

LAPORAN
PENELITIAN BAITUL ARQOM

**STUDI EKSPLORASI PERSEPSI REMAJA DI SMA
MUHAMMADIYAH 11 JAKARTA TERHADAP KONSUMSI
MINUMAN BERPEMANIS, LABEL PANGAN, DAN LABEL
HALAL: *PHOTOVOICE STUDY***



Tim Pengusul

Imas Arumsari, S.Gz., M.Sc (0313039202)

Imawati Eka Putri, S.Gz., M.Si (0324089101)

Nomor Surat Kontrak Penelitian : 61/F.03.07/2021

Nilai Kontrak : Rp 3000000

PROGRAM STUDI ILMU GIZI
FAKULTAS ILMU-ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
TAHUN 2021

LEMBAR PENGESAHAN

Penelitian Baitul Arqom (Dosen 80 %)

Judul Penelitian

Studi eksplorasi persepsi remaja di SMA Muhammadiyah 11 Jakarta terhadap konsumsi minuman berpemanis, label pangan, dan label halal: Photovoice study

Ketua Peneliti :Imas Arumsari, S.Gz., M.Sc

Link Profil simakip :<http://simakip.uhamka.ac.id/pengguna/show/1188>
Contoh link:

<http://simakip.uhamka.ac.id/pengguna/show/978>

Fakultas /Program Studi: Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan/ Ilmu Gizi

Anggota Peneliti :Imawati Eka Putri, S.Gz., M.Si

Link Profil simakip :<http://simakip.uhamka.ac.id/pengguna/show/1213>

Anggota Peneliti :Click or tap here to enter text.

Link Profil simakip :Click or tap here to enter text.

Nama Mahasiswa : Jasmin Dyah Pringgoweni NIM: 1705025152

Giacinta Mahardin NIM: 1805025230

Waktu Penelitian : 6 Bulan

Pilihan Fokus Riset UHAMKA

Fokus Penelitian UHAMKA:Obat dan Kesehatan

Luaran Penelitian

Luaran Wajib :Prosiding seminar internasional Status minimal :
Submitted

Luaran Tambahan :Seminar nasional Status minimal :
Submitted

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Debby Endayani Safitri, MKM
NIDN. 0320049002



Menyetujui,
Dekan Fakultas Ilmu-Ilmu Kesehatan

Ony Linda, SKM., M.Kes
NIDN.0330107403

Ketua Peneliti

Imas Arumsari, S.Gz., M.Sc
NIDN.13039202

Ketua Lemlitbang UHAMKA

Prof. Dr. Suswandari, M.Pd
NIDN. 0020116601



SURAT KONTRAK PENELITIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Jln. Tanah Merdeka, Pasar Rebo, Jakarta Timur
Telp. 021-8416624, 87781809; Fax. 87781809

AM
BA
r

SURAT PERJANJIAN KONTRAK KERJA PENELITIAN
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR HAMKA

Nomor : 61 / F.03.07 / 2021
Tanggal : 19 April 2021

Bismillahirrahmanirrahim

Pada hari ini, Senin, tanggal Sembilan Belas, bulan April, Tahun Dua Ribu Dua Puluh Satu, yang bertanda tangan di bawah ini **Prof. Dr. Suswandari, M.Pd**, Ketua Lembaga Penelitian dan Pengembangan Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, selanjutnya disebut sebagai **PIHAK PERTAMA**; **Imas ARUMSARI S.Gz., M.Sc**, selanjutnya disebut sebagai **PIHAK KEDUA**.

PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA sepakat untuk mengadakan Perjanjian Kontrak Kerja Penelitian yang didanai oleh RAPB Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Tahun 2020/2021.

Pasal 1

PIHAK KEDUA akan melaksanakan kegiatan penelitian dengan judul : **STUDI EKSPLORASI PERSEPSI REMAJA DI SMA MUHAMMADIYAH 4 JAKARTA TERHADAP KONSUMSI MINUMAN BERPEMANIS, LABEL PANGAN, DAN LABEL HALAL: PHOTOVOICE STUDY** dengan luaran wajib dan luaran tambahan sesuai data usulan penelitian Bacth 1 Tahun 2020 melalui simakip.uhamka.ac.id.

Pasal 2

Bukti luaran penelitian wajib dan tambahan harus sesuai sebagaimana yang dijanjikan dalam Pasal 1, Luaran penelitian yang dimaksud dilampirkan pada saat Monitoring Evaluasi dan laporan akhir penelitian yang diunggah melalui simakip.uhamka.ac.id.

Pasal 3

Kegiatan tersebut dalam Pasal 1 akan dilaksanakan oleh PIHAK KEDUA mulai tanggal 19 April 2021 dan selesai pada tanggal 20 November 2021.

Pasal 4

Berdasarkan kemampuan keuangan lembaga, PIHAK PERTAMA menyediakan dana sebesar Rp.3.000.000,- (Terbilang : *Tiga Juta*) kepada PIHAK KEDUA untuk melaksanakan kegiatan tersebut dalam Pasal 1.

Pasal 5

Pembayaran dana tersebut dalam Pasal 4 akan dilakukan dalam 2 (dua) termin sebagai berikut;
(1) Termin I 50 % : Sebesar 1.500.000 (Terbilang: *Satu Juta Lima Ratus Ribu Rupiah*) setelah PIHAK KEDUA menyerahkan proposal penelitian yang telah direview dan diperbaiki sesuai saran reviewer pada kegiatan tersebut Pasal 1 yang dilengkapi dengan tanda tangan asli dekan dan ketua program studi.

(2) Termin II 50 % : Sebesar 1.500.000 (Terbilang: *Satu Juta Lima Ratus Ribu Rupiah*) setelah PIHAK KEDUA mengikuti proses monitoring dan evaluasi serta mengunggah laporan akhir penelitian dengan melampirkan bukti luaran penelitian wajib dan tambahan sesuai Pasal 1 ke simakip.uhamka.ac.id.

Pasal 6

(1) PIHAK KEDUA wajib melaksanakan kegiatan tersebut dalam Pasal 1 dalam waktu yang ditentukan dalam Pasal 3.

(2) PIHAK PERTAMA akan melakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan tersebut sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 1. Bila PIHAK KEDUA tidak mengikuti Monitoring dan Evaluasi sesuai dengan jadwal yang ditentukan, tidak bisa melanjutkan penyelesaian penelitian dan harus mengikuti proses Monitoring dan Evaluasi pada periode berikutnya.

(3) PIHAK PERTAMA akan mendenda PIHAK KEDUA setiap hari keterlambatan penyerahan laporan hasil kegiatan sebesar 0,5 % (setengah persen) maksimal 20% (dua puluh persen) dari jumlah dana tersebut dalam Pasal 4.

(4) Dana Penelitian dikenakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari keseluruhan dana yang diterima oleh PIHAK PERTAMA sebesar 5 % (lima persen)

Jakarta, 19 April 2021

PIHAK PERTAMA
Lembaga Penelitian dan Pengembangan
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Ketua,

Prof. Dr. Suswandari, M.Pd.

PIHAK KEDUA
Peneliti,



Imas ARUMSARI S.Gz., M.Sc



ABSTRAK

Penyakit Tidak Menular (PTM) saat ini menyumbang hampir 70% kematian di dunia. Permasalahan PTM semakin mengkhawatirkan mengingat PTM adalah jenis penyakit kronik yang faktor risikonya dapat muncul sejak usia remaja, bahkan anak-anak. Saat ini, strategi pencegahan PTM menasar pada empat faktor risiko PTM, yaitu konsumsi rokok, konsumsi alkohol, rendahnya aktivitas fisik, dan pola makan tidak sehat. Aspek gaya hidup berupa pola makan tidak sehat, salah satunya tinggi gula, mengarah pada tingginya prevalensi obesitas yang menjadi salah satu risiko PTM khususnya penyakit kardiovaskuler dan diabetes mellitus. Beberapa upaya telah dilakukan untuk menurunkan konsumsi gula di masyarakat, salah satunya adalah dengan menerapkan pajak minuman berpemanis (*Sugar tax*). Penelitian ini bertujuan untuk menggali persepsi remaja di SMA Muhammadiyah terhadap kebijakan, konsumsi gula (*sugar consumption*), konsumsi minuman berpemanis (*beverage consumption*), pembelian produk minuman berpemanis (*beverage purchase*), label pangan, dan label halal. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode *photovoice study*. Pengambilan data dilakukan pada bulan April 2021. Responden representatif remaja (12-21 tahun) direkrut di SMA Muhammadiyah 11 Jakarta berdasarkan kriteria inklusi. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin diambil secara proporsional. SMA Muhammadiyah 11 Jakarta dipilih karena merupakan salah satu sekolah yang berada di bawah naungan pilot project promosi sekolah dari UHAMKA dan SEAMEO-RECFON, yaitu Islamic Health Promoting School Program (I-HELP). Pengumpulan data dilakukan dengan metode Focus Group Discussion (FGD) menggunakan semi-structured questionnaire. Data dianalisis berdasarkan item pertanyaan pada SHOWeD methodology. Luaran yang akan dicapai penelitian ini adalah publikasi prosiding seminar internasional dan pembicara pada pertemuan ilmiah.

Kata kunci: Label halal; Label pangan; Minuman berpemanis; Remaja

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	2
SURAT KONTRAK PENELITIAN.....	3
.....	4
ABSTRAK	5
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR LAMPIRAN	8
BAB 1. PENDAHULUAN	9
1. Latar Belakang	9
2. Rumusan masalah.....	10
3. Tujuan	11
4. Manfaat penelitian.....	11
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	12
Obesitas dan Penyakit tidak Menular	12
Obesitas dan Konsumsi Minuman Berpemanis.....	12
Trend Konsumsi Manis pada Remaja.....	13
Literasi Label Pangan dan Kesadaran Produk Halal	13
Upaya Pengendalian Konsumsi Manis pada Remaja	14
Promosi Kesehatan di Sekolah	15
Gap of Knowledge.....	15
Roadmap Penelitian.....	15
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	17
Desain Penelitian	17
Tempat dan Waktu Penelitian	17
Metode Pemilihan Sampel.....	17
Analisis Data	18
Etik Penelitian	18
Diagram Alir Penelitian.....	19
Roadmap Penelitian.....	20
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	21
1. Hasil pre- dan post- test.....	21

2. Brainstorming tema foto	23
3. Persepsi terhadap minuman berpemanis	23
4. Persepsi terhadap label pangan	26
5. Persepsi terhadap label halal	29
6. Strategi diseminasi	30
7. Pembahasan.....	30
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	33
Kesimpulan.....	33
Saran	33
BAB 6 LUARAN YANG DICAPAI	34
BAB VII RENCANA TINDAK LANJUT DAN PROYEKSI HILIRISASI	35
Biru: publikasi teman sejawat	36
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	39
Luaran wajib Publikasi Prosiding Internasional ICSDH 2021	39
Pemakalah pada seminar internasional.....	41
Sosialisasi penelitian dengan SMA Muhammadiyah 11 Jakarta.....	41
FGD 1	42
FGD 2	43
Panduan FGD	45

DAFTAR LAMPIRAN

Luaran wajib Publikasi Prosiding Internasional ICSDH 2021	40
Pemakalah pada seminar internasional	42
Sosialisasi penelitian dengan SMA Muhammadiyah 11 Jakarta	42
FGD 1	43
FGD 2	44
Panduan FGD	46

BAB 1. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Penyakit tidak menular (PTM), termasuk di dalamnya penyakit jantung koroner, kanker, diabetes melitus, dan penyakit paru kronis, berkontribusi terhadap hampir 70% kematian di dunia dan 73% kematian di Indonesia. Tidak hanya menjadi penyumbang angka kematian, PTM juga telah menjadi beban ekonomi di sejumlah negara, baik negara berpenghasilan rendah maupun negara berpenghasilan tinggi. Salah satu faktor risiko PTM yang saat ini masih menjadi masalah di Indonesia adalah obesitas dan overweight. Makanan tinggi lemak dan gula, serta kurangnya aktivitas fisik menjadi faktor utama penyebab tingginya angka obesitas di dunia (World Health Organization, 2014). Konsumsi makanan tinggi gula, khususnya gula sederhana, meningkatkan risiko obesitas dan diabetes melitus tipe II (MacDonald, 2016; Savona, 2018). Sebuah studi longitudinal menunjukkan tingginya konsumsi minuman berpemanis berhubungan dengan besarnya rasio pinggang dan panggul serta munculnya penyakit kanker yang berkaitan dengan obesitas di masa depan (Hodge, Bassett, Milne, English, & Giles, 2018). Mekanisme langsung yang berkaitan dengan hal tersebut adalah adanya gangguan regulasi hepatic uptake dan metabolisme fruktosa, yang akhirnya menyebabkan akumulasi lemak, dislipidemia, turunnya sensitivitas insulin, dan meningkatnya kadar asam urat. Mekanisme tidak langsung yang menjelaskan bagaimana konsumsi gula berlebih dapat menyebabkan diabetes melitus tipe II adalah terjadinya peningkatan berat badan dan persen lemak akibat menurunnya regulasi hormon leptin (Stanhope, 2016).

Tingkat konsumsi minuman manis di Indonesia meningkat tajam dari 51 juta liter pada tahun 1996 menjadi 253 juta liter pada tahun 2005, dan 780 juta liter pada tahun 2014 (Ardiansyah, 2017). Harga minuman manis relatif cukup terjangkau bagi seluruh kalangan, mudah didapat, dan rasa manis disukai segala usia. Salah satu faktor juga yang menyebabkan tingginya konsumsi minuman berpemanis adalah karena harganya yang terjangkau. Penerapan sugar tax merupakan salah satu alternatif kebijakan dalam menentukan harga jual minuman berpemanis di pasar. Beberapa negara telah menerapkan sugar tax yang berpengaruh signifikan terhadap

pola konsumsi minuman berpemanis di masyarakat. Selain itu, subsidi sugar tax dapat pula digunakan untuk meningkatkan anggaran di sektor kesehatan. Sebuah penelitian kohort menunjukkan bahwa penerapan Sugar Tax di Thailand cukup efektif dalam menurunkan konsumsi minuman manis dengan pajak yang lebih tinggi dibanding minuman yang tidak berpajak (Phulkerd, Thongcharoenchupong, Chamrathirong, Soottipong Gray, & Prasertsom, 2020). Harga minuman berpemanis yang relative terjangkau juga memungkinkan remaja untuk abai terhadap nilai gizi dan status halal produk sehingga tidak memperhatikan label pangan. Padahal, sudah dijelaskan di dalam Al-Quran bahwa mengkonsumsi pangan halal adalah kewajiban bagi setiap muslim:

مُبِينٌ عَدُوٌّ لَكُمْ إِنَّهُ الشَّيْطَانُ خُطُواتٍ تَتَّبِعُوا وَلَا طَيِّبًا حَلَالًا الْأَرْضِ فِي مِمَّا كَلُوا النَّاسُ أَيُّهَا يَا

“Wahai sekalian manusia makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti syaitan! Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagi kamu” (QS Al Baqarah 168)

SMA Muhammadiyah 11 Jakarta adalah salah satu dari 11 sekolah yang berada di bawah naungan program promosi kesehatan di sekolah kerjasama UHAMKA dan SEAMEO-RECFON, yaitu Islamic Health Promoting School Program (I-HELP). Program ini merupakan pilot project promosi kesehatan berbasis islam di DKI Jakarta. Melakukan identifikasi persepsi remaja di SMA Muhammadiyah 11 Jakarta terhadap minuman berpemanis, label pangan, dan label halal sejalan dengan peta jalan I-HELP yang memberikan promosi kesehatan berbasis nilai-nilai islam dan kemuhammadiyah, salah satunya adalah pangan halal. Data penelitian ini dapat menjadi data dasar untuk melakukan evidence-based intervention dalam I-HELP.

2. Rumusan masalah

Prevalensi PTM yang semakin mengkhawatirkan berjalan seiring dengan meningkatnya angka kematian dini akibat PTM. Pencegahan PTM penting dilakukan sejak remaja mengingat PTM merupakan penyakit kronis. Islamic Health Promoting School Program (I-HELP) adalah sebuah program promosi kesehatan berbasis nilai-nilai Islam kerjasama antara UHAMKA dan SEAMEO-RECFON. Fokus dalam penelitian ini adalah tingginya konsumsi minuman berpemanis yang

dapat disebabkan karena harganya yang terjangkau dan minimnya kegiatan promosi kesehatan di sekolah. Harga minuman berpemanis yang terjangkau juga sering membuat remaja abai terhadap label pangan dan label halal dari produk minuman berpemanis. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengeksplorasi persepsi remaja di SMA Muhammadiyah 4 Jakarta terhadap konsumsi minuman berpemanis, label pangan, dan label halal. Penelitian ini dapat menjadi dasar program intervensi yang dilakukan dalam rangkaian kegiatan I-HELP.

3. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan eksplorasi kebiasaan konsumsi minuman berpemanis, membaca label pangan, dan membaca label halal menggunakan pendekatan studi photovoice pada siswa SMA Muhammadiyah 11 Jakarta.

4. Manfaat penelitian

Untuk SMA Muhammadiyah 11 Jakarta

- Menjadi dasar perancangan program intervensi gizi di sekolah yang tepat sasaran.

Untuk siswa SMA Muhammadiyah 11 Jakarta

- Mengetahui gambaran permasalahan terkait konsumsi minuman berpemanis, label pangan, dan label halal pada siswa, sehingga termotivasi untuk melakukan perbaikan.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Obesitas dan Penyakit tidak Menular

Obesitas merupakan faktor risiko bagi beberapa penyakit metabolik lainnya, seperti diabetes, penyakit kardiovaskuler, tekanan darah tinggi, osteoarthritis, dan gangguan tidur (World Health Organization, 2014, 2018). Per tahun 2015, sebanyak 7% populasi dewasa di Indonesia mengalami obesitas, angka ini diperkirakan akan terus mengalami peningkatan jika tidak dilakukan upaya pencegahan (World Health Organization, 2018). Tidak hanya obesitas, prevalensi overweight juga mengalami peningkatan. Prevalensi overweight di Indonesia pada tahun 1993 sebesar 17.1% dan mengalami peningkatan pada tahun 2014 menjadi 33% (Oddo, Maehara, & Rah, 2019).

Badan Kesehatan dunia, WHO, menargetkan untuk menurunkan angka obesitas melalui pendekatan intervensi multisektoral berbasis populasi yaitu mempromosikan aktivitas fisik dan mengonsumsi makanan sehat dalam bagi berbagai kalangan usia, tidak hanya berlaku untuk orang dewasa, tetapi juga untuk anak-anak dan remaja. Mengurangi angka obesitas di anak-anak dan remaja akan membantu mengurangi prevalensi obesitas orang dewasa pada jangka panjang (World Health Organization, 2018).

Obesitas dan Konsumsi Minuman Berpemanis

Konsumsi makanan tinggi gula, khususnya gula sederhana, meningkatkan risiko obesitas dan diabetes melitus tipe II (MacDonald, 2016; Savona, 2018). Sebuah studi longitudinal menunjukkan tingginya konsumsi minuman berpemanis berhubungan dengan besarnya rasio pinggang dan panggul serta munculnya penyakit kanker yang berkaitan dengan obesitas di masa depan (Hodge et al., 2018). Mekanisme langsung yang berkaitan dengan hal tersebut adalah adanya gangguan regulasi hepatic uptake dan metabolisme fruktosa, yang akhirnya menyebabkan akumulasi lemak, dislipidemia, turunnya sensitivitas insulin, dan meningkatnya kadar asam urat. Mekanisme tidak langsung yang menjelaskan bagaimana konsumsi gula berlebih dapat menyebabkan diabetes melitus tipe II adalah

terjadinya peningkatan berat badan dan persen lemak akibat menurunnya regulasi hormon leptin (Stanhope, 2016).

Trend Konsumsi Manis pada Remaja

Penelitian di Belanda, menunjukkan 4 kelompok anak berdasarkan tingkat konsumsi minuman manis menunjukkan jika hampir setiap hari pada saat pagi dan siang mereka mengonsumsi minuman manis (Vinke, Blijleven, Luitjens, & Corpeleijn, 2020). Hampir setengah anak usia 6-35 bulan di Bandung mengonsumsi minuman berpemanis pada hari sebelumnya saat pengambilan data, mayoritas orang tua memberikan kental manis kepada anaknya. Alasan utama orang tua dalam memberikan minuman berpemanis ialah karena anaknya meminta untuk dibeli, lalu diikuti alasan mengonsumsi minuman berpemanis membuat anaknya tampak senang (Green et al., 2019). Di Jerman sekitar 59% kelompok anak-anak hingga dewasa muda usia 6 - 24 tahun mengonsumsi minuman manis sudah menjadi hal yang biasa, bahkan 23% dari mereka mengonsumsinya setiap hari, dimana kelompok laki-laki dapat menghabiskan lebih dari 200ml per harinya (Schneider, Mata, & Kadel, 2020).

Literasi Label Pangan dan Kesadaran Produk Halal

Pembeda produk halal dengan non-halal adalah dengan adanya sertifikasi halal dan logo halal pada kemasan. Label dan sertifikasi ini penting ada untuk penegasan status kehalalan. Dalam mendapatkan logo dan sertifikasi halal ini, produsen dan fasilitas produksi harus melalui serangkaian pengujian dan audit yang harus memenuhi kriteria Sistem Jaminan Halal (SJH) sebagai persyaratan sertifikasi halal. Di Indonesia, lembaga yang diamanahi untuk mengurus sertifikasi halal adalah BPJPH (Badan Penyelenggara Produk Jaminan Halal) dan MUI (Majelis Ulama Indonesia). Karena melalui serangkaian pengujian yang menjamin konsistensi baik sumber maupun kualitas produk, maka sertifikasi memberikan jaminan mutu produk.

Pemahaman terkait label halal akan menentukan kesadaran halal dan dapat berujung dalam penentuan perilaku halal dalam kehidupan individu tersebut, termasuk dalam keputusan pemilihan produk. Berdasarkan suatu penelitian,

konsumen muslim akan cenderung untuk memilih produk-produk halal di pasaran (Anggraini, Dewanti, & Sciences, 2020; Billah, Rahman, & Hossain, 2020).

Upaya Pengendalian Konsumsi Manis pada Remaja

Berbagai intervensi telah dilakukan sebagai upaya untuk menurunkan prevalensi PTM di masyarakat, misalnya pengembangan pangan fungsional atau melakukan promosi metode memasak yang dapat mempertahankan kapasitas antioksidan makanan (Arumsari, Mäkynen, Adisakwattana, Ngamukote, & vitaminology, 2020; Sofyaningsih & Arumsari, 2021). Dalam hal pengendalian konsumsi gula, kebijakan pemerintah sangat penting untuk menekan angka peningkatan obesitas. Strategi terkait harga menjadi salah satu pilihan untuk meningkatkan konsumsi makanan sehat. Di lingkup Asia Tenggara, penetapan tarif pajak terhadap makanan dan minuman manis (Sugar Tax) telah diberlakukan di berbagai negara, salah satunya Thailand. Pemerintah Thailand menargetkan pajak yang lebih tinggi untuk minuman manis yang efektif sejak September 2017 dengan harapan menurunkan kadar gula dalam minuman manis secara berangsur-angsur. Besarnya pajak ini dibagi menjadi 6 tingkat, bergantung dari kadar gula dalam 100 ml minuman: <6 g, 6-8 g, >8-10 g, >10-14 g, >14-18 g, dan >18 g. Besaran pajak akan meningkat setiap 2 tahun, tetapi, pemerintah Thailand memberikan tenggang waktu bagi produsen makanan untuk menurunkan kadar gula produknya yang dibagi dalam 3 fase dalam 6 tahun, masing-masing fase memakan waktu 2 tahun. Thailand telah menyelesaikan fase pertama dan saat ini telah memasuki fase kedua (Phulkerd et al., 2020). Indonesia saat ini mulai melihat peluang untuk menerapkan Sugar Tax demi menurunkan angka obesitas. Sebuah studi analisis fisibilitas penerapan Sugar Tax di Indonesia menunjukkan bahwa Sugar Tax cukup layak diterapkan jika dilihat dari sudut pandang ekonomi dan administrasi teknis perpajakan. Namun, masih terdapat beberapa kendala untuk menerapkan Sugar Tax di Indonesia, seperti resistensi industri minuman, substitusi minuman manis, dan teknis pengenaan pajak (Ardiansyah, 2017). Para pelaku industri minuman berpemanis masih tidak yakin bahwa penerapan sugar tax dapat menurunkan risiko penyakit tidak menular dan obesitas (Comans, Moretto, Byrnes, & health, 2017; Curry et al., 2018; Farrell, Moore, Warin, & Street, 2019).

Promosi Kesehatan di Sekolah

Tingkat konsumsi minuman berpemanis di remaja SMA tergolong tinggi (Nurjayanti, Rahayu, & Fitriani, 2020). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa promosi kesehatan berbasis sekolah merupakan metode intervensi efektif dalam meningkatkan pola hidup sehat. Promosi kesehatan yang dilakukan dapat berupa pendekatan melalui guru dan orang tua atau secara langsung kepada siswa. Promosi kesehatan kepada orang tua efektif karena masa SMP-SMA, remaja masih sangat dipengaruhi oleh pola asuh orang tua di rumah, terlebih kaitannya dengan pola makan (Arumsari, 2016; Fitriani, Setyowati, & Arumsari, 2020).

Gap of Knowledge

Peta jalan peneliti pada tahun sebelumnya adalah deteksi dini penyakit tidak menular dan dilanjutkan dengan peta jalan di tahun ini untuk melakukan identifikasi factor-faktor risiko penyakit tidak menular yang berkaitan dengan gizi. Penelitian sebelumnya telah banyak mengemukakan tingginya prevalensi obesitas, status gizi lebih, konsumsi minuman berpemanis pada remaja. Penelitian ini akan menjawab tentang bagaimana gambaran persepsi remaja terhadap label pangan dan konsumsi minuman berpemanis untuk selanjutnya hasil penelitian ini dapat menjadi rekomendasi program intervensi pada I-HELP.

Roadmap Penelitian

Ketua tim pengusul memiliki roadmap penelitian dalam bidang penyakit tidak menular (PTM). Hal ini dilatarbelakangi karena tingginya prevalensi angka kematian dini akibat PTM dan poin 3 dalam sustainable development goals (SDGs). Selain itu, upaya-upaya pencegahan PTM juga sebaiknya berfokus pada upaya intervensi berbasis bukti. Sehingga penting bagi peneliti, pada tahun pertama dan kedua roadmap melakukan jalan penelitian pada lingkup deteksi dini PTM. Tahun pertama, deteksi dini PTM dilakukan pada lingkup tekanan darah dan IMT untuk melakukan deteksi dini hipertensi dan obesitas. Pada tahun kedua (2021), deteksi dini dilakukan pada pemantauan factor risiko. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, factor risiko yang diteliti adalah persepsi remaja terkait dengan minuman berpemanis dan kesadaran pada label pangan. Sejalan dengan roadmap program

studi ilmu gizi, roadmap peneliti juga berfokus pada isu pangan halal. Selain itu, konsep thoyyib juga diperhatikan dalam roadmap ini di mana ilmu gizi memahami konsep pangan thoyyib sebagai pangan yang baik dari segi gizi.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif, dengan metode *photovoice study*. *Photovoice study* digunakan untuk menggali persepsi remaja di SMA Muhammadiyah tentang persepsi terhadap konsumsi gula (*sugar consumption*), konsumsi minuman berpemanis (*beverage consumption*), pembelian produk minuman berpemanis (*beverage purchase*), label pangan, dan label halal.

Photovoice melakukan sebuah pendekatan partisipatif berbasis komunitas yang mampu mengajak informan mengidentifikasi dan merepresentasikan pendapat kelompok komunitas tertentu melalui teknik fotografi.

Tempat dan Waktu Penelitian

Sesi Focus Group Discussion (FGD) di SMA Muhammadiyah 11 Jakarta. Tahapan penelitian *photovoice* dilakukan pada bulan Mei-Juni 2021.

Metode Pemilihan Sampel

Informan representatif remaja (12-21 tahun) direkrut dari SMA Muhammadiyah 11 Jakarta. Jumlah informan berdasarkan jenis kelamin secara proporsional diambil dengan metode purposive sampling. Informan direkrut berdasarkan kriteria inklusi sebagai berikut:

- remaja berumur 12-21 tahun
- mampu membaca dan menulis, serta mengambil gambar
- bersedia mengisi informed consent

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode *Focus group discussion* (FGD) dengan *semi-structured questionnaire* yang akan dijelaskan dalam diagram alir pada bagian yang lain di proposal ini.

Tujuan *photovoice study* menggali persepsi terhadap:

1. Kebijakan konsumsi gula
2. Konsumsi minuman berpemanis
3. Pembelian produk minuman berpemanis
4. Label pangan dan label halal

Jumlah sesi FGD secara keseluruhan berjumlah 4 sesi. Pada sesi FGD ke 4 dilakukan analisis foto dengan menggunakan pendekatan SHOWeD methodology yang berisi beberapa pertanyaan kunci, yaitu:

1. What do you See here? (Apa yang kamu lihat di foto ini?)
2. What is really Happening here? (Apa yang sebenarnya terjadi di sini?)

3. How does this relate to Our lives? (Bagaimana foto ini terkait dengan kehidupan kita?)
4. Why does this concern /situation/strength exist? (Mengapa masalah/situasi ini ada?)
5. How can we become Empowered through our new understanding? (Bagaimana kita bisa memberdayakan diri kita dengan pemahaman kita yang baru?)
6. What can we Do about it? (Apa yang dapat kita lakukan terkait dengan (fenomena/foto) ini?)

Analisis Data

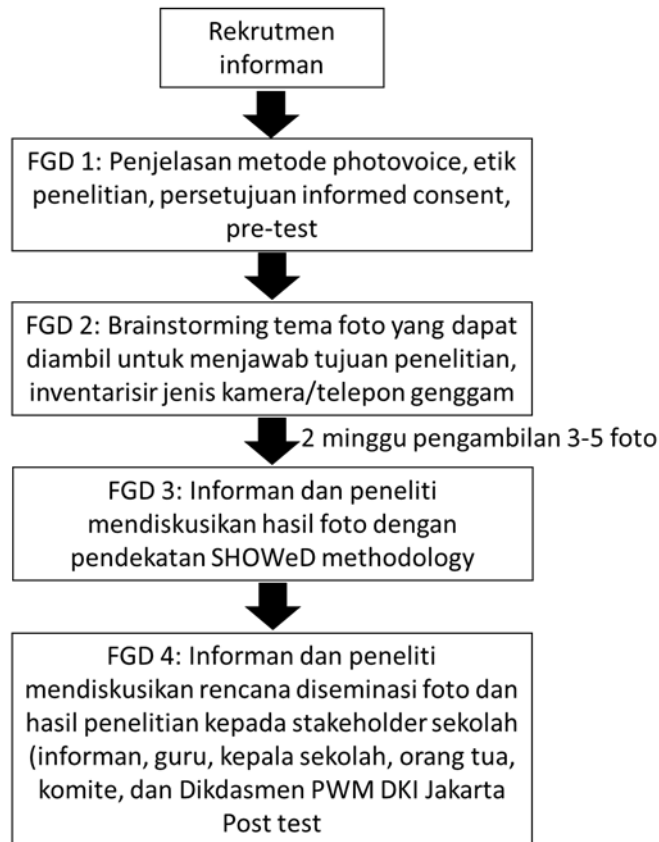
1. Lembar assessment pre-test post-test (KAHOOT)
2. Transkrip analisis SHOWeD
3. Fun-fact tema

Tahapan penelitian photovoice ini menggunakan metode analisis kualitatif. Setiap sesi FGD direkam dan dibuat transkrip. Data dianalisis berdasarkan item pertanyaan pada SHOWeD methodology. Analisis berfokus pada interpretasi responden terhadap foto, dan perbandingan antarfoto, kemudian dihubungkan dengan persepsi mereka terhadap kebijakan konsumsi gula (*sugar consumption*), konsumsi minuman berpemanis (*beverage consumption*), pembelian produk minuman berpemanis (*beverage purchase*), label pangan (*food label*), dan label halal. Data hasil uji eksperimen pengetahuan informan pada nilai pre-test dan post-test digunakan untuk melengkapi hasil temuan pada studi kualitatif. Hasil analisis data ditampilkan secara deskriptif.

Etik Penelitian

Ethical clearance penelitian ini telah didapatkan dari Komite Etik Penelitian Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka. Informed consent diberikan kepada responden *photovoice study* sebelum penelitian

Diagram Alir Penelitian



Penjelasan

Rincian pertanyaan pada pendekatan SHOWeD methodology:

1. What do you See here? (Apa yang kamu lihat di foto ini?)
 - Pendapat tentang konsumsi minuman berpemanis
 - Pendapat tentang harga minuman berpemanis
 - Pendapat tentang label pangan dan label halal
2. What is really Happening here? (Apa yang sebenarnya terjadi di sini?)
 - Kebijakan dan upaya pemerintah yang mereka ketahui dalam memberikan edukasi
 - Besaran harga dan kemampuan mereka membeli makanan tersebut
 - Minat/pendapat mereka dalam membaca label pangan dan label halal
3. How does this relate to Our lives? (Bagaimana foto ini terkait dengan kehidupan kita?)
 - Pendapat tentang bagaimana posisi remaja usia mereka dalam target market minuman ini

- Pendapat mereka tentang peran marketing dalam mendorong mereka mengkonsumsi minuman ini
 - Pendapat mereka tentang dampak label pangan dan label halal dalam kehidupan mereka
4. Why does this concern /situation/strength exist? (Mengapa masalah/situasi ini ada?)
- Pendapat tentang masih banyaknya remaja mengkonsumsi minuman manis
 - Pendapat tentang kemampuan mereka membeli minuman
 - Komentar terhadap pendapat poin 4 bagian label pangan dan halal
5. How can we become Empowered through our new understanding? (Bagaimana kita bisa memberdayakan diri kita dengan pemahaman kita yang baru?)
- Pendapat tentang minuman berpemanis dan bagaimana pendapat tersebut mempengaruhi konsumsi minuman berpemanis
6. What can we Do about it? (Apa yang dapat kita lakukan terkait dengan (fenomena/foto) ini?)
- Dengan semua informasi yang mereka dapatkan tentang minuman ini, bagaimana respon mereka tentang konsumsi minuman ini

Roadmap Penelitian

RESEARCH ROADMAP
NON-COMMUNICABLE DISEASES
Imas Arumsari

Background: Premature mortality from NCD, SDGs point 3, evidence-based NCD management
Strategies: detection, prevention

No	Year	Scope	Collaboration	Funding	Outcome
1	2020	Deteksi dini PTM		Lemlit, DIKTI	
		<i>Skining sindrom metabolik:</i>			Tren sindrom metabolik pada berbagai populasi
		Tekanan darah, BMI, body fat, lemak visceral, kolesterol total darah, serta gula darah	Program posbindu kemenkes Program kampus sehat kemenkes Internal: Tim dosen gizi olahraga, tim FSB,		Tren faktor risiko PTM pada berbagai populasi
2	2021	<i>Pemantauan faktor risiko PTM:</i>			Tren sindrom metabolik pada berbagai populasi
		Merokok, kurang makan sayur dan buah, kurang aktivitas fisik, stress	SEAMEO-RECFON Tim dosen gizi olahraga		Tren faktor risiko PTM pada berbagai populasi
		Literasi label pangan	Tim dosen pangan Tim dosen KPG SEAMEO-RECFON		
3	2022	Pencegahan PTM			
		Strategi: modifikasi bahan pangan (gula, garam, lemak)	Tim dosen pangan, tim PKHU		Pangan fungsional (halal), Produk pangan alternatif (halal)
4	2023	Pencegahan PTM			
		Strategi: edukasi literasi produk pangan berbasis digital (4.0 era)	Tim dosen IT, Tim dosen KPG		Media dan metode edukasi faktor risiko PTM berbasis digital
5	2024	Strategi: edukasi prinsip keseimbangan energi	Tim dosen gizi olahraga SEAMEO-RECFON		

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Seluruh informan penelitian ini adalah kelas XI SMA Muhammadiyah 11 Jakarta, tiga laki-laki dan 2 perempuan berpartisipasi dalam penelitian ini. Rata-rata usia informan adalah 17,5 tahun yang tergolong ke dalam kelompok usia remaja awal. Hasil penelitian disajikan berdasarkan tujuan penelitian per sesi FGD, sesi pertama FGD bertujuan untuk melakukan brainstorming topik foto untuk menjawab tujuan penelitian: persepsi terhadap minuman berpemanis, persepsi terhadap label pangan, dan persepsi terhadap label halal. Sesi kedua FGD bertujuan untuk menggali persepsi informan terkait tiga tujuan penelitiann tersebut.

1. Hasil pre- dan post- test

Pre-test dilakukan pada awal penelitian dan post-test di akhir penelitian. Pertanyaan didesain dengan menggali pengetahuan informan terkait informasi umum mengenai minuman berpemanis, label pangan, dan label halal. Hasil test dapat menggambarkan bagaimana pemahaman remaja terkait tiga topik tersebut. Hasil menunjukkan tidak ada peningkatan rata-rata nilai pre (nilai rata-rata= 58/100) dan post test (nilai rata-rata= 58/100) pada seluruh informan. Hasil penelitian ini mendukung bahwa persepsi dan pemahaman remaja terkait gizi dan kesehatan masih pada taraf rata-rata. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa peningkatan terlihat pada item pertanyaan tertentu, seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1. Distribusi jawaban pre-test dan post-test menurut item pertanyaan

Pertanyaan	Jumlah informan menjawab benar dalam pre -test	Jumlah informan menjawab benar dalam post-test
Batas konsumsi gula tambahan per hari adalah 40 gram/3 sendok makan	1	1
Konsumsi gula berlebih menyebabkan obesitas	5	5
Logo halal dari LPPOM MUI dapat digambar bebas oleh produsen/pabrik	1	3
Hal pertama yang harus diperhatikan dalam membaca label pangan adalah memperhatikan takaran saji	2	3
Jumlah karbohidrat menunjukkan jumlah natrium	5	4
Logo halal MUI harus ditampilkan berwarna hijau	3	2
Obesitas pada masa anak-anak menyebabkan obesitas di usia dewasa	5	4
Remaja merupakan kelompok usia yang paling banyak mengkonsumsi minuman berpemanis dibandingkan dengan kelompok usia lain	4	5
Konsumsi vitamin A harus dibatasi untuk mencegah obesitas	3	3
AKG singkatan dari Asosiasi Keluarga Gizi	1	1

Hasil pada tabel di atas menunjukkan jumlah jawaban benar meningkat pada topik tertentu, yakni: kebijakan klaim label halal di Indonesia, langkah penting ketika membaca label pangan, dan tren konsumsi minuman berpemanis pada remaja. Jumlah jawaban benar menurun pada topik tertentu, yakni: peran zat gizi terhadap masalah gizi tertentu. Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi bahwa, meskipun penelitian partisipatif ini dapat meningkatkan kepedulian untuk membaca label pangan, nilai yang rendah pada aspek pengetahuan tentang peran zat gizi menunjukkan bahwa edukasi gizi pada kelompok usia ini masih diperlukan.

2. Brainstorming tema foto

Pada sesi FGD pertama metode penelitian *photovoice*, peneliti menanyakan tema foto yang cocok untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sampel foto diberikan selama sesi brainstorming ini.

Menurut informan, untuk menjawab pertanyaan tentang persepsi terhadap minuman berpemanis, mereka harus mengambil foto terkait pembelian minuman berpemanis, peran teknologi dalam pembelian minuman berpemanis, peran public figure dalam pembelian minuman berpemanis, dan peran harga, promosi, dan diskon. Tema foto yang sesuai untuk menjawab persepsi tentang label pangan adalah contoh label pangan di produk makanan dan minuman, label zat gizi, komposisi dan label lainnya. Persepsi terhadap label halal termasuk tipe tertentu label halal, label halal di restoran, dan label halal pada produk non-pangan.

3. Persepsi terhadap minuman berpemanis

Informan mendefinisikan minuman berpemanis sebagai produk minuman berwarna dengan kandungan gula. Peserta memandang bahwa kopi saat ini identik dengan minuman berpemanis. Mereka mengidentikkan minuman berpemanis dan kopi akibat *overexposure* dengan produk kopi di setiap kafe/penjual minuman yang mereka kunjungi. Para peserta menyatakan bahwa kopi selalu pantas dengan minuman berpemanis seperti yang terungkap di banyak kedai kopi saat ini. Ditambah lagi, kelompok remaja ini berpandangan bahwa minum kopi harus ditambah gula atau susu. Mereka cenderung mengonsumsi kopi sebagai gaya hidup, bukan sebagai penikmat kopi dengan segala filosofi di baliknya. Sebagai remaja, informan menyatakan bahwa keinginan untuk memesan minuman berpemanis tergantung pada waktu dan suasana hati. Selanjutnya, merek menjadi pertimbangan dalam memilih produk minuman berpemanis.

Sebagian dari mereka juga mengaku sering memesan minuman berpemanis melalui layanan ojek online. Dengan perkembangan teknologi saat ini, semakin memudahkan mereka dalam mengakses produk minuman berpemanis. Mereka dapat dengan mudah memesan produk secara online dan produk akan segera sampai. Menjadi lebih nyaman dan membantu mereka dengan kesibukan sehari-

hari. Layanan online juga membantu mereka untuk membeli produk yang diinginkan di masa pembatasan selama pandemi COVID-19.



Gambar 1. Pengemudi ojek online mendapatkan pesanan online minuman berpemanis

Informan menceritakan bahwa harga, lokasi, dan rasa menjadi pertimbangan dalam memilih produk minuman berpemanis. Informan berpendapat bahwa pemasaran, khususnya iklan di media sosial mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli produk minuman berpemanis. Kisaran harga yang mereka anggap terjangkau untuk membeli produk minuman berpemanis adalah Rp 35.000 – Rp 50.000. Hal ini mengungkapkan bahwa remaja saat ini akan menghabiskan uang mereka untuk membeli produk minuman berpemanis sebanyak pengeluaran mereka sehari-hari. Beberapa peserta menyebutkan bahwa mereka perlu meminta uang tambahan dari orang tua mereka untuk memenuhi keinginan mereka untuk memesan produk minuman berpemanis.

Informan merasa bahwa *peer group* mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli minuman berpemanis. Dalam pandangan mereka, konsumsi minuman berpemanis terkait dengan gaya hidup remaja saat ini dan membantu memperbaiki suasana hati yang buruk. Terlebih, konsumsi minuman berpemanis juga identik dengan konstruksi sosial di kalangan remaja. Demi terciptanya lingkungan sosialisasi yang kondusif, para peserta menyebutkan bahwa kebutuhan mereka untuk membeli produk minuman berpemanis merupakan salah satu cara untuk

menunjukkan kelas sosial mereka. Kafe dengan menu utama minuman berpemanis sering dipilih sebagai tempat berkumpul bersama teman-teman. Oleh karena itu, lokasi toko juga dipertimbangkan. Beberapa dari mereka sudah memiliki kafe favorit tertentu yang sering menjadi tempat *hangout* bersama teman-teman sebayanya.

Informan memandang bahwa influencer atau *public figure* juga berperan dalam membentuk keputusan pembelian minuman berpemanis. Misalnya, foto yang mereka kumpulkan juga menunjukkan sebuah kafe milik *public figure* Indonesia, dan peserta mengatakan bahwa untuk beberapa kelompok, mungkin akan menarik orang untuk membeli karena popularitas pemiliknya.



Gambar 2. Contoh kafe yang dimiliki *public figure*

Mengenai risiko kesehatan, peserta melaporkan bahwa mereka sebenarnya tahu bahwa konsumsi gula berlebih dapat merugikan kesehatan. Risiko yang dilaporkan adalah diabetes melitus dan obesitas. Mereka juga mengaku tidak tahu apa kebijakan pemerintah untuk mengendalikan konsumsi minuman berpemanis.

"...saya tahu mengkonsumsi minuman berpemanis berlebihan itu berbahaya terutama untuk kesehatan karena bisa menyebabkan berbagai penyakit, tapi kadang saya masih tetap saja mengkonsumsi..."

Informan mengaku mengetahui dampak negatif produk minuman berpemanis terhadap kesehatan mereka, namun mereka tetap mengonsumsi produk minuman berpemanis. Berbagai motif dan tindakan tersebut dapat menggambarkan bagaimana kaum muda cenderung memilih produk minuman berpemanis sebagai gaya hidup daripada alasan kesehatan. Keputusan pembelian produk minuman berpemanis dan pengaruh eksternal merupakan faktor utama dalam gaya hidup remaja saat ini. Apalagi jika dilihat dari segi harga, harga makanan sehat diasumsikan peserta lebih mahal dari minuman berpemanis di pedagang yang sama. Selain itu, peserta mulai mendapatkan kebebasan dalam memilih makanan dan minuman, terutama di luar rumah, sehingga perlu dikembangkan upaya yang lebih mudah bagi mereka untuk membuat pilihan yang lebih sehat.

4. Persepsi terhadap label pangan

Informan melaporkan bahwa mereka tahu apa label makanan itu. Dalam pandangannya, label makanan adalah kumpulan huruf, gambar, atau kombinasi keduanya yang memberikan informasi tentang persentase zat gizi yang terdapat dalam kemasan produk makanan atau minuman. Meski peserta mengetahui apa itu label makanan, namun pertimbangan mereka untuk membaca isi label makanan bukanlah prioritas.

Informan merasa bahwa label makanan menjadi prioritas terakhir mereka untuk dibaca dalam kemasan produk makanan ketika memilih suatu produk makanan dan minuman. Label makanan dibaca setelah mempertimbangkan merek, kualitas kemasan, harga, rasa, dan tanggal kadaluarsa. Bahkan terkadang mereka hanya mengambil produk tanpa mempertimbangkan apapun karena hanya ingin meminum atau memakan produk tersebut tanpa pertimbangan apapun seperti yang tersaji dalam kutipan persepsi berikut ini. Kurangnya preferensi untuk membaca label makanan terjadi baik untuk makanan maupun minuman.

"Saya pertama kali lihat merek."

"Males aja. langsung milih produknya aja sih..."

Menariknya, peserta perempuan cenderung lebih mempertimbangkan untuk membaca label makanan untuk jenis makanan tertentu, terutama pada produk manis, seperti yogurt dan roti. Mereka merasa kandungan gula dalam produk manis akan berbahaya bagi kesehatan. Sebaliknya, laki-laki menganggap label makanan tidak terlalu penting untuk diperhatikan sehingga tidak tertarik untuk mengeksplorasinya.



Gambar 3. Label pangan pada minuman berpemanis

Peserta juga melaporkan tantangan besar dalam membaca label makanan karena istilah akademis yang digunakan dalam label tersebut. Mereka tidak memahami beberapa istilah dalam fakta dan bahan nutrisi. Beberapa dari mereka mencoba mencari di internet untuk persyaratannya, tetapi itu membutuhkan usaha yang lebih besar. Misalnya, pada gambar 4, mereka tidak mengerti apa itu alfa-tokoferol.



Gambar 4. Komposisi pada label pangan

Mengenai rendahnya minat membaca label makanan di kalangan remaja, informan berpendapat hal itu bisa terjadi karena kurangnya pengetahuan tentang label makanan. Di sisi lain, sebagian dari mereka juga berpendapat bahwa meskipun pengetahuan tentang label makanan baik, mereka mungkin tidak akan membacanya karena keinginan untuk mengonsumsi produk tersebut. Selain itu, mereka juga cenderung tidak membaca label karena merupakan kegiatan yang memakan waktu.

“Mungkin karena kurangnya pengetahuan. Tapi bisa juga pengetahuan ada, tapi karena pengen banget mengonsumsi itu, jadi ga dibaca labelnya.”

Peserta yang mencerminkan rendahnya preferensi membaca label makanan di antaranya dapat ditingkatkan dengan meningkatkan motivasi diri. Mereka menilai pendidikan penting untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang label makanan dan pada akhirnya meningkatkan motivasi untuk membacanya. Peserta mengungkapkan bahwa tokoh masyarakat atau influencer tidak terlalu memberikan motivasi yang signifikan untuk membaca label makanan atau mempengaruhi orang untuk mengonsumsi produk tertentu. Namun, sebagian dari mereka menganggap bahwa sebenarnya public figure memang memiliki peran untuk mempengaruhi orang, tetapi khusus untuk kelompok tertentu, misalnya fans.

Peserta melaporkan bahwa pendidikan atau promosi di media sosial atau media nasional (di televisi misalnya) cukup efektif untuk melibatkan remaja untuk melakukan perilaku tertentu. Mereka menganggap itu juga bisa diterapkan dalam pendidikan label makanan.

“Public figure ga terlalu berpengaruh sih utk saya. keinginan utk baca label pangan muncul dari diri sendiri, kalo mau tahu baca aja.”

“Mungkin tulisan label pangan harus dibuat lebih besar. Public figure banyak diikuti juga khususnya oleh penggemar.”

“Remaja mungkin paling efektif melalui sekolah atau media sosial, misal Instagram.”

Kutipan ini menyiratkan media yang lebih disukai yang dipilih oleh peserta untuk memberdayakan diri dan komunitasnya. Media sosial masih menjadi platform media yang populer di kalangan remaja. Oleh karena itu potensi ini dapat

diterapkan sebagai peluang untuk menyampaikan pesan terkait gizi dan kesehatan (Jones et al., 2014).

5. Persepsi terhadap label halal

Peserta mendefinisikan label halal sebagai label dalam kemasan makanan yang dinyatakan dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) yang menyatakan status kehalalannya menurut hukum Islam. Mereka memandang label halal itu penting, terutama pada produk impor. Label halal juga penting karena menyatakan bahwa produk tersebut tidak berbahaya.

Peserta melaporkan bahwa logo halal merupakan salah satu hal yang akan mereka pertimbangkan terlebih dahulu saat membeli produk impor. Namun, untuk produk pangan asal Indonesia, mereka jarang mengecek label halal karena alasan keamanan. Mereka merasa sebagai mayoritas Muslim, mereka tidak perlu terlalu khawatir dengan label halal dari makanan. Menariknya, mereka juga jarang mengecek label halal dari produk merek ternama.

Peserta menilai masih rendahnya kesadaran untuk mengecek label halal padahal halal itu wajib bagi umat Islam. Menurut mereka, hal yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kesadaran tersebut adalah melakukan edukasi melalui media sosial populer, seperti Instagram atau TikTok, kepada masyarakat tentang pentingnya mengecek label halal, khususnya bagi umat Islam.

“... Kalau remaja edukasi di tiktok dan Instagram..., Karena saya sering lihat di tiktok, orang makan produk impor tapi ga ada logo halalnya....”

“Kalau agama islam wajib baca label halal kalau non islam ga wajib, karena yang islam wajib makan yang halal. kalau bentuk dan warna label halal pada produk kayaknya ga ada pengaruh”



Gambar 5. Perbedaan label halal pada berbagai produk pangan

Dari gambar 5 terlihat bahwa warna label halal bisa berbeda antar kemasan, oleh karena itu penting juga untuk mengecek keabsahan label halal dari MUI.

6. Strategi diseminasi

Dalam penelitian ini, kami juga memperoleh informasi dari para informan tentang apa yang dapat mereka lakukan untuk meningkatkan pengetahuan tentang isu terkini di komunitas mereka. Informan berpendapat bahwa mereka dapat menyebarkan informasi yang mereka peroleh dari penelitian ini kepada komunitas sekolah. Peserta memandang bahwa sebenarnya mereka dapat melibatkan semua elemen di sekolah dalam program tersebut, sehingga pemberdayaan masyarakat dapat berkelanjutan.

Pengetahuan dari penelitian ini dapat digabungkan ke dalam program sekolah saat ini dengan melibatkan OSIS, guru sekolah, komunitas sekolah, staf kantin, dan orang tua. Dari pengetahuan mereka, contoh program yang tersedia saat ini adalah pertemuan kelas dan festival sekolah. Kedepannya, mereka juga berencana untuk berdiskusi dengan guru tentang penempatan media promosi kesehatan di tempat-tempat strategis, seperti di kantin.

7. Pembahasan

Konsumsi minuman berpemanis sering dikaitkan dengan pelepasan stres dan membangkitkan mood. Teori bahwa gula dapat meningkatkan mood sebenarnya ditentang dalam penelitian terbaru. Peran gula dalam perbaikan mood atau yang biasa disebut dengan “sugar rush” sebenarnya masih dianggap mitos (Mantantzis et

al., 2019). Sebuah studi eksperimental juga menegaskan bahwa tidak ada pengaruh konsumsi gula terhadap suasana hati (Giles et al., 2018). Perasaan puas dan lebih baik setelah mengonsumsi gula mungkin berasal dari efek serotoninergik gula yang terjadi pada kondisi tertentu, seperti stres (Giles et al., 2018).

Iklan di media sosial meningkatkan konsumsi minuman berpemanis. Telah diketahui bahwa remaja adalah audiens utama pengiklan makanan. Peran tokoh masyarakat dalam pemasaran juga meningkatkan keputusan pembelian produk minuman berpemanis. Media konvensional seperti televisi menunjukkan tren penurunan terpaan iklan makanan dan minuman cepat saji di kalangan remaja, kemungkinan karena pergeseran konsumsi media ke media sosial (Czoli et al., 2020). Iklan makanan di YouTube, pembelian online, dan iklan online sangat terkait dengan konsumsi makanan tidak sehat di kalangan remaja (Baldwin et al., 2018).

Menurut penelitian ini, kekuatan branding berkaitan dengan keputusan untuk memilih produk tertentu. Ada beberapa langkah dalam membangun merek yang menentukan keputusan konsumen. Di antara konsumen milenial, citra merek dan kepercayaan merek memainkan peran penting dalam keputusan konsumen. Selain itu, pengalaman konsumen pada merek tertentu juga meningkatkan keterikatan merek (Kim dan Chao, 2019). Hal ini menjelaskan mengapa dalam penelitian ini beberapa informan sudah terikat dengan merek minuman berpemanis tertentu atau produsen tertentu.

Penelitian ini juga melaporkan bahwa ketersediaan minuman berpemanis dalam layanan pengiriman online, atau ojek online di Indonesia, meningkatkan perilaku pembelian. Telah dibuktikan bahwa faktor lingkungan yang mendukung remaja untuk mengakses minuman berpemanis dengan mudah, memainkan peran kunci dalam tren peningkatan konsumsi minuman berpemanis (Hess et al., 2019). Faktor lingkungan lain yang dilaporkan dalam penelitian ini juga adalah pelabelan, harga, promosi, dan kesadaran masyarakat, termasuk kelompok sebaya (peer group) dan konstruksi sosial.

Beberapa faktor yang dilaporkan menantang kesadaran untuk membaca label makanan menurut penelitian ini, yaitu: Kesadaran label makanan yang rendah (peserta tahu itu penting, tetapi sebagian besar jarang memperhatikan label makanan), (2) Informan pria memiliki kesadaran label makanan yang lebih rendah dibandingkan untuk perempuan, (3) Rendahnya pengetahuan tentang isi, (4) Sebagian besar peserta menganggap bahwa membaca label makanan adalah kegiatan yang memakan waktu, (5) Peserta memiliki kesadaran dan pengetahuan yang kurang dalam membaca label halal (mereka hanya tertarik dalam label halal jika mereka mungkin membeli sendiri produk impor), dan juga (6) Peserta merasa aman dan terjamin tentang label halal karena Indonesia adalah negara mayoritas Muslim.

Temuan ini didukung oleh penelitian sebelumnya bahwa hanya beberapa peserta yang memperhatikan pelabelan informasi produk makanan (Evans et al., 2016). Studi lain menemukan bahwa 50% remaja di AS jarang atau tidak pernah menggunakan informasi nutrisi pada produk makanan (Wojcicki dan Heyman, 2012). Temuan ini juga memperkuat masalah remaja saat ini bahwa mereka jarang memperhatikan asupan gizi. Namun, pada populasi tertentu dengan penyakit kronis, label makanan dianggap penting sehingga keinginan untuk membaca label makanan lebih baik daripada populasi yang sehat (Post et al., 2010).

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini melaporkan bahwa, remaja cenderung mengetahui dampak negative dari konsumsi minuman berpemanis secara berlebihan, namun tetap mengonsumsi minuman berpemanis karena minuman berpemanis salah satunya membentuk konstruksi social dan gaya hidup di antara teman sebaya. Perkembangan teknologi juga memungkinkan remaja untuk mengakses minuman berpemanis secara *online* sehingga memudahkan remaja untuk mengonsumsi minuman berpemanis. Informan menceritakan bahwa harga, lokasi, dan rasa menjadi pertimbangan dalam memilih produk minuman berpemanis. *Public figure* juga dianggap memiliki pengaruh dalam keputusan membeli minuman berpemanis, meskipun, menurut remaja, hal tersebut hanya berlaku untuk kelompok penggemarnya saja. Remaja mengetahui bahwa pada setiap kemasan produk pangan tersedia label pangan yang memberikan informasi mengenai kandungan gizi, komposisi, dan terdapat pula label halal. Namun, ada beberapa istilah ilmiah yang menurut remaja masih sulit dipahami. Selain itu, kesibukan dan sikap acuh membuat mereka cenderung mengabaikan label pangan sebelum memutuskan untuk membeli produk. Demikian pula dengan label halal, yang wajib diketahui oleh setiap Muslim. Remaja cenderung tidak terlalu memperhatikan label halal karena mereka sudah merasa aman tinggal di Indonesia, negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam.

Saran

Diperlukan upaya intervensi berbasis masalah gizi yang ada pada siswa SMA Muhammadiyah 11 Jakarta. Berdasarkan penelitian ini, konsumsi minuman berpemanis yang tinggi, rendahnya kebiasaan membaca label pangan dan label halal disebabkan oleh salah satunya pengaruh teman sebaya. Siswa mengemukakan bahwa intervensi berbasis media social dan organisasi sekolah dapat perlahan membiasakan masuknya informasi-informasi gizi, khususnya terkait minuman berpemanis. Oleh karena itu, edukasi yang massif menggunakan media dan metode yang dimiliki sekolah dapat mulai digalakkan.

BAB 6 LUARAN YANG DICAPAI

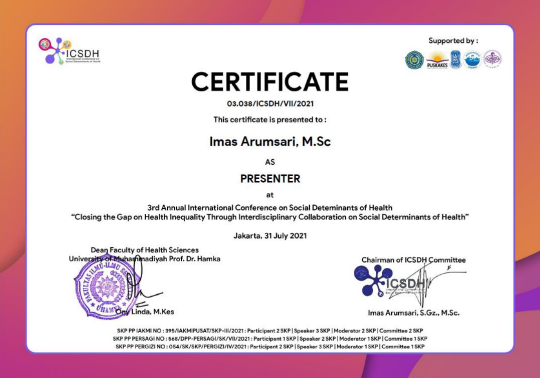
Proceeding

IDENTITAS PROCEEDING

1	Nama Proceeding	International Conference on Social Determinants of Health (ICSDH 2021)
2	Website Proceeding	https://www.scitepress.org/HomePage.aspx
3	Status Makalah	Accepted
4	Jenis Proceeding	Proceeding seminar internasional
4	Tanggal Submit	30 Juli 2021
5	Bukti Screenshot submit	

Pemakalah di seminar

IDENTITAS SEMINAR

1	Nama Seminar	International Conference on Social Determinants of Health (ICSDH 2021)
2	Website Jurnal	https://www.scitepress.org/HomePage.aspx
3	Status Makalah	Accepted
4	Jenis Prosiding	Prosiding Internationa
4	Tanggal Submit	30 Juli 2021
5	Bukti Screenshot submit	

BAB VII RENCANA TINDAK LANJUT DAN PROYEKSI HILIRISASI

Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan pola determinan pada konsumsi minuman berpemanis dan kebiasaan membaca label pangan. Hasil studi kualitatif dari penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya terkait dengan identifikasi pola makan tidak sehat pada remaja. Hasil penelitian ini membutuhkan riset lanjutan dengan desain kuantitatif yang mengidentifikasi pola perilaku dengan studi eksplorasi dengan pendekatan persepsi health belief model atau teori lainnya.
Rencana Tindak Lanjut	Sesuai dengan roadmap peneliti, penelitian ini akan dilanjutkan dengan pengembangan program intervensi melalui kegiatan pengabdian masyarakat dengan hilirisasi berupa media intervensi inovatif. Selain itu, peneliti masih akan melanjutkan penelitian dengan topik minat sejenis yang telah direncanakan dalam roadmap.

Biru: publikasi teman sejawat

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, I., Dewanti, D. S. (2020). The Effect of Halal Foods Awareness on Purchase Decision with Religiosity as a Moderating Variable. *Journal of Economics Research Social Sciences*, 4(1), 17-29.
- Ardiansyah, B. G. J. K. E. d. K. (2017). Analisis fisibilitas pengenalan cukai atas minuman berpemanis (sugar-sweetened beverages). *Kajian Ekonomi dan Keuangan*, 1(3), 229-241.
- Arumsari, I. (2016). *the Relationship Between Availability and Other Factors With Breakfast Pattern at Selected Highschool Student in Tangerang-Indonesia 2014*. Paper presented at the ASEAN/Asian Academic Society International Conference Proceeding Series.
- Arumsari, I., Mäkynen, K., Adisakwattana, S., Ngamukote, S. (2020). Effects of Different Cooking Methods and Palm Oil Addition on the Bioaccessibility of Beta-Carotene of Sweet Leaf (*Sauropus androgynous*). *Journal of nutritional science vitaminology*, 66(Supplement), S202-S205.
- Baldwin, H. J., Freeman, B. & Kelly, B. 2018. Like and share: associations between social media engagement and dietary choices in children. *Public health nutrition*, 21, 3210-3215.
- Billah, A., Rahman, M. A., & Hossain, M. (2020). Factors influencing Muslim and non-Muslim consumers' consumption behavior: A case study on halal food. *Journal of Foodservice Business Research*, 23(4), 324-349.
- Comans, T., Moretto, N., Byrnes, J. (2017). Public preferences for the use of taxation and labelling policy measures to combat obesity in young children in Australia. *International journal of environmental research public health*, 14(3), 324.
- Curry, L. E., Rogers, T., Williams, P., Homsy, G., Willett, J., & Schmitt, C. (2018). Public attitudes and support for a sugar-sweetened beverage tax in America's heartland. *Health promotion practice*, 9(3), 418-426.
- Czoli, C. D., Pauzé, E. & Potvin Kent, M. 2020. Exposure to food and beverage advertising on television among Canadian adolescents, 2011 to 2016. *Nutrients*, 12, 428.
- Evans, A. E., Weiss, S. R., Meath, K. J., Chow, S., Vandewater, E. A. & Ness, R. B. 2016. Adolescents' awareness and use of menu labels in eating establishments: results from a focus group study. *Public health nutrition*, 19, 830-840.
- Farrell, L. C., Moore, V. M., Warin, M. J., & Street, J. (2019). Why do the public support or oppose obesity prevention regulations? Results from a South Australian population survey. *Health Promotion Journal of Australia*, 30(1), 47-59.

- Fitriani, A., Setyowati, Y. D., & Arumsari, I. J. J. (2020). Peningkatan Pengetahuan dan Perilaku Aktifitas Fisik Siswa Sekolah Dasar melalui Edukasi Berbasis Praktik. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 4(4), 560-569.
- Giles, G. E., Avanzato, B. F., Mora, B., Jurdak, N. A. & Kanarek, R. B. 2018. Sugar intake and expectation effects on cognition and mood. *Experimental and clinical psychopharmacology*, 26, 302.
- Green, M., Hadihardjono, D. N., Pries, A. M., Izwardy, D., Zehner, E., Huffman, S. (2019). High proportions of children under 3 years of age consume commercially produced snack foods and sugar-sweetened beverages in Bandung City, Indonesia. *BMJ open*, 15, e12764.
- Hess, J. M., Lilo, E. A., Cruz, T. H. & Davis, S. M. 2019. Perceptions of water and sugar-sweetened beverage consumption habits among teens, parents and teachers in the rural south-western USA. *Public health nutrition*, 22, 1376-1387.
- Hodge, A. M., Bassett, J. K., Milne, R. L., English, D. R., & Giles, G. G. J. P. h. n. (2018). Consumption of sugar-sweetened and artificially sweetened soft drinks and risk of obesity-related cancers. *Public health nutrition*, 21(9), 1618-1626.
- Jones, K., Eathington, P., Baldwin, K. & Sipsma, H. 2014. The impact of health education transmitted via social media or text messaging on adolescent and young adult risky sexual behavior: a systematic review of the literature. *Sexually transmitted diseases*, 41, 413-419.
- Kim, R. B. & Chao, Y. 2019. Effects of brand experience, brand image and brand trust on brand building process: The case of Chinese millennial generation consumers. *Journal of International Studies*, 12.
- Laksmi, P. W., Morin, C., Gandy, J., Moreno, L. A., Kavouras, S. A., Martinez, H., Salas-Salvadó, J. & Guelinckx, I. 2018. Fluid intake of children, adolescents and adults in Indonesia: results of the 2016 Liq. In 7 national cross-sectional survey. *European journal of nutrition*, 57, 89-100.
- Macdonald, I. A. 2016. A review of recent evidence relating to sugars, insulin resistance and diabetes. *European journal of nutrition*, 55, 17-23.
- Mantantzis, K., Schlaghecken, F., Sünram-Lea, S. I. & Maylor, E. A. 2019. Sugar rush or sugar crash? A meta-analysis of carbohydrate effects on mood. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 101, 45-67.
- Nurjayanti, E., Rahayu, N. S., & Fitriani, A. (2020). Nutritional knowledge, sleep duration, and screen time are related to consumption of sugar-sweetened beverage on students of Junior High School 11 Jakarta. *Arsip Gizi dan Pangan*, 5(1), 34-43.
- Oddo, V. M., Maehara, M., & Rah, J. H. (2019). Overweight in Indonesia: an observational study of trends and risk factors among adults and children. *BMJ open*, 9(9), e031198.
- Phulkerd, S., Thongcharoenchupong, N., Chamrathirong, A., Soottipong Gray, R., & Prasertsom, P. J. N. (2020). Changes in Population-Level Consumption of Taxed and Non-Taxed Sugar-Sweetened Beverages (MINUMAN BERPEMANIS) after Implementation of MINUMAN

- BERPEMANIS Excise Tax in Thailand: A Prospective Cohort Study. *Nutrients*, 12(11), 3294.
- Post, R. E., Mainous Iii, A. G., Diaz, V. A., Matheson, E. M. & Everett, C. J. 2010. Use of the nutrition facts label in chronic disease management: results from the National Health and Nutrition Examination Survey. *Journal of the American Dietetic Association*, 110, 628-632.
- Savona, N. J. J. B. (2018). Government must take action on industry to improve public health. *Bmj*, 360.
- Schneider, S., Mata, J., & Kadel, P. J. I. j. o. p. h. (2020). Relations between sweetened beverage consumption and individual, interpersonal, and environmental factors: a 6-year longitudinal study in German children and adolescents. *International journal of public health*, 65(5), 559-570.
- Sofyaningsih, M., & Arumsari, I. (2021). The Effect of Chia and Sesame Flour Substitution to Nutrient Content and Sensory Quality of Mini Croissant. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 9(1), 34-43.
- Stanhope, K. L. J. C. r. i. c. l. s. (2016). Sugar consumption, metabolic disease and obesity: The state of the controversy. *Critical reviews in clinical laboratory sciences*, 53(1), 52-67.
- Vinke, P. C., Blijleven, K. A., Luitjens, M. H., & Corpeleijn, E. (2020). Young Children's Sugar-Sweetened Beverage Consumption and 5-Year Change in BMI: Lessons Learned from the Timing of Consumption. *Nutrients*, 12(8), 2486.
- Wojcicki, J. M. & Heyman, M. B. 2012. Adolescent nutritional awareness and use of food labels: Results from the national nutrition health and examination survey. *BMC pediatrics*, 12, 1-8.
- World Health Organization. (2014). Global status report on noncommunicable diseases 2014.
- World Health Organization. (2018). Noncommunicable disease and their risk factors.

LAMPIRAN

Luaran wajib Publikasi Prosiding Internasional ICSDH 2021

The Urban Adolescents' Perception on Sugar-Sweetened Beverages and Food Label: A Photovoice Study

Imas Arumsari¹, Imawati Eka Putri¹, Wengky Ariando² and Sarah Handayani³

¹Nutrition Study Program, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka, Indonesia

²International Program of Environment Development and Sustainability, Graduate School, Chulalongkorn University, Thailand

³Public Health Study Program, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka, Indonesia
imasarumsari@uhamka.ac.id

Keywords: Adolescents, Food label, Sugar-sweetened beverages

Abstract: The trend of sugar-sweetened beverage (SSB) consumption in Indonesia has been increased in the past decade from 253 million litres to 780 million litres a year. High sugar diet has been linked to the increased risk of diabetes mellitus via the lack of regulation on hepatic uptake. Adolescents are the most prone to risk of high consumption of SSB because of the affordability, influence of marketing, and influence from peers. The affordability of SSB is also often related to the less awareness to read the food label (nutritional label and halal label) in the package. Therefore, this study aimed to explore perceptions of adolescents in Jakarta, Indonesia about SSB and food label by using *Photovoice* method. The *Photovoice* study involved five adolescents (three males, two females) recruited from Muhammadiyah 11 Jakarta High School, Indonesia to participate in two sessions of Focus Group Discussion (FGD) conducted between May – June 2021. The transcripts from FGDs were analysed using SHOWeD methodology approach sorted by the perception on SSB consumption and food label (nutritional and halal label). Participants reported that peer group influence their decision to purchase SSB. Moreover, price, location, and brand also define the consideration to choose certain products. Participants rarely read the food label as it is considered as time-consuming activity even though they knew that it is important. Halal label also not become a priority on choosing product, mostly because of the brand trust and the safe feeling as they are living in a Muslim majority country.

1 INTRODUCTION

Non-communicable diseases (NCD), including coronary heart disease, cancer, diabetes mellitus, and chronic pulmonary disease, has been contributed to 70% death worldwide (World Health Organization, 2018). Aside from its contribution to the premature death, NCD also related with the economic burden, both in developing and developed countries.

One of the NCD risk factors is obesity, which induced by high consumption of sugar. High sugar diet increases the risk of obesity and type II diabetes (MacDonald, 2016, Savona, 2018). A longitudinal study showed that high sugar-sweetened beverage (SSB) consumption is linked to high waist-to-hip ratio (Hodge et al., 2018). The direct mechanisms explained by the abnormal regulation of hepatic uptake and fructose metabolism which eventually leads to the accumulation of body fat content, dyslipidemia, low insulin sensitivity, and increased

level of uric acid. Increase of body weight and body fat percentage from high consumption of sugar is related to the lack regulation of leptin (Stanhope, 2016).

The trend of SSB consumption in Indonesia increased sharply from 51 million litres in 1996 to 253 million litres in 2014 (Ardiansyah, 2017). The high purchase of SSB is possibly related to affordability of SSB products and the sweet taste which is mostly preferable in all age group, particularly adolescents. In Indonesia, Adolescents (10 – 17 y.o) are age groups that consume SSB in the highest proportion compared to other age groups (Laksmi et al., 2018). The high consumption of SSB among adolescents is more likely related with obesity and becoming concern as it might increase the risk to develop NCD when they become adult.

The awareness to control SSB consumption is in line with the awareness to read food label, which also consists of nutrition and halal label. The awareness to



International Conference on Social Determinants of Health
Faculty of Health Sciences
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jalan Limau 2, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12130, Indonesia
Telp/Fax. (6221) 7256157 / Email: icsdh@uhamka.ac.id - Website:
<https://conference.uhamka.ac.id/icsdh/>



LETTER OF ACCEPTANCE

Dear,
Imas Arumsari, M.Sc

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Greeting from 3rd International Conference on Social Determinants of Health (ICSDH). We are pleased to inform you that your abstract entitled **"An exploration of teenagers' perception of sugar-sweetened beverages and food label: A photovoice study"** has been accepted for:

ORAL PRESENTATION

on 3rd ICSDH (Jakarta, July 31st 2021)

Please kindly complete your payment transfer to:

Bank Name: Bank Syariah Indonesia – BSI

Swift Code: BSINIDJA

Account number: Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

After completed the payment, please upload your payment proof and full paper (in a Ms. Word format) as reply to this email as soon as possible. Your presentation schedule will be added to the conference program upon completion of the payment process.

More details about conference program available at:

<https://conference.uhamka.ac.id/icsdh/>

We are looking forward for welcoming you at 3rd ICSDH virtually.

Pemakalah pada seminar internasional



Sosialisasi penelitian dengan SMA Muhammadiyah 11 Jakarta

Latar belakang

HEART DISEASE

CANCER

CHRONIC LUNG DISEASE

STROKE

ALZHEIMER'S DISEASE

DIABETES

CHRONIC KIDNEY DISEASE

70% Kematian dunia
Kematian di Indonesia

Obesitas remaja

Rendahnya aktivitas fisik

Asupan tinggi lemak

Asupan tinggi gula

Tingkat konsumsi minuman manis di Indonesia meningkat tajam dari 51 juta liter pada tahun 1996 menjadi 253 juta liter pada tahun 2005, dan 780 juta liter pada tahun 2014

Salah satu faktor juga yang menyebabkan tingginya konsumsi minuman berpemanis adalah karena harganya yang terjangkau.

Uhamka
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
Integrity, Faith, Compassion

Metode penelitian



Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif, dengan metode photovoice study. Photovoice melakukan sebuah pendekatan partisipatif berbasis komunitas yang mampu mengajak partisipan mengidentifikasi dan merepresentasikan pendapat kelompok komunitas tertentu melalui teknik fotografi.



Tempat dan Waktu Penelitian

Sesi Focus Group Discussion (FGD) akan dilakukan secara online melalui platform Zoom pada siswa SMA Muhammadiyah 11 Jakarta. Tahapan penelitian photovoice akan dilakukan pada bulan Mei-Juni 2021



Metode Pemilihan Sampel

5 siswa (dgn jumlah proporsional antara laki2 dan perempuan) diambil secara acak dari 10 nama yg dipilih guru

Kriteria inklusi:

- Usia 16-18 tahun
- Memiliki smartphone
- Bersedia mengikuti 2 sesi FGD melalui Zoom



FGD 1



**PROGRAM STUDI ILMU GIZI
FAKULTAS ILMU-ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

INFORMED CONCERN

**STUDI EKSPLORASI PERSEPSI REMAJA DI SMA MUHAMMADIYAH JAKARTA
TERHADAP KONSUMSI MINUMAN BERPEMANIS, LABEL PANGAN, DAN LABEL
HALAL: *PHOTOVOICE STUDY***

Assalamu'alaikum Wr Wb

Perkenalkan saya Imas Arunsari, Dosen Program Studi Ilmu Gizi, Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. Saat ini sedang melakukan penelitian tentang Studi eksplorasi persepsi remaja di SMA Muhammadiyah Jakarta terhadap konsumsi minuman berpemanis, label pangan, dan label halal: *Photovoice study*

Penelitian ini bertujuan untuk menggali persepsi remaja terkait dengan konsumsi minuman berpemanis, label pangan, dan label halal.

Saya sangat mengharapkan kesediaan Adik untuk menjadi informan dalam penelitian ini dengan waktu yang dibutuhkan sekitar 120-180 menit setiap sesi dengan total 2 sesi. Jawaban Adik tidak akan mempengaruhi penilaian apa pun dan hanya untuk kepentingan penelitian dan luarannya. Informasi yang Adik sampaikan akan sangat membantu meningkatkan kekuatan penelitian ini. Oleh karena itu, mohon kesediaannya untuk memberikan informasi yang seluas-luasnya terkait pemahaman Adik tentang topik ini, namun Adik dapat berhenti memberikan informasi sebelum selesai wawancara bila ada hal yang kurang berkenan.

Bila ada hal-hal yang ingin disampaikan, silakan menghubungi kontak peneliti yang tertera berikut: 08551491965. Jika Adik bersedia ikut dalam penelitian ini, mohon untuk menandatangani pernyataan dibawah ini. Terima kasih banyak atas kesediaan Adik.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Sesi 1: Hari ini
Sesi 2: 14 Juni 2021 (13.00)

Link tanda tangan:
<https://zfrmz.com/CpqqaoM21vB5lpXMF0XdT>



Ketentuan foto dan deadline pengumpulan



Foto diambil sendiri menggunakan kamera yang sudah diinventarisir
Jumlah foto: 3 – 5 foto



11 Juni 2021 paling lambat jam 17.00 wib



Ketentuan pengumpulan: Google Drive individu
Format nama file: Nama siswa_Foto ke 1/2/3 dst_Topik 1/2/3
Contoh: Pinka_Foto ke 1_Topik 1

FGD 2



HASIL FOTO TOPIK 1

Konsumsi Minuman Berpemanis

Panduan FGD

File Tools View INFORMED CONSENT, PANDUAN FGD - Word

PANDUAN PERTANYAAN FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)
EKSPLORASI PERSEPSI REMAJA TERHADAP MINUMAN BERPEMANIS, LABEL PANGAN, DAN LABEL HALAL

Nama-nama peserta :

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Waktu : _____
 Tempat : _____
 Sesi ke- : _____

Topik 1: Konsumsi minuman berpemanis
 Rincian pertanyaan pada pendekatan SHOWeD methodology

- Apakah yang kamu lihat di foto ini?
 - Pendapat tentang konsumsi minuman berpemanis
 - Pendapat tentang harga minuman berpemanis
- Apa yang sebenarnya terjadi di sini?
 - Kebijakan dan upaya pemerintah dan lingkungan sekitar yang mereka ketahui dalam memberikan edukasi
 - Besaran harga dan kemampuan mereka membeli makanan tersebut
- Bagaimana foto ini terkait dengan kehidupan kita?
 - Pendapat tentang bagaimana posisi remaja usia mereka dalam target market minuman ini
 - Pendapat mereka tentang peran marketing dalam mendorong mereka mengkonsumsi minuman ini
- Mengapa masalah/situasi ini ada?
 - Pendapat tentang masih banyaknya remaja mengkonsumsi minuman manis
 - Pendapat tentang kemampuan mereka membeli minuman
- Bagaimana kita bisa memberdayakan diri kita dengan pemahaman kita yang baru?
 - Pendapat tentang minuman berpemanis dan bagaimana pendapat tersebut mempengaruhi konsumsi minuman berpemanis
- Apa yang dapat kita lakukan terkait dengan (fenomena/foto) ini?
 - Dengan semua informasi yang mereka dapatkan tentang minuman ini, bagaimana respon mereka tentang konsumsi minuman ini

Topik 2: Label pangan dan label halal
 Rincian pertanyaan pada pendekatan SHOWeD methodology

Screens 3-4 of 7

File Tools View INFORMED CONSENT, PANDUAN FGD - Word

- Apakah yang kamu lihat di foto ini?
 - Pendapat tentang label pangan dan label halal
- Apa yang sebenarnya terjadi di sini?
 - Minat dalam membaca label pangan dan label halal
- Bagaimana foto ini terkait dengan kehidupan kita?
 - Pendapat mereka tentang dampak label pangan dan label halal dalam kehidupan mereka
- Mengapa masalah/situasi ini ada?
 - Lanjutan komentar terkait jawaban poin 4 pada topik sebelumnya dengan dampaknya pada minat membaca label pangan dan label halal
- Bagaimana kita bisa memberdayakan diri kita dengan pemahaman kita yang baru?
 - Pendapat tentang bagaimana pemahaman tentang label pangan dan label halal dapat meningkatkan membaca label pangan
- Apa yang dapat kita lakukan terkait dengan (fenomena/foto) ini?
 - Dengan semua informasi yang mereka dapatkan tentang minuman ini, bagaimana respon mereka tentang pentingnya label pangan dan label halal

INSTRUMEN 1: Tes literasi dan numerasi

PROGRAM STUDI ILMU GIZI
FAKULTAS ILMU-ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

Jawablah pernyataan berikut dengan BENAR/SALAH

No	PERNYATAAN	BENAR	SALAH
1	Batas konsumsi gula tambahan perhari adalah 40 gram setara dengan 3 sendok makan	Benar	
2	Konsumsi gula berlebih dapat menyebabkan obesitas	Benar	
3	Logo label FPMU dari LPPOM MUI dapat digantar bebas oleh produsen minuman kemasan	Benar	
4	Logo label LPPOM MUI harus berwarna hijau	Benar	
5	Hal pertama yang harus dibaca oleh konsumen pada label pangan adalah takaran saji	Benar	
6	Kandungan karbohidrat sangat penting dilihat untuk mengetahui kadar garam dalam minuman	Benar	
7	Kedudukan obesitas remaja berdampak pada munculnya penyakit di usia dewasa	Benar	
8	Remaja adalah kelompok usia yang paling banyak mengkonsumsi minuman manis	Benar	
9	Asupan vitamin A harus dibatasi untuk mencegah obesitas	Benar	
10	AKG ungkapan dan asosiasi keluaran gram	Benar	

Screens 5-6 of 7