

Hubungan Pengetahuan, Persepsi dan Sikap Tentang Kebijakan Larangan Iklan Minuman Kadar Gula Tinggi dengan Perilaku Konsumsi Minuman Manis Mahasiswa : Studi pada Enam Fakultas Universitas Indonesia

Karmila, Lisa Puspa

Deskripsi Lengkap: <https://lib.fkm.ui.ac.id/detail.jsp?id=138389&lokasi=lokal>

Abstrak

<div style="text-align: justify;">Tesis ini membahas mengenai Hubungan Pengetahuan, Persepsi dan Sikap Tentang Kebijakan Larangan Iklan Minuman Kadar Gula Tinggi dengan Perilaku Konsumsi Minuman Manis Mahasiswa: Studi pada enam Fakultas Universitas Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan cross-sectional. Sebanyak 306 responden dipilih menggunakan teknik proportional stratified random sampling dari 6 fakultas, yaitu FKM, FK, FKG, FF, FEB, dan FISIP UI. Penelitian ini dilakukan pada bulan April-Mei 2025. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, terdiri dari bagian karakteristik, pengetahuan, persepsi, sikap, dan perilaku konsumsi manis menggunakan Food Frequency Questionnaire (FFQ). Terkait perilaku konsumsi minuman manis pada mahasiswa dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa sering mengonsumsi minuman manis (74,5%). Hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara semester ($p=0,028$), fakultas ($p=0,001$), uang saku ($p=0,003$), status tempat tinggal ($p=0,007$), dan pengetahuan ($p=0,001$) dengan perilaku konsumsi minuman manis pada mahasiswa. Mahasiswa semester awal memiliki kemungkinan 5,577 kali lebih besar untuk sering mengonsumsi minuman manis dibandingkan semester awal ($OR=5,577$; 95% CI: 1,200–25,909). Mahasiswa dari fakultas non-kesehatan lebih berisiko dibandingkan fakultas kesehatan ($OR=0,191$; 95% CI: 0,099–0,368). Mahasiswa dengan uang saku besar ($OR=0,358$; 95% CI: 0,181–0,710), tinggal tidak bersama orang tua ($OR=0,389$; 95% CI: 0,196–0,771), dan memiliki pengetahuan yang kurang ($OR=0,262$; 95% CI: 0,137–0,498) cenderung memiliki perilaku konsumsi manis sering. Penelitian ini menyarankan perlunya edukasi rutin di kampus terkait konsumsi gula, kerja sama dengan Klinik Satelit Makara UI untuk konsultasi gizi, serta kebijakan internal terkait penyediaan minuman sehat dan juga perlunya penguatan regulasi iklan dan label produk oleh pemerintah dan BPOM agar informasi yang disampaikan tidak menyesatkan</div><hr /><div style="text-align: justify;">This thesis discusses the Relationship between Knowledge, Perception, and Attitudes about the Policy on the Prohibition of High Sugar Beverage Advertisements with the Consumption Behavior of Sweet Beverages of Students: A Study at Six Faculties of the University of Indonesia. This research is a quantitative study with a cross-sectional approach. A total of 306 respondents were selected using the proportional stratified random sampling technique from 6 faculties, namely FKM, FK, FKG, FF, FEB, and FISIP UI. This research was conducted in April-May 2025. The research instrument was a questionnaire that had been tested for validity and reliability, consisting of the characteristics, knowledge, perception, attitude, and behavior of sweet consumption using the Food Frequency Questionnaire (FFQ). Regarding the behavior of sweet drink consumption in students, this study showed that the majority of students often consumed sweet drinks (74.5%). The results of the logistic regression analysis showed that there was a significant relationship between semester ($p = 0.028$), faculty ($p = 0.001$), pocket money ($p = 0.003$), residential status ($p = 0.007$), and knowledge ($p = 0.001$) with the

behavior of sweet drink consumption in students. Advanced semester students are 5.577 times more likely to frequently consume sweet drinks compared to early semester students (OR=5.577; 95% CI: 1.200–25.909). Students from non-health faculties are at higher risk than health faculties (OR=0.191; 95% CI: 0.099–0.368). Students with large pocket money (OR=0.358; 95% CI: 0.181–0.710), living with parents (OR=0.389; 95% CI: 0.196–0.771), and having good knowledge (OR=0.262; 95% CI: 0.137–0.498) tend to have healthier sweet consumption behavior. This study suggests the need for routine education on campus regarding sugar consumption, cooperation with the Makara UI Satellite Clinic for nutritional consultations, and internal policies regarding the provision of healthy drinks and also the need to strengthen advertising regulations and product labels by the government and BPOM so that the information conveyed is not misleading.