

BAB 5

HASIL PENELITIAN

5.1 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang menyangkut rancangan penelitian dan instrumen penelitian, kelemahan tersebut di antaranya:

5.1.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi *cross sectional* (potong lintang). Studi *cross sectional* merupakan disain studi yang dianggap mudah diterapkan dalam meneliti hubungan antar variabel pada satu waktu yang sama sehingga waktu pengumpulan data lebih cepat dan murah. Namun, studi ini memiliki keterbatasan yaitu tidak dapat mencari hubungan sebab akibat, hanya mengungkapkan ada atau tidaknya hubungan antar variabel.

5.1.2 Variabel yang diteliti

Penelitian ini tidak sepenuhnya meneliti seluruh variabel-variabel yang memengaruhi perilaku konsumsi remaja. Pemilihan variabel-variabel dalam penelitian ini mempertimbangkan kebutuhan analisis dan agar dapat dibandingkan dengan penelitian sebelumnya.

Penelitian ini juga tidak membatasi antara minuman ringan biasa (*regular soft drink*) dengan *diet minuman ringan* karena penulis beranggapan bahwa remaja siswa SMP belum terlalu peduli dengan keberadaan minuman ringan biasa (*regular soft drink*) dengan *diet soft drink*.

5.1.3 Instrumen Penelitian

Pada instrumen penelitian berupa kuesioner, bagian aksesibilitas responden terhadap minuman ringan diukur dengan jarak dalam ukuran meter tidak dapat diukur dengan pasti. Keterbatasan ini diantisipasi dengan menganalogikan ukuran tersebut dengan jumlah rumah, misalnya 100 meter dianalogikan dengan 15 rumah.

5.2 Gambaran Umum Institusi

Sekolah Menengah Pertama Islam terpadu Nurul Fikri berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan Nurul Fikri. SMPIT Nurul Fikri berada di Jl. Lucky Abadi Rt. 07/07 No. 68 Kelurahan Tugu Kecamatan Cimanggis Depok.

SMPIT Nurul Fikri didirikan dengan SK No. 42/102.1/Kep/OT/98 pada tanggal 20 Januari 1998. Visi SMPIT Nurul Fikri yaitu menjadi lembaga pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) Islam Terpadu terbaik dalam mengantarkan siswanya berakhlak mulia, berpengetahuan, mandiri, terampil dalam hidup, dan siap memasuki jenjang pendidikan selanjutnya. Adapun Misi SMPIT Nurul Fikri yaitu menyelenggarakan pendidikan menengah pertama Islam terpadu yang mampu memberikan bekal pengetahuan, sikap mandiri dan akhlak mulia, terampil dan siap memasuki pendidikan selanjutnya; menerapkan sistem manajemen pendidikan Islam Terpadu; dan menerapkan strategi pembelajaran yang menyenangkan, efektif, dan Islami.

Jumlah siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri Tahun Ajaran 2008/2009 sebanyak 357 siswa dengan jumlah masing-masing kelas VII sebanyak 128 siswa, kelas VIII sebanyak 118 siswa dan kelas IX sebanyak 111 siswa. Masing-masing tingkat kelas memiliki 4 kelas paralel yang terdiri dari 2 kelas laki-laki dan 2 kelas perempuan. Gedung sekolah tempat kegiatan belajar mengajar terdiri dari 3 lantai, lantai pertama ditempati oleh kelas IX laki-laki dan perempuan yang dipisahkan oleh ruang guru, lantai kedua ditempati oleh siswa perempuan kelas VII dan VIII, sedangkan lantai ketiga ditempati oleh siswa laki-laki kelas VII dan VIII.

Jam sekolah dimulai pada pukul 07.00 WIB hingga 16.00 WIB, mulai hari Senin hingga Jumat dan hari Sabtu merupakan hari untuk kegiatan ekstrakurikuler. Tenaga pendidik dan kependidikan yang ada di SMPIT Nurul Fikri sebanyak 49 orang termasuk guru, tata usaha, laboran, *cleaning service*, tukang kebun dan satpam. Sarana dan Prasarana yang ada di SMPIT Nurul Fikri antara lain ruang kelas, kantor guru, kantor kepala sekolah, kantor TU, ruang BK, mesjid, perpustakaan, laboratorium IPA, laboratorium komputer, kantin, lapangan futsal/basket, toko sekolah, dan kamar mandi/toilet.

5.3 Hasil Analisis Univariat

5.3.1 Karakteristik Responden

Dari 108 responden yang mewakili siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri dalam penelitian ini, sebagian besar berusia 13 tahun yaitu sebesar 59,3% atau sebanyak 64 orang dan sisanya berusia 12 dan 14 tahun masing-masing berjumlah 22 (20,4%) orang. Jumlah murid laki-laki yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 55 (50,9%) orang dan jumlah murid perempuan sebanyak 53 (49,1%) orang.

5.3.2 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Konsumsi Minuman ringan

Tingkat konsumsi minuman ringan siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri terbagi dalam kategori tinggi, rendah dan tidak mengonsumsi. Termasuk konsumsi minuman ringan tinggi adalah siswa-siswi yang mengonsumsi minuman ringan 1 hingga lebih dari 4 botol/kaleng ukuran sedang¹ sehari dan 1 hingga lebih dari 2 botol/kaleng ukuran sedang seminggu. Termasuk konsumsi minuman ringan rendah adalah siswa-siswi yang mengonsumsi minuman ringan 1-3 botol/kaleng sebulan dan tidak mengonsumsi adalah responden yang tidak minum minuman ringan. Pada tabel 5.3.2 terlihat bahwa sebagian besar responden mengonsumsi minuman ringan tingkat rendah(50%).

Tabel 5.3.2 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Tingkat Konsumsi Minuman ringan tahun 2009

Konsumsi Minuman ringan	Jumlah	Persentase (%)
Tinggi	35	32,4
Rendah	54	50
Tidak mengonsumsi	19	17,6
Total	108	100,0

Untuk memudahkan analisis bivariat menggunakan tabel 2x2, maka kategori tingkat konsumsi minuman ringan dibagi menjadi dua kategori yaitu tinggi dan rendah, sedangkan kategori tidak mengonsumsi digabungkan dengan

¹ botol ukuran sedang: 550ml
kaleng ukuran sedang: 250-330 ml

konsumsi rendah karena pada dasarnya mereka pernah mengonsumsi minuman ringan.

Untuk selanjutnya tabel 5.3.2.1 hingga tabel 5.3.2.4 adalah uraian dari hasil distribusi responden berdasarkan tingkat konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri tahun 2009.

5.3.2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Konsumsi Minuman ringan

Berkarbonasi Berdasarkan Merk

Pada bagian ini, seluruh responden yang mengonsumsi minuman ringan diminta untuk memilih salah satu merk minuman ringan yang paling sering dikonsumsi yang tertera dalam kuesioner. Tabel 5.3.2.1 menyajikan distribusi responden berdasarkan konsumsi minuman ringan berdasarkan merk pada siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri tahun 2009.

Tabel 5.3.2.1 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Konsumsi Minuman ringan Berdasarkan Merk tahun 2009*

Minuman ringan berkarbonasi	Tingkat konsumsi minuman ringan			
	Tinggi		Rendah	
	n	%	n	%
Coca-cola	16	45,7	15	27,8
Sprite	4	11,4	18	33,3
Root beer	3	8,6	3	5,6
Mirinda	0	0	0	0
Pepsi	1	2,9	4	7,4
Fanta	7	20	12	22,2
Seven up (7up)	0	0	0	0
Lain-lain: tebs	4	11,4	2	3,7
Total	35	100,0	54	100,0

* hanya pada responden dengan tingkat konsumsi minuman ringan tinggi dan rendah

Dari tabel 5.3.2.1 terlihat bahwa sebagian besar responden dengan tingkat konsumsi minuman ringan tinggi lebih sering mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi merk Coca-Cola dibandingkan dengan minuman ringan merk lain. Sebanyak 16 (45,7%) siswa yang paling sering mengonsumsi minuman ringan merk Coca-Cola adalah konsumen minuman ringan tingkat tinggi, sedangkan 15 (27,8%) lainnya adalah konsumen minuman ringan tingkat rendah.

5.3.2.2 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Kesegaran Beberapa Merk

Minuman ringan

Seluruh responden yang mengonsumsi minuman ringan diminta untuk memberi nilai tingkat kesegaran di setiap merk mulai dari 0 hingga 10, nilai 10 merupakan nilai tertinggi untuk menyatakan sangat suka/segar, dan nilai 0 untuk menyatakan tidak segar atau belum pernah mencoba merk minuman ringan tersebut. Kemudian hasilnya dikategorikan menjadi sangat segar, segar dan tidak segar. Kategori tidak segar adalah merk minuman ringan yang diberi nilai 0-3,67, segar dengan nilai 3,67-7,34 dan sangat segar dengan nilai diatas 7,34.

Tabel 5.3.2.2.a Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Tingkat Kesegaran Beberapa Merk Minuman ringan tahun 2009*

Merk minuman minuman ringan	Sangat Segar		Segar		Tidak Segar	
	n	%	n	%	n	%
Coca-cola	20	57,1	11	31,4	4	11,4
Sprite	20	57,1	12	34,3	3	8,6
A&W Root beer	11	31,4	11	31,4	13	37,1
Mirinda	1	2,9	14	40	20	57,1
Pepsi	19	54,3	13	37,1	3	8,6
Fanta	21	60	12	34,3	2	5,7
Seven Up (7up)	3	8,6	13	37,1	19	54,3

* hanya pada responden dengan tingkat konsumsi minuman ringan tinggi (n=35)

Tabel 5.3.2.2.b Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Tingkat Kesegaran Beberapa Merk Minuman ringan tahun 2009*

Merk minuman minuman ringan	Sangat Segar		Segar		Tidak Segar	
	n	%	n	%	n	%
Coca-cola	21	38,9	29	53,7	4	7,4
Sprite	32	59,3	19	35,2	3	5,6
A&W Root beer	15	27,8	18	33,3	21	38,9
Mirinda	3	5,6	16	29,6	35	64,8
Pepsi	16	29,6	36	66,7	2	3,7
Fanta	20	37	32	59,3	2	3,7
Seven Up (7up)	8	14,8	8	14,8	38	70,4

* hanya pada responden dengan tingkat konsumsi minuman ringan rendah (n=54)

Tabel 5.3.2.2.a memperlihatkan bahwa merk minuman minuman ringan berkarbonasi yang paling segar menurut responden dengan tingkat konsumsi minuman ringan tinggi adalah Fanta. Dari 35 responden dengan konsumsi minuman ringan tingkat tinggi, 60% di antaranya memberi nilai paling segar pada minuman ringan merk Fanta. Pada tabel 5.3.2.2.b terlihat bahwa dari 54

responden yang mengonsumsi minuman ringan tingkat rendah menilai minuman ringan merk Sprite yang paling segar di antara minuman ringan lain.

Selanjutnya responden diminta untuk menjawab pertanyaan tentang beberapa hal yang dipertimbangkan ketika membeli minuman ringan. Responden dipersilahkan untuk memilih lebih dari satu jawaban, setiap jawaban yang dipilih diberi skor 1 dan untuk jawaban yang tidak dipilih diberi skor 0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyukai minuman ringan karena rasanya yang enak dan minuman dalam keadaan dingin. Tabel 5.3.2.2.c menunjukkan 26 (74,3%) dari 35 responden dengan tingkat konsumsi minuman ringan tinggi menyukai minuman ringan karena minuman dalam keadaan dingin dan rasanya yang enak (71,4%).

Tabel 5.3.2.2.c Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Hal-hal yang Dipertimbangkan Ketika Membeli dan Memilih Minuman ringan tahun 2009*

Hal-hal yang dipertimbangkan ketika membeli minuman ringan	Tingkat Konsumsi Minuman ringan			
	Tinggi		Rendah	
	n	%	n	%
Rasanya enak	25	71,4	38	70,4
Kemasan menarik	4	11,4	4	7,4
Warna menarik	0	0	0	0
Minuman dalam keadaan dingin	26	74,3	30	55,1
Ingin coba yang baru	8	22,9	15	27,8
Iklan menarik	2	5,7	3	5,6
Merk terkenal	8	22,9	6	11,1
Tidak ada/tidak tahu	2	5,7	3	5,6
Lain-lain:				
a. harga	1	2,9	4	5,5
b. kesehatan	0	0	1	1,4
c. ikut-ikutan	0	0	1	1,4

* hanya pada responden yang mengonsumsi minuman ringan baik tingkat tinggi (n=35) maupun rendah (n=54)

5.3.2.3 Distribusi Responden Berdasarkan Waktu Mengonsumsi Minuman ringan

Tabel 5.3.2.3 menjelaskan tentang waktu responden mengonsumsi minuman ringan. Setiap responden yang mengonsumsi minuman ringan diminta untuk memilih salah satu pilihan jawaban mengenai kapan waktu responden biasa mengonsumsi minuman ringan.

Tabel 5.3.2.3 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Waktu Mengonsumsi Minuman ringan tahun 2009*

Waktu mengonsumsi Minuman ringan	Tingkat konsumsi minuman ringan			
	Tinggi		Rendah	
	n	%	n	%
Saat/setelah makan pagi/siang/malam	3	8,6	4	7,4
Saat jajan	19	54,2	11	20,4
Setelah olahraga	1	2,9	5	9,3
Saat ngobrol dengan teman/mengerjakan tugas	2	5,7	7	13
Saat ke pesta	1	2,9	6	11,1
Setelah pulang sekolah	4	11,4	5	9,3
Lain-lain:				
- kalau ingin	3	8,6	7	13
- saat jalan-jalan(pergi)	2	5,7	9	16,7
Total	35	100,0	54	100,0

* hanya pada responden dengan tingkat konsumsi minuman ringan tinggi dan rendah

Pada tabel 5.3.2.3 terlihat bahwa sebagian besar responden dengan tingkat konsumsi minuman ringan tinggi maupun rendah mengonsumsi minuman ringan pada saat jajan. Sebanyak 19 (54,2%) responden yang sering mengonsumsi minuman ringan pada saat jajan adalah konsumen minuman ringan tingkat tinggi, sedangkan 11 (20,4%) lainnya adalah konsumen minuman ringan tingkat rendah.

5.3.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan Gizi tentang Minuman ringan

Pengetahuan gizi siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri mengenai minuman ringan terbagi dalam tiga kategori yaitu pengetahuan tinggi, menengah dan rendah. Kategori ini didasarkan pada kemampuan responden menjawab pertanyaan pengetahuan gizi tentang minuman ringan.

Setiap pertanyaan mengenai pengetahuan gizi dalam kuesioner mengizinkan responden untuk memilih jawaban lebih dari satu, penghitungan jumlah jawaban benar dilakukan dengan skoring. Skoring yang dilakukan berdasarkan pilihan jawaban benar, yaitu nilai 1 untuk jawaban benar yang dipilih, sedangkan nilai 0 untuk jawaban salah dan jawaban benar tetapi tidak dipilih. Untuk selanjutnya pada tabel 5.3.3.1 sampai tabel 5.2.3.6 diberlakukan skoring tersebut.

Jika responden memiliki total jawaban benar sebanyak 80% atau lebih dari pertanyaan yang diajukan maka siswa termasuk memiliki pengetahuan tinggi. Jika

siswa mampu menjawab antara 60% hingga 80% pertanyaan dengan benar maka siswa termasuk berpengetahuan menengah, namun jika total jawaban benar kurang dari 60% dari pertanyaan yang diajukan maka siswa termasuk berpengetahuan rendah.

Tabel 5.3.3 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Pengetahuan Gizi tentang Minuman ringan tahun 2009

Pengetahuan Gizi tentang Minuman ringan	Jumlah	Persentase (%)
Tinggi	0	0
Menengah	9	8,3
Rendah	99	91,7
Total	108	100,0

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada satu responden pun yang termasuk berpengetahuan tinggi, tetapi hampir seluruh responden memiliki tingkat pengetahuan rendah. Dari tabel 5.3.3 terlihat bahwa sebanyak 99 (91,7%) siswa memiliki tingkat pengetahuan gizi rendah tentang minuman ringan.

Untuk memudahkan analisis bivariat menggunakan tabel 2x2 maka kategori pengetahuan dikelompokkan menjadi 2 yaitu pengetahuan menengah dan rendah karena tidak ada satupun responden yang masuk dalam kelompok pengetahuan tinggi.

Selanjutnya pada tabel 5.3.3.1 hingga tabel 5.3.3.6 akan diuraikan lebih detil tentang distribusi responden berdasarkan pengetahuan gizi tentang minuman ringan berkarbonasi pada siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri.

5.3.3.1 Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan Gizi tentang Kandungan Zat Minuman ringan

Kandungan zat yang terkandung dalam minuman ringan berkarbonasi adalah air, gula, bahan pemanis, pemberi asam, pemberi aroma, bahan pewarna, bahan pengawet, dan karbondioksida.

Tabel 5.3.3.1 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Pengetahuan Gizi tentang Kandungan Minuman ringan Berkarbonasi tahun 2009

Kandungan minuman ringan	Jumlah	Persentase (%)
Gula	67	62
Air	78	72,2
Bahan pewarna	75	69,4
Bahan pengawet	79	73,1
Zat-zat gizi yang berguna	4	3,7
Lain-lain (soda, CO ₂ , dan pemanis buatan)	16	14,8

Pada pertanyaan tentang kandungan minuman ringan dalam kuesioner, sebagian besar siswa sudah menjawab benar tentang kandungan minuman ringan yaitu gula, air, bahan pewarna, bahan pengawet, pemanis buatan, dan karbondioksida. Sebanyak 79 (73,1%) siswa menjawab bahan pengawet, 78 (72,2%) menjawab air, 75 (69,4%) siswa menjawab bahan pewarna dan 67 (62%) siswa menjawab gula.

5.3.3.2 Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan Gizi tentang Kelompok Minuman ringan

Pada pertanyaan mengenai minuman apa saja yang termasuk dalam kelompok minuman ringan, terdapat beberapa pilihan nama jenis-jenis minuman. Tabel 5.3.3.2 memperlihatkan distribusi responden berdasarkan pengetahuan gizi tentang kelompok minuman ringan.

Tabel 5.3.3.2 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Pengetahuan Gizi tentang Kelompok Minuman ringan tahun 2009

Yang termasuk minuman ringan	Jumlah	Persentase (%)
Air putih	0	0
Teh	0	0
Kopi	0	0
Susu	0	0
Minuman bersoda	106	98,1
Jus buah asli	0	0
Jus buah kemasan	5	4,6
Sirup	0	0
Minuman isotonik	30	27,8
Lain-lain (minuman berkarbonasi)	1	0,9

Tabel 5.3.3.2 menunjukkan distribusi minuman apa saja yang termasuk dalam minuman ringan menurut siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri. Hampir seluruh siswa (98,1%) menjawab minuman bersoda termasuk dalam minuman ringan.

5.3.3.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan Gizi tentang Dampak Konsumsi Minuman ringan Berlebihan

Penelitian menyebutkan bahwa konsumsi minuman ringan berlebihan memiliki konsekuensi negatif antara lain meningkatkan risiko kegemukan, menyebabkan karies gigi, menyebabkan penurunan kepadatan massa tulang (Whiting et al, 2004), dll. Untuk memudahkan pemahaman responden pada bagian pertanyaan ini, kata penurunan kepadatan massa tulang diubah menjadi tulang keropos. Namun dalam pembahasan dan seterusnya akan tetap menggunakan istilah penurunan kepadatan massa tulang.

Jika pada pertanyaan ini responden menjawab tidak tahu atau tidak ada pengaruh apa-apa maka responden langsung mengisi bagian kebiasaan membaca label gizi.

Tabel 5.3.3.3 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Pengetahuan Gizi tentang Dampak Konsumsi Minuman ringan Berlebihan tahun 2009

Dampak konsumsi minuman ringan berlebihan	Jumlah	Persentase (%)
Tidak tahu	27	25
Tidak ada pengaruh apa-apa	2	1,9
Meningkatkan risiko kegemukan	35	32,4
Menyebabkan karies gigi	50	46,3
Menyebabkan penurunan kepadatan massa tulang	44	40,7
Lain-lain (lambung rusak, batuk, dll)	16	14,8

Tabel 5.3.3.3 memperlihatkan bahwa sebagian besar siswa mengetahui dampak jika mengonsumsi minuman ringan secara berlebihan yaitu meningkatkan risiko kegemukan, menyebabkan karies gigi, dan menyebabkan penurunan kepadatan massa tulang. Sebanyak 50 (46,3%) siswa menjawab menyebabkan karies gigi, penurunan kepadatan massa tulang (40,7%) dan meningkatkan risiko kegemukan (32,4%). Selanjutnya pada tabel 5.3.3.4 hingga tabel 5.3.3.6 akan diuraikan lebih detil tentang distribusi responden berdasarkan faktor-faktor risiko

kegemukan, karies gigi dan penurunan kepadatan massa tulang yang terkandung dalam minuman ringan.

Faktor risiko yang berasal dari zat-zat yang terkandung dalam minuman ringan yang dapat meningkatkan risiko kegemukan adalah kandungan gula. Tabel 5.3.3.4 menunjukkan distribusi responden berdasarkan pengetahuan gizi tentang faktor risiko kegemukan yang terkandung dalam minuman ringan.

Tabel 5.3.3.4 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Pengetahuan Gizi tentang Faktor Risiko Kegemukan yang Terkandung dalam Minuman ringan tahun 2009*

Yang dapat meningkatkan risiko kegemukan	Jumlah	Persentase (%)
Gula	55	50,9
Air	5	4,6
Bahan pewarna	15	13,9
Bahan pengawet	28	25,9
Zat-zat gizi yang berguna	1	0,9
Lain-lain (soda)	3	2,8

* hanya pada responden yang mengetahui dampak konsumsi minuman ringan berlebihan

Tabel 5.3.3.4 menunjukkan sebagian besar responden sudah menjawab benar pertanyaan ini yaitu gula. Sebanyak 55 (50,9%) siswa menjawab gula sebagai faktor risiko kegemukan yang terkandung dalam minuman ringan.

Faktor-faktor yang dapat menyebabkan karies gigi pada remaja yang terkandung dalam minuman ringan adalah gula dan bahan pengawet. Tabel 5.3.3.5 memperlihatkan distribusi responden berdasarkan pengetahuan gizi tentang faktor risiko karies gigi yang terkandung dalam minuman ringan.

Tabel 5.3.3.5 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Pengetahuan Gizi tentang Faktor Risiko Karies Gigi yang Terkandung dalam Minuman ringan tahun 2009*

Yang menyebabkan karies gigi	Jumlah	Persentase (%)
Gula	48	44,4
Air	0	0
Bahan pewarna	25	23,1
Bahan pengawet	27	25
Zat-zat gizi yang berguna	0	0
Lain-lain:		
- soda	3	2,8
- kafein	2	1,9

* hanya pada responden yang mengetahui dampak konsumsi minuman ringan berlebihan

Hasil univariat pada tabel 5.3.3.5 menunjukkan bahwa hampir separuh responden sudah menjawab benar pertanyaan tentang faktor penyebab karies gigi dalam minuman ringan yaitu gula dan bahan pengawet. Sebanyak 48 (44,4%) siswa menjawab gula, dan 27 (25%) siswa menjawab bahan pengawet.

Zat yang terkandung dalam minuman ringan yang dapat menurunkan kepadatan massa tulang adalah bahan pengawet. Tabel 5.3.3.6 memperlihatkan distribusi responden berdasarkan pengetahuan gizi tentang faktor risiko penurunan kepadatan massa tulang yang terkandung dalam minuman ringan.

Tabel 5.3.3.6 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Pengetahuan Gizi tentang Faktor Risiko Penurunan Kepadatan Massa Tulang yang Terkandung dalam Minuman ringan tahun 2009*

Yang menyebabkan tulang keropos	Jumlah	Persentase (%)
Gula	10	9,3
Air	2	1,9
Bahan pewarna	27	25
Bahan pengawet	71	65,7
Zat-zat gizi yang berguna	0	0
Lain-lain:		
- soda	3	2,8
- air karbonasi, zat kimia	2	1,8

* hanya pada responden yang mengetahui dampak konsumsi minuman ringan berlebihan

Tabel 5.3.3.7 memperlihatkan bahwa sebagian besar responden menjawab benar pertanyaan mengenai faktor risiko tulang keropos dalam minuman ringan yaitu bahan pengawet. Sebanyak 71 (65,7%) siswa menjawab bahan pengawet.

5.3.4 Distribusi Responden Berdasarkan Kebiasaan Membaca Label Gizi Kemasan Minuman ringan

Tabel 5.3.4.1 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Kebiasaan Membaca Label Gizi tahun 2009

Kebiasaan Membaca label nilai gizi	Jumlah	Persentase (%)
Membaca	36	33,3
Tidak membaca	72	66,7
Total	108	100,0

Kebiasaan membaca label gizi kemasan dapat memengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Kebiasaan membaca label gizi minuman ringan dibagi menjadi 2 kategori yaitu membaca dan tidak membaca. Dari 108 responden, lebih dari separuh responden yaitu 72 responden (66,7%) tidak membaca label gizi pada kemasan minuman ringan seperti yang terlihat pada tabel 5.3.4.1.

Tabel 5.3.4.2 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Alasan Kebiasaan Membaca dan Tidak Membaca Label Gizi tahun 2009

Alasan membaca dan tidak membaca label gizi	Kebiasaan Membaca Label Gizi			
	Membaca		Tidak Membaca	
	n	%	n	%
Ingin tahu	20	55,6	-	0
Iseng	8	22,2	-	0
Penasaran	4	11,1	-	0
Berhati-hati	4	11,1	-	0
Malas	-	0	24	33,3
Tidak perhatikan	-	0	26	36,1
Tidak mengerti	-	0	7	9,7
sudah tahu kalau tidak baik untuk kesehatan	-	0	2	2,8
Tidak menjawab	-	0	13	18,1
Total	36	100,0	72	100,0

Dari 36 responden yang membaca label gizi kemasan, 20 (55,6%) diantaranya memiliki alasan karena ingin tahu sedangkan 36,1% dari 72 responden yang tidak membaca label gizi beralasan karena tidak perhatikan, namun ada 2,8% menjawab karena sudah tahu kalau tidak baik untuk kesehatan (tabel 5.3.4.2). Dari label gizi tersebut, yang paling sering diperhatikan adalah nilai bahan pengawet (27,8%) dan komposisi (27,8%) minuman ringan (tabel 5.3.4.3).

Tabel 5.3.4.3 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Kebiasaan Zat yang Diperhatikan Ketika Membaca Label Gizi tahun 2009*

Yang dibaca saat membaca label gizi	Jumlah	Persentase (%)
Pengawet	10	27,8
Pemanis	3	8,3
Pewarna	4	11,1
Gula	5	13,9
Komposisi	10	27,8
Natrium	4	11,1
Karbohidrat	3	8,3
Protein	2	5,6
Lemak	3	8,3
Vitamin	2	5,6
Mineral	1	1,4
Netto	1	1,4
Kalori	1	1,4
Semua	1	1,4

* hanya pada responden yang membaca label gizi

Penelitian tentang kaitan kebiasaan membaca label gizi dengan konsumsi minuman ringan masih jarang, oleh karena itu, kebiasaan membaca label gizi pada bab pembahasan akan dibandingkan kebiasaan membaca label gizi dengan konsumsi makanan lain.

5.3.5 Distribusi Responden Berdasarkan Preferensi terhadap Minuman ringan

Preferensi terhadap minuman ringan dibagi menjadi 3 kategori yaitu suka, kurang suka dan tidak mengonsumsi. Kategori suka dan kurang suka terdapat pada responden yang mengonsumsi minuman ringan baik tinggi maupun rendah, sedangkan kategori tidak mengonsumsi tetap dicantumkan karena tidak mengonsumsi hampir dapat dikatakan sama dengan tidak suka.

Ukuran suka dan tidak suka didasarkan pada penghitungan total variabel suka melalui pertanyaan tentang preferensi responden terhadap minuman ringan dibandingkan dengan minuman lain. Pada bagian tersebut, tersedia beberapa pilihan minuman selain minuman ringan, responden diminta untuk memilih minuman mana yang lebih responden sukai atau menyukai keduanya (sama saja) kemudian dilakukan skoring yaitu lebih suka minuman ringan = 3, menyukai keduanya (sama saja) = 2, dan lebih suka minuman selain minuman ringan = 1. Hasil skoring tersebut kemudian dijumlahkan dan diperoleh angka mean dan

median yang tidak berhimpit maka batasan kategori suka dan kurang suka menggunakan angka median yaitu 11. Responden yang termasuk kategori suka adalah responden yang memiliki total kesukaan lebih dari 11 dan kategori kurang suka dengan total kesukaan kurang dari 11.

Tabel 5.3.5 menunjukkan tingkat preferensi siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri terhadap minuman ringan. Lebih dari separuh responden menyatakan suka terhadap minuman ringan sebanyak 61 (56,5%) siswa.

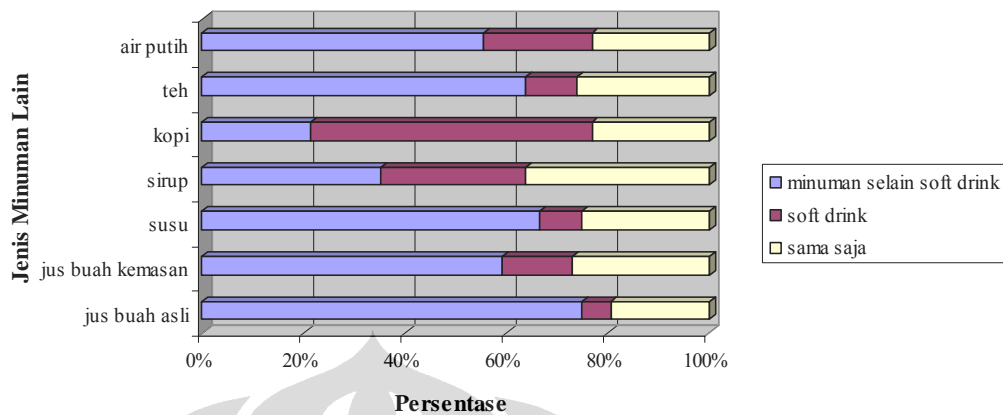
Tabel 5.3.5 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Preferensi terhadap Minuman ringan tahun 2009

Preferensi terhadap Minuman ringan	Jumlah	Persentase (%)
Suka	61	56,5
Kurang Suka	28	25,9
Tidak mengonsumsi	19	17,6
Total	108	100,0

Untuk memudahkan analisis bivariat menggunakan tabel 2x2 maka kategori variabel preferensi terhadap minuman ringan dikelompokkan menjadi dua yaitu suka dan kurang suka. Dalam hal ini kategori tidak mengonsumsi termasuk dalam kategori kurang suka.

Grafik 5.3 dibawah ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden lebih memilih minuman lain seperti air putih, teh, sirup, susu, jus buah kemasan, dan jus buah asli dibandingkan minuman ringan. Namun, jika dibandingkan dengan kopi, responden lebih memilih minuman ringan dibandingkan dengan kopi.

Grafik 5.3 Distribusi Responden Berdasarkan Preferensi terhadap Soft Drink dibandingkan dengan Jenis Minuman Lain pada Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Depok Tahun 2009



5.3.6 Distribusi Responden Berdasarkan Uang Saku

Kisaran uang saku yang diterima siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri cukup variatif mulai dari Rp 2000,00 hingga Rp 100.000,00. Angka median digunakan untuk membatasi antara tingkat uang saku tinggi dan rendah karena angka mean tidak berhimpit dengan median yaitu sebesar Rp 10.000,00. Pada tabel 5.3.6 ini, sebagian besar siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri sebanyak 73 orang (67,6%) memiliki uang saku di atas rata-rata.

Tabel 5.3.6 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Uang Saku tahun 2009

Uang Saku	Jumlah	Persentase (%)
Tinggi	73	67,6
Rendah	35	32,4
Total	108	100,0

5.3.7 Distribusi Responden Berdasarkan Pengaruh Mengonsumsi Minuman ringan

5.3.7.1 Distribusi Responden Berdasarkan Pengaruh Teman Sebaya

Pengaruh teman sebaya pada siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri dibagi menjadi dua kategori yaitu siswa-siswi yang dipengaruhi dan siswa-siswi yang tidak dipengaruhi. Siswa yang dipengaruhi oleh teman sebaya adalah siswa yang ketika membeli atau mengonsumsi minuman ringan mendapat pengaruh dari

teman sebayanya. Siswa yang tidak dipengaruhi oleh teman sebaya adalah siswa yang ketika membeli atau mengonsumsi minuman ringan tidak mendapat pengaruh dari teman sebaya dan siswa yang tidak mengonsumsi minuman ringan.

Tabel 5.3.7.1 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Pengaruh Teman Sebaya terhadap Konsumsi Minuman ringan tahun 2009

Pengaruh Teman Sebaya	Jumlah	Persentase (%)
Dipengaruhi	60	55,6
Tidak dipengaruhi	48	44,4
Total	108	100,0

Tabel 5.3.7.1 menunjukkan gambaran bahwa sebagian besar responden mengonsumsi minuman ringan karena pengaruh teman sebaya. Sebanyak 60 (55,6%) siswa membeli minuman ringan yang akan dibelinya karena dipengaruhi teman sebaya.

5.3.7.2 Distribusi Responden Berdasarkan Pengaruh Keluarga

Pengaruh keluarga dibagi menjadi dua kategori yaitu siswa yang dipengaruhi dan siswa yang tidak dipengaruhi. Siswa yang dipengaruhi oleh keluarga merupakan siswa yang mendapat pengaruh dari keluarga ketika membeli dan mengonsumsi minuman ringan. Siswa yang tidak dipengaruhi oleh keluarga merupakan siswa yang tidak mendapat pengaruh dari keluarga ketika membeli dan mengonsumsi minuman ringan dan siswa yang tidak mengonsumsi minuman ringan.

Tabel 5.3.7.2 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Pengaruh Perilaku Keluarga terhadap Konsumsi Minuman ringan tahun 2009

Pengaruh Keluarga	Jumlah	Persentase (%)
Dipengaruhi	78	72,2
Tidak dipengaruhi	30	27,8
Total	108	100,0

Berdasarkan tabel 5.3.7.2, sebagian besar siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri mendapat pengaruh dari keluarga dalam membeli minuman ringan. Sebanyak 78

(72,2%) siswa membeli minuman ringan yang akan dikonsumsi karena meniru perilaku keluarga seperti ayah, ibu, kakak atau adik.

5.3.8 Distribusi Responden Berdasarkan Pengaruh Media Massa

Pengaruh media massa dibagi menjadi dua kategori yaitu siswa yang dipengaruhi dan siswa yang tidak dipengaruhi. Siswa yang dipengaruhi adalah siswa yang ketika membeli dan mengonsumsi minuman ringan mendapat pengaruh dari media massa. Siswa yang tidak dipengaruhi oleh media massa merupakan siswa yang tidak mendapat pengaruh dari media massa ketika membeli dan mengonsumsi minuman ringan dan siswa yang tidak mengonsumsi minuman ringan.

Tabel 5.3.8.1 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Pengaruh Media Massa terhadap Konsumsi Minuman ringan tahun 2009

Media Massa	Jumlah	Persentase (%)
Dipengaruhi	27	25
Tidak dipengaruhi	81	75
Total	108	100,0

Dalam hal media massa, sebanyak 81 orang (75%) menyatakan bahwa media massa tidak memengaruhi mereka dalam mengonsumsi minuman ringan (tabel 5.3.8.1), padahal hampir seluruh responden (98,1%) sering melihat, membaca, dan mendengar iklan minuman ringan (tabel 5.3.8.2).

Tabel 5.3.8.2 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Frekuensi Melihat, Membaca, Mendengar Iklan Minuman ringan tahun 2009

Sering melihat, membaca, mendengar iklan minuman ringan dari media	Jumlah	Persentase (%)
Ya	106	98,1
Tidak	2	1,9
Total	108	100,0

Pada pertanyaan tentang sumber informasi apa saja yang biasa responden lihat, baca dan dengar mengenai minuman ringan, responden yang sering melihat, membaca dan mendengar iklan minuman ringan diizinkan untuk memilih jawaban lebih dari satu. Dari tabel 5.3.8.3 terlihat bahwa sumber informasi yang biasa

responden lihat, baca, dan dengan tentang minuman ringan adalah media seperti televisi (100%), majalah (40,6%) dan teman (34,9%).

Tabel 5.3.8.3 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Sumber Informasi Minuman ringan tahun 2009*

Sumber informasi minuman ringan	Jumlah	Persentase (%)
televisi	106	100
radio	18	17
majalah	43	40,6
teman	37	34,9
lain-lain (poster, baliho, koran, spanduk, keluarga)	8	7,4

* hanya pada responden yang melihat, membaca, dan mendengar iklan minuman ringan

Tabel 5.3.8.4 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Bagian Iklan Minuman ringan yang Menarik tahun 2009*

Bagian iklan yang menarik	Jumlah	Persentase (%)
Gambar	75	70,8
Merk yang terkenal	15	14,1
Frekuensi muncul di media	16	15,1
Total	106	100,0

* hanya pada responden yang sering melihat, membaca, dan mendengar iklan minuman ringan

Iklan memiliki beberapa bagian yang menunjang suatu produk iklan mudah diingat dan dikenali para calon konsumen. Bagian iklan tersebut antara lain gambar, merk/slogan produk yang terkenal dan frekuensi iklan tersebut muncul di media. Menurut sebagian besar responden, bagian yang paling menarik adalah gambar, sebanyak 75 responden (70,8%) menyatakan demikian (tabel 5.3.8.4).

5.3.9 Distribusi Responden Berdasarkan Akses terhadap Minuman ringan

Akses terhadap minuman ringan merupakan daya menjangkau responden terhadap minuman ringan yang diukur dengan jarak (meter). Akses dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kategori yaitu dekat, menengah dan jauh. Kategori dekat adalah jarak yang kurang dari 100 meter, kategori menengah adalah jarak antara 100m-500m, sedangkan kategori jauh adalah jarak yang lebih dari 500 meter. Jarak 100 meter dianalogikan dengan 15 rumah dan jarak 500 meter dianalogikan dengan 75 rumah. Berdasarkan tabel 5.3.9.1, sebanyak 48

orang (44,4%) memiliki akses yang sangat mudah dalam memperoleh minuman ringan, 43 orang (39,8%) memiliki akses yang cukup mudah, dan 17 orang (15,7%) lainnya memiliki akses yang jauh untuk memperoleh minuman ringan.

Tabel 5.3.9.1 Distribusi Siswa/Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Akses terhadap Minuman ringan tahun 2009

Akses terhadap Minuman ringan	Jumlah	Persentase (%)
Dekat	48	44,4
Menengah	43	39,8
Jauh	17	15,7
Total	108	100,0

Untuk memudahkan analisis bivariat menggunakan tabel 2x2, maka kategori akses dikelompokkan menjadi dua yaitu jarak dekat dan jarak jauh. Dalam hal ini kategori menengah termasuk dalam kategori jauh. Tabel 5.3.9.2 dan tabel 5.3.9.3 ini merupakan uraian tentang distribusi responden berdasarkan akses terhadap minuman ringan pada siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri.

Tabel 5.3.9.2 menampilkan distribusi responden berdasarkan tempat biasa membeli minuman ringan pada siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri. Sebagian besar responden membeli minuman ringan dari swalayan. Seperti yang terlihat di tabel 5.3.9.2, 17 (48,6%) siswa yang biasa membeli minuman ringan dari swalayan mengonsumsi minuman ringan tingkat tinggi, sedangkan 36 (66,2%) lainnya mengonsumsi minuman ringan tingkat rendah.

Tabel 5.3.9.2 Distribusi Siswa Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Tempat Biasa Membeli Minuman ringan tahun 2009*

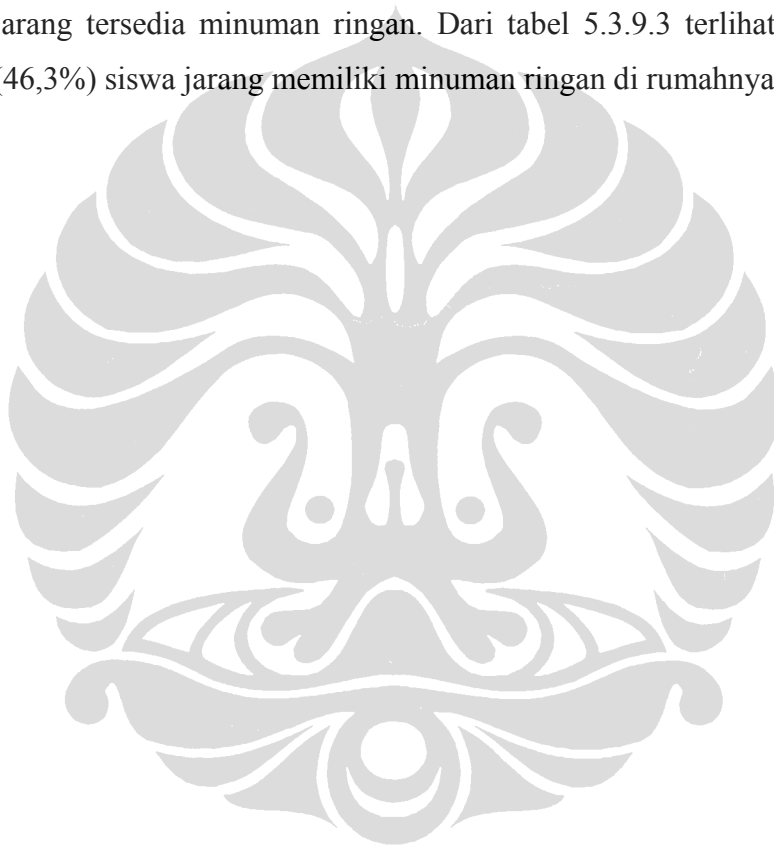
Tempat beli Minuman ringan	Tingkat konsumsi minuman ringan			
	Tinggi		Rendah	
	n	%	n	%
Kantin sekolah	5	14,3	2	3,6
Warung dekat sekolah/rumah	11	31,4	15	27,3
Swalayan	17	48,6	36	66,2
Restoran	2	5,7	1	1,8
Total	35	100,0	54	100,0

* hanya pada responden dengan tingkat konsumsi minuman ringan tinggi dan rendah

Tabel 5.3.9.3 Distribusi Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Ketersediaan Minuman ringan di Rumah tahun 2009

Ketersediaan Minuman ringan	Jumlah	Persentase (%)
Tidak pernah	30	27,8
Jarang	50	46,3
Kadang-kadang	22	20,4
Hampir selalu	5	4,6
Selalu	1	0,9
Total	108	100,0

Hampir separuh responden menjawab bahwa di rumah masing-masing jarang tersedia minuman ringan. Dari tabel 5.3.9.3 terlihat bahwa sebanyak 50 (46,3%) siswa jarang memiliki minuman ringan di rumahnya.



5.3.10 Rekapitulasi Analisis Univariat

Tabel 5.3.10 Rekapitulasi Hasil Analisis Univariat Siswa-Siswi SMPIT Nurul Fikri Berdasarkan Konsumsi Minuman ringan tahun 2009

	Variabel	n	%
Tingkat Konsumsi minuman ringan	Tinggi	35	32,4
	Rendah	54	50
	Tidak mengonsumsi	19	17,6
Jenis Kelamin	Laki-laki	55	50,9
	Perempuan	53	49,1
Pengetahuan Gizi	Tinggi	0	0
	Menengah	9	8,3
	Rendah	99	91,7
Kebiasaan Membaca Label Gizi	Ya	36	33,3
	Tidak	72	66,7
Preferensi	Suka	61	56,5
	Kurang Suka	28	25,9
	Tidak mengonsumsi	19	17,6
Uang Saku	Tinggi	73	67,6
	Rendah	35	32,4
Teman Sebaya	Dipengaruhi	60	55,6
	Tidak Dipengaruhi	48	44,4
Keluarga	Dipengaruhi	78	72,2
	Tidak Dipengaruhi	30	27,8
Media Massa	Dipengaruhi	27	25
	Tidak Dipengaruhi	81	75
Akses thd minuman ringan	Dekat	48	44,4
	Menengah	43	39,8
	Jauh	17	15,7

Tabel 5.3.10 merupakan tabel rekapitulasi hasil analisis univariat konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri tahun 2009 dilihat dari variabel jenis kelamin, pengetahuan gizi, preferensi, uang saku, peranan teman sebaya, keluarga dan media masa terhadap konsumsi minuman ringan, serta akses terhadap minuman ringan.

5.4 Hasil Bivariat

Tabel 5.4 Hasil Uji *Chi-Square* Antara Tingkat Konsumsi Minuman ringan Berkarbonasi dengan Variabel-Variabel yang (diduga) Berhubungan

Variabel		Konsumsi Minuman ringan				p value
		Tinggi		Rendah		
		n	%	n	%	
Jenis Kelamin	Laki-laki	23	41,8	32	58,2	0,054
	Perempuan	12	22,6	41	77,4	
Pengetahuan Gizi	Menengah	2	22,2	7	77,8	0,715
	Rendah	33	33,3	66	66,7	
Kebiasaan Membaca Label Gizi	Ya	10	27,8	26	72,2	0,611
	Tidak	25	34,7	47	65,3	
Preferensi	Suka	26	42,6	35	57,4	0,017*
	Kurang Suka	9	19,1	38	80,9	
Uang Saku	Tinggi	27	37	46	63	0,212
	Rendah	8	22,9	27	77,1	
Teman Sebaya	Dipengaruhi	32	53,3	28	46,7	0,000*
	Tidak Dipengaruhi	3	6,3	45	93,8	
Keluarga	Dipengaruhi	34	43,6	44	56,4	0,000*
	Tidak Dipengaruhi	1	3,3	29	96,7	
Media Massa	Dipengaruhi	15	55,6	12	44,4	0,006*
	Tidak Dipengaruhi	20	24,7	61	75,3	
Akses Terhadap minuman ringan	Dekat	14	29,2	34	70,8	0,662
	Jauh	21	35	39	65	

* p value < 0,05 berarti berhubungan bermakna

Tabel 5.4 memperlihatkan frekuensi dan persentase konsumsi minuman ringan dengan variabel-variabel yang diduga berhubungan seperti jenis kelamin, pengetahuan gizi, preferensi, uang saku, peranan teman sebaya, keluarga dan media massa, serta akses terhadap minuman ringan. Tabel 5.36 juga menunjukkan hasil uji statistik (*p value*) untuk melihat ada atau tidaknya perbedaan proporsi (hubungan yang signifikan) antara variabel-variabel tersebut dengan konsumsi minuman ringan.

Hasil analisis hubungan antara jenis kelamin dan konsumsi minuman ringan menunjukkan dari sejumlah 35 responden konsumen minuman ringan tingkat tinggi, 41,8% di antaranya adalah murid laki-laki dan 22,6% lainnya adalah murid perempuan. Hasil uji statistik menunjukkan $p = 0,054$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan proporsi antara jenis kelamin dengan konsumsi minuman ringan (tidak ada hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan konsumsi minuman ringan).

Hasil analisis bivariat antara pengetahuan gizi dan konsumsi minuman ringan diperoleh bahwa 33,3% siswa dari mereka yang tinggi konsumsi minuman ringan-nya memiliki pengetahuan gizi yang rendah tentang minuman ringan dan 22,2% lainnya memiliki pengetahuan menengah. Hasil uji statistik menunjukkan $p=0,715$ berarti tidak ada perbedaan proporsi konsumsi minuman ringan antara pengetahuan gizi dan konsumsi minuman ringan.

Hasil analisis antara kebiasaan membaca label gizi kemasan dan konsumsi minuman ringan diperoleh bahwa 27,8% siswa dari mereka yang tinggi konsumsi minuman ringan-nya memiliki kebiasaan membaca label gizi kemasan minuman ringan dan 34,7% lainnya memiliki tidak. Hasil uji statistik menunjukkan $p=0,611$ dapat disimpulkan tidak hubungan yang signifikan antara kebiasaan membaca label gizi dengan konsumsi minuman ringan.

Hasil analisis bivariat antara preferensi terhadap minuman ringan dan konsumsi minuman ringan diperoleh bahwa dari 35 siswa yang konsumsi minuman ringan-nya tinggi, 42,6% siswa lebih suka terhadap minuman ringan, sedangkan 19,1% lainnya kurang menyukai minuman ringan. Hasil uji statistik menunjukkan $p=0,017$ artinya ada hubungan yang signifikan antara preferensi dengan konsumsi minuman ringan.

Hasil analisis hubungan antara uang saku dan konsumsi minuman ringan diperoleh informasi bahwa dari 35 siswa yang mengonsumsi minuman ringan tingkat tinggi, 37% dari mereka memiliki uang saku di atas rata-rata, sedangkan sebanyak 22,9% siswa lainnya memiliki uang saku rendah di bawah rata-rata. Hasil uji statistik menunjukkan $p=0,212$. Hal ini berarti tidak ada hubungan signifikan antara uang saku dengan konsumsi minuman ringan.

Hasil analisis antara teman sebaya dan konsumsi minuman ringan menunjukkan ada 53,3% siswa dari mereka yang konsumsi minuman ringan-nya tinggi mendapat pengaruh dari teman sebaya masing-masing, sedangkan 6,3% lainnya tidak mendapat pengaruh dari teman sebaya-nya. Hasil uji statistik menunjukkan $p=0,000$ dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara teman sebaya dengan konsumsi minuman ringan.

Hasil analisis bivariat antara keluarga dan konsumsi minuman ringan menunjukkan 43,6% siswa dari mereka yang konsumsi minuman ringan-nya

tinggi mendapat pengaruh dari keluarga masing-masing, sedangkan 3,3% lainnya tidak mendapat pengaruh dari keluarga. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa $p=0,000$ maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan signifikan antara perilaku meniru keluarga (*family modelling*) dengan konsumsi minuman ringan.

Hasil analisis hubungan antara Media Massa dan konsumsi minuman ringan menunjukkan 55,6% dari 35 siswa yang konsumsi minuman ringannya tinggi mendapat pengaruh dari media massa baik cetak maupun elektronik, sedangkan 24,7% siswa lainnya tidak mendapat pengaruh dari media massa sedikitpun. Hasil uji statistik menunjukkan $p= 0,006$ berarti ada hubungan yang signifikan antara media massa dengan konsumsi minuman ringan.

Hasil analisis hubungan antara akses terhadap minuman ringan dengan konsumsi minuman ringan menunjukkan 35% dari 35 siswa yang mengonsumsi minuman ringan tingkat tinggi memiliki akses yang dekat dalam memperoleh minuman ringan, sedangkan 29,2% siswa lainnya memiliki akses yang jauh. Hasil uji statistik menunjukkan $p= 0,662$ dapat diartikan tidak ada hubungan signifikan antara akses terhadap minuman ringan dengan konsumsi minuman ringan.

BAB 6 PEMBAHASAN

6.1 Gambaran Tingkat Konsumsi Minuman ringan Berkarbonasi di SMPIT Nurul Fikri tahun 2009

Hasil penelitian menunjukkan gambaran bahwa sebagian (32,4%) responden dalam penelitian ini mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi tingkat tinggi dengan frekuensi konsumsi rata-rata 1 hingga 2 botol/kaleng ukuran sedang seminggu. Hasil penelitian ini tidak berbeda jauh dengan hasil penelitian Prasetya (2007) yang menyebutkan bahwa 32,9% siswa-siswi SMP Yaspren Tugu Ibu memiliki tingkat konsumsi minuman ringan tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh *Spire Research and Consulting* pada remaja di 5 kota besar di Indonesia menunjukkan hasil bahwa sebagian besar remaja rata-rata mengonsumsi minuman ringan 2 botol/kaleng seminggu. Namun jika dibandingkan dengan penelitian Bere et al (2006) pada remaja Norwegia, jumlah ini lebih rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Harnack et al (1999) juga menyebutkan bahwa 82,5% remaja mengonsumsi minuman ringan tingkat tinggi.

Hasil penelitian ini juga menyebutkan tidak sedikit responden yang memiliki tingkat konsumsi minuman ringan rendah yaitu sekitar 67,6%. Hal ini dapat terjadi karena sebagian besar waktu mereka dalam sehari dihabiskan di sekolah dan tidak tersedia minuman ringan di kantin sekolah tersebut, dengan kata lain akses mereka terhadap minuman ringan tidak mudah.

Kebanyakan (45,7%) dari mereka yang mengonsumsi minuman ringan tingkat tinggi sering mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi merk Coca-Cola. Hal ini tidak mengherankan karena Coca-Cola adalah produk minuman ringan pertama di dunia dengan reputasi yang cukup baik (Perusahaan Coca-Cola memimpin pasar minuman ringan dunia pada tahun 2007, (foodinfonet, 2008)) dan promosi yang gencar melalui iklan-iklan di media. Bila dikaitkan dengan hal-hal yang membuat responden memilih minuman ringan yang mereka suka, sebagian besar karena minuman dalam keadaan dingin dan rasanya enak. Memang jika dibandingkan dengan minuman ringan merk lain, karbondioksida dan rasa Coca-Cola lebih menggigit, sehingga terasa segar saat dikonsumsi. Minuman

ringan berkarbonasi merk Coca-Cola terdapat dalam berbagai kemasan seperti kaleng, botol kaca (*Returnable glass bottle*), dan botol plastik (*PET*). Dalam satu kemasan kaleng Coca-Cola ukuran 330 ml, didalamnya terkandung zat seperti Karbohidrat (36 mg), gula (36 mg) dan Natrium (17 mg).

Meskipun responden dengan tingkat konsumsi minuman ringan tinggi lebih sering mengonsumsi Coca-Cola, namun menurut mereka minuman ringan merk Fanta adalah yang paling lezat. Hal ini mungkin terjadi karena Fanta tersedia dalam banyak warna dan rasa, sedangkan Coca-Cola hanya mempunyai 1 rasa ditambah dengan Coca-Cola versi diet coke dan Coca-Cola zero. Fanta memiliki beberapa versi rasa buah-buahan dan warna yang sangat menonjol, di antaranya: *strawberry* dengan warna pink, *fruitpunch* dengan warna hijau tua, *creamy* dengan warna *baby pink*, apel dengan warna hijau muda, anggur dengan warna ungu, jeruk dengan warna oranye dan *blueberry* dengan warna biru. Banyaknya warna dan rasa dalam Fanta tentu dapat menarik perhatian para remaja untuk mencoba rasa yang baru. Konsumen di berbagai belahan dunia, terutama remaja, mengasosiasikan Fanta dengan keceriaan bersama teman dan keluarga. Asosiasi positif ini sebenarnya didorong oleh ciri khas merek Fanta yang membawa sukacita, dengan warna yang cerah, rasa buah dan karbonasi yang terasa sangat kuat (*coca-colabottling*).

Penulis juga melihat, ini merupakan salah satu strategi penjualan yang baik karena dengan menyediakan banyak warna dan rasa, maka jika konsumen sedang bosan dengan 1 rasa tidak perlu beralih ke minuman ringan merk lain, cukup dengan memilih Fanta rasa lain.

Pada responden dengan tingkat konsumsi rendah, mereka lebih sering mengonsumsi minuman ringan merk Sprite (33,3%) dan memilihnya sebagai minuman ringan paling lezat (59,3%). Sprite disukai karena rasanya yang dingin menyejukkan dan benar-benar dapat melepaskan dahaga (*coca-colabottling*).

Ketika ditanyakan tentang hal-hal apa saja yang responden pertimbangkan ketika membeli minuman ringan, sebagian besar responden menjawab karena rasanya enak (71,4%) dan minuman dalam keadaan dingin (74,3%). Seperti yang diutarakan Gibney (2004) bahwa sebagian orang lebih memilih makanan

berdasarkan respon yang kuat terhadap stimulus eksternal seperti penglihatan atau cita rasa dibandingkan sinyal internal seperti rasa lapar atau haus.

Kebanyakan pula dari siswa (54,3%) mengonsumsi minuman ringan pada saat jajan. Hal ini dapat terjadi karena sebagian besar waktu remaja dalam sehari dihabiskan di luar rumah (Khomsan, 2002). Di samping itu, sebagian besar responden jarang memiliki minuman ringan di rumah mereka, sehingga mereka lebih sering mengonsumsi minuman ringan pada saat jajan. Penulis tidak menemukan informasi mengenai ketentuan waktu khusus dalam mengonsumsi minuman ringan.

6.2 Jenis Kelamin

Hasil penelitian menunjukkan responden laki-laki memiliki kecenderungan mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi tingkat tinggi dibandingkan perempuan. Namun, hasil uji statistik menunjukkan tidak ada hubungan antara jenis kelamin dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi ($p=0,054$). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lien et al (2006) yang menyebutkan bahwa remaja pria lebih sering mengonsumsi minuman ringan dibandingkan remaja perempuan. Pada frekuensi konsumsi minuman ringan 1-6 botol/kaleng seminggu, sebanyak 48,2% diantaranya pada remaja laki-laki dan 19,4% lainnya pada remaja perempuan. Penelitian Bere et al (2006) juga menyebutkan hal serupa, sebanyak 50% remaja laki-laki di Norwegia lebih sering mengonsumsi minuman ringan dibandingkan remaja perempuan.

Perbedaan aktifitas fisik antara remaja laki-laki dan remaja perempuan dapat memengaruhi kebutuhan gizi dan pola makan mereka. Ada kecenderungan bahwa laki-laki lebih banyak mengonsumsi daging, minuman beralkohol, dan gula (Gibney 2004).

6.3 Pengetahuan Gizi tentang Minuman ringan

Responden yang memiliki pengetahuan gizi rendah memiliki kecenderungan mengonsumsi minuman ringan tingkat tinggi dibandingkan mereka yang berpengetahuan gizi tingkat menengah. Namun hasil uji statistik menunjukkan tidak ada hubungan yang signifikan antara pengetahuan gizi dengan

konsumsi minuman ringan berkarbonasi ($p=0,715$). Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetya (2007) bahwa 61% siswa-siswi SMP Yaspen Tugu Ibu dengan konsumsi minuman ringan tingkat tinggi memiliki pengetahuan yang cukup baik.

Pada pertanyaan mengenai dampak konsumsi minuman ringan secara berlebihan, 26,9% responden menyatakan tidak tahu dan tidak ada pengaruh apapun. Jika responden menyatakan demikian maka responden berhak tidak menjawab pertanyaan selanjutnya dan melanjutkan mengisi kuesioner ke subbab selanjutnya. Hal inilah yang menyebabkan sebagian besar responden termasuk dalam kategori pengetahuan rendah karena skor paling banyak terdapat pada pertanyaan-pertanyaan setelahnya yaitu pertanyaan lebih detil tentang kandungan minuman ringan yang dapat menyebabkan dampak-dampak kesehatan. Meskipun tidak banyak responden yang menjawab tidak tahu, namun ada pula dari mereka yang tahu tentang dampak konsumsi minuman ringan berlebihan tetapi memilih jawaban yang salah pada pertanyaan-pertanyaan setelahnya. Hal ini didukung oleh Brown (2005) yang menyatakan bahwa pengetahuan dan pemahaman gizi pada remaja masih terbatas.

Selain itu, pengetahuan siswa bukan merupakan hal utama yang menjadi faktor penentu dalam memutuskan apakah mereka akan membeli minuman ringan atau tidak. Seorang siswa yang memiliki pengetahuan baik tentang minuman ringan mungkin saja tingkat konsumsi minuman ringan-nya tinggi karena kesukaan siswa tersebut terhadap minuman ringan sangat tinggi.

Zat yang terkandung dalam minuman ringan yang dapat meningkatkan risiko kegemukan adalah gula. Sedikit penelitian yang menyebutkan bahwa manisnya gula dalam minuman yang dikonsumsi di antara waktu makan dapat meningkatkan risiko kegemukan seperti yang diungkapkan oleh Booth (1994) dan Ludwig et al (1997).

Beberapa penelitian menyebutkan bahwa gula dan bahan pengawet berupa asam yang terkandung dalam minuman ringan dapat menyebabkan karies gigi dan erosi enamel gigi. Jarvinen (1991) menyebutkan dalam penelitiannya bahwa jika seseorang mengonsumsi minuman ringan rutin setiap hari, maka peluangnya

terkena erosi enamel gigi menjadi 4 kali lebih besar dibandingkan yang tidak rutin dan sedikit mengonsumsi.

Penelitian Guenther (1986) menyebutkan bahwa konsumsi minuman ringan berbanding terbalik dengan asupan kalsium, vitamin A, riboflavin, magnesium, dan asam askorbat pada remaja. Kejadian penurunan kepadatan massa tulang berkaitan dengan zat-zat yang terkandung dalam minuman ringan yaitu sodium, protein, kafein, dan fosfat yang dapat meningkatkan ekskresi kalsium dari urine (Wahlqvist, 2002).

6.4 Kebiasaan Membaca Label Gizi Kemasan Minuman ringan

Siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri yang tidak terbiasa membaca label gizi kemasan ketika membeli minuman ringan berkarbonasi memiliki kecenderungan mengonsumsi minuman ringan tingkat tinggi dibandingkan mereka yang memiliki kebiasaan membaca label gizi. Namun, statistik menunjukkan tidak ada hubungan yang signifikan antara kebiasaan membaca label nilai gizi kemasan dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi.

Hal ini dapat terjadi karena penggunaan label gizi ditujukan kepada konsumen agar dapat memilih makanan dan minuman yang sehat dan bergizi tinggi, namun sebagian besar siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri tidak terbiasa membaca label gizi ketika membeli minuman ringan. Sebagian besar siswa-siswi cenderung memilih minuman ringan karena rasanya yang enak dan minuman dalam keadaan dingin.

Penelitian tentang minuman ringan dan kebiasaan membaca label gizi hampir tidak ada, tetapi penelitian lain yang terkait kebiasaan membaca label gizi menghubungkannya dengan konsumsi makanan lain. Konsumen yang memiliki kebiasaan membaca label gizi memiliki asupan serat, zat besi dan protein tinggi dibandingkan yang tidak membaca. Penelitian Mojduszka (2001) menyebutkan bahwa pola konsumsi dan kesukaan terhadap daging beku yang siap masak tidak berubah secara signifikan setelah membaca label gizi. (*American Market Science*, 2006)

6.5 Preferensi terhadap Minuman ringan

Siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri yang suka terhadap minuman ringan berkarbonasi cenderung mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi tinggi dibandingkan mereka yang kurang suka. Hasil uji statistik menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara preferensi terhadap minuman ringan dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Grimm et al (2004) dan Bere et al (2006) yang menyatakan bahwa preferensi sangat berkaitan dengan tingkat konsumsi minuman ringan pada anak sekolah. Remaja yang memiliki preferensi tinggi terhadap minuman ringan cenderung mengonsumsi minuman ringan 5,5 kali lipat dibandingkan mereka yang preferensinya rendah.

Jika dibandingkan dengan minuman-minuman lain seperti air putih, teh, sirup, susu, jus buah kemasan, dan jus buah asli, responden lebih menyukai minuman-minuman tersebut dibandingkan minuman ringan. Hal ini sejalan dengan penelitian Prasetya (2007) yang menyebutkan hal serupa.

6.6 Uang Saku

Responden yang memiliki uang saku tinggi di atas rata-rata cenderung mengonsumsi minuman ringan tinggi dibandingkan responden lain yang memiliki uang saku di bawah rata-rata. Namun, hasil uji statistik menunjukkan tidak ada hubungan yang signifikan antara uang saku dengan tingkat konsumsi minuman ringan berkarbonasi ($p=0,212$). Penelitian Prasetya (2007) menyebutkan bahwa 30,27% siswa-siswi SMP Yaspen Tugu Ibu menggunakan uang sakunya untuk membeli minuman ringan. Konsumsi susu dan produk susu menurun seiring dengan peningkatan tingkat sosial ekonomi (Brown, 2005). Penelitian oleh Veerecken dan Maes (2005) pada remaja di Eropa menunjukkan konsumsi minuman ringan lebih rendah pada siswa yang status pekerjaan orang tuanya lebih tinggi dibandingkan dengan yang status pekerjaan orang tuanya rendah. Doyle dan Feldman (1997) mengemukakan bahwa biasanya konsumsi snack pada remaja lebih sering dibeli oleh orang tua.

6.7 Perilaku Meniru

6.7.1 Teman Sebaya

Siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri yang mendapat pengaruh teman sebaya cenderung lebih tinggi konsumsi minuman ringan-nya dibandingkan dengan mereka yang tidak mendapat pengaruh teman sebaya. Hasil uji statistik menunjukkan ada hubungan antara teman sebaya dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi ($p=0,000$). Hal ini sesuai dengan penelitian Grimm et al (2004) dan Bere et al (2006) yang menyebutkan bahwa pengaruh teman sebaya dapat meningkatkan konsumsi minuman ringan pada seorang remaja. Seperti yang diutarakan Brown (2005), kebutuhan akan diterima dalam kelompok (*peer group*) dapat berdampak pada asupan nutrisi selama remaja.

6.7.2 Keluarga

Responden yang mendapat pengaruh dari keluarga memiliki kecenderungan mengonsumsi minuman ringan tinggi dibandingkan dengan mereka yang tidak mendapat pengaruh dari keluarga. Hasil uji statistik menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara keluarga dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi ($p=0,000$). Penelitian oleh Grimm et al (2004) dan Bere et al (2006) juga menyebutkan bahwa salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi minuman ringan remaja adalah perilaku meniru pada keluarga, atau dengan kata lain mendapat pengaruh dari keluarga yang mengonsumsi minuman ringan juga. Bere et al (2006) juga menyebutkan bahwa orang tua berperan sebagai aktor utama dalam perilaku konsumsi minuman ringan pada remaja, baik sebagai model perilaku dan sebagai orang yang menentukan makanan dan minuman apa saja yang boleh tersedia di rumah. Penelitian Doyle dan Feldman (1997) mengungkapkan bahwa remaja lebih suka dipengaruhi dan mendapatkan informasi gizi dari keluarga dibandingkan teman.

Remaja yang meniru (mendapat pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung) keluarga maupun temannya memiliki peluang 3,8 kali mengonsumsi minuman ringan dibandingkan remaja yang tidak meniru (Bere et al, 2006).

6.8 Media Massa

Siswa-siswi yang tidak mendapat pengaruh dari media massa cenderung mengonsumsi minuman ringan tinggi dibandingkan dengan mereka yang tidak mendapat pengaruh dari media massa. Hasil uji statistik menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara media massa dengan konsumsi minuman ringan. Seperti yang diutarakan oleh Ogden (2004), media memiliki peran utama dalam hal apa yang masyarakat makan dan bagaimana pikiran masyarakat tentang makanan. Media seperti orang tua juga memberikan informasi baru pada anak, memberikan contoh perilaku dan sikap yang bisa diadopsi atau ditiru oleh seseorang. Namun, yang terjadi pada responden yang tidak terpengaruh oleh media massa adalah mereka yang meskipun melihat, mendengar dan membaca iklan minuman ringan tetap tidak merasa terpengaruh ketika membeli dan mengonsumsi minuman ringan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden tertarik dengan iklan minuman ringan pada bagian gambar. Ide kreatif dan inovatif dari para produsen tentu memiliki peran besar dalam hal ini.

Menurut Doyle and Feldman (1997) 83% remaja memperoleh informasi tentang gizi dari televisi.

6.9 Akses (Jarak yang Dijangkau) terhadap Minuman ringan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden dengan jarak menengah (100m-500m) ke tempat membeli minuman ringan cenderung mengonsumsi minuman ringan lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang jaraknya dekat. Dengan demikian jauh-dekatnya akses ketersediaan minuman ringan tidak dapat langsung dikaitkan dengan konsumsi minuman ringan. Hasil uji statistik menunjukkan tidak ada hubungan yang signifikan antara akses terhadap minuman ringan dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi.

Dalam penelitian ini, sebagian besar responden baik dengan tingkat konsumsi minuman ringan tinggi maupun rendah memperoleh minuman ringan dari swalayan, meskipun jaraknya lebih jauh daripada warung yang dekat dengan sekolah. Swalayan lebih sering dikunjungi mungkin saja karena alasan swalayan lebih menarik dan terdapat banyak pilihan produk minuman ringan. Selain itu,

mungkin saja responden lebih sering membeli minuman ringan di swalayan karena satu arah dengan jalan pulang ke rumah sehingga responden sering pergi ke swalayan untuk membeli minuman ringan. Kemungkinan lain adalah minuman ringan yang dibeli dari swalayan adalah tambahan produk pangan yang dibeli ketika membeli barang, makanan atau minuman lain. Artinya seorang siswa mungkin saja pergi ke swalayan tidak hanya untuk membeli minuman ringan, tetapi dibarengi dengan belanja barang atau produk pangan lain.

Meskipun minuman ringan berdampak buruk bagi kesehatan (kegemukan, karies gigi, dan penurunan kepadatan massa tulang), namun ada satu keuntungan memperoleh minuman ringan dari swalayan, yaitu konsumen harus membeli minuman ringan dalam bentuk kemasan botol dan kaleng, tidak dituang ke dalam kantung plastik seperti umumnya konsumen membeli di warung/toko. Dengan demikian, kontaminasi bakteri melalui udara, sedotan dan plastik dapat dihindari.

Sebagian besar siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri jarang memiliki ketersediaan minuman ringan di rumah. Hal ini mungkin disebabkan oleh penentuan ketersediaan produk pangan di dalam rumah adalah sebagian besar merupakan peran orang tua. Jika dikaitkan dengan banyaknya responden yang mengonsumsi minuman ringan tingkat rendah, hal ini tidak mengherankan. Perilaku konsumsi minuman ringan dalam keluarga terkadang dikaitkan dengan suatu perayaan, misalnya pada hari-hari besar baik agama maupun nasional sebagai paket dalam *parcel*, hari ulang tahun, perayaan karena berhasil mencapai suatu tujuan, dan sebagainya. Bere et al (2006) menyebutkan bahwa remaja yang selalu memiliki minuman ringan dirumahnya memiliki peluang 5 kali untuk mengonsumsi minuman ringan dibandingkan mereka yang jarang memiliki minuman ringan dirumahnya.