

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kebiasaan Konsumsi Minuman Manis Kekinian

Salah satu industri yang terkena dampak perubahan gaya hidup akibat kemajuan sosial ekonomi adalah sektor makanan dan minuman. Karena keingintahuan konsumen untuk mencoba hal-hal baru dan meningkatnya penekanan pada kegunaan suatu produk, makanan dan minuman tradisional telah berevolusi menjadi pilihan yang lebih kontemporer atau siap saji. Bisnis di sektor makanan dan minuman menjadi semakin kompetitif akibat perubahan gaya hidup ini. Membuat minuman siap minum (RTD) adalah salah satu inovasi yang dilakukan industri minuman.

Karena "kekinian" berarti "sekarang" atau "saat ini", minuman dapat dipahami sebagai segala sesuatu yang dikonsumsi pada saat tertentu. Minuman juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang dikonsumsi. Ungkapan "minuman modern" mengacu pada minuman yang inovatif dan disukai karena rasa dan atributnya yang berbeda. Minuman modern antara lain minuman susu, boba, teh keju, kopi susu dengan gula hitam, teh Thailand, dan minuman Regal (Listiorini, 2019).

Di Indonesia, minuman boba semakin populer dalam beberapa tahun terakhir. *Zhen zhu nai cha*, atau teh susu mutiara dalam bahasa Indonesia, adalah nama minuman berbahan dasar teh yang pertama kali ditemukan di Taiwan pada tahun 1980. Ini juga disebut sebagai teh susu Boba, teh susu boba, atau teh susu Boba. Toppingnya terbuat dari bola-bola kenyal berwarna hitam dan terbuat dari campuran tepung tapioka, gula merah, dan susu. Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan minuman boba telah

muncul dalam budaya Indonesia seiring dengan semakin populernya minuman boba (Dewi et al., 2019).

Tempat minuman biasanya menyediakan topping lain kepada klien, seperti puding dan jeli yang kaya rasa, selain boba. Masih banyak jenis minuman lain yang tersedia, antara lain kopi, minuman rasa buah, teh susu dalam berbagai rasa, dan teh bebas susu yang dibuat dari berbagai jenis daun teh. Selain itu, gerai minuman boba menawarkan pelanggan berbagai pilihan kadar gula, seperti ekstra gula, kurang gula, separuh gula, atau tidak ada gula. Mereka juga dapat memilih ukuran minuman, seperti besar, kecil, atau reguler, dan pilihan kadar es batu, seperti kurang es, separuh es, atau tidak ada es (Barcley et al., 2020).

Penyebab utama peningkatan asupan gula tambahan, yang juga dikaitkan dengan peningkatan risiko obesitas dan diabetes tipe 2, kini adalah penggunaan minuman manis. Korelasi antara penggunaan minuman manis (SDBs) dan kejadian obesitas, diabetes mellitus, dan kelebihan berat badan bergantung pada kandungan gula SDBs. Pola makan yang banyak mengandung gula dapat memicu penyakit metabolik termasuk diabetes melitus tipe 2 dan penyakit kardiovaskular secara langsung atau tidak langsung. Fruktosa secara langsung mengubah metabolisme lemak dan karbohidrat. (Akhriani et al., 2019). Gula meningkatkan asupan energi secara tidak langsung, menghasilkan keseimbangan energi yang lebih baik, meningkatkan berat badan, dan penambahan lemak. Pada akhirnya, ini menyebabkan metabolisme lemak dan karbohidrat menjadi tidak terkontrol. Selain itu, minuman berpemanis memiliki banyak gula tetapi tidak kenyang dan rendah gizi.

Disregulasi metabolisme lemak dan karbohidrat dapat terjadi akibat konsumsi fruktosa gula yang tinggi. Hal ini karena metabolisme fruktosa dapat meningkatkan glukoneogenesis dan de novo lipogenesis (DNL), dan penyerapan fruktosa di hati tidak bergantung pada kebutuhan energi hati. Dengan kata lain, pola makan yang banyak mengandung fruktosa menyebabkan perubahan profil lipid, masalah penumpukan lemak hati, dan masalah metabolisme glukosa. Metabolisme fruktosa di hati juga menghasilkan lipogenesis, yang pada gilirannya menyebabkan perlemakan hati dan resistensi insulin. Selain itu, makan terlalu banyak gula dapat menyebabkan masalah neuropsikiatri. Pola makan kaya gula dikaitkan dengan penyakit emosional termasuk kecemasan dan depresi, masalah neuroplastisitas, dan gangguan kognitif. karena mengonsumsi terlalu banyak gula mengubah cara kerja proses neurobiologis otak, sehingga memengaruhi perilaku dan keadaan emosi seseorang. Mekanisme saraf yang tumpang tindih seperti kecanduan, stres, ketakutan, kecemasan, dan depresi mungkin bertanggung jawab atas hubungan antara konsumsi gula yang tinggi dan kondisi neuropsikiatri ini (Trifosa Veronica et al., 2022).

2.2 Kandungan Zat Pada Minuman Manis Kekinian

Kandungan Zat yang Terdapat dalam Minuman Kekinian Kadar Gula Tinggi :

1. Kalori

Hanya bola boba saja yang menghasilkan 272 kalori dalam setengah cangkir, atau 76 gram bola tapioka, menurut Very Well Fit. Menambahkan banyak rasa dan topping tentu akan meningkatkan jumlah kalori yang dikonsumsi.

2. Lemak

Saat ini, banyak sekali bubble tea yang dimaniskan dengan tambahan susu, krim, atau bahan olahan susu lainnya. Komponen-komponen ini akan membuat bubble tea lebih berlemak.

Angka Kecukupan Gizi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes RI) menyebutkan rekomendasi asupan lemak harian bagi orang dewasa adalah 60–89 gram. Jika Anda menghabiskan banyak bubble tea setiap hari, akan mudah untuk memahami jumlah lemak yang dikonsumsi tubuh Anda.

3. Karbohidrat dan Gula



Tepung tapioka yang dihasilkan dari akar singkong digunakan untuk membuat teh Boba yang biasa disebut dengan Mutiara. Seperti diketahui, tepung tapioka merupakan salah satu jenis tumbuhan yang tinggi karbohidrat yang berguna untuk menghasilkan energi. Setengah cangkir, atau 76 gram, boba mengandung 2,5 gram gula dan 67,5 gram karbohidrat. Dalam waktu singkat, mengunyah bola-bola tapioka sudah cukup untuk membuat Anda merasa kenyang. Namun, ini tidak cukup untuk menyelesaikan tugas sehari-hari.

4. Protein dan serat

Protein juga hadir dalam *bubble tea* yang populer ini, meski tidak berlebihan. Setiap 76 gram bola tapioka dilaporkan memiliki 0,1 gram protein. Selain itu, kandungan seratnya hanya 0,7 gram saja sehingga tidak mencukupi bagi tubuh. Faktanya, terlalu banyak makan mutiara bisa membuat Anda sembelit.

5. Vitamin dan mineral

Meski bola mutiara tapioka tinggi kalori, namun tubuh mendapat manfaat darinya sebagai sumber vitamin dan mineral. Meskipun *bubble tea* sering diyakini rendah vitamin dan mineral, bola tapioka yang lezat ini mengandung sejumlah kecil kalsium, zat besi, mangan, dan folat. Anda tidak akan memenuhi kebutuhan vitamin dan mineral Anda setiap hari hanya dengan segelas bubble tea.

6. Pewarna Buatan

Pewarna makanan merah atau merah muda ada dua jenis. Pewarna karmoisin dan pewarna karmin adalah dua jenis pewarna yang sering terdapat dalam makanan atau minuman yang terbuat dari susu atau *yoghurt*. Pewarna Karmoisin: Tidak banyak makanan atau minuman berwarna merah yang diwarnai dengan pewarna ini. seperti pewarna sintetis yang terbuat dari bahan kimia. Pewarna karmin dibuat dari serangga *cochineal*, yang saat ini digunakan untuk menggantikan warna merah karmoisin karena lebih mudah dibudidayakan dan lebih murah.

7. Pemanis Buatan

Menurut Ramadhani dkk. (2018), produsen minuman dan bahan makanan memilih penggunaan pemanis buatan dibandingkan pemanis alami karena harganya yang lebih murah dan tingkat kemanisan yang lebih tinggi. Namun, penggunaan pemanis buatan secara berlebihan dapat menyebabkan sejumlah masalah kesehatan. Konsumsi berlebihan pemanis buatan seperti siklamat dan sakarin dapat menyebabkan hipertensi, kanker otak, dan penyakit saraf.

2.3 Perilaku Konsumsi Minuman Manis Kekinian Pada Remaja

Tahap peralihan antara masa kanak-kanak dan kedewasaan adalah masa remaja. Sebagian orang memandang masa remaja sebagai kelanjutan dari masa bayi sebelum kedewasaan. Menurut Daradjat (2009), masa ini merupakan masa pergolakan, transisi, atau jembatan goyah yang menghubungkan masa kanak-kanak dan kedewasaan.

Selama masa remaja, mereka mulai memiliki kendali penuh atas apa yang mereka makan dan minum. Remaja mulai banyak mengonsumsi makanan dan minuman di luar rumah pada saat ini, dan pola makan mereka cenderung tidak berubah sampai dewasa. Bagaimana remaja memilih makanan mereka akan memengaruhi kebiasaan makan mereka di masa depan.

Remaja mungkin mengonsumsi makanan yang tidak sehat, yang dapat menyebabkan sejumlah masalah seperti melambatnya perkembangan intelektual dan fisik. Mengonsumsi makanan yang buruk juga dapat meningkatkan peluang Anda terkena sejumlah masalah kesehatan, termasuk obesitas, malnutrisi, dan kekurangan zat besi.

Anak-anak diberikan kebebasan untuk mengambil keputusan sendiri ketika mereka mendekati masa pubertas, termasuk bagaimana mereka memilih untuk membelanjakan uangnya. Remaja yang menggunakan uang saku di Belanda mendapati bahwa mereka biasanya menggunakannya untuk membeli minuman manis. Remaja lebih cenderung membeli minuman manis jika mereka mempunyai uang jajan lebih banyak.

Di seluruh dunia, remaja adalah pelanggan terbesar minuman berpemanis. Sebuah penelitian yang dilakukan di Amerika Serikat menunjukkan bahwa 67,4 persen

remaja usia 12–17 tahun mengonsumsi minuman berpemanis secara teratur, dengan 33,9% mengonsumsi 1–2 kali sehari dan 33,5% mengonsumsi lebih dari 2 kali sehari.

Menurut survei ini, laki-laki lebih suka minuman modern (46 persen) daripada perempuan (35 persen). Mereka juga lebih banyak dikonsumsi oleh orang-orang di kelas atas (46 persen), kelas menengah (38 persen), dan kelas bawah (33 persen) (Annur, 2022)

Berdasarkan data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2018, 56,4% remaja Indonesia berusia 15 hingga 19 tahun dilaporkan meminum minuman manis setidaknya sekali sehari. Sebuah survei terhadap remaja di Jakarta menunjukkan bahwa 62,6% siswa meminum lebih banyak minuman manis dibandingkan rata-rata nasional.

Menurut Riset Kesehatan Dasar 2018, survey nasional, proporsi orang yang mengonsumsi minuman manis lebih dari 1 kali dalam sehari pada orang yang berusia lebih dari 3 tahun mencapai 61,27% di Indonesia dan 58,51% di Sumatera Utara. Proporsi orang yang berusia 15 hingga 24 tahun mengonsumsi minuman manis lebih dari 1 kali dalam sehari pada wanita adalah 55,18%. Jika dibandingkan dengan anjuran untuk mengonsumsi gula setiap hari, kandungan gulanya tinggi. WHO menyarankan untuk membatasi konsumsi gula tambahan (Sari et al., 2021)

Menurut Kusnandari (2020), diperkirakan ada 44,09 juta orang di Indonesia yang berusia produktif (15-24 tahun). Ini menunjukkan bahwa target utama produsen minuman adalah kaum milenial. Sebuah artikel mengutip bahwa setidaknya tiga belas minuman berbeda bersaing untuk menu yang sama, yaitu boba. Ini juga dapat dilihat dari banyaknya gerai dan toko brown sugar (boba) di Medan, yang selalu penuh dan

memiliki antrian panjang. Bahkan orang-orang, terutama generasi milenial, bersedia menunggu berjam-jam untuk mendapatkan segelas minuman boba.

Bagi kaum muda, nongkrong sudah berevolusi dari kebiasaan orang lanjut usia menjadi hobi sehari-hari. Bangkitnya industri minuman kontemporer menunjukkan bahwa konsumsi minuman tidak hanya terbatas pada orang lanjut usia saja. Boba Outlet merupakan outlet modern yang menyajikan minuman yang menarik secara visual dan memiliki ide arsitektur khas dengan ciri khas tersendiri. Untuk menarik klien, karena mayoritas generasi milenial menggunakan toko *Boba* sebagai tempat nongkrong.

Perilaku dan sikap peminum boba berubah karena gaya hidup mereka. Terutama bagi mereka yang menyukai boba dan ingin menjalani gaya hidup yang lebih santai, gaya hidup yang lebih santai telah menjadi hal melekat pada kegiatan sehari-hari mereka (Thamrin, 2023)

2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Minuman Manis Kekinian

Pertama, undang-undang yang mengatur penjualan minuman manis di Indonesia tidak kuat. Baik peraturan menteri maupun UUD 1945 tidak memberikan definisi yang jelas tentang minuman manis. Oleh karena itu, minuman yang mengandung gula tidak dapat dikontrol sebagai barang yang dapat diterima. Rendahnya harga minuman manis di Indonesia menjadi alasan kedua. Salah satu cara minuman manis dipromosikan adalah melalui media, yang membawa kita ke elemen ketiga. Minuman manis biasanya berharga Rp 1.500 untuk 180 mililiter di pengecer online. Terdapat iklan minuman manis yang ditayangkan di empat saluran TV swasta Indonesia. Iklan ini mayoritas tayang pada hari Sabtu dan Minggu pukul 06.00 hingga

21.00 WIB, saat program anak-anak ditayangkan. Itu karena fakta bahwa 62% anak di Indonesia minum minuman berpemanis setidaknya sekali seminggu.

Alasan keempat generasi milenial meminum boba adalah karena mereka ingin mencoba cocktail boba baru, mengapresiasi rasa manis dari minuman tersebut, dan ingin menghindari monoton. Berdasarkan keadaan dan frekuensi mengkonsumsi lebih dari satu kali dalam seminggu, sebagian besar masyarakat mempunyai kecenderungan untuk membeli minuman boba (Tinambunan, 2020).

Faktor yang mempengaruhi perilaku khususnya yang berkaitan dengan Kesehatan dikenal dengan teori Lawrence Green (1980) menjelaskan bahwa Kesehatan Masyarakat dipengaruhi oleh perilaku. Faktor perilaku dipengaruhi oleh 3 faktor pokok yaitu faktor predisposisi, faktor pendukung, dan faktor pendorong.

2.5.1 Faktor Predisposisi (*Predisposing Factor*)

Pengetahuan

Pengetahuan sangat penting untuk menentukan tindakan dan perilaku seseorang. Ketika seseorang mengadopsi perilaku, ada beberapa proses yang terjadi di dalamnya. Salah satunya adalah kesadaran, di mana seseorang mengetahui adanya stimulus (objek), seperti produk baru "boba milk tea"; ketertarikan, di mana seseorang mulai tertarik terhadap stimulus (objek), seperti mencoba melihat produk. Evaluation adalah menilai stimulus baik atau buruk, misalnya boba teh susu tidak baik untuk kesehatan. Trial adalah mencoba melakukan sesuatu sesuai stimulus, misalnya membeli boba dengan campuran keju. Adoption adalah melakukan perilaku baru sesuai stimulus, kesadaran, atau pengetahuan.

Sikap

Sikap konsumen merupakan gagasan atau sudut pandang yang mengungkapkan pendapat mengenai keunggulan yang ditawarkan suatu produk. Pelanggan akan lebih cenderung bertahan pada suatu produk dan menggunakannya secara konsisten jika mereka mulai percaya pada kelebihanannya. Namun, pelanggan tidak akan mau membeli dan memanfaatkan produk jika produk tersebut tidak menawarkan keuntungan yang diharapkan. Dalam membuat keputusan pembelian, perspektif sangat penting. Konsep sikap ini terkait dengan perilaku dan kepercayaan pelanggan.

Pemasar harus mengetahui apakah pelanggan menyukai atau tidak produk yang akan mereka pasarkan. Jenis sikap termasuk cara memilih sesuatu, konsistensi sikap, sikap positif, negatif, dan netral, intensitas sikap, resistensi sikap, keyakinan sikap, dan keadaan, antara lain:

a) Sikap Memilih Objek: Dalam pemasaran, sikap pelanggan harus terhubung dengan produk. Berbagai aspek pemasaran dan konsumen, seperti merek, produk, harga, kemasan, penggunaan media, dan lain sebagainya, dapat dimasukkan ke dalam item.

b) Konsistensi Sikap: Persepsi konsumen adalah apa yang mereka rasakan, dan perasaan ini akan direfleksikan dalam perilaku mereka. Akibatnya, sikap memiliki korelasi dengan perilaku.

c) Sikap Positif, Negatif, dan Netral: Seseorang mungkin memiliki sikap positif terhadap makanan rending, yang menunjukkan sikap negatif; seseorang mungkin memiliki sikap netral, yang menunjukkan sikap netral.

d) Intensitas sikap konsumen terhadap suatu merek produk akan berbeda-beda dalam tingkatnya. Beberapa orang sangat menyukainya, sementara yang lain sangat tidak menyukainya.

Preferensi rasa

Preferensi merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi perilaku sebelum mengonsumsi minuman kekinian, konsumen melakukan keputusan untuk membeli atau tidak terlebih dahulu. Setiap pelanggan yang berencana membeli minuman kekinian tersebut pasti memiliki preferensi tertentu. Preferensi tersebut menjadi dasar bagi mereka untuk memutuskan untuk membeli minuman tersebut.

2.5.2 Faktor Pendukung (*Enabling Factor*)

Pengaruh Media

Masyarakat luas dapat berkomunikasi dan menerima berita melalui media massa. Media massa mengacu pada metode atau instrumen yang digunakan dalam proses komunikasi massa, yang melibatkan menampilkan informasi kepada khalayak luas melalui media termasuk radio, surat kabar, televisi, dan film. Informasi mengenai perubahan, mekanismenya, dan hasil-hasilnya disebarluaskan melalui media.

Pemanfaatan sponsorship, desain paket, promosi penjualan, dan periklanan adalah beberapa strategi komunikasi yang digunakan oleh perusahaan minuman kontemporer. Untuk menjangkau target audiensnya, produsen minuman ringan berkarbonasi sering memanfaatkan iklan di media cetak dan penyiaran. Menurut temuan, orang mungkin mendengar dan melihat rata-rata 1.000 pesan komersial setiap hari, dan mereka dapat menemukan sebanyak 70.000 iklan setiap tahunnya.

Aksesibilitas Jarak

Jarak menjadi faktor seseorang konsumen mengkonsumsi minuman manis kekinian, tak jarang konsumen yang tempat tinggal atau jarak tempuh dekat untuk membeli minuman manis kekinian. Selain itu, perusahaan Minuman Manis Kekinian dapat diakses secara online melalui platform seperti Gofood, Grabfood, dan Shopeefood. Tujuannya adalah untuk membantu orang-orang di sekitarnya yang mengalami kesulitan saat keluar rumah, seperti waktu yang dihabiskan untuk pergi dari toko ke rumah. Selain itu, untuk membantu orang-orang di sekitarnya minum boba dengan mudah.

Uang saku

Pilihan merek dan barang yang akan dibeli seseorang dipengaruhi oleh kondisi keuangan mereka. Perekonomian seseorang terdiri dari tabungan, aset (termasuk bagian yang dapat dilikuidasi), dan uang saku yang dapat dibelanjakan (tingkat, stabil, dan waktu).

Tidak ada faktor ekonomi yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli minuman kekinian karena minuman ini mudah diakses oleh semua lapisan masyarakat. Remaja tertarik pada minuman kekinian karena uang saku.

2.5.3 Faktor Pendorong (*Reinforcing Factor*)

Teman sebaya

Saat melakukan pembelian produk dan jasa, sikap dan perilaku masyarakat dipengaruhi oleh variabel sosial, seperti kelompok referensi mereka. Semua kelompok yang mempunyai dampak langsung atau tidak langsung terhadap pandangan atau perilaku seseorang dianggap sebagai kelompok referensi. Remaja dipengaruhi oleh

teman-temannya dalam tiga cara: dengan memberikan contoh perilaku dan gaya hidup baru, dengan mempengaruhi sikap dan gagasan tentang identitas, dan dengan memberikan tekanan untuk menyesuaikan diri. Teman sebaya dimasukkan ke dalam kelompok primer karena mereka berinteraksi dengan remaja secara berkesinambungan.

Teman sebaya hanya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemilihan komoditas seperti pakaian jadi, rokok, minuman, makanan, dan peralatan rumah tangga jika menyangkut produk dan merek. Teman dekat ketika suatu produk pertama kali diperkenalkan sangat memengaruhi keputusan mereka untuk membeli produk tersebut.

2.6 Dampak dari Mengonsumsi Minuman Manis Kekinian Bagi Kesehatan

a. Obesitas

Seperti yang disebutkan sebelumnya, minuman manis modern dapat menghasilkan jumlah kalori yang signifikan. Meskipun demikian, mayoritas dari mereka yang menyukai minuman manis tidak mengimbangnya dengan mengonsumsi lebih sedikit kalori. Obesitas dapat diakibatkan oleh praktik buruk ini karena dapat meningkatkan berat badan. Selain itu, kelebihan berat badan meningkatkan risiko sejumlah penyakit, termasuk masalah pernafasan, osteoarthritis, penyakit jantung, diabetes tipe 2, dan sleep apnea.

b. DM Tipe 2

Individu yang rutin meminum minuman manis—yaitu satu atau dua kaleng per hari atau lebih—memiliki peningkatan risiko diabetes tipe 2 sebesar 26 persen dibandingkan dengan mereka yang jarang meminumnya. Kebiasaan minuman manis lainnya yang jelas mempengaruhi diabetes tipe 2 adalah kebiasaan ini. Orang dewasa muda dan orang Asia merupakan kelompok yang paling rentan.

c. Penyakit Jantung

Pria yang minum satu kaleng minuman manis setiap hari memiliki risiko 20% lebih tinggi terkena serangan jantung atau kematian dibandingkan pria yang jarang minum minuman manis, menurut sebuah penelitian yang memantau kesehatan 40.000 pria selama dua dekade. Hubungan serupa ditemukan dalam Nurses' Health Study (Studi Kesehatan Perawat), yang memantau kesehatan hampir sembilan puluh ribu wanita.

d. Kerusakan Gigi

Kerusakan gigi adalah risiko lain yang terkait dengan minuman manis, seperti yang mungkin sudah disadari oleh banyak orang. Hal ini disebabkan sisa gula dari minuman manis mungkin saja dikonsumsi oleh bakteri mulut. Asam yang merusak email gigi diproduksi oleh mikroorganisme yang mengonsumsi gula. Akibatnya, gigi menjadi rapuh dan tipis, sehingga meningkatkan risiko gigi berlubang.

Mengingat bahwa kebiasaan minum minuman manis memiliki banyak efek buruk pada kesehatan Anda, cobalah untuk berhenti minum minuman manis sekarang juga. Menurut Peraturan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2013, asupan gula harian seseorang tidak boleh melebihi 50 gram atau 4 sendok makan gula pasir. Menurut American Heart Association, wanita sebaiknya mengonsumsi gula tambahan tidak lebih dari 6 sendok teh (25 gram) atau 100 kkal per hari, sedangkan pria sebaiknya mengonsumsi 9 sendok teh (36 gram) atau 150 kkal per hari.

2.7 Integrasi Keislaman

Studi dari berbagai sumber menunjukkan bahwa Islam mengatur makanan dalam Al-Quran dan Hadis dengan cara ini. Melalui penyediaan makanan yang sehat, halal, dan thayyib, Islam dan kesehatan bekerja sama. Makanan dan minuman yang kita konsumsi seharusnya penuh dengan nutrisi, terutama nutrisi makro dan mikro. Untuk tetap sehat, Anda harus makan dan minum secara seimbang, cukup, dan tidak terlalu banyak. Karena bila kebutuhan gizi dalam tubuh tercukupi maka akan dapat menurunkan risiko tubuh terkena penyakit (Andriyani, 2019).

Mencakup sejumlah nutrisi yang dipecah menjadi enam kategori: air, vitamin, mineral, karbohidrat, protein, dan lemak. Manusia membutuhkan energi untuk melakukan tugas dan pekerjaan sehari-hari. Tubuh membakar lipid, protein, dan karbohidrat untuk menghasilkan energi. Oleh karena itu, tubuh harus mengonsumsi makanan yang memberikan nutrisi yang cukup untuk memenuhi kebutuhannya (Tarigan et al., 2019).

Dalam Al-Quran terdapat ayat mengenai halal dan haram suatu makanan dan minuman. sebagaimana disebutkan dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَّالًا طَيِّبَاتٍ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ

عَدُوٌّ مُّبِينٌ ١٦٨

Artinya : *Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.*

Kitab suci yang disebutkan di atas secara umum memberikan hak kepada manusia untuk memakan segala sesuatu yang ada di permukaan bumi atau di dalamnya. Hanya saja meskipun secara umum diperbolehkan untuk dikonsumsi, namun Allah SWT mencatat dalam Al-Quran bahwa hanya makanan dan minuman yang halal dan baik yang boleh dikonsumsi, sedangkan makanan dan minuman yang mengandung keburukan dilarang dikonsumsi demi kebaikan (kesehatan). dan manfaatnya (Tariganetal., 2019).

Minuman yang “dingin dan manis” memiliki keseimbangan rasa yang sempurna, menjadikannya lebih nikmat, segar, dan nikmat. Saat ini, minuman modern juga "dingin, segar, dan manis". Menurut beberapa ulama yang menjelaskan hadis mengenai hal ini:

Aisyah *radhiallahu anha* berkata,

كَانَ أَحَبُّ الشَّرَابِ إِلَى رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْخُلُوعُ الْبَارِدَ

“Minuman yang paling disukai Rasulullah ialah yang dingin dan manis.”

Beberapa contoh kata "dingin dan manis" adalah kurma, kismis yang direndam, atau air yang dicampur madu. Agar tetap dingin dan segar, sering kali diatur dan disimpan semalaman, idealnya di atas.

Ulama menjelaskan kata (أحب) “*ahabbu*” (paling disukai) maksudnya adalah (ألذ) “*aladdzu*” (lebih lezat). Jadi dingin dan manis terasa memang lebih lezat. Sebagaimana minuman sekarang yang memang kombinasinya adalah dingin dan manis.

Syaikh Al-Mubarakfury *rahimahullah* menjelaskan,

وَمَعْنَى “أَحَبُّ” أَلْدُّ؛ لِأَنَّ مَاءَ زَمْزَمَ أَفْضَلُ، وَكَذَا اللَّبَنُ عِنْدَهُ أَحَبُّ كَمَا سَيَأْتِي،
اللَّهُمَّ إِلَّا أَنْ يُرَادَ هَذَا الْوَصْفُ عَلَى الْوَجْهِ الْأَعْمِّ فَيَشْمَلُ الْمَاءَ الْقَرَّاحَ وَاللَّبَنَ
وَالْمَاءَ الْمَخْلُوطَ بِهِ أَوْ بَعْضَهُ كَالْعَسَلِ أَوْ الْمَنْفُوعِ فِيهِ تَمْرٌ أَوْ زَبِيبٌ

“Makna ‘paling disukai’ adalah ‘paling lezat’ karena Air zam-zam lebih utama (tentu paling disukai), sebagaimana (hadits) susu juga ‘paling disukai oleh beliau’. Kecuali jika maksudnya adalah umum, maka mencakup juga air yang diendapkan, susu dan air campuran dengan madu dan rendaman kurma atau kismis.

Lebih lanjut Ibnu Qayyim Al-Jauziyah Rahimahullah menjelaskan, karena minuman jenis ini bersifat segar dan membuat tubuh terasa “segar”, sehingga dapat lebih menjaga kesehatan.

Beliau menjelaskan,

والمقصود : أنه إذا كان بارداً وخالطه ما يحليه كالعسل أو الزبيب أو التمر
أو السكر كان من أنفع ما يدخل البدن وحفظ عليه صحته

“Maksudnya adalah air dingin campuran dengan yang bisa membuatnya manis seperti madu, kismis, kurma atau gula. Ini lebih bermanfaat bagi tubuh dan bisa menjaga kesehatan.”

Ada empat poin yang tertuang dalam Fatwa MUI Nomor 4 Tahun 2003 tentang Standardisasi Fatwa Halal untuk memperjelas nama dan bahan yang digunakan.

Pertama, nama atau lambang makanan atau minuman yang menyinggung barang yang dilarang, khususnya daging babi dan khamr, tidak boleh digunakan pada barang. Kedua, Anda tidak boleh menggunakan nama atau simbol untuk makanan atau minuman yang mengandung unsur haram, seperti daging babi dan khamr; Nama-nama

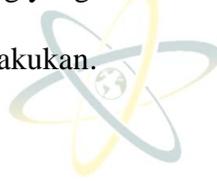
seperti bakso, bakso, bakmi, bakwan, dan bakpao adalah contoh adat istiadat yang tidak mencantumkan bahan-bahan terlarang. Ketiga, produk tidak dapat mendorong konsumen terhadap makanan atau minuman dengan menggunakan nama atau lambangnya.

Majelis Ulama Indonesia mengambil posisi yang kuat dalam hal ini. Prof H. Hasanuddin AF, MA, Ketua Komisi Fatwa MUI (KF) periode 2015-2020 menegaskan tidak akan memproses sertifikasi halal untuk komoditas tasyabbuh atau yang disamakan dengan barang haram syariah. Dinyatakan sebaliknya, alkohol tersebut disebutkan, meskipun konon kandungan alkoholnya tidak ada.

Keputusan Majelis Ulama Indonesia (LPH LPPOM MUI) Nomor 46 Tahun 2014 yang diterbitkan oleh Direktur Lembaga Pengkajian Pangan, Lembaga Pemeriksa Halal Obat dan Kosmetika juga memuat peraturan mengenai penulisan nama produk dan produk. formulir. Nama minuman beralkohol termasuk barang yang namanya tidak dapat disetujui, sesuai Keputusan Direktur LPH LPPOM MUI. Bir non-alkohol, sampanye, root beer, es krim rasa dengan aroma kismis, dan bir non-alkohol tidak diperbolehkan untuk sertifikasi halal dalam kategori ini.

Selain itu, sertifikat halal tidak dapat diberikan untuk produk yang mengandung kata-kata setan atau hewan yang dilarang (seperti anjing dan babi). Selanjutnya, auditor halal LPPOM MUI menggunakan Kriteria Sistem Jaminan Halal (SJH) sebagai acuan sertifikasi halal suatu pangan. Kriteria SJH pada bagian “Produk” menetapkan bahwa profil atau kualitas sensorik suatu produk tidak boleh dibujuk pada rasa atau bau yang dapat menjadikannya haram atau menyebabkan MUI menyatakannya demikian.

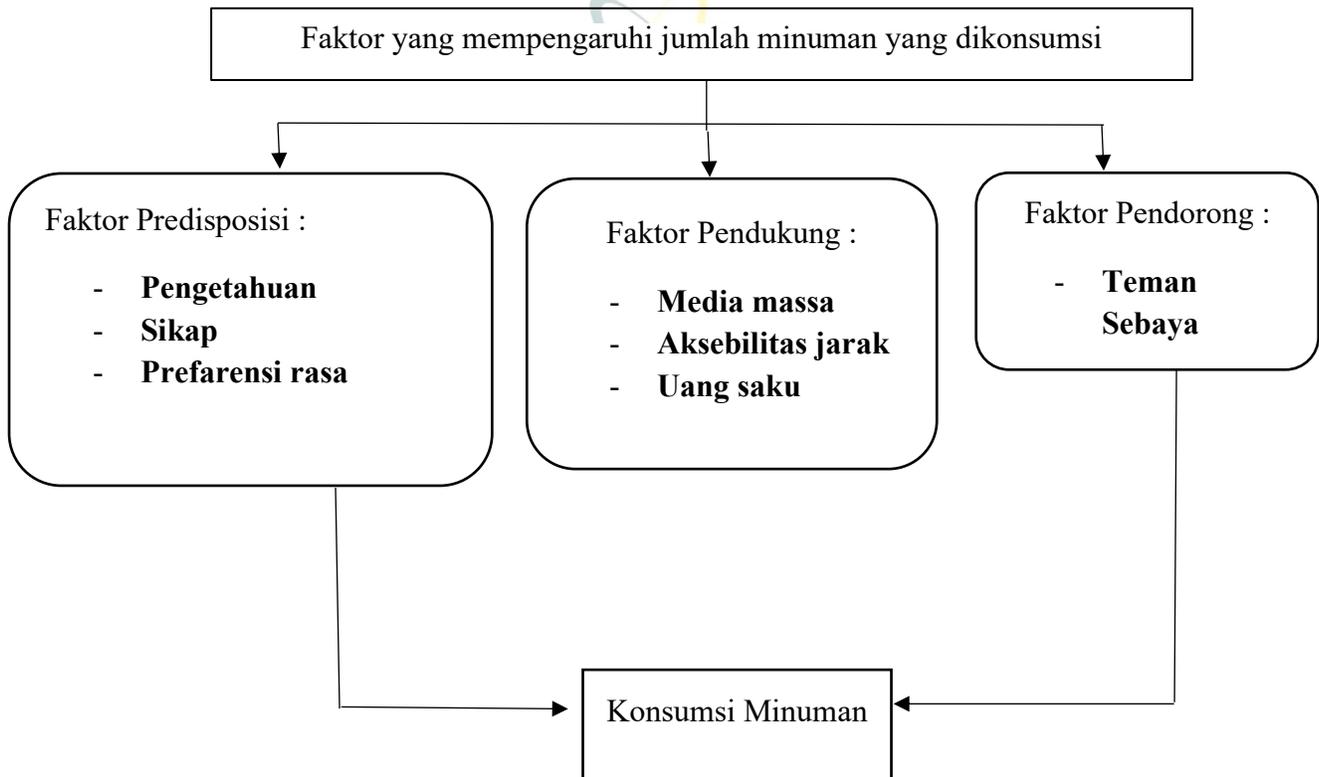
Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) mengklasifikasikan LPPOM MUI sebagai salah satu LPH pertama di Indonesia, sehingga tidak memperbolehkan barang yang mengandung profil sensorik rum. Akibatnya, minuman kekinian yang memiliki rasa rum atau rum tidak bisa mendapatkan sertifikasi halal dari Badan Penjaminan Produk Halal (BPJPH). Kalaupun tidak, produk yang diberi label rum tidak memenuhi syarat untuk sertifikasi halal. Merupakan tanggung jawab kita sebagai umat Islam untuk lebih berhati-hati dan memastikan bahwa makanan yang kita makan halal. Memilih barang yang memiliki sertifikasi halal adalah salah satu hal yang paling sederhana untuk dilakukan.



2.8 Kerangka Teori

Kerangka teori adalah visualisasi satu atau beberapa teori yang sebelumnya telah disusun kedalam bentuk alur skema yang secara teoritis memperlihatkan pertautan antar variable penelitian (Masturoh & Anggita 2019).

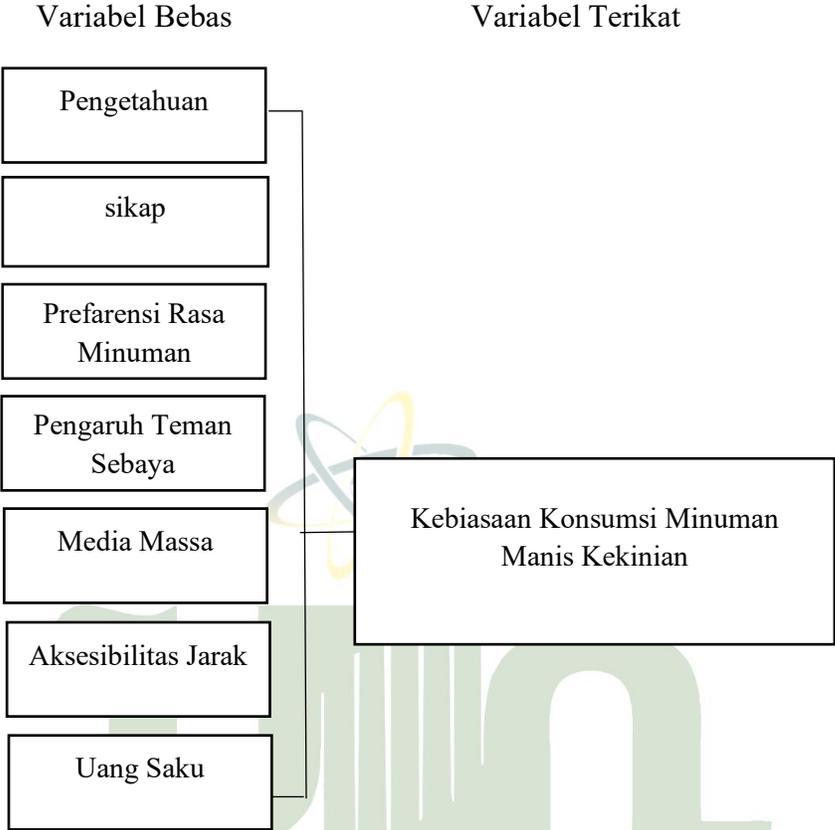
Dalam bidang Kesehatan, terdapat teori yang dijadikan acuan dalam sebuah penelitian terkait perilaku yakni teori *Lawrence Green*. Dan dalam landasan teori yang sudah dipaparkan sebelumnya, peneliti menggambarkan kerangka teori adalah sebagai berikut :



Gambar 2 1.Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Minuman

Sumber : Teori Lawrence Green (1991) dalam Notoatmodjo (2010) dalam Brown & Tiggenmann (2021)

2.9 Kerangka Konsep Penelitian



Gambar 2 2. Kerangka Konsep Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Minuman Manis Kekinian pada Siswa SMA Al-Husna Marendal

2.10 Hipotesis

Menurut definisi teknis, hipotesis adalah teori yang dikemukakan sebelum semua informasi diketahui tetapi masih memungkinkan dilakukannya pengujian lapangan. Hipotesis merupakan perbaikan jangka pendek terhadap suatu permasalahan dalam bidang kajian (Sugiyono dalam Hardani 2020).

Hipotesis pada penelitian ini ialah :

1. Ada pengaruh signifikan antara pengetahuan konsumsi minuman manis kekinian dengan siswa dan siswi SMA Swasta Al-Husna Marindal.
2. Ada pengaruh signifikan antara sikap pada konsumsi minuman manis kekinian dengan siswa dan siswi SMA Swasta Al-Husna Marindal.
3. Ada pengaruh signifikan antara preferensi rasa konsumsi minuman manis kekinian dengan siswa dan siswi SMA Swasta Al-Husna Marindal.
4. Ada pengaruh signifikan antara pengaruh teman sebaya pada konsumsi minuman manis kekinian dengan siswa dan siswi SMA Swasta Al-Husna Marindal.
5. Ada pengaruh signifikan antara medis massa pada konsumsi minuman manis kekinian dengan siswa dan siswi SMA Swasta Al-Husna Marindal.
6. Ada pengaruh signifikan antara aksesibilitas jarak pada konsumsi minuman manis kekinian dengan siswa dan siswi SMA Swasta Al-Husna Marindal.
7. Ada pengaruh signifikan antara uang saku pada konsumsi minuman manis kekinian dengan siswa dan siswi SMA Swasta Al-Husna Marindal .