

Hubungan antara Peran Teman Sebaya dan Paparan Media Sosial dengan Tingkat Konsumsi Minuman Berpemanis pada Remaja

Association between the Role of Peers and Social Media Exposure with Level of Sugar-Sweetened Beverages Consumption in Adolescents

Vyanadia Rizka Fawziya^{1*}, Mateus Sakundarno Adi¹, Moh. Arie Wurjanto¹, Sri Yuliawati¹

¹Department of Epidemiology and Tropical Disease, Faculty of Public Health, Diponegoro University, Semarang, Indonesia

INFO ARTIKEL

Received: 14-08-2023

Accepted: 06-05-2024

Published online: 30-09-2024

*Koresponden:

Vyanadia Rizka Fawziya

vyanadiarzk.fawziya@gmail.com



DOI:

10.20473/amnt.v8i3.2024.383-388

Tersedia secara online:

<https://e-journal.unair.ac.id/AMNT>

Kata Kunci:

Remaja, Tingkat konsumsi, Minuman berpemanis, Media sosial, Teman sebaya

ABSTRAK

Latar Belakang: Konsumsi minuman berpemanis adalah salah satu faktor yang berkaitan dengan peningkatan risiko obesitas dan diabetes melitus. Minuman berpemanis digemari berbagai kalangan, khususnya remaja. Studi pendahuluan yang dilaksanakan pada siswa SMAN 1 Kota Serang menunjukkan sekitar 60% siswa memiliki tingkat konsumsi minuman berpemanis yang tinggi. Peran teman sebaya dan paparan media sosial dinilai memiliki keterkaitan dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis pada remaja.

Tujuan: Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara peran teman sebaya dan paparan media sosial dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis pada remaja di SMAN 1 Serang.

Metode: Penelitian ini merupakan penelitian observasional analitik dengan desain studi potong lintang. Populasi studi berjumlah 1.085 siswa yang terdiri atas siswa kelas X dan XI. Besar sampel penelitian ini sebanyak 300 orang yang diambil menggunakan *stratified random sampling*. Variabel bebas diukur dengan kuesioner yang berisi 13 pertanyaan tertutup, sedangkan variabel terikat diukur dengan *Food Frequency Questionnaire*. Data dianalisis menggunakan uji *chi-square*.

Hasil: Sebagian besar responden memiliki tingkat konsumsi minuman berpemanis yang tinggi (54,3%), peran teman sebaya buruk (55,7%), dan terpapar media sosial (74,0%). Selain itu, penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara peran teman sebaya ($p=0,0001$) dan paparan media sosial ($p=0,037$) dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis.

Kesimpulan: Terdapat hubungan antara peran teman sebaya dan paparan media sosial dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis pada remaja. Oleh karena itu, pembentukan kelompok teman sebaya dan pemanfaatan media sosial diharapkan dapat meningkatkan kesadaran siswa untuk mengurangi konsumsi minuman manis.

PENDAHULUAN

Penyakit tidak menular menjadi masalah dalam bidang kesehatan yang menarik perhatian global¹. Peningkatan beban beberapa penyakit tidak menular terjadi akibat adanya epidemi obesitas². Hal ini cukup mengkhawatirkan karena obesitas memiliki keterkaitan dengan insiden penyakit tidak menular³. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan risiko obesitas dan beberapa penyakit tidak menular adalah konsumsi minuman berpemanis (*sugar-sweetened beverages*). Tingginya kalori yang terkandung dalam minuman berpemanis dapat membuat berat badan bertambah dan meningkatkan risiko penyakit kronis apabila diminum secara terus menerus².

Indonesia merupakan negara dengan tingkat konsumsi minuman manis terbesar ketiga di wilayah Asia Tenggara. Kurangnya peraturan yang dapat mengawasi ketersediaan, keterjangkauan, dan pemasaran minuman

berpemanis di Indonesia meningkatkan kejadian obesitas dan beberapa penyakit tidak menular, seperti diabetes dan penyakit kardiovaskular⁴. Data yang didapatkan dari Riset Kesehatan Dasar (Riskesmas) tahun 2018 memperlihatkan angka yang cukup tinggi terkait proporsi kebiasaan konsumsi minuman berpemanis, yaitu 61,3% responden mengonsumsi minuman berpemanis lebih dari 1 kali dalam sehari. Salah satu provinsi dengan konsumsi minuman manis yang tinggi adalah provinsi Banten, yaitu sebanyak 61,46%⁵. Menurut Hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesmas) tahun 2018 yang dilakukan di Provinsi Banten, Kota Serang memiliki proporsi konsumsi minuman berpemanis lebih dari 1 kali dalam sehari sebesar 62,09%. Angka ini berada di atas proporsi nasional (61,3%) dan Provinsi Banten (61,46%)⁶.

Produsen minuman berpemanis secara umum menjadikan remaja sebagai target pemasaran karena pada rentang usia remaja terjadi transisi dari usia anak-

anak menjadi usia dewasa dimana segala tren yang sedang berkembang di masyarakat diikuti tanpa berpikir dampak negatif dari tindakan tersebut, seperti dengan mencoba mengonsumsi minuman berpemanis jenis terbaru^{7,8}. Remaja biasanya berkelompok dan menghabiskan lebih banyak waktunya di luar bersama teman-temannya, sehingga perilaku meniru “*modelling*” dapat berasal dari temannya yang dapat mempengaruhi remaja dalam pembentukan perilaku^{7,9}. Berdasarkan hasil penelitian Pamarta *et al* (2022), terdapat keterkaitan antara pengaruh teman sebaya dengan konsumsi minuman berpemanis¹⁰. Selain itu, media sosial juga menjadi hal yang melekat pada remaja saat ini. Adanya paparan iklan di media sosial berhubungan dengan tingginya konsumsi minuman berpemanis¹¹. Menurut Fatikasari (2020), terdapat keterkaitan antara pengaruh paparan media sosial dengan konsumsi minuman berpemanis¹².

Studi pendahuluan yang telah dilaksanakan pada 20 siswa SMAN 1 Kota Serang menunjukkan data sekitar 60% siswa memiliki tingkat konsumsi minuman berpemanis yang tinggi. Letak SMAN 1 Kota Serang berada di pusat kota yang dekat dengan *minimarket* dan gerai minuman manis memudahkan siswa dalam memperoleh minuman berpemanis. Sistem *full day school* yang diterapkan oleh SMAN 1 Serang membuat sebagian waktu yang dimiliki oleh siswa dihabiskan bersama dengan teman-temannya. Sebanyak 65% siswa yang terlibat pada studi pendahuluan menyatakan bahwa mereka biasanya mengonsumsi minuman berpemanis saat bersama dengan temannya. Selain itu, sebanyak 20 siswa yang menjadi responden rata-rata menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial selama 6 jam dalam sehari. Sebanyak 12 dari 20 siswa juga mengikuti akun media sosial yang membagikan informasi terkait minuman berpemanis. Penelitian terkait faktor yang berhubungan dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis belum pernah dilakukan di Kota Serang, khususnya pada siswa SMA. Oleh sebab itu, penulis tertarik melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara peran teman sebaya dan paparan media sosial dengan tingkat konsumsi minuman manis sebagai upaya untuk mengurangi konsumsi minuman dengan kandungan gula tinggi yang dapat menyebabkan obesitas dan penyakit kronis lainnya.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian observasional analitik dengan rancangan desain studi potong lintang (*cross-sectional*) yang berlokasi di SMAN 1 Kota Serang pada bulan Januari-Juli 2023. Populasi target pada penelitian ini adalah seluruh siswa tahun ajaran 2022/2023 di SMAN 1 Kota Serang. Sementara itu, populasi studi pada penelitian ini berjumlah 1.085 siswa yang terdiri atas siswa kelas X dan XI. Populasi studi tersebut dipilih karena masuk ke dalam rentang usia

kelompok *middle adolescence* (15-17 tahun). Penentuan besar sampel minimal dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dan diperoleh besar sampel sejumlah 300 orang. Untuk mengambil sampel penelitian digunakan teknik *stratified random sampling* berdasarkan yang didasarkan pada daftar siswa pada setiap tingkatan dan jurusan. Penelitian ini telah disetujui pada tanggal 29 Mei 2023 oleh Komisi Etik Penelitian Kesehatan Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro dengan nomor 304/EA/KEPK-FKM/2023.

Variabel bebas (*independen*) dalam penelitian ini adalah peran teman sebaya dan paparan media sosial yang diukur dengan 13 pertanyaan yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Responden dapat menjawab dengan pilihan “Ya” (skor 1) dan “Tidak” (skor 0) yang disesuaikan dengan keadaan responden. Skor pada masing-masing pertanyaan dijumlahkan, kemudian dikategorikan berdasarkan nilai median. Peran teman sebaya akan dikategorikan menjadi “buruk” apabila total skoring ≥ 2 dan “baik” apabila total skoring < 2 . Paparan media sosial dikategorikan menjadi “terpapar” apabila total skoring ≥ 5 . dan “tidak terpapar” apabila total skoring < 5 . Sementara itu, variabel terikat (*dependen*) pada penelitian ini adalah tingkat konsumsi minuman berpemanis yang diukur dengan *Food Frequency Questionnaire* berisi 7 jenis minuman berpemanis yang juga sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Responden dapat memilih jawaban terkait frekuensi mengonsumsi minuman berpemanis, yaitu ≥ 3 kali/hari (skor 50), 1 kali/hari (skor 25), 3-6 kali/minggu (skor 15), 1-2 kali/minggu (skor 10), 2 kali/bulan (skor 5), dan tidak pernah (skor 0) yang disesuaikan dengan konsumsi responden dalam satu bulan terakhir. Skor pada masing-masing pertanyaan dijumlahkan, kemudian dikategorikan berdasarkan nilai median. Tingkat konsumsi minuman berpemanis dikategorikan menjadi “tinggi” apabila total skoring ≥ 60 . dan “rendah” apabila hasil skoring < 60 . Variabel pengganggu pada penelitian ini adalah karakteristik responden, yaitu: usia, jenis kelamin, dan riwayat diabetes keluarga. Usia responden direstriksi dengan hanya memilih kelompok usia *middle adolescent* (15-17 tahun). Data dikumpulkan melalui pengisian angket secara mandiri oleh responden. Setelah data terkumpul dan diolah, maka dilakukan analisis univariat dan analisis bivariat (uji *chi-square*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian yang dilaksanakan di SMAN 1 Kota Serang pada 300 responden menunjukkan bahwa kebanyakan responden berjenis kelamin perempuan (60,7%) dan tidak memiliki riwayat diabetes keluarga (83,0%). Sebagian besar responden memiliki tingkat konsumsi minuman berpemanis yang tinggi (54,3%), peran teman sebaya yang buruk (55,7%), dan terpapar media sosial (74,0%). Distribusi frekuensi karakteristik responden disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Distribusi frekuensi karakteristik responden

Variabel	n	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	118	39,3

Variabel	n	%
Perempuan	182	60,7
Riwayat Diabetes Keluarga		
Tidak Ada	249	83,0
Ada	51	17,0
Tingkat Konsumsi Minuman Berpemanis		
Tinggi	163	54,3
Rendah	137	45,7
Peran Teman Sebaya		
Buruks	167	55,7
Baik	133	44,3
Paparan Media Sosial		
Terpapar	222	74,0
Tidak Terpapar	78	26,0
Total	300	100,0

Pada penelitian ini ditemukan bahwa tingkat konsumsi minuman berpemanis lebih banyak pada responden laki-laki (64,4%) dibandingkan pada responden perempuan (47,8%). Selain itu, responden dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis tinggi lebih banyak pada responden tanpa riwayat diabetes

keluarga (55,4%) dibandingkan pada responden dengan riwayat diabetes keluarga (49,0%). Tabulasi silang variabel jenis kelamin dan riwayat diabetes keluarga dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. Tabulasi silang variabel jenis kelamin dan riwayat diabetes keluarga dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis

Variabel	Tingkat Konsumsi Minuman Berpemanis				Total	%
	Tinggi	%	Rendah	%		
Jenis Kelamin						
Laki-Laki	76	64,4	42	35,6	118	100,0
Perempuan	87	47,8	95	52,2	182	100,0
Riwayat Diabetes Keluarga						
Tidak Ada	138	55,4	111	44,6	249	100,0
Ada	25	49,0	26	51,0	51	100,0

Tingkat konsumsi minuman manis yang lebih tinggi pada remaja laki-laki dibandingkan perempuan dapat terjadi karena remaja laki-laki cenderung memiliki tingkat aktivitas yang lebih tinggi dibandingkan perempuan¹³. Hal ini kemungkinan terjadi karena adanya kepercayaan remaja terhadap manfaat minuman isotonik yang membantu dalam pemulihan air dan elektrolit serta meningkatkan kebugaran selama atau setelah melakukan aktivitas fisik¹⁴. Selain itu, remaja perempuan memiliki kekhawatiran terkait bentuk tubuh dan kesadaran yang lebih tinggi untuk menjaga kesehatan dengan menghindari minuman berpemanis^{15,16}.

Adanya riwayat penyakit pada keluarga memiliki peran penting dalam menerapkan gaya hidup yang sehat, termasuk mengonsumsi gula yang lebih sedikit¹⁷. Seseorang dengan riwayat diabetes melitus keluarga mempunyai kecenderungan sebesar 2,3 kali lebih tinggi untuk mengurangi jumlah konsumsi gula dibandingkan dengan tanpa riwayat diabetes melitus keluarga. Responden dengan riwayat diabetes melitus dari orang tua kemungkinan telah mengetahui bahwa diabetes melitus adalah penyakit yang diturunkan, sehingga memiliki kecenderungan untuk mengurangi konsumsi gula¹⁸.

Tabel 3. Hasil analisis bivariat peran teman sebaya dan paparan media sosial dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis

Variabel	Tingkat Konsumsi Minuman Berpemanis				Total	%	p-value
	Tinggi	%	Rendah	%			
Peran Teman Sebaya							
Buruk	110	65,9	57	34,1	167	100,0	0,0001
Baik	53	39,8	80	60,2	133	100,0	
Paparan Media Sosial							
Terpapar	129	58,1	93	41,9	222	100,0	0,037
Tidak Terpapar	34	43,6	44	56,4	78	100,0	

Tabel 3 menunjukkan hasil analisis bivariat yang mengidentifikasi hubungan antara peran teman sebaya dan paparan media sosial dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis. Proporsi responden dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis tinggi yang memiliki peran teman sebaya buruk (65,9%) lebih banyak dibandingkan pada responden yang memiliki peran teman sebaya baik (39,8%). Sementara itu, proporsi responden dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis tinggi yang terpapar media sosial (58,1%) lebih banyak dibandingkan pada responden yang tidak terpapar media sosial (43,6%). Berdasarkan hasil analisis bivariat antara peran teman sebaya dan tingkat konsumsi minuman berpemanis diperoleh *p-value* sebesar 0,0001 (*p-value* <0,05). Hasil ini menandakan adanya hubungan antara peran teman sebaya dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis. Sementara itu, hasil analisis bivariate antara paparan media sosial dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis diperoleh *p-value* sebesar 0,037 (*p-value* <0,05). Hasil ini menandakan adanya hubungan antara paparan media sosial dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis.

Remaja memiliki karakteristik suka berteman dan berkelompok. Hal ini mempengaruhi remaja dalam pembentukan perilaku, misalnya terkait konsumsi minuman berpemanis⁷. Berdasarkan teori perkembangan remaja, ketika remaja beranjak ke sekolah menengah, mereka semakin tidak bergantung pada orang tua¹⁹. Remaja biasanya menghabiskan lebih banyak waktunya di luar bersama teman-temannya, sehingga muncul perilaku meniru yang berasal dari teman sebayanya. Dalam interaksi sosial, teman sebaya memiliki peran sebagai "model" yang dapat memberikan pengaruh yang krusial terhadap kebiasaan makan pada remaja. Penelitian Ina *et al* (2020) menyebutkan semakin kuatnya pengaruh teman sebaya akan membuat pola konsumsi manis meningkat²⁰.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini memperlihatkan sebagian besar responden memiliki teman yang mengonsumsi minuman manis, memiliki teman yang memberikan rekomendasi untuk memilih minuman berpemanis, dan memiliki ketertarikan untuk mencoba rekomendasi minuman berpemanis yang telah direkomendasikan oleh temannya. Penelitian Pamarta *et al* (2022) juga menyebutkan bahwa pengaruh teman sebaya dapat dilihat dari adanya teman yang menyukai minuman berpemanis, teman yang selalu membeli minuman berpemanis ketika berkumpul bersama, dan teman yang selalu mengajak untuk membeli minuman berpemanis¹⁰. Berdasarkan hasil wawancara pada studi kualitatif Wang *et al* (2022), teman-teman dari responden mengonsumsi makanan dan minuman manis secara rutin. Adanya kebiasaan berbagi makanan dan minuman di antara teman sebaya, pemberian rekomendasi terkait makanan dan minuman, dan tekanan teman sebaya menjadi kekuatan sosial yang mendorong remaja mengonsumsi makanan dan minuman berpemanis²¹. Remaja akan berusaha untuk beradaptasi dengan kelompok teman sebayanya dengan cara mengadopsi preferensi dan memilih makanan atau minuman berdasarkan teman sebaya. Pilihan yang didasarkan pada tekanan dari teman sebaya inilah yang dapat mempengaruhi remaja dalam pembentukan

perilaku, misalnya terkait konsumsi minuman berpemanis²².

Pada penelitian ini, proporsi responden dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis tinggi dengan peran teman sebaya yang buruk lebih banyak dibandingkan pada responden dengan peran teman sebaya yang baik. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Masri (2018), yaitu responden dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis tinggi lebih banyak pada kelompok yang terpengaruh teman sebaya dibandingkan pada kelompok yang tidak terpengaruh teman sebaya. Hal tersebut dapat terjadi karena sebagian besar waktu dihabiskan bersama teman-temannya, sehingga jenis minuman yang dipilih oleh remaja untuk dikonsumsi sangat dipengaruhi oleh teman sebaya⁷. Hasil uji analisis bivariat juga menunjukkan adanya hubungan antara peran teman sebaya dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Pamarta *et al* (2022) yang dilakukan pada 115 siswa SMA di Kota Solo. Penelitian tersebut menemukan adanya hubungan yang signifikan serta adanya kemungkinan remaja dengan peran teman sebaya yang tinggi mengonsumsi minuman berpemanis 4,1 kali lebih besar dibandingkan remaja dengan peran teman sebaya yang rendah¹⁰.

Pengaruh teman sebaya terhadap perilaku makan pada remaja dapat meluas dari pengaruh secara langsung hingga pengaruh di media sosial²³. Tren penggunaan media sosial pada remaja membuat banyak perusahaan minuman berpemanis memasarkan produknya melalui media sosial dengan target remaja. Paparan dari pemasaran melalui media sosial dapat meningkatkan konsumsi minuman berpemanis yang dapat menyebabkan beberapa masalah kesehatan^{24,25}. Remaja cenderung terpapar pemasaran makanan dan minuman di media sosial, melalui berbagai sumber, seperti iklan, konten individu atau selebritas, dan konten hiburan lainnya. Perilaku makan remaja sangat dipengaruhi oleh media sosial berkaitan dengan promosi makanan dan minuman yang tidak sehat²⁶. Remaja sudah dapat menentukan pilihan untuk membeli minuman berpemanis dan lebih mudah dipengaruhi untuk mengonsumsi minuman yang saat ini sedang populer²⁷.

Hasil penelitian ini menunjukkan sebagian responden tertarik untuk mencoba dan mengonsumsi minuman berpemanis setelah melihat iklan atau informasi yang direkomendasikan di media sosial. Menurut penelitian Gascoyne *et al* (2021), paparan iklan minuman di sosial media setidaknya satu kali dalam seminggu berhubungan dengan tingginya konsumsi minuman berpemanis¹¹. Iklan bagus dan menarik yang gencar dilakukan di media membuat produk lebih diketahui dan dikenal, sehingga dapat memengaruhi remaja dalam mengonsumsi minuman berpemanis⁷. Selain itu, sebagian besar responden mengikuti akun selebritas atau *influencers*. Menurut Kucharczuk *et al* (2022), remaja cenderung lebih pandai mengingat makanan dan minuman yang tidak sehat, *brand*, dan produk yang dipromosikan oleh selebritas atau *influencers*. Strategi ini umum digunakan oleh perusahaan makanan dan minuman untuk memasarkan produk di media sosial dengan menargetkan populasi remaja²⁵. Mayoritas responden juga mengikuti akun

rekomendasi kuliner di media sosial. Di Kota Serang, terdapat beberapa akun Instagram yang sering merekomendasikan kuliner, seperti: *serangfood*, *jajanserang*, dan *kuliner.serang*. Menyukai dan membagikan unggahan minuman setidaknya satu kali dalam sebulan berhubungan dengan tingginya konsumsi minuman berpemanis¹¹.

Pada penelitian ini, proporsi responden dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis tinggi yang terpapar media sosial lebih banyak dibandingkan pada responden yang tidak terpapar media sosial. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini sama dengan hasil penelitian Fatikasari (2020) yang menyatakan bahwa remaja dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis tinggi lebih banyak pada kelompok yang terpapar media dibandingkan pada kelompok yang tidak terpapar media. Berdasarkan hasil uji analisis bivariat ditemukan hubungan antara paparan media sosial dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis. Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Fatikasari (2020) yang menyebutkan bahwa pengaruh media sosial memiliki hubungan dengan konsumsi minuman berpemanis dan menjadi faktor dominan yang memengaruhi konsumsi minuman berpemanis pada remaja. Seseorang yang mendapat pengaruh media sosial berkemungkinan 2,7 kali lebih tinggi mengonsumsi minuman berpemanis dibandingkan seseorang yang tidak mendapat pengaruh media sosial¹². Selain itu, hasil penelitian Masri (2018) menyatakan bahwa iklan media massa dan media sosial menjadi faktor dominan tingginya tingkat konsumsi minuman berkalori tinggi⁷.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menjelaskan faktor-faktor yang berhubungan dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis pada remaja, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan untuk merancang program terkait pembatasan konsumsi minuman berpemanis pada remaja. Akan tetapi, penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu variabel tingkat konsumsi minuman berpemanis diukur menggunakan *Food Frequency Questionnaire*, sehingga hanya mampu mengukur seberapa sering responden mengonsumsi minuman berpemanis tanpa adanya pengukuran porsi minuman yang dikonsumsi. Selain itu, pengumpulan data dilakukan melalui pengisian angket secara mandiri oleh responden melalui Google Form, sehingga dipengaruhi oleh pemahaman responden dalam memahami pertanyaan. Oleh karena itu, peneliti melakukan pendampingan selama proses pengisian angket hingga selesai untuk mengantisipasi apabila responden kurang memahami pertanyaan yang tertera pada angket.

KESIMPULAN

Penelitian yang dilakukan pada siswa SMAN 1 Kota Serang menunjukkan adanya hubungan antara peran teman sebaya dan paparan media sosial dengan tingkat konsumsi minuman berpemanis pada remaja. Oleh karena itu, diharapkan pihak sekolah dan dinas kesehatan setempat dapat bekerja sama untuk membentuk kelompok yang berasal dari siswa (*peer group*) untuk memberikan edukasi terkait konsumsi minuman berpemanis kepada teman-temannya dan memanfaatkan media sosial secara maksimal untuk

menyebarkan informasi yang bermanfaat terkait minuman berpemanis.

ACKNOWLEDGEMENT

Penulis berterima kasih kepada kepala sekolah dan guru SMAN 1 Kota Serang yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian di SMAN 1 Kota Serang dan para siswa yang bersedia menjadi responden penelitian.

KONFLIK KEPENTINGAN DAN SUMBER PENDANAAN

Seluruh penulis menyatakan tidak memiliki konflik kepentingan dalam penelitian ini. Sumber pendanaan dalam penelitian berasal dari dana pribadi penulis.

KONTRIBUSI PENULIS

VRF: *conceptualization, investigation, methodology, formal analysis, writing—original draft*; MSA & MAW: *conceptualization, funding acquisition, supervision, validation, writing—review & editing*; SY: *supervision, writing—review & editing*

REFERENSI

1. Dahal, S., Sah, R. B., Niraula, S. R., Karkee, R. & Chakravartty, A. Prevalence and determinants of non-communicable disease risk factors among adult population of Kathmandu. *PLoS One* **16**, (2021).
2. Malik, V. S. & Hu, F. B. The role of sugar-sweetened beverages in the global epidemics of obesity and chronic diseases. *Nature Reviews Endocrinology* vol. 18 205–218 (2022).
3. Akhter, N. *et al.* Risk factors for non-communicable diseases related to obesity among first- and second-generation Bangladeshi migrants living in north-east or south-east England. *Int. J. Obes.* 2021 457 **45**, 1588–1598 (2021).
4. Fanda, R. *et al.* *CHPM Policy Brief: Tackling High Consumption of Sugar Sweetened Beverages (SSB) In Indonesia.* (2020).
5. Kementerian Kesehatan RI. Hasil Utama Riset Kesehatan Dasar 2018. (2019). Available at https://kesmas.kemkes.go.id/assets/upload/dir_519d41d8cd98f00/files/Hasil-risikesdas-2018_1274.pdf (Accessed: 25th January 2019).
6. Kementerian Kesehatan RI. Laporan Provinsi Banten Riset Kesehatan Dasar 2018. (2019). Available at <http://ejournal2.litbang.kemkes.go.id/index.php/lpb/issue/view/229> (Accessed: 25th January 2019).
7. Masri, E. Faktor Determinan Konsumsi Minuman Berkalori Tinggi pada Mahasiswa. *Sci. J. Farm. dan Kesehat.* **8**, 53 (2018).
8. Cahyaningrum, C. A. Hubungan Konsumsi Minuman Berpemanis dengan Status Antropometri dan Tingkat Kecukupan Zat Gizi Mikro pada Remaja Putri (Studi di SMA Islam Hidayatullah Kota Semarang). (Universitas Diponegoro, 2019).
9. Ali, M. & Asrori, M. *Psikologi remaja: perkembangan peserta didik.* (Bumi Aksara, 2014).

10. Pamarta, D., Suminah & Sumardiyono. Relationship between Peer Influence and Consumption of Sugar-Sweetened Beverages in Adolescents. *Int. J. Hum. Heal. Sci.* **06**, 289–291 (2022).
11. Gascoyne, C., Scully, M., Wakefield, M. & Morley, B. Food and drink marketing on social media and dietary intake in Australian adolescents: Findings from a cross-sectional survey. *Appetite* **166**, 105431 (2021).
12. Fatikasari, K. Z. Hubungan Pengaruh Paparan Media Sosial dan Faktor Lainnya dengan Konsumsi Sugar-Sweetened Beverages (SSBs) pada Siswa SMAN 25 Jakarta Tahun 2020. (Universitas Indonesia, 2020).
13. Wattlez, G. *et al.* Sugar-Sweetened Beverage Consumption and Associated Factors in School-Going Adolescents of New Caledonia. *Nutrients* **11**, 452 (2019).
14. Gan, W. Y., Mohamed, S. F. & Law, L. S. Unhealthy Lifestyle Associated with Higher Intake of Sugar-Sweetened Beverages among Malaysian School-Aged Adolescents. *Int. J. Environ. Res. Public Health* **16**, (2019).
15. Gui, Z. H. *et al.* Sugar-sweetened beverage consumption and risks of obesity and hypertension in Chinese Children and adolescents: A national cross-sectional analysis. *Nutrients* **9**, 1–14 (2017).
16. Zahid, A., Davey, C. & Reicks, M. Beverage intake among children: Associations with parent and home-related factors. *Int. J. Environ. Res. Public Health* **14**, (2017).
17. Latif, N. A., Sofiatin, Y., Kusumawati, M. & Roesli, R. M. A. Sweet Taste Threshold among Medical Students with Family History of Diabetes Mellitus. *Althea Med. J.* **7**, 165–169 (2020).
18. Francisca, Sri Palupi, N. & Nur Faridah, D. Persepsi Konsumen Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Produk Minuman dengan Klaim Kurang Gula. *J. Mutu Pangan* **3**, 50–57 (2016).
19. Bruening, M. *et al.* Associations Between Sugar-Sweetened Beverage Consumption and Fast-Food Restaurant Frequency Among Adolescents and Their Friends. *J. Nutr. Educ. Behav.* **46**, 277–285 (2014).
20. Ina, N., Ca, Z., Fanani, M. & Ardyanto, T. D. The Association Between Peers Influence and Sweets Consumption Pattern in Adolescent Girls. in *1st International Conference of Nutrition (ICoN)* 4–9 (2020).
21. Wang, C. W., Chen, D. R., Chan, C. C., Yeh, Y. P. & Chen, H. H. 'I Knew I Should Stop, but I Couldn't Control Myself': A qualitative study to explore the factors influencing adolescents' consumption of sugar-sweetened beverages and sugary snacks from a socio-ecological perspective. *Public Health Nutr.* **25**, 2465–2474 (2022).
22. Brown, J. E. *et al.* *Nutrition Through the Life Cycle.* (Cengage Learning, 2017).
23. Chung, A. *et al.* Adolescent peer influence on eating behaviors via social media: Scoping review. *J. Med. Internet Res.* **23**, 1–12 (2021).
24. Fleming-Milici, F. & Harris, J. L. Adolescents' engagement with unhealthy food and beverage brands on social media. *Appetite* **146**, 1–8 (2020).
25. Kucharczuk, A. J., Oliver, T. L. & Dowdell, E. B. Social media's influence on adolescents' food choices: A mixed studies systematic literature review. *Appetite* **168**, 105765 (2022).
26. Kamarudzaman, F. K., Shamsul, F. S., Abidin, I. H. Z. & Usman, S. B. Social Media Influences Towards Consumer Eating Behaviour: A Systematic Review. *Insight J.* **9**, 10–20 (2022).
27. Sari, N. W., Djokosujono, K., Utari, D. M. & Rohayati, N. Availability of Sugar-Sweetened Beverages at Home as The Dominant Factor Related to Its Consumption Among Students of SMAN (State High School) 47 Jakarta, Indonesia, in 2022. *Indones. J. Public Heal. Nutr.* **3**, 32–42 (2022).