

PENGETAHUAN DAN SIKAP MEMBACA LABEL INFORMASI NILAI GIZI DENGAN PERILAKU PEMILIHAN PANGAN KEMASAN PADA GENERASI MILENIAL

¹DANU PRASETYO TRIJAYA PUTRA

²SUCI FERDIANA

³NURUL HIDAYATI

¹Mahasiswa Program Studi S1 Ilmu Gizi, Institut Kesehatan dan Bisnis Surabaya

Email: daantp@live.com

²Dosen Program Studi S1 Ilmu Gizi, Institut Kesehatan dan Bisnis Surabaya

³Kepala Program Studi S1 Ilmu Gizi, Institut Kesehatan dan Bisnis Surabaya
Fakultas Kesehatan/Prodi S1 Ilmu Gizi

Abstrak

Tren kesehatan dan kebugaran merupakan prioritas gaya hidup keseharian generasi milenial dalam interaksi sosial dan gaya hidup sehat dengan memanfaatkan *wearable device* dan aplikasi *smartphone* (Lorinsa & Irwansyah; Siradj, 2018; Antoni & Suharjana, 2019.) Menurut survei *Nielsen's Global Health & Wellness*, 70% generasi milenial rela membayar lebih untuk makanan yang memiliki label pangan. Jenis penelitian observasional analitik berupa desain penelitian survei kuantitatif menggunakan pendekatan cross sectional dengan teknik *simple random sampling without replacement*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebesar 70% pengunjung memiliki pengetahuan yang cukup dalam membaca label informasi nilai gizi. Sebesar 83,3% pengunjung memiliki sikap sangat baik dalam membaca label informasi nilai gizi. Sebesar 30% pengunjung menjawab selalu memilih pangan kemasan. Hasil uji statistik pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara pengetahuan membaca label informasi nilai gizi dengan perilaku pemilihan pangan kemasan ($p > 0,05$). Namun, terdapat hubungan antara sikap membaca label informasi nilai gizi dengan perilaku pemilihan pangan kemasan ($p < 0,05$).

Kata Kunci: Generasi Milenial, Label Informasi Nilai Gizi, Pangan Kemasan, Pengetahuan Membaca, Perilaku Pemilihan, Sikap Membaca

Relationship between Knowledge and Attitude of Reading Nutrition Facts Labels with Packaged Food Selection Behaviour among The Millennial Generation Community

Abstract

Health and fitness trends are a priority for the millennial generation's daily lifestyle in social interaction and a healthy lifestyle by utilizing wearable devices and smartphone applications (Lorinsa & Irwansyah; Siradj, 2018; Antoni & Suharjana, 2019.) According to Nielsen's Global Health & Wellness survey, 70% of millennials are willing to pay more for food that has a food label. This analytical observational research used quantitative survey research design by using cross-sectional approach with a simple random sampling without replacement technique. The results showed that 70% of visitors had sufficient knowledge in reading nutrition facts labels. As many as 83.3% of visitors had very good attitude in reading nutrition facts labels. Then, 30% of visitors answered that they always choose packaged food. The results of statistical study test revealed that there is no relationship between knowledge of reading nutrition facts labels with packaged food selection behavior ($p > 0.05$). However, there is relationship between the attitude of reading nutrition facts labels with packaged food selection behavior ($p < 0.05$).

Keywords: Millennial Generation, Nutrition Facts Labels, Packaged Food, Reading Knowledge, Selection Behavior, Reading Attitude

PENDAHULUAN

Tren kesehatan dan kebugaran merupakan salah satu prioritas dalam gaya hidup keseharian yang sekarang menjadi tren kalangan generasi milenial (Lorinsa & Irwansyah, 2018). Interaksi sosial dan kesadaran untuk memulai gaya hidup sehat

menjadi alasan mereka memanfaatkan perangkat *Internet of Things* dalam bentuk aksesoris *wearable device* serta melalui aplikasi ponsel pintar (Lorinsa & Irwansyah, 2018; Siradj, 2016; Antoni & Suharjana, 2019). Menurut laporan Nielsen's Global Health & Wellness Survey, sebanyak 70%

generasi milenial sangat bersedia membayar lebih untuk makanan sehat yang memiliki label pangan. Hal ini sangat sesuai dengan salah satu pesan gizi seimbang yang dikeluarkan oleh (Kemenkes, 2014) yaitu untuk membiasakan membaca label pada kemasan pangan. Hal tersebut terkait dengan meningkatnya jumlah kesadaran masyarakat khususnya generasi milenial, penting mengetahui batasan mengkonsumsi gula, garam, dan lemak. Pencantuman informasi kandungan gula, garam, dan lemak pada pangan kemasan dimaksudkan untuk menurunkan resiko kejadian penyakit tidak menular seperti hipertensi (Kemenkes, 2013).

Menurut penelitian Zahara & Triyanti (2009), tingkat kepatuhan membaca label informasi nilai gizi dan komposisi zat gizi masing-masing sebesar 39,1% dan 38,9%. Selanjutnya berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Asgha (2016) sebanyak 53% responden menyatakan bahwa istilah dalam label informasi nilai gizi terlalu ilmiah dan sulit untuk dipahami.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, selain kurangnya sikap dan perilaku dalam membaca label informasi nilai gizi, tingkat pemahaman dalam memahami istilah dalam label informasi nilai gizi juga masih kurang. Kebanyakan responden memilih makanan bukan karena memperhatikan masalah kesehatan tertentu atau kandungan gizi yang terkandung dalam makanan (Huda & Andrias, 2016). Menurut C. Drichoutis et al. (2006) ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku membaca label informasi nilai gizi, antara lain umur, jenis kelamin, pendidikan, pengetahuan gizi, kesadaran tentang diet, status bekerja, pendapatan, harga produk, klaim produk, dan motivasi diri sendiri.

Dari beberapa kenyataan-kenyataan diatas dapat dilihat bahwa masih banyak kurangnya masyarakat di Indonesia dalam membaca label informasi nilai gizi. Membaca label kemasan pangan bertujuan untuk memberikan informasi yang benar dan jelas kepada konsumen beupa pangan kemasan yang dikemas sebelum membeli dan/atau mengonsumsi pangan kemasan (BPOM, 2018) khususnya label gizi merupakan hal yang penting untuk dibaca dalam pemilihan makanan yang sehat sesuai dengan angka kecukupan gizi (Kemenkes, 2019). Sehingga dilakukan penelitian untuk menganalisis apakah ada hubungan antara pengetahuan dan

sikap membaca label informasi nilai gizi dengan perilaku pemilihan pangan kemasan dikalangan masyarakat generasi milenial di minimarket kediri.

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Desain, Tempat, dan Waktu

Jenis penelitian ini merupakan observasional analitik dengan desain penelitian menggunakan survei berupa kuantitatif melalui pendekatan *cross sectional*. Penelitian ini dilakukan di minimarket yaitu Indomaret yang terletak di Kawasan Simpang Lima Gumul, Kelurahan Sumberejo, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Kediri pada bulan Agustus Tahun 2021 selama 2 (dua) minggu. Minimarket ini dipilih dengan pertimbangan bahwa minimarket tersebut merupakan pelopor bisnis minimarket di Indonesia, selain itu juga minimarket dengan jumlah outlet terbanyak sampai saat ini, dengan jumlah sebanyak 17.681 outlet (Lokadata, 2020).

B. Populasi, Sampel, Besar Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah semua pengunjung minimarket dengan kriteria usia 26-40 tahun dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini. Besar sampel dengan responden yang dipilih secara acak menggunakan teknik *simple random sampling*. Sedangkan metode penarikan sampelnya dengan syarat tanpa pengulangan atau *without replacement*. Penentuan besar sampel menurut Gay L. R. (2012) untuk studi korelasional, setidaknya diperlukan 30 responden untuk menetapkan ada atau tidaknya suatu hubungan. Sehingga dalam penelitian ini, besar sampel yang digunakan adalah 30 responden atau pengunjung.

HASIL PENELITIAN

A. Analisis Deskriptif

1. Karakteristik Umum Responden

Jenis kelamin pengunjung dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu laki-laki dan perempuan. Pada tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung generasi milenial berjenis kelamin perempuan dengan persentase 66,7% atau sebanyak 20 pengunjung dan sisanya berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 33,3% atau sebanyak 10 pengunjung.

Kategori usia pengunjung didapatkan berdasarkan nilai kuartil, ketegori usia dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu usia 26-30 tahun, 31-35 tahun, dan 35-40 tahun. Pada tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata pengunjung generasi milenial berusia antara 26-30 Tahun dengan persentase 46,7 % atau sebanyak 14 pengunjung.

Tingkat Pendidikan pengunjung dibedakan menjadi 3 (tiga) kategori, yaitu pendidikan dasar (SD), pendidikan menengah (SMP atau sederajat dan SMA atau sederajat), pendidikan tinggi (Diploma, Sarjana, dan Pascasarjana). Pada tabel 3 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan rata-rata pengunjung dengan persentase 90% merupakan pendidikan tinggi atau sebanyak 27 pengunjung kemudian disusul pendidikan menengah dengan persentase 10% atau sebanyak 3 pengunjung.

Tingkat Pendapatan pengunjung dibedakan dalam 4 (empat) kategori, yaitu (1) dibawah Rp. 1.500.000,- (2) Rp. 1.500.000,- s.d. Rp. 2.500.000,- (3) Rp. 2.500.000,- s.d. Rp. 3.500.000,- dan (4) diatas Rp. 3.500.000,- . Pada tabel 4 menunjukkan bahwa tingkat pendapatan rata-rata pengunjung yaitu berada pada kisaran diatas Rp. 3.500.000,- dengan persentase 50% atau sebanyak 15 pengunjung.

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Sampel berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	%
Laki-laki	10	33.3
Perempuan	20	66.7
Total	30	100.0

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Sampel berdasarkan Kategori Usia

Usia	Jumlah	%
26-30 Tahun	14	46.7
31-35 Tahun	10	33.3
36-40 Tahun	6	20.0
Total	30	100.0

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Sampel berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	%
Pendidikan Dasar	0	00.0
Pendidikan Menengah	3	10.0
Pendidikan Tinggi	27	90.0
Total	30	100.0

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Sampel berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tingkat Pendapatan	Jumlah	%
< Rp. 1.500.000,-	8	26.7
Rp. 1.500.000,- s.d. Rp. 2.500.000,-	3	10.0
Rp. 2.500.000,- s.d. Rp. 3.500.000,-	4	13.3
> Rp. 3.500.000,-	15	50.0
Total	30	100.0

2. Pengetahuan Membaca Label Informasi Nilai Gizi

Pengetahuan dalam membaca label informasi nilai gizi dikategorikan menjadi 3 (tiga), yaitu kurang, cukup, dan baik. Tabel 5 menunjukkan bahwa pengetahuan pengunjung dalam membaca label informasi nilai gizi pada kategori cukup dengan persentase 70% atau sebanyak 21 pengunjung. Dengan persentase tingkat pendidikan Sarjana sebesar 30%, Diploma sebesar 26,67%, dan Magister sebesar 13,33%.

3. Sikap Membaca Label Informasi Nilai Gizi

Sikap dalam membaca label informasi nilai gizi dikategorikan menjadi 5 (lima), yaitu kurang, cukup, baik, baik sekali, dan sangat baik. Tabel 6 menunjukkan bahwa sikap pengunjung dalam membaca label informasi nilai gizi pada kategori sangat baik dengan persentase 83,33% atau sebanyak 25 pengunjung. Dengan persentase golongan usia antara 26-30 tahun sebesar 43,33%, golongan usia antara 31-35 tahun sebesar 33,33%, dan golongan usia 36-40 tahun sebesar 16,67%.

4. Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan

Perilaku dalam pemilihan pangan kemasan dikategorikan menjadi 5 (lima), yaitu tidak pernah, jarang, kadang-kadang, selalu, dan sering. Tabel 7 menunjukkan bahwa perilaku pengunjung sebesar 30% atau sebanyak 9 pengunjung menjawab selalu memilih pangan kemasan. Dengan persentase golongan usia antara 26-30 tahun sebesar 13,3% dan golongan usia antara 31-35 tahun sebesar 16,7%. Tabel 8 menunjukkan bahwa perilaku pengunjung sebesar 30% atau sebanyak 9 pengunjung menjawab selalu memilih pangan kemasan. Dengan persentase tingkat pendidikan SMA sebesar 3,3%, persentase tingkat pendidikan Diploma sebesar 13,3%, persentase tingkat pendidikan Sarjana sebesar 6,7%, dan persentase tingkat pendidikan Magister sebesar 6,7%. Tabel 9 menunjukkan bahwa perilaku pengunjung

sebesar 30% atau sebanyak 9 pengunjung menjawab selalu memilih pangan kemasan. Berdasarkan rata-rata tingkat pendapatan pengunjung selama 1 (satu) bulan dengan pendapatan kurang dari Rp 1.500.000,- sebanyak 5 pengunjung atau sebesar 16,7%,

selanjutnya dengan pendapatan lebih dari Rp 3.500.000,- sebanyak 3 pengunjung atau sebesar 10,0%, serta dengan pendapatan antara Rp 1.500.000,- s.d. Rp 2.500.000,- sebanyak 1 pengunjung atau sebesar 3,3%.

Tabel 5. Frekuensi Kategori Pengetahuan Membaca Label Informasi Nilai Gizi berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pengetahuan Membaca Label Informasi Nilai Gizi	Tingkat Pendidikan									
	SMA		Diploma		Sarjana		Magister		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Kurang	0	0,00	0	0,00	1	3,33	0	0,00	1	3,33
Cukup	0	0,00	8	26,67	9	30,00	4	13,33	21	70,00
Baik	3	10,00	2	6,67	3	10,00	0	0,00	8	26,67
Total	3	10,00	10	33,33	13	43,33	4	13,33	30	100,00

Tabel 6. Frekuensi Kategori Sikap Membaca Label Informasi Nilai Gizi berdasarkan Usia

Sikap Membaca Label Informasi Nilai Gizi	Usia							
	26-30 Tahun		31-35 Tahun		36-40 Tahun		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Kurang	1	3,33	0	0,00	0	0,00	1	3,33
Cukup	0	0,00	3	10,00	1	3,33	4	13,33
Baik	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Baik Sekali	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Sangat Baik	13	43,33	7	23,33	5	16,67	25	83,33
Total	14	46,67	10	33,33	6	20	30	100,00

Tabel 7. Frekuensi Kategori Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan berdasarkan Usia

Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan	Usia			
	26-30 Tahun	31-35 Tahun	36-40 Tahun	Total
Tidak Pernah	n	1	2	4
	%	3,3%	6,7%	13,3%
Jarang	n	3	1	5
	%	10,0%	3,3%	16,7%
Kadang-kadang	n	4	2	7
	%	13,3%	6,7%	23,3%
Selalu	n	4	5	9
	%	13,3%	16,7%	30,0%
Sering	n	2	0	5
	%	6,7%	0,0%	16,7%
Total	n	14	10	30
	%	46,7%	33,3%	100,0%

Tabel 8. Frekuensi Kategori Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan berdasarkan Tingkat Pendidikan

Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan	Tingkat Pendidikan					Total
	SMA atau sederajat	Diploma (D1, D2, D3)	Sarjana (D4, S1)	Magister		
Tidak Pernah	n	0	0	3	1	4
	%	0,0%	0,0%	10,0%	3,3%	13,3%
Jarang	n	0	0	4	1	5
	%	0,0%	0,0%	13,3%	3,3%	16,7%
Kadang-kadang	n	2	2	3	0	7
	%	6,7%	6,7%	10,0%	0,0%	23,3%
Selalu	n	1	4	2	2	9
	%	3,3%	13,3%	6,7%	6,7%	30,0%
Sering	n	0	4	1	0	5
	%	0,0%	13,3%	3,3%	0,0%	16,7%
Total	n	3	10	13	4	30
	%	10,0%	33,3%	43,3%	13,3%	100,0%

Tabel 9. Frekuensi Kategori Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan berdasarkan Tingkat Pendapatan

Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan		Tingkat Pendapatan				Total
		< Rp. 1.500.000,-	Rp. 1.500.000,- s.d. Rp. 2.500.000,-	Rp. 2.500.000,- s.d. Rp. 3.500.000,-	> Rp. 3.500.000,-	
Tidak Pernah	n	0	0	1	3	4
	%	0,0%	0,0%	3,3%	10,0%	13,3%
Jarang	n	1	1	0	3	5
	%	3,3%	3,3%	0,0%	10,0%	16,7%
Kadang-kadang	n	2	1	2	2	7
	%	6,7%	3,3%	6,7%	6,7%	23,3%
Selalu	n	5	1	0	3	9
	%	16,7%	3,3%	0,0%	10,0%	30,0%
Sering	n	0	0	1	4	5
	%	0,0%	0,0%	3,3%	13,3%	16,7%
Total	n	8	3	4	15	30
	%	26,7%	10,0%	13,3%	50,0%	100,0%

B. Analisis Hubungan Pengetahuan dan Sikap dengan Perilaku

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Uji statistika yang digunakan pada penelitian ini adalah Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov dan Uji Linearitas. Uji Normalitas distribusi data dengan menggunakan Uji Kolmogrov-Smirnov ($p > 0,05$). Selanjutnya dilakukan uji korelasi antara variabel dengan menggunakan Uji Pearson dengan tingkat kemaknaan $\alpha = 0,005$. Hasil Uji Pearson didapatkan nilai $p \text{ value} \leq \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sebaliknya, jika $p \text{ value} \geq \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

yang berarti tidak ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Sopiyyudin, 2014).

Berdasarkan dari Uji Normalitas pada Tabel 10 diperoleh Asymp. Sig sebesar 0,200 lebih besar dari nilai $p < 0,05$ maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal. Selanjutnya berdasarkan Uji Linearitas pada tabel 11, diperoleh nilai Deviation from Linearity Sig. 0,123 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Pengetahuan Membaca Label Informasi Nilai Gizi dengan variabel Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan. Dari hasil tersebut juga diperoleh nilai Deviation from Linearity Sig. 0,261 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear

secara signifikan antara variabel Sikap Membaca Label Informasi Nilai Gizi dengan variabel Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan.

Tabel 12 menyajikan hasil analisis korelasi Pearson. Tabel terdiri atas koefisien korelasi (r), nilai p, dan jumlah subjek. Dari hasil tersebut diperoleh nilai p 0,341 yang menunjukkan bahwa korelasi antara Pengetahuan Membaca Label Informasi Nilai Gizi dan Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan tidak bermakna. Nilai korelasi Pearson sebesar 0,078 menunjukkan korelasi positif dengan kekuatan korelasi yang sangat lemah. Dari hasil tersebut juga diperoleh nilai p 0,03 yang menunjukkan bahwa korelasi antara Sikap Membaca Label Informasi Nilai Gizi dan Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan bermakna. Nilai korelasi Pearson sebesar 0,483 menunjukkan korelasi positif dengan kekuatan korelasi yang sangat kuat.

Tabel 10. Hasil Analisis Uji Normalitas

N		30
Normal Parameters	Rerata SD	.000000 8.44797830
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

Tabel 11. Hasil Analisis Uji Linearitas

		df	Mean Square	Sig.
Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan dengan Pengetahuan Membaca Label Informasi Nilai Gizi	Deviation from Linearity	6	165.521	.123
Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan dengan Sikap Membaca Label Informasi Nilai Gizi	Deviation from Linearity	7	100.888	.261

Uji Linearitas menggunakan Tabel Anova Perbandingan Rerata

Tabel 12. Hasil Analisis Korelasi Pearson Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan

Pengetahuan Membaca Label Informasi Nilai Gizi	r = 0,078 p > 0,05 n = 30
Sikap Membaca Label Informasi Nilai Gizi	r = 0,483 P < 0,05 n = 30

Uji Korelasi Pearson

PEMBAHASAN

A. Pengetahuan Membaca Label Informasi Nilai Gizi di Kalangan Masyarakat Generasi Milenial Di Minimarket Kediri

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hampir semua pengunjung memiliki pengetahuan yang cukup dalam membaca label informasi nilai gizi, dengan persentase sebesar 70% atau sebanyak 21 pengunjung, dan persentase sebesar 26,67% atau sebanyak 8 pengunjung memiliki pengetahuan yang baik, serta dengan sisa persentase sebesar 3,33% atau sebanyak 1 pengunjung minimarket generasi milenial yang memiliki pengetahuan kurang dalam membaca label informasi nilai gizi. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pane (2016), yang mana menunjukkan bahwa sebesar 48.89% responden memiliki pengetahuan terkait label kemasan pangan pada kategori cukup dan sebesar 28,89% pada kategori baik, sedangkan sisanya berada pada kategori kurang. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Goyal et al., (2018) sebesar 57,7% responden tidak memahami label informasi sedangkan sebesar 39,7% responden, sebagian memahami label.

Berdasarkan analisis hasil jawaban tes pengetahuan membaca label informasi nilai gizi, semua pengunjung menjawab benar (100%) pada pertanyaan mengenai %AKG (Persen Angka Kecukupan Gizi) misalkan menunjukkan angka 20%, maka kebutuhan nutrisi tersebut sudah terpenuhi 20% bila dikonsumsi sesuai takaran saji (pertanyaan nomor 10). Selanjutnya sebesar 93,33% atau sebanyak 28 pengunjung menjawab benar pertanyaan mengenai jenis zat gizi yang dicantumkan pada ALG (Acuan Label Gizi) adalah semua zat gizi makro dan zat gizi mikro yang sudah diketahui mempunyai fungsi penting dalam pertumbuhan dan perkembangan manusia (pertanyaan nomor 6) dan Zat gizi mikro "Natrium" pada label

informasi nilai gizi merupakan senyawa mineral dan sebutan lain untuk garam (pertanyaan nomor 7). Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Devi et al., (2013) tingkat pengetahuan responden mengenai label kemasan pangan dapat dikatakan cukup baik karena sebesar 41,2% responden termasuk dalam kategori baik dan hanya sebesar 10,3% responden termasuk dalam kategori kurang.

Selain itu, sebesar 76,67% atau sebanyak 23 pengunjung menjawab salah pada pertanyaan mengenai Total Protein per sajian adalah 5 gr (pertanyaan nomor 3). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Asgha (2016) dimana hampir sebagian konsumen (53%) menganggap bahwa label informasi gizi yang ada saat ini terlalu ilmiah dan sulit untuk dipahami.

Pada penelitian hasil frekuensi kategori Pengetahuan Membaca Label Informasi Nilai Gizi berdasarkan Tingkat Pendidikan, diketahui dengan persentase tingkat pendidikan Sarjana sebesar 30%, Diploma sebesar 26,67%, dan Magister sebesar 13,33%, hal ini seharusnya dapat meningkatkan hasil tes pengetahuan kedalam kategori baik. Menurut peneliti, hal ini terjadi karena soal dalam tes pengetahuan membaca label informasi nilai gizi sangat sulit untuk dipahami. Selain itu, kurangnya kesadaran pengunjung dalam memahami label informasi nilai gizi. Sehingga, saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu perlu adanya iklan kesehatan masyarakat yang dilakukan secara kontinyu guna memberikan pengetahuan lebih baik lagi, khususnya dalam memahami label informasi nilai gizi.

B. Sikap Membaca Label Informasi Nilai Gizi di Kalangan Masyarakat Generasi Milenial Di Minimarket Kediri

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas sebanyak 25 pengunjung memiliki sikap sangat baik dalam membaca label informasi nilai gizi, dengan persentase sebesar 83,3%. Penelitian ini hampir memiliki kesamaan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Huda dan Andrias (2016), menunjukkan bahwa mayoritas responden (87,8%) memiliki sikap terkait pelabelan yang baik.

Berdasarkan analisis hasil jawaban kuesioner sikap membaca label informasi nilai gizi, terlihat sebagian besar pengunjung sangat setuju (56,67%) bahwa label informasi

nilai gizi sangat penting untuk dibaca (pernyataan nomor 1). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Huda dan Andrias (2016) sebesar 81,7% responden sangat setuju bahwa pentingnya membaca label informasi nilai gizi.

Pada penelitian hasil frekuensi kategori Sikap Membaca Label Informasi Nilai Gizi berdasarkan Usia, dengan persentase golongan usia antara 26-30 tahun sebesar 43,33%, golongan usia antara 31-35 tahun sebesar 33,33%, dan golongan usia 36-40 tahun sebesar 16,67%, hal ini menunjukkan bahwa usia generasi milenial (usia antara 26 sampai dengan 40 tahun, menurut Oblinger, 2005) sangat mempengaruhi sikap mereka khususnya dalam membaca label informasi nilai gizi. Hal ini juga dikemukakan oleh Fadlillah, dkk. (2015) dalam penelitiannya bahwa responden yang selalu membaca label pada kelompok usia diatas 24 tahun yaitu sebesar 67%.

Menurut peneliti, hal ini sudah sangat baik dalam memperlihatkan minat baca masyarakat Indonesia khususnya masyarakat generasi milenial di usia 26 sampai dengan 40 tahun. Hal ini juga dipengaruhi dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat, khususnya internet yang akan menjadi semakin pintar pada Web 3.0 (Prasetiadi, dkk., 2011). Saran peneliti yaitu dengan semakin mudahnya membeli pangan kemasan melalui perkembangan teknologi, ada baiknya masyarakat generasi milenial tidak mengurangi minat dalam hal membaca informasi terkait kesehatan khususnya membaca label informasi nilai gizi sebelum membeli pangan kemasan.

C. Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan di Kalangan Masyarakat Generasi Milenial Di Minimarket Kediri

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pengunjung sebesar 30% atau sebanyak 9 pengunjung selalu memilih pangan kemasan, dimana sebesar 46,67% pengunjung menyatakan kadang-kadang memilih produk pangan kemasan berdasarkan harga termurah dengan tetap memperhatikan kandungan nilai gizi khususnya seperti gula, garam, dan lemak dengan kandungan yang lebih rendah serta sebanyak 46,67% pengunjung kadang-kadang memilih produk pangan kemasan berdasarkan harga termurah dengan tetap memperhatikan kandungan zat gizi mikro terbaik (seperti vitamin dan

mineral) yang tertera pada label informasi nilai gizi. Hal ini senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Huda dan Andreas (2016) sebanyak 46,15% responden memilih 1 (satu) jenis makanan dengan alasan kesehatan. Dapat dilihat bahwa beberapa dari mereka memilih pangan kemasan selain memperhatikan kandungan nilai gizi makro dan gizi mikro, alasan mereka memilih produk juga dipengaruhi oleh harga termurah dari pangan kemasan. Dari sini dapat disimpulkan mereka juga sempat membandingkan beberapa produk serupa yang memiliki kandungan nilai gizi makro dan gizi mikro terbaik.

Pada penelitian hasil frekuensi kategori Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan berdasarkan Usia, perilaku pengunjung sebesar 30% atau sebanyak 9 pengunjung menjawab selalu memilih pangan kemasan, dengan persentase golongan usia antara 26-30 tahun sebesar 13,3% dan golongan usia antara 31-35 tahun sebesar 16,7%. Selain itu, hasil frekuensi kategori Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan berdasarkan Tingkat Pendidikan menunjukkan bahwa dengan persentase tingkat pendidikan SMA sebesar 3,3%, persentase tingkat pendidikan Diploma sebesar 13,3%, persentase tingkat pendidikan Sarjana sebesar 6,7%, dan persentase tingkat pendidikan Magister sebesar 6,7%. Serta, penelitian hasil frekuensi kategori Perilaku Pemilihan Pangan Kemasan berdasarkan Tingkat Pendapatan menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pendapatan pengunjung selama 1 (satu) bulan dengan pendapatan kurang dari Rp 1.500.000,- sebanyak 5 pengunjung atau sebesar 16,7%, selanjutnya dengan pendapatan lebih dari Rp 3.500.000,- sebanyak 3 pengunjung atau sebesar 10,0%, serta dengan pendapatan antara Rp 1.500.000,- s.d. Rp 2.500.000,- sebanyak 1 pengunjung atau sebesar 3,3%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa perilaku pemilihan pangan kemasan pada generasi milenial selain dipengaruhi oleh usia, juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan rata-rata pengunjung perbulan. Sebagai konsumen yang cerdas khususnya untuk generasi milenial sudah seharusnya untuk membaca lebih dulu seluruh keterangan label pangan pada setiap pangan kemasan yang akan dibeli, khususnya pada label informasi nilai gizi.

D. Hubungan Pengetahuan dan Sikap Membaca Label Informasi Nilai Gizi dengan Pemilihan Pangan Kemasan di Kalangan Masyarakat Generasi Milenial Di Minimarket Kediri

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara pengetahuan membaca label informasi nilai gizi dengan perilaku pemilihan pangan kemasan ($p > 0,05$). Hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa pengunjung dengan pengetahuan membaca label informasi nilai gizi yang baik belum tentu sering memilih pangan kemasan. Begitu juga sebaliknya, pengunjung dengan pengetahuan membaca label informasi nilai gizi yang kurang, jarang memilih pangan kemasan. Namun, dalam penelitian ini terdapat hubungan antara sikap membaca label informasi nilai gizi dengan perilaku pemilihan pangan kemasan ($p < 0,05$). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap pengunjung dalam membaca label informasi nilai gizi sangat baik sehingga mempengaruhi perilaku sering dalam pemilihan pangan kemasan.

KESIMPULAN

Pada hasil tes pengetahuan dalam membaca label informasi nilai gizi didapatkan hampir semua pengunjung memiliki pengetahuan yang cukup dalam membaca label informasi nilai gizi, dengan persentase sebesar 70% atau sebanyak 21 pengunjung. Hasil kuesioner sikap dalam membaca label informasi nilai gizi menunjukkan bahwa sikap pengunjung dalam membaca label informasi nilai gizi pada kategori sangat baik dengan persentase 83,33% atau sebanyak 25 pengunjung. Selanjutnya, hasil kuesioner perilaku pemilihan pangan kemasan menunjukkan bahwa perilaku pengunjung sebesar 30% atau sebanyak 9 pengunjung menjawab selalu memilih pangan kemasan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara pengetahuan membaca label informasi nilai gizi dengan perilaku pemilihan pangan kemasan ($p > 0,05$). Namun, dalam penelitian ini terdapat hubungan antara sikap membaca label informasi nilai gizi dengan perilaku pemilihan pangan kemasan ($p < 0,05$).

DAFTAR PUSTAKA

Antoni, M. S., & Suharjana, S. 2019. Aplikasi kebugaran dan kesehatan berbasis

- android: Bagaimana persepsi dan minat masyarakat? *Jurnal Keolahragaan*, 7(1), 34–42.
- Asgha, B. 2016. Analisa Penggunaan Label Informasi Nilai Gizi Pada Produk Pangan Oleh Konsumen Di Kota Semarang. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 21(2), 128–135.
- Azwar. 2012. *Reabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar Hadi.
- BPOM. 2018. Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan Dengan. 1–43.
- C. Drichoutis, A., Lazaridis, P., & Nayga, J. R. M. 2006. Consumers' Use Of Nutritional Labels: A Review Of Research Studies And Issues. *Academy of Marketing Science Review*, 2006(9), 1–25.
<http://www.amsreview.org/articles/drichoutis09-2006.pdf>
- Devi, V. C., Sartono, A., & Isworo, J. T. 2013. Praktek Pemilihan Makanan Kemasan Berdasarkan Tingkat Pengetahuan Tentang Label Produk Makanan Kemasan, Jenis Kelamin, dan Usia Konsumen di Pasar Swalayan ADA Setiabudi Semarang. *Jurnal Gizi*, 2(2), 1–12.
<http://jurnal.unimus.ac.id/index.php/jgizi/article/view/1029>
- Fadlillah, Hendry Noer., Nuraida, Lilis., & Purnomo, Eko Hari. 2015. Kepedulian Konsumen terhadap Label dan Informasi Bahan Tambahan Pangan (BTP) pada Label Kemasan Pangan di Kota Bogor. *Jurnal Mutu Pangan*, 2(2), 119-126.
- Gay L. R., Mills Geoffrey E., Airasian Peter. 2012. *Educational Research: Competencies For Analysis And Applications*. 10th edition.
- George, D. & Mallery, P. 2019. *IBM SPSS Statistics 25 Step by Step: A Simple Guide and Reference*. 15th edition.
- Goyal, R & Neeta D. 2018. Food label reading: Read before you eat. *Journal of Education and Health Promotion*. Vol. 7.
- Huda, Q. A., & Andrias, D. R. 2016. Sikap Dan Perilaku Membaca Informasi Gizi Pada Label Pangan Serta Pemilihan Pangan Kemasan. *Media Gizi Indonesia*, 11(2), 175–181.
<https://doi.org/10.20473/mgi.v11i2.175-181>
- Indonesia, P. R. 2012. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan.
- Kemenkes. 2013. Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 30 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Informasi Kandungan Gula, Garam, Dan Lemak Serta Pesan Kesehatan Untuk Pangan Olahan Dan Pangan Siap Saji. 1–8.
- Kemenkes. 2014. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2014 Tentang Pedoman Gizi Seimbang. 1–96.
- Kemenkes. 2018. Hasil Utama RISKESDAS 2018.
- Kemenkes. 2019. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2019 Tentang Angka Kecukupan Gizi Yang Dianjurkan Untuk Masyarakat Indonesia. 1–33.
- Lin, C.-T. J., Zhang, Y., Carlton, E. D., & Lo, S. C. 2016. 2014 FDA Health and Diet Survey. 1–44.
- Lorinsa, D., & Irwansyah. 2018. Penggunaan Wearable Internet Of Things (Wiot) Oleh Kaum Milenial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 190–205.
- Maulida, Arina Zulva. 2019. Membaca Label Pangan Pada Mahasiswa Gizi Uin Walisongo Semarang. Skripsi. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Masturoh, Imas dan T., Nauri Anggita. 2018. *Metodologi Penelitian Kesehatan*.

Kemenkes RI: PPSDM Kesehatan.
Cetakan Pertama.

Nielsen. 2015. We Are What We Eat, Healthy Eating Trends Around The World. In Nielsen's Global Health & Wellness Survey.

<https://doi.org/10.1016/j.jtcvs.2018.07.026>

Oblinger, D., & Oblinger, J. (2005). Is it age or IT: First steps toward understanding the net generation. *Educating the net generation*. 2(1-2), 20.

Pane, Putri. 2016. Analisis Tingkat Kepatuhan Membaca Label Pangan Pada Mahasiswa Gizi Institut Pertanian Bogor. Skripsi. Departemen Gizi Masyarakat Fakultas Ekologi Manusia: IPB

Siradj, Y. 2016. Potensi Smartwatch untuk Kesehatan. *Telekontran*, 4(1), 35–41.

Sugiyono. 2010. Metodologi Penelitian Administrasi. Jakarta : CV.Afabeta.

Sopiyudin, Muhammad . 2014. Statistik Untuk Kedokteran dan Kesehatan. Jakarta: Epidemiologi Indonesia.

Taber, Keith S. 2017. The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education. Science Education Centre, Faculty of Education, University of Cambridge.

Zahara, S., & Triyanti. 2009. Kepatuhan Membaca Label Informasi Zat Gizi di Kalangan Mahasiswa. *Kesmas: National Public Health Journal*, 4(2), 78–83.

<https://doi.org/10.21109/kesmas.v4i2.191>