga bahwa adanya hasil beda nyata terhadap tingkat pendapatan per bulan dengan frekuensi penggunaan label informasi nilai gizi.

Seseorang yang berpendapatan tinggi karena pekerjaan yang mapan dan menetap, dalam memilih produk yang berkualitas cenderung memperhatikan label informasi nilai gizi. Seorang yang berpenghasilan lebih tinggi akan memiliki kesempatan yang besar dalam memperbaiki penampilannya dan sekaligus pola makannya dengan kecenderungan untuk memilih makanan yang lebih bernutrisi dan lebih sehat. Tingkat pendapatan yang dimiliki seseorang memiliki hubungan dengan kemampuan seseorang untuk membeli sesuatu. Semakin memiliki pendapatan yang tinggi maka seseorang memiliki kemampuan daya beli yang tinggi juga, orang yang berpenghasilan tinggi sebagian kecil akan cenderung membeli produk dengan melihat nilai gizi atau manfaatnya untuk kesehatan bukan melihat dari harganya. Namun, tak jarang juga beberapa orang masih mementingkan kesukaan dan kepercayaan terhadap suatu produk.

Uang saku para siswa cenderung dipengaruhi oleh pendapatan yang dimiliki ayah sebagai kepala keluarga. Pendapatan tentu akan mempengaruhi ketersediaan minuman di dalam rumah. Pendapatan keluarga yang tinggi akan membentuk pola kebiasaan yang baik untuk dapat mengonsumsi minuman yang lebih sehat terlebih di saat pandemi COVID-19 ini, orang tua pasti menginginkan asupan yang terbaik untuk anaknya agar imunitas tubuh mereka dapat selalu terjaga. Ketika orang tua memiliki pendapatan yang tinggi, itu berarti bahwa orang tua cenderung mampu untuk membeli minuman yang bernutrisi lengkap dan sehat dan para siswa juga dapat memanfaatkan uang saku dari orang tua mereka untuk membeli minuman yang bergizi dan sehat.

Para siswa akan cenderung memiliki pengetahuan yang baik untuk dapat memilih minuman mana yang lebih sehat jika mereka sering mengonsumsi minuman yang sehat dan bergizi lengkap. Mereka akan lebih memperhatikan asupan gizi, dari situ akan banyak pengetahuan gizi yang dapat mereka serap. Semakin sering mereka paham membaca label mereka akan semakin mau tahu, dari pengetahuan akan membentuk sikap yang baik terhadap label informasi nilai gizi. Mereka akan lebih percaya terhadap produk minuman kemasan yang berlabel gizi, kemudian para siswa dapat melakukan respon yaitu membaca label informasi nilai gizi sebelum mengonsumsi minuman kemasan yang mereka beli.

Pendidikan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang. Seseorang yang memiliki pendidikan yang tinggi maka akan semakin mudah dalam menerima

informasi dan semakin banyak pula pengetahuan yang dimiliki. Siswa dengan jenjang kelas atau tingkatan pendidikan di SMK/SMA yang lebih tinggi biasanya memiliki pengetahuan yang lebih tinggi karena siswa yang lebih tinggi jenjang pendidikannya mendapatkan pelajaran yang lebih banyak. Siswa yang memiliki ibu dan ayah yang berpendidikan tinggi akan ada kemungkinan bahwa siswa tersebut juga memiliki pengetahuan, kepatuhan dan sikap yang baik terkait pembacaan label informasi nilai gizi. Orang tua yang berpendidikan tinggi akan memberikan edukasi yang baik terhadap anaknya sehingga anak-anak akan lebih *aware* atau berhati-hati dan peduli.

Penelitian dari Song et al. (2015), didapatkan hasil bahwa tingkat pendidikan seseorang mempengaruhi perilaku membaca label informasi nilai gizi, dimana semakin tinggi tingkat pendidikan responden maka frekuensi membaca label informasi nilai gizi responden juga akan meningkat. Menurut penelitian dari Asgha, B. (2016), didapatkan hasil juga bahwa orang yang berpendidikan tinggi akan lebih sering dalam menggunakan label informasi nilai gizi daripada orang yang berpendidikan rendah, orang yang memiliki pendidikan tinggi akan memiliki tingkat kesadaran yang lebih baik terhadap pentingnya makanan yang sehat dan bernutrisi maka mereka akan cenderung membaca label informasi nilai gizi sebelum mengkonsumsi produk. Menurut Nayga (dalam Cannoosamy & Jeewon, 2016), dikatakan bahwa individu yang berpendidikan tinggi lebih mungkin untuk menerima sumber informasi terkait nutrisi. Pendidikan dapat meningkatkan keinginan mereka untuk mengetahui tentang aspek gizi dari minuman yang mereka konsumsi dan membantu mereka untuk menafsirkan informasi yang diberikan.

4.10. Alasan Membaca dan Tidak Membaca Label Informasi Nilai Gizi

Alasan membaca label informasi nilai gizi pada minuman kemasan dalam penelitian ini paling banyak adalah untuk mengetahui kandungan gizi (kalori, protein, lemak, karbohidrat, serat, vitamin, mineral, kalsium) pada minuman kemasan sebanyak 346 orang (23,3%) dan paling sedikit untuk memilih ukuran porsi yang sesuai sebanyak 113 orang (7,6%). Alasan responden tidak membaca label informasi nilai gizi pada minuman kemasan paling banyak adalah karena keterbatasan waktu yaitu sebanyak 197 orang (31,6%). Penelitian dari Kempen et al., (2012) sebuah penelitian di Gauteng, melaporkan bahwa orang yang sering membaca informasi nutrisi

adalah mereka yang lebih sadar akan kesehatan. Mereka yang tidak membaca label informasi nilai gizi karena terkadang informasi nilai gizi membingungkan dan sulit dipahami.

Pada penelitian di Ghana, menunjukkan hasil bahwa alasan utama responden membaca label paling banyak adalah untuk melihat kandungan gizi dalam makanan (n =22, 29,3%), responden yang lain memiliki alasan lain seperti untuk memeriksa kandungan lemak, gula, adanya alasan kesehatan, dan untuk menghindari membeli makanan yang tidak sehat atau membuat pilihan makanan yang tepat (Darkwa, 2014).

Penelitian lain juga menunjukkan bahwa alasan responden membaca label informasi nilai gizi yang paling umum karena ingin memilih produk yang lebih sehat (81,3%) dan alergi atau adanya masalah kesehatan (9,4%), sedangkan alasan responden membaca label karena kurangnya waktu (38,9%) diikuti oleh kurangnya perilaku pencarian informasi (27,1%), kesulitan membaca (18,1%), dan kesulitan memahami (8,3%) (Prieto-Castillo et al., 2015). Dalam penelitian ini didapatkan bahwa para siswa juga mengalami kesulitan dalam membaca label karena informasi nilai gizi dibuat dengan menggunakan bahasa asing yang sulit dimengerti, para siswa akan menjadi malas dan pada akhirnya mereka tidak membaca label informasi nilai gizi sebelum mengonsumsi minuman kemasan. Keterbatasan waktu para siswa selama masa pandemi COVID-19 juga membuat mereka cenderung tidak membaca label informasi nilai gizi pada produk minuman kemasan.

4.11. Perilaku Responden dalam Menyikapi Anjuran WHO tentang Konsumsi Minuman Kemasan Berpemanis dan Air Putih

Pada masa pandemi COVID-19 ini, *World Health Organization* menganjurkan untuk membatasi konsumsi minuman manis seperti minuman bersoda, minuman jus, minuman berenergi, teh, kopi siap minum dan susu. Kita juga sebaiknya memilih mengonsumsi air putih daripada minuman manis untuk membatasi asupan gula dan kalori yang berlebih. Anjuran mengonsumsi air putih menurut WHO sendiri adalah 8-10 gelas setiap hari. Konsumsi air putih memang menjadi pilihan yang terbaik, namun kita bisa juga mengonsumsi buah-buahan dan sayuran yang mengandung air, misalnya jus lemon yang diencerkan dengan air dan tanpa menggunakan pemanis (WHO, 2020).

Dalam Sari et al (2021), dikatakan bahwa *World Health Organization* (WHO) juga memberikan rekomendasi batasan asupan gula tambahan yaitu $< 5\%$ dari total asupan energi harian. *American Heart Association* (AHA) memberikan anjuran untuk konsumsi gula tambahan pada anak usia 2-18 tahun adalah < 25 gram per hari. Pada penelitian ini, didapatkan hasil bahwa ada 238 responden (52%) yang mengetahui anjuran dari WHO untuk membatasi konsumsi minuman manis di masa pandemi COVID-19 ini dan ada 390 responden (85%) yang mengetahui anjuran dari WHO untuk lebih banyak mengonsumsi air putih daripada minuman manis dan membatasi asupan gula dan kalori berlebih.

4.12. Pengetahuan Responden tentang Diabetes Melitus

Pada pengetahuan responden tentang diabetes melitus, didapatkan hasil bahwa responden lebih banyak menjawab jawaban benar pada ketiga soal tentang pengertian, faktor resiko dan penyebab diabetes melitus tipe 2. Pada soal pengertian tentang diabetes melitus tipe 2 responden menjawab jawaban benar ada 300 responden (65%), pada soal faktor resiko diabetes melitus tipe 2 responden menjawab jawaban benar ada 308 orang (67%), pada soal penyebab diabetes responden yang menjawab jawaban benar ada 391 orang (85%), dan responden yang dapat menjawab benar tentang soal diabetes melitus tipe 2 bisa disembuhkan atau tidak, ada 195 orang (42%) pada soal ini yang menjawab bahwa penyakit diabetes melitus bisa disembuhkan padahal jawaban yang benar adalah penyakit diabetes melitus tipe 2 ini sulit atau tidak bisa disembuhkan. Pengetahuan responden tentang penyakit diabetes melitus dalam penelitian ini tergolong baik karena dari keempat soal yang diberikan ada separuh dari jumlah responden yang menjawab benar.

Menurut Kilkenny (dalam Irawan,2018), ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang tentang penyakit diabetes melitus tipe 2 ini diantaranya usia, pendidikan, pekerjaan, keluarga dan pengalaman. Pengetahuan sangat berhubungan dengan riwayat keluarga yang menderita diabetes melitus tipe 2, pengalaman menderita diabetes melitus tipe 2 dan keinginan sembuh. Anggota keluarga yang memiliki riwayat penyakit diabetes, riwayat merawat dan menjaga pasien diabetes melitus, akan cenderung timbul keinginan yang tinggi untuk tahu gejala, tanda, pengertian dan tata cara merawat diabetes melitus tipe 2. Seseorang dengan pengetahuan diabetes melitus yang rendah memiliki upaya pencegahan yang kurang, sedangkan seseorang dengan pengetahuan yang baik maka upaya pencegahannya juga baik (Silalahi, 2019).

4.13. Minuman Kemasan yang dikonsumsi Responden Selama Masa Pandemi COVID-19

Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa selama pandemi COVID-19, para siswa SMA/SMK banyak mengonsumsi AMDK (Air Minum Dalam Kemasan) ada sebanyak 384 orang (21%). Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian dalam Mustakim et al., (2021), bahwa ada 66,2% responden yang selama adanya pandemi COVID-19 ini mengalami peningkatan dalam konsumsi air putih dan lebih dari separuh total keseluruhan responden telah mencukupi kebutuhan dalam konsumsi air putih. Penelitian pada beberapa mahasiswa di Turki juga melaporkan bahwa ada 36,8 % responden mengalami peningkatan konsumsi air putih, ada 59,4% responden yang tidak mengalami perubahan dalam konsumsi air putih dan sisanya ada 3,8 % responden yang mengalami penurunan dalam konsumsi air putih selama pandemi COVID-19 (Yılmaz et al., 2020). Menurut *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (2020), sangat penting bagi kita di masa pandemi COVID-19 ini untuk memastikan bahwa tubuh kita selalu terhidrasi dengan mengonsumsi air putih 6-8 gelas/hari untuk orang dewasa pada umumnya. Menurut panduan gizi seimbang selama masa pandemi COVID-19, kita dianjurkan untuk mengonsumsi air putih minimal 8 gelas/hari, kebutuhan cairan tubuh kita dapatkan dari minuman dan makanan dan sebagian besar atau 2/3 kebutuhan cairan tubuh didapatkan dari minuman dan sisanya didapatkan dari makanan (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2020).

Minuman kemasan yang menempati posisi kedua untuk jumlah minuman kemasan yang paling banyak dikonsumsi responden adalah susu pasteurisasi dengan jumlah responden sebanyak 241 orang (13%). Minuman kemasan yang menempati posisi ketiga untuk jumlah minuman kemasan yang paling banyak dikonsumsi responden adalah susu fermentasi dengan jumlah responden sebanyak 181 orang (10%). Produk susu dan olahannya memiliki banyak sekali manfaat untuk kesehatan, selama masa pandemi akan memungkinkan adanya peningkatan angka konsumsi susu sebagai salah satu minuman yang dapat meningkatkan aktivitas imun dalam tubuh. Dalam susu mengandung protein yang didalamnya terdapat asam amino esensial dan memiliki nilai biologis atau nilai persentase protein yang dapat diserap oleh tubuh cukup tinggi (90%) dibandingkan sumber protein yang lain. Susu juga memiliki karakteristik bioaktif untuk perbaikan fungsi bioaktif pada tubuh, komponen bioaktif tersebut berfungsi sebagai antipatogen, antikanker, antiinflamasi, aktivitas antioksidan, meningkatkan imun tubuh terhadap berbagai patogen dan virus sehingga produk susu menjadi solusi untuk mempertahankan kondisi tubuh untuk menghadapi virus

COVID-19 dan terhindar dari infeksi (N. H. Rachmani et al., 2022). Dalam Merita (2020), protein berfungsi dalam proses regenerasi sel-sel baru, membentuk enzim, hormon dan energi juga sebagai pertahanan terhadap bakteri dan virus, sehingga jika mengkonsumsi susu secara teratur maka akan terbentuk pertahanan tubuh yang baik.

Pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa minuman kemasan yang paling sedikit dikonsumsi responden selama pandemi COVID-19 adalah minuman bersoda atau karbonasi yang dikonsumsi sebanyak 88 orang (5%). Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa, penduduk Spanyol usia > 16 tahun yang mengkonsumsi minuman bersoda < 1x per hari sebelum adanya kebijakan pemerintah untuk melakukan tindakan isolasi selama pandemi COVID-19 ada sebanyak 86.50% responden, responden yang mengkonsumsi minuman bersoda > 2 x per hari ada sebanyak 13.50% responden, sedangkan pada masa pandemi COVID-19 setelah pemerintah menerapkan tindakan isolasi di rumah ada sebanyak 81.70% responden yang mengkonsumsi minuman bersoda < 1 x per hari dan sebanyak 18.30% responden yang mengkonsumsi minuman bersoda > 2x per hari (Sánchez-Sánchez et al., 2020).

Minuman bersoda atau minuman ringan berkarbonasi merupakan minuman berpemanis yang memiliki kalori dan gula yang tinggi namun rendah zat gizi, biasanya mengandung gula tambahan yaitu sukrosa, gula merah, gula putih, madu dan *high corn fructose syrup (HCFS)* (Sari, 2021). Minuman bersoda jika dikonsumsi secara berlebihan memiliki beberapa dampak negatif untuk kesehatan. Dalam Vartanian et al., (2007), beberapa penelitian menunjukkan hasil bahwa, minuman ringan atau *soft drink* dengan kandungan gula dan asam yang tinggi berkontribusi pada kerusakan mulut, peningkatan risiko kelebihan berat badan, obesitas, diabetes tipe 2, karies gigi dan erosi gigi. Kandungan kafein dalam minuman bersoda juga menyebabkan gangguan sistem saraf pusat dan osteoporosis. Selain itu, juga dapat menyebabkan hipertensi, obesitas, hipertrigliseridemia, dan dapat meningkatkan kolesterol *low-density lipoprotein (LDL)*. Asupan minuman ringan atau minuman bersoda yang berlebihan menyebabkan peningkatan konsentrasi pada glukosa darah dan insulin (Eshak et al., 2013).

Minuman bersoda biasanya mengandung sukrosa atau sirup jagung tinggi fruktosa yang dikaitkan dengan peningkatan kejadian diabetes melitus tipe 2 karena pengaruh minuman ini pada respons

glikemik atau insulinemik kontribusinya terhadap asupan energi, meningkatkan risiko kenaikan berat badan, yang merupakan faktor risiko utama terjadinya diabetes melitus tipe 2 (Greenwood et al., 2014). Berbagai dampak yang negatif terhadap konsumsi minuman bersoda atau minuman ringan berkarbonasi (*soft drink*) mungkin telah diketahui beberapa siswa, maka dari itu mereka cenderung akan mengurangi konsumsinya di masa pandemi COVID-19. Mereka lebih memikirkan kesehatan mereka di masa mendatang, namun juga ada beberapa siswa yang masih mengonsumsi minuman tersebut karena kemungkinan adanya faktor keinginan dalam diri sendiri atau hanya sesaat saja.

Ada juga beberapa siswa yang mengonsumsi minuman mengandung vitamin C selama pandemi COVID-19 yakni sekitar 180 orang (10%). Ada beberapa minuman kemasan yang mengandung vitamin C beredar di pasaran. Selama pandemi COVID-19 ini banyak masyarakat yang mengonsumsi vitamin C (Mayasari et al., 2020). Vitamin C ini berfungsi untuk daya tahan tubuh, dengan mendukung fungsi seluler yang ada pada *innate immune* dan *adaptive immune* atau sistem kekebalan yang ada pada tubuh. Vitamin C juga digunakan tubuh untuk sistem kekebalan, mempertahankan dan meningkatkan respons terhadap patogen juga mencegah kerusakan yang berlebih pada inang (Carr & Maggini, 2017). Vitamin C memiliki fungsi dalam proses penghambatan peningkatan sitokin inflamasi, pembentukan neutrophil ekstraseluler yang menyebabkan rusaknya organ dan kematian pada pasien COVID-19 (Feyaerts et al., 2020).

Para siswa juga mengonsumsi minuman herbal selama pandemi COVID-19 ini sebanyak 112 orang (6%). Hasil penelitian yang serupa pada Mustakim (2021), menunjukkan hasil adanya peningkatan konsumsi minuman rempah-rempah selama pandemi COVID-19 yaitu 34,6% responden, 35,3% responden rutin minum minuman rempah-rempah 1x/hari. Masyarakat banyak yang meyakini bahwa herbal dan tanaman obat tertentu dapat menghindarkan dari virus, termasuk COVID-19 (Jumalda et al., 2021). Masyarakat cenderung akan mencari zat herbal/gizi seperti herbal kunyit untuk dapat menghindari dari virus dan meningkatkan kekebalan tubuh (Mayasari et al., 2020).

4.14. Frekuensi Konsumsi Minuman Kemasan Selama Masa Pandemi COVID-19

Dalam penelitian ini, didapatkan hasil bahwa frekuensi konsumsi minuman kemasan sebelum dan selama masa pandemi paling banyak pada kategori frekuensi 1-2x seminggu. Sebelum pandemi COVID-19, responden yang mengkonsumsi minuman kemasan dengan frekuensi 1-2x seminggu adalah sebanyak 169 orang (36,7%), sedangkan selama masa pandemi responden yang mengkonsumsi minuman kemasan dengan frekuensi 1-2x seminggu adalah sebanyak 176 orang (38% dari total responden secara keseluruhan). Hasil penelitian Piekara & Krzywonos (2021), di masa pandemi COVID-19 ini menunjukkan bahwa wanita minum lebih banyak air mineral setiap hari daripada pria (73,3% wanita dan 59,6% pria). Minuman jus buah dikonsumsi secara teratur setidaknya sekali seminggu dengan persentase yang sebanding antara pria dan wanita. Namun, wanita minum lebih banyak jus setiap hari (17,2%), sedangkan persentase pria yang minum jus mencapai 13,8%. Pada minuman berkarbonasi jenis 'coke', soda dan minuman buah berkarbonasi yang biasanya paling banyak mengandung zat pemanis kalori, pria cenderung mengkonsumsi lebih banyak daripada wanita dan dikonsumsi sehari-hari atau hampir setiap hari.

Pada hasil penelitian Park *et al* (2022), didapatkan hasil bahwa ada sekitar 21,6% orang dewasa terkadang mengkonsumsi lebih banyak *sugar-sweetened beverages*. Peningkatan minuman berpemanis atau SSB selama masa pandemi COVID-19 antara lain disebabkan oleh stres psikologis yang dipicu oleh pandemi COVID-19. Pada penelitian Miller *et al.*, (2021) ditemukan bahwa orang dewasa dengan anak-anak (<18 tahun) memiliki peluang lebih tinggi untuk terkadang mengkonsumsi minuman berpemanis. Hal ini mungkin karena sebagian orang dewasa dan anak-anak mengalami lebih banyak gangguan dalam kehidupan sehari-hari dan mengalami stres karena adanya kegiatan sekolah yang dilakukan *online* selama pandemi COVID-19.

4.15. Hubungan Sumber Informasi Mengenai Label Informasi Nilai Gizi dengan Alasan Responden dalam Membaca Label Informasi Nilai Gizi

Dalam penelitian ini didapatkan paling banyak responden memperoleh sumber informasi mengenai label informasi nilai gizi adalah dari internet dan alasan paling banyak dalam membaca label informasi nilai gizi karena untuk mengetahui kandungan gizi. Melalui internet para siswa bisa mendapatkan sumber informasi yang bisa diakses lebih mudah, cepat, menghemat tenaga dan biaya, serta lebih *up to date* (Sasmita, 2020). Media komunikasi yang efektif dilakukan pada saat

pandemi COVID-19 ini adalah melalui internet sehingga bisa mengurangi risiko penyebaran virus. Sedangkan untuk paparan sumber informasi lain seperti media cetak, elektronik, teman, keluarga tidak memiliki dampak yang besar terhadap penggunaan label nutrisi. Ada beberapa kelemahan diantaranya yaitu lambatnya dalam penyampaian informasi sehingga menyebabkan responden cenderung akan malas dan tidak tertarik dalam membaca informasi. Sumber informasi yang disampaikan teman dan keluarga lebih sedikit didapatkan para siswa karena kemungkinan bahwa mereka memang jarang mendiskusikan tentang informasi nilai gizi itu sendiri atau kurang begitu paham mengenai informasi tersebut. Semakin mudah para siswa mendapatkan sumber informasi mengenai label nutrisi, mereka akan lebih mudah paham dalam menggunakan label dan akan terbentuk kebiasaan untuk menggunakan label informasi nilai gizi sebelum memilih produk, dengan begitu para siswa dapat dengan mudah mengetahui kandungan gizi dalam produk yang akan mereka konsumsi.

