
Hubungan Antara Pengetahuan Mengenai Label Informasi Nilai Gizi dengan Pembelian Makanan Instan dan *Snack* Tinggi Kalori pada Mahasiswa Program Studi Teknik Kimia Universitas Muhammadiyah Surakarta

Rut Mila Sari¹, Sudrajah Warajati Kisnawaty¹, Siti Nurokhmah¹, Pramudya Kurnia¹,
Fitriana Mustikaningrum⁵

¹Program Studi Ilmu Gizi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Surakarta
Jl. A. Yani, Mendungan, Pabelan, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah
Korespondensi E-mail: mila.rut06@gmail.com

Submitted: 13 Februari 2023, *Revised:* 01 Desember 2023, *Accepted:* 12 Desember 2023

Abstract

The ability to read nutrition facts label is affected by knowledge level. About 7.9% of Indonesians concerns with label of nutrition facts. Lack of attention to label of nutrition facts when buying instant food and snack may affect the imbalance of nutrient intake. High calorie food such as foods high in sugar and fat can be a contributor to non-communicable diseases. The aim of this study was to determine the correlation between knowledge of nutrition facts labelling and food choices of instant food and high-calorie snacks among students in Muhammadiyah University of Surakarta's school of Chemical Engineering. The research was conducted in observational with a cross-sectional approach among 74 respondents. Samples were selected by simple random sampling. Data of nutrition facts labelling knowledge and food choices of instant food and high-calorie snacks were taken through online questionnaire. Statistical analysis was conducted by Spearman Rank Test. According to results of study showed that 55,4% of respondents had poor knowledge of nutrition facts on labels and 50% of respondents make a good food purchase of instant food and high-calorie snacks. There was no correlation between knowledge about nutrition facts on labels and food choices of instant food and high-calorie snacks ($p=0,138$). In conclusion, there was no correlation between knowledge of nutrition facts on labels and food choices of instant food and high-calorie snacks among students in the school of Chemical Engineering in Muhammadiyah University of Surakarta.

Keyword: *knowledge, nutrition facts, food choices, instand food, snacks*

Abstrak

Kemampuan membaca label informasi nilai gizi dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan. Sekitar 7,9% masyarakat Indonesia yang memperhatikan label informasi nilai gizi. Rendahnya perhatian terhadap label informasi nilai gizi ketika membeli makanan instan dan *snack* dapat memengaruhi ketidakseimbangan asupan zat gizi. Makanan tinggi kalori seperti makanan tinggi gula dan lemak dapat menjadi kontributor terjadinya penyakit tidak menular. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pengetahuan label informasi nilai gizi dengan pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori pada mahasiswa Program Studi Teknik Kimia Universitas Muhammadiyah Surakarta. Metode penelitian ini dilakukan secara observasional dengan pendekatan *cross-sectional* pada 74 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Data pengetahuan label informasi nilai gizi dan pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori diambil dengan mengisi kuesioner secara *online*. Analisis data statistik dilakukan dengan uji *Rank Spearman*. Hasil penelitian menunjukkan sebesar 55,4% responden memiliki pengetahuan yang kurang baik tentang label informasi nilai gizi dan sebesar 50% responden melakukan pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori yang baik. Tidak ada hubungan antara pengetahuan label informasi nilai gizi dengan pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori ($p=0,138$). Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara pengetahuan label informasi nilai gizi dengan pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori pada mahasiswa Program Studi Teknik Kimia Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Kata Kunci: *pengetahuan, informasi nilai gizi, pembelian, makanan instan, snack*

Pendahuluan

Perilaku membaca label Informasi Nilai Gizi (ING) termasuk salah satu pesan dalam 10 Pedoman Umum Gizi Seimbang (PUGS) (1). Pada tahun 2013, survei yang dilakukan oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) pada masyarakat Indonesia menunjukkan bahwa sebesar 36,5% tertarik untuk membaca label halal, 34,9% memperhatikan tanggal kadaluwarsa, 20,6%

memperhatikan nama produk, dan hanya sekitar 7,9% masyarakat Indonesia usia produktif yang memperhatikan informasi nilai gizi. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa hanya sekitar 57 % mahasiswa yang memiliki kebiasaan membaca label gizi (2). ING berisi informasi terkait kandungan zat gizi yang terdapat pada label kemasan pangan. Menurut BPOM (2019) selain informasi zat gizi, label kemasan pangan juga memuat informasi mengenai nama produk, komposisi bahan, berat bersih, nama dan alamat produsen, label halal, tanggal dan kode produksi, nomor izin edar, dan tanggal kadaluwarsa (3).

Saat ini makanan instan dan *snack* tinggi kalori banyak dipilih masyarakat karena dianggap lebih praktis dan terjangkau (4). Pada tahun 2017-2019 konsumsi makanan instan dan *snack* tinggi kalori dikalangan remaja meningkat sebanyak 9,63%. Makanan instan biasanya berupa mie instan, nugget, sosis, dan lain-lain (5). Sedangkan makanan ringan atau *snack* dapat berupa keripik, cokelat, biskuit, dan wafer. *Snack* adalah makanan yang dikonsumsi di antara waktu makan utama (6). *Snack* kemasan dapat berkontribusi sebanyak 152-302 kalori per sekali makan. Makanan instan dan *snack* yang mengandung tinggi kalori seperti makanan tinggi gula dan lemak dapat menjadi salah satu kontributor terhadap penyakit tidak menular (7). Penyakit tidak menular dapat meliputi obesitas, penyakit jantung koroner, diabetes, kanker, hipertensi, dan penyakit paru kronis (7). Berdasarkan hasil Riskesdas 2018, angka kejadian penyakit tidak menular mengalami peningkatan. Prevalensi kanker naik dari 1,4% menjadi 1,8%, prevalensi stroke naik dari 7% menjadi 10,9%, sementara penyakit ginjal kronik naik dari 2% menjadi 3,8%, prevalensi diabetes melitus naik dari 6,9% menjadi 8,5% dan prevalensi hipertensi naik dari 25,8% menjadi 34,1% (8). Oleh karena itu, penerapan membaca label informasi nilai gizi merupakan salah satu upaya preventif dalam mengontrol asupan zat gizi ketika memilih dan membeli makanan instan serta *snack* kemasan (9). Penelitian menunjukkan bahwa konsumsi snack pada remaja berkontribusi pada asupan makan dan berpengaruh terhadap status berat badan (10). Kondisi berat badan yang berlebihan hingga obesitas di masa remaja dihubungkan dengan peningkatan risiko yang lebih besar dari obesitas tingkat parah di masa dewasa (11)

Berdasarkan hasil studi pendahuluan pada 30 mahasiswa Program Studi Teknik Kimia Universitas Muhammadiyah Surakarta menunjukkan sekitar 54,6% mahasiswa jarang membaca label ING sebelum membeli makanan instan dan *snack* tinggi kalori. Sejalan dengan penelitian Oktaviana (2017) sebesar 54,7% responden tidak membaca label ING pada kemasan pangan (12). Penelitian lain pada mahasiswa Universitas Airlangga menunjukkan bahwa sebesar 53,06% responden jarang membaca informasi nilai gizi pada label pangan (13). Universitas Muhammadiyah Surakarta berada di wilayah yang dekat dengan pusat perbelanjaan, sehingga akses untuk membeli makanan instan dan *snack* tinggi kalori mudah didapatkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pengetahuan mengenai label ING dengan pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori pada mahasiswa Program Studi Teknik Kimia Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat observasional dengan pendekatan *cross-sectional* dan telah mendapat surat kelaikan etik dari Komite Etik Penelitian RSUD Dr. Moewardi dengan nomor surat 1.318/X/HREC/2022. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2022 dan berlokasi di Program Studi Teknik Kimia, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa Teknik Kimia, Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2019-2022 yang berjumlah 430 orang. Sampel minimal pada penelitian ini berjumlah 74 orang yang dihitung dengan rumus besar sampel Lameshow (14). Pengambilan sampel dilakukan secara proporsional dimana mengambil sampel dari tiap tingkatan semester secara seimbang sesuai dengan banyaknya subjek dalam masing-masing tingkatan semester. Mahasiswa semester 1 diperoleh sebanyak 15 orang, semester 3 sebanyak 17 orang, semester 5 sebanyak 19 orang, dan semester 7 sebanyak 23 orang. Kemudian sampel dipilih menggunakan teknik *simple random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak menggunakan undian melalui Microsofts Excell. Kriteria inklusi dalam penelitian ini meliputi 1) kesediaan menjadi responden, 2) usia 18-23 tahun, dan 3) pernah membeli makanan instan dan *snack* tinggi kalori.

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data sekunder yang dikumpulkan adalah jumlah mahasiswa Teknik Kimia angkatan 2019-2022 yang diperoleh dari pihak administrasi

Program Studi Teknik Kimia. Data primer yang dikumpulkan adalah data pengetahuan label ING yang terdiri dari 11 pertanyaan yang meliputi takaran saji, angka kecukupan gizi dan nilai gizi serta pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori yang terdiri dari 11 pertanyaan. Data primer diperoleh melalui pengisian kuesioner melalui *google form* yang sudah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Nilai *Cronbach's Alpha* pada tiap variabel yaitu 0,673 dan 0,899 yang berarti bahwa kuesioner tersebut reliabel. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data pengetahuan berdistribusi tidak normal dan data pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori berdistribusi normal. Tingkat pengetahuan terbagi menjadi 2 kelompok, yaitu pengetahuan baik (\geq median) dan kurang baik ($<$ median). Sementara itu, untuk variabel pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu baik (\geq mean) dan kurang baik ($<$ mean). Pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori yang baik mengukur proses pengambilan keputusan untuk memilih dan membeli produk makanan instan dan *snack* tinggi kalori berdasarkan pembacaan label ING. Analisis data menggunakan SPSS versi 25. Uji kenormalan data menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dan dianalisis menggunakan uji *Rank Spearman*.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 74 orang dengan karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, semester dan jumlah uang saku per bulan.

Tabel 1.
Karakteristik Responden

Variabel	Jumlah (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	29	39,2
Perempuan	45	60,8
Usia		
18 tahun	17	23
19 tahun	17	23
20 tahun	8	10,8
21 tahun	10	13,5
22 tahun	19	25,7
23 tahun	3	4
Semester		
Semester 1	15	20,3
Semester 3	17	23
Semester 5	19	25,7
Semester 7	23	31
Jumlah Uang Saku per Bulan		
<Rp500.000	20	27
Rp500.000 – Rp1.000.000	42	56,8
>Rp1.000.000	12	16,2

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa responden didominasi oleh perempuan sebanyak 45 orang (60,8%) dan responden laki-laki berjumlah 29 orang (39,2%). Sejalan dengan penelitian Castillo *et al.* (2015) yang menunjukkan bahwa mayoritas perempuan (44,9%) memiliki kecenderungan membaca label ING lebih baik daripada laki-laki (29,8%) (15). Mayoritas responden berusia 22 tahun (25,7%) dan sebanyak 4,1% berusia 23 tahun. Usia menjadi sebuah faktor yang mempengaruhi tingkat pengetahuan seseorang (16) yang artinya usia berbanding lurus terhadap tingkat pengetahuan seseorang (17). Tingkatan semester responden meliputi semester 1, 3, 5, dan 7. Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa tingkatan semester 7 memiliki jumlah terbanyak yaitu sebanyak 23 orang (31,1%), sedangkan tingkatan semester 1 memiliki jumlah paling sedikit sebanyak 15 orang (20,3%). Semakin tinggi tingkatan semester seseorang maka umumnya semakin tinggi pula pengetahuannya (15). Responden dengan jumlah uang saku per bulan <Rp500.000 sebanyak 20 orang (27%), Rp500.000–Rp1.000.000 sebanyak 42 orang (56,8%), dan jumlah uang saku >Rp1.000.000 sebanyak 12 orang (16,2%). Jumlah uang saku menjadi

salah satu penyebab perilaku seseorang dalam membeli makanan. Menurut Aini (2012) besarnya jumlah uang saku berhubungan dengan pemilihan jenis makanan yang dikonsumsi (18). Seseorang dengan jumlah uang saku cukup besar, cenderung membeli makanan yang lebih beragam, menarik, dan disukainya tanpa memperhatikan kandungan gizi dalam makanan tersebut.

Distribusi Pengetahuan Mengenai Label Informasi Nilai Gizi

Pengetahuan label ING merupakan semua informasi terkait label informasi nilai gizi yang dimiliki seseorang. Pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui pengetahuan responden meliputi definisi takaran saji, fungsi angka kecukupan gizi (AKG), dan kemampuan membaca label gizi. Variabel pengetahuan mengenai label ING dinilai berdasarkan hasil jawaban responden terhadap 11 item pertanyaan yang diajukan. Pada penelitian ini diperoleh, nilai median pengetahuan label ING sebesar 45 dengan standar deviasi 15,68. Nilai minimal 18 menunjukkan pengetahuan responden kurang baik dan nilai maksimal 91 menunjukkan pengetahuan responden baik.

Tabel 2.
Distribusi Pengetahuan Label Informasi Nilai Gizi

Pengetahuan	Jumlah	Persentase (%)
Kurang Baik	41	55,4
Baik	33	44,6

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden dengan pengetahuan label ING yang kurang baik sebanyak 41 orang (55,4%) dan responden dengan pengetahuan mengenai label ING yang baik sebanyak 33 orang (44,6%). Data hasil penelitian kami seperti data penelitian Fuadi (2019) menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki pengetahuan label gizi yang kurang baik yaitu sebesar 55%. Adapun rincian hasil kuesioner yang telah dijawab oleh responden pada aspek pengetahuan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3.
Rincian Hasil Kuesioner Pengetahuan

No	Pertanyaan	Benar (%)	Salah (%)
1.	Takaran saji (<i>serving size</i>) adalah jumlah makanan yang dikonsumsi dalam beberapa kali makan	36,5	63,5
2.	Acuan pelabelan pada label Informasi Nilai Gizi yaitu AKG (Angka Kecukupan Gizi)	94,6	5,4
3.	AKG memiliki nilai yang sama untuk semua individu	70,3	29,7
4.	Suatu makanan kemasan memiliki keterangan "5 sajian per kemasan" artinya setiap satu kemasan dapat dikonsumsi sebanyak 5 kali makan	74,3	25,7
5.	Energi total pada kemasan menunjukkan banyaknya energi yang akan dikonsumsi dari beberapa sajian kemasan	21,6	78,4
6.	Kandungan kalori satu bungkus produk A sebesar 270 kkal	41,9	58,1
7.	Jumlah karbohidrat pada dua kali sajian produk A sebesar 8 g	50	50
8.	Kandungan protein pada satu bungkus produk A sebesar 6 g	21,6	78,4
9.	Jumlah lemak total pada satu bungkus produk A sebesar 4,5 g	18,9	81
10.	Jumlah lemak jenuh yang terkandung dalam satu sajian produk A sebesar 2,5 g	75,7	24,3
11.	% AKG natrium pada satu kali sajian produk A sebesar 22%	89,2	10,8

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa jawaban responden yang tidak tepat berada pada pertanyaan nomor 5, 8, dan 9, yaitu tentang cara membaca jumlah energi total, protein, dan lemak dengan persentase masing-masing 78,5%, 78,4%, dan 81%. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan membaca label informasi nilai gizi masih rendah. Rendahnya kemampuan tersebut dapat disebabkan karena responden kesulitan dalam menafsirkan informasi nilai gizi pada label makanan kemasan (17). Pengetahuan tentang label ING merupakan hal yang penting dalam membentuk perilaku membaca label ING. Pengetahuan tersebut berguna bagi seseorang untuk menginterpretasikan informasi yang ada di dalamnya sehingga seseorang dapat menentukan pilihan yang lebih baik dalam membeli makanan kemasan (18).

Distribusi Pembelian Makanan Instan Dan *Snack* Tinggi Kalori

Variabel pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori dalam penelitian ini dinilai berdasarkan hasil jawaban responden terhadap 11 item pertanyaan yang diajukan. Nilai rata-rata skor pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori sebesar 27,41, standar deviasi 4,32, dengan nilai minimal 12. Nilai tersebut tergolong dalam pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori kurang baik, dan nilai maksimal 42 yang tergolong dalam pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori yang baik. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa sebesar 45,94% responden jarang membaca label gizi, 40,54% sering, dan hanya 6,75% responden yang selalu membaca label ING sebelum membeli produk makanan instan dan *snack* tinggi kalori. Hasil ini selaras dengan penelitian Nurhasanah (2013) yang menunjukkan bahwa 51,6% penduduk DKI Jakarta kurang memperhatikan informasi gizi (19). Banyaknya responden yang tidak memperhatikan ING dapat disebabkan karena responden kesulitan untuk menginterpretasikan ING yang tertera pada kemasan (20).

Tabel 4.
Distribusi Pembelian Makanan Instan dan *Snack* Tinggi Kalori

Pembelian	Jumlah (n)	Persentase (%)
Kurang Baik	37	50
Baik	37	50

Pada tabel 4 diketahui bahwa responden dengan pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori yang kurang baik dan baik sebesar 50%. Hal ini menunjukkan bahwa responden melakukan berbagai pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk pangan. Dalam penelitian ini, pembelian diartikan sebagai tindakan yang dilakukan seseorang untuk memilih dan membeli suatu produk pangan. Pada penelitian Nugraha (2017) disebutkan bahwa minat beli dapat didasari pada keingintahuan seseorang terhadap produk makanan (21).

Hubungan Antara Pengetahuan Mengenai Label Informasi Nilai Gizi dengan Pembelian Makanan Instan dan *Snack* Tinggi Kalori

Analisis uji hubungan pengetahuan mengenai label ING dengan pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5.
Hubungan Antara Pengetahuan Mengenai Label ING dengan Pembelian Makanan Instan dan *Snack* Tinggi Kalori

Pengetahuan label ING	Pembelian makanan instan dan <i>snack</i> tinggi kalori				Total		p-value
	Kurang Baik		Baik		n	%	
	N	%	n	%			
Kurang Baik	22	53,7	19	46,3	41	100	0,138
Baik	15	45,5	18	54,5	33	100	

*Uji Rank Spearman

Tabel 5 menunjukkan bahwa responden dengan pengetahuan label ING kurang baik memiliki perilaku pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori yang kurang baik sebesar 53,7% dan responden dengan pembelian produk makanan instan dan *snack* tinggi kalori yang baik sebesar 46,3%. Sedangkan responden dengan pengetahuan label ING yang baik memiliki perilaku pembelian makanan instan dan *snack* yang baik lebih tinggi dibandingkan pembelian makanan instan dan *snack* yang kurang baik yaitu sebesar 54,5%. Pengetahuan menjadi salah satu aspek yang mempengaruhi seseorang dalam membeli makanan instan dan *snack*. Pengetahuan yang kurang dapat menyebabkan responden cenderung memilih makanan instan dan *snack* yang mereka inginkan tanpa melihat kandungan gizi pada makanan tersebut. Sedangkan responden yang berpengetahuan tinggi akan terus menggali informasi yang ingin diketahuinya. Seseorang yang memiliki pengetahuan tentang label gizi, kemungkinan besar akan menggunakannya saat berbelanja (22).

Informasi nilai gizi yang mudah dipahami sangat penting untuk membantu seseorang dalam membuat keputusan saat membeli suatu produk pangan. Berbagai sumber untuk mendapatkan informasi mengenai label gizi dapat berasal dari internet, radio, televisi, koran, majalah, tenaga kesehatan, penyuluhan, seminar atau ceramah. Berdasarkan hasil penelitian, hampir seluruh responden (95%) mengaku mendapatkan informasi mengenai label ING melalui internet, selanjutnya 62,2% berasal dari tenaga kesehatan, televisi 46,7%, penyuluhan 18,9%, majalah 10,8%, dan koran 9,5%. Adapun jenis makanan instan dan *snack* yang sering dibeli responden yaitu mie instan, keripik, dan cokelat. Produk makanan yang sering dibeli tersebut merupakan produk yang biasa dikonsumsi sehari-hari oleh responden. Berdasarkan hasil penelitian sebesar 78,37% responden menyatakan bahwa mie instan merupakan makanan yang sering dibeli. Saat membeli produk makanan instan dan *snack*, kualitas makanan juga harus diperhatikan (23). Mozaffarian (2016) menjelaskan bahwa kuantitas dan kualitas makanan yang dikonsumsi harus diperhatikan agar individu memiliki kesehatan yang baik (24). Makanan yang harus diperhatikan tidak hanya makanan yang diolah sendiri, namun pemilihan produk pangan olahan berkemasan juga harus diperhatikan. Seseorang yang kurang memperhatikan informasi nilai gizi pada makanan instan dan *snack* dapat berpengaruh terhadap kondisi kesehatan dan dapat meningkatkan risiko penyakit tidak menular (PTM) akibat konsumsi gula, garam, dan lemak yang berlebih (25). Oleh karena itu, dalam pemilihan produk pangan olahan patut memperhatikan nilai kandungan gizi.

Hasil uji *Rank Spearman* menunjukkan tidak ada hubungan antara pengetahuan mengenai label ING dengan pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori pada mahasiswa Program Studi Teknik Kimia Universitas Muhammadiyah Surakarta ($p=0,138$). Hasil ini sejalan dengan penelitian Safira (2018) yang menyebutkan tidak ada hubungan antara pengetahuan mahasiswa mengenai label gizi dengan perilaku konsumsi makanan kemasan. Berbeda dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara pengetahuan mengenai label gizi dengan pengambilan keputusan mahasiswa dalam membeli produk pangan olahan (26). Ketidaksiesuaian ini dapat disebabkan adanya faktor lain selain pengetahuan label ING yang mempengaruhi perilaku pembelian (27). Faktor lain yang mempengaruhi pembelian makanan instan dan *snack* antara lain jumlah uang saku dan media massa. Seseorang dengan uang saku cukup besar, berpeluang untuk membeli makanan yang lebih beragam (28). Selain itu, faktor media massa juga mempengaruhi seseorang dalam membeli makanan instan dan *snack*. Iklan pada media massa yang menarik akan membuat seseorang yang melihatnya penasaran akan cita rasa yang ditampilkan. Hal tersebut yang akan mendorong seseorang membeli produk makanan instan dan *snack* tersebut tanpa mempertimbangkan kandungan gizi yang ada di dalamnya (29). Keterbatasan pada penelitian ini adalah tidak ada pengukuran variabel independent seperti usia, jenis kelamin, tingkatan semester, dan jumlah uang saku terhadap pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori.

Kesimpulan

Tidak ada hubungan antara pengetahuan mengenai label ING dengan pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori pada mahasiswa Program Studi Teknik Kimia Universitas Muhammadiyah Surakarta. Faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi pengetahuan label informasi nilai gizi dan pembelian makanan instan dan *snack* tinggi kalori, seperti karakteristik responden, keterpaparan informasi nilai gizi, jumlah uang saku, dan media massa belum diidentifikasi sehingga perlu diadakannya penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan hal-hal tersebut.

Daftar Pustaka

1. Permenkes RI. No 41/ Menkes/ Per/ 2014. Jakarta : Menteri Kesehatan Republik Indonesia.
2. Nurbani AA., Srimati M., Ratnayani, R. *Hubungan antara persepsi atribut produk, pengetahuan gizi dan label pangan dengan kebiasaan membaca label pangan pada mahasiswa S1 gizi reguler STIKes Binawan*. Jurnal SAGO Gizi dan Kesehatan. 2020; 2(1), 6-10.
3. BPOM. No. 22/ BPOM/Per/ 2019 tentang Informasi Nilai Gizi pada Label Pangan Olahan. Jakarta : Menteri Kesehatan Republik Indonesia.
4. Palupi IR, Naomi ND, Susilo J. *Penggunaan Label Gizi dan Konsumsi Makanan Kemasan pada Anggota Persatuan Diabetisi Indonesia*. Kes Mas: Jurnal Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Ahmad Daulan. 2017; 11(1):1–8.
5. Hatta H. *Hubungan Konsumsi Fast Food Dengan Status Gizi Siswa Di SMP Negeri 1 Limboto Barat*. Afiasi. Jurnal Kesehatan Masyarakat. 2019; 4(2):41–6.
6. Nurhayati, A., Lasmanawati, E., & Yulia, C. *Pengaruh mata kuliah berbasis gizi pada pemilihan makanan jajanan mahasiswa program studi pendidikan tata boga*. Jurnal Penelitian Pendidikan. 2012; 13(1), 1-6.
7. Fiolet T, Srouf B, Sellem L, Kesse-Guyot E, Allès B, Méjean C, et al. *Consumption of ultra-processed foods and cancer risk: results from NutriNet-Santé prospective cohort*. *bmj*. 2018;360.
8. KemenKes RI. *Laporan Riset Kesehatan Dasar: Prevalensi Penyakit Tidak Menular*. 2018.
9. Devi VC, Sartono A, Isworo JT. *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. 2013; 2(2).
10. Tripicchio GL, Kachurak A, Davey A, Bailey RL, Dabritz LJ, Fisher JO. *Associations between snacking and weight status among adolescents 12–19 years in the United States*. *Nutrients*. 2019; 11(7), 1486.
11. Inge TH, King WC, Jenkins TM, Courcoulas AP, Mitsnefes M, Flum DR, Daniels SR. *The effect of obesity in adolescence on adult health status*. *Pediatrics*. 2013; 132(6), 1098-1104.
12. Oktaviana, W. (2017). *Hubungan Antara Karakteristik Individu Dan Pengetahuan Label Gizi Dengan Membaca Label Gizi Produk Pangan Kemasan Pada Konsumen Di 9 Supermarket Wilayah Kota Tangerang Selatan Tahun 2016* (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, 2017).
13. Huda QA, Andrias DR. *Sikap dan perilaku membaca informasi gizi pada label pangan serta pemilihan pangan kemasan*. Media Gizi Indonesia. 2016; 11(2):175–81.
14. Levy, P. S., & Lemeshow, S. (2013). *Sampling of populations: methods and applications*. John Wiley & Sons.
15. Prieto-Castillo, L., Royo-Bordonada, M. A., & Moya-Geromini, A. *Information search behaviour, understanding and use of nutrition labeling by residents of Madrid, Spain*. *Public health*. 2015; 129(3), 226-236.
16. Mediani NV. *Pengetahuan, persepsi, sikap, dan perilaku membaca label informasi gizi pada mahasiswa*. 2014;
17. Miller LMS, Cassady DL. *The effects of nutrition knowledge on food label use. A review of the literature*. *Appetite*. 2015; 92:207–16.
15. Pane PS. *Analisis Tingkat Kepatuhan Membaca Label Pangan Pada Mahasiswa Gizi Institut Pertanian Bogor*. 2016.
16. Aini SN. *Faktor risiko yang berhubungan dengan kejadian gizi lebih pada remaja di perkotaan*. *Unnes Journal of Public Health*. 2013;2(1).
17. Singla, M. *Usage and understanding of food and nutritional labels among Indian consumers*. *British Food Journal*. 2010; 112(1), 83-92.
18. Themba, G., & Tanjo, J. *Consumer awareness and usage of nutrition information in Botswana*. *Bus Manage Horiz*. 2013; 1(1), 44-58.
19. Nurhasanah AR. *Hubungan Persepsi dan Perilaku Konsumen di DKI Jakarta terhadap Label Gizi Pangan dengan Status Gizi dan Kesehatan*. 2013.
20. Carrillo E, Varela P, Fiszman S. *Influence of nutritional knowledge on the use and interpretation of Spanish nutritional food labels*. *J Food Sci*. 2012; 77(1):H1–8.
21. Nugraha R. *Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada Mahasiswa Muslim Konsumen Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation di Kota Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*. 2017; 50(5), 113-120.
22. Zheng S, Xu P, Wang Z. *Are nutrition labels useful for the purchase of a familiar food? Evidence from Chinese consumers' purchase of rice*. *Frontiers of Business Research in China*. 2011; 5(3):402–21.
23. Fitri NFN, Yuliati E. *Hubungan Pengetahuan Dan Kebiasaan Membaca Label Informasi Nilai Gizi Makanan Kemasan Dengan Status Gizi Pada Mahasiswa Asrama Kutai Kartanegara Di Yogyakarta*. Jurnal GIZIDO. 2020;12(1):45–54.
24. Mozaffarian D. *Dietary and policy priorities for cardiovascular disease, diabetes, and obesity: a comprehensive review*. *Circulation*. 2016; 133(2):187–225.

25. Maemunah S, Sjaaf AC. *Hubungan Antara Pengetahuan Gizi, Kemampuan Membaca Label Informasi Nilai Gizi, Penggunaan Label Informasi Nilai Gizi Dan Frekuensi Konsumsi Mi Instan Pada Konsumen Jakarta Dan Sekitarnya*. Indonesian Journal of Health Development. 2020; 2(2):129–36.
26. Azizah F. *Pengetahuan Dan Perilaku Terkait Label Gizi Dan Keputusan Pembelian Makanan Ringan Siap Santap*. Institut Pertanian Bogor; 2019.
27. Fuadi AA. *Hubungan antara pengetahuan tentang label gizi dengan perilaku konsumsi makanan ringan dalam kemasan pada mahasiswa kedokteran UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta; 2019.
28. Nurul A, Hakimi Q, Sholichah F, Hayati N. *Hubungan Uang Saku dan Pola Konsumsi Makanan Terhadap Status Gizi Siswa SMP Negeri 16 Semarang*. Jurnal Ilmiah Gizi dan Kesehatan (JIGK). 2023; 4(02):32–6.
29. De Choudhury M, Sharma S, Kiciman E. *Characterizing dietary choices, nutrition, and language in food deserts via social media*. In: Proceedings of the ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, CSCW. Association for Computing Machinery; 2016: 1157–70.