

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Konsumsi minuman berpemanis kini menjadi bagian yang melekat dalam gaya hidup modern, khususnya di kawasan perkotaan seperti Semarang. Di Indonesia, konsumsi minuman manis telah berkembang menjadi isu serius dalam kesehatan masyarakat. Data menunjukkan bahwa produk minuman manis, terutama teh dalam kemasan siap minum, sangat diminati oleh berbagai kelompok usia. Data menunjukkan bahwa minuman manis, terutama teh kemasan siap minum, sangat populer di kalangan berbagai kelompok usia. Lebih dari 60% anak-anak, remaja, dan orang dewasa mengonsumsi minuman manis setidaknya seminggu sekali (Laksmi et al., 2018). Temuan ini mencerminkan tingginya tingkat konsumsi minuman manis di Indonesia. Berdasarkan laporan Katadata 2024 mengungkapkan bahwa 47,5% penduduk Indonesia berusia 3 tahun ke atas mengonsumsi minuman manis minimal sekali sehari, sedangkan 43,3% lainnya mengonsumsinya antara satu hingga enam kali per minggu.

Di Indonesia, minuman manis dikonsumsi setidaknya seminggu sekali oleh 62% anak-anak, remaja 72%, dan 61% orang dewasa, teh kemasan siap minum menjadi minuman berpemanis yang paling populer (Laksmi et al., 2018). Pasar minuman berpemanis di Indonesia terus berkembang pesat, dan produk-produk ini dijual di berbagai lokasi seperti sekolah, supermarket, hingga rumah sakit (Parro et al., 2019). Berdasarkan hasil survei, sebanyak 81,6% anak-anak tercatat mengonsumsi makanan ringan komersial, dan 40% di antaranya juga mengonsumsi minuman berpemanis pada hari sebelum survei dilaksanakan (Green et al., 2019). Berdasarkan laporan Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Indonesia (Balitbangkes) tahun 2014, rata-rata konsumsi harian minuman berkarbonasi di Indonesia adalah 2,4 ml per orang. Konsumsi tertinggi tercatat pada usia 13-18 tahun, yaitu sebesar 4,7 ml per orang per hari (Mutaqin,

2018). Pada tahun 2014, total penjualan minuman berpemanis di Indonesia tercatat sebesar 3,894 miliar liter. Dari jumlah tersebut, minuman berkarbonasi menyumbang 944 juta liter (24,2%), jus sebanyak 167 juta liter (4,3%), kopi siap minum sebesar 16 juta liter (0,4%), teh siap minum mencapai 2.145 juta liter (55,1%), dan minuman energi sebesar 622 juta liter (16%). Dengan populasi lebih dari 250 juta jiwa, rata-rata penjualan minuman berpemanis di Indonesia adalah sekitar 16 liter per orang per tahun, jauh lebih rendah dibandingkan Singapura yang konsumsi per kapitanya melebihi 70 liter per tahun (Bourke & Veerman, 2018).

Gaya hidup masyarakat modern menunjukkan kecenderungan meningkatnya konsumsi minuman manis sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Minuman kopi, teh, dan berbagai minuman kekinian menjadi pilihan populer karena mudah diakses, praktis, serta mampu memberikan kesenangan bagi konsumen. Konsumsi minuman manis tidak hanya berfungsi sebagai pelepas dahaga, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup, sarana bersosialisasi, dan bentuk pemenuhan kebutuhan emosional. Berdasarkan kondisi tersebut, penting untuk memahami bagaimana pengetahuan produk dan risiko yang dirasakan memengaruhi kesediaan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi minuman kekinian. Semakin berkembangnya peradaban dan kompleksitas gaya hidup, semakin tinggi pula tuntutan konsumen untuk memahami produk yang dikonsumsi, baik dari segi manfaat maupun potensi risikonya. Tujuan utama konsumsi minuman tidak hanya untuk memperoleh kesenangan, tetapi juga untuk menjaga kesehatan (Agrawal et al., 2013). Fenomena tingginya konsumsi gula di masyarakat mencerminkan masih rendahnya tingkat kesadaran kolektif terhadap dampak negatif yang ditimbulkan oleh asupan gula berlebih. Padahal, Organisasi Kesehatan Dunia (World Health Organization) telah merekomendasikan batas konsumsi gula harian maksimum sebesar 50 gram per individu. Realitasnya, sebagian besar masyarakat cenderung melebihi ambang batas tersebut, terutama melalui konsumsi minuman berpemanis yang kini menjadi bagian dari gaya hidup sehari-hari. Sebuah tinjauan sistematis menemukan bahwa konsumsi minuman berpemanis berkaitan dengan penyakit tidak menular (NCD), termasuk penyakit kardiovaskular dan diabetes tipe 2

(Vargas-Garcia et al., 2015). Penelitian lain menunjukkan bahwa konsumsi minuman berpemanis meningkatkan risiko diabetes tipe 2, bahkan tanpa mempertimbangkan faktor obesitas (Imamura et al., 2015)

Laporan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2018) turut memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan adanya peningkatan prevalensi penyakit tidak menular secara nasional sejak tahun 2013 hingga 2018. Peningkatan ini tidak hanya berdampak pada sektor kesehatan, tetapi juga menyebabkan beban finansial yang signifikan terhadap sistem jaminan kesehatan nasional. Berdasarkan data Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS) tahun 2017, tercatat bahwa sebanyak 10,8 juta peserta program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) menerima layanan terkait penyakit katastropik, dengan total biaya pelayanan mencapai 14,6 triliun rupiah atau sekitar 21,8% dari keseluruhan anggaran pelayanan kesehatan. Dari jumlah tersebut, sebesar 50,9% dialokasikan untuk penanganan penyakit kardiovaskular, dan 17,7% digunakan untuk penyakit ginjal kronis. Di sisi lain, penyakit diabetes melitus menyumbang beban pembiayaan sebesar 7,7 triliun rupiah pada tahun 2016, sementara hipertensi tercatat sebagai penyebab utama klaim di berbagai rumah sakit, khususnya di wilayah DKI Jakarta dan Nusa Tenggara Timur (Heniwati, 2015). Oleh karena itu, pengetahuan konsumen mengenai produk minuman manis berperan penting dalam membentuk persepsi risiko yang dirasakan. Persepsi risiko tersebut akan memengaruhi nilai dan sikap konsumen dalam proses pengambilan keputusan. Menurut Kotler dan Keller (2013), nilai konsumen merupakan bagian dari perilaku pembelian yang mencakup motif, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap.

Pemerintah Republik Indonesia melalui Kementerian Kesehatan telah melakukan berbagai upaya edukatif dan regulatif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kadar gula dan bahaya yang ditimbulkannya. Salah satu langkah awal adalah implementasi Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 30 Tahun 2013 yang mewajibkan pencantuman informasi nilai gizi, termasuk kandungan gula pada label pangan olahan, sehingga konsumen dapat lebih memahami asupan gula yang dikonsumsi. Selain itu, kampanye edukasi gizi dan konsumsi sehat sering

dilakukan melalui media digital dengan upaya untuk menekan konsumsi minuman manis.

Dalam suatu aksi kampanye yang dilaksanakan di kawasan Car Free Day, Bundaran HI, Jakarta, para pegiat kesehatan dan masyarakat melakukan kegiatan publik untuk meningkatkan kesadaran terhadap bahaya minuman manis kemasan. Kampanye semacam ini merupakan bagian dari upaya kolektif untuk meningkatkan literasi kesehatan di masyarakat terkait dampak buruk konsumsi minuman manis tinggi gula, yang erat kaitannya dengan berbagai kondisi kesehatan seperti obesitas dan penyakit metabolik. Dukungan terhadap kegiatan kampanye tersebut juga mencerminkan pentingnya peran organisasi masyarakat, LSM, dan komunitas pegiat untuk menyuarakan isu kesehatan yang belum sepenuhnya terakomodasi dalam kebijakan regulator.



Gambar 1.1 : Kampanye Bahaya Minuman Manis, Media Indonesia (2025)

Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya konsumsi gula berlebih dan mendorong perubahan perilaku menuju pola makan yang lebih sehat (Vilasari, 2024). Selain pemerintah, organisasi kesehatan dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) sering berkolaborasi untuk menyelenggarakan program edukasi, mendistribusikan materi informasi, dan mempromosikan kesehatan. Kampanye-kampanye ini bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat menuju pilihan makanan dan minuman yang lebih sehat.



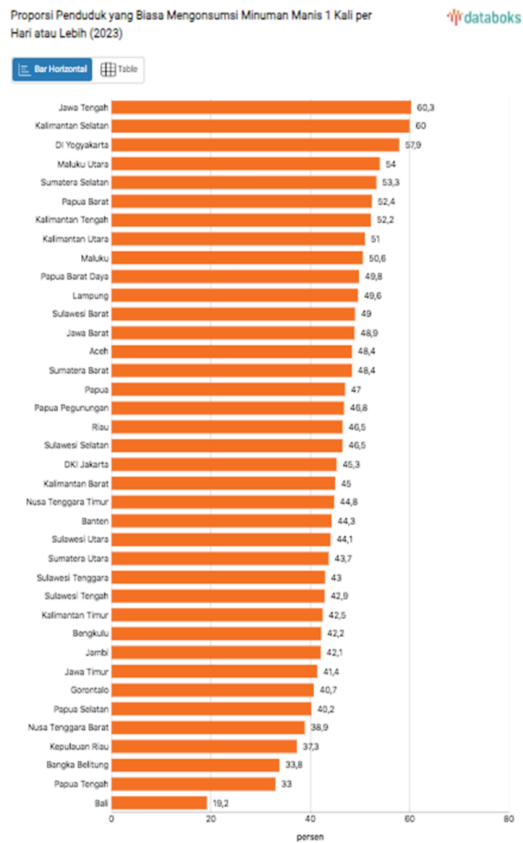
Gambar 1.2 : Kampanye Konsumsi Gula, Kementerian Kesehatan RI (2024)

Selain pemerintah, organisasi kesehatan, dan lembaga swadaya masyarakat seringkali bekerja sama dalam menyelenggarakan program edukasi, distribusi materi informasi, dan kegiatan promosi kesehatan. Kampanye-kampanye ini bertujuan untuk mengubah perilaku masyarakat agar lebih memilih makanan dan minuman yang sehat.

Di era digital saat ini, media sosial memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi kesehatan kepada masyarakat luas. Salah satu kampanye yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan bahaya konsumsi gula berlebih dilakukan melalui platform Instagram, seperti yang ditunjukkan oleh akun @fyindonesians. Melalui berbagai unggahannya, akun ini secara konsisten menyoroti dampak negatif konsumsi makanan dan minuman manis terhadap kesehatan dan mendorong generasi muda untuk lebih selektif dalam memilih pola makan sehari-hari. Meskipun informasi mengenai dampak negatif konsumsi minuman tinggi gula telah disebarluaskan melalui berbagai platform, tingkat konsumsi minuman manis di masyarakat, terutama di perkotaan seperti Semarang, masih mengkhawatirkan. Data tahun 2023 menunjukkan perbedaan yang signifikan antarprovinsi dalam hal frekuensi konsumsi minuman manis, dengan beberapa daerah menunjukkan prevalensi konsumsi harian yang relatif tinggi, setidaknya

sekali sehari. Menurut Databoks (2023), Provinsi Jawa Tengah mencatat konsumsi minuman manis harian tertinggi, mencapai 60,3% dari total penduduknya. Angka ini diikuti berturut-turut oleh Kalimantan Selatan (60,0%) dan Daerah Istimewa Yogyakarta (57,9%), yang juga menunjukkan prevalensi konsumsi yang tinggi. Sementara itu, provinsi seperti Maluku Utara (54,0%) dan Sumatera Selatan (53,3%) juga menempati peringkat tinggi, diikuti oleh Papua Barat (52,4%). Kalimantan Tengah (52,2%) dan Kalimantan Utara (51,0%) menunjukkan proporsi yang hampir sama, sementara Maluku (50,6%) mencerminkan bahwa lebih dari separuh penduduknya rutin mengonsumsi minuman manis.

Di sisi lain, Bali mencatat tingkat konsumsi harian terendah secara nasional, dengan hanya 19,2% penduduk yang mengonsumsi minuman manis setidaknya sekali sehari, jauh di bawah rata-rata nasional. Beberapa provinsi lain di Pulau Jawa, seperti Jawa Barat (48,9%) dan Jakarta (45,3%), menunjukkan tingkat konsumsi yang lebih rendah daripada Jawa Tengah. Di Indonesia bagian timur, beberapa provinsi, seperti Papua (47,0%), Papua Pegunungan (46,8%), dan Papua Barat Daya (49,8%), juga menunjukkan tingkat konsumsi yang cukup tinggi, yang menunjukkan bahwa kebiasaan mengonsumsi minuman manis telah menyebar secara geografis di seluruh Indonesia.



Gambar 1.3 : Konsumsi Minuman Manis per Hari, Databoks (2023)

Berdasarkan Databoks (2023), Provinsi Jawa Tengah mencatat persentase tertinggi dalam hal konsumsi minuman manis harian, yakni mencapai 60,3% dari total penduduknya. Angka ini diikuti secara berurutan oleh Kalimantan Selatan (60,0%) dan Daerah Istimewa Yogyakarta (57,9%) yang juga menunjukkan prevalensi konsumsi tinggi. Sementara itu, provinsi seperti Maluku Utara (54,0%) dan Sumatera Selatan (53,3%) turut menempati peringkat atas, disusul oleh Papua Barat (52,4%). Kalimantan Tengah (52,2%) dan Kalimantan Utara (51,0%) menunjukkan proporsi yang hampir serupa, sedangkan Maluku (50,6%) mencerminkan bahwa lebih dari separuh penduduknya mengonsumsi minuman manis secara rutin.

Di sisi lain, Bali mencatat angka konsumsi harian terendah secara nasional, dengan hanya 19,2% penduduk yang mengonsumsi minuman manis minimal sekali

dalam sehari, jauh di bawah rata-rata nasional. Beberapa provinsi di Pulau Jawa lainnya, seperti Jawa Barat (48,9%) dan DKI Jakarta (45,3%), menunjukkan tingkat konsumsi yang lebih rendah dibandingkan Jawa Tengah. Adapun di kawasan timur Indonesia, sejumlah provinsi seperti Papua (47,0%), Papua Pegunungan (46,8%), dan Papua Barat Daya (49,8%) juga memperlihatkan tingkat konsumsi yang cukup tinggi, menunjukkan bahwa kebiasaan mengonsumsi minuman berpemanis telah meluas secara geografis lintas wilayah Indonesia.

Pemilihan Kota Semarang sebagai lokasi penelitian didasarkan pada tingginya tingkat konsumsi bahan minuman yang berpotensi mengandung gula berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS). Data BPS tahun 2024 menunjukkan bahwa rata-rata pengeluaran per kapita per minggu untuk kelompok bahan minuman di Kota Semarang tergolong cukup tinggi. Pengeluaran tersebut mencakup konsumsi gula pasir, gula merah, teh, serta kopi baik dalam bentuk bubuk maupun instan, yang merupakan bahan utama dalam konsumsi minuman manis. Tingginya pengeluaran ini mencerminkan intensitas konsumsi minuman manis dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Kota Semarang. Berdasarkan dashboard Dinas Kesehatan Kota Semarang tahun 2020, kasus diabetes melitus di Kota Semarang sebesar 38.254 kasus, sedangkan pada tahun 2021 meningkat menjadi sebesar 45.164 kasus dan terjadi peningkatan pada tahun 2022 sebesar 55.075 kasus. Total kasus diabetes melitus di Kota Semarang tahun 2023 sebesar 48.119 kasus dengan total kasus pada perempuan sebanyak 31.292 kasus (65,03%) dan laki-laki sebanyak 16.827 kasus (34,97%).

Data ini menunjukkan ketidaksesuaian antara pengetahuan publik dan tindakan nyata. Meskipun sebagian besar individu memahami risiko kesehatan dari mengonsumsi minuman manis, perubahan perilaku tidak terjadi secara langsung karena berbagai faktor, seperti pola kebiasaan, kemudahan akses terhadap produk manis, dan tekanan sosial di lingkungan sekitar. Dalam lingkungan informasi yang padat, upaya kampanye ini pada akhirnya harus bersaing dengan berbagai pesan lain yang memiliki daya tarik dan jangkauan yang lebih besar. Iklan minuman manis, misalnya, dirancang dengan strategi pemasaran yang canggih,

memanfaatkan visual yang menarik, narasi emosional, dan integrasi yang kuat ke dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari masyarakat. Dan kampanye kesehatan yang hanya berfokus pada penyediaan data dan fakta cenderung kurang efektif dalam mengubah perilaku yang diperlukan untuk mengatasi disonansi kognitif (Wahyudi, 2025). Diperlukan pendekatan komunikasi yang dapat memanfaatkan aspek afektif dan membangun kesadaran pribadi akan kerentanan, sehingga individu termotivasi untuk mengurangi ketidaknyamanan psikologis melalui perubahan perilaku yang positif. Niat individu dalam melakukan suatu perilaku tidak muncul secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis dan sosial (Febriansyah, 2021). Niat tersebut terbentuk berdasarkan sikap individu, norma subjektif yang dirasakan, serta persepsi resiko yang dimiliki oleh individu. Ketiga faktor ini saling berinteraksi dalam membentuk kecenderungan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan.

Norma subjektif merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi niat perilaku individu. Norma subjektif mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan oleh individu dari lingkungan sekitarnya, seperti keluarga, teman, atau kelompok sosial, untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Tung, 2011). Tekanan sosial tersebut dapat berupa harapan, saran, maupun penilaian dari orang-orang yang dianggap penting oleh individu, sehingga memengaruhi keputusan yang diambil.

Dalam konteks perilaku konsumsi, norma subjektif berperan dalam membentuk kecenderungan individu untuk menyesuaikan tindakannya dengan pandangan dan ekspektasi lingkungan sosial. Individu cenderung mempertimbangkan pendapat orang lain sebelum bertindak, terutama ketika perilaku tersebut berkaitan dengan kebiasaan sehari-hari atau gaya hidup.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Izzah, Ulfa, & Luqman (2024) menyimpulkan bahwa kampanye “30 Hari Tanpa Minuman Manis” tidak memberikan dampak signifikan terhadap perubahan perilaku konsumsi minuman manis. Meskipun kampanye tersebut mampu membentuk sikap negatif terhadap

minuman berpemanis, namun tidak disertai dengan perubahan nyata dalam perilaku konsumsi. Hal serupa juga ditemukan dalam penyebaran informasi terkait diabetes melalui media daring yang ternyata tidak memberikan pengaruh berarti terhadap kebiasaan konsumsi masyarakat. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun informasi kesehatan telah tersedia dan disebarluaskan, hal tersebut belum cukup untuk mendorong terjadinya transformasi perilaku konsumtif masyarakat terhadap gula tambahan, sehingga dibutuhkan pendekatan strategis lain yang lebih efektif.

Penelitian sebelumnya juga mengidentifikasi beberapa faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi minuman berpemanis, salah satunya adalah persepsi terhadap risiko kesehatan. Gregorio-Pascual & Mahler (2020) dalam penelitiannya terhadap 430 mahasiswa membagi responden ke dalam beberapa kelompok perlakuan: satu kelompok diberikan informasi mengenai dampak negatif konsumsi minuman manis bagi kesehatan, sementara kelompok lainnya memperoleh informasi mengenai perilaku konsumsi orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi niat, tindakan, dan hasil aktual dari upaya pengurangan konsumsi. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi risiko yang dibentuk melalui penyampaian informasi yang tepat dapat mendorong individu untuk mengurangi konsumsi minuman manis secara nyata.

Selain Penelitian yang dilakukan oleh Zoellner et al (2012) mengungkap bahwa niat berperilaku merupakan prediktor paling kuat terhadap tingkat konsumsi minuman manis, diikuti oleh faktor sikap, persepsi terhadap kontrol perilaku, dan norma subjektif. Norma subjektif merujuk pada persepsi individu mengenai pandangan orang-orang yang dianggap penting dalam kehidupannya terhadap suatu perilaku. Apabila individu merasakan adanya dukungan dari lingkungan sosial terdekat, seperti keluarga atau teman terhadap gaya hidup sehat dan pembatasan konsumsi gula, maka motivasi untuk mengikuti perilaku tersebut cenderung meningkat. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih lanjut pengaruh dari sikap terhadap kampanye bahaya konsumsi minuman manis, persepsi risiko, dan norma subjektif terhadap perilaku konsumsi minuman manis di Kota Semarang. Pemahaman terhadap beberapa faktor

psikologis yang melatarbelakangi perilaku tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam merancang strategi intervensi yang lebih tepat sasaran dan berbasis bukti ilmiah, untuk mengurangi tingkat konsumsi gula tambahan serta mendorong pola hidup sehat masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Informasi mengenai dampak negatif konsumsi gula yang telah luas disebarluaskan melalui media massa dan media sosial bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik terhadap risiko kesehatan akibat asupan gula yang berlebihan. Meskipun demikian, perilaku konsumtif terhadap minuman berpemanis masih tergolong tinggi di kalangan masyarakat, khususnya di Kota Semarang. Rendahnya efektivitas penyampaian informasi tersebut diduga dipengaruhi oleh sejumlah faktor psikologis, antara lain sikap individu terhadap informasi bahaya gula, norma subjektif mengenai pentingnya gaya hidup sehat, serta persepsi risiko terhadap ancaman kesehatan yang ditimbulkan.

Efektivitas kampanye kesehatan ini sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis dan sosial. Di antaranya adalah sikap individu terhadap pesan kampanye yang diterima, norma subjektif atau persepsi mengenai dukungan sosial terhadap hidup sehat, serta persepsi risiko atau pandangan individu mengenai kemungkinan dan tingkat keparahan dampak kesehatan yang mungkin dialami akibat konsumsi gula berlebih.

1.3 Tujuan

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh sikap terhadap kampanye bahaya minuman manis, norma subjektif hidup sehat, persepsi resiko, terhadap perilaku konsumsi minuman manis warga Semarang. Penelitian dapat menggambarkan bagaimana sikap terhadap kampanye bahaya minuman manis, persepsi resiko, dan norma subjektif hidup sehat memengaruhi keputusan seseorang dalam mengonsumsi minuman manis. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar yang kuat bagi penyusunan strategi edukasi kesehatan masyarakat yang lebih efektif dan kontekstual

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat mengidentifikasi sikap terhadap kampanye bahaya minuman manis, persepsi resiko, dan norma subjektif hidup sehat yang mempengaruhi perilaku konsumsi minuman manis di kalangan warga Semarang. Informasi ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut yang lebih spesifik.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Konsumsi minuman manis yang berlebihan telah menjadi salah satu masalah kesehatan masyarakat yang serius di Kota Semarang, seiring dengan meningkatnya tren global terhadap pola konsumsi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana Teori Tindakan Terencana (*Theory of Planned Behavior*) dapat menjelaskan perilaku konsumsi minuman manis di kalangan penduduk Semarang. Penelitian ini mengeksplorasi sikap individu terhadap konsumsi minuman manis, norma subjektif yang berasal dari lingkungan sosial, serta persepsi risiko yang dirasakan terkait dengan dampak kesehatan dari konsumsi minuman manis. Dengan menggunakan Teori Tindakan Terencana sebagai kerangka kerja, penelitian ini berusaha memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi minuman manis di Semarang.

1.4.3 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan program intervensi yang lebih efektif untuk mengurangi konsumsi minuman manis dan dapat meningkatkan tingkat kesehatan masyarakat di Kota Semarang. Dengan memahami apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi minuman manis, seperti sikap individu, norma sosial, persepsi risiko, serta konteks lokal, program intervensi yang dikembangkan dapat lebih tepat sasaran. Dengan

program yang relevan dan berpotensi lebih efektif dalam memotivasi perubahan perilaku masyarakat menuju gaya hidup yang lebih sehat di Kota Semarang.

1.5 Paradigma Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma positivistik melandasi kerangka berpikir dalam melakukan penelitian ini. Paradigma positivistik merupakan pendekatan penelitian yang menekankan pada objektivitas, pengukuran, dan generalisasi. Asumsi dasar dari paradigma ini adalah bahwa fenomena yang sedang diteliti memiliki realitas yang dapat dipahami secara rasional dan dapat dianalisis untuk menemukan pola atau hukum yang berlaku secara umum, terlepas dari perbedaan konteks atau individu yang terlibat. Dengan demikian, penelitian ini mengharapkan untuk menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasi dan memberikan dasar yang kuat untuk mengembangkan teori atau kebijakan yang lebih luas.

1.5.2 State of the Art

1. Effects of interventions based on the theory of planned behavior on sugar-sweetened beverage consumption intentions and behavior oleh Gregorio-Pascual, P., & Mahler, H. I. (2020).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain eksperimen faktorial. Dalam penelitian ini, 430 mahasiswa dibagi menjadi beberapa kelompok secara acak. Masing-masing kelompok menerima informasi yang berbeda: Kelompok pertama diberi informasi tentang bahaya kesehatan akibat konsumsi minuman manis untuk memengaruhi sikap mereka. Kelompok kedua mendapat informasi tentang kebiasaan orang lain yang mengurangi konsumsi, bertujuan memengaruhi norma subjektif. Kelompok ketiga diminta menyusun rencana konkret untuk mengurangi konsumsi, guna meningkatkan kontrol perilaku yang dirasakan.

Hasilnya menunjukkan bahwa semua perlakuan ini berhasil membuat peserta lebih berniat untuk mengurangi konsumsi minuman manis di masa depan. Selain itu, informasi tentang bahaya minuman manis membuat peserta lebih siap untuk mengubah kebiasaan mereka, dan mereka yang membuat rencana berhasil mengurangi konsumsi minuman manis secara nyata. Ketiga perlakuan ini terbukti efektif dalam mengubah niat dan perilaku konsumsi minuman manis. Karena perlakuan ini singkat dan murah, mereka bisa dikembangkan menjadi program kesehatan masyarakat yang lebih besar untuk membantu mengurangi konsumsi minuman manis secara luas.

Penelitian terdahulu menggunakan desain eksperimen untuk menguji efektivitas intervensi informasi dalam membentuk niat dan perilaku konsumsi minuman manis pada mahasiswa. Sementara itu, penelitian ini menggunakan pendekatan survei kuantitatif untuk menganalisis pengaruh sikap terhadap kampanye bahaya minuman manis, persepsi risiko, dan norma subjektif hidup sehat yang terbentuk secara alami terhadap perilaku konsumsi minuman manis.

2. Exploring the theory of planned behavior to explain sugar-sweetened beverage consumption. *Journal of nutrition education and behavior*. Oleh Zoellner, J., Estabrooks, P. A., Davy, B. M., Chen, Y. C. Y., & You, W. (2012).

Penelitian ini melibatkan 119 peserta di barat daya Virginia. Sebagian besar responden adalah perempuan (66%), kulit putih (89%), memiliki setidaknya pendidikan sekolah menengah atas (79%), dan rata-rata berusia 41,4 tahun (dengan standar deviasi 13,5 tahun). Konsumsi minuman manis diukur menggunakan kuesioner yang sudah divalidasi. Para peneliti juga menilai 11 konsep TPB dengan instrumen berisi 56 pertanyaan. Hasil penelitian menunjukkan rata-rata konsumsi minuman manis peserta adalah 457 ± 430 kkal/hari. Model TPB secara moderat menjelaskan konsumsi minuman manis ($R^2 = 0.38$; $F = 13.10$, $P < 0,01$). Niat perilaku memiliki

hubungan terkuat dengan konsumsi minuman manis, diikuti oleh sikap, kontrol perilaku yang dirasakan, dan norma subjektif. Keenam konsep kepercayaan yang diukur dalam penelitian ini tidak memprediksi secara signifikan.

Penelitian sebelumnya menempatkan TPB untuk menjelaskan konsumsi minuman manis berdasarkan niat perilaku dan konstruk TPB klasik pada populasi terbatas di wilayah tertentu, serta menekankan bahwa keyakinan spesifik tidak berpengaruh signifikan. Berbeda dengan itu, penelitian ini secara khusus menempatkan sikap terhadap kampanye bahaya minuman manis sebagai variabel utama, serta memasukkan persepsi risiko sebagai perluasan dari TPB untuk menilai peran komunikasi kesehatan dalam membentuk perilaku konsumsi.

3. Associations Between Repeated Sugar Sweetened Beverage Consumption and the Theory of Planned Behavior Constructs: Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Behavioral Intention. Oleh Bauert, L. (2019).

Penelitian Bauert (2019) meneliti hubungan antara konsumsi berulang minuman manis dan konstruksi Teori Perilaku Terencana (TPB). Peserta dibagi menjadi dua kelompok: satu mengonsumsi minuman manis (SSB), dan satu lagi minuman tanpa gula (USB), secara rutin setiap hari. Penelitian ini mengukur perubahan pada sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan niat untuk minum air putih. Hasilnya menunjukkan bahwa kelompok USB mengalami peningkatan niat untuk minum air putih, yang diduga dipengaruhi oleh tekanan sosial, terutama pada individu dengan BMI rendah. Studi ini menyimpulkan bahwa konsumsi berulang minuman tanpa gula dapat mendorong niat berperilaku sehat, dan menyarankan penelitian lanjutan pada kelompok rentan seperti lansia dan atlet.

Penelitian Bauert (2019) menggunakan pendekatan eksperimental dengan membandingkan konsumsi berulang minuman manis dan tanpa gula untuk melihat perubahan konstruk TPB terhadap niat minum air putih. Sebaliknya, penelitian ini menggunakan pendekatan survei kuantitatif untuk menganalisis perilaku konsumsi minuman manis secara langsung, dengan menempatkan sikap terhadap kampanye bahaya minuman manis dan persepsi risiko sebagai faktor utama dalam kerangka TPB.

4. The influence of social norms in the context of reducing sugar-sweetened beverages consumption. *Public Health*. Oleh Bélanger-Gravel, A., Paquette, M. C., Espín-Espinoza, A., Janezic, I., Desroches, S., & De Wals, P. (2022).

Penelitian ini melibatkan 1000 orang dewasa di Québec, Kanada. Peserta diminta mengisi kuesioner tentang konsumsi minuman manis, norma sosial, dan faktor-faktor dari teori perilaku terencana. Analisis regresi logistik digunakan untuk memeriksa faktor-faktor yang terkait dengan perilaku dan niat konsumsi minuman manis. Hasil penelitian menunjukkan: Orang yang jarang mengonsumsi minuman manis (kurang dari 1 kali sehari) memiliki niat yang lebih kuat untuk mengurangi konsumsi, merasa lebih mampu mengontrol perilaku mereka, dan lebih khawatir tentang kerusakan gigi. Penelitian ini menegaskan pentingnya norma sosial dalam memprediksi konsumsi minuman manis, tetapi juga menyoroti perlunya mengatasi motivasi dan kapasitas individu dalam intervensi kesehatan masyarakat untuk mengurangi konsumsi minuman manis.

Penelitian sebelumnya menekankan peran norma sosial, niat, dan kontrol perilaku yang dirasakan dalam memprediksi konsumsi minuman manis, dengan fokus pada kekhawatiran kesehatan spesifik seperti kerusakan gigi. Sementara itu, penelitian ini secara khusus memasukkan sikap terhadap kampanye bahaya minuman manis dan persepsi risiko sebagai variabel kunci, sehingga menempatkan komunikasi kesehatan sebagai faktor penting dalam pembentukan perilaku konsumsi.

5. Hubungan Terpaan Kampanye 30 Hari Tanpa Minuman Manis dan Terpaan Berita Diabetes terhadap Perilaku Konsumsi Minuman Manis. Interaksi Online. Oleh Izzah, S. N., Ulfa, N. S., & Luqman, Y. (2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kampanye "30 Hari Tanpa Minuman Manis" dan pemberitaan tentang diabetes dapat memengaruhi perilaku konsumsi minuman manis. Hasilnya menunjukkan bahwa kampanye tersebut tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi minuman manis, meskipun mampu mengubah sikap masyarakat terhadap minuman manis. Selain itu, berita mengenai diabetes yang disampaikan melalui media online juga tidak berdampak signifikan pada perubahan perilaku konsumsi minuman manis. Informasi dari berita diabetes tidak menjadi faktor utama dalam mengubah kebiasaan konsumsi minuman manis individu. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kampanye dan pemberitaan kesehatan saja tidak cukup untuk mengubah perilaku konsumsi minuman manis, sehingga diperlukan strategi lain untuk mengubah kebiasaan tersebut di masyarakat.

Penelitian sebelumnya hanya menilai pengaruh langsung kampanye dan pemberitaan kesehatan terhadap perilaku konsumsi minuman manis dan menemukan tidak adanya pengaruh signifikan terhadap perilaku. Sebaliknya, penelitian ini menganalisis mekanisme psikososial yang mendasari perilaku, dengan menempatkan sikap terhadap kampanye bahaya minuman manis, persepsi risiko, dan norma subjektif hidup sehat sebagai variabel penentu perilaku.

6. Faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis pada remaja. Jurnal Sains Kesehatan. Oleh Yulianti, R. D., & Mardiyah, S. (2023).

Berdasarkan hasil penelitian, sebanyak 63% responden menunjukkan tingkat konsumsi minuman kemasan berpemanis yang tinggi. Analisis statistik mengungkapkan adanya hubungan signifikan antara

pengaruh teman sebaya dan media massa dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis pada remaja. Namun, variabel pengetahuan gizi ($p\text{-value} = 0,860$) dan media massa ($p\text{-value} = 0,167$) tidak menunjukkan hubungan yang signifikan dengan konsumsi minuman kemasan berpemanis.

Penelitian sebelumnya berfokus pada hubungan parsial antara pengaruh teman sebaya, media massa, dan pengetahuan gizi terhadap konsumsi minuman kemasan berpemanis pada remaja, tanpa menggunakan kerangka teori perilaku yang terintegrasi. Sebaliknya, penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior sebagai landasan konseptual untuk menganalisis pengaruh sikap terhadap kampanye bahaya minuman manis, persepsi risiko, dan norma subjektif hidup sehat terhadap perilaku konsumsi minuman manis. Selain itu, penelitian ini dilakukan pada masyarakat umum di Kota Semarang, sehingga memberikan kontribusi empiris baru dalam memahami perilaku konsumsi minuman manis dari perspektif psikososial yang lebih utuh dan kontekstual.

1.5.3 Deskripsi Variabel

1.5.3.1 Sikap terhadap Kampanye Bahaya Minuman Manis

Sikap seseorang terhadap perilaku merujuk pada penilaian atau evaluasi mereka mengenai tindakan tertentu, apakah itu dianggap positif atau negatif (Ajzen, 1991). Sikap ini dibentuk oleh keyakinan individu terhadap hasil atau konsekuensi dari tindakan tersebut. Dalam hal ini, seseorang akan bertanya pada diri sendiri: “Apa manfaat atau kerugian dari melakukan tindakan ini?” Contohnya, seseorang yang percaya bahwa mengurangi konsumsi gula akan mengurangi risiko diabetes mungkin akan memiliki sikap positif terhadap perilaku tersebut. Sebaliknya, jika orang tersebut tidak melihat manfaat yang signifikan, sikapnya bisa negatif. Dalam teori ini, keyakinan perilaku (behavioral beliefs) adalah pusat dari sikap, di mana individu mengevaluasi tindakan

berdasarkan ekspektasi akan hasil dan nilai hasil tersebut. Semakin positif ekspektasi terhadap hasil, semakin positif sikap yang terbentuk. Keyakinan seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi secara langsung dan independen oleh sikapnya terhadap perilaku tersebut. Sikap terhadap perilaku dapat bersifat positif (favorable) atau negatif (unfavorable), yang tercermin dari sejauh mana individu menilai perilaku tersebut sebagai sesuatu yang menguntungkan, menyenangkan, bermanfaat, atau sebaliknya (Masalu & Åstrøm, 2003).

Bauert (2019) menyatakan tentang evaluasi individu, baik secara emosional maupun rasional, terhadap perilaku konsumsi atau pembatasan konsumsi minuman berpemanis gula dan air, yang kemudian memengaruhi niat dan perilaku aktual konsumsi minuman tersebut.

1.5.3.2 Persepsi Resiko

Persepsi resiko merujuk pada pandangan atau penilaian subjektif individu terhadap kemungkinan dan tingkat dampak negatif yang dapat timbul dari suatu tindakan, produk, atau keputusan yang diambil (D'Alessandro et al., 2012). Persepsi risiko memuat penilaian individu mengenai kemungkinan dan tingkat keparahan dampak negatif dari suatu perilaku. Penilaian ini melibatkan aspek kontrol, karena ketika individu menilai suatu risiko, ia juga menilai apakah risiko tersebut dapat dicegah, dikurangi, atau dikelola melalui tindakannya sendiri (Warner & Ha, 2023).

Contoh, seseorang mungkin memiliki niat untuk berhenti mengonsumsi minuman manis, tetapi jika mereka merasa tidak memiliki akses ke alternatif yang lebih sehat atau tidak mampu menahan keinginan, mereka mungkin tidak akan melakukannya.

Komponen ini mencakup keyakinan kontrol (control beliefs), yaitu Keyakinan individu terhadap faktor-faktor eksternal atau internal yang dapat memfasilitasi atau menghambat perilaku, seperti ketersediaan minuman sehat, dukungan sosial, atau kendali diri (Zoellner et al., 2012). Dalam penelitiannya, Bauert (2019) menegaskan pentingnya memperhatikan faktor persepsi kontrol perilaku dalam intervensi kesehatan masyarakat yang bertujuan mengubah perilaku konsumsi minuman, khususnya pada kelompok berisiko seperti individu dengan BMI tinggi.

1.5.3.3 Norma Subjective Hidup Sehat

Norma subjektif merujuk pada tekanan sosial yang dirasakan oleh individu tentang apakah mereka harus melakukan perilaku tertentu atau tidak. Tekanan ini berasal dari orang-orang penting di sekitar mereka, seperti keluarga, teman, atau kelompok sosial (Manning, 2009). Norma subjektif dapat sangat memengaruhi niat seseorang untuk bertindak, karena manusia cenderung mempertimbangkan pendapat dan harapan dari orang lain. Norma subjektif terbentuk melalui keyakinan normatif (*normative beliefs*), yakni keyakinan tentang apa yang diinginkan atau diharapkan oleh orang lain yang signifikan (seperti pasangan, teman, atau atasan). Masalu & Åström (2003) menyatakan bahwa norma subjektif memiliki peranan penting dalam memprediksi perilaku terkait kesehatan, karena individu yakin akan apa yang dipikirkan oleh orang-orang penting

Berdasarkan Penelitian (Zoellner et al., 2012) menegaskan pentingnya norma subjektif dalam memprediksi perilaku seperti penggunaan kondom, yang kemudian diaplikasikan dalam intervensi kesehatan masyarakat yang berhasil. Dengan demikian, norma subjektif mencerminkan persepsi individu terhadap tekanan sosial yang memotivasi kepatuhan terhadap harapan kelompok referensi,

sehingga berkontribusi signifikan dalam pembentukan niat dan perilaku.

1.5.3.4 Perilaku Konsumsi Minuman Manis Warga Semarang

Perilaku adalah tindakan nyata yang dilakukan individu sebagai hasil akhir dari proses psikologis yang melibatkan niat (intention), sikap (attitude), norma subjektif (subjective norms), dan kontrol perilaku persepsian (perceived behavioral control). Meskipun niat merupakan prediktor kuat, faktor kontrol dapat bertindak sebagai penghalang atau pendukung. Misalnya, seseorang mungkin memiliki niat yang kuat untuk berhenti mengonsumsi minuman manis, tetapi jika mereka merasa tidak mampu karena kecanduan gula atau kurangnya dukungan sosial, perilaku tersebut mungkin tidak terwujud.

Menurut Izzah, Ulfa, & Luqman (2024) Perilaku muncul sebagai hasil dari sikap seseorang terhadap suatu tindakan. Perilaku merupakan kombinasi dari sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol terhadap tindakan tersebut. Semakin kuat niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan, semakin besar kemungkinan perilaku itu akan terjadi. Meskipun niat merupakan prediktor utama, faktor persepsi kontrol juga memiliki peran penting dalam menentukan apakah niat tersebut dapat direalisasikan menjadi perilaku.

1.5.3.5 Teori Planned Behaviour (TPB)

Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior/TPB), yang dikembangkan oleh Icek Ajzen pada akhir 1980-an, adalah perluasan dari Teori Tindakan Beralasan (Theory of Reasoned Action/TRA). TPB menjelaskan proses kognitif yang memengaruhi keputusan manusia untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan, dengan mempertimbangkan tidak hanya

faktor sikap dan norma subjektif, tetapi juga persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1971). Teori Perilaku Terencana menjelaskan bahwa perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari kombinasi sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Teori ini sangat berguna dalam menjelaskan perilaku yang membutuhkan perencanaan dan pengendalian diri. Oleh karena itu, TPB sering diterapkan dalam berbagai bidang seperti kesehatan masyarakat, perilaku konsumen, dan kampanye perubahan perilaku untuk memprediksi dan memengaruhi tindakan seseorang.

Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior/ TPB) dapat digunakan untuk membangun hipotesis dalam penelitian mengenai persepsi informasi bahaya minuman manis, persepsi risiko, norma subjektif hidup sehat, dan perilaku konsumsi minuman manis (Bauert, 2019). TPB menyediakan kerangka teoretis untuk memahami bagaimana ketiga variabel tersebut berinteraksi dan memengaruhi perilaku konsumsi minuman manis. Berikut adalah penjelasan bagaimana TPB membantu menjelaskan bangunan hipotesis dalam konteks penelitian ini:

Sikap adalah keyakinan seseorang mengenai dampak positif atau negatif dari suatu tindakan. Persepsi individu terhadap bahaya minuman manis dapat dianggap sebagai bagian dari sikap terhadap konsumsi minuman manis (Lobb et al., 2007). Ketika individu memahami informasi mengenai bahaya konsumsi minuman manis, seperti risiko obesitas, diabetes, atau penyakit jantung, mereka cenderung memiliki sikap negatif terhadap perilaku tersebut. Persepsi risiko adalah penilaian individu tentang seberapa besar mereka merasa berisiko terkena dampak negatif dari suatu perilaku. Persepsi ini dapat terkait dengan persepsi kontrol perilaku, yang mencerminkan sejauh mana individu merasa mampu

mengendalikan risiko terhadap kesehatan mereka. Jika seseorang merasa berisiko tinggi terkena penyakit karena konsumsi minuman manis, mereka akan lebih cenderung untuk mengurangi konsumsi (Lobb et al., 2007).

Norma subjektif pada teori ini merujuk ke tekanan sosial yang dirasakan individu untuk mengikuti perilaku tertentu (Masalu & Åstrøm, 2003). Norma subjektif hidup sehat mencerminkan bagaimana individu merasa tekanan sosial dari keluarga, teman, atau masyarakat untuk menjalani gaya hidup sehat, termasuk mengurangi konsumsi minuman manis. Jika seseorang merasa bahwa orang-orang di sekitar mereka mendukung gaya hidup sehat dan menghindari minuman manis, mereka cenderung mengikuti norma tersebut.

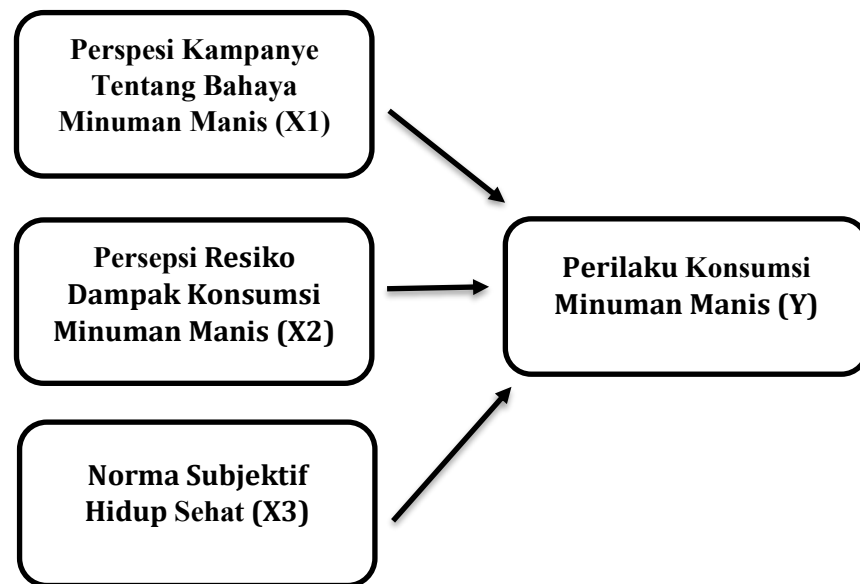
Pada penelitian ini, TPB menjelaskan bahwa perilaku konsumsi minuman manis dipengaruhi oleh:

- a. Sikap terhadap perilaku (melalui persepsi informasi bahaya minuman manis), yang memengaruhi cara individu menilai dampak konsumsi minuman manis.
- b. Persepsi kontrol perilaku (melalui persepsi risiko), yang mencerminkan kemampuan dan keyakinan individu dalam mengendalikan konsumsi minuman manis.
- c. Norma subjektif (melalui norma hidup sehat), yang mencerminkan tekanan sosial atau dukungan dari orang lain untuk mengurangi konsumsi.

Ketiga faktor tersebut membentuk niat individu untuk mengurangi konsumsi minuman manis, yang pada akhirnya akan memengaruhi perilaku konsumsi aktual. Dengan demikian, TPB memberikan landasan teoretis yang kuat untuk membangun

hipotesis yang menghubungkan persepsi informasi, persepsi risiko, norma subjektif, dan perilaku konsumsi minuman manis.

1.5.4 Kerangka Pikiran



1.6 Hipotesis

- H1: Persepsi kampanye tentang bahaya minuman manis berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumsi minuman manis.

Dalam hal ini, semakin tinggi persepsi seseorang tentang bahaya minuman manis, semakin rendah kecenderungannya untuk mengonsumsi minuman manis.

- H2: Persepsi risiko terhadap dampak konsumsi minuman manis berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumsi minuman manis.

Individu yang memiliki persepsi risiko tinggi terhadap dampak negatif minuman manis cenderung mengurangi konsumsinya untuk meminimalkan risiko.

- **H3: Norma subjektif hidup sehat berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumsi minuman manis.**

Semakin besar tekanan sosial yang dirasakan seseorang untuk menjalani hidup sehat, semakin rendah kemungkinan mereka mengonsumsi minuman manis.

- **H4: Persepsi informasi tentang bahaya minuman manis, persepsi risiko, dan norma subjektif hidup sehat secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi minuman manis.**

1.7 Definisi Konseptual

1.7.1 Sikap Kampanye Bahaya Minuman Manis

Sikap terhadap kampanye bahaya minuman manis merujuk pada evaluasi psikologis individu, baik secara kognitif, afektif, maupun konatif, terhadap pesan, tujuan, dan pelaksanaan kampanye yang menginformasikan risiko konsumsi minuman manis bagi kesehatan. Sikap ini mencerminkan sejauh mana individu memandang kampanye tersebut sebagai sesuatu yang penting, bermanfaat, relevan, dan layak untuk diperhatikan (Izzah et al., 2024). sikap terhadap kampanye bahaya minuman manis terbentuk melalui penilaian individu terhadap isi pesan kampanye, termasuk kejelasan informasi, kredibilitas sumber, serta kemampuan kampanye dalam meningkatkan pemahaman mengenai dampak negatif konsumsi minuman manis. Selain itu, sikap ini juga dipengaruhi oleh respons emosional individu, seperti rasa setuju, tertarik, atau peduli terhadap isu kesehatan yang disampaikan, serta kecenderungan perilaku untuk menerima, mendukung, atau mengabaikan pesan kampanye tersebut.

1.7.2 Persepsi Resiko

Persepsi subjektif individu terhadap kemungkinan terjadinya suatu dampak negatif serta tingkat keparahan konsekuensi yang ditimbulkannya sebagai akibat dari suatu perilaku, tindakan, atau kondisi tertentu (Fatmawati, 2019). persepsi risiko dipahami sebagai kesadaran dan keyakinan individu mengenai ancaman terhadap kesehatan dirinya, yang mencakup pandangan tentang seberapa besar kemungkinan individu mengalami dampak tersebut dan seberapa serius dampak tersebut apabila terjadi.

1.7.3 Norma Subjektif Hidup Sehat

Persepsi tingkat pentingnya suatu perilaku diantara orang terdekat yang merujuk pada keyakinan individu tentang harapan, persetujuan, atau penilaian sosial dari significant others, seperti keluarga, teman sebaya, dan lingkungan sosial, serta sejauh mana individu mempertimbangkan dan merespons harapan tersebut dalam membentuk niat berperilaku (Imamura et al., 2015)

1.7.4 Perilaku Konsumsi Minuman Manis

Perilaku konsumsi minuman manis dipahami sebagai tindakan individu dalam memilih, mengonsumsi, dan mengurangi konsumsi minuman manis. Perilaku ini mencerminkan intensitas dan frekuensi konsumsi minuman manis, baik yang dikonsumsi secara sadar maupun sebagai kebiasaan, serta menunjukkan sejauh mana individu mempertimbangkan dampak kesehatan dalam keputusan konsumsinya (Mustakim et al., 2024).

1.8 Definisi Operasional

1.8.1 Sikap terhadap Kampanye Bahaya Minuman Manis

Keyakinan responden yang menjadi evaluasi subjektif secara kognitif, afektif dan konatif mengenai dampak positif atau negatif dari

informasi mengenai bahaya yang ditimbulkan oleh konsumsi minuman manis (Bauert, 2019). Dengan indikator :

- Evaluasi subjektif responden komponen kognitif (Pengetahuan dan Pemahaman).
- Evaluasi subjektif responden komponen afektif (Perasaan dan Emosi).
- Evaluasi subjektif responden komponen konatif (Tindakan dan Perilaku).

1.8.2 Persepsi Resiko

Persepsi subjektif responden mengenai mengenai kemungkinan (*probability*) dan tingkat keparahan (*severity*) suatu dampak negatif yang dapat timbul akibat perilaku tertentu (Fatmawati, 2019). Dengan bagaimana individu memahami dan merasakan ancaman kesehatan akibat kebiasaan mengonsumsi minuman bergula. Dengan indikator :

- Evaluasi persepsi responden tentang kemungkinan resiko negatif
- Evaluasi persepsi responden tentang keparahan resiko negatif

1.8.3 Norma Subjektif

Persepsi tingkat pentingnya suatu perilaku diantara orang terdekat dan tekanan sosial yang dirasakan oleh responden tentang apakah mereka harus melakukan perilaku tertentu atau tidak (Bélanger-Gravel et al., 2022). Dengan indikator :

- Evaluasi subjektif responden tentang pengaruh lingkungan sosial tentang tingkat pentingnya menghindari minuman manis.

- Evaluasi subjektif responden tentang motivasi untuk mengikuti pendapat orang lain untuk menghindari minuman manis.

1.8.4 Perilaku Konsumsi Minuman Manis

Perilaku konsumsi minuman manis adalah gambaran perilaku individu dalam mengonsumsi minuman yang mengandung gula tambahan yang dapat diukur secara konkret dan sistematis (Zoellner et al., 2012). Dengan indikator :

- Frekuensi minuman manis yang dikonsumsi
- Jumlah minuman manis yang dikonsumsi

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif eksplanatori yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti. Penelitian ini mencari hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti. Artinya, penelitian ini berusaha untuk menguji apakah perubahan pada satu variabel (misalnya, sikap terhadap informasi bahaya minuman manis) akan menyebabkan perubahan pada variabel lainnya (misalnya, perilaku konsumsi minuman manis)..

1.9.2 Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Warga Kota Semarang
- b. Usia >13 Tahun.
- c. Terbiasa mengonsumsi minuman manis.

Populasi tersebut dipilih karena perilaku konsumsi minuman manis umumnya terjadi pada kelompok usia ini di atas 13 tahun didasarkan pada

pertimbangan bahwa pada usia ini, individu umumnya telah memiliki kapasitas kognitif dan emosional yang cukup untuk membuat keputusan secara mandiri, termasuk dalam hal memilih makanan dan minuman yang dikonsumsi. Warga Semarang dipilih sebagai fokus penelitian karena untuk menangkap konteks perkotaan yang representatif bagi pola konsumsi modern. Di Semarang, tersedia dengan mudah berbagai jenis minuman manis dari gerai modern sampai pedagang kecil yang menjadi bagian dari gaya hidup perkotaan.

1.9.3 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel penelitian merupakan bagian dari populasi warga Kota Semarang yang mewakili karakteristik populasi tersebut. Besar sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin, dengan mempertimbangkan tingkat toleransi kesalahan (margin of error) yang ditetapkan, sebesar 10% (Maxwell et al., 2008).

- $N = 2.052.410$

- $e = 0,10$

$$n = \frac{2.052.410}{1 + 2.052.410(0,10)^2} = \frac{2.052.410}{1 + 2.052.410 \times 0,01} = \frac{2.052.410}{1 + 20.524,1} = \frac{2.052.410}{20.525,1} \approx 100$$

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut meliputi:

- Warga Kota Semarang berusia 13 tahun ke atas.
- Terbiasa mengonsumsi minuman manis (seperti teh kemasan, minuman bersoda, atau minuman lain dengan kandungan gula tinggi).
- Bersedia berpartisipasi dalam penelitian.

Dengan purposive sampling, responden dipilih secara sengaja karena dianggap memiliki informasi yang relevan terkait perilaku konsumsi minuman manis, serta persepsi mereka terhadap risiko kesehatan dan norma hidup sehat (Maxwell et al., 2008).

1.9.4 Jenis Data

Penelitian ini menghasilkan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka dan dapat diukur secara objektif. Jenis data kuantitatif yang dikumpulkan dalam penelitian ini antara lain:

- Data Frekuensi

Data ini menunjukkan seberapa sering suatu perilaku terjadi (misalnya, frekuensi konsumsi minuman manis dalam sehari). Data ini juga mencakup deskripsi karakteristik responden seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan.

- Data Skala Likert

Data ini digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan norma subjektif. Responden diminta untuk memilih tingkat persetujuan terhadap pernyataan tertentu pada skala tertentu (misalnya, sangat setuju hingga sangat tidak setuju).

1.9.5 Alat dan Teknik

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah survei dengan menggunakan kuesioner online berupa google form untuk dapat menjangkau responden dari berbagai wilayah di Semarang. Selain itu, data yang terkumpul dari survei online secara otomatis tersimpan dalam database sehingga memudahkan proses analisa data.

1.9.6 Teknik Pengolahan Data

Analisa data penelitian menggunakan SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), dengan teknik analisa data:

- Statistik Deskriptif untuk menggambarkan karakteristik sampel Anda, seperti distribusi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan frekuensi konsumsi minuman manis. Selanjutnya data divisualisasikan dalam bentuk diagram batang untuk memudahkan interpretasi dan deskripsi.

Sedangkan untuk menguji hipotesa penelitian, digunakan teknik analisa berikut ini:

- Teknik analisa Regresi Linear selanjutnya digunakan untuk memprediksi nilai suatu variabel (variabel dependen) berdasarkan nilai variabel lainnya (variabel independen). Uji analisa ini menguji pengaruh sikap, persepsi risiko, dan norma subjektif terhadap perilaku konsumsi minuman manis secara simultan. Model regresi akan memberikan koefisien regresi yang menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

1.9.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

Goodness criteria merupakan standar atau kriteria yang digunakan untuk menilai kualitas suatu penelitian. Kriteria ini akan membantu memastikan bahwa penelitian valid, reliabel, dan dapat diandalkan. Untuk memastikan kualitas data yang diperoleh, penelitian ini akan mengutamakan validitas dan reliabilitas. Validitas konstruk instrumen akan diuji melalui analisis faktor dari sikap terhadap kampanye bahaya minuman manis, persepsi resiko, dan norma subjektif hidup sehat terhadap perilaku konsumsi

minuman manis. Sedangkan reliabilitas instrumen akan diukur menggunakan koefisien alpha Cronbach.

Dengan mengutamakan pengujian validitas konstruk dan reliabilitas instrumen, penelitian ini berupaya memastikan bahwa data yang diperoleh memiliki kualitas yang baik, sehingga hasil analisis yang dihasilkan dapat dipercaya dan dijadikan dasar yang kuat dalam penarikan kesimpulan penelitian. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan kredibilitas dan ketepatan hasil penelitian sesuai dengan standar penelitian ilmiah.