

Faktor Dominan Perilaku Membaca Informasi Nilai Gizi Produk Minuman Dalam Kemasan (Studi Pada SMAN 32 dan SMAS Muhammadiyah 18 Jakarta Selatan Tahun 2019)

Rahwamati, Erna

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=137368&lokasi=lokal>

Abstrak

Prevalensi obesitas pada remaja cenderung meningkat. Pola konsumsi yang tidak sehat adalah salah satu faktor risiko obesitas. Perilaku konsumen yang baik diperlukan seperti kepatuhan dalam hal membaca informasi nilai gizi dan memilih produk yang tepat. Kecenderungan remaja dalam membaca informasi nilai gizi masih rendah. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor dominan perilaku membaca informasi nilai gizi produk minuman manis dalam kemasan pada siswa SMAN 32 dan SMAS Muhammadiyah 18 Jakarta Selatan pada tahun 2019. Desain penelitian ini adalah crosssectional. Total sampel sebanyak 187 siswa yang diambil dengan metode total sampling. Sumber data menggunakan data primer melalui pengisian kuesioner dan pengukuran antropometri. Data dianalisis secara univariat, bivariat (chi-square), dan multivariat (regresi logistik ganda). Hasil penelitian menunjukkan sebesar 44,9% siswa yang membaca informasi nilai gizi. Terdapat hubungan yang signifikan antara sikap terhadap informasi nilai gizi dengan perilaku membaca informasi nilai gizi. Hasil multivariat menunjukkan bahwa tidak terdapat faktor dominan. Faktor yang berhubungan dengan perilaku membaca informasi nilai gizi adalah sikap terhadap informasi nilai gizi. Responden dengan sikap yang baik mempunyai peluang 2 kali lebih besar untuk membaca informasi nilai gizi dibandingkan dengan responden yang tidak membaca informasi nilai gizi. Untuk meningkatkan sikap dibutuhkan sosialisasi, salah satunya melalui media internet.

Kata kunci: Informasi nilai gizi, minuman manis dalam kemasan, siswa SMA, sikap

The prevalence of obesity in adolescents tends to increase. Unhealthy consumption patterns are one of the risk factors for obesity. Good consumer behavior is needed in relation to compliance in terms of reading labels and choosing the right product. The tendency of adolescents to read nutrition labels were low. This study aims to determine the dominant factors of use of nutrition labels on packaged beverages for students in SMAN 32 and SMAS Muhammadiyah 18 South Jakarta in 2019. The design of this research is cross-sectional. The total sample is 187 students taken by the total sampling method. This study used primary data by filled out questionnaires and using anthropometric methods. Data were analyzed univariate, bivariate (chi-square test), and multivariate. The research results showed that 44.9% of students read nutritional value information. There is a significant relationship between attitudes towards nutritional value information and behavior in reading nutritional value information. Multivariate results show that there is no dominant factor. Factors related to the behavior of reading nutritional value information are attitudes towards nutritional value information. Respondents with a good attitude are 2 times more likely to read nutritional value information compared to respondents who do not read nutritional value information. To improve attitudes, socialization is needed, one of which is through the internet. Key words: Nutrition labels, packaged beverages, high school students, attitudes