



THE HABIT OF READING ING LABELS OF SUGAR-SWEETENED BEVERAGES AMONG ADOLESCENTS AND ADULTS IN MAKASSAR

Kebiasaan Membaca Label Ing Minuman Manis Kemasan Pada Remaja-Dewasa Di Makassar

Ismi Irfiyanti Facjridin¹, Eldrian Maikel Mosipate², Sri Mutmainnah Yunus³

Prodi Gizi, Fakultas Keperawatan dan Kebidanan, Universitas Megarezky

Email: ismi.irfiyanti@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Received

Revised form

Accepted

Keywords:

Packaged sugar-sweetend beverages;

Adolescents;

Adults;

Makassar;

Label ING

Kata Kunci:

Minuman manis kemasan;

Remaja;

Dewasa;

Makassar;

Label ING

ABSTRACT

Nutritional information on food packaging is information that consumers can use to choose healthy packaged food. Making it a habit to read labels, especially the nutritional value information printed on food packaging, needs to be done to make it easier for consumers to choose food according to their needs, especially regarding foods with ingredients that need to be limited, such as sugar, salt and fat. Purpose: This study aims to determine the habit of reading or using ING labels among adolescents and adults. Methods: The study design used was cross sectional with 84 respondents. Data was obtained through filling out online questionnaires and the Semi Quantitative Food Frequency Questionnaire (SQ-FFQ) independently. Data were analyzed univariately and bivariately with the Chi-Square test. Results: Respondents with the ability to read ING labels were classified as less likely 2.35 times to consume high levels of packaged sweetened drinks compared to respondents who had the ability to read ING labels which were classified as sufficient. Respondents who have a habit of reading ING labels are less inclined to consume packaged sweetened drinks more than respondents who have a habit of reading ING labels are quite moderate.

ABSTRAK

Informasi gizi pada kemasan pangan merupakan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen untuk memilih pangan kemasan yang sehat. Membiasakan membaca label khususnya informasi nilai gizi yang tertera pada kemasan pangan perlu dilakukan untuk memudahkan konsumen memilih makanan sesuai kebutuhannya, terutama terkait makanan dengan kandungan yang perlu dibatasi seperti gula, garam, dan lemak. Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebiasaan membaca atau penggunaan label ING pada remaja-dewasa. Metode: Desain studi yang digunakan, yaitu cross sectional dengan jumlah responden sebanyak 84 responden. Data diperoleh melalui pengisian kuesioner online dan Semi Quantitative Food Frequency Questionnaire (SQ-FFQ) secara mandiri. Data dianalisis secara univariat dan bivariat dengan uji Chi-Square. Hasil: Responden dengan kemampuan membaca label ING tergolong kurang berpeluang 2,35 kali mengonsumsi minuman berpemanis kemasan tingkat tinggi dibandingkan responden yang memiliki kemampuan membaca label ING tergolong cukup. Responden yang memiliki kebiasaan membaca label ING tergolong kurang cenderung mengonsumsi minuman berpemanis kemasan lebih banyak dibanding responden yang memiliki kebiasaan membaca label ING tergolong cukup.



INTRODUCTION

Minuman berpemanis (*sugar-sweetened beverages*) merupakan jenis minuman padat kalori dan tinggi gula namun rendah zat gizi. Jenis gula tambahan pada minuman berpemanis dapat berupa sukrosa, gula putih, gula merah, madu, dan high corn fructose syrup (HCFS) (1). Terdapat beberapa jenis minuman berpemanis, yaitu minuman berkarbonasi, minuman teh dan kopi dengan tambahan gula, minuman susu dengan tambahan rasa (*flavored milk*), minuman rasa buah dengan tambahan gula, minuman olahraga, dan minuman energi (2,3). Tingginya kandungan kalori pada minuman berpemanis dapat berdampak besar terhadap asupan kalori seseorang setiap harinya. Apabila minuman berpemanis dikonsumsi secara berlebihan dapat meningkatkan risiko terjadinya penyakit tidak menular seperti obesitas, diabetes melitus tipe II, dan penyakit kardiovaskular (4,5). penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan proporsi minuman berpemanis kemasan berdasarkan karakteristik individu dan penggunaan label ING.

Di tingkat global, salah satu konsumen terbesar dari minuman berpemanis adalah kelompok remaja. Penelitian sebelumnya di Amerika Serikat menunjukkan bahwa sebanyak 67,4% remaja rentang usia 12–17 tahun mengonsumsi minuman berpemanis secara rutin dengan rincian: 33,9% mengonsumsi 1–2 kali per hari dan 33,5% mengonsumsi ≥ 2 kali per hari (3). Remaja di Malaysia mengonsumsi minuman berpemanis sebanyak rata-rata 1.038 ml/hari atau setara dengan empat kemasan ukuran 250 ml (6). Hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesmas) Tahun 2018 menunjukkan bahwa sebanyak 56,4% remaja rentang usia 15–19 tahun di Indonesia mengonsumsi minuman berpemanis ≥ 1 kali per hari (7). Penelitian yang dilakukan pada kalangan remaja di Jakarta menunjukkan bahwa sebanyak 62,6% siswa mengonsumsi minuman berpemanis tingkat tinggi, yang artinya lebih tinggi dari prevalensi konsumsi minuman berpemanis tingkat nasional (8).

Informasi gizi pada kemasan pangan yang memuat gambaran isi dan kandungan gizi dari pangan tersebut merupakan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen untuk memilih pangan kemasan yang sehat (UU no. 18 tahun 2014). Membiasakan membaca label khususnya informasi nilai gizi yang tertera pada kemasan pangan perlu dilakukan untuk memudahkan konsumen memilih makanan sesuai kebutuhannya, terutama terkait makanan dengan kandungan yang perlu dibatasi seperti gu-

la, garam, dan lemak (9). Orang yang paham mengenai gizi, mementingkan gizi dibandingkan dengan rasa ketika membeli makanan, dan percaya terdapat hubungan antara asupan makanan dengan kondisi kesehatan, lebih mungkin untuk membaca informasi nilai gizi pada label pangan (10).

Label ING adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan olahan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan. Informasi yang sekurang-kurangnya ada dalam label ING adalah nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih atau isi bersih, nama dan alamat produsen, tanggal kadaluwarsa, dan nomor pendaftaran, serta kandungan zat gizi menjadi bagian penting dari label. Label tersebut harus tidak lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur, dan terletak pada bagian yang mudah dilihat dan dibaca (11). Label ING juga digunakan sebagai panduan diet, penyampaian informasi nilai gizi, komposisi pangan utama dalam setiap item makanan yang diproduksi dan berapa banyak jumlahnya yang baik untuk kesehatan konsumen. Industri makanan berkomitmen untuk menyediakan konsumen dengan pilihan makanan sehat dan informasi zat gizi yang dapat diandalkan (12).

Adapun beberapa tujuan pelabelan pada kemasan yaitu untuk memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan, selain itu juga menjadi sarana komunikasi dari produk untuk diketahui konsumen sebelum membeli atau mengonsumsinya. Selain itu, sebagai petunjuk umum konsumen tentang manfaat produk, serta sebagai petunjuk untuk konsumen tentang manfaat produk, serta sebagai sarana periklanan dan memberi rasa aman bagi konsumen (13).

Penggunaan label ING, seperti kebiasaan dan kemampuan membaca label ING menjadi salah satu faktor remaja dalam mengonsumsi minuman berpemanis kemasan. Remaja merupakan kelompok usia dengan minat dan kesadaran yang rendah terhadap penggunaan label ING (14). Label ING merupakan media informasi mengenai karakteristik dan kandungan produk untuk memudahkan konsumen dalam memilih suatu produk kemasan. Penelitian mengenai penggunaan label ING pada minuman manis di kalangan remaja masih terbatas, sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebiasaan membaca atau penggunaan label ING.

MATERIAL AND METHOD

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain *cross sectional*. Penelitian ini terdiri atas variabel independen yaitu karakteristik individu seperti jenis kelamin, berat badan (BB), tinggi badan (TB), serta variabel dependen yaitu kebiasaan dan kemampuan membaca labe ING. Penelitian dilakukan secara online kepada followers @jajanan_makassar. Subjek penelitian dipilih melalui metode *quota sampling*. Sampel penelitian yaitu 84 orang. Kriteria inklusi yaitu remaja-dewasa berusia 12-45 tahun, bersedia menjadi subjek penelitian dengan menandatangani *informed consent*. Data dikumpulkan secara online menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner karakteristik individu dan pertanyaan untuk mengetahui kemampuan membaca label ING dan juga kuesioner SQ-FFQ. Kegiatan penelitian dimulai sejak peneliti menentukan sampel yang akan diteliti kemudian menyebarkan form kuesioner secara online pada populasi penelitian yang didalamnya terdapat juga *informed consent* (kesediaan responden untuk menjadi sampel penelitian). Data diolah dan dianalisis menggunakan program SPSS. Analisis univariat dilakukan untuk mengetahui distribusi karakteristik responden dengan cara mendeskripsikan variabel yang diteliti, yakni dengan melihat gambaran distribusi frekuensi serta persentase tunggal yang terkait dengan tujuan penelitian. Analisis bivariat kemudian dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variable independent dan variable dependen menggunakan uji *Chi-Square*.

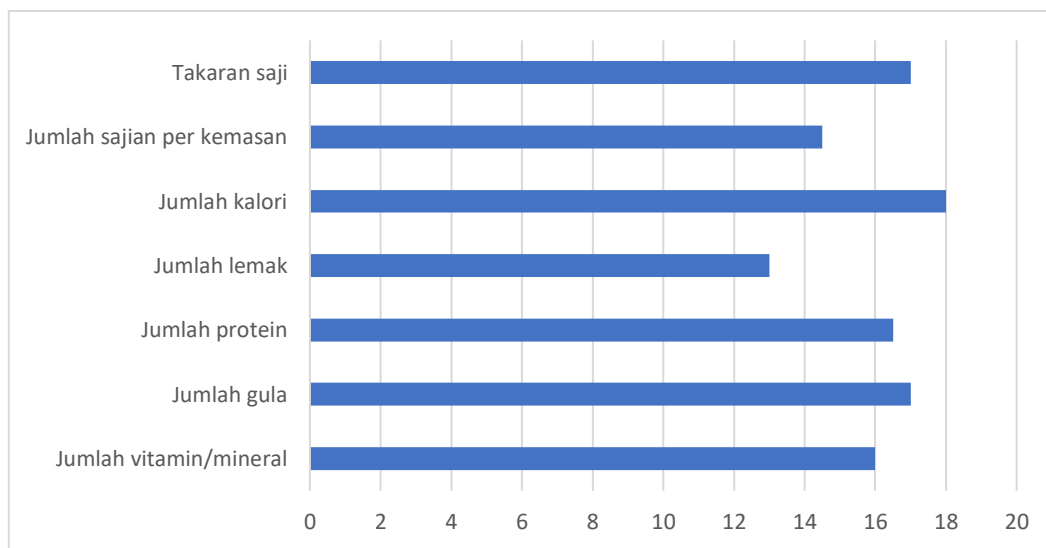
RESULTS

Tabel 1 menunjukkan karakteristik responden. Jumlah responden pada penelitian yaitu 84 dengan rentang usia 12-45 tahun, dan lebih dari setengah responden berjenis kelamin perempuan (53,3%). Tingkat konsumsi minuman berpemanis kemasan pada 55,1% responden tergolong tinggi, sementara sebesar 44,9% responden memiliki tingkat konsumsi minuman berpemanis kemasan yang rendah, dengan rincian sebanyak 10,7% responden mengonsumsi minuman berpemanis kemasan rata-rata ≤ 1 kali per hari; 16,2% responden mengonsumsi minuman berpemanis kemasan dengan rata-rata 1- 2 kali per hari; dan 18,0% responden mengonsumsi minuman berpemanis dengan rata-rata 2-3 kali per hari.

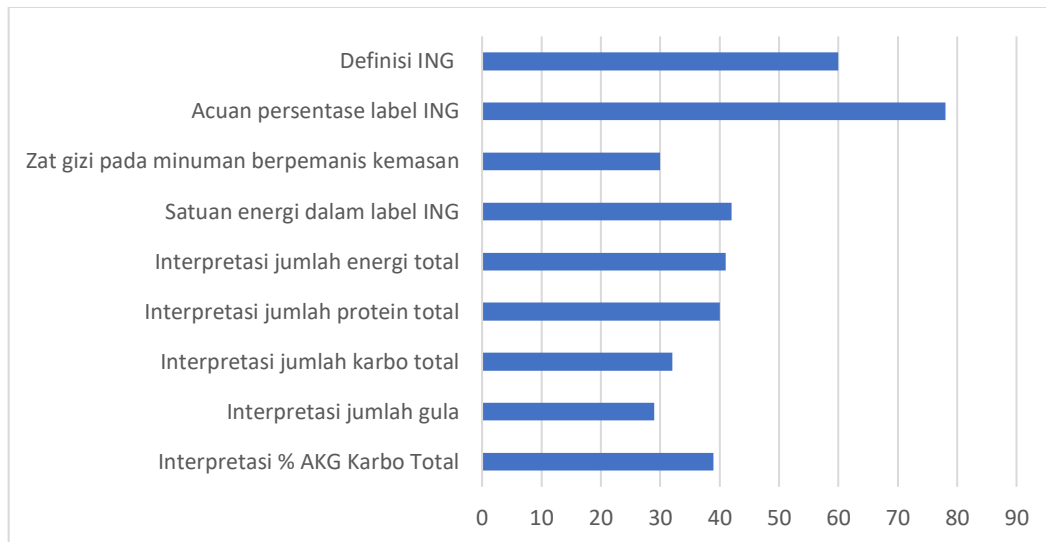
Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	n = 167	Persentase (%)
Konsumsi minuman berpemanis		
Tinggi	92	55,1
Rendah	75	44,9
Jenis Kelamin		
Laki-laki	78	46,7
Perempuan	89	53,3
Kebiasaan membaca label ING		
Kurang	142	85,0
Cukup	25	15,0
Kemampuan membaca label ING		
Kurang	101	60,6
Cukup	66	39,5

Pada gambar 1 diketahui distribusi responden berdasarkan tingkat keseringan membaca bagian label ING, dan gambar 2 merupakan distribusi responden berdasarkan jawaban benar dari pertanyaan membaca label informasi nilai gizi.



Gambar 1. Distribusi responden berdasarkan tingkat keseringan membaca bagian label informasi nilai gizi (%)



Gambar 2. Distribusi responden berdasarkan jawaban benar dari pertanyaan membaca label informasi nilai gizi

Tabel 2. Perbedaan proporsi kebiasaan dan kemampuan membaca label ING minuman berpemanis kemasan

Variabel	Konsumsi minuman berpemanis kemasan				p	OR (95% CI)
	Tinggi		Rendah			
	n	%	n	%		
Jenis kelamin						
Laki-laki	50	64,1	28	35,9	0,030*	1,998 (1,073-2,723)
Perempuan	42	47,2	47	52,8		
Kebiasaan membaca label ING						
Kurang	79	55,6	63	44,4	0,828	1,158 (0,494-2,712)
Cukup	13	52,0	12	48,0		
Kemampuan membaca label ING						
Kurang	64	63,4	37	36,6	0,011*	2,347 (1,245-4,426)
Cukup	28	42,4	38	57,6		

Hasil analisis bivariat pada Tabel 2 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan bermakna proporsi konsumsi minuman berpemanis kemasan berdasarkan jenis kelamin ($p=0,03$). Laki-laki diketahui mengonsumsi minuman berpemanis kemasan tingkat tinggi dua kali lebih sering dibandingkan perempuan. Selain itu, terdapat perbedaan proporsi konsumsi minuman berpemanis kemasan berdasarkan kemampuan membaca label ING ($p=0,011$). Responden dengan kemampuan membaca label ING tergolong kurang berpeluang 2,35 kali mengonsumsi minuman berpemanis kemasan tingkat tinggi

dibandingkan responden yang memiliki kemampuan membaca label ING tergolong cukup. Responden yang memiliki kebiasaan membaca label ING tergolong kurang cenderung mengonsumsi minuman berpemanis kemasan lebih banyak dibanding responden yang memiliki kebiasaan membaca label ING tergolong cukup.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat konsumsi minuman berpemanis pada sebagian besar responden (55,1%) tergolong tinggi (≥ 3 kali per hari). Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, prevalensi konsumsi minuman berpemanis pada penelitian ini lebih tinggi dibandingkan di Amerika Serikat sebesar 30,6%, namun mendekati prevalensi konsumsi minuman berpemanis nasional, yaitu 56,4% (7, 15). Remaja - dewasa merupakan kelompok sasaran dari promosi minuman berpemanis kemasan karena remaja dianggap dapat menentukan pilihan makanan maupun minuman secara mandiri (13). Selain itu, masa remaja merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju dewasa sehingga pola makan yang terbentuk saat remaja akan menjadi kebiasaan saat dewasa (16). Jenis minuman berpemanis kemasan yang paling banyak dikonsumsi pada studi ini adalah minuman susu dengan rasa. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan pada remaja di Malaysia (17). Tingginya konsumsi minuman susu dengan rasa dapat disebabkan oleh ketidakpahaman mengenai minuman tersebut. Remaja beranggapan bahwa minuman susu dengan rasa merupakan jenis minuman yang baik untuk dikonsumsi dan menyehatkan. Namun, pada kenyataannya kandungan gula tambahan pada minuman susu dengan rasa tergolong cukup tinggi, dengan rata-rata sebesar 28 gram (18). Menurut Harvard University, kandungan gula tambahan yang dianjurkan pada minuman kemasan tidak melebihi 12 gram per 350 ml (19).

Terdapat perbedaan bermakna pada proporsi konsumsi minuman berpemanis kemasan berdasarkan jenis kelamin responden. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu, seperti di Amerika Serikat, Malaysia, dan Jakarta (20,21,22). Pada penelitian ini, laki-laki berpeluang dua kali mengonsumsi minuman berpemanis kemasan dibandingkan perempuan. Hal ini dapat disebabkan oleh tingginya minat dan kesadaran pada perempuan terkait kesehatan dan bentuk tubuh dibandingkan laki-laki. Bagi perempuan, minuman berpemanis kemasan dianggap sebagai pilihan minuman yang kurang menyehatkan karena padat kalori dan tinggi gula sehingga mereka cenderung membatasi konsumsi minuman berpemanis kemasan (23).

Penelitian ini memiliki beberapa kekurangan, yaitu desain studi yang digunakan tidak dapat menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel penelitian. Selain itu, penelitian ini hanya menilai frekuensi konsumsi minuman berpemanis sehingga tidak dapat mengetahui gambaran asupan kalori dan gula dari minuman berpemanis kemasan yang dikonsumsi oleh responden.

Daftar Pustaka

1. Whitney E, Rady RS. Understanding nutrition, fourteenth edition. Canada: Cengage Learning. 2015.
2. European Commission. Fruit juices, sugar sweetened beverages and artificially sweetened beverages: consumption patterns and impact on overweight and obesity. Luxembourg: European Union. 2018.
3. Houghton CF, Waring ME, Wang M, Rosal M, Pbert L, Lemon SC. Home matters: adolescent drink more sugarsweetened beverages when available at home. *J Pediatr*. 2018; 202, pp 121–128. doi: 10.1016/j.jpeds.2018.06.046.
4. Malik VS, Hu FB. Sugar-sweetened beverages and cardiometabolic health: an update of the evidence. *Nutrients*. 2019;11(1840):1–17.
5. Ahmad N, Zuki MAM, Azilah-Azahar N, Han-Khor B, Sakdiah-minhat H. Prevalence and factors associated with sugar-sweetened beverage intake among undergraduate students in a public university in Malaysia. *Pak. J. Nutr.* 2019.18 (4) :354-363. doi: 10.3923/pjn.2019.354.363.
6. Gan WY, Mohamed SF, Law LS. Unhealthy lifestyle associated with higher intake of sugar-sweetened beverages among Malaysian school-aged adolescents. *Int J Environ Res Public Health*. 2019;16(15):1–13. doi: 10.3390/ijerph16152785.
7. Kemenkes RI. Riset Kesehatan Dasar. Jakarta: Badan Peneliti dan Pengembangan Kementerian Kesehatan RI; 2018
8. Pratiwi LI. Faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumsi sugarsweetened beverages (SSBs) di SMA Islam PB Soedirman Jakarta Timur tahun 2019. Skripsi. Universitas Indonesia. 2019.
9. Kementerian Kesehatan RI. (2014). Pedoman gizi seimbang. Jakarta: Dirjen Bina Gizi dan KIA.
10. Guthrie JF, Fox JJ, Cleveland LE, Welsh S. (1995). Who uses nutrition labeling, and what effects does label use have on diet quality?. *Journal of Nutrition Education*, 27, 163 – 172.
11. BPOM RI. 2018. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan No.31 tentang Label pangan Olahan.
12. Kusuma, AN. 2013. Pengetahuan Label Kemasan Pangan. Malang : Gunung Samudera.
13. Assifa, R R. 2012. Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku membaca label pangan pada siswa SMAN 68 Jakarta. Skripsi : Universitas Indonesia.

14. Adilin MAMH, Nor FAS, Aliff AMM, Fattin FCA, Syaswani ON. Nutritional labelling: awareness and its effects towards consumer behaviour in purchasing product. *Journal Appl Environ Biol Sci*. 2015;5(January):62–8.
15. Notoatmodjo, Soekidjo. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
16. Brown JE. *Nutrition through the life cycle*. 4th edition. USA: Cengage Learning. 2011. 623 p.
17. Stok FM, Vet E, De Wit JBF, De Luszczynska A, Safron M RD. The proof is in the eating: subjective peer norms are associated with adolescents' eating behaviour. 2014;18(16):1044–51.
18. Ahmad N, Zuki MAM, Azilah-Azahar N, Han-Khor B, Sakdiah-minhat H. Prevalence and factors associated with sugar-sweetened beverage intake among undergraduate students in a public university in Malaysia. *Pak. J. Nutr.* 2019.18 (4) :354-363. doi: 10.3923/pjn.2019.354.363.
19. Department of Health Australia. Healthy bodies need healthy drinks resource package [Internet]. 2014 [cited 2021 Jan 13]. Available from: <https://www1.health.gov.au/internet/publications/publishing.nsf/Content/sugar-drinks-toc>
20. University H. How sweet is it? [Internet]. 2007 [cited 2021 Jan 13]. Available from: <https://www.hsph.harvard.edu/nutritionsource/healthy-drinks/sugarydrinks/how-sweet-i>
21. Pratiwi LI. Faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumsi sugarsweetened beverages (SSBs) di SMA Islam PB Soedirman Jakarta Timur tahun 2019. Skripsi. Universitas Indonesia. 2019
22. Park S, Blanck HM, Sherry B, Brener N, O'Toole T. Factors associated with sugar-sweetened beverage intake among United States High School students. *J Nutr.* 2012;142(2):306–12
23. Zahid A, Davey C, Reicks M. Beverage intake among children: associations with parent and home-related factors. *Int J Environ Res Public Health*. 2017;14(8).