

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesukaan mengonsumsi makanan dan minuman manis secara berlebihan dapat menyebabkan karies gigi, dan sama halnya dengan konsumsi kalori berlebih memengaruhi perubahan berat badan. Berat badan yang cenderung naik dapat mengarah pada kejadian obesitas, diabetes melitus tipe 2 dan penyakit jantung koroner.

Seiring dengan perkembangan zaman, perubahan gaya hidup mengiringi perubahan pola makan dan minum penduduk dunia, terutama remaja. Remaja yang merupakan populasi terbesar di dunia (sekitar 1,2 miliar orang remaja) (WHO, 2004) memiliki karakteristik selalu ingin mencoba sesuatu yang baru. Karakteristik tersebut menginspirasi para produsen makanan dan minuman untuk membuat makanan dan minuman yang praktis, sehat dan menyegarkan. Salah satu diantaranya adalah minuman ringan. Minuman ringan merupakan minuman yang tidak mengandung alkohol, terdiri atas minuman ringan berkarbonasi dan tidak berkarbonasi. Minuman ringan berkarbonasi mengandung karbondioksida atau biasa disebut minuman ringan bersoda, sebaliknya minuman ringan yang tidak berkarbonasi tidak mengandung karbondioksida. Beberapa contoh minuman ringan berkarbonasi antara lain minuman ringan bersoda (*colas*), minuman *squash*, dan *fruit punch*, sedangkan minuman yang tidak berkarbonasi antara lain teh, *lemonade*, dan lain-lain (wikipedia, 1995).

Dampak kesehatan dari konsumsi minuman ringan yang berlebihan tidak dapat muncul seketika, butuh waktu panjang hingga akhirnya zat-zat yang terkandung dalam minuman ringan terakumulasi hingga mengakibatkan timbulnya penyakit.

Di Kanada, Whiting et.al (2004) melakukan penelitian kohort yang melibatkan remaja putra dan putri usia 8-14 tahun selama 6 tahun (1991-1997) menemukan bahwa kepadatan mineral tulang tumit kaki (*bone mineral density*) remaja putri lebih rendah secara signifikan ketika mengonsumsi minuman ringan

berkarbonasi sementara pada remaja putra tidak ditemukan dampak yang signifikan.

Konsumsi minuman ringan di Amerika Serikat cukup tinggi, Dr. David Ludwig dari *Boston Children's Hospital* pada tahun 1997 mengatakan rata-rata anak sekolah di Amerika Serikat memperoleh kalori sebanyak 835 kalori dari rutinitas mengonsumsi minuman ringan yang mengandung gula. Anak-anak yang mengonsumsi minuman ringan yang mengandung gula cenderung lebih banyak makan dibanding mereka yang menghindari minuman ringan. Hal ini mendukung sebuah penelitian dari Harvard mengemukakan bahwa minuman ringan bertanggung jawab atas kejadian obesitas yang terjadi dua kali lipat pada anak-anak di Amerika Serikat dalam 15 tahun terakhir (wikipedia, 1995).

Penelitian lain oleh Lien *et.al* tentang minuman ringan di Norwegia tahun 2006 menyebutkan bahwa konsumsi gula berlebihan yang terkandung dalam minuman ringan berhubungan dengan masalah kesehatan mental diantara para remaja.

Data dunia tahun 2002 mengenai konsumsi minuman ringan dalam situs *nationmaster.com* menyebutkan bahwa 3 negara konsumen minuman ringan tertinggi di dunia adalah Amerika Serikat (216 liter/orang/tahun), Irlandia (126 liter/orang/tahun), kemudian Kanada (119,8 liter/orang/tahun). Mayoritas konsumen minuman ringan di dunia adalah negara-negara Eropa, Australia dan Amerika, sedangkan untuk regional Asia, Jepang menempati posisi tertinggi diantara negara-negara Asia dengan konsumsi minuman ringan 21,6 liter/orang/tahun, bahkan Jepang masuk dalam urutan ke-18 tertinggi di dunia dalam mengonsumsi minuman ringan.

Kemudian pada tahun 2005, konsumsi minuman ringan di dunia meningkat menjadi 4,7% dan mencapai 498 miliar liter. Jika dibagi rata-rata penduduk dunia mengonsumsi minuman ringan 77 liter per orang per tahun. (zenith international report, 2006). Pada tahun 2007, konsumsi minuman ringan penduduk dunia meningkat hingga 552 miliar liter, setara dengan 82,5 liter per orang per tahun. (zenith international report, 2008)

Selama 5 tahun (2002-2007), penjualan minuman ringan per tahunnya di Asia-Pacific sebesar 3,4% dan 4,3% di wilayah Australia. Sepanjang tahun 2002

hingga 2005, penjualan minuman ringan di Filipina mencapai 5,7% per tahun. Sementara itu, rata-rata penjualan minuman ringan di Singapura, Malaysia, dan Indonesia selama tahun 2002 hingga 2007 secara berurutan adalah sebesar 4,9%, 5,7%, dan 7,6% per tahun. (data monitor, 2008)

Dari penelitian yang dilakukan oleh Kassem et al (2003), diperoleh gambaran konsumsi minuman ringan pada hampir seluruh partisipan remaja putri berusia 13 sampai 18 tahun yang diteliti, lebih sering mengonsumsi minuman ringan soda yaitu sebesar 96,3% dari 707 remaja putri. Sebanyak 50,1% dari mereka mengonsumsi soda dua kali atau lebih sehari dalam satu tahun belakangan. Remaja rata-rata lebih suka mengonsumsi soda biasa dibanding soda diet (*diet soda*).

Pada tahun 2008, Spire Research & Consulting yang bekerjasama dengan Majalah Marketing melakukan riset konsumsi pada 1000 responden remaja usia 13 – 18 tahun di lima kota di Indonesia (Jakarta, Surabaya, Semarang, Medan, dan Makassar). Salah satu hasil temuannya adalah mengenai konsumsi minuman ringan pada remaja. Mereka rata-rata mengonsumsi minuman ringan 2 botol/kaleng dalam seminggu.

Secara umum, remaja yang dilihat sebagai sasaran pasar yang mampu memberikan keuntungan lebih bagi produsen manapun, merupakan jumlah penduduk terbesar baik di dunia maupun di Indonesia. Masa remaja merupakan masa transisi menjadi dewasa, oleh karena itu umumnya mereka menjadi lebih tertarik untuk mengikuti tren mode *fashion* dan gaya hidup baik dari luar negeri maupun dalam negeri. Dalam hal ini, sejumlah produsen minuman ringan membuat produk untuk sasarannya adalah remaja. Remaja dengan status sosial ekonomi keluarganya menengah ke atas tentu lebih mudah memperoleh minuman ringan.

Harnack, et.al (1999) mengemukakan bahwa jika dibandingkan dengan anak prasekolah (2-5 tahun) dan anak sekolah (6-12 tahun), remaja merupakan kelompok yang memiliki prevalensi konsumsi minuman ringan tertinggi yaitu 82,5%.

Dalam penelitian Bere, et.al (2006), sebanyak 50,9% remaja pria Norwegia di Belanda lebih sering mengonsumsi minuman ringan dibandingkan remaja wanita disana.

Perilaku konsumsi minuman ringan pada remaja dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, diantaranya pengetahuan mereka tentang minuman ringan, uang saku, aksesibilitas mereka untuk memperoleh minuman ringan, teman sebaya, serta pengaruh media massa dan lain-lain.

Berdasarkan penelitian di SMP Yaspren Tugu Ibu Depok tahun yang melibatkan 152 responden, 32,9% diantaranya masuk dalam kategori tingkat konsumen minuman ringan tinggi, sebanyak 48,7% tingkat konsumsinya rendah, dan 18,4% tidak pernah mengonsumsi minuman ringan. (Prasetya, 2007). Remaja pria lebih sering mengonsumsi minuman ringan dibandingkan remaja wanita.

Prasetya (2007) menyatakan, pada remaja di SMP Yaspren Tugu Ibu menyebutkan sebanyak 61% dari mereka dapat dikatakan cukup memiliki pengetahuan mengenai minuman ringan.

Dalam penelitiannya, Prasetya (2007) juga menyebutkan bahwa tingkat kesukaan remaja dalam memilih minuman ringan dibandingkan minuman lainnya yaitu sebanyak 15%, 68,4% diantara mereka memilih minuman ringan karena rasanya, 67,8% memilih karena dingin, 41,4% ingin mencoba yang baru, 20,4% memilih karena warnanya, 7,9% memilih karena kemasannya dan yang memilih minuman ringan karena iklan sebanyak 7,9%.

Rata-rata 30,27% remaja di SMP Yaspren Tugu Ibu Depok menggunakan uang saku mereka untuk membeli minuman ringan, sedangkan 3,3% remaja menggunakan lebih dari 70% uang jajannya untuk membeli minuman ringan (Prasetya, 2007).

Dalam hal akses terhadap minuman ringan, Prasetya (2007) menyebutkan, hampir sebagian besar remaja memperoleh minuman ringan di kantin sekolah sebanyak 59,9% dan mengonsumsinya sebagai cemilan pada saat jajan sebanyak 78,9%. Sebanyak 34,5% remaja Norwegia di Belanda memiliki akses yang sangat baik dalam memperoleh minuman ringan sehingga memengaruhi mereka untuk mengonsumsinya (Bere et.al, 2006).

Sebanyak 71% remaja di SMP Yaspen Tugu Ibu mengonsumsi minuman ringan karena dipengaruhi oleh teman sebaya-nya dan 59% karena dipengaruhi oleh media massa, diantaranya 96,1% dari televisi, 48% dari majalah, 34,2% dari teman dan 14,5% dari radio (Prasetya P., 2007). Sebanyak 26,2% remaja Norwegia di Belanda mengonsumsi minuman ringan karena pengaruh orang tua, saudara kandung atau teman (Bere et al, 2006).

Sejauh ini tingginya tingkat konsumsi minuman ringan di Indonesia dengan konsekuensi negatifnya yang tidak instan terjadi, belum banyak mendapat perhatian. Belum banyak penelitian yang spesifik membahas tentang hubungan pengetahuan gizi, teman sebaya, media massa dan faktor lain dengan konsumsi minuman ringan sehingga penulis tertarik untuk meneliti dan membahas hal ini. Adapun tempat yang dipilih penulis untuk melakukan penelitian ini adalah SMPIT Nurul Fikri Depok.

Alasan pemilihan SMPIT Nurul Fikri sebagai tempat penelitian adalah karena status sosial ekonomi siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri tergolong menengah ke atas. Disamping itu SMPIT Nurul Fikri tidak mengizinkan penjualan minuman ringan berkarbonasi di kantin sekolah. Hal ini membuat penulis tertarik untuk mengetahui perilaku konsumsi minuman ringan berkarbonasi di sekolah tersebut meskipun kantin sekolah tidak menyediakan minuman ringan berkarbonasi.

1.2 Rumusan Masalah

Banyak faktor yang memengaruhi konsumsi minuman ringan pada remaja, salah satunya adalah ketersediaan minuman ringan di sekolah. Berdasarkan hal tersebut, SMPIT Nurul Fikri memiliki peraturan dalam melarang penjualan minuman ringan dikantinnnya. Diduga tidak tersedianya minuman ringan di sekolah menyebabkan rendahnya konsumsi minuman ringan berkarbonasi, oleh karena itu penulis ingin mengetahui informasi tentang perilaku konsumsi minuman ringan dan faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumsi minuman ringan siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009.

1.3 Pertanyaan Penelitian

- 1.3.1 Bagaimana gambaran umum konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 1.3.2 Bagaimana hubungan antara jenis kelamin dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 1.3.3 Bagaimana hubungan antara pengetahuan gizi tentang minuman ringan dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 1.3.4 Bagaimana hubungan antara kebiasaan membaca label gizi kemasan dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 1.3.5 Bagaimana hubungan antara preferensi terhadap minuman ringan dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 1.3.6 Bagaimana hubungan antara uang saku dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 1.3.7 Bagaimana hubungan antara teman sebaya dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 1.3.8 Bagaimana hubungan antara keluarga dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 1.3.9 Bagaimana hubungan antara media massa dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 1.3.10 Bagaimana hubungan antara akses terhadap minuman ringan dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?

1.4 Tujuan Penelitian

1.4.1 Tujuan Umum

Diketahui gambaran umum konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009.

1.4.2 Tujuan Khusus

- 1.4.2.1 Diketahui hubungan antara jenis kelamin dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 1.4.2.2 Diketahui hubungan antara pengetahuan tentang minuman ringan ditinjau dari aspek gizi dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 1.4.2.3 Diketahui hubungan antara Kebiasaan membaca label gizi kemasan dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 1.4.2.4 Diketahui hubungan antara preferensi terhadap minuman ringan dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 1.4.2.5 Diketahui hubungan antara uang saku dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 1.4.2.6 Diketahui hubungan antara teman sebaya dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 1.4.2.7 Diketahui hubungan antara keluarga dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 14.2.8 Diketahui hubungan antara media massa dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?
- 14.2.9 Diketahui hubungan antara akses terhadap minuman ringan dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009?

1.4 Manfaat Penelitian

- 1.5.1 Sebagai data dan informasi bagi SMPIT Nurul Fikri mengenai faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada remaja. Informasi dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai gambaran faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi untuk mencegah perilaku

konsumsi yang buruk pada remaja dan eksploitasi remaja sebagai konsumen terhadap produk-produk yang berdampak buruk pada kesehatan.

- 1.4.2 Sebagai informasi bagi para pembaca untuk meningkatkan kesadaran tentang gambaran perilaku konsumsi pada remaja dan dampak konsumsi minuman ringan berkarbonasi yang berlebihan.
- 1.4.3 Sebagai masukan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti tentang perilaku konsumsi minuman ringan berkarbonasi.

1.5 Ruang Lingkup

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer untuk melihat konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa dan siswi SMPIT Nurul Fikri Depok tahun 2009. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei tahun 2009. Belum ada penelitian yang spesifik membahas tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan kecenderungan konsumsi minuman ringan berkarbonasi yang terjadi pada remaja. Penelitian ini menggunakan data primer meliputi data identitas diri, kuesioner tentang konsumsi minuman ringan berkarbonasi, pengetahuan gizi, uang saku, preferensi, pengaruh teman sebaya, keluarga, media massa dan akses terhadap minuman ringan.