

**PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP PENERAPAN TRAFFIC LIGHT CARD PADA  
PRODUK PANGAN KEMASAN  
(CONSUMER'S PERCEPTION AND ATTITUDE TOWARDS IMPLEMENTATION OF TRAFFIC  
LIGHT CARD FOR PACKAGED FOOD PRODUCTS)**

Martha Puspita Sari<sup>1</sup>, Ika Ratna Palupi<sup>1</sup>, dan M. Dawam Jamil<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Gizi Kesehatan Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada, Jl. Farmako, Sekip Utara, Yogyakarta 55281

<sup>2</sup>Jurusan Gizi Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Yogyakarta, Jl. Tatabumi No.3, Banyuraden, Gamping, Sleman 55293

E-mail: [martha.puspita6@gmail.com](mailto:martha.puspita6@gmail.com)

Diterima: 12-01-2016

Direvisi: 20-05-2016

Disetujui: 31-05-2016

**ABSTRACT**

*There has been an increase in number of deaths caused by noncommunicable diseases. It is related to the intensification of packaged products consumption that contain high sugar, fat, and sodium compositions. Thus, a clear and transparent product label is needed to prevent unnecessary mistake in choosing the right food. Traffic Light (TL) is a format of colour-coded nutrition label that has been implemented on packaged foods in various countries. Previous research conducted in the United Kingdom and Australia indicate that the TL system allowed consumers to more easily and accurately select healthier food products compared with other labelling systems. Research about TL has never been conducted in Indonesia. This study aimed to identify perception and attitude of consumers towards Traffic Light Card (TLC) for packaged food products. An exploratory survey on 95 consumers were done at a supermarket in Yogyakarta, supported by data from in-depth interview. Eighty-six percent of consumers perceive TLC as having clear nutrition information, was easy to use, and helpful for choosing packaged foods. Seventy percent of consumers also support the implementation of TLC for selecting healthy products with "green colour" as well as applying TLC as a label format in Indonesia. Future study should be done in different population and measuring practice of TLC use. This study may serve as basis for policy evaluation of nutrition labelling.*

**Keywords:** attitude, nutrition label, perception, traffic light (TL), traffic light card (TLC)

**ABSTRAK**

Peningkatan prevalensi penyakit degeneratif berkaitan dengan meningkatnya konsumsi pangan kemasan yang tinggi kandungan gula, lemak, dan natrium. Label gizi yang jelas dan informatif diperlukan untuk membantu konsumen dalam pemilihan produk makanan. *Traffic Light* (TL) merupakan format label dengan kode warna yang dikembangkan oleh *The UK Food Standards Agency* (FSA) dan telah diterapkan pada produk pangan kemasan. Beberapa studi di Inggris dan Australia menunjukkan bahwa TL lebih berhasil membantu konsumen memilih produk yang sehat dibanding format label gizi lain. Penelitian format label TL belum pernah dilakukan di Indonesia. Tujuan penelitian untuk mengetahui persepsi dan sikap konsumen terhadap penerapan *Traffic Light Card* (TLC) pada produk pangan kemasan. Penelitian menggunakan metode *mixed researchs* yaitu survei yang bersifat eksploratif didukung data wawancara mendalam. Subjek penelitian adalah 95 orang konsumen pusat perbelanjaan di Yogyakarta. Analisis data kuantitatif menggunakan statistik deskriptif sedangkan data kualitatif diolah dalam bentuk transkrip. Hasil penelitian menunjukkan sebesar 86,3 persen dan 70,5 persen konsumen memiliki persepsi baik dan sikap baik terhadap penerapan TLC. Konsumen memiliki persepsi bahwa TLC mengandung informasi yang jelas, mudah digunakan, dan bermanfaat sebagai pedoman memilih pangan kemasan yang berkaitan dengan perilaku pencegahan penyakit degeneratif. Konsumen memiliki sikap yang mendukung penggunaan TLC untuk memilih produk dengan warna hijau serta mendukung TL sebagai format label gizi di Indonesia. Perlu dilakukan penelitian lanjutan pada populasi yang berbeda dan mengukur praktek penggunaan TLC. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah untuk evaluasi kebijakan pelabelan gizi. [***Penel Gizi Makan 2016, 39(1):27-36***]

**Kata kunci:** label gizi, persepsi, sikap, *traffic light* (TL), *traffic light card* (TLC)

**PENDAHULUAN**

**D**alam satu dekade terakhir terjadi transisi epidemiologi karena kematian akibat penyakit degeneratif semakin meningkat. Beberapa penyakit yang tergolong penyakit degeneratif adalah PJK (penyakit jantung koroner), diabetes mellitus, kanker, obesitas, hipertensi, dan stroke<sup>1</sup>. Hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2013 menunjukkan terjadi peningkatan angka prevalensi diabetes mellitus dan hipertensi di Indonesia. Peningkatan prevalensi terjadi pada diabetes mellitus dari 1,1 persen menjadi 2,1 persen, hipertensi dari 7,6 persen menjadi 9,5 persen, dan stroke dari 8,3 persen menjadi 12,1 persen<sup>2</sup>.

Adanya transisi epidemiologi erat kaitannya dengan perubahan perilaku makan ke arah konsumsi makanan yang lebih bervariasi seperti lebih banyak makanan olahan, tinggi bahan makanan hewani, tinggi gula dan lemak<sup>3</sup>. Survei yang dilakukan oleh *Consumers International* (CI) menyatakan bahwa selama satu dekade terakhir penjualan produk kemasan di seluruh dunia naik 92 persen dan mencapai 2,2 triliun dollar AS di tahun 2012. Produk kemasan secara keseluruhan tinggi akan kandungan lemak, natrium, dan gula<sup>4</sup>.

Pengetahuan gizi konsumen mengenai produk pangan dapat dipengaruhi oleh label produk tersebut. Konsumen akan menentukan keputusan membeli suatu produk setelah meneliti informasi yang termuat pada label<sup>5</sup>.

Untuk membuat pilihan yang bijak terhadap produk pangan, konsumen harus mampu membedakan produk sehat dengan yang kurang sehat. Hal ini dapat dilakukan dengan menampilkan komposisi gizi makanan secara transparan dalam bentuk informasi nilai gizi<sup>6,7</sup>.

*Traffic light* (TL) merupakan format label yang dikembangkan oleh *The UK Food Standards Agency* (FSA) dengan menitikberatkan informasi nilai gizi pada zat gizi tertentu, yaitu lemak total, lemak jenuh, gula, dan natrium. Zat gizi dikategorikan melalui warna dengan tiga indikator yaitu tinggi (merah), medium (kuning), dan rendah (hijau) berdasarkan angka yang ditetapkan oleh *The European Regulation for Nutrition and Health Claims*<sup>8</sup>. Hasil penelitian di Australia menunjukkan bahwa TL merupakan format label yang paling berhasil dalam membantu konsumen untuk memilih produk yang sehat<sup>9</sup>. Penelitian mengenai penerapan pedoman berbasis TL di kafetaria menunjukkan bahwa uji coba TL dapat membantu mahasiswa membandingkan dan memilih makanan sehat secara cepat<sup>10</sup>.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai penerapan label gizi dengan format TL yang belum pernah ada di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi dan sikap konsumen terhadap penerapan format label TL dalam bentuk kartu atau *Traffic Light Card* (TLC) pada produk pangan kemasan.



Sumber: Liga Uruguay Consumer Protection, 2012

**Gambar 1**  
**Traffic Light Card (TLC)**

## METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian gabungan antara metode penelitian kuantitatif dan kualitatif, yaitu penelitian observasional dengan rancangan penelitian survei yang bersifat eksploratif didukung data dari wawancara mendalam (*in-depth interview*).

Penelitian dilaksanakan di sebuah supermarket di Yogyakarta pada bulan April 2014. Sampel penelitian adalah konsumen dengan kriteria inklusi berusia 22-65 tahun, berada di lokasi penelitian saat dilakukan pengambilan data, dan bersedia menjadi responden. Kriteria eksklusi subjek penelitian ini adalah mahasiswa kesehatan dan individu yang berprofesi sebagai tenaga kesehatan. Besar sampel dihitung berdasarkan rumus dengan ukuran populasi (N) sebesar 1700 orang dan kelonggaran ( $e$ ) 10 persen sehingga diperoleh sampel sebesar 95 orang yang dipilih secara *convenience sampling*. Wawancara mendalam dilakukan pada 10 orang yang memiliki persepsi baik serta sikap kurang dan baik dan bersedia mengikuti wawancara mendalam.

Variabel penelitian ini adalah persepsi konsumen terhadap penerapan TLC dengan kategori kurang ( $<3$ ) dan baik ( $\geq 3$ ) serta sikap konsumen terhadap penerapan TLC dengan kategori kurang ( $<3$ ) dan baik ( $\geq 3$ ). Kategori kurang dan baik diperoleh dengan menghitung jumlah skor responden dibagi item pertanyaan.

Data karakteristik responden, persepsi, dan sikap diperoleh melalui kuesioner. Data persepsi dan sikap juga digali melalui wawancara mendalam. Data kuantitatif diolah menggunakan software analisis data sedangkan data kualitatif diolah dalam bentuk transkrip.

## HASIL

### Karakteristik subjek penelitian

Sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan, yaitu 77,9 persen. Berdasarkan kriteria usia, diketahui bahwa sebagian besar responden berada dalam kelompok usia 22-31 tahun, yaitu 66,3 persen. Seluruh responden berada pada tingkat pendidikan tinggi, yaitu dengan pendidikan SMA ke atas sebesar 100 persen serta sebagian besar responden tidak bekerja, yaitu 29,5 persen (Tabel 1).

**Tabel 1**  
**Karakteristik Responden**

| Variabel            | Responden |      |
|---------------------|-----------|------|
|                     | N         | %    |
| Jenis Kelamin       |           |      |
| Laki-laki           | 21        | 22,1 |
| Perempuan           | 74        | 77,9 |
| Usia                |           |      |
| 22-31 tahun         | 34        | 35,8 |
| 32-44 tahun         | 29        | 30,5 |
| 45-59 tahun         | 30        | 31,6 |
| 60-65 tahun         | 2         | 2,1  |
| Pendidikan          |           |      |
| SMP ke bawah        | 0         | 0,0  |
| SMA                 | 22        | 23,2 |
| Diploma             | 7         | 7,4  |
| Sarjana             | 48        | 50,5 |
| Pascasarjana        | 18        | 18,9 |
| Pekerjaan           |           |      |
| Tidak bekerja       | 28        | 29,5 |
| Mahasiswa           | 10        | 10,5 |
| Guru/Dosen          | 17        | 17,9 |
| PNS/Karyawan swasta | 23        | 24,2 |
| Wiraswasta          | 14        | 14,7 |
| Lain-lain           | 3         | 3,2  |

### Persepsi terhadap Penerapan TLC

Sebagian besar subjek (86,3%) memiliki persepsi baik terhadap penerapan TLC. Skor persepsi rata-rata responden dalam penelitian ini adalah 26 (min=21; max=32) (Tabel 2).

**Tabel 2**  
**Persepsi Responden terhadap Penerapan Traffic Light Card (TLC)**

| Persepsi Responden | Jumlah Responden |      | Median | Min | Max |
|--------------------|------------------|------|--------|-----|-----|
|                    | N                | %    |        |     |     |
| Kurang             | 13               | 13,7 | 26     | 21  | 32  |
| Baik               | 82               | 86,3 |        |     |     |

Komponen persepsi yaitu persepsi terhadap atribut objek dan atribut manfaat, terdiri dari aspek-aspek kejelasan informasi, kemudahan penggunaan, dan kemanfaatan (Tabel 3).

### Kejelasan Informasi

Pada aspek kejelasan informasi diketahui sebanyak 92,6 persen subjek menyatakan bahwa TLC dapat menampilkan informasi nilai gizi dengan jelas. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang seluruhnya memiliki persepsi baik, mendukung bahwa TLC dapat membantu mengetahui informasi nilai gizi dengan jelas.

**Tabel 3**  
**Distribusi Persepsi terhadap Atribut Objek dan Manfaat TLC**

| Aspek Persepsi  | Komponen                                  | N  | %    |
|---|---|----|------|
| A. Kejelasan informasi                                | 1. Informasi nilai gizi                   |    |      |
|   | Jelas                                     | 88 | 92,6 |
|   | Tidak jelas                               | 7  | 7,4  |
|   | 2. Gambar dan simbol                      |    |      |
|   | Membantu                                  | 93 | 97,9 |
| B. Kemudahan penggunaan                               | Tidak membantu                            | 2  | 2,1  |
|   | 1. Pemahaman informasi                    |    |      |
|   | Mudah                                     | 89 | 93,7 |
|   | Sulit                                     | 6  | 6,3  |
|   | 2. Cara penggunaan                        |    |      |
| C. Kemanfaatan sebagai pedoman memilih produk kemasan | Mengerti                                  | 91 | 95,8 |
|   | Tidak mengerti                            | 4  | 4,2  |
|   | 1. Sebagai pedoman memilih produk kemasan |    |      |
|   | Membantu                                  | 93 | 97,8 |
|   | Tidak membantu                            | 2  | 2,2  |
| D. Kemanfaatan mencegah penyakit degeneratif          | 2. Sebagai pembanding nilai gizi          |    |      |
|   | Mudah                                     | 85 | 89,5 |
|   | Sulit                                     | 10 | 10,5 |
|   | 1. Menghindari jenis makanan tertentu     |    |      |
|   | Membantu                                  | 91 | 95,8 |
|   | Tidak membantu                            | 4  | 4,2  |
|   | 2. Mencegah penyakit degeneratif          |    |      |
|   | Bermanfaat                                | 93 | 97,9 |
|   | Tidak bermanfaat                          | 2  | 2,1  |

Tuan Y, mahasiswa yang berusia 22 tahun dengan tingkat pendidikan SMA, menyatakan bahwa *“Karena warnanya menarik dan perbedaannya mencolok jadi memudahkan kita (paham). Kalau dulu kita cuma tahu (produk kemasan) ini berapa gram kandungan natrium, gula, lemaknya. Nah, dengan adanya TLC, kita tahu ini besar banget (kandungan) gulanya, lemaknya. Selain memberi informasi untuk konsumen, pasti banyak bermanfaat dalam hal kesehatan dan membantu konsumen dalam memilih produk.”*

Selanjutnya, sebanyak 97,9 persen subjek menyatakan bahwa gambar dan simbol membantu untuk memahami TLC. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang memiliki persepsi baik, mendukung bahwa dengan adanya gambar dan simbol dapat lebih menarik dan membantu untuk memahami TLC. Ibu L, ibu rumah tangga yang berusia 38 tahun dengan tingkat pendidikan diploma, menyatakan bahwa *“Pakai simbol akan lebih bagus. Lebih enak dilihat maksudnya. Kan biasanya sesuatu yang baru akan lebih menarik jika ada tulisan dan gambar.”*

Namun, terdapat pernyataan bahwa tanpa gambar dan simbol tidak mempengaruhi pemahaman terhadap TLC. Responden lain

yang memiliki persepsi baik, tidak mendukung hasil survei. Ibu J, ibu rumah tangga yang berusia 45 tahun dengan tingkat pendidikan pascasarjana, menyatakan bahwa *“Kalau simbol-simbol itu nggak terlalu berpengaruh karena tanpa simbol pun orang akan lebih familiar dengan warna. Nggak harus berupa gambar.”*

#### **Kemudahan Penggunaan**

Pada aspek kemudahan penggunaan, sebanyak 93,7 persen subjek menyatakan bahwa informasi pada TLC mudah dipahami. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang memiliki persepsi baik, mendukung bahwa angka yang terdapat pada TLC mudah untuk dihafal dan dari segi ukuran mudah untuk dibawa. Ibu D, wiraswasta yang berusia 30 tahun dengan tingkat pendidikan sarjana, menyatakan bahwa *“Simpel, perbedaannya mencolok jadi memudahkan kita untuk menghafal (angka). Dari ukuran juga enak bisa dibawa kemana-mana.”*

Namun, terdapat pernyataan bahwa perhitungan takaran saji sulit dipahami dan kurang praktis jika berbentuk kartu. Responden lain yang memiliki persepsi baik, tidak mendukung hasil survei. Ibu E, ibu rumah

tangga yang berusia 47 tahun dengan tingkat pendidikan diploma, menyatakan bahwa *"Mungkin hitungannya yang musti kita tahu dulu sebelumnya. Hitungan takarannya itu yang harus dipelajari lebih dulu. Hitungannya buat ibu-ibu kan agak repot, karena ibu-ibu biasanya senang yang paling mudah dipakai."*

Selanjutnya, sebanyak 95,8 persen subjek menyatakan mengerti cara menggunakan TLC. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang seluruhnya memiliki persepsi baik, mendukung bahwa mereka mengerti cara menggunakan TLC. Tuan S, PNS yang berusia 53 tahun dengan tingkat pendidikan pascasarjana, menyatakan bahwa *"Saya paham setelah membaca kartu ini. Saya melihat di beberapa produk (kemasan), masuk kategori mana."*

**Pedoman Memilih Produk Kemasan**

Pada aspek pedoman untuk memilih makanan kemasan, sebanyak 97,8 persen subjek menyatakan bahwa TLC membantu untuk memilih produk kemasan yang sehat. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang seluruhnya memiliki persepsi baik, mendukung bahwa TLC dapat digunakan sebagai standar atau pedoman untuk memilih produk kemasan yang sehat. Ibu J, menyatakan bahwa *"Kita punya semacam standar untuk melihat apakah produk itu sehat atau nggak berdasarkan angka (di TLC) itu."*

Selanjutnya, sebanyak 89,5 persen subjek menyatakan bahwa TLC dapat membandingkan nilai gizi produk kemasan dengan mudah. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang seluruhnya memiliki persepsi baik, mendukung bahwa TLC membantu untuk membandingkan nilai gizi produk kemasan. Ibu T, ibu rumah tangga yang berusia 53 tahun dengan tingkat pendidikan diploma, menyatakan bahwa *"Saya melihat kartu ini cukup membantu. Kita tahu ternyata (produk kemasan) ini (termasuk kategori) zona merah, ini kuning. Jadi (TLC) ini bisa mengetahui makanan yang sehat, kurang, atau tidak sehat. Ini (TLC) bisa dipakai untuk pedoman ya, bagaimana melihat masing-masing (membandingkan) produk."*

**Manfaat terhadap Penyakit Degeneratif**

Pada aspek manfaat untuk mencegah penyakit degeneratif, sebanyak 95,8 persen subjek menyatakan bahwa TLC membantu

untuk menghindari jenis makanan tertentu. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang seluruhnya memiliki persepsi baik, mendukung bahwa TLC membantu untuk membatasi konsumsi zat gizi tertentu. Ibu E, menyatakan bahwa *"Sangat bermanfaat ya, apalagi bagi saya yang menderita hipertensi. Kalau memang benar-benar dipakai dalam keseharian akan sangat membantu untuk membatasi misalnya natrium yang dikonsumsi atau makanan yang mengandung natrium sekian jangan dikonsumsi."*

Selanjutnya, sebanyak 97,9 persen subjek menyatakan bahwa TLC bermanfaat untuk mencegah penyakit degeneratif. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang seluruhnya memiliki persepsi baik, mendukung bahwa TLC bermanfaat bagi konsumen dengan penyakit degeneratif untuk memilih produk kemasan yang tepat. Ibu L, menyatakan bahwa *"Bermanfaat sekali (bagi orang dengan penyakit tertentu) karena suatu penyakit itu kan pasti ada nutrisi yang harus dikurangi ada juga yang harus lebih. Jadi orang yang mengidap penyakit tertentu dengan adanya kartu ini, dia bisa lebih tepat memilih produk makanan yang harus dikonsumsi."*

**Sikap terhadap Penerapan TLC**

Sebagian besar subjek (70,5%) memiliki sikap baik terhadap penerapan TLC. Skor sikap rata-rata responden dalam penelitian ini adalah 31 (min=24; max=39) (Tabel 4).

**Tabel 4**  
**Sikap Responden terhadap Penerapan Traffic Light Card (TLC)**

| Sikap Responden | Responden |      | Median | Min | Max |
|-----------------|-----------|------|--------|-----|-----|
|                 | N         | %    |        |     |     |
| Kurang          | 28        | 29,5 | 31     | 24  | 39  |
| Baik            | 67        | 70,5 |        |     |     |

Sebagian besar subjek (>90%) menilai bahwa TLC menjadi pertimbangan dalam memilih produk, dapat digunakan untuk membandingkan nilai gizi, serta mendukung penerapan TL sebagai format label di Indonesia. Sementara itu, dari segi intensi penggunaan, 93,7 persen subjek menyatakan akan membeli produk kemasan dengan warna hijau dan hanya 17,9 persen yang tidak memperhatikan TLC sebelum membeli produk kemasan (Tabel 5).

**Tabel 5**  
**Distribusi Sikap terhadap Penerapan *Traffic Light Card* (TLC)**

| Aspek Sikap           | Komponen  | Setuju |       | Tidak setuju |      |
|-----------------------|---|--------|-------|--------------|------|
|                       |   | N      | %     | n            | %    |
| A. Urgensi            | 1. Tidak memberi peran dalam pemilihan makanan                                  | 8      | 8,5   | 87           | 91,5 |
|                       | 2. Menjadi pertimbangan dalam memilih produk                                    | 92     | 96,8  | 3            | 3,2  |
| B. Manfaat            | 1. Dapat membandingkan nilai gizi   | 94     | 98,9  | 1            | 1,1  |
|                       | 2. Tidak menjamin mendapatkan produk bermutu                                    | 26     | 27,4  | 69           | 72,6 |
| C. Dukungan           | 1. Format label gizi di pasaran telah cukup memadai                             | 37     | 39,0  | 58           | 61,0 |
|                       | 2. Dukungan terhadap TL sebagai format label di Indonesia                       | 95     | 100,0 | 0            | 0,0  |
| D. Intensi penggunaan | 1. Menggunakan <i>Traffic Light Card</i> sebelum membeli produk kemasan         | 92     | 96,8  | 3            | 3,2  |
|                       | 2. Tidak memperhatikan <i>Traffic Light Card</i> sebelum membeli produk kemasan | 17     | 17,9  | 78           | 82,1 |
|                       | 3. Tidak memberi pengaruh dalam keputusan membeli produk kemasan                | 5      | 5,3   | 90           | 94,7 |
|                       | 4. Pembelian produk kemasan dengan warna hijau                                  | 89     | 93,7  | 6            | 6,3  |

### Urgensi

Pada aspek urgensi, sebanyak 91,5 persen subjek menyatakan bahwa TLC memiliki peran penting dalam pemilihan makanan. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang memiliki sikap baik dan kurang, mendukung bahwa TLC membantu untuk fokus memperhatikan label gizi.

Ibu M, wiraswasta yang berusia 24 tahun dengan tingkat pendidikan sarjana, menyatakan bahwa *"Sangat membantu, karena saya lebih memperhatikan kandungan lemak dan karbohidrat yang ada pada produk (kemasan)."*

Selanjutnya, 96,8 persen subjek menyatakan bahwa TLC menjadi pertimbangan dalam memilih produk kemasan. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang memiliki sikap baik dan kurang, mendukung bahwa TLC menjadi pertimbangan dalam memilih produk kemasan yang sehat. Ibu T, menyatakan bahwa *"Membantu ya, bagi orang yang sudah seumurannya. Dengan kartu ini saya jadi tahu (produk kemasan) yang saya konsumsi ternyata masuk zona merah, sehingga saya akan mengurangi (produk) yang kurang sehat."*

### Manfaat

Pada aspek manfaat, sebanyak 98,9 persen subjek menyatakan bahwa TLC dapat digunakan untuk membandingkan nilai gizi

produk kemasan. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang memiliki sikap baik dan kurang, mendukung bahwa TLC mudah digunakan untuk membandingkan nilai gizi produk kemasan. Tuan N, wiraswasta yang berusia 36 tahun dengan tingkat pendidikan sarjana, menyatakan bahwa *"(TLC) lebih mudah digunakan untuk membandingkan informasi nilai gizi pada produk (kemasan)."*

Selanjutnya, 72,6 persen subjek menyatakan akan mendapatkan produk bermutu jika menggunakan TLC. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang memiliki sikap baik dan kurang, mendukung bahwa TLC membantu memilih makanan yang aman untuk dikonsumsi. Ibu D, menyatakan bahwa *"Melihat merebaknya di Indonesia sekarang banyak makanan dengan nilai gizi seperti itu yang sepertinya bergizi padahal tidak baik dikonsumsi, kartu (TLC) akan sangat membantu memilih makanan yang aman."*

### Dukungan

Pada aspek dukungan terhadap TLC, sebanyak 61 persen subjek menyatakan bahwa format label gizi di pasaran saat ini belum memadai. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang memiliki sikap baik dan kurang, mendukung bahwa format label gizi di pasaran saat ini belum memadai karena dianggap kurang transparan, banyak memakai

istilah asing, dan terlalu banyak memuat berbagai zat gizi. Ibu D, menyatakan bahwa *"(Informasi nilai gizi) belum (memadai), jadi malah terkesan ditutupi. Kita nggak tahu produk ini baik atau tidak, padahal masyarakat kan butuh informasi yang jelas."* Ibu E, menyatakan bahwa *"(Informasi nilai gizi) agak sulit dipahami karena masih banyak pakai istilah asing. Lebih enak ditambah warna, jadi bisa langsung diklasifikasi mana yang baik atau tidak baik untuk dikonsumsi."* Ibu L, menyatakan bahwa *"Kita jarang sekali melihat komposisi (nilai gizi). Nggak (memadai), karena kita nggak tahu produk ini termasuk kategori hijau, merah, atau kuning. Tapi dengan adanya TLC ini, kita jadi tambah ngerti mana produk yang sehat."* Tuan R, dosen yang berusia 44 tahun dengan tingkat pendidikan sarjana, menyatakan bahwa *"Di setiap produk kemasan memang ada kandungan gizi tapi kelihatannya konsumen kesulitan kalau harus membaca satu per satu kandungan gizinya yang cukup banyak. Lebih baik (informasi nilai gizi) disederhanakan meskipun tidak menghilangkan label kandungan gizi secara lengkap."*

Selanjutnya, 100 persen subjek menyatakan dukungannya apabila pemerintah menerapkan format label TL sebagai format label di Indonesia. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang memiliki sikap baik dan kurang, mendukung agar TLC segera disebarluaskan kepada konsumen dan pemerintah menerapkan format label TL sebagai format label di Indonesia. Ibu J, menyatakan bahwa *"Alangkah baiknya jika pemerintah mewajibkan produsen makanan meletakkan label (TL) di produk mereka."* Ibu L, menyatakan bahwa *"Harapan saya (TLC) segera disebarluaskan kepada para konsumen, sehingga konsumen akan lebih sehat dan nggak asal memilih makanan."* Tuan S, menyatakan bahwa *"Pemerintah dapat menganjurkan konsumen membaca TLC sebelum membeli produk atau lebih baik (format label TL) diterapkan di produk kemasan."*

### **Intensi Penggunaan**

Pada aspek intensi penggunaan, sebanyak 96,8 persen subjek menyatakan akan menggunakan TLC sebelum membeli produk kemasan. Selanjutnya, sebanyak 82,1 persen subjek menyatakan memperhatikan TLC sebelum membeli produk kemasan. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang memiliki sikap baik dan kurang, menggunakan TLC saat membeli produk kemasan. Tuan Y,

menyatakan bahwa *"(Sewaktu belanja) aku kemarin pakai (TLC) buat ngecek takaran (gizi) di beberapa produk (kemasan)."*

Sebanyak 94,7 persen subjek menyatakan bahwa TLC memberikan pengaruh dalam keputusan membeli produk kemasan. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang memiliki sikap baik dan kurang, mendukung bahwa TLC memberikan pengaruh dalam keputusan membeli produk kemasan yang sehat. Ibu T, menyatakan bahwa *"Pas belanja saya lihat (TLC), untuk tahu (produk kemasan) ini masuk (kategori) mana. Saya nggak mengonsumsi yang kurang sehat."*

Selanjutnya, sebanyak 93,7 persen subjek menyatakan akan membeli produk kemasan dengan warna hijau. Hasil survei didukung dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam. Responden yang memiliki sikap baik dan kurang, mendukung bahwa akan memperhatikan dan membeli produk kemasan dengan warna hijau. Ibu L, menyatakan bahwa *"Saya perhatikan (produk) dengan warna hijau dan harus selalu beli produk yang masuk kategori (warna) hijau."*

## **BAHASAN**

### **Persepsi terhadap Penerapan Traffic Light Card (TLC)**

Berdasarkan hasil penelitian ini terlihat bahwa gambar dan simbol membantu responden untuk memahami TLC. Hasil penelitian serupa mengungkapkan bahwa konsumen di Jerman memilih format label TL karena memiliki desain yang menarik<sup>11</sup>. Konsumen yang terlibat dalam kuis secara online memiliki preferensi terhadap format label TL dibandingkan label gizi di bagian depan kemasan<sup>12</sup>.

Informasi yang ada pada TLC mudah dipahami oleh responden. Hasil penelitian serupa mengungkapkan bahwa konsumen di Jerman memilih format label TL karena mudah dimengerti<sup>11</sup>. Konsumen yang menempuh pendidikan di universitas lebih memilih penampilan informasi nilai gizi per 100 g/ml. Konsumen memilih TL karena mudah digunakan, khususnya bila dibandingkan format label yang lain<sup>13</sup>. Survei yang dilakukan pada 1630 konsumen dari empat negara di Eropa juga menyatakan bahwa TL merupakan format label yang paling mudah digunakan dan dapat dipercaya<sup>14</sup>.

Selanjutnya, TLC membantu responden untuk memilih produk kemasan yang sehat. Hasil penelitian serupa di Jerman mengungkapkan bahwa TL merupakan format label yang dapat membantu konsumen memilih

produk dengan lebih mudah dan menampilkan label gizi yang akurat<sup>11</sup>. Konsumen yang menggunakan format label TL dapat lima kali lebih besar untuk memilih makanan sehat dengan benar dibandingkan dengan *Monochrome %DI* serta tiga kali lebih besar dibandingkan *Colour-Coded %DI*<sup>9</sup>. TL merupakan format label yang efektif digunakan oleh konsumen, terutama untuk kelompok dengan tingkat sosial ekonomi rendah yang berisiko terhadap obesitas, untuk memilih produk yang sehat<sup>15</sup>.

TLC membantu responden untuk menghindari jenis makanan tertentu. Hasil penelitian serupa mengungkapkan bahwa konsumen dengan penyakit kronis yang membaca label gizi produk kemasan mengonsumsi lebih sedikit jumlah energi, lemak jenuh, karbohidrat, dan gula serta terjadi peningkatan konsumsi jumlah serat<sup>16</sup>. Seseorang yang menderita penyakit kronis lebih memperhatikan rekomendasi gizi, lebih sering memeriksa kandungan zat gizi yang spesifik, dan lebih sering menggunakan informasi gizi pada label makanan daripada seseorang yang tidak menderita penyakit kronis<sup>17</sup>.

#### **Sikap terhadap Penerapan *Traffic Light Card* (TLC)**

Berdasarkan hasil penelitian ini terlihat bahwa TLC memiliki peran penting dalam pemilihan makanan dan menjadi pertimbangan dalam memilih produk kemasan. Hasil penelitian serupa mengungkapkan bahwa 46,9 persen konsumen yang mempunyai pendidikan tinggi dengan pengetahuan gizi sedang menyatakan kadang dan sering membaca label. Hasil penelitian menunjukkan adanya kecenderungan bahwa semakin tinggi pengetahuan gizi seseorang, maka semakin sering dalam membaca label gizi<sup>18</sup>. Kebiasaan pembacaan label makanan berhubungan kuat dengan jenis kelamin, pendidikan gizi, umur, dan sikap positif<sup>19</sup>.

TLC dapat digunakan responden untuk membandingkan nilai gizi produk kemasan sehingga mendapatkan produk bermutu. Hasil penelitian serupa mengungkapkan bahwa format label TL telah meningkatkan perhatian konsumen mengenai keamanan suatu produk<sup>20</sup>. TL memiliki kemampuan paling baik untuk membandingkan nilai gizi suatu produk dengan cepat<sup>9</sup>.

Selanjutnya, responden mendukung apabila pemerintah menerapkan format label TL sebagai format label di Indonesia karena format label gizi di pasaran saat ini belum memadai. Hasil penelitian sejalan dengan

survei yang dilakukan oleh *The European Consumers' Organisation* menyatakan bahwa konsumen setuju terhadap format label yang sederhana untuk menunjukkan kategori kandungan lemak, gula, dan garam seperti tinggi, medium atau rendah pada bagian depan kemasan<sup>9,21</sup>. Uji coba TL yang telah diterapkan di kafeteria kampus dapat membantu konsumen dalam membandingkan dan memilih makanan sehat secara cepat, bahkan mahasiswa meminta agar TL diterapkan seterusnya di kafeteria tersebut<sup>10</sup>.

Responden menggunakan TLC sebelum membeli produk kemasan dan memilih produk kemasan dengan warna hijau. Hasil penelitian serupa mengungkapkan bahwa persentase konsumen dalam membaca label informasi nilai gizi produk pangan kemasan lebih banyak yang memiliki perilaku selalu dan sering membaca label informasi nilai gizi produk pangan kemasan daripada yang memiliki perilaku jarang dan tidak pernah<sup>22</sup>. Penjualan produk makanan sehat berwarna hijau, meningkat 4,5 persen sedangkan produk berwarna merah menurun 9,2 persen. TL akan terus dilanjutkan penggunaannya di kafeteria ini karena mampu meningkatkan penjualan produk makanan sehat<sup>23</sup>.

#### **KESIMPULAN**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen memiliki persepsi dan sikap yang baik terhadap penerapan TLC pada produk pangan kemasan. Konsumen di pusat perbelanjaan memiliki persepsi bahwa TLC mengandung informasi yang jelas, mudah digunakan, dan bermanfaat sebagai pedoman memilih pangan kemasan yang berkaitan dengan perilaku pencegahan penyakit degeneratif. Konsumen memiliki sikap yang mendukung penggunaan TLC untuk memilih produk dengan warna hijau serta mendukung TL sebagai format label gizi di Indonesia.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih disampaikan kepada segenap jajaran di lingkungan Program Studi Gizi Kesehatan Universitas Gadjah Mada yang telah memberikan bantuan dalam pelaksanaan penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada enumerator serta semua responden atas partisipasinya dalam penelitian.

#### **SARAN**

Perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan penambahan variabel praktik penggunaan TLC serta penelitian dilakukan pada populasi yang berbeda. Untuk menggali variabel persepsi dapat ditambahkan metode FGD (*focus group*



discussion). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah untuk evaluasi penyusunan kebijakan mengenai pelabelan gizi.

## RUJUKAN

1. World Health Organization. *Sixty-sixth world health assembly*. Geneva: *World Health Assembly Journal* 20-28 May, 2013.
2. Indonesia, Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, Kementerian Kesehatan RI. *Riset kesehatan dasar (Riskesmas) tahun 2013*. Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, Kementerian Kesehatan, 2013.
3. Popkin BM, Horton SH, and Soowon K. The nutrition transition and prevention of diet related diseases in asia and the pacific. *Food and Nutr Bull*. 2001; 22(4):1-58.
4. Consumers International. *Consumers in the dark about hidden dangers of packaged food* [cited Dec 15, 2013]. Available from: <http://www.consumersinternational.org/media/pdf>.
5. Indonesia, Badan Pengawas Obat dan Makanan RI. Informasi nilai gizi produk pangan: manfaat dan cara pencantuman. *Info POM*. 2009;10(5):2-4.
6. Geiger CJ, Wyse BW, Parent CR, and Hansen RG. Review of nutrition labelling formats. *J Am Diet Assoc*. 1991;91(7):808-815.
7. Scott V and Worsley AF. Tick, claims, tables and food groups: a comparison for nutrition labelling. *Health Promot Int*. 1994;9(1):27-37.
8. Official Journal of the European Union. Corrigendum to Regulation (EC) No. 1924/2006 of The European Parliament and of the Council of 20 December 2006 on *Nutrition and health claims made on foods* [cited Sep 2, 2013]. Available from: <http://www.fsai.ie/legislation/food/eudocs/Labelling/pdf>.
9. Kelly B, Hughes C, Chapman K, Louie JC, Dixon, H, Crawford J, et al. Consumer testing of the acceptability and effectiveness of front-of-pack food labeling systems for the australian grocery market. *Health Promot Int*. 2009;24(2):120-129.
10. Davis S and Prakash A. A pilot study to develop nutritional guidance signage for a university cafeteria based on traffic light design. *J Foodservice Mngmt and Edu*. 2013;7(1):33-38.
11. Moeser, A, Hoefkens C, Van CJ, and Verbeke W. Simplified nutrient labelling: consumers' perceptions in Germany and Belgium. *J Verbr Lebensm*. 2010;5(2):169-180.
12. Roberto CA, Bragg, MA, Schwartz, MB, Seamans, MJ, Musicus, A, Novak, N, dan Brownell, KD. Facts up front versus traffic light food labels: a randomized controlled trial. *Am J Prev Med*. 2012;43(2):134 -141.
13. Lang T. Food, the law, and public health: three models of the relationship. *Public Health*. 2006;120:30-40.
14. Feunekes GIJ, Gortemaker IA, Willems AA, Lion R, and Kommer M. Front-of-pack nutrition labelling: testing effectiveness of different nutrition labelling formats front-of-pack in four european countries. *Appetite*. 2008;50(1):57-70.
15. McLaren L. Socioeconomic status and obesity. *Epidemiol Rev*. 2007;29:29-48.
16. Post RE, Mainous AG, Diaz VA, Matheson EM, and Evertt CJ. Use of the nutrition facts label in chronic disease management: results from the national health and nutrition examination survey. *J Am Diet Assoc*. 2010;110(4):628-632.
17. Lewis JE, Arheart KL, LeBlanc WG, Fleming LE, Lee DJ, Davila, EP, et al. Food label use and awareness of nutritional information and recommendations among person with chronic disease. *Am J Clin Nutr*. 2009; 90(5):1351-1357.
18. Ikhtiarini AD. Hubungan antara pengetahuan gizi dan status kesehatan dengan pembacaan dan pemahaman label makanan pada konsumen di kota yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2013.
19. Misra R. Knowledge, attitudes, and label use among college students. *J Am Diet Assoc*. 2007;107(12):2130-2134.
20. Drescher LS, Roosen J, and Marette S. The effects of traffic light labels and involvement on consumer choices for food and financial products. *Int J Consum Stud*. 2014;38(3):217-227.
21. Grunert KG, Wills JM, dan Fernández-Celemín L. Nutrition knowledge, use, and understanding of nutrition information on food labels among consumers in the uk. *Appetite*. 2010;55(2):177-189.
22. Jannah WA. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku membaca label informasi nilai gizi produk pangan kemasan pada mahasiswa kesehatan masyarakat UIN Syarif Hidayatullah

- Jakarta tahun 2010. *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2012.
23. Thorndike AN, Sonnenberg L, Riis J, Barraclough S, and Levi DE. A 2-phase labeling and choice architecture intervention to improve healthy food and beverage choices. *Am J Public Health*. 2012;102(3):527-533.