

**HUBUNGAN PAPARAN IKLAN, PERAN TEMAN SEBAYA, DAN KETERSEDIAAN
SUGAR-SWEETENED BEVERAGES DI RUMAH DENGAN POLA KONSUMSI SUGAR-
SWEETENED BEVERAGES DAN RISIKO HIPERGLIKEMIA PADA REMAJA SMA N 1
KARANGANOM, KABUPATEN KLATEN**

**KUKUH PRASETYO-25000121140253
2025-SKRIPSI**

Tingginya konsumsi minuman berpemanis atau SSB (*Sugar-Sweetened Beverages*) menjadi salah satu faktor risiko utama hiperglikemia, dengan Indonesia menempati peringkat tertinggi di Asia Pasifik untuk konsumsi minuman jenis ini. Kabupaten Klaten menunjukkan proporsi konsumsi SSB harian yang sangat tinggi yaitu 63%, jauh di atas rata-rata nasional, dengan remaja sebagai kelompok konsumen tertinggi. Sebuah studi pendahuluan di Klaten menemukan 22% siswa SMA mengalami hiperglikemia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan pola konsumsi *Sugar-Sweetened Beverages* sebagai faktor risiko hiperglikemia pada remaja. Penelitian ini merupakan penelitian observasional analitik dengan desain *cross-sectional*. Sampel penelitian berjumlah 160 siswa yang dipilih dari populasi siswa SMA N 1 Karanganyar. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan uji chi-square. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden (65,6%) memiliki pola konsumsi SSB yang tinggi. Terdapat hubungan signifikan antara paparan iklan ($p=0,004$), peran teman sebaya ($p=0,000$), dan ketersediaan SSB di rumah ($p=0,003$) dengan pola konsumsi SSB. Asupan kalori harian berlebih berhubungan dengan hiperglikemia setelah dikontrol dengan pola konsumsi SSB ($p=0,000$) dengan OR 35. Disimpulkan bahwa paparan iklan, peran teman sebaya, dan ketersediaan SSB di rumah berhubungan dengan tingginya konsumsi SSB pada remaja, yang menjadi dasar penting untuk pengembangan intervensi pencegahan hiperglikemia.

Kata kunci: minuman berpemanis, *Sugar-Sweetened Beverages*, hiperglikemia, remaja