

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi minuman manis dipengaruhi oleh faktor kognitif dan sosial secara berbeda. Sikap terhadap kampanye bahaya minuman manis secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi, yang menunjukkan bahwa sikap positif terhadap kampanye belum tentu diikuti oleh perubahan perilaku nyata. Sebaliknya, persepsi risiko dan norma subjektif hidup sehat terbukti berpengaruh negatif signifikan, sehingga semakin tinggi kesadaran akan risiko kesehatan serta semakin kuat dukungan lingkungan sosial, maka kecenderungan konsumsi minuman manis akan semakin menurun. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi minuman manis, yang menegaskan bahwa perubahan perilaku lebih efektif apabila didukung oleh kombinasi sikap individu, pemahaman risiko, dan norma sosial yang kuat.

5.2 Saran

5.1.1 Akademis

Berdasarkan hasil penelitian, variabel sikap terhadap kampanye bahaya minuman manis (X1) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi minuman manis. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi teori ini lebih lanjut dengan menambahkan variabel-variabel lain guna memperkaya literatur terkait perilaku konsumsi minuman manis.

5.1.2 Sosial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan perilaku konsumsi minuman manis tidak hanya dipengaruhi oleh sikap terhadap kampanye, tetapi juga oleh persepsi risiko serta norma subjektif hidup sehat. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi instansi pemerintah, institusi pendidikan, maupun pihak terkait lainnya dalam merancang kampanye kesehatan yang lebih efektif. Kampanye bahaya minuman manis disarankan untuk terus dikembangkan dengan menekankan penyampaian informasi yang kredibel mengenai risiko kesehatan, peningkatan kesadaran masyarakat, serta penguatan tekanan sosial positif dari lingkungan sekitar guna mendorong perilaku konsumsi yang lebih sehat pada audiens sasaran..

5.1.3 Praktis

Penelitian ini menekankan pentingnya persepsi risiko dan pengaruh sosial, khususnya norma subjektif hidup sehat yang didukung oleh keluarga dan teman sebaya, dalam membentuk perilaku konsumsi minuman manis. Oleh karena itu, kampanye promosi kesehatan disarankan untuk fokus pada penyampaian informasi dan juga intensitas kampanye, guna menciptakan lingkungan sosial yang mendukung perilaku hidup sehat. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi instansi pemerintah, institusi pendidikan, serta pemangku kepentingan terkait dalam merumuskan kebijakan dan program kesehatan berbasis komunitas yang menekankan kolaborasi antar pihak untuk menekan konsumsi minuman manis. Penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi terhadap pelaksanaan kampanye bahaya minuman manis yang telah ada serta sebagai acuan untuk memperluas jangkauan kampanye di masa mendatang.