

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

SMA Negeri 5 Pontianak merupakan salah satu sekolah menengah atas negeri yang berlokasi di Kecamatan Pontianak Utara, Kota Pontianak, Provinsi Kalimantan Barat. Berdasarkan data dari Pangkalan Data Sekolah milik Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, sekolah ini telah memperoleh status akreditasi A dan menyelenggarakan pendidikan untuk jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) (Kemendikbud, 2024).

Pada tahun ajaran 2024/2025, jumlah peserta didik tercatat sebanyak 1.053 orang, terdiri dari 415 siswa laki-laki dan 638 siswa perempuan, yang tersebar dalam 30 rombongan belajar pada tingkat kelas X, XI, dan XII. Sebagian besar siswa berada pada rentang usia 16 hingga 18 tahun dan menganut agama Islam sebagai kelompok agama terbesar, disusul oleh Kristen, Katolik, dan Buddha (Kemendikbud, 2024).

Rasio siswa per rombongan belajar adalah sekitar 35 orang per kelas, yang masih sesuai dengan standar ideal untuk proses pembelajaran tingkat menengah. Tenaga pendidik di sekolah ini didominasi oleh guru tidak tetap (GTT) sebanyak 33 orang, sementara guru PNS maupun guru tetap yayasan belum tercatat dalam data sekolah. Selain itu, terdapat 66 tenaga kependidikan, dengan mayoritas telah berpendidikan minimal jenjang sarjana (S1) (Kemendikbud, 2024).

Sarana dan prasarana sekolah menunjukkan kondisi yang relatif memadai, dengan 43 dari 44 ruang kelas berada dalam kondisi baik. Namun demikian, beberapa fasilitas penunjang seperti perpustakaan dan sebagian toilet berada dalam kondisi rusak berat. Sekolah belum memiliki akses internet. Luas lahan sekolah mencapai 20.328 meter persegi, yang mendukung kegiatan pembelajaran dan pengembangan potensi peserta didik (Kemendikbud, 2024).

2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini ditampilkan dalam bentuk tabel.

Tabel 1. Karakteristik Responden Remaja Putri di SMAN 5 Pontianak

Variabel	n	%
Usia (Tahun)		
16	21	32,8
17	42	65,6
18	1	1,6
Kelas		
XI B1	21	32,8
XI B2	22	34,4
XI B3	21	32,8
Total	64	100,0

Pada Tabel 1. menunjukkan bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini lebih banyak berusia 17 tahun, yaitu sebanyak 42 responden (65.6%), kemudian untuk persentase kelas menunjukkan bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini lebih banyak berada di kelas XI B2, yaitu sebanyak 22 responden (34,4%).

3. Uji Validitas

Tabel 2. Uji validitas

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kepercayaan		0,05	
Paparan Media <i>TikTok</i>	0,815	0,246	normal
Pemilihan minuman Kekinian	0,668	0,246	normal
Asupan gizi minuman kekinian	0,773	0,246	normal

Pada tabel 2, ditampilkan hasil uji validitas untuk tiga variabel dalam penelitian, yaitu pada variabel paparan media *TikTok*, memiliki nilai *r hitung* sebesar 0,815, sedangkan *r tabel* adalah 0,246. Karena nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel* ($0,815 > 0,246$), maka kuesioner untuk variabel ini dinyatakan valid. Lalu pada variabel pemilihan minuman kekinian, memiliki nilai *r hitung* sebesar 0,668, yang juga lebih besar dari *r tabel* 0,246. Jadi, pertanyaan-pertanyaan pada variabel ini valid dan bisa digunakan dalam penelitian. Dan pada variabel asupan gizi minuman kekinian, menunjukkan nilai *r hitung* sebesar 0,773 yang lebih tinggi dari *r tabel*, maka variabel ini juga valid.

4. Analisis Univariat

a. Paparan Media *TikTok*

Tabel 3. Distribusi Paparan Media *TikTok*

Paparan Media <i>TikTok</i>	n	%
Rendah	30	46,9
Tinggi	34	53,1
Total	64	100,0

Berdasarkan tabel 3, menunjukkan frekuensi paparan media *TikTok*, responden dengan kategori tinggi memiliki jumlah yang lebih banyak yaitu 34 (53,1%).

b. Pemilihan minuman Kekinian

Tabel 4. Distribusi Pemilihan minuman Kekinian

Pemilihan minuman Kekinian	n	%
Jarang	36	56,2
Sering	28	43,8
Total	64	100,0

Berdasarkan tabel 4, menunjukkan frekuensi pemilihan minuman kekinian, responden dengan kategori jarang ($< 3x/hari$) mengkonsumsi minuman sehari lebih banyak yaitu 36 (56,3%).

c. Asupan Gizi Minuman Kekinian

Tabel 5. Distribusi Asupan Gizi Minuman Kekinian

Asupan Gizi Minuman Kekinian	n	%
Cukup	16	25,0
Lebih	48	75,0
Total	64	100,0

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan responden yang memiliki asupan minuman kekinian lebih banyak adalah kategori lebih (> 200 kkal) yaitu 48 (75,0%).

d. Tabel Konsumsi Minuman Kekinian

Tabel 6. Minuman Kopi

Jenis Minuman	Urutan minuman dan skor
Minuman kopi	1. Kopi Cappuccino (706,90) 2. Kopi Susu (680,05) 3. Kopi Coklat (441,19) 4. Kopi Americano (111,62) 5. Kopi pandan (67,47) 6. Kopi liberika (53,19)

Berdasarkan Tabel 6, menunjukkan urutan minuman kopi yang paling sering dikonsumsi oleh responden berdasarkan skor adalah kopi cappuccino (706,90).

Tabel 7. Minuman Teh

Jenis Minuman	Urutan minuman dan skor
Minuman The	1. Teh Es (1189,81) 2. <i>Thai Tea</i> (507,48) 3. Teh Susu (476,38) 4. Teh Hijau/ <i>Matcha</i> (301,90) 5. Teh Lemon (242,14) 6. Teh Telang (102,71)

Berdasarkan Tabel 7, menunjukkan urutan minuman Teh yang paling sering dikonsumsi oleh responden berdasarkan skor adalah Teh es (1189,81).

Tabel 8. Minuman Susu

Jenis Minuman	Urutan minuman dan skor
Minuman Susu	1. <i>Chocolate Latte</i> (500,81) 2. <i>Matcha Latte</i> (458,33) 3. <i>Red Velvet Latte</i> (449,76) 4. <i>Taro latte</i> (306,76) 5. <i>Brown Sugar Latte</i> (304,62) 6. <i>Strawberry Latte</i> (8,57)

Berdasarkan Tabel 8, menunjukkan urutan minuman Susu yang paling sering dikonsumsi oleh responden berdasarkan skor adalah *chocolate latte* (500,81).

Tabel 9. Minuman Buah

Jenis Minuman	Urutan minuman dan skor
Minuman Buah	1. Es Buah (667,38) 2. Jus (336,67)

 3. *Cocktail* (248,05)

Berdasarkan Tabel 9, menunjukkan urutan minuman buah yang paling sering dikonsumsi oleh responden berdasarkan skor adalah Es buah (667,38).

5. Analisis Bivariat

a. Hubungan Paparan Media *TikTok* dengan Pemilihan minuman KekinianTabel 10. Hubungan Paparan Media *TikTok* dengan Pemilihan minuman Kekinian

Paparan TikTok	Media	Pemilihan minuman Kekinian				Total		p- value
		Jarang		Sering		n	%	
		n	%	n	%			
Rendah		21	70,0	9	30,0	30	100,0	0,067
Tinggi		15	44,1	19	55,9	34	100,0	
Total		36	56,3	28	43,8	64	100,0	

Berdasarkan Tabel 10, menunjukkan bahwa responden yang jarang memilih minuman kekinian lebih banyak pada paparan media tiktok tingkat rendah yaitu (70,0%) dibandingkan dengan responden dengan paparan media tiktok tingkat tinggi yaitu (44,1%).

Hasil uji *chi-square* menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara paparan media *TikTok* dan pemilihan minuman kekinian ($p = 0,067$)

b. Hubungan Paparan Media *TikTok* dengan Asupan Gizi Minuman KekinianTabel 11. Hubungan Paparan Media *TikTok* dengan Asupan Gizi Minuman Kekinian

Paparan TikTok	Media	Asupan Gizi Minuman Kekinian				Total		p- value
		Cukup		Lebih		n	%	
		n	%	n	%			
Rendah		14	46,7	16	53,3	30	100,0	0,000
Tinggi		2	5,9	32	94,1	34	100,0	
Total		16	25,0	48	75,0	64	100,0	

Berdasarkan Tabel 11, menunjukkan bahwa responden yang memiliki Asupan Gizi minuman kekinian kategori lebih, sebagian besar pada paparan media tiktok tingkat Tinggi yaitu (94,1%) dibandingkan dengan responden dengan paparan media tiktok tingkat rendah yaitu (53,3%).

Hasil uji *chi-square* menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara paparan media *TikTok* dan pemilihan minuman kekinian ($p = 0,000$).

B. Pembahasan

1. Hubungan Paparan Media TikTok dengan Pemilihan minuman Kekinian

Paparan merupakan kondisi ketika seseorang menerima stimulus dari luar secara berulang, baik melalui media maupun lingkungan sosial (Sampe Litha & Kreshan, 2024). Dalam konteks media sosial, paparan mengacu pada intensitas dan durasi interaksi individu terhadap konten digital (Imanulloh, 2023). Semakin tinggi paparan terhadap media sosial tertentu, seperti *TikTok*, maka semakin besar pula kemungkinan individu menerima pengaruh dari konten yang dikonsumsi (Sampe Litha & Kreshan, 2024).

Berdasarkan hasil uji *chi-square* dalam penelitian ini, diperoleh nilai *p-value* sebesar 0,067 ($p > 0,05$), yang berarti secara statistik tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat paparan media *TikTok* dengan frekuensi pemilihan minuman kekinian pada remaja putri di SMA Negeri 5 Pontianak.

Banyak faktor lain yang ikut menentukan, seperti tingkat penghasilan orang tua, besaran uang saku, peraturan keluarga terkait jajan, serta kesadaran diri terhadap kesehatan atau gizi. Tidak semua remaja yang sering melihat konten minuman viral akan langsung membeli atau meniru konsumsi tersebut. Ada mekanisme pertimbangan dan kontrol diri yang dapat membatasi perilaku impulsif tersebut.

Penelitian oleh Damayanti et al., (2023) yang menyatakan bahwa faktor-faktor seperti harga, preferensi rasa, dan lingkungan sosial memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan konsumsi minuman kekinian dibandingkan hanya paparan dari media sosial. Dalam penelitiannya juga disebutkan bahwa jumlah uang saku memiliki hubungan signifikan dengan frekuensi konsumsi ($p = 0,01$), yang menandakan bahwa keterbatasan ekonomi dapat menjadi penghambat utama meskipun remaja sering melihat promosi produk tersebut secara online.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fawziya et al., (2024), yang menemukan adanya hubungan signifikan antara paparan media sosial secara umum dan tingkat konsumsi minuman berpemanis pada remaja ($p = 0,037$). Perbedaan hasil ini dapat disebabkan karena penelitian Fawziya mencakup

beberapa platform media sosial seperti YouTube dan Instagram, tidak terbatas pada *TikTok* saja. Selain itu, variasi dalam karakteristik responden, lokasi penelitian, serta jenis minuman yang diteliti juga menjadi faktor pembeda. Penelitian Damayanti et al., (2023) juga menemukan bahwa keputusan konsumsi minuman kekinian lebih kuat dipengaruhi oleh rasa, merek, dan harga, dibandingkan oleh pengaruh media sosial semata.

2. Hubungan Paparan Media TikTok dengan Asupan Gizi Minuman Kekinian

Asupan gizi adalah jumlah zat gizi yang dikonsumsi oleh seseorang, yang berasal dari makanan dan minuman, dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan energi dan zat gizi harian tubuh. (Departemen Kesehatan RI, 2014).

Berdasarkan hasil uji *chi-square*, ditemukan nilai *p-value* sebesar 0,000 ($p < 0,05$), yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat paparan media *TikTok* dengan tingkat asupan gizi dari minuman kekinian pada remaja putri. Seluruh responden yang berada dalam kategori asupan gizi cukup berasal dari kelompok dengan paparan ringan, sementara semua responden yang asupan gizinya berlebih berasal dari kelompok dengan paparan berat. Hasil ini memberikan gambaran bahwa semakin tinggi paparan remaja terhadap konten *TikTok*, semakin besar pula peluang mereka untuk mengonsumsi minuman kekinian yang tinggi kalori secara berlebihan.

Penjelasan dari penelitian ini dapat dilihat melalui teori *cue reactivity*, kalimat ini diambil dari kata *cue* yaitu konten *TikTok* yang menampilkan minuman kekinian secara atraktif (warna menarik, topping berlimpah *endorse* oleh *influencer*), dan *reactivity* yaitu reaksi yang muncul akibat dari tampilan dari konten tersebut. *TikTok* sebagai media sosial berbasis video pendek memiliki kekuatan visual yang sangat intens, ditambah dengan efek suara dan gaya penyampaian yang menarik, membuat minuman kekinian tampak lebih menggoda. Akibatnya, remaja yang sering melihat konten semacam itu bisa terdorong untuk membeli dan mengonsumsi tanpa mempertimbangkan kandungan kalori dan zat gizinya.

Penelitian oleh Angreani, (2018) yang mengungkapkan bahwa kecenderungan untuk mengonsumsi makanan atau minuman berpemanis yang tinggi kalori akibat pengaruh visual dapat menyebabkan peningkatan asupan

energi berlebih dan berdampak pada status gizi remaja. Ini menjadi bukti bahwa dorongan konsumsi akibat paparan konten tidak dapat diabaikan, terutama jika tidak disertai dengan kesadaran gizi yang cukup.

Penelitian ini sejalan dengan hasil studi Awalia Safitri et al., (2021) yang menunjukkan bahwa satu gelas boba milk tea saja dapat mengandung 299–515 kkal, tergantung topping dan ukuran, yang cukup besar bila dikonsumsi lebih dari sekali sehari. Penelitian Dewi Styaningrum et al., (2023) juga menegaskan bahwa konsumsi minuman berpemanis secara rutin memiliki hubungan erat dengan peningkatan asupan energi harian dan risiko penyakit metabolik. Penelitian Sasti Alifiandhira et al., (2024) menambahkan bahwa kelebihan energi dari sumber minuman manis dapat berpengaruh pada status gizi dan keseimbangan nutrisi remaja secara umum.