



**HUBUNGAN PENGETAHUAN TENTANG MINUMAN RINGAN (*SOFT DRINK*), MEDIA MASSA, DAN TEMAN SEBAYA DENGAN
KEBIASAAN KONSUMSI *SOFT DRINK* PADA
SISWA SMA KORPRI BEKASI**

SKRIPSI

**Oleh:
WIDYA MERDIKA LIANI
NIM. 201702048**

**PROGRAM STUDI S1 GIZI
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN MITRA KELUARGA
BEKASI
2021**



**HUBUNGAN PENGETAHUAN TENTANG MINUMAN RINGAN (*SOFT DRINK*), MEDIA MASSA, DAN TEMAN SEBAYA DENGAN
KEBIASAAN KONSUMSI *SOFT DRINK* PADA
SISWA SMA KORPRI BEKASI**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Gizi (S.Gz)**

Oleh:

**WIDYA MERDIKA LIANI
NIM. 201702048**

**PROGRAM STUDI S1 GIZI
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN MITRA KELUARGA
BEKASI
2021**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini, saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul "Hubungan Pengetahuan tentang Minuman Ringan (*Soft Drink*), Media Massa, dan Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink* pada Siswa SMA KORPRI Bekasi" adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Tidak terdapat karya yang pernah diajukan atau ditulis oleh orang lain kecuali karya yang saya kutip dan rujuk yang saya sebutkan dalam daftar pustaka.

Nama : Widya Merdika Liani

NIM : 201702048

Tempat : Bekasi

Tanggal : 03 Februari 2021

Tanda Tangan :



HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Widya Merdika Liani
NIM : 201702048
Program Studi : S1 Gizi
Judul Skripsi : Hubungan Pengetahuan tentang Konsumsi Minuman Ringan (*Soft Drink*), Media Massa, dan Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink* pada Siswa SMA KORPRI Bekasi

Telah disetujui untuk dilakukan ujian Skripsi pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 03 Februari 2021
Waktu : 09.00 – 10.30
Tempat : *Zoom Meeting*

Bekasi, 03 Februari 2021

Dosen Pembimbing



Guntari Prasetya, S.Gz., M.Sc

NIDN. 0307018902

Penguji I



Mujahidil Aslam, S.KM., M.KM

NIDN. 0312089202

Penguji II



Tri Marta Fadhilah, S.Pd., M.Gizi

NIDN. 0315038801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Widya Merdika Liani

NIM : 201702048

Program Studi : S1 Gizi

Judul Skripsi : Hubungan Pengetahuan tentang Konsumsi Minuman Ringan (*Soft Drink*), Media Massa, dan Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink* pada Siswa SMA KORPRI Bekasi

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Gizi pada Program Studi S1 Gizi, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Mitra Keluarga.

Bekasi, 03 Maret 2021

Dosen Pembimbing



Guntari Prasetya, S.Gz., M.Sc
NIDN. 0307018902

Penguji I



Mujahidil Aslam, S.KM., M.KM
NIDN. 0312089202

Penguji II



Tri Marta Fadhillah, S.Pd., M.Gizi
NIDN. 0315038801

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Gizi



Arindah Nur Sartika, S.Gz., M.Gizi
NIDN. 19021645

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan limpahan nikmat, karunia dan rahmat-Nya. Sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal Skripsi ini dengan baik. Tak lupa Shalawat serta salam kepada Nabi kita yaitu Nabi Muhammad SAW. Berkat ajarannya kita mampu menjadi manusia yang beragama dan berakhlak.

Setelah melewati proses yang cukup panjang, penulis mampu menyelesaikan proposal Skripsi yang berjudul "Hubungan Pengetahuan Tentang Minuman Ringan (*soft drink*), Media Massa, dan Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink* Pada Siswa SMA KORPRI Bekasi". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pengetahuan tentang minuman ringan (*soft drink*), media massa, dan teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* Pada siswa SMA KORPRI Bekasi. Selain itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ketua STIKes Mitra Keluarga, Ibu Dr. Susi Hartati, SKp., M.Kep., Sp.Kep.An yang telah memberikan motivasi dalam menuntut ilmu di STIKes Mitra Keluarga.
2. Ibu Arindah Nur Sartika S.Gz., M.Gizi selaku Koordinator Program Studi S1 Gizi atas bimbingan, saran dan motivasi yang diberikan.
3. Ibu Guntari Prasetya, S.Gz., M.Sc selaku pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing dan memberikan arahan untuk kesempurnaan penulisan proposal skripsi ini, sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.
4. Keluarga saya yang selalu menjadi *support system*, selalu mendoakan agar dimudahkan dan dilancarkan dalam proses pembuatan skripsi di setiap tahapnya.
5. Farah, Ira, dan Mayang sahabat saya yang telah banyak memberikan dorongan, semangat, dan bantuan demi lancarnya penyusunan proposal skripsi ini.
6. Teman-teman satu bimbingan bersama (Suci, Anisa, Dila, Dinda, Tiara, Regita, dan Isabel) yang telah bersama memberikan motivasi satu sama lain.

Bekasi, Januari 2021

Penulis

ABSTRAK

Widya Merdika Liani

Minuman Ringan (*Soft drink*) merupakan minuman berkarbonasi dengan tambahan pemanis atau perasa. Berdasarkan zat pemanis yang digunakan *soft drink* terbagi menjadi *sugar-sweetened soft drink* yaitu *soft drink* dengan pemanis berbahan dasar gula dan *non-sugar soft drink* yang menggunakan pemanis buatan. *Soft drink* merupakan sektor yang sangat penting pada pasar minuman global. Konsumsi *soft drink* di dunia pada tahun 2015 tercatat mencapai 226 triliun liter. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan pengetahuan tentang *soft drink*, media massa, dan teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain *cross sectional*. Jumlah sampel 140 siswa SMA KORPRI Bekasi, yang dipilih dengan metode *simple random sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang tersedia, *Food Recall* 24 jam, dan dianalisis menggunakan uji *Chi Square*. Hasil analisis menunjukkan nilai *p-value* pada masing-masing variabel yaitu pengetahuan tentang *soft drink* dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* *p-value* > 0,05, pengaruh media massa dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* *p-value* > 0,05, pengaruh teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* *p-value* > 0,05. Kesimpulan dari penelitian ini tidak terdapat hubungan antara pengetahuan tentang *soft drink*, media massa, dan teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi.

Kata Kunci: Pengetahuan, Media Massa, Teman Sebaya, Konsumsi *Soft Drink*.

ABSTRACT

Widya Merdika Liani

Soft drinks are carbonated drinks with added sweeteners or flavorings. Based on the sweeteners used, soft drinks are divided into sugar-sweetened soft drinks, namely soft drinks with sweeteners made from sugar and non-sugar soft drinks that use artificial sweeteners. Soft drinks are a very important sector in the global beverage market. World consumption of soft drinks in 2015 was recorded at 226 trillion liters. This study aims to analyze the relationship between knowledge about soft drinks, mass media, and peers with the habit of consuming soft drinks among students. This research is a quantitative study with a cross sectional design. The number of samples was 140 students, who were selected by the simple random sampling method. Collecting data using available questionnaires, 24-hour Food Recall, and analyzed using the Chi Square test. The results of the analysis showed the p-value for each variable, namely knowledge about soft drinks with soft drink consumption habits, $p\text{-value} > 0.05$, the influence of mass media with soft drink consumption habits $p\text{-value} > 0.05$, the influence of peers with soft drink consumption habits. $p\text{-value} > 0.05$. The conclusion of this study is that there is no relationship between knowledge about soft drinks, mass media, and peers with the habit of consuming soft drinks among students of SMA KORPRI Bekasi.

Keywords: Knowledge, Mass Media, Peers, Consumption of Soft Drink.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN (COVER).....	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan.....	5
1. Tujuan Umum	5
2. Tujuan Khusus	5
D. Manfaat.....	6
1. Bagi Peneliti.....	6
2. Bagi Institusi	6
3. Bagi Masyarakat	6
E. Keaslian Penelitian.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Telaah Pustaka	9
1. Remaja	9
2. Minuman Ringan Berkarbonasi	9
3. Faktor yang Mempengaruhi Kebiasaan Konsumsi Minuman Ringan	12
4. Dampak Konsumsi <i>Soft Drink</i> Secara Berlebihan Bagi Kesehatan	20
B. Kerangka Teori	23
C. Kerangka Konsep.....	23
D. Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III.....	25

METODE PENELITIAN	25
A. Desain Penelitian	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
C. Populasi dan Sampel	25
1. Populasi.....	25
2. Sampel.....	25
D. Variabel Penelitian	27
E. Definisi Operasional	28
F. Instrumen Penelitian	31
G. Alur Penelitian	33
H. Pengolahan dan Analisa Data	33
I. Etika Penelitian	35
BAB IV	36
HASIL PENELITIAN	36
A. Gambaran Lokasi Penelitian	36
B. Analisis Univariat	36
C. Analisis Bivariat	40
BAB V	43
PEMBAHASAN	43
A. Gambaran tentang Kebiasaan Konsumsi <i>Soft Drink</i> pada Siswa SMA KORPRI Bekasi	43
B. Pengetahuan tentang Konsumsi <i>Soft Drink</i>	44
C. Pengaruh Media Massa	44
D. Pengaruh Teman Sebaya	45
E. Hubungan Pengetahuan tentang <i>Soft Drink</i> dengan Kebiasaan Konsumsi <i>Soft Drink</i>	46
F. Hubungan Media Massa dengan Kebiasaan Konsumsi <i>Soft Drink</i>	47
G. Hubungan Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi <i>Soft Drnk</i>	48
H. Keterbatasan Penelitian	50
BAB VI	51
KESIMPULAN DAN SARAN	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Keaslian Penelitian.....	7
Tabel 3. 1 Besar Minimal Sampel.....	27
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	28
Table 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Karakteristik pada Siswa SMA KORPRI Bekasi.....	37
Table 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Gambaran tentang Konsumsi <i>Soft Drink</i> pada Siswa SMA KORPRI Bekasi.....	37
Table 4. 3 Distribusi Responden berdasarkan Frekuensi Konsumsi <i>Soft Drink</i> pada Siswa SMA KORPRI Bekasi.....	39
Table 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan tentang <i>Soft Drink</i> pada Siswa SMA KORPRI Bekasi	39
Table 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Pengaruh Media Massa pada Siswa SMA KORPRI Bekasi.....	40
Table 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Pengaruh Teman Sebaya pada Siswa SMA KORPRI Bekasi.....	40
Table 4.7 Hubungan Pengetahuan tentang Minuman Ringan (<i>Soft Drink</i>) dengan Kebiasaan Konsumsi <i>Soft Drink</i> pada Siswa SMA KORPRI Bekasi	41
Table 4. 8 Hubungan Pengaruh Media Massa dengan Kebiasaan Konsumsi <i>Soft Drink</i> pada Siswa SMA KORPRI Bekasi.....	41
Table 4. 9 Hubungan Pengaruh Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi <i>Soft Drink</i> pada Siswa SMA KORPRI Bekasi.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	23
Gambar 2. 2 Kerangka Konsep	24
Gambar 3. 1 Alur Penelitian	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Penjelasan	57
Lampiran 2. Informed Consent	59
Lampiran 3. Kuesioner	61
Lampiran 4. Form Food Recall	63
Lampiran 5. Kuesioner Konsumsi Soft Drink.....	65
Lampiran 6. Kuesioner Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Soft Drink	67
Lampiran 7. Uji Validasi dan Reliability	69
Lampiran 8. Hasil Output SPSS.....	72
Lampiran 9. Surat Keterangan Uji Coba Kuesioner	84
Lampiran 10. Surat Keterangan Penelitian di SMA KORPRI Bekasi	85
Lampiran 11. Surat Izin Penelitian / Ethical Clearance	86
Lampiran 12. Dokumentasi.....	87

ARTI LAMBANG DAN SINGKATAN

ASRIM	: Asosiasi Industri Minuman Ringan
BPOM	: Badan Pengawas Obat dan Makanan
Riskesdas	: Riset Kesehatan Dasar
SMA	: Sekolah Menengah Atas
SPSS	: <i>Statistical Product and Service Solutions</i>
WHO	: <i>World Health Organization</i>

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Remaja merupakan masa peralihan pada periode pertumbuhan dan terjadinya perkembangan fisik yang pesat. Masa ini merupakan masa peralihan dari anak-anak menuju remaja yang ditandai dengan banyak perubahan, di antaranya penambahan massa otot, jaringan lemak tubuh, dan perubahan hormon (Adriani, 2012). Batasan usia remaja menurut *World Health Organization/WHO*, 2013 adalah pada rentang usia antara 10-19 tahun dimana tahap masa kanak-kanak berakhir ditandai dengan timbulnya masa pubertas yang menyebabkan pertumbuhan, perubahan fisik, dan psikologis yang cepat.

Kelompok remaja merupakan usia peralihan ke usia dewasa, kelompok ini umumnya berada di sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas. Periode ini merupakan periode kritis dalam pertumbuhan fisik, psikis, dan perilakunya. Gaya hidup dan kebiasaan makan kelompok remaja dapat mengalami perubahan pertumbuhan dan perkembangan (Kemenkes, 2017). Secara umum, target pemasaran dari produsen minuman ringan (*soft drink*) adalah remaja, karena remaja merupakan masa transisi dari anak-anak menjadi dewasa dimana segala bentuk gaya dan *trend* mode masa kini diikuti tanpa berpikiran dampak negatif dari tindakan tersebut (Thomas, 2010).

Konsumsi *soft drink* pada remaja akan menimbulkan berbagai masalah gizi seperti meningkatkan risiko gangguan sindrom metabolik (Barrio-Lopez, *et al.*, 2013) dan obesitas (Martin-Clavo, *et al.*, 2014). Hal ini dibuktikan pada penelitian yang dilakukan oleh Duncan *et al.* (2011) dengan sampel 3397 anak dan remaja yang berusia 7-18 tahun secara acak dari 22 sekolah di Sao Paulo, Brazil. Hasilnya secara keseluruhan 19,4%

anak laki-laki dan 16,1% anak perempuan mengalami kelebihan berat badan, sementara 8,9% dan 4,3% bagi anak laki-laki dan perempuan mengalami obesitas.

Soft drink merupakan minuman berkarbonasi dengan tambahan pemanis atau perasa. Berdasarkan zat pemanis yang digunakan *soft drink* terbagi menjadi *sugar-sweetened soft drink* yaitu *soft drink* dengan pemanis berbahan dasar gula dan *non-sugar soft drink* yang menggunakan pemanis buatan (Hardi, 2010). Penelitian oleh praktisi kesehatan menunjukkan bahwa peningkatan obesitas dalam waktu terakhir ini disebabkan oleh kebiasaan makan dan minum seseorang yang tidak biasa dan khususnya pola konsumsi *soft drink*. Masalah kesehatan telah memicu beberapa masalah vascular dan masalah lainnya seperti kerusakan gigi dan tulang, yang telah menarik perhatian dunia (Buleandra et al., 2018; Yu et al., 2015).

Soft drink merupakan sektor yang sangat penting pada pasar minuman global. Konsumsi *soft drink* di dunia pada tahun 2015 tercatat mencapai 226 triliun liter (Statistia, 2016). Survei pola makan di negara berkembang di seluruh dunia menunjukkan transisi gizi dan pengaruh terhadap pola makan penduduk. Prevalensi *soft drink* di Asia pada tahun 2018 adalah sebesar 40% per hari (WHO, 2018).

PT. X dan PT. Y merupakan perusahaan *soft drink* terbesar di dunia yang hampir 70% menguasai pasar global. PT. X menjual 400 jenis minuman sedangkan PT. Y menjual 18 jenis minuman lebih dari 200 negara di dunia. Perusahaan-perusahaan *soft drink* mulai dari tahun 2008 lebih giat menggencarkan produk minuman ringan "*healthy*". Strategi pemasaran perusahaan tersebut menciptakan berbagai macam variasi baru, seperti *soft drink* rendah kalori, tidak berkalori dan rendah gula sehingga menarik perhatian konsumen (Thomas, 2010).

Konsumsi *soft drink* di Indonesia selalu mengalami kenaikan setiap tahun. Lonjakan konsumsi *soft drink* dari tahun 2010 ke 2014 mencapai 85,6% (Investment I, 2015). Data ASRIM (Asosiasi Industri Minuman Ringan) pada tahun 2013 menyebutkan di Indonesia *soft drink* menempati

posisi kedua dan ketiga minuman terfavorit yang dikonsumsi dan digemari remaja. Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa 80% remaja laki-laki dan 84% remaja perempuan mengonsumsi *soft drink* dengan rata-rata frekuensi konsumsi yaitu 6 kali/minggu (Safrani, 2014).

Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa remaja dan dewasa setiap hari mengonsumsi minuman bergula salah satunya yaitu *softdrink*, penelitian ini menunjukkan asupan energi dari minuman berkalori tinggi pada remaja 420 kalori per hari. Angka ini hampir sama dengan Amerika Serikat, negara paling tinggi mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi sekitar 465 kalori sedangkan yang dibutuhkan oleh tubuh rata-rata 1.800 – 2.800 kalori per hari. Minuman manis yang dikonsumsi remaja mencapai 420-250 kalori per hari, artinya lebih dari 20% kebutuhan kalori berasal dari minuman manis (belum termasuk makanan yang mengandung kalori), menurut acuan WHO, 10% dari total kalori yang dibutuhkan oleh tubuh sehari-hari (Hardinsyah, 2011).

Menurut Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) Jawa Barat (2018) Proporsi kebiasaan konsumsi *soft drink* di Provinsi Jawa Barat pada ≥ 1 kali perhari sebesar 2,94%, 1-6 kali perminggu sebesar 12,87%, dan ≤ 3 kali perbulan sebesar 84,19%. Berdasarkan karakteristik usia, bahwa usia 15-19 tahun dengan proporsi kebiasaan konsumsi *soft drink* ≥ 1 kali perhari sebesar 4,33%, 1-6 kali perminggu sebesar 24,13% dan ≤ 3 kali perbulan sebesar 71,54%. Sedangkan proporsi kebiasaan konsumsi *soft drink* di Kota Bekasi sebesar 84,82% pada ≤ 3 kali perbulan, lebih tinggi dari total proporsi di Provinsi Jawa Barat (Kemenkes, 2018).

Perilaku remaja terhadap konsumsi *soft drink* dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor individu (jenis kelamin, uang saku, preferensi, pengetahuan gizi, dan sikap) dan faktor lingkungan (aksesibilitas, peran orang tua, teman sebaya, media massa) (Verzeletti *et al.*, 2010; Tak *et al.*, 2011). Dalam penelitian Rashinta (2017) menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pengetahuan dan pengaruh teman sebaya dengan konsumsi *soft drink*.

Teman sebaya mempunyai peran yang sangat berarti pada remaja, remaja pada umumnya memiliki karakteristik seperti rasa ingin tahu yang tinggi, mencoba sesuatu yang baru serta kemampuan dalam bersosialisasi di mana dalam aktivitas sehari-hari lebih banyak menghabiskan waktu bersama teman sepermainan atau teman sebaya (Ali dan Asrori, 2011). Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi mempengaruhi gaya hidup masyarakat terutama remaja untuk memenuhi kebutuhan air di dalam tubuh. Media massa sangat mudah mempengaruhi cara berpikir dan *style* para remaja. (Wahyuningsih, 2011). Nurfitriani (2011) menunjukkan pada penelitiannya bahwa terdapat hubungan yang bermakna antara pengaruh media massa dengan konsumsi *soft drink*.

Penelitian dilakukan di SMA KORPRI Bekasi karena siswa SMA pada umumnya memiliki rentang umur 15 – 17 tahun yang merupakan masa usia remaja. Menurut pengamatan peneliti, SMA KORPRI Bekasi memiliki akses yang mudah terhadap minuman ringan. Kemudahan akses tersebut dapat terlihat di kantin sekolah yang banyak menyediakan berbagai jenis minuman ringan. Selain itu, letaknya yang dekat dengan beberapa minimarket dan restoran cepat saji juga menunjukkan kemudahan akses terhadap minuman ringan. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti dan mempelajari hubungan pengetahuan tentang *soft drink*, media massa, dan pengaruh teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* pada Siswa SMA di Bekasi. Alasan pemilihan siswa SMA KORPRI Bekasi sebagai tempat penelitian adalah karena belum ada penelitian terkait konsumsi *soft drink*.

B. Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara pengetahuan tentang *soft drink*, media massa, dan teman sebaya terhadap kebiasaan konsumsi *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi?

C. Tujuan

1. Tujuan Umum

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara pengetahuan tentang *soft drink*, media massa, dan teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi.

2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan karakteristik siswa SMA KORPRI Bekasi
- b. Menganalisis pengetahuan tentang *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi
- c. Menganalisis pengaruh media massa tentang *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi
- d. Menganalisis pengaruh teman sebaya dalam konsumsi *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi
- e. Menganalisis hubungan pengetahuan tentang minuman ringan dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi
- f. Menganalisis hubungan media massa dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi
- g. Menganalisis hubungan teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi.

D. Manfaat

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan menjadi bahan acuan bagi penelitian guna memperoleh informasi dan pengalaman berharga dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dalam bidang ilmu gizi.

2. Bagi Institusi

Bagi institusi (STIKes Mitra Keluarga), penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah pengetahuan di bidang gizi guna pengembangan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat guna menambah pengetahuan tentang konsumsi *soft drink*, media massa dan teman sebaya di kalangan remaja usia sekolah.

E. Keaslian Penelitian

Tabel 1. 1 Keaslian Penelitian

No	Penelitian sebelumnya			Desain	Hasil	Keterangan
	Nama	Tahun	Judul			
1	Farhatus Saidah, dkk.	2017	Hubungan Kebiasaan Konsumsi Minuman Berpemanis dengan Kejadian Gizi Lebih pada Remaja di SMA Institusi Indonesia Semarang	<i>Cross Sectional</i>	Terdapat hubungan kebiasaan konsumsi minuman berpemanis dengan kejadian gizi lebih pada remaja di SMA Institut Indonesia Semarang	Sasaran: Siswa SMA Institut Indonesia Semarang Variabel: Kejadian gizi lebih
2	Merry Tania	2016	Hubungan Pengetahuan Remaja Dengan Perilaku Konsumsi Minuman Ringan Di SMKN 2 Baleendah Bandung	<i>Cross Sectional</i>	Terdapat hubungan yang bermakna secara statistik antara tingkat pengetahuan remaja dengan perilaku konsumsi minuman ringan di SMKN 2 Baleendah Bandung	Sasaran: Siswa SMKN 2 Baleendah Bandung Variabel: Pengetahuan bahaya <i>soft drink</i>

No	Penelitian sebelumnya			Desain	Hasil	Keterangan
	Nama	Tahun	Judul			
3	Fadhillah Safriani	2014	Faktor-faktor yang Berhubungan Dengan Perilaku Konsumsi Minuman Ringan (<i>Soft Drink</i>) pada Siswa SMA Di Bogor	<i>Cross sectional</i>	Terdapat hubungan signifikan antara uang saku dengan jumlah minuman ringan yang dikonsumsi contoh.	Sasaran: Siswa SMA di Bogor Variabel: Uang saku
4	Teuku Salfiadi, dkk.	2013	Pengaruh Konsumsi <i>Soft Drink</i> terhadap Kejadian Obesitas pada Remaja Putri SMAN 2 Kota Banda Aceh	<i>Cross Sectional</i>	Terdapat pengaruh konsumsi minuman ringan dengan kejadian obesitas	Sasaran: Remaja Putri SMAN 2 Kota Banda Aceh Variabel: Kejadian obesitas
5	Suci Ariani	2012	Hubungan antara Faktor Individu dan Lingkungan dengan Konsumsi Minuman Ringan Berpemanis pada Siswa/I SMAN 1 Bekasi	<i>Cross Sectional</i>	Terdapat hubungan sikap terhadap minuman ringan dengan konsumsi minuman ringan.	Sasaran: Siswa/I SMAN 1 Bekasi Variabel: Sikap terhadap minuman ringan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka

1. Remaja

Remaja merupakan masa peralihan pada periode pertumbuhan dan terjadinya perkembangan fisik yang pesat. Masa ini merupakan masa peralihan dari anak-anak menuju remaja yang ditandai dengan banyak perubahan, di antaranya penambahan massa otot, jaringan lemak tubuh, dan perubahan hormon (Adriani, 2012).

Remaja adalah suatu masa dimana individu berkembang dari saat pertama kali menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat mencapai kematangan seksual (Sarwono, 2011). Batasan usia remaja menurut WHO adalah 12 sampai 24 tahun. Menurut Menteri Kesehatan RI tahun 2010, batas usia remaja adalah antara 10 sampai 19 tahun dan belum menikah. Kelompok usia ini merupakan perkembangan untuk menjadi dewasa oleh karena itu perlu bimbingan dan pengalaman untuk menuju ke pematangan kedewasaan yang baik termasuk di dalamnya kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik. Masa remaja adalah peralihan dari masa anak ke masa dewasa yang mengalami perkembangan di semua aspek atau fungsi untuk memasuki masa dewasa (Kemenkes, 2017).

2. Minuman Ringan

Minuman ringan berkarbonasi atau *soft drink* banyak ditemukan di berbagai negara saat ini, termasuk Indonesia. Masyarakat sangat mudah menemukan dan mendapatkan *soft drink*. Minuman ini dijual secara bebas di pasaran, mulai dari warung kecil, *mini market*, *mall*, tempat pusat perbelanjaan dan restoran.

Menurut Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Republik Indonesia nomor 21 tahun 2016 tentang kategori pangan, minuman ringan tidak beralkohol dibagi menjadi lima, yaitu air minum dan air berkarbonat, sari buah dan sari sayur, nektar buah dan nektar sayur, minuman berbasis air berperisa dan minuman yang disiapkan sebagai hasil ekstraksi berbasis air atau hasil pencelupan seperti kopi dan teh. Definisi *soft drink* menurut Freitag dan Oktaviani (2010) adalah minuman yang dihasilkan melalui penambahan gas-gas karbondioksida ke dalam minuman sehingga minuman tersebut memiliki gelembung- gelembung yang memberikan kesegaran dan efek kepuasan saat minum serta pelepas dahaga ketika haus. Minuman yang tergolong *soft drink* yaitu minuman rasa kola, minuman rasa lemon berkarbonasi, minuman rasa stroberi berkarbonasi dan teh dengan soda.

2.1 Kandungan *Soft Drink*

Kandungan yang terdapat dalam *soft drink* menurut *British Softdrink Association* (2012), meliputi antara lain:

- Air

Air merupakan komponen penting dalam bahan makanan karena memengaruhi penampakan, tekstur, dan cita rasa makanan. Air berfungsi sebagai bahan yang dapat mendispersikan berbagai senyawa yang ada dalam bahan makanan bahkan sebagai bahan pelarut. Air dalam *soft drink* merupakan komponen atau bahan utama dan mewakili sekitar 86%

- Gula dan Pemanis buatan

Rasa manis dalam *soft drink* karena kandungan gula di dalamnya. Gula merupakan karbohidrat sederhana. Gula tersebut yang menambahkan jumlah kalori pada *soft drink*. Semakin bertambahnya industri pangan suatu produk maka sebagai pengganti gula yaitu ditambahkan pemanis buatan

dengan tujuan mengurangi kalori tetapi tetap memberikan rasa manis yang sama. Dalam industri *soft drink*, pemanis buatan yang biasanya digunakan adalah aspartame, Splenda, atau Acesulfame-K

- Penambah Rasa

Flavoring bertujuan sebagai daya tarik pangan agar lebih meningkat,

menstandarisasi flavor produk akhir dan menguatkan flavor awal yang lemah, untuk menggantikan flavor yang hilang selama pengolahan, dan alasan ekonomis. Setiap produk minuman ringan memiliki rasa baik dari sumber alami maupun buatan. Perasa alami berasal dari buah-buahan, sayuran, kacang, kulit kayu, tumbuh-tumbuhan, dan rempah-rempah. Sementara perasa buatan diproduksi secara sintetis dengan tujuan sebagai rasa alternatif bagi konsumen sehingga menghasilkan rasa khas tertentu.

- Asam

Asam yang diberikan dalam *soft drink* merupakan sifat dasar dalam minuman tersebut. Fungsi dari pemberian asam untuk menghambat pertumbuhan mikro-organisme seperti ragi, jamur, dan bakteri. Selain itu, untuk meningkatkan rasa dari minuman dengan menyeimbangkan rasa manisnya. Asam yang biasanya digunakan dalam industri minuman ringan adalah asam sitrat, malat, dan fosfat.

- Pewarna

Pemberian warna dalam suatu produk *soft drink* selain meningkatkan daya Tarik juga untuk memberikan karakteristik atau ciri khas dalam setiap produk *soft drink*. pada dasarnya ada tiga jenis pewarna alami, buatan, dan karamel. Karamel merupakan salah satu warna paling banyak digunakan seperti dalam minuman bersoda cola.

- Karbondioksida

Adanya Karbondioksida dalam *soft drink* memberikan sensasi gelembung (buih) dan rasa yang khas di dalam mulut. Gas ini sangat cocok diberikan sebagai tambahan dalam minuman bersoda karena tidak beracun dan tidak memiliki rasa. Selain itu, fungsi dari gas karbondioksida di dalam minuman bersoda sebagai penghambat berkembangnya mikroorganisme dan memberikan tekanan di dalam kaleng.

- Pengawet

Pengawet dalam *soft drink* berfungsi sebagai penghambat pertumbuhan mikroorganisme seperti ragi, jamur, dan bakteri. Bahan pengawet yang digunakan dalam industri *soft drink* adalah sulfur dioksida, natrium benzoate, kalium sorbat, dan dimetil dikarbonat.

3. Faktor yang Mempengaruhi Kebiasaan Konsumsi Minuman Ringan

3.1 Faktor Internal

a. Pengetahuan

- Pengertian

Pengetahuan merupakan hasil “tahu” dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indra manusia, yakni indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba (Notoatmodjo, 2012).

Pengetahuan sangat erat hubungannya dengan pendidikan, dimana diharapkan bahwa dengan pendidikan yang tinggi maka orang tersebut akan semakin luas pula pengetahuannya. Akan tetapi perlu ditekankan, bukan berarti seseorang yang berpendidikan rendah mutlak berpengetahuan rendah pula. Pengetahuan seseorang

tentang suatu objek mengandung dua aspek yaitu aspek positif dan aspek negatif. Kedua aspek ini akan menentukan sikap seseorang. Menurut teori WHO (*World Health Organization*), salah satu bentuk objek kesehatan dapat dijabarkan oleh pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman sendiri (Wawan, 2010)

- Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan

Menurut Budiman dan Riyanto (2013) faktor yang mempengaruhi pengetahuan:

1. Pendidikan

proses perubahan sikap dan perilaku seseorang atau kelompok dan merupakan usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Semakin tinggi Pendidikan seseorang maka semakin cepat menerima dan memahami suatu informasi sehingga pengetahuan yang dimiliki juga semakin tinggi.

2. Informasi atau Media Massa

Suatu Teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memanipulasi, mengumumkan, menganalisis, dan menyebarkan informasi dengan tujuan tertentu. Informasi mempengaruhi pengetahuan seseorang jika sering mendapat informasi tentang suatu pembelajaran maka akan menambah pengetahuan dan wawasannya, sedangkan seseorang yang tidak sering menerima informasi tidak akan menambah pengetahuan dan wawasannya.

3. Sosial, Budaya, dan Ekonomi

Tradisi atau budaya seseorang yang dilakukan tanpa penalaran apakah yang dilakukan baik atau buruk akan menambah pengetahuannya walaupun tidak melakukan. Status ekonomi juga akan menentukan tersedianya fasilitas yang dibutuhkan untuk kegiatan tertentu. Seseorang yang mempunyai sosial budaya yang baik maka pengetahuannya akan baik tapi jika sosial budayanya kurang baik maka pengetahuannya akan kurang baik. Status ekonomi seseorang mempengaruhi tingkat pengetahuan karena seseorang yang memiliki status ekonomi dibawah rata-rata maka seseorang tersebut akan sulit untuk meningkatkan pengetahuan.

4. Lingkungan

mempengaruhi proses masuknya pengetahuan kedalam individu karena adanya interaksi timbal balik ataupun tidak yang akan direspons sebagai pengetahuan oleh individu. Lingkungan yang baik akan pengetahuan yang didapatkan akan baik tapi jika lingkungan kurang baik maka pengetahuan yang didapat juga akan kurang baik. Jika seseorang berada di sekitar orang yang berpendidikan maka pengetahuan yang dimiliki seseorang akan berbeda dengan orang yang berada di sekitar orang pengangguran dan tidak berpendidikan.

5. Pengalaman

Bagaimana cara menyelesaikan permasalahan dari pengalaman sebelumnya yang telah dialami sehingga pengalaman yang didapat bisa dijadikan sebagai pengetahuan apabila mendapatkan masalah yang sama.

6. Usia

Semakin bertambahnya usia maka akan semakin berkembang pula daya tangkap dan pola pikirnya sehingga pengetahuan yang diperoleh juga akan semakin membaik dan bertambah.

- Tingkat Pengetahuan

Pengetahuan seseorang terhadap objek mempunyai intensitas atau tingkat yang berbeda-beda. Secara garis besarnya dibagi menjadi 6 tingkat, yakni (Notoatmodjo, 2014):

1. Tahu (*know*)

Tahu diartikan hanya sebagai *recall* (memanggil) memori yang telah ada sebelumnya setelah mengamati sesuatu.

2. Memahami (*comprehensive*)

Memahami suatu objek bukan sekedar tahu terhadap objek tersebut, tidak sekedar dapat menyebutkan, tetapi orang tersebut harus dapat menginterpretasikan secara benar tentang objek yang diketahui tersebut.

3. Aplikasi (*application*)

Aplikasi diartikan apabila orang yang telah memahami objek yang dimaksud dapat menggunakan atau mengaplikasikan prinsip yang diketahui tersebut pada situasi yang lain.

4. Analisis (*analysis*)

Analisis adalah kemampuan seseorang untuk menjabarkan dan atau memisahkan, kemudian mencari hubungan antara komponen-komponen yang terdapat dalam suatu masalah atau objek yang diketahui.

5. Sintesis (*synthesis*)

Sintesis menunjukkan suatu kemampuan seseorang untuk menghukum atau meletakkan dalam satu hubungan yang logis dari komponen-komponen pengetahuan yang dimiliki.

6. Evaluasi

Evaluasi berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk melakukan penilaian terhadap suatu objek tertentu. Penilaian ini dengan sendirinya didasarkan pada suatu kriteria yang ditentukan sendiri atau norma-norma yang berlaku dimasyarakat.

- Pengukuran pengetahuan

Pengukuran pengetahuan dapat dilakukan dengan wawancara atau angket yang menanyakan tentang isi materi yang ingin diukur dari subjek penelitian atau responden (Notoatmodjo, 2014).

- Pengetahuan tentang *soft drink*

Pengetahuan diyakini sebagai salah satu variabel yang dapat berhubungan dengan konsumsi dan kebiasaan makan yang pada akhirnya mempengaruhi status gizi seseorang. Pengetahuan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengetahuan terkait *soft drink*. Definisi dari pengetahuan terkait *soft drink* adalah pemahaman subjek tentang hal yang berhubungan dengan gizi khususnya yang berkaitan dengan *soft drink* seperti definisi, bahan pembuat *soft drink*, dan efek konsumsi *soft drink* terhadap tubuh (Dewi, 2017).

b. Persepsi terhadap minuman ringan

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui indra atau juga disebut proses sensorik. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan

stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu persepsi tidak dapat lepas dari proses penginderaan (Wagito, 2010).

Menurut Notoatmodjo (2010) persepsi adalah suatu proses yang terjadi dengan sangat cepat dan kadang tidak sadari, dimana dapat mengenal stimulus yang diterima. Persepsi yang dimiliki dapat mempengaruhi tindakan. (Notoatmodjo, 2010).

c. Uang saku

Pemberian uang saku kepada anak merupakan salah satu cara orang tua mendidik anak dalam mengelola keuangan secara mandiri. Dengan adanya uang saku, seorang anak memiliki tanggung jawab terhadap keputusan dalam penggunaan uang tersebut. Seorang anak diberi uang saku sesuai kebutuhan dan kemampuan orang tuanya (Zoe, 2012). Hasil Penelitian Nurfitriani (2011) diketahui bahwa semakin tinggi uang saku seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat konsumsi *soft drink*.

3.2 Faktor Eksternal

a. Teman Sebaya

- Peran Teman Sebaya

Teman sebaya mempunyai sejumlah peran dalam proses perkembangan sosial. Menurut Santrock (2011) Peran teman sebaya dalam proses perkembangan sosial anak antara lain sebagai sahabat, stimulasi, sumber dukungan fisik, sumber dukungan ego, fungsi perbandingan sosial dan kasih sayang. Yusuf (2010) yang menjelaskan bahwa teman sebaya dapat memberikan kesempatan berinteraksi dengan orang lain, mengontrol perilaku sosial,

mengembangkan keterampilan dan minat sesuai dengan usianya.

- Kelompok Teman Sebaya

Kelompok teman sebaya sebagai lingkungan sosial bagi anak yang mempunyai peranan cukup penting bagi perkembangan kepribadiannya. Menurut Yusuf (2010) Aspek kepribadian berkembang secara menonjol dalam pengalamannya dengan teman sebaya adalah:

1. *Social cognition*: kemampuan untuk memikirkan tentang pikiran, perasaan, motif dan perilaku dirinya dan orang lain. Kemampuan memahami orang lain memungkinkan untuk mampu menjalani hubungan sosial yang lebih baik dengan teman sebayanya.
2. *Konformatis*: motivasi untuk menjadi sama, sesuai, seragam dengan nilai-nilai, kebiasaan, kegemaran, atau budaya dengan teman sebayanya. *Konformitas* terjadi apabila a) norma secara jelas dinyatakan, b) individu berada di bawah pengawasan kelompok, c) kelompok memiliki sanksi yang kuat, d) kelompok memiliki sifat kohesif yang tinggi, e) kemungkinan kecil dukungan terhadap penyimpangan dari norma.

b. Keluarga

Keluarga adalah suatu sistem sosial yang terdiri dari individu-individu yang bergabung dan berinteraksi secara teratur antara satu dengan yang lain yang diwujudkan dengan adanya saling ketergantungan dan berhubungan untuk mencapai tujuan bersama. (Andarmoyo, 2012). Dukungan keluarga menurut Friedman (2010) adalah sikap, tindakan penerimaan keluarga terhadap anggota keluarganya, berupa dukungan informasional, dukungan penilaian, dukungan instrumental, dan dukungan emosional.

c. Media massa

Hadirnya *soft drink* di tengah masyarakat tidak lepas dari peranan media massa baik media cetak maupun elektronik sebagai media promosi. Cara promosi yang kreatif membuat *soft drink* tampak nikmat, menyegarkan, enak, praktis, dan mudah diperoleh masyarakat. Promosi yang dilakukan para produsen mampu merekayasa pandangan sebagian masyarakat sehingga *soft drink* dianggap sebagai gaya hidup modern (Dewi, 2017).

Media massa adalah perpanjangan alat indra untuk memperoleh informasi tentang benda, orang, atau tempat yang belum pernah dikunjungi secara langsung. Istilah media massa mengacu pada sejumlah media yang telah ada sejak puluhan tahun lalu dan tetap dipergunakan hingga saat ini, seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi, internet, dan lain-lain (Ardianto, 2014).

- Konsep Media Massa

Shierley Biagi (2010) menyebutkan tiga konsep penting tentang media massa yaitu:

1. Media massa adalah suatu bentuk usaha yang berpusat pada keuntungan.
2. Perkembangan dan perubahan dalam pengiriman dan pengonsumsi media massa, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.
3. Media massa senantiasa mencerminkan sekaligus mempengaruhi kehidupan masyarakat.

- Efek Media Massa

Efek media massa adalah bukan pada apa yang dilakukan khalayak terhadap media melainkan apa yang dilakukan media terhadap khalayaknya. Seorang ilmuwan pernah berfikir bahwa efek media mudah diukur, sebagai hubungan langsung antara pesan media dan efek media. Para ilmuwan menyadari bahwa hubungan antara media dan khalayak adalah hal yang kompleks (Biagi, 2010).

4. Dampak Konsumsi *Soft Drink* Secara Berlebihan Bagi Kesehatan

4.1 Penambahan berat badan

Rasa manis yang ada pada *soft drink* berasal dari pemanis yang ditambahkan saat proses produksi. Pemanis yang biasa digunakan adalah *high-fructose corn syrup* (HFCS). Jenis HFCS yang sering digunakan dalam industri *soft drink* adalah HFCS-55. Pemanis jenis ini mengandung 55% fruktosa, 41% glukosa, dan 4% gula lainnya Gropper (2009) dalam Dewi (2017).

Glukosa dan fruktosa yang ada pada HFCS mampu menghasilkan respon insulin plasma dengancepat, akan tetapi menurunkan konsentrasi leptin di darah serta melemahkan ghrelin. Insulin, leptin, dan ghrelin berperan dalam mengatur asupan makan dan berat badan. Ketika ketiga komponen tersebut terganggu karen konsumsi HFCS dan bersamaan dengan aktifitas fisik yang rendah, maka dapat terjadi peningkatan asupan energi, peningkatan berat badan, serta obesitas (Whitney, 2011). Fruktosa memiliki 1,7 kali lebih manis dari sukrosa dan diserap melalui difusi yang difasilitasi, menghasilkan peningkatan glukosa darah yang lebih kecil, Bender (2006) dalam Prasetya dkk (2017)

4.2 Kerusakan Gigi

Karsono (2013) menjelaskan bahwa terdapat dua penyebab utama kerusakan gigi. Pertama, pH yang rendah dan keasaman *soft drink* sehingga menyebabkan permukaan enamel gigi mengalami erosi. Kedua, gula yang terkandung di dalam *soft drink* akan dimetabolisme oleh mikroorganisme plak untuk menghasilkan asam penyebab demineralisasi sehingga mengakibatkan terbentuknya kavitas atau karies gigi.

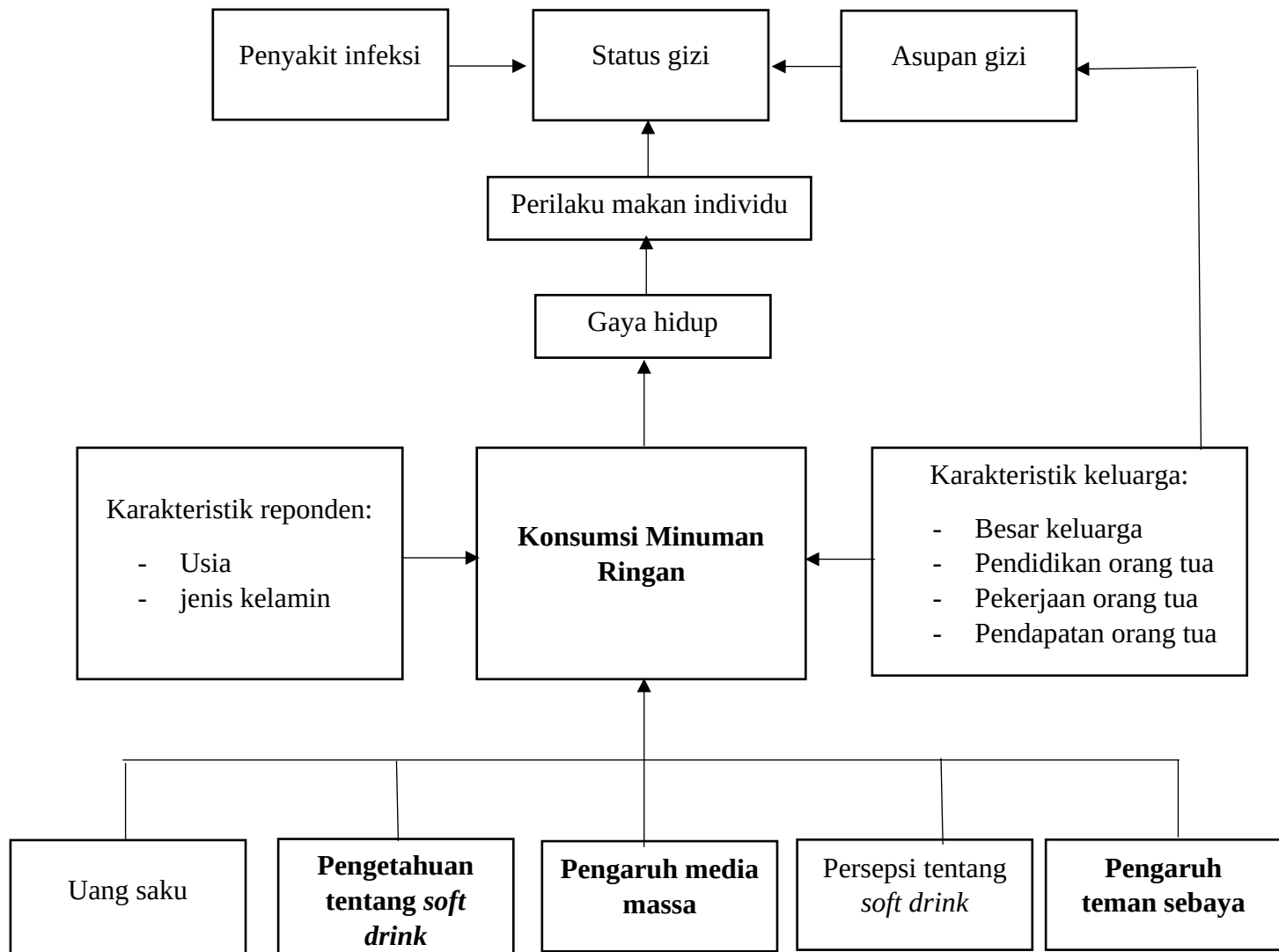
Soft drink yang berbahaya bagi enamel adalah minuman yang mengandung karbohidrat yang mudah difermentasi, sangat asam dan mempunyai adhesi termodinamik yang sangat tinggi, sehingga minuman ini tidak mudah dihilangkan oleh saliva. *Soft drink* menyebabkan demineralisasi enamel gigi adalah minuman yang mempunyai pH rendah dan kapasitas dapar tinggi. Kapasitas dapar adalah jumlah basa yang diperlukan untuk menaikkan pH minuman ke pH netral. Reaksi kimia melepaskan ion kalsium dari enamel gigi dalam medium yang bersifat asam, yaitu pH 4,5 sampai 6 (Tarigan, 2013).

4.3 Hipertensi

Salah satu *soft drink* yang diminati di Indonesia adalah minuman berkarbonasi. Karbonasi merupakan efek penginjeksian gas CO₂ (karbondioksida) ke dalam minuman, sehingga memiliki penampakan bergelembung-bergelembung yang menyuguhkan kesan segar. Komposisi *soft drink* sangat sederhana, yaitu terdiri dari 90% air. Sisanya kombinasi pemanis buatan, gas CO₂, pencita rasa (esens), pewarna, asamfosfat, kafein, dan beberapa mineral terutama aluminium (Bilal, 2010).

Pada penelitian yang dilakukan Thawornchaisit di Thailand menemukan bahwa konsumsi *soft drink* lebih dari satu kali per minggu meningkatkan resiko hipertensi. Hal ini terjadi karena kandungan yang ada dalam minuman tersebut yaitu mengandung glukosa dan fruktosa yang akan meningkatkan tekanan darah sistolik maupun diastolik. Pada penelitian ini menunjukkan konsumsi *soft drink* memiliki resiko 1,34 kali mengalami hipertensi (Thawornchaisit, 2017).

B. Kerangka Teori



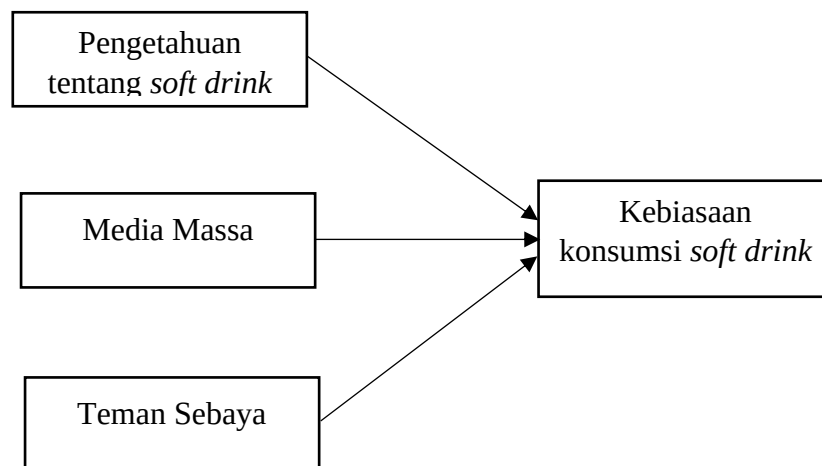
Gambar 2. 1 Kerangka Teori

Sumber: Modifikasi dari kerangka teori Worthington-Robert BS (2000); Elizabeth dan sanjur (1981) dalam Sosio Budaya Gizi (Suharjo, 1989); dan Bere et al, 2007.

C. Kerangka Konsep

Berdasarkan kerangka teori di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian untuk menganalisis tentang hubungan antara pengetahuan tentang *soft drink*, media massa, dan teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi.

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel *dependent* yaitu kebiasaan konsumsi *soft drink*, variabel *independent* yaitu pengetahuan tentang *soft drink*, media massa, dan teman sebaya. Kerangka konsep pada penelitian ini adalah sebagai berikut (Gambar 2.2).



Gambar 2. 2 Kerangka Konsep

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat hubungan bermakna antara pengetahuan tentang *soft drink* dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi
2. Terdapat hubungan bermakna antara pengaruh media massa dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi
3. Terdapat hubungan bermakna antara pengaruh teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain *cross sectional* dimana pengukuran variabel *independent* dan *dependen* diambil pada waktu yang sama, yang akan memberikan gambaran tentang pengetahuan tentang minuman ringan (*soft drink*), media massa dan teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* (Dahlan, 2016).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di Sekolah Menengah Atas (SMA) KORPRI Bekasi yang berlokasi di Jalan Raya Bekasi Permai, Bekasi Jaya, Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi. Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2020 sampai dengan Januari 2021. Pengambilan data dilakukan secara daring melalui penggunaan konten aplikasi online *google form*.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

- a. Populasi target merupakan populasi yang menjadi sasaran penelitian populasi target penelitian ini adalah seluruh siswa di SMA KORPRI Bekasi yaitu sebanyak 740 siswa.
- b. Populasi terjangkau merupakan bagian dari populasi target yang dapat dijangkau oleh peneliti. Populasi terjangkau penelitian ini mencakup siswa SMA KORPRI Bekasi yaitu siswa kelas X dan XI.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan teliti atau sebagian jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Hidayat, 2007).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini, menggunakan sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Adapun kriteria inklusi dan kriteria eksklusi sampel, yaitu:

a. Kriteria inklusi

Karakteristik umum responden penelitian dari suatu populasi target yang terjangkau dan akan diteliti. kriteria inklusi penelitian ini yaitu:

- Siswa kelas X dan XI yang terdaftar aktif di SMA KORPRI Bekasi tahun akademik 2020-2021.
- Siswa berusia 15-17 tahun
- Siswa bersedia menjadi responden penelitian

b. Kriteria eksklusi

Karakteristik menghilangkan atau mengeluarkan subjek yang memenuhi kriteria eksklusi. kriteria eksklusi penelitian ini yaitu:

- Sedang melaksanakan diet tertentu (penurunan berat badan).

Cara perhitungan sampel menggunakan uji beda dua proporsi (Lemeshow, 1990) sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha/2} \sqrt{2P(1-P)} + Z_{1-\beta} \sqrt{P_1(1-P_1) + P_2(1-P_2)})^2}{(P_1-P_2)^2} \times 2$$

$$n = \frac{(1,96 \sqrt{2 * 0,591(1 - 0,591)} + 0,84 \sqrt{0,735 (1 - 0,735) + 0,446(1 - 0,446)})^2}{(P_1-P_2)^2} \times 2$$

$$n \text{ minimum} = 88$$

$$n \text{ minimum} + 10\% n = 97 \text{ responden}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

$Z_{1-\alpha/2}$ = Nilai Z skor pada $1-\alpha/2$ dengan tingkat kepercayaan 95% (1,96)

$Z_{1-\beta}$ = Nilai Z skor pada $1-\beta$ dengan tingkat kekuatan uji 80% (0,84)

P = $(P_1 + P_2)/2$ rata-rata proporsi pada populasi = $(0,735 + 0,446)/2 = 0,591$

P1 = Proporsi terpengaruh teman sebaya = 73,5% = 0,735 (Alhidayati, 2016)

P2 = Proporsi tidak pengaruh teman sebaya = 44,6% = 0,446 (Alhidayati, 2016)

Tabel 3. 1 Besar Minimal Sampel

Variabel	P1	P2	n
Pengetahuan tentang konsumsi <i>soft drink</i>	0,416 ^a	0,769 ^a	20
Media massa	0,66 ^b	0,229 ^b	42
Teman sebaya	0,735 ^a	0,446 ^a	88

*n = Minimum sampel hasil perhitungan (Lemeshow, 1990)

Sumber : a (Alhidayati, 2016)

b (Fauziah, 2012)

Berdasarkan hasil perhitungan sampel, maka diperoleh jumlah sampel minimum yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 88 responden. Untuk mengantisipasi *dropout*, dilakukan penambahan 10% dari jumlah sampel minimal, sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 97 responden siswa SMA KORPRI Bekasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini, menggunakan sampel acak sederhana (*simple random sampling*).

D. Variabel Penelitian

1. Variabel *Independent*:

- a. Pengetahuan tentang *soft drink*.
- b. Media massa.
- c. Teman sebaya.

2. Variabel *dependent*:

Kebiasaan konsumsi *soft drink*.

E. Definisi Operasional

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Cara ukur	Alat ukur	Hasil ukur	Skala ukur
Variabel Karakteristik Responden					
Usia	Usia saat dilakukan penelitian dihitung berdasarkan tanggal lahir	Pengisian kuesioner mandiri secara daring	Kuesioner	Tahun	Nominal
Jenis kelamin	Perbedaan seks yang didapat sejak lahir yang dibedakan antara laki-laki dan perempuan	Pengisian kuesioner mandiri secara daring	Kuesioner	1. Perempuan 2. Laki-laki	Nominal
Uang Saku	Jumlah uang yang didapatkan per hari dari orangtua ataupun pemberian orang lain	Pengisian kuesioner mandiri secara daring	Kuesioner	1. Rendah (< Rp5000) 2. Sedang (Rp5000 – Rp15000) 3. Tinggi (> Rp15000) (Nuraini, 2013)	Ordinal

Variabel	Definisi Variabel	Cara ukur	Alat ukur	Hasil ukur	Skala ukur
	dalam satuan rupiah yang dikategorikan menjadi rendah, sedang, tinggi				
Variabel <i>Dependen</i>					
Konsumsi <i>soft drink</i>	Frekuensi dari kebiasaan mengkonsumsi minuman ringan (<i>soft drink</i>)	Pengisian kuesioner mandiri & Wawancara secara daring	Kuesioner & <i>Food Recall-24H</i>	1. Tinggi: 1sampai >4 botol/kaleng ukuran sedang sehari dan 1 sampai > 2 botol/kaleng ukuran sedang seminggu 2. Rendah: 1-3 kali sebulan dan tidak sama sekali (Bere et al, 2006)	Ordinal
Variabel <i>Independen</i>					
Pengetahuan tentang minuman	Pengetahuan responden mengenai minuman ringan melalui kuesioner	Pengisian kuesioner mandiri secara daring	Kuesioner	1. Kurang: <60% jawaban benar 2. Sedang: 60-80% jawaban benar 3. Baik: >80% jawaban benar (Khomsan, 2000)	Ordinal

Variabel	Definisi Variabel	Cara ukur	Alat ukur	Hasil ukur	Skala ukur
ringan (<i>soft drink</i>)	dalam menjawab pertanyaan yang harus dijawab dengan benar				
Media Massa	Media informasi baik cetak maupun elektronik yang dapat mempengaruhi konsumsi <i>soft drink</i> responden	Pengisian kuesioner mandiri secara daring	Kuesioner	1. Mempengaruhi: jika jawaban yang diperoleh $\geq$ median 2. Tidak mempengaruhi: jika jawaban yang diperoleh $<$ median (Kotler, 2004)	Ordinal
Teman sebaya	Sekelompok kawan orang yang tergabung dalam kelompok responden yang dapat mempengaruhi konsumsi <i>soft drink</i> responden	Pengisian kuesioner mandiri secara daring	Kuesioner	1. Mempengaruhi: jika jawaban yang diperoleh $\geq$ median 2. Tidak mempengaruhi: jika jawaban yang diperoleh $<$ median (Kotler, 2004)	Ordinal

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Dalam pembuatan instrumen diperlukan langkah-langkah yang diteliti dan benar agar memperoleh data yang memenuhi syarat dan dapat mewakili obyek penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa angket. Angket yang dipergunakan untuk menjaring data dalam penelitian ini dikembangkan sesuai oleh peneliti dibantu oleh dosen pembimbing berdasarkan konsep teori yang telah ditetapkan. Instrumen dalam bentuk *google form* yang akan disebarakan kepada responden secara daring.

1. Form *Food Recall* 24 jam sebanyak 2 halaman untuk memperoleh data mengenai jenis dan jumlah minuman ringan yang dikonsumsi pada periode 24 jam yang lalu. (Prasetya & Khomsan, 2019)
2. Kuesioner konsumsi *soft drink* sebanyak 2 halaman berisi pertanyaan mengenai gambaran konsumsi *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi. Kuesioner ini terdiri dari 10 pertanyaan diisi dengan memilih pertanyaan benar atau salah. Apaun jawaban yang benar yaitu: 1, 2, 3, 5, 8, 9, dan 10, sedangkan jawaban yang salah yaitu nomor 4, 6, 7. Untuk jawaban benar diberi nilai 1 (satu) dan jawaban yang salah diberi nilai 0 (nol). (Muthmainnah, 2012)
3. Kuesioner pengaruh media massa sebanyak 1 halaman. Kuesioner bagian B yaitu terdiri dari 3 pertanyaan. Pertanyaan pada bagian ini dinilai dengan skala likert, yaitu SS= Sangat Setuju, S=setuju, TS= Tidak Setuju, STS= Sangat Tidak Setuju. Untuk pertanyaan tersebut diberi nilai Sangat Setuju (SS)= 4; Setuju (S)= 3, Tidak Setuju (TS)= 2, Sangat Tidak Setuju (STS)= 1. (Muthmainnah, 2012)
4. Kuesioner pengaruh teman sebaya sebanyak 1 halaman. Kuesioner bagian C yaitu terdiri dari 3 pertanyaan. Pertanyaan pada bagian ini dinilai dengan skala likert, yaitu SS= Sangat Setuju, S=setuju, TS= Tidak Setuju, STS= Sangat Tidak Setuju. Untuk pertanyaan tersebut

diberi nilai Sangat Setuju (SS)= 4; Setuju (S)= 3, Tidak Setuju (TS)= 2, Sangat Tidak Setuju (STS)= 1. (Muthmainnah, 2012)

5. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Data konsumsi *soft drink* diperoleh dengan kuesioner dan formulir data *recall* 24 jam.
- Data pengetahuan tentang *soft drink*, media massa dan teman sebaya dilakukan dengan memberikan pernyataan dalam bentuk kuesioner.

Pada penelitian ini dilakukan dua tahap uji pada instrumen penelitian, yaitu:

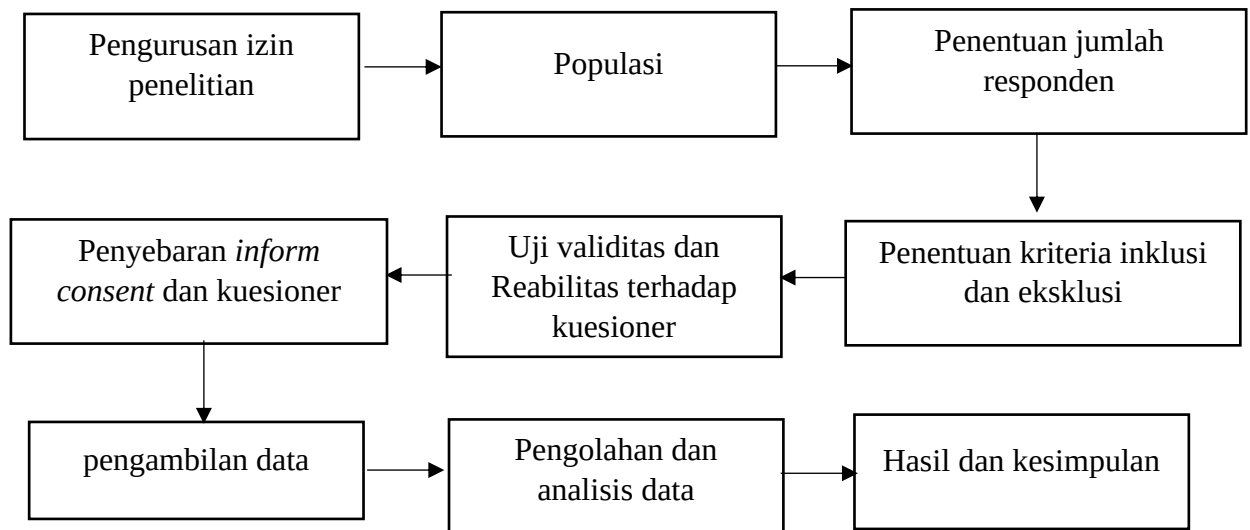
1. Uji validitas

Validitas adalah sejauh mana ketepatan atau kecermatan suatu instrumen pengukuran (tes) dalam melakukan fungsi ukurannya. Uji validitas terlebih dahulu dilakukan dengan menyebarkan instrumen pada sampel penelitian dan selanjutnya diolah menggunakan software SPSS Statistics 23 for Windows. Item pertanyaan dapat dikatakan valid apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ pada taraf signifikan 5% sehingga pernyataan dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian (Arikunto, 2010).

2. Uji realibilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan (Sugiyono, 2014). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat keterandalan instrumen sebagai alat pengumpulan data. Reliabilitas dalam penelitian ini di uji dengan menggunakan software SPSS Statistics 23 for Windows. Rumus yang digunakan adalah rumus Alpha Cronbach. Suatu pertanyaan yang kita ukur dikatakan reliable jika koefisien reliabilitasnya $\geq 0,60$.

G. Alur Penelitian



Gambar 3. 1 Alur Penelitian

H. Pengolahan dan Analisa Data

1. Pengolahan Data

Data yang telah dikumpulkan oleh peneliti kemudian diolah dengan menggunakan program komputer meliputi:

a. *Editing*

Tahap memeriksa Kembali hasil kuesioner. Tujuan dari editing ini adalah untuk melengkapi data yang masih kurang maupun memeriksa kesalahan untuk diperbaiki yang berguna dalam pengolahan data.

b. *Coding*

Tahap pemberian kode dari kuesioner yang terkumpul pada setiap pertanyaan dalam kuesioner. Tujuan *coding* adalah untuk mempermudah saat analisis dan mempercepat pemasukan data.

c. *Entry*

Data lengkap selanjutnya dimasukkan ke dalam program komputer (*input data*). Data yang dimasukkan berupa *coding* jawaban kuesioner.

d. *Cleaning*

Selanjutnya dilakukan pembersihan data atau pengecekan kembali untuk memastikan tidak ada kesalahan dalam melakukan *entry* data.

2. Analisis Data

a. Analisis Univariat

Analisis univariat yang akan digunakan terhadap tiap variabel dari hasil penelitian ini berupa distribusi dan persentase pada setiap variabel yaitu pengetahuan tentang *soft drink*, pengaruh media massa, pengaruh teman sebaya, dan kebiasaan konsumsi *soft drink*.

b. Analisis Bivariat

Analisis bivariat dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependen*. Analisis bivariat yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *Chi Square*. Uji ini dipilih karena data yang didapatkan adalah jenis kategorik. Syarat uji ini antara lain jumlah sampel harus cukup besar yaitu ≥ 30 , pengamatan harus bersifat independent dan hanya dapat digunakan pada data diskrit atau data kontinu yang telah dikelompokkan menjadi kategori. Uji *chi square* merupakan analisis variabel kategorik dengan derajat kemaknaan 95% ($\alpha = 0,05$).

Rumus *Chi Square* sebagai berikut:

$$X^2 = \frac{\sum (fo-fe)^2}{fe}$$

I. Etika Penelitian

Penelitian ini mempertimbangkan etika penelitian di antaranya: bersifat sukarela, menjaga kerahasiaan data, memberikan penjelasan kepada responden sebelum penelitian berlangsung, serta memberikan manfaat kepada responden. Penelitian ini telah mendapatkan persetujuan dari Komisi Etik Penelitian Kesehatan (KEPK) Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka dengan **No. 03/20.12/0767**.

Setelah lembar persetujuan diberikan kepada responden, terlebih dahulu peneliti menjelaskan maksud dan tujuan penelitian yang dilakukan serta dampak yang mungkin terjadi selama dan sesudah pengumpulan data kepada calon responden yang bersedia diteliti, maka responden wajib menandatangani lembar persetujuan tersebut, tetapi jika menolak untuk diteliti maka peneliti tidak akan memaksa dan tetap menghormati hak-haknya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SMA KORPRI Bekasi yang berada di Jl. Bekasi Permai IX, RT.004/RW.015, Kelurahan Bekasi Jaya, Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi, Jawa Barat 17112. SMA KORPRI Bekasi dipimpin oleh Kepala Sekolah dan memiliki guru-guru yang mengajar berbagai mata pelajaran sesuai kurikulum dengan jumlah 47 guru. Terdapat total 22 ruang kelas terdiri dari 4 kelas IPA dan 3 kelas IPS pada setiap kelas X, XI, dan XII. Fasilitas yang ada di SMA KORPRI Bekasi cukup lengkap, seperti kantin yang memiliki jenis makanan yang sangat beragam dari makanan ringan hingga makanan berat. Terdapat pula lapangan olahraga, ruang laboratorium, perpustakaan, ruang sanitasi siswa, ruang guru, tata usaha, masjid, tempat parkir yang luas, pos satpam, toilet, ruang UKS, dan lain-lain.

SMA KORPRI Bekasi memiliki 740 jumlah siswa yang terdiri dari 376 siswa laki-laki dan 364 siswa perempuan. Subjek yang dibutuhkan adalah remaja putra dan putri berusia 15-17 tahun, tidak sedang melaksanakan diet tertentu serta bersedia menjadi responden. Total responden pada penelitian ini berjumlah 140 responden.

B. Analisis Univariat

Analisis univariat dilakukan untuk mengetahui sebaran data usia, jenis kelamin, uang saku, konsumsi *soft drink*, pengetahuan tentang *soft drink*, pengaruh media massa dan teman sebaya.

1. Karakteristik Responden

Table 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Karakteristik pada Siswa SMA KORPRI Bekasi

Jenis Kelamin	n (%)	Usia (Tahun)	n (%)	Uang Saku	n (%)
Laki-Laki	69(49,3)	15	8(5,7)	Rendah	2(1,4)
Perempuan	71(50,7)	16	111(79,3)	Sedang	45(32,1)
		17	21(15)	Tinggi	93(66,4)

Keterangan: n total = 140

Sumber: Data Primer (2021)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa pada karakteristik jenis kelamin mayoritas adalah perempuan yaitu sebanyak 50,7%, sedangkan laki-laki 49,3%. Pada karakteristik usia, mayoritas responden berada di usia 16 tahun, yaitu sebanyak 79,3% dan minoritas yaitu berusia 15 tahun sebanyak 5,7%. Pada karakteristik uang saku, responden yang memiliki uang saku dengan kategori tinggi yaitu sebesar 66,4%, kategori sedang 32,1%, dan kategori rendah 1,4%.

2. Gambaran tentang Konsumsi *Soft Drink*

Table 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Gambaran tentang Konsumsi *Soft Drink* pada Siswa SMA KORPRI Bekasi

	n (%)
Jenis minuman ringan	
Minuman ringan bersoda	21(15)
Minuman ringan isotonik	17(12,1)
Minuman ringan teh kemasan	77(55)
Minuman ringan energi	4(2,9)
Minuman ringan tidak berkalori	13(9,3)
Lainnya	8(5,7)
Waktu mengonsumsi minuman ringan	
Saat atau setelah makan	21(15)
Saat jajan	80(57,1)
Setelah berolahraga	9(6,4)
Saat nonton bioskop	8(5,7)
Saat di pesta atau acara	9(6,4)
Lainnya	13(9,3)
Tempat membeli minuman ringan	
Kantin	9(6,4)

Warung atau toko	27(19,3)
Mini market	77(55)
Supermarket/hypermarket	23(16,4)
Lainnya	4(2,9)
Ketersediaan minuman ringan	
Tidak pernah tersedia	17(12,1)
Jarang tersedia	89(63,6)
Sering tersedia	29(20,7)
Sangat sering tersedia	5(3,6)
Pertimbangan membeli minuman ringan	
Rasanya enak	80(57,1)
Kemasannya menarik	1(0,7)
Iklannya menarik	1(0,7)
Minuman dalam keadaan dingin	46(32,9)
Ingin mencoba yang baru	11(7,9)
Lainnya	1(0,7)

Keterangan: n total = 140 (100%)

Sumber: Data Primer (2021)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat pada jenis minuman ringan bahwa rata-rata responden (55%) paling sering mengonsumsi teh siap minum atau dalam kemasan. Selain teh dalam kemasan, sebanyak 15% responden sering mengonsumsi minuman ringan bersoda.

Pada bagian waktu mengonsumsi *soft drink*, diketahui bahwa lebih dari separuh responden (57,1%) biasa mengonsumsi *soft drink* pada saat jajan. Selain pada saat jajan, sebanyak (15%) responden sering mengonsumsinya pada saat atau setelah makan.

Pada bagian tempat membeli *soft drink*, diketahui bahwa mini market (55%) merupakan tempat yang paling sering dikunjungi untuk membeli *soft drink*, selain mini market sebanyak 16,4% responden sering membelinya di supermarket/hypermarket.

Pada bagian ketersediaan *soft drink*, diketahui bahwa 63,6% responden jarang tersedianya *soft drink* di rumah, sedangkan untuk kategori sangat sering tersedianya *soft drink* sebesar 3,6%.

Pada bagian pertimbangan membeli *soft drink*, diketahui bahwa responden sangat mempertimbangkan karena rasanya yang enak yaitu sebesar 57,1%. Selain karena rasanya yang enak, sebanyak 32,9% mempertimbangkan karena minuman dalam keadaan dingin.

3. Konsumsi *Soft Drink*

Table 4. 3 Distribusi Responden berdasarkan Frekuensi Konsumsi *Soft Drink* pada Siswa SMA KORPRI Bekasi

	Kategori	n (%)
Konsumsi <i>Soft Drink</i>	Tinggi	90(64,3)
	Rendah	50(35,7)

Keterangan: n total = 140

Sumber: Data Primer (2021)

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat dilihat bahwa 64,3% responden masuk dalam kategori tinggi mengonsumsi *soft drink* dan 35,7% responden masuk dalam kategori rendah.

4. Pengetahuan tentang *Soft Drink*

Table 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan tentang *Soft Drink* pada Siswa SMA KORPRI Bekasi

	Kategori	n (%)
Pengetahuan tentang <i>Soft Drink</i>	Kurang	10(7,1)
	Sedang	74(52,9)
	Baik	56(40)

Keterangan: n total = 140

Sumber: Data Primer (2021)

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa lebih banyak responden memiliki pengetahuan tingkat sedang yaitu 52,9% dibandingkan dengan responden yang memiliki tingkat pengetahuan baik 40%, dan responden dengan tingkat pengetahuan kurang 7,1%.

5. Pengaruh Media Massa

Table 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Pengaruh Media Massa pada Siswa SMA KORPRI Bekasi

	Kategori	n (%)
Pengaruh Media Massa	Mempengaruhi	77(55)
	Tidak	63(45)
	mempengaruhi	

Keterangan: n total = 140

Sumber: Data Primer (2021)

Berdasarkan Tabel 4.5, terlihat bahwa hampir seluruh responden mendapat pengaruh dari media massa ketika membeli *soft drink* yaitu 55% dibandingkan dengan responden yang tidak dipengaruhi teman sebaya (45%).

6. Pengaruh Teman Sebaya

Table 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Pengaruh Teman Sebaya pada Siswa SMA KORPRI Bekasi

	Kategori	n (%)
Pengaruh Teman Sebaya	Mempengaruhi	101(72,1)
	Tidak	39(27,9)
	mempengaruhi	

Keterangan: n total = 140

Sumber: Data Primer (2021)

Berdasarkan Tabel 4.6, dapat dilihat bahwa paling banyak responden mendapat pengaruh dari teman sebaya ketika membeli *soft drink* yaitu 72,1% dibandingkan dengan responden yang tidak dipengaruhi teman sebaya (27,9%)

C. Analisis Bivariat

Analisis bivariat dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel independent dan dependen, yaitu hubungan pengetahuan tentang minuman ringan (*soft drink*), media massa dan teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi.

1. Hubungan Pengetahuan tentang Minuman Ringan (*Soft Drink*) dengan Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink*

Table 4. 7 Hubungan Pengetahuan tentang Minuman Ringan (*Soft Drink*) dengan Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink* pada Siswa SMA KORPRI Bekasi

Pengetahuan tentang <i>Soft Drink</i>	Konsumsi <i>Soft Drink</i>				p-value
	Tinggi		Rendah		
	n	%	n	%	
Kurang	8	80	2	20	0,223
Sedang	43	58,1	31	41,9	
Baik	39	69,6	17	30,4	

Sumber: Data Primer (2021); n = 140, Uji Chi Square

Berdasarkan Tabel 4.7, dapat dilihat bahwa dari hasil uji statistik menunjukkan tidak ada hubungan yang bermakna antara pengetahuan dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* dengan $p\text{-value} = 0,223$. Terlihat bahwa responden yang sering mengonsumsi *soft drink* lebih banyak merupakan responden yang memiliki tingkat pengetahuan menengah yaitu 43 responden (58,1%).

2. Hubungan Pengaruh Media Massa dengan Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink*

Table 4. 8 Hubungan Pengaruh Media Massa dengan Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink* pada Siswa SMA KORPRI Bekasi

Pengaruh Media Massa	Konsumsi <i>Soft Drink</i>				<i>p-value</i>
	Tinggi		Rendah		
	N	%	n	%	
Mempengaruhi	51	66,2	26	33,8	0,595
Tidak	39	61,9	24	38,1	
Mempengaruhi					

Sumber: Data Primer (2021); n = 140, Uji Chi Square

Berdasarkan Tabel 4.8, dapat dilihat bahwa dari hasil uji statistik menunjukkan tidak ada hubungan yang bermakna antara pengaruh media massa dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* dengan $p\text{-value} = 0,595$. Terlihat bahwa responden yang sering mengonsumsi *soft drink* baik dipengaruhi ataupun tidak mendapat pengaruh media massa jumlahnya hampir sama yaitu 66,2% dan 61,9%.

3. Hubungan Pengaruh Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink*

Table 4. 9 Hubungan Pengaruh Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink* pada Siswa SMA KORPRI Bekasi

Pengaruh Teman Sebaya	Konsumsi <i>Soft Drink</i>				<i>p-value</i>
	Tinggi		Rendah		
	n	%	n	%	
Mempengaruhi	65	64,4	36	35,6	0,978
Tidak	25	65,1	14	35,9	
Mempengaruhi					

Sumber: Data Primer (2021); $n = 140$, Uji Chi Square

Berdasarkan Tabel 4.9, dapat dilihat bahwa dari hasil uji statistik menunjukkan tidak ada hubungan yang bermakna antara pengaruh teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* dengan $p\text{-value} = 0,978$. Terlihat bahwa responden yang sering mengonsumsi *soft drink* lebih banyak merupakan responden yang dipengaruhi oleh teman sebaya yaitu sebanyak 65 responden (64,4%).

BAB V

PEMBAHASAN

A. Gambaran tentang Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink* pada Siswa SMA KORPRI Bekasi

Kebiasaan merupakan aspek perilaku manusia yang menetap dan berlangsung dalam waktu yang lama atau sebagai reaksi khas yang diulang berkali-kali (Notoatmodjo, 2010). Tingkat konsumsi *soft drink* pada siswa-siswi SMA KORPRI Bekasi terbagi dalam kategori tinggi dan rendah. Kategori tinggi dalam mengonsumsi *soft drink* adalah siswa-siswi yang mengonsumsi minuman *soft drink* 1-2 botol/kaleng ukuran sedang (250-550 ml) dalam sehari dan 1-3 botol/kaleng ukuran sedang (250-550 ml) dalam seminggu. Kategori rendah dalam mengonsumsi *soft drink* adalah siswa-siswi yang mengonsumsi *soft drink* 1-3 botol/kaleng ukuran sedang (250-550 ml) dalam sebulan dan 1-3 botol.kaleng ukuran sedang (250-550 ml) dalam setahun (Bere et al,2006).

Hasil penelitian menunjukkan gambaran bahwa lebih dari sebagian responden (64,3%) dalam penelitian ini mengonsumsi *soft drink* tingkat tinggi dengan frekuensi konsumsi rata-rata 1-3 botol/kaleng ukuran sedang seminggu. Hasil penelitian ini tidak berbeda jauh dengan hasil penelitian Ariani (2012) yang menyebutkan 65,7% siswa SMAN 1 Kota Bekasi memiliki tingkat konsumsi *soft drink* tinggi dan Safriani (2014) yang mengatakan 82% siswa SMA di Bogor memiliki tingkat konsumsi *soft drink* tinggi.

Jenis *soft drink* yang paling sering dikonsumsi siswa/I SMA KORPRI Bekasi adalah teh siap minum atau teh dalam kemasan yaitu sebanyak 77 responden (55%). Minuman jenis ini sangat mudah ditemukan di pasaran dan juga banyak memiliki variasi seperti ditambah dengan rasa buah sehingga memungkinkan responden tertarik untuk mengonsumsinya. Beberapa alasan responden yang paling banyak menjadi pertimbangan

dalam mengonsumsi *soft drink* antara lain rasanya yang enak, dan juga minuman dalam keadaan dingin. Kebanyakan dari siswa (57,1%) mengonsumsi *soft drink* saat jajan. Hal ini disebabkan karena Sebagian besar responden (63,6%) jarang memiliki ketersediaan minuman ringan di rumah sehingga (55%) responden memilih untuk membeli *soft drink* di mini market.

B. Pengetahuan tentang Konsumsi Soft Drink

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu dan terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek. Pengetahuan merupakan salah satu domain yang penting dalam membentuk perilaku. Perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih lama untuk diadopsi oleh seseorang dibandingkan dengan perilaku yang tidak disadari oleh pengetahuan (Notoatmodjo, 2012).

Pertanyaan mengenai pengetahuan tentang *soft drink* berjumlah 10. Setiap pertanyaan harus dijawab responden dengan satu pilihan yaitu benar atau salah. Pada penelitian ini terlihat bahwa lebih dari separuh siswa SMA KORPRI Bekasi memiliki tingkat pengetahuan menengah atau sedang dibandingkan dengan yang memiliki pengetahuan baik mengenai *soft drink* sehingga terdapat kecenderungan untuk mengonsumsi *soft drink*. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Ariani (2012) bahwa 68,6% siswa SMAN 1 Kota Bekasi memiliki pengetahuan menengah mengenai *soft drink*.

C. Pengaruh Media Massa

Pada penelitian ini, lebih dari separuh siswa SMA KORPRI Bekasi (55%) mendapatkan pengaruh media massa ketika mengonsumsi *soft drink* dan (45%) saja yang tidak mendapat pengaruh media massa dalam hal konsumsi *soft drink*. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Masri (2018) yang memperlihatkan 77% mendapat pengaruh dari media massa dalam mengonsumsi *soft drink* dan Verzeletti et al (2010) yang menyatakan bahwa pengaruh media massa dapat meningkatkan konsumsi *soft drink* pada remaja.

Media massa memiliki pengaruh terhadap sikap seseorang untuk memilih minuman tertentu. Iklan di televisi mengenai produk minuman tertentu telah banyak mempengaruhi masyarakat mulai dari anak-anak hingga remaja Pipes (1985) dalam Ariani (2012). Salah satu bentuk informasi sugesti dalam media massa, yaitu iklan selalu dimanfaatkan dalam dunia usaha dengan tujuan meningkatkan penjualan atau memperkenalkan suatu produk baru. Media massa baik media cetak maupun elektronik merupakan alat komunikasi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan atau berita kepada masyarakat terutama remaja. Dengan gencarnya layanan iklan di media massa menjadikan remaja mengetahui dan mengenal produk minuman yang sedang dipasarkan. (Azwar, 2011).

D. Pengaruh Teman Sebaya

Teman sebaya dapat memberikan pengaruh mengenai pilihan makanan dan minuman seorang remaja. Mereka berusaha mengikuti kebiasaan makan dan minum teman kelompok agar dapat diterima di kelompok tersebut dan dapat juga menjadi sarana solidaritas teman kelompok, Pipes (1885) dalam Ariani (2012). Pada penelitian ini, hampir seluruh siswa SMA KORPRI Bekasi (72,1%) mendapatkan pengaruh teman sebaya ketika mengonsumsi *soft drink* dan hanya (27,9%) saja yang tidak mendapat pengaruh teman sebaya dalam hal konsumsi *soft drink*. Hasil penelitian ini berlaku sama dengan hasil penelitian Muthmainnah (2012) yang memperlihatkan 71,9% Mahasiswa PNJ mendapat pengaruh dari teman sebaya dalam mengonsumsi *soft drink*.

Remaja pada umumnya memiliki karakteristik seperti rasa ingin tahu yang tinggi, mencoba sesuatu yang baru serta kemampuan dalam bersosialisasi di mana dalam aktivitas sehari-hari lebih banyak menghabiskan waktu Bersama teman sepermainan atau teman sebayanya (Ali dan Asrori, 2011). Karakteristik remaja yang suka berteman dan berkelompok mempengaruhi remaja dalam pembentukan perilaku. Dalam sebuah kelompok pertemanan berdampak pula dalam halnya pemilihan

maknan, misalnya kegemaran mengonsumsi *soft drink*. Perilaku meniru (*modelling*) bagi remaja tidak hanya dari kebiasaan orang tua, tetapi dari kelompok teman sebaya pun ikut mempengaruhi. Hal ini dikarenakan remaja lebih banyak menghabiskan aktivitas di luar Bersama teman-temannya seperti di sekolah (Ali dan Asrori, 2011).

Selain itu, pada masa remaja minat dan perilaku berubah pada saat jumlah pangan yang dikonsumsi di luar rumah semakin banyak. Perubahan ini secara luas akibat remaja menempatkan tingginya nilai penerimaan dan pergaulan dengan teman sebaya. Remaja lebih cenderung memilih jajan di luar seperti mengonsumsi *soft drink*. Hal ini menjadi kebiasaan pola makan selama masa remaja (Azwar, 2011).

E. Hubungan Pengetahuan tentang *Soft Drink* dengan Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink*

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa mayoritas pengetahuan tentang *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi yang baik memiliki kebiasaan konsumsi *soft drink* yang tergolong tinggi yaitu sebanyak 69,6%, sedangkan siswa dengan pengetahuan sedang memiliki kebiasaan konsumsi *soft drink* yang tergolong tinggi sebanyak 58,1%, dan pada siswa dengan pengetahuan kurang memiliki kebiasaan konsumsi *soft drink* yang tergolong tinggi sebanyak 80%. Hasil uji statistik menunjukkan tidak ada hubungan yang bermakna antara pengetahuan konsumsi *soft drink* dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* dengan *p-value* sebesar 0,223.

Senada dengan penelitian Safriani (2014) yang menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan yang bermakna antara pengetahuan dengan konsumsi *soft drink*, hal ini, berarti walaupun memiliki pengetahuan baik tentang *soft drink* belum tentu tidak sering mengonsumsi *soft drink* baik mengonsumsi dengan jumlah yang kecil maupun yang besar. Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ariani (2012) bahwa tidak terdapat hubungan antara pengetahuan dengan konsumsi *soft drink* dikarenakan pada

masa remaja *soft drink* dikonsumsi tergantung dengan kondisi pada siswa serta tidak selalu didasari oleh pengetahuan yang dimiliki remaja.

Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Nurfitriani (2011) pada mahasiswa Universitas Indonesia, menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang bermakna antara pengetahuan dengan konsumsi *soft drink*. Sebagian besar pengetahuan yang kurang baik cenderung memiliki kebiasaan konsumsi *soft drink*.

Pengetahuan sangat erat hubungannya dengan pendidikan, dimana diharapkan bahwa dengan pendidikan yang tinggi maka orang tersebut akan semakin luas pula pengetahuannya. Pengetahuan seseorang terhadap objek mempunyai intensitas atau tingkat yang berbeda-beda (Notoatmodjo, 2014). Pengetahuan bukan satu-satunya faktor yang menentukan dalam hal pemilihan makanan. Seseorang yang memiliki tingkat pengetahuan yang baik terhadap suatu makanan belum tentu akan mengonsumsi makanan tersebut. Banyak faktor lain yang lebih menentukan dalam masalah pemilihan makanan dan salah satunya adalah citra rasa. Respon awal yang biasa diperlihatkan konsumen terhadap alasan mengapa mereka memilih suatu jenis makanan ialah karena menyukai citra rasanya, Hartanto (2005) dalam Ariani (2012).

F. Hubungan Media Massa dengan Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink*

Hasil uji statistik menunjukkan tidak ada hubungan yang bermakna antara pengaruh media massa dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* dengan *p-value* sebesar 0,595. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Ariani (2012) yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang bermakna antara pengaruh media massa dengan konsumsi *soft drink*.

Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurfitriani (2011) menunjukkan hasil yang berbeda di mana pada penelitian tersebut terdapat hubungan yang bermakna antara pengaruh media massa dengan konsumsi *soft drink*. Menurutnya, responden yang mendapat pengaruh media massa

memiliki peluang 2,758 kali untuk mengonsumsi *soft drink* dibandingkan dengan mereka yang tidak terpengaruh iklan di media massa.

Pada penelitian ini, 66,2% siswa yang sering mengonsumsi minuman ringan tergolong tinggi karena terpengaruh oleh media massa. Masri (2018), mengemukakan alasan mengenai pengaruh apa saja yang mereka dapatkan dari media massa terkait konsumsi *soft drink*. Alasan yang diajukan antara lain mereka terpengaruh karena melihat iklannya yang bagus dan menarik. Hal ini menunjukkan bahwa iklan komersial khususnya di media televisi cukup mempengaruhi remaja dalam mengonsumsi *soft drink*, ketika seseorang melihat iklan komersial di televisi dan tertarik dengan isinya, maka permintaan mereka terhadap makanan tertentu akan meningkat. Sebuah iklan di media massa dapat mempengaruhi pengetahuan mengenai produk makanan yang diiklankan, dan mengubah persepsi atau pandangan seseorang, Hartanto (2005) dalam Ariani (2012).

Paparan media massa baik media cetak maupun elektronik merupakan alat komunikasi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan atau berita kepada masyarakat. Dengan gencarnya layanan iklan di media massa menjadikan masyarakat mengetahui dan mengenal produk yang sedang dipasarkan. Hampir Sebagian besar remaja sering melihat, mendengar atau membaca iklan mengenai minuman tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa gencarnya layanan iklan yang menawarkan produk *soft drink*, (Lopez et al, 2011).

G. Hubungan Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi Soft Drnk

Hasil uji statistik menunjukkan tidak ada hubungan yang bermakna antara pengaruh teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* dengan *p-value* sebesar 0,978. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Ariani (2012) dan Nurfitriani (2011) di mana pada penelitian mereka menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang bermakna antara pengaruh teman sebaya dengan konsumsi *soft drink*.

Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauzia (2012) menunjukkan hasil yang berbeda di mana pada penelitian tersebut terdapat hubungan yang bermakna antara pengaruh teman sebaya dengan konsumsi *soft drink*. Menurutny, responden yang mendapat pengaruh dari teman sebaya memiliki peluang 4,05 kali untuk mengonsumsi *soft drink* dibandingkan dengan mereka yang tidak terpengaruh teman sebaya.

Pada penelitian ini, 64,4% siswa SMA KORPRI Bekasi yang sering mengonsumsi minuman ringan tergolong tinggi karena terpengaruh oleh teman sebaya. Teman sebaya merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi perilaku makan remaja. Ketika beranjak remaja, pengaruh teman kelompok atau *peer group* semakin kuat pada diri seseorang. Pada umumnya, banyak remaja yang menghabiskan waktu lebih banyak di luar rumah Bersama teman-temannya dibandingkan dengan keluarga dan makanan merupakan salah satu bentuk yang penting dari sebuah sosialisasi atas pertemanan. Karena ingin mendapat penerimaan dari teman sekelompoknya, maka pengaruh teman sebaya dan konformitas grup merupakan hal yang penting dalam pemilihan makanan, Krummel (1996) dalam Ariani (2012).

Remaja belum sepenuhnya matang, baik secara fisik, kognitif, dan psikososial. Dalam masa pencarian identitas diri, remaja dengan cepatnya terpengaruh lingkungan. Pemilihan jenis minuman yang dikonsumsi sangat dipengaruhi oleh teman sebaya. Ketidakpatuhan terhadap teman dikhawatirkan dapat menyebabkan dirinya terkucil dan merusak rasa percaya diri. Jika teman sebaya mengatakan minum susu merupakan kebiasaan anak kecil, maka remaja akan cenderung memilih *soft drink* daripada susu, Whitney (2005) dalam Masri (2018).

H. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan yaitu:

1. Penelitian ini tidak meneliti seluruh faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi pada remaja. Pemilihan variabel dilakukan berdasarkan kebutuhan analisis agar dapat dibandingkan dengan beberapa penelitian sebelumnya.
2. Pengambilan data dilakukan secara daring dengan menggunakan kuesioner berupa *google form*. Hal ini dilakukan sebagai bentuk antisipasi kegiatan penelitian selama pandemi *Covid-19*.
3. Pengambilan data *24-hours food recall* via telepon membuat responden terburu-buru dalam menjawab.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian tentang “Hubungan Pengetahuan tentang Minuman Ringan (*Soft Drink*), Media Massa, dan Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink* pada Siswa SMA KORPRI Bekasi” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sebanyak 64,3% siswa SMA KORPRI Bekasi mengonsumsi *soft drink* dengan rata-rata konsumsi 1-3 botol/kaleng ukuran sedang seminggu.
2. Siswa yang memiliki pengetahuan tingkat tinggi yaitu sebesar 39,3%, tingkat sedang yaitu sebesar 52,9% dan siswa dengan tingkat pengetahuan rendah yaitu sebesar 7,9%.
3. Lebih dari separuh siswa (55%) dipengaruhi oleh media massa dan responden yang tidak mendapat pengaruh dari media massa sebesar 45% dalam mengonsumsi *soft drink*.
4. Hampir seluruh siswa (72,1%) dipengaruhi oleh teman sebaya dan siswa yang tidak mendapat pengaruh dari teman sebaya sebesar 27,9% dalam mengonsumsi *soft drink*.
5. Berdasarkan uji statistik tidak ditemukan hubungan yang bermakna antara pengetahuan tentang *soft drink* dengan kebiasaan konsumsi *soft drink*.
6. Berdasarkan uji statistik tidak ditemukan hubungan yang bermakna antara pengaruh media massa dengan kebiasaan konsumsi *soft drink*.

7. Berdasarkan uji statistik tidak ditemukan hubungan yang bermakna antara pengaruh teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi *soft drink*.

B. Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan peneliti yaitu:

1. Pemberian edukasi mengenai dampak dari konsumsi *soft drink* yang berlebihan.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti variabel-variabel lain yang berperan terhadap tingkat konsumsi minuman ringan seperti variabel *body image*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, M. dan Wirjatmadi, B. 2012. *Peranan Gizi dalam Siklus Kehidupan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Akhriani M., Eriza F., Faudiyah N.K. 2016. Hubungan konsumsi minuman berpemanis dengan kejadian kegemukan pada remaja di SMPN 1 Bandung. *Indonesia Journal of Human Nutrition*. 3:1:29-40.
- Alhidyati., Nurhapipa., dan Rahma P. 2016. *Relationship of adolescent's behavior to consumption of soft drink* in SMPN 5 Pekanbaru Year 2016. *Jurnal Photon*. 7: 2.
- Ali, M. dan Asrori. 2011. *Psikologi Remaja - Perkembangan Peserta Didik*. Cetakan ketujuh. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Andarmoyo, S. 2012. *Keperawatan Keluarga*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Ardianto, E., lukiati., dan Siti. 2014. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bogor: Simbiosis Keratama Media.
- Azwar, Saifuddin. 2011. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barrio-Lopez, M. T., et al. 2013. *Prospective study of changes in sugar-sweetened beverage consumption and the incidence of the metabolic syndrome and its components: the SUN cohort*. *The British Journal of Nutrition*. 110(9):1722-1731.
- Bender DA. 2006. *Sirup jagung fruktosa tinggi*. Dalam: DA B,ed. *Kampus Gizi dan Teknologi Pangan Bender*, 8 ed. Cambrige: Woodhead Publishing Ltd dan CRP press LLC; 2006:472.
- Bere, E., Elin., Saskia., dan Knut. 2006. *Determinants of adolescents's soft drink consumption*. *Journal of Public Health*. 11: 1: 49-56.
- Biagi, Shirley. 2010. *Media/Impact: An Introduction to Mass Media*, 9th. Penerjemah Mochammad Irfan dan Wulung Wira M. 2010. *Media/Impact: pengantar media massa*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- [BPOM] Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. 2016. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Idonesia Nomor 21 Tahun 2016 Tentang Kategori Pangan. BPOM. Jakarta.
- British Soft Drink Association. 2012. *Ingredients of Soft Drink*. BSDA UK *Soft Drink Report*.
- Budiman dan Riyanto A. 2013. *Kapita Selektu Kuisisioner Pengetahuan Dan Sikap Dalam Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Salemba Medika pp 66-69
- Buleandra M., Andreea., Michaela., dan Anton. 2018. *Rapid voltammetric method for quinine determination in soft drinks*. *Food Chem*. 253, 1–4.
- Dahlan, S. 2016. *Langkah-langkah dalam membuat proposal penelitian bidang kedokteran dan kesehatan*. Jakarta: Sagung Seto.
- Dewi C.R., Hertanto W.S., dan Binar P. 2017. Faktor determinan jumlah konsumsi *soft drink* per hari pada anak usia 10-12 tahun di pedesaan. *Journal of Nutrition Collage*. 6: 364-370.

- Dewi, C S. 2017. *Faktor determinan jumlah konsumsi soft drink per hari pada anak usia 10-12 tahun di pedesaan*. Skripsi. Fakultas Kedokteran. Universitas Diponegoro Semarang. Semarang
- Donazar-Ezcurra, M., et al. 2018. M. *Soft drink consumption and gestational diabetes risk in the SUN project*. Clin. Nutr. 37, 638–645.
- Duncan et al., 2011, *Modifiable Risk Factors For Overweight and Obesity in Children and Adolescents from Sao Paulo, Brazil*, BMC Public Health Journal. vol. 11, 585.
- Fauzia A. 2012. *Hubungan antara faktor individu dan faktor lingkungan dengan kebiasaan konsumsi minuman bersoda pada siswa SMP Islam PB Soedirman Jakarta Timur tahun 2012*. Skripsi. Program Studi Ilmu Gizi. Universitas Indonesia. Depok.
- Freitag., Harry L.M., dan Oktaviani, P.H. 2010. *Diet seru ala remaja*. Yogyakarta: Jogja Great Publisher.
- Friedman, M.M. 2010. *Buku Ajar Keperawatan Keluarga: Riset, Teori dan Praktek*. Jakarta: EGC.
- Gedard, Kathryn & Geldard, David. 2011. *Konseling Remaja*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Global Nutrition Report. 2015. *Child malnutrition in the 21th century*. Tim Lobstein: World Obesity Federation.
- Gropper SS., Smith JL., dan Groff JL. 2009. *Advance nutrition and human metabolism*. 5th ed. California: cengage Learning
- Hardi. 2010. *Hubungan antara tingkat pengetahuan dengan konsumsi terhadap soft drink pada siswa kelas XI SMA Sutomo 1 Medan tahun 2010*. Skripsi. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Investment I. 2015. *Rencana Indonesia untuk memberlakukan Cukai Soda Menghadapi Perlawanan*. Indonesia Investmens.
- Karsono, Oktarani. 2013. *Benzena Dalam Soft drink*. Departemen Ilmu dan Teknologi Pangan Institut Pertanian Bogor.
- Kotler, Philip., dkk. 2004. *Manajemen pemasaran: Sudut Pandang Asia* (Zein Isa, Penerjemah). (Ed. Ke-3, Jilid 1). Jakarta: PT. INDEKS Kelompok Gramedia
- Lemeshow, S. 1990. *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Martin-Calvo, N., et al. 2014. *Sugar-sweetened carbonated beverage consumption and childhood/adolescent obesity: a case-control study*. Public Health Nutrition, 17(10), 2185–2193
- Masri, Erina. 2018. *Faktor Determinan Perilaku Konsumsi Minuman Berkalori Tinggi pada Mahasiswa*. SCIENTIA. 8(1);53-63.
- Muthmainnah. 2012. *Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa program studi administrasi bisnis PNJ 2009*. Skripsi. Fakultas Ilmu Keperawatan. Universitas Indonesia. Depok.
- Notoatmodjo, S. 2014. *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. 2012. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nur'afni H. 2009. *Diet for Muslimah*. Bandung (ID): DAR! Mizan.

- Nuraini, Dwi. 2013. Pengetahuan Gizi dan Keamanan Pangan Serta Kebiasaan Jajan Anak di SD Negeri Sukadama 03 Bogor dan SD Negeri Situgede 04 Bogor. Skripsi. Departemen Gizi Kesehatan Masyarakat. Institut Pertanian Bogor
- Nurfitriani, Gissela. 2011. *Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Tingkat Konsumsi Minuman Berpemanis Pada Mahasiswa S1 Reguler Universitas Indonesia Angkatan 2009 Tahun 2011*. Skripsi. Peminatan Gizi Kesehatan Masyarakat Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia. Depok.
- Nurjayanti E., Nur S.R., & Anna Fitriani. 2020. Pengetahuan gizi, durasi tidur, dan screen time berhubungan dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis pada siswa SMPN 11 Jakarta. *ARGIPA*. 5: 1: 34-43.
- Pettigrew, S., Michelle., Kathy., dan Chapman. 2015. *Factors influencing the frequency of children's consumption of soft drinks*. 91, 393–398.
- Prasetya G., dan Khomsan A. 2019. *Study of Food Habits and knowledge-attitude-practice on Indonesia dietary guideline and its impact on nutritional status of schoolchildren in Cianjur, Indonesia. Department of Community Nutrition Faculty of Human Ecology, IPB University and Neys-van Hoogstraten Foundation*.
- Prasetya G., Sri Anna., dan Suwimol Sapwarobol. 2017. *Edverse Metabolic Effects of Dieatary Fructose. Thai Bullertin Pharmaceutical Sciences*. 12(1): 45-53.
- Pritasari, Didit Damayanti, Nugraheni Tri Lestari. 2017. Bahan Ajar Gizi. Gizi dalam Daur Kehidupan. Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan Badan Pengembangan dan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Kesehatan.
- Safriani F. 2014. *Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi minuman ringan (soft drink) pada siswa SMA di Bogor*. Skripsi. Fakultas Ekologi Manusia. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Santoso B., Eva., Tetra., dan Joko. 2014. Studi diet total: Survey Konsumsi Makanan Individu Provinsi Jawa Tengah tahun 2014. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan;2015.
- Santrock, Jhon W. 2011. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sarwono, S. W. 2011. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sempati G.P.H. 2017. *Persepsi dan perilaku remaja terhadap makanan tradisional dan makanan modern*. Skripsi. Program Studi Pendidikan Boga. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Statista. 2016. *The Statistics Portal – global consumption of packed beverages by beverage type*.
- Tak, N.I et al. 2011. *The Association Between Home Environmental Variables and Soft Drink Consumption Among Adolescents. Exploration of Mediation by Individual Cognitions and Habit Strength. Journal of Appetite*. vol. 56 no. 2, pp. 503 - 510.
- Tania M. 2016. Hubungan pengetahuan remaja dengan perilaku konsumsi minuman ringan di SMKN 2 Baleendah Bandung. *Jurnal Ilmu Keperawatan*. 4:1.
- Tarigan. 2013. *Karies Gigi*. Jakarta: EGC.

- Thawornchaisit, Ferdinandus, Christopher, Sam-ang & Adrian. 2017. *Health- Risk Transition and 8-Year Hypertension Incidence in a Nationwide Thai. Thailand: Global Journal of Health Science* Vol 10, No 2.
- Thomas J. 2010. *Future success strategies for carbonated soft drink (CSDs)-2010 edition: Major suppliers and brands. Jus-Drinks*, 19, 10-28.05 Oktober 2013. ABI/INFORM Global.
- Verzeletti, C., Lea., Massimo., dan Carine. 2010. *Soft drink consumption in adolescence: Associations with food-related lifestyles and family rules in Belgium Flanders and The Veneto Region of Italy. European Journal of Public Health* vol. 20 no. 3, pp. 312 - 317.
- Wawan A., dan Dewi. 2010. *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Whitney E, dan Rolfes SR. 2011. *Understanding Nutrition*. 12nd ed. California: Cengage Learning.
- [WHO] World Health Organization. 2018. *Global nutrition report shining a light to spur action on nutrition*. In: UK, Editor.
- Yu, B., et al. 2015. *Soft drink consumption is associated with depressive symptoms among adults in China*. *J. Affect. Disord.* 172, 422–427.
- Yusuf, S. 2010. *Psikologi Anak dan Remaja*. Bandung: Rosdakarya.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Penjelasan

LEMBAR PENJELASAN PENELITIAN PADA RESPONDEN

Nama : Widya Merdika Liani

NIM : 201702048

Judul : Hubungan Pengetahuan Tentang Minuman Ringan (*Soft Drink*), Media Massa dan Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink* Pada Siswa SMA KORPRI Bekasi

Siswa SMA KORPRI Bekasi yang saya hormati,

Anda telah diminta ikut berpartisipasi dalam penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan pengetahuan tentang minuman ringan (*soft drink*), media massa dan teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi. Penelitian ini dilakukan dalam bentuk mengisi kuesioner selama kurang dari 30 menit dan wawancara selama 3 hari. Responden dalam penelitian ini adalah secara sukarela.

A. Prosedur Penelitian

Apabila anda berpartisipasi dalam penelitian, anda diminta untuk menandatangani lembar persetujuan. Prosedur pada penelitian ini adalah:

1. Responden mengisi kuesioner online melalui link yang diberikan peneliti
2. Pengisian data diri responden seperti karakteristik responden, kuesioner pengetahuan tentang *soft drink*, pengaruh media massa, dan teman sebaya.
3. Nomor telepon yang dicantumkan dalam kuesioner online akan dihubungi oleh peneliti untuk dilakukan wawancara terkait *Recall 24H*.
4. Peneliti akan mengirimkan form *recall 24H* kepada responden sebelum dilakukan wawancara via telepon.

B. Kewajiban Responden Penelitian

Responden memiliki kewajiban untuk mengikuti aturan atau petunjuk penelitian seperti yang tertulis di atas. Bila ada yang belum dimengerti, anda dapat menanyakan secara langsung kepada peneliti.

C. Resiko, Efek Samping dan Penanganannya

Pada penelitian ini tidak menyebabkan resiko dan efek samping terhadap Kesehatan, serta tidak bertentangan dengan norma sosial dan hukum.

D. Kerahasiaan

Semua rahasia dan informasi yang berkaitan dengan identitas responden penelitian akan dirahasiakan dan hanya diketahui oleh peneliti. Hasil penelitian akan dipublikasi tanpa identitas responden.

E. Kompensasi

Responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini akan mendapatkan *reward* berupa 20 responden yang beruntung akan mendapatkan gopay/ovo senilai Rp 20.000

F. Pembiayaan

Semua biaya yang terkait pada penelitian ini akan ditanggung oleh peneliti.

G. Informasi Tambahan

Siswa/I dapat menanyakan semua terkait penelitian ini dengan menghubungi perwakilan peneliti bernama Widya Merdika Liani 082112723660 atau widyamerdika.wml@gmail.com

Dengan ini menyatakan menyetujui untuk menjadi responden penelitian yang dilakukan oleh Widya Merdika Liani (201702048), mahasiswa S1 Gizi STIKes Mitra Keluarga mengenai “Hubungan Pengetahuan Tentang Minuman Ringan (*Soft Drink*), Media Massa dan Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink* pada Siswa SMA KORPRI Bekasi”.

Bekasi,.....2020

(.....)

Wali Kelas

(.....)

Siswa/i

Lampiran 2. Informed Consent

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI RESPONDEN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama :

Usia :

Alamat :

Kelas :

Telah mendapatkan keterangan secara rinci dan jelas mengenai :

1. Penelitian yang berjudul “Hubungan Pengetahuan Tentang Minuman Ringan, Media Massa dan Teman Sebaya dengan Kebiasaan Konsumsi *Soft Drink* pada Siswa SMA KORPRI Bekasi”
2. Permintaan pengisian kuesioner dan jaminan tidak akan menggunakan kegiatan responden penelitian
3. Waktu pengisian kuesioner sekitar 30 menit dengan didampingi oleh peneliti
4. Manfaat ikut sebagai subyek penelitian
5. Tidak ada perlakuan dan tidak ada bahaya yang akan ditimbulkan jika menjadi responden penelitian
6. Hak untuk mengundurkan diri sebagai subyek penelitian
7. Informasi yang diberikan dijaga kerahasiaannya, dan hanya akan digunakan untuk penelitian.

Setelah mendapatkan kesempatan mengajukan pertanyaan mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian tersebut, maka dengan ini secara sukarela dan penuh kesadaran serta tanpa paksaan siapapun menyatakan “BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA*)” untuk menjadi responden dalam penelitian.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa tekanan dari pihak manapun.

*) coret yang tidak perlu

Bekasi, _____ 2020

Responden

Peneliti

(.....)

Widya Merdika Liani

NIM 201702048

Lampiran 3. Kuesioner



**PROGRAM STUDI S1 GIZI
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN MITRA KELUARGA**

**KUESIONER PENELITIAN
HUBUNGAN PENGETAHUAN TENTANG MINUMAN RINGAN
(*SOFT DRINK*), MEDIA MASSA DAN TEMAN SEBAYA DENGAN
KEBIASAAN KONSUMSI *SOFT DRINK* PADA SISWA SMA
KORPRI BEKASI**

Perkenalkan nama saya Widya Merdika Liani, mahasiswi S1 Gizi Angkatan 2017, Stikes Mitra Keluarga Bekasi. Saya sedang melakukan penelitian mengenai pengetahuan tentang *soft drink*, media massa, dan teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi *soft drink* pada siswa SMA KORPRI Bekasi. Saya akan menanyakan beberapa hal kepada Saudara. Saya sangat mengharapkan partisipasi Saudara untuk mengisi kuesioner ini. Jawaban yang Saudara pilih pada kuesioner ini akan dijamin kerahasiaannya, karena data yang akan disajikan merupakan data kumulatif dari seluruh sampel yang diambil. Saya mohon kesediaan Saudara untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini dengan jujur, tanpa bantuan orang lain dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Terimakasih atas perhatiannya.

A. Identitas Responden

1. Nama Lengkap :
2. Sekolah :
3. Kelas :
4. Jenis kelamin :
5. Usia :
6. Tanggal Lahir :
7. No HP/WA :

[illegible]

Waktu	Nama menu makanan dan minuman	Nama bahan	Kode pangan	Jumlah dimakan	
				URT	Gram
4 = Selingan sore (16.00 – 19.00)					
5 = Makan malam (19.00 – 21.00)					

Sumber: Prasetya & Khomsan (2019)

Lampiran 5. Kuesioner Konsumsi *Soft Drink*

KUESIONER KONSUMSI *SOFT DRINK*

Petunjuk pengisian kuesioner:

1. Saudara/i diharapkan membaca pertanyaan di bawah ini dengan teliti dan mengisi seluruh pertanyaan sesuai petunjuk pengisian dan sesuai dengan keadaan sebenarnya.
2. Pilih **satu jawaban** yang telah tersedia pada masing-masing pertanyaan sesuai dengan kondisi saudara/i atau mengisi dengan tulisan jika jawaban yang tersedia tidak sesuai dengan kondisi.

Konsumsi *soft drink*

No	Kebiasaan konsumsi minuman ringan (<i>soft drink</i>)
1	<i>Soft drink</i> jenis apa yang paling sering Anda minum? (pilih salah satu) <i>soft drink</i> bersoda <i>soft drink</i> isotonik <i>soft drink</i> teh kemasan <i>soft drink</i> energi <i>soft drink</i> tidak berkalori - lainnya.....(sebutkan)
2	Berapa jumlah <i>soft drink</i> yang Anda minum? (pilih salah satu) 1-2 botol/kaleng ukuran sedang (250-550 ml) per hari 1-3 botol/kaleng ukuran sedang (250-550) dalam seminggu 1-3 botol/kaleng ukuran sedang (250-550 ml) dalam sebulan - Lainnya, sebutkan.....hari/minggu/bulan/tahun (lingkari)
3	Berapa uang jajan Anda dalam sehari? Rp.....
4	Biasanya kapan Anda minum <i>soft drink</i>? (pilih salah satu) - Saat atau setelah makan - Saat jajan - Setelah berolahraga - Saat nonton bioskop - Saat di pesta atau acara - Lain-lain..... (sebutkan)
5	Biasanya dimana Anda membeli <i>soft drink</i>? (pilih salah satu) - Kantin - Warung atau toko

	c. Mini market d. Supermarket/hypermarket e. Restoran f. Lain-lain.....(sebutkan)
6	Apakah di rumah Anda tersedia <i>soft drink</i>?(pilih salah satu) a. Tidak pernah tersedia b. Jarang tersedia c. Sering tersedia d. Sangat sering tersedia
7	Apa yang paling Anda pertimbangkan Ketika memilih <i>soft drink</i> yang akan Anda minum? (pilih salah satu) a. Rasanya enak b. Kemasan yang menarik c. Iklannya menarik d. Minuman dalam keadaan dingin e. Ingin mencoba yang baru f. Lain-lain.....(sebutkan)

Sumber: Muthmainnah (2012)

Lampiran 6. Kuesioner Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi *Soft Drink*

A. Pengetahuan tentang *soft drink*

Petunjuk khusus pengisian:

Pilihlah jawaban dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. B= jika Anda yakin pertanyaan tersebut BENAR
- b. S= jika Anda yakin pertanyaan tersebut SALAH

Beri tanda (✓) pada jawaban yang menurut Anda benar

No	PERTANYAAN	B	S
1	<i>Soft drink</i> merupakan minuman ringan mengandung karbondioksida		
2	Jus buah kemasan merupakan contoh dari <i>soft drink</i>		
3	Bhan pengawet, bahan yang terdapat di dalam <i>soft drink</i>		
4	<i>Soft drink</i> tidak mengandung bahan pewarna		
5	Zat yang terkandung di dalam <i>soft drink</i> yang dapat menyebabkan peningkatan risiko kegemukan : gula		
6	Akibat dari minum <i>soft drink</i> terlalu banyak adalah tinggi badan bertambah		
7	Zat-zat gizi berguna terdapat di <i>soft drink</i>		
8	Efek dari konsumsi <i>soft drink</i> menyebabkan karies/karang gigi		
9	<i>Soft drink</i> ukuran 250-330 ml mengandung energi 300-400 kkal.		
10	Efek kecanduan dan ketagihan disebabkan tegukan pertama <i>soft drink</i> sehingga timbul keinginan untuk meminum lagi		

Sumber: Muthmainnah (2012)

B. Pengaruh media massa

Petunjuk khusus pengisian:

Pilihlah jawaban dengan tanda $\surd$, ketentuan sebagai berikut:

- Sangat setuju (SS) = jika sangat setuju dengan pertanyaan
- Setuju (S) = jika setuju dengan pertanyaan
- Tidak setuju (SS) = jika tidak setuju dengan pertanyaan
- Sangat tidak setuju (SS) = jika sangat tidak setuju dengan pertanyaan.

No	PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya minum <i>soft drink</i> setelah saya melihat dan membaca iklan tentang <i>soft drink</i> di tv / media				
2	Saya membeli <i>soft drink</i> ketika ada diskon dari perusahaan minuman tersebut				
3	Saya tidak menolak <i>soft drink</i> yang diberikan secara gratis atau Cuma-Cuma				

Sumber: Muthmainnah (2012)

C. Pengaruh teman sebaya

Petunjuk khusus pengisian:

Pilihlah jawaban dengan tanda $\surd$, ketentuan sebagai berikut:

- Sangat setuju (SS) = jika sangat setuju dengan pertanyaan
- Setuju (S) = jika setuju dengan pertanyaan
- Tidak setuju (SS) = jika tidak setuju dengan pertanyaan
- Sangat tidak setuju (SS) = jika sangat tidak setuju dengan pertanyaan.

No	PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
1	Teman saya membeli <i>soft drink</i> , kemudian saya juga ikut membeli <i>soft drink</i>				
2	Suatu hari teman saya membelikan <i>soft drink</i> maka saya meminumnya				
3	Saat teman saya minum <i>soft drink</i> dan saya juga minum <i>soft drink</i> punya teman saya				

Sumber: Muthmainnah (2012)

Lampiran 7. Uji Validasi dan Reliability

Pengetahuan tentang minuman ringan (*soft drink*)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	55	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	55	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.603	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	7.49	2.366	.302	.572
item2	7.80	1.904	.481	.512
item3	7.44	2.288	.514	.532
item4	7.47	2.550	.149	.606
item5	7.42	2.433	.393	.560
item6	7.42	2.655	.116	.607
item7	7.49	2.588	.095	.619
item8	7.55	2.327	.271	.580
item9	7.56	2.362	.224	.593
item10	7.47	2.402	.295	.574

Pengaruh Media Massa dan Teman Sebaya

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	55	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	55	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.679	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	14.73	7.165	.547	.593
item_2	15.36	6.717	.451	.625
item_3	14.42	7.470	.478	.616
item_4	14.29	8.506	.312	.667
item_5	14.60	7.244	.476	.615
item_6	15.05	8.201	.228	.700

Konsumsi Soft Drink

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	55	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	55	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.605	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	16.42	17.174	.555	.460
item2	16.64	25.902	.267	.587
item3	17.20	27.200	.209	.601
item4	15.67	19.595	.403	.536
item5	16.60	20.615	.422	.528
item6	17.24	26.813	.191	.603
item7	16.31	22.921	.221	.609

Lampiran 8. Hasil Output SPSS

A. Analisis Univariat

1. Karakteristik

Statistics

		Jenis_Kelamin	Uang_Saku	Usia
N	Valid	140	140	140
	Missing	0	0	0

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	69	49.3	49.3	49.3
	Perempuan	71	50.7	50.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Uang_Saku

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	2	1.4	1.4	1.4
	Sedang	45	32.1	32.1	33.6
	Tinggi	93	66.4	66.4	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15	8	5.7	5.7	5.7
	16	111	79.3	79.3	85.0
	17	21	15.0	15.0	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

2. Gambaran tentang Konsumsi *Soft Drink*

Statistics

		Jenis_Minuman_Ringan	Waktu_Mengonsumsi_Minuman_Ringan	Tempat_Membeli_Minuman_Ringan	Ketersediaan_Minuman_Ringan	Pertimbangan_Membeli_Minuman_Ringan
N	Valid	140	140	140	140	140
	Missing	0	0	0	0	0

Jenis_Minuman_Ringan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Minuman ringan bersoda	21	15.0	15.0	15.0
	Minuman ringan isotonik	17	12.1	12.1	27.1
	Minuman ringan teh kemasan	77	55.0	55.0	82.1
	Minuman ringan energi	4	2.9	2.9	85.0
	Minuman ringan tidak berkalori	13	9.3	9.3	94.3
	Lainnya	8	5.7	5.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Waktu_Mengonsumsi_Minuman_Ringan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Saat atau setelah makan	21	15.0	15.0	15.0
	Saat jajan	80	57.1	57.1	72.1
	Setelah berolahraga	9	6.4	6.4	78.6
	Saat nonton bioskop	8	5.7	5.7	84.3
	Saat di pesta atau acara	9	6.4	6.4	90.7
	Lainnya	13	9.3	9.3	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Tempat_Membeli_Minuman_Ringan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kantin	9	6.4	6.4	6.4
	Warung atau toko	27	19.3	19.3	25.7
	Mini market	77	55.0	55.0	80.7
	Supermarket/hypermarket	23	16.4	16.4	97.1
	Lainnya	4	2.9	2.9	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Ketersediaan_Minuman_Ringan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak pernah tersedia	17	12.1	12.1	12.1
	Jarang tersedia	89	63.6	63.6	75.7
	Sering tersedia	29	20.7	20.7	96.4
	Sangat sering tersedia	5	3.6	3.6	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

Pertimbangan_Membeli_Minuman_Ringan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rasanya enak	80	57.1	57.1	57.1
	Kemasannya menarik	1	.7	.7	57.9
	Iklannya menarik	1	.7	.7	58.6
	Minuman dalam keadaan dingin	46	32.9	32.9	91.4
	Ingin mencoba yang baru	11	7.9	7.9	99.3
	Lainnya	1	.7	.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

3. Konsumsi *Soft drink*

Konsumsi_Soft_Drink

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	90	64.3	64.3	64.3
	Rendah	50	35.7	35.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

4. Pengetahuan tentang Minuman Ringan (*Soft Drink*)

Pengetahuan_tentang_konsumsi_soft_drink

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	55	39.3	39.3	39.3
	Sedang	74	52.9	52.9	92.1
	Kurang	11	7.9	7.9	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

5. Pengaruh Media Massa

Pengaruh_Media_Massa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mempengaruhi	77	55.0	55.0	55.0
	Tidak Mempengaruhi	63	45.0	45.0	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

6. Pengaruh Teman Sebaya

Pengaruh_Teman_Sebaya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mempengaruhi	101	72.1	72.1	72.1
	Tidak Mempengaruhi	39	27.9	27.9	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

B. Analisis Bivariat

PENGETAHUAN TENTANG SOFT DRINK DENGAN KEBIASAAN KONSUMSI SOFT DRINK

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Pengetahuan_tentang_kons umsi_soft_drink * Konsumsi_Soft_Drink	140	100.0%	0	0.0%	140	100.0%

Pengetahuan_tentang_konsumsi_soft_drink * Konsumsi_Soft_Drink Crosstabulation

			Konsumsi_Soft_Drink		Total
			Tinggi	Rendah	
Pengetahuan_tentang_kons umsi_soft_drink	Baik	Count	38	17	55
		Expected Count	35.4	19.6	55.0
		% within			
		Pengetahuan_tentang_kons umsi_soft_drink	69.1%	30.9%	100.0%
	Sedang	Count	43	31	74
		Expected Count	47.6	26.4	74.0
		% within			
		Pengetahuan_tentang_kons umsi_soft_drink	58.1%	41.9%	100.0%
	Kurang	Count	9	2	11
		Expected Count	7.1	3.9	11.0
		% within			
		Pengetahuan_tentang_kons umsi_soft_drink	81.8%	18.2%	100.0%
Total	Count		90	50	140
	Expected Count		90.0	50.0	140.0
	% within				
	Pengetahuan_tentang_kons umsi_soft_drink		64.3%	35.7%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	3.256 ^a	2	.196
Likelihood Ratio	3.409	2	.182
Linear-by-Linear Association	.042	1	.837
N of Valid Cases	140		

a. 1 cells (16.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.93.

**PENGARUH MEDIA MASSA DENGAN KEBIASAAN KONSUMSI
SOFT DRINK**

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Pengaruh_Media_Massa * Konsumsi_Soft_Drink	140	100.0%	0	0.0%	140	100.0%

Pengaruh_Media_Massa * Konsumsi_Soft_Drink Crosstabulation

			Konsumsi_Soft_Drink		Total
			Tinggi	Rendah	
Pengaruh_Media_Massa	Mempengaruhi	Count	51	26	77
		Expected Count	49.5	27.5	77.0
		% within	66.2%	33.8%	100.0%
		Pengaruh_Media_Massa			
	Tidak Mempengaruhi	Count	39	24	63
		Expected Count	40.5	22.5	63.0
		% within	61.9%	38.1%	100.0%
		Pengaruh_Media_Massa			
Total	Count	90	50	140	
	Expected Count	90.0	50.0	140.0	
	% within	64.3%	35.7%	100.0%	
	Pengaruh_Media_Massa				

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	.283 ^a	1	.595	.601	.361
Continuity Correction ^b	.126	1	.723		
Likelihood Ratio	.282	1	.595		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	.281	1	.596		
N of Valid Cases	140				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 22.50.

b. Computed only for a 2x2 table

**PENGARUH TEMAN SEBAYA DENGAN KEBIASAAN KONSUMSI
SOFT DRINK**

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Pengaruh_Teman_Sebaya * Konsumsi_Soft_Drink	140	100.0%	0	0.0%	140	100.0%

Pengaruh_Teman_Sebaya * Konsumsi_Soft_Drink Crosstabulation

			Konsumsi_Soft_Drink		Total
			Tinggi	Rendah	
Pengaruh_Teman_Sebaya	Mempengaruhi	Count	65	36	101
		Expected Count	64.9	36.1	101.0
		% within Pengaruh_Teman_Sebaya	64.4%	35.6%	100.0%
	Tidak Mempengaruhi	Count	25	14	39
		Expected Count	25.1	13.9	39.0
		% within Pengaruh_Teman_Sebaya	64.1%	35.9%	100.0%
Total	Count	90	50	140	
	Expected Count	90.0	50.0	140.0	
	% within Pengaruh_Teman_Sebaya	64.3%	35.7%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.001 ^a	1	.978	1.000	.564
Continuity Correction ^b	.000	1	1.000		
Likelihood Ratio	.001	1	.978		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	.001	1	.978		
N of Valid Cases	140				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13.93.

b. Computed only for a 2x2 table

Lampiran 9. Surat Keterangan Uji Coba Kuesioner



PEMERINTAH DAERAH PROVINSI JAWA BARAT
DINAS PENDIDIKAN

SMA NEGERI 18 KOTA BEKASI

Jl. Rudal No. 18 Perumahan Duren Jaya Permai Telp. (021) 82653176 Bekasi 17111

Email : sman18bks@gmail.com Website : www.sman18bekasi.sch.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 422/312/SMAN.18 Bekasi/CDP Wil III/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala SMA Negeri 18 Kota Bekasi :

Nama : Medina Siti Almunawaroh, M.Pd
NIP : 197503112002122005
Jabatan : Kepala Sekolah

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Widya Merdika Liani
NIM : 201702048
Program Studi : S1 Gizi
Universitas : STIKes Mitra Keluarga

Adalah benar nama tersebut diatas telah izinkan untuk melakukan Pelaksanaan Validasi Kuesioner Penelitian di Lingkungan SMAN 18 Kota Bekasi

Demikian surat keterangan ini dibuat dan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bekasi, 15 Desember 2020
Kepala Sekolah



Medina Siti Almunawaroh, M.Pd
NIP. 197503112002122005

Lampiran 10. Surat Keterangan Penelitian di SMA KORPRI Bekasi



YAYASAN KORPRI BEKASI SMA KORPRI BEKASI

NSS : 304022501033

NPSN : 20223064

Terakreditasi : "A" SK Nomor : 02.00/274/BAP-SM/SK/X/2016

Jln. Rumah Sakit Mekarsari Telp. (021) 880 8940 Fax. : (021) 883 50717 Bekasi 17112

<http://www.smakorpri-bekasi.sch.id>

e-mail : smakorpri@smakorpri-bekasi.sch.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 423.6/083/SMA KORPRI/I/2021

1. Yang bertanda tangan di bawah ini :

- a. Nama : Drs. Hery Sujiyanto, M.Pd
- b. Jabatan : Kepala Sekolah

dengan ini menerangkan bahwa :

- a. Nama : WIDYA MERDIKA LIANI
- b. No. Mahasiswa : 201702048
- c. Jurusan : Program Gizi
- d. Semester : 7 (Tujuh)
- e. Perguruan Tinggi : STIKes MITRA KELUARGA
- f. Judul Penelitian : Hubungan pengetahuan tentang minuman ringan (soft drink), media massa dan teman sebaya dengan kebiasaan konsumsi soft drink pada siswa SMA KORPRI Bekasi

- 2. Nama tersebut di atas adalah benar telah melaksanakan penelitian di SMA KORPRI Bekasi dari tanggal 11 – 15 Januari 2021
- 3. Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bekasi, 19 Januari 2021
Kepala Sekolah.



Drs. Hery Sujiyanto, M.Pd

Lampiran 11. Surat Izin Penelitian / *Ethical Clearance*

	Komisi Etik Penelitian Kesehatan Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (KEPK – UHAMKA) Jakarta http://www.lemlit.uhamka.ac.id Kodefikasi Kelembagaan KEPK: 3175022S http://sim-epk.keppkn.kemkes.go.id/daftar_kepk/	POB-KE.B/008/01.0 Berlaku mulai: 19 Mei 2017 FL/B.06-008/01.0
---	---	--

SURAT PERSETUJUAN ETIK

PERSETUJUAN ETIK

No : 03/20.12/0767

Bismillaahirrohmaanirrohitim

Assalamu 'alaikum warohmatullohi wabarokatuh

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Komisi Etik Penelitian Kesehatan Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (KEPK-UHAMKA), setelah dilaksanakan pembahasan dan penilaian oleh reviewer yang bersertifikat, memutuskan bahwa protokol penelitian/skripsi/tesis dengan judul :

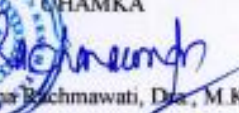
"HUBUNGAN PENGETAHUAN TENTANG MINUMAN RINGAN (*SOFT DRINK*), MEDIA MASSA DAN TEMAN SEBAYA DENGAN KEBIASAAN KONSUMSI *SOFT DRINK* PADA SISWA SMA KORPRI BEKASI"

Atas nama
Peneliti utama : Widya Merdika Liani
Peneliti lain : -
Program Studi : S1 Gizi
Institusi : SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN MITRA KELUARGA BEKASI

dapat disetujui pelaksanaannya. Persetujuan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan batas waktu pelaksanaan penelitian seperti tertera dalam protokol.

Pada akhir penelitian, laporan pelaksanaan penelitian harus diserahkan kepada KEPK-UHAMKA dalam bentuk soft copy ke email kepk@uhamka.ac.id. Jika terdapat perubahan protokol dan/atau perpanjangan penelitian, maka peneliti harus mengajukan kembali permohonan kajian etik penelitian (amandemen protokol).

Wassalamu 'alaikum warohmatullohi wabarokatuh

Jakarta, 12 Desember 2020
Ketua Komisi Etik Penelitian Kesehatan
UHAMKA

Dr. Riana Bachmawati, Dra., M.Kes)

Lampiran 12. Dokumentasi



