

Hubungan Pengetahuan Terkait Label Gizi dengan Perilaku Konsumsi Minuman Berpemanis: *Literature Review*

Fuzha Rahma Septiane^{1*}, Seila Azmia², Nur Laily Ramdhani³

¹Program Studi S1 Gizi, Universitas Islam Al-Ihya Kuningan

²Program Studi S1 Kesehatan Masyarakat, Universitas Islam Al-Ihya Kuningan

³Program Studi S1 Gizi, Universitas Islam Al-Ihya Kuningan

*Email: : fuzharahma@gmail.com

Corresponding Author: Fuzha Rahma Septiane, fuzharahma@gmail.com

Published: September, 2026

ABSTRAK

Konsumsi minuman berpemanis dalam kemasan (*Sugar-Sweetened Beverages*/SSBs) terus meningkat dan menjadi salah satu faktor risiko berbagai penyakit tidak menular. Pengetahuan terkait label gizi diharapkan membantu konsumen memilih minuman yang lebih sehat, namun hasil penelitian mengenai hubungannya dengan perilaku konsumsi masih menunjukkan temuan yang belum konsisten. Penelitian ini bertujuan menganalisis bukti ilmiah mengenai hubungan pengetahuan terkait label gizi dengan perilaku konsumsi minuman berpemanis melalui *literature review*. Penelitian menggunakan metode *literature review* deskriptif dengan pendekatan sintesis naratif terhadap artikel *original research* yang diperoleh dari Google Scholar, PubMed, dan ScienceDirect. Artikel yang dipublikasikan pada tahun 2021–2026 diseleksi berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi sehingga diperoleh sembilan artikel yang memenuhi syarat. Hasil kajian menunjukkan bahwa sebagian besar penelitian melaporkan hubungan antara pengetahuan terkait label gizi dan perilaku konsumsi yang lebih sehat, meskipun beberapa penelitian tidak menemukan hubungan yang signifikan. Selain pengetahuan, perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh bentuk penyajian label gizi, akses terhadap produk, lingkungan sosial, preferensi rasa, dan paparan promosi. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan terkait label gizi perlu didukung oleh strategi pelabelan gizi yang efektif serta lingkungan yang kondusif untuk mendorong pemilihan minuman yang lebih sehat, terutama pada remaja dan dewasa muda.

Kata Kunci: Konsumsi Minuman Berpemanis, Pelabelan Gizi, Pengetahuan Label Gizi, Perilaku Konsumsi, Remaja

ABSTRACT

Sugar-sweetened beverage (SSB) consumption continues to increase and has become a major risk factor for various non-communicable diseases. Nutrition label knowledge is expected to help consumers make healthier beverage choices; however, previous studies have reported inconsistent findings regarding its association with consumption behavior. This study aimed to analyze scientific evidence on the relationship between nutrition label knowledge and sugar-sweetened beverage consumption behavior through a descriptive literature review. A narrative synthesis was conducted using original research articles retrieved from Google Scholar, PubMed, and ScienceDirect. Articles published between 2021 and 2026 were selected based on predefined inclusion and exclusion criteria, resulting in nine eligible studies. The findings indicate that most studies reported a positive relationship between nutrition label knowledge and healthier consumption behavior, although several studies found no significant association. Beverage consumption behavior was also influenced by label presentation, product accessibility, social environment, taste preferences, and promotional exposure. These findings suggest that improving nutrition label knowledge should be supported by effective nutrition labeling strategies and supportive environments to encourage healthier beverage choices, particularly among adolescents and young adults.

Keywords: *Adolescents, Consumption Behavior, Nutrition Label Knowledge, Nutrition Labeling, Sugar-Sweetened Beverages*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Perubahan pola konsumsi masyarakat dalam beberapa dekade terakhir ditandai dengan meningkatnya konsumsi makanan dan minuman olahan, termasuk *Sugar-Sweetened Beverages* (SSBs). Minuman berpemanis merupakan minuman yang mengandung gula tambahan, seperti sukrosa atau

sirup jagung tinggi fruktosa, yang ditambahkan selama proses produksi maupun penyajian (WHO, 2015). Menurut *World Health Organization*, konsumsi gula tambahan yang berlebihan menjadi salah satu faktor risiko utama penyakit tidak menular sehingga masyarakat dianjurkan membatasi asupan gula bebas kurang dari 10% dari total kebutuhan energi harian, bahkan idealnya di bawah 5% untuk memperoleh manfaat kesehatan yang lebih besar (WHO, 2015). Sejalan dengan hal tersebut, Malik dan Hu (2022) menjelaskan bahwa *SSBs* merupakan salah satu sumber utama gula tambahan dalam pola makan modern karena dikonsumsi secara luas oleh berbagai kelompok usia serta memiliki kandungan energi yang tinggi tetapi nilai gizi yang rendah. Selain itu, Popkin dan Ng (2022) menyatakan bahwa meningkatnya konsumsi minuman berpemanis mencerminkan perubahan pola makan global yang dipengaruhi oleh urbanisasi, industrialisasi pangan, serta berkembangnya industri minuman siap saji.

Konsumsi minuman berpemanis masih tinggi di berbagai negara. Data FAOSTAT menunjukkan konsumsi gula global meningkat dari 19,53 kg per kapita per tahun pada 2010 menjadi 20,73 kg pada 2016, kemudian mencapai 19,54 kg pada 2023 (FAO, 2025). Prevalensi konsumsi *SSBs* pada usia 15–39 tahun meningkat dari 6,58% pada 1990 menjadi 11,13% pada 2021 (Ge et al., 2025). Di Indonesia, konsumsi minuman ringan meningkat 29,70% pada periode 2016–2020 (Minati & Sartika, 2022). Berdasarkan Survei Kesehatan Indonesia (2023), 47,5% penduduk Indonesia mengonsumsi minuman manis ≥ 1 kali per hari. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa konsumsi minuman berpemanis telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Menurut Ge et al. (2025), peningkatan konsumsi *SSBs* terutama terjadi pada kelompok usia produktif karena tingginya mobilitas, kemudahan memperoleh produk, serta meningkatnya kebiasaan mengonsumsi minuman siap saji. Sementara itu, Popkin dan Ng (2022) menjelaskan bahwa ekspansi industri makanan dan minuman serta perubahan preferensi konsumen terhadap produk yang praktis menyebabkan konsumsi minuman berpemanis terus meningkat, terutama di negara berkembang.

Tingginya konsumsi dipengaruhi oleh kemudahan akses, paparan promosi, preferensi rasa manis, dan lingkungan sosial (Dixon et al., 2021; Hock et al., 2021; Minati & Sartika, 2022). Selain faktor tersebut, Harris et al. (2022) menyatakan bahwa strategi pemasaran digital melalui media sosial, penggunaan *influencer*, serta promosi harga mampu meningkatkan daya tarik konsumen, terutama remaja dan dewasa muda, terhadap minuman berpemanis. Menurut Grummon et al. (2023), lingkungan pangan yang didominasi oleh produk tinggi gula juga memengaruhi keputusan pembelian konsumen karena produk lebih mudah dijangkau dibandingkan pilihan minuman yang lebih sehat. Kondisi ini meningkatkan risiko berbagai penyakit tidak menular, seperti obesitas, diabetes melitus, penyakit jantung, gangguan ginjal, nyeri sendi, dan kerusakan gigi (Mubaraqin et al., 2024), serta berkontribusi terhadap meningkatnya prevalensi hipertensi, diabetes, dan obesitas (Irwan et al., 2024). Malik dan Hu (2022) menambahkan bahwa konsumsi *SSBs* secara rutin meningkatkan asupan energi harian tanpa memberikan rasa kenyang yang optimal sehingga berpotensi menyebabkan kelebihan berat badan dan gangguan metabolik. Penelitian Zheng et al. (2023) juga menunjukkan bahwa konsumsi gula tambahan yang tinggi berkaitan dengan peningkatan risiko penyakit kardiovaskular dan kematian dini akibat penyakit tidak menular.

Salah satu upaya pengendalian konsumsi adalah melalui pemanfaatan label informasi nilai gizi sebagai dasar pengambilan keputusan konsumsi (Mauludyani et al., 2021). Informasi energi, gula, lemak, dan natrium membantu konsumen membandingkan kualitas gizi antarproduk (Maharani, 2024), namun pemanfaatannya masih rendah (Mauludyani et al., 2021; Hafifah et al., 2025). Menurut Campos et al. (2022), label gizi berfungsi sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen dalam menyampaikan informasi kandungan zat gizi sehingga konsumen dapat membuat pilihan pangan yang lebih sehat. Selain itu, *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD, 2023) menyatakan bahwa penyajian informasi gizi yang sederhana, jelas, dan mudah dipahami dapat meningkatkan kemampuan konsumen dalam mengevaluasi kualitas pangan sebelum membeli produk. Namun demikian, efektivitas label gizi sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan, literasi kesehatan, motivasi individu, dan kebiasaan membaca label sebelum melakukan pembelian.

Beberapa penelitian melaporkan bahwa pengetahuan terkait label gizi berhubungan dengan perilaku konsumsi yang lebih sehat (Minati & Sartika, 2022; Mauludyani et al., 2021). Menurut Campos et al. (2022), individu dengan tingkat pengetahuan gizi yang lebih baik cenderung lebih sering

membaca label pangan dan mempertimbangkan kandungan gula sebelum membeli suatu produk. Penelitian Grummon et al. (2023) juga menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman terhadap informasi gizi dapat menurunkan niat membeli produk tinggi gula dan mendorong pemilihan alternatif yang lebih sehat. Sebaliknya, penelitian lain tidak menemukan hubungan yang signifikan (Hafifah et al., 2025). Menurut Miller et al. (2023), pengetahuan saja belum tentu mampu mengubah perilaku konsumsi apabila tidak didukung oleh motivasi pribadi, kemampuan ekonomi, lingkungan sosial, serta ketersediaan pilihan pangan yang lebih sehat. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya *research gap* bahwa hubungan pengetahuan terkait label gizi dengan perilaku konsumsi minuman berpemanis masih belum konsisten dan kemungkinan dipengaruhi oleh karakteristik responden, lingkungan sosial, akses terhadap produk, serta paparan promosi pangan. Selain itu, literasi kesehatan, persepsi risiko, dan kebiasaan membaca label pangan juga diduga berperan sebagai faktor yang memengaruhi hubungan tersebut sehingga masih memerlukan kajian lebih lanjut.

Literature review ini bertujuan menganalisis hubungan pengetahuan terkait label gizi dengan perilaku konsumsi minuman berpemanis serta faktor-faktor yang menyebabkan perbedaan hasil penelitian sebagai dasar penyusunan strategi edukasi gizi dan promosi kesehatan. Hasil kajian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai peran pengetahuan label gizi dalam membentuk perilaku konsumsi masyarakat, sekaligus menjadi dasar bagi pengembangan kebijakan kesehatan masyarakat, program edukasi gizi, dan intervensi promosi kesehatan untuk menurunkan konsumsi minuman berpemanis di Indonesia..

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *literature review* dengan pendekatan deskriptif melalui sintesis naratif untuk menganalisis hubungan pengetahuan terkait label gizi dengan perilaku konsumsi minuman berpemanis serta faktor-faktor yang memengaruhinya.

Sumber literatur diperoleh dari artikel ilmiah nasional dan internasional yang diakses melalui Google Scholar, PubMed, dan ScienceDirect. Penelusuran literatur menggunakan kombinasi kata kunci dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, yaitu *pengetahuan label gizi*, *label informasi nilai gizi*, *pelabelan gizi*, *nutrition label knowledge*, *nutrition labeling*, *nutrition facts label*, *front-of-package nutrition label*, *warning label*, *nutrition label literacy*, *sugar-sweetened beverages (SSBs)*, *perilaku konsumsi*, *consumer behavior*, dan *purchase decision*.

Kriteria inklusi meliputi artikel *original research* yang membahas pengetahuan, pemahaman, atau penggunaan label gizi terkait perilaku konsumsi pangan, termasuk minuman berpemanis, dipublikasikan pada tahun 2021–2026, tersedia dalam *full text*, dan berbahasa Indonesia atau Inggris. Kriteria eksklusi meliputi artikel yang tidak relevan, hanya tersedia dalam bentuk abstrak, prosiding, editorial, komentar, artikel review, *systematic review*, *meta-analysis*, dan *case report*.

Seleksi artikel dilakukan melalui identifikasi, penyaringan duplikasi, penelaahan judul dan abstrak, serta penilaian isi artikel berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan. Berdasarkan proses tersebut diperoleh sembilan artikel yang memenuhi syarat untuk dianalisis. Analisis dilakukan dengan membandingkan karakteristik studi, desain penelitian, responden, variabel, instrumen, dan temuan utama untuk mengidentifikasi persamaan, perbedaan, serta faktor-faktor yang memengaruhi hubungan antara pengetahuan terkait label gizi dan perilaku konsumsi minuman berpemanis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil penelusuran dan seleksi artikel, diperoleh sembilan artikel yang memenuhi kriteria inklusi. Karakteristik artikel yang dianalisis disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Artikel yang Dianalisis dalam *Literature Review*

Peneliti	Judul Penelitian	Sampel	Metode	Hasil Penelitian
Mauludyani et al. (2021)	<i>Knowledge on Nutrition Labels for Processed Food: Effect on Purchase Decision among</i>	400 konsumen dewasa Indonesia	<i>Cross-sectional</i>	Terdapat hubungan signifikan antara pengetahuan label gizi dan keputusan memilih produk

Peneliti	Judul Penelitian	Sampel	Metode	Hasil Penelitian
	<i>Indonesian Consumers</i>			pangan olahan yang lebih sehat (OR=1,139; p=0,025).
Minati & Sartika (2022)	Hubungan Tingkat Pengetahuan Terkait Label Gizi terhadap Sikap Konsumsi Produk Minuman Kemasan Mahasiswa	92 mahasiswa Universitas Pasundan Bandung	<i>Cross-sectional</i>	Terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan terkait label gizi dengan sikap konsumsi minuman kemasan pada mahasiswa (p=0,04).
Mubaraqin et al. (2024)	Hubungan Pengetahuan Efek Negatif dengan Perilaku Konsumsi Minuman Kemasan pada Remaja	58 remaja SMP IT Al-Azhar Kota Jambi	<i>Cross-sectional</i>	Terdapat hubungan signifikan antara pengetahuan mengenai efek negatif minuman kemasan dan perilaku konsumsi minuman kemasan pada remaja (p<0,001).
Hafifah et al. (2025)	Hubungan Tingkat Pengetahuan dengan Perilaku Membaca Label Gizi pada Remaja	77 siswa SMKN 6 Kota Jambi	<i>Cross-sectional</i>	Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pengetahuan dengan perilaku membaca label informasi nilai gizi pada remaja (p=0,562).
Salsabila et al. (2025)	Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Konsumsi Minuman Berpemanis dalam Kemasan pada Siswa	129 siswa SMA Negeri 3 Kuningan	<i>Cross-sectional</i>	Pengetahuan tidak berhubungan signifikan dengan perilaku konsumsi minuman berpemanis dalam kemasan (p>0,05), sedangkan akses memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku konsumsi (p<0,001). Siswa dengan akses yang mudah memiliki perilaku konsumsi 2,06 kali lebih tinggi dibandingkan siswa dengan akses yang sulit.
Hammond et al. (2023)	<i>Awareness, Use and Understanding of Nutrition Labels among Children and Youth from Six Countries</i>	22.536 anak dan remaja usia 10–17 tahun dari 6 negara	<i>Natural experiment (survei nasional pre-post)</i>	<i>Warning front-of-package labels</i> (Warning FOPLs) menunjukkan tingkat kesadaran, penggunaan, dan pemahaman yang

Peneliti	Judul Penelitian	Sampel	Metode	Hasil Penelitian
				secara signifikan lebih tinggi dibandingkan <i>Nutrition Facts Tables</i> (NFTs) dan <i>Guideline Daily Amount</i> (GDA) labels ($p < 0,001$).
Miller et al. (2022)	<i>Young Adults' Reactions to Sugary Drink Warning Labels</i>	105 dewasa muda (18-24 tahun)	Kualitatif (<i>Focus Group Discussion</i>)	Label yang menampilkan jumlah gula dalam satuan sendok teh dipersepsikan paling mudah dipahami, paling berdampak, dan memiliki potensi terbesar untuk mengurangi niat membeli maupun mengonsumsi minuman berpemanis dibandingkan bentuk label lainnya.
Fadhilah et al. (2025)	Pengaruh Efektivitas <i>Sugar Labeling</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> Mahasiswa	63 mahasiswa usia 17-20 tahun	Eksperimental (<i>between participant pretest-posttest</i>)	Pemberian <i>sugar labeling</i> tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap intensitas membeli (<i>purchase intention</i>) minuman kemasan pada mahasiswa. Tidak terdapat perbedaan signifikan intensitas membeli antara kelompok kontrol, label " <i>High in Sugar</i> ", dan label " <i>Guideline Daily Amount</i> ".
Saveanu et al. (2026)	<i>Dietary Behaviors, Sugar Intake, and Public Awareness of Nutritional Labeling among Young Adults</i>	150 dewasa muda usia 18-30 tahun di Romania	<i>Cross-sectional</i>	Literasi label gizi masih rendah; hanya 13,3% responden yang sering membaca label gizi, sedangkan rasa menjadi pertimbangan utama dalam memilih makanan (68,7%).

Sumber: Hasil sintesis penulis berdasarkan artikel yang direview (2026)

Pembahasan

Berdasarkan Tabel 1, sebagian besar penelitian menggunakan desain *cross-sectional* dengan responden remaja, mahasiswa, dan dewasa muda. Karakteristik responden tersebut menunjukkan bahwa penelitian mengenai pengetahuan terkait label gizi banyak difokuskan pada kelompok usia produktif yang memiliki tingkat konsumsi minuman berpemanis relatif tinggi serta memiliki

kemandirian dalam menentukan pilihan pangan. Penggunaan desain *cross-sectional* memungkinkan peneliti menggambarkan hubungan antara tingkat pengetahuan dan perilaku konsumsi pada satu waktu pengamatan. Meskipun desain ini belum dapat menjelaskan hubungan sebab akibat secara langsung, hasil penelitian yang konsisten pada berbagai populasi memberikan gambaran bahwa pengetahuan terkait label gizi merupakan salah satu faktor yang berkaitan dengan perilaku konsumsi masyarakat. Hasil *literature review* menunjukkan bahwa pengetahuan terkait label gizi berperan dalam perilaku konsumsi dan pemilihan produk yang lebih sehat. Mauludyani et al. (2021), Minati dan Sartika (2022), serta Mubaraqin et al. (2024) menunjukkan bahwa individu dengan pengetahuan label gizi yang lebih baik cenderung memanfaatkan informasi kandungan energi, gula, lemak, dan natrium dalam memilih produk yang akan dikonsumsi. Pengetahuan tersebut membantu konsumen memahami kandungan zat gizi suatu produk sehingga mampu membandingkan beberapa pilihan produk sebelum melakukan pembelian. Dengan demikian, semakin baik pemahaman seseorang terhadap informasi yang tercantum pada label gizi, semakin besar pula peluang individu tersebut untuk mengambil keputusan konsumsi yang lebih sehat. Temuan ini sejalan dengan model PRECEDE–PROCEED yang menempatkan pengetahuan sebagai faktor predisposisi pembentuk perilaku kesehatan (Pakpahan et al., 2021). Dalam model tersebut, pengetahuan menjadi dasar terbentuknya sikap dan keyakinan yang selanjutnya memengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan terkait perilaku kesehatan, termasuk perilaku memilih makanan dan minuman.

Namun, hubungan tersebut belum konsisten. Hafifah et al. (2025) dan Salsabila et al. (2025) tidak menemukan hubungan signifikan antara pengetahuan dan perilaku konsumsi, sedangkan akses terhadap produk berhubungan signifikan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan yang baik belum tentu diikuti oleh perubahan perilaku konsumsi apabila terdapat faktor lain yang lebih dominan memengaruhi keputusan individu. Seseorang dapat memahami informasi yang terdapat pada label gizi, tetapi tetap memilih mengonsumsi minuman berpemanis karena produk mudah diperoleh, tersedia di berbagai tempat, memiliki harga yang terjangkau, atau telah menjadi bagian dari kebiasaan sehari-hari. Dengan kata lain, pengetahuan merupakan faktor penting, tetapi tidak bekerja secara terpisah dalam membentuk perilaku konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh faktor pendukung dan pendorong, seperti akses terhadap produk, lingkungan sosial, dan paparan promosi (Pakpahan et al., 2021). Ketiga faktor tersebut dapat memperkuat maupun melemahkan pengaruh pengetahuan terhadap perilaku konsumsi sehingga hubungan antara keduanya tidak selalu menunjukkan hasil yang sama pada setiap penelitian.

Efektivitas label gizi turut dipengaruhi bentuk penyajiannya. Hammond et al. (2023), Hock et al. (2021), Miller et al. (2022), dan Falbe et al. (2021) menunjukkan bahwa label yang sederhana dan mudah dipahami lebih efektif menarik perhatian konsumen. Penyajian informasi yang ringkas, jelas, dan mudah dikenali memungkinkan konsumen memperoleh informasi penting dalam waktu singkat ketika melakukan pembelian. Sebaliknya, label yang terlalu kompleks atau memuat informasi dalam jumlah besar cenderung sulit dipahami sehingga kurang dimanfaatkan oleh konsumen sebagai dasar pengambilan keputusan. Oleh karena itu, kemudahan dalam membaca dan memahami label menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan label gizi sebagai media edukasi kesehatan. Sebaliknya, Fadhilah et al. (2025) tidak menemukan pengaruh signifikan *sugar labeling* terhadap *purchase intention*, sehingga efektivitas label juga dipengaruhi perhatian konsumen, kebiasaan membaca label, preferensi produk, dan motivasi individu. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan label gizi saja belum cukup untuk mengubah perilaku pembelian apabila konsumen tidak memiliki perhatian terhadap informasi yang disajikan atau lebih mengutamakan faktor lain dalam memilih produk.

Selain pengetahuan, perilaku konsumsi dipengaruhi oleh preferensi rasa dan kemudahan akses terhadap produk. Saveanu et al. (2026) menunjukkan bahwa rasa menjadi pertimbangan utama dalam memilih pangan, sedangkan Salsabila et al. (2025) menunjukkan bahwa akses terhadap produk berhubungan signifikan dengan konsumsi minuman berpemanis. Preferensi terhadap rasa manis sering kali membuat konsumen tetap memilih produk dengan kandungan gula tinggi meskipun telah mengetahui informasi yang tercantum pada label gizi. Di sisi lain, kemudahan memperoleh produk di lingkungan sekitar juga meningkatkan kemungkinan seseorang mengonsumsi minuman berpemanis secara lebih sering. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keputusan konsumsi merupakan hasil interaksi antara pengetahuan individu dengan kondisi lingkungan yang mendukung perilaku tersebut.

Oleh karena itu, peningkatan pengetahuan terkait label gizi perlu didukung oleh lingkungan yang kondusif untuk mendorong perilaku konsumsi yang lebih sehat. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan pemanfaatan label gizi sebagai dasar pengambilan keputusan konsumsi sekaligus mendukung perubahan perilaku masyarakat menuju pola konsumsi yang lebih sehat.

KESIMPULAN

Literature review ini menunjukkan bahwa pengetahuan terkait label gizi berhubungan dengan perilaku konsumsi minuman berpemanis, meskipun hasil penelitian yang tersedia belum menunjukkan konsistensi. Sebagian besar penelitian melaporkan bahwa pengetahuan yang lebih baik berkaitan dengan perilaku konsumsi yang lebih sehat, sedangkan beberapa penelitian tidak menemukan hubungan yang signifikan. Perilaku konsumsi dipengaruhi tidak hanya oleh pengetahuan, tetapi juga oleh akses terhadap produk, lingkungan sosial, paparan promosi, dan bentuk penyajian label gizi. Dengan demikian, peningkatan pengetahuan perlu didukung oleh strategi pelabelan dan lingkungan yang mendorong pemilihan minuman yang lebih sehat.

Penelitian ini terbatas pada sembilan artikel terbitan 2021–2026 yang sebagian besar menggunakan desain *cross-sectional* sehingga belum dapat menjelaskan hubungan sebab akibat. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan cakupan artikel yang lebih luas, termasuk berbagai basis data ilmiah, serta menerapkan metode *systematic review* atau *meta-analysis* maupun desain longitudinal dan eksperimental untuk memperoleh bukti yang lebih kuat. Temuan ini diharapkan menjadi dasar bagi pengembangan edukasi gizi, pelabelan pangan, dan promosi kesehatan dalam mendukung perilaku konsumsi minuman berpemanis yang lebih sehat.

REFERENCES

- Badan Kebijakan Pembangunan Kesehatan. (2023). *Survei Kesehatan Indonesia (SKI) 2023*. <https://share.google/53tqJ0MLh1HFdBbR4>
- Campos, S., Doxey, J., & Hammond, D. (2022). Nutrition labels on pre-packaged foods: A systematic review. *Public Health Nutrition*, 25(8), 2105–2120.
- Dixon, H., Scully, M., Morley, B., & Wakefield, M. (2021). Can point-of-sale nutrition information encourage reduced preference for sugary drinks among adolescents? *Public Health Nutrition*, 24(13), 4023–4034. <https://doi.org/10.1017/S1368980021002275>
- Fadhilah, N., Arif, R. F., Cecilia, G. T., Winarno, N. L., Fayruzatiya, A., Danurwenda, K. N., & Sulistiobudi, R. A. (2025). Pengaruh efektivitas sugar labeling pada minuman kemasan terhadap *purchase intention* mahasiswa. *Jurnal Diversita*, 11(1), 63–71. <https://doi.org/10.31289/diversita.v11i1.14561>
- Falbe, J., Montuclard, A., Engelman, A., Adler, S., & Roesler, A. (2021). Developing sugar-sweetened beverage warning labels for young adults. *Public Health Nutrition*, 24(14), 4765–4775. <https://doi.org/10.1017/S1368980021002287>
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2025). *FAOSTAT: Food balances (2010–)*. FAOSTAT. <https://www.fao.org/faostat/en/#data/FBS>
- Ge, C., Xiong, J., Zhu, R., Hong, Z., & He, Y. (2025). Global burden of high sugar-sweetened beverage consumption among young adults. *Diabetology & Metabolic Syndrome*, 17, 1–13. <https://doi.org/10.1186/s13098-025-01845-y>
- Green, L. W., & Kreuter, M. W. (2005). *Health program planning: An educational and ecological approach* (4th ed.). McGraw-Hill.
- Grummon, A. H., Hall, M. G., Taillie, L. S., & Brewer, N. T. (2023). How should sugar-sweetened beverages be labeled? A review of experimental studies of front-of-package labeling. *Annual Review of Nutrition*, 43, 189–210.
- Hafifah, Indrawati, I., & Hatussaadah, S. F. (2025). Hubungan tingkat pengetahuan dengan perilaku membaca label gizi pada remaja di SMKN 6 Kota Jambi. *Jurnal Akademika Baiturrahim Jambi*, 14(2), 415–421. <https://doi.org/10.36565/jab.v14i2.960>
- Hammond, D., Acton, R. B., Rynard, V. L., White, C. M., Vanderlee, L., Bhawra, J., Reyes, M., Jáuregui, A., Adams, J., Roberto, C. A., Sacks, G., & Thrasher, J. F. (2023). Awareness, use and understanding of nutrition labels among children and youth from six countries: Findings from

- the 2019–2020 International Food Policy Study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s12966-023-01455-9>
- Harris, J. L., Fleming-Milici, F., Phaneuf, L., & Jensen, M. L. (2022). Marketing foods and beverages to children and adolescents in the digital age. *Annual Review of Public Health*, 43, 345–364.
- Hock, K., Acton, R. B., Jáuregui, A., Vanderlee, L., White, C. M., & Hammond, D. (2021). Experimental study of front-of-package nutrition labels' efficacy on perceived healthfulness of sugar-sweetened beverages among youth in six countries. *Preventive Medicine Reports*, 24, 101577. <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2021.101577>
- Irwan, Kadir, S., & Ain, N. (2024). Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi buah dan sayur. *Journal Health & Science: Gorontalo Journal Health and Science Community*, 8(2), 69–81.
- Maharani, S. K. (2024). Hubungan kebiasaan membaca label gizi dengan status gizi mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga Surabaya. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 5(3), 8499–8507. <https://doi.org/10.31004/jkt.v5i3.31959>
- Malik, V. S., & Hu, F. B. (2022). The role of sugar-sweetened beverages in the global epidemics of obesity and chronic diseases. *Nature Reviews Endocrinology*, 18(4), 205–218. <https://doi.org/10.1038/s41574-021-00627-6>
- Mauludyani, A. V. R., Nasution, Z., Aries, M., Rimbawan, R., & Egayanti, Y. (2021). Knowledge on nutrition labels for processed food: Effect on purchase decision among Indonesian consumers. *Jurnal Gizi dan Pangan*, 16(1), 47–56. <https://doi.org/10.25182/jgp.2021.16.1.47-56>
- Miller, C., Wright, K., Dono, J., Pettigrew, S., Wakefield, M., Coveney, J., Wittert, G., Roder, D., Durkin, S., Martin, J., & Ettridge, K. (2022). “You can't just eat 16 teaspoons of sugar so why would you drink 16 teaspoons' worth of sugar?": A qualitative study of young adults' reactions to sugary drink warning labels. *BMC Public Health*, 22(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-13648-1>
- Minati, S. D., & Sartika, A. N. (2022). Hubungan tingkat pengetahuan terkait label gizi terhadap sikap konsumsi produk minuman kemasan mahasiswa Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Pasundan Bandung. *Jurnal Ilmu Gizi Indonesia (JIGZI)*, 3(2), 7–15. <https://doi.org/10.57084/jigzi.v3i2.912>
- Mubaraqin, N. H., Rosalina, E., & Hatussaadah, S. F. (2024). Hubungan pengetahuan efek negatif dengan perilaku konsumsi minuman kemasan pada remaja. *Jurnal Akademika Baiturrahim Jambi*, 13(2), 208–214. <https://doi.org/10.36565/jab.v13i2.782>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *The heavy burden of obesity: The economics of prevention*. OECD Publishing.
- Pakpahan, M., Siregar, D., Susilawaty, A., Tasnim, Mustar, Ramdany, R., Manurung, E. I., Sianturi, E., Tompunu, M. R. G., Sitanggang, Y. F., & M, M. (2021). *Promosi kesehatan & perilaku kesehatan*. Yayasan Kita Menulis.
- Popkin, B. M., & Ng, S. W. (2022). The nutrition transition to a stage of high obesity and noncommunicable disease prevalence dominated by ultra-processed foods. *Current Developments in Nutrition*, 6(9), nzac123.
- Salsabila, A. I., Shofa, S., Kartika, D. Y., Rahim, F. K., & Amalia, I. S. (2025). Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi minuman berpemanis dalam kemasan pada siswa. *Journal of Public Health Innovation*, 5(2), 233–241. <https://doi.org/10.34305/jphi.v5i2.1503>
- Saveanu, C. I., Ilie, P., Anistoroaei, D., Bobu, L. I., Saveanu, A. E., Boronia, O., & Golovcencu, L. (2026). Dietary behaviors, sugar intake, and public awareness of nutritional labeling among young adults: Implications for oral and systemic health. *Nutrients*, 18(1), 1–19. <https://doi.org/10.3390/nu18010091>
- World Health Organization. (2015). Guideline: Sugars intake for adults and children. World Health Organization. <https://www.who.int/publications/i/item/9789241549028>
- Zheng, M., Li, Y., Satija, A., Pan, A., Sacks, F. M., Rexrode, K. M., Willett, W. C., Rimm, E. B., Hu, F. B., & Malik, V. S. (2023). Association of sugar-sweetened beverage consumption with cardiovascular disease and mortality: A prospective cohort study. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 118(5), 1045–1056.