



Inovasi Cemilan Sehat untuk Anak Gen Z dalam Mendukung SDGs Goal 3

Salsabila Nadhifah¹, Usep Suhud²

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia¹

Universitas Negeri Jakarta, Indonesia²

E-mail: salsandhfh@gmail.com

Abstract:

This study aims to explore the innovation of healthy snacks as a solution to support the health of Generation Z children, with a focus on achieving Sustainable Development Goals (SDGs) Goal 3: Good Health and Well-being. Given the unhealthy eating patterns among Gen Z, characterized by high-calorie and low-nutrient snacks, this research adopts a qualitative approach with literature analysis and content analysis. The qualitative approach was chosen because it allows the authors to explore in-depth perspectives and experiences regarding food consumption in Gen Z. Literature analysis is used to assess and summarize various research findings related to Gen Z eating habits and the development of healthy snacks. Meanwhile, content analysis is employed to identify key themes emerging from the existing literature, particularly those related to the impact of healthy snack consumption on the physical and mental health of Gen Z. This study also identifies the population and sample, consisting of Generation Z children in Jakarta, selected through purposive sampling. The findings indicate that healthy snacks can help improve more nutritious eating habits, reduce the risk of non-communicable diseases, and raise nutritional awareness among Gen Z. This study recommends innovations in snack flavor and packaging, as well as utilizing social media to enhance awareness of healthy eating habits. It is expected that this research will contribute positively to achieving SDGs Goal 3 through the selection of healthier and more nutritious snacks.

Keywords: *Healthy Snacks; Generation Z (Gen Z); SDGs Goal 3; Healthy Eating Patterns; Children's Health*

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi inovasi cemilan sehat sebagai solusi untuk mendukung kesehatan anak-anak Gen Z, dengan fokus pada pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) Goal 3: Kesehatan yang Baik dan Kesejahteraan. Mengingat pola makan yang tidak sehat di kalangan Gen Z, yang sering mengonsumsi cemilan tinggi kalori dan rendah gizi, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis literatur dan analisis konten. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan penulis untuk menggali perspektif dan pengalaman mendalam tentang konsumsi makanan pada Gen Z. Analisis literatur digunakan untuk menilai dan merangkum berbagai temuan penelitian yang relevan mengenai kebiasaan makan Gen Z dan pengembangan cemilan sehat. Sementara itu, analisis konten digunakan untuk mengidentifikasi tema utama yang muncul dari data literatur yang ada, terutama yang berkaitan dengan dampak konsumsi cemilan sehat terhadap kesehatan fisik dan mental Gen Z. Penelitian ini juga mengidentifikasi populasi dan sampel yang terdiri dari anak-anak Gen Z di Jakarta, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cemilan sehat dapat membantu meningkatkan kebiasaan makan yang lebih bergizi, mengurangi risiko penyakit tidak menular, serta meningkatkan kesadaran gizi di kalangan Gen Z. Penelitian ini merekomendasikan inovasi dalam rasa dan kemasan cemilan sehat, serta pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan kesadaran tentang pola makan sehat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam mendukung pencapaian SDGs Goal 3 melalui pilihan cemilan yang lebih sehat dan bergizi.

Kata Kunci: *Cemilan Sehat; Gen Z; SDGs Goal 3; Pola Makan Sehat; Kesehatan Anak*



PENDAHULUAN

Pola makan sehat menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi kualitas kesehatan jangka panjang seseorang, terutama pada anak-anak dan remaja. Pada anak-anak Gen Z, konsumsi makanan yang tidak sehat, termasuk cemilan yang mengandung gula tinggi, garam berlebih, dan lemak trans, semakin meningkat. Hal ini dapat berdampak negatif pada kesehatan mereka, baik dalam jangka pendek maupun panjang. Perubahan gaya hidup yang cepat, kemajuan teknologi, serta paparan informasi yang tidak selalu akurat melalui media sosial semakin memperburuk kebiasaan makan mereka (Halasi et al., 2021). Keprihatinan terhadap fenomena ini semakin mendalam karena anak-anak Gen Z adalah generasi yang sangat terhubung dengan teknologi dan sering mengandalkan kebiasaan makan praktis dan cepat, termasuk memilih cemilan yang tidak selalu bergizi (Testa et al., 2023).

Cemilan memiliki peran penting dalam pola makan sehari-hari, terutama bagi anak-anak Gen Z yang seringkali melewatkan makan utama dan menggantinya dengan cemilan yang tidak sehat. Sebagai bagian dari kebiasaan makan mereka, cemilan dapat menjadi sumber utama kalori, tetapi sering kali kekurangan kandungan gizi yang diperlukan untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan mereka (Gowda et al., 2024). Di sisi lain, meskipun banyak anak-anak Gen Z sadar akan pentingnya pola makan sehat, kecenderungan mereka memilih cemilan yang lebih cepat dan lebih mudah ditemukan di pasar, seperti makanan olahan dan cepat saji, tetap tinggi (Priporas et al., 2022).

Keterkaitan antara pola makan yang buruk dan sejumlah isu kesehatan jangka panjang seperti kelebihan berat badan (obesitas), diabetes, serta penyakit jantung semakin terlihat jelas dalam penelitian kesehatan. Penelitian mengindikasikan bahwa pola makan dengan cemilan tidak sehat berperan dalam meningkatnya angka obesitas di kalangan anak-anak dan remaja, yang bisa menimbulkan masalah kesehatan di kemudian hari (Kaylor et al., 2023). Generasi Z merupakan kelompok yang berisiko tinggi mengalami obesitas karena pola makan yang tidak sehat, yang dipengaruhi oleh faktor lingkungan, promosi makanan cepat saji, dan perilaku digital yang mendorong konsumsi makanan dengan kalori tinggi namun gizi rendah (Kaylor et al., 2023).

Penting untuk dicatat bahwa pola makan Gen Z juga dipengaruhi oleh gaya hidup mereka yang sibuk dan terhubung dengan dunia digital. Banyak di antara mereka yang lebih suka makanan yang dapat dimakan dalam perjalanan, seperti cemilan yang mudah dibawa dan tidak memerlukan persiapan rumit. Raptou et al. (2024) menyebutkan bahwa dengan meningkatnya kesadaran akan dampak buruk dari makanan olahan, Gen Z mulai memilih cemilan yang lebih praktis namun sehat, seperti *granola bar* atau produk berbasis buah yang mengandung serat, protein, dan rendah gula. Namun, meskipun ada kecenderungan untuk mengonsumsi cemilan sehat, mereka tetap mencari inovasi dalam hal rasa dan kemasan, yang dapat memenuhi gaya hidup aktif mereka yang sering kali membutuhkan makanan yang mudah dikonsumsi kapan saja dan di mana saja.

Penelitian ini dirancang untuk menyelidiki kemungkinan camilan sehat dalam mendukung asupan nutrisi yang lebih baik di kalangan anak-anak Generasi Z, dengan tujuan untuk mendukung pencapaian SDGs Goal 3: Kesehatan yang Baik dan Kesejahteraan. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi tantangan, peluang, dan dampak dari pengembangan camilan sehat yang sesuai dengan kebutuhan gizi anak-anak Gen Z, khususnya di Jakarta. Penelitian ini juga bertujuan untuk menilai bagaimana camilan sehat dapat berkontribusi dalam mencegah penyakit tidak menular seperti obesitas dan diabetes, yang semakin meningkat di kalangan generasi muda. Selain itu, penelitian ini akan menggali bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesadaran mengenai konsumsi makanan sehat.

Penelitian ini akan berfokus pada anak-anak Gen Z yang tinggal di Jakarta, sebuah kota besar dengan keberagaman konsumsi makanan dan peningkatan kesadaran akan pentingnya pola makan sehat. Penelitian ini akan membahas bagaimana camilan sehat dapat berperan dalam mengubah kebiasaan makan mereka yang cenderung memilih makanan cepat saji menjadi lebih bergizi. Selain itu, penelitian ini juga akan menilai seberapa besar pengaruh inovasi dalam kemasan dan harga yang lebih terjangkau dapat berkontribusi dalam mendorong konsumsi camilan sehat di kalangan Gen Z. Zeren et al. (2023) menunjukkan bahwa kesadaran akan keberlanjutan dan pengaruh lingkungan juga mendorong Gen Z untuk memilih produk makanan yang ramah lingkungan, seperti makanan organik atau yang menggunakan kemasan ramah lingkungan.

Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana inovasi dalam produk makanan sehat dan strategi pemasaran yang efektif



dapat berkontribusi pada perubahan pola makan yang lebih sehat di kalangan Gen Z. Hal ini juga dapat membantu produsen dan pemangku kepentingan terkait dalam merancang produk cemilan sehat yang lebih menarik, terjangkau, dan mudah diakses, sekaligus mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Studi ini mengadopsi pendekatan kualitatif untuk menyelami lebih jauh tentang bagaimana cemilan sehat dapat berfungsi sebagai Solusi dalam mendukung Kesehatan anak-anak generasi Z. Pilihan pendekatan kualitatif dilakukan karena metode ini memberi kesempatan kepada penulis untuk memahami fenomena dengan lebih mendalam, terutama mengenai kebiasaan makan Generasi Z yang sering kali dipengaruhi oleh factor social dan lingkungan sekitar. Metode kualitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang berfokus pada pemahaman makna, proses, serta fenomena social secara mendetail, bukan hanya sekedar mengukur ataupun menghitung. Penelitian kualitatif berkaitan dengan konsep-konsep mengenai makna, definisi, ciri-ciri, metafora, symbol, dan lain-lain yang berhubungan dengan penjelasan serta penelaahan kedalaman fakta atau kejadian, sehingga bersifat local dan tidak dimaksudkan untuk mengeneralisasikan temuan empiris sebagai fenomena umum. (Firmansyah et al., 2021).

Analisis Literatur digunakan untuk mengumpulkan dan menilai berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya tentang pola makan anak-anak Gen Z dan konsumsi cemilan sehat. Analisis literatur adalah proses sistematis untuk mencari, mengevaluasi, dan meringkas temuan-temuan dari berbagai studi sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian (Booth et al., 2021). Dalam penelitian ini, analisis literatur digunakan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang ada dalam pengembangan cemilan sehat, serta untuk menghubungkannya dengan tujuan SDGs Goal 3 terkait kesehatan yang baik dan kesejahteraan. Data yang dikumpulkan dari literatur akan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai tren konsumsi makanan sehat di kalangan Gen Z.

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis isi atau analisis konten. Berdasarkan penjelasan Asri yang dikutip oleh Priantiwi (2023), analisis isi merupakan pendekatan yang digunakan untuk membangun representasi yang akurat dari sebuah teks atau simbol dalam konteks tertentu. *Content Analysis* adalah metode analisis kualitatif yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengorganisasi, dan menafsirkan makna dari isi komunikasi, seperti teks tertulis, wawancara, atau dokumen lainnya (Vears & Gillam, 2022). Melalui analisis konten, penulis dapat menggali pola konsumsi makanan Gen Z, serta menghubungkannya dengan efek dari konsumsi cemilan sehat terhadap kesehatan mereka, baik fisik maupun mental.

Populasi dan Sampel penelitian ini adalah anak-anak Gen Z yang tinggal di Jakarta. Populasi merujuk pada kelompok individu yang menjadi sasaran penelitian, yaitu anak-anak yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Penulis memilih Jakarta karena kota ini merupakan pusat urban dengan berbagai tantangan kesehatan yang relevan dan keberagaman konsumsi makanan yang tinggi. Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan *purposive sampling*, yaitu dengan memilih individu yang memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan penelitian, seperti kebiasaan makan dan preferensi terhadap cemilan sehat (Sui et al., 2024). Penelitian ini tidak hanya berfokus pada pola makan, tetapi juga pada bagaimana Gen Z memahami dan menerapkan pilihan makan sehat dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Dengan pendekatan ini, penulis berharap dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang bagaimana cemilan sehat dapat membantu memperbaiki pola makan anak-anak Gen Z di Jakarta, serta memberikan kontribusi dalam mencapai SDGs Goal 3 melalui pemilihan cemilan sehat yang lebih bergizi.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi potensi cemilan sehat dalam mendukung pola makan yang lebih bergizi di kalangan anak-anak Gen Z, khususnya di Jakarta. Berdasarkan data yang diperoleh dari literatur yang dianalisis serta hasil wawancara dengan responden yang terdiri dari anak-anak Gen Z yang tinggal di Jakarta, beberapa temuan utama ditemukan terkait dengan kebiasaan konsumsi cemilan sehat pada kelompok usia ini.

Salah satu temuan yang paling menonjol adalah bahwa semakin banyak anak-anak Gen Z yang mulai mengalihkan preferensi mereka dari cemilan olahan tinggi kalori dan rendah gizi ke cemilan yang lebih sehat. Cemilan sehat yang dimaksud mencakup produk-produk yang mengandung serat tinggi, rendah gula, serta kaya akan protein dan vitamin. Responden dalam penelitian ini



mengungkapkan bahwa mereka lebih memilih cemilan seperti kacang-kacangan, buah kering, *granola bar*, dan yogurt rendah lemak. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi pergeseran pola makan dari makanan cepat saji yang tinggi kalori ke pilihan yang lebih sehat dan bergizi.

Namun, meskipun ada peningkatan kesadaran akan pentingnya pola makan sehat, penelitian ini juga menemukan bahwa terdapat sejumlah hambatan yang menghalangi anak-anak Gen Z untuk secara konsisten memilih cemilan sehat. Salah satunya adalah faktor harga. Sebagian besar responden mengaku bahwa cemilan sehat, meskipun lebih bergizi, sering kali memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan cemilan olahan yang murah dan mudah dijangkau. Selain itu, keterbatasan pilihan cemilan sehat yang tersedia di pasar juga menjadi masalah. Beberapa responden mengungkapkan bahwa mereka kesulitan menemukan cemilan sehat yang sesuai dengan selera mereka dan mudah diakses di Jakarta.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk kebiasaan makan Gen Z. Sebagian besar responden mengaku terpengaruh oleh *influencer* dan *food bloggers* yang mereka ikuti di platform seperti Instagram dan TikTok. Mereka mengungkapkan bahwa konten-konten yang dibagikan di media sosial tentang makanan sehat seringkali menginspirasi mereka untuk mencoba cemilan sehat yang mereka temui di platform tersebut. Penelitian oleh Juanta et al. (2025) juga menyatakan bahwa media sosial berperan penting dalam mempengaruhi pola makan Gen Z, dengan banyaknya informasi tentang makanan sehat yang tersebar di berbagai platform digital. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kesadaran tentang pola makan sehat di kalangan Gen Z.

Selain itu, hasil penelitian ini juga menemukan bahwa inovasi dalam rasa dan kemasan cemilan sehat sangat penting untuk menarik perhatian Gen Z. Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka lebih tertarik untuk membeli cemilan sehat yang memiliki kemasan menarik dan desain yang unik. *Granola bar*, misalnya, yang dikemas dalam kemasan praktis dan mudah dibawa, menjadi pilihan favorit mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Raptou et al., (2024), yang mencatat bahwa Gen Z lebih tertarik pada produk yang memiliki kemasan yang menarik dan inovatif. Hal ini menunjukkan bahwa produsen perlu terus berinovasi dalam aspek kemasan agar dapat menarik perhatian Gen Z yang sangat memperhatikan estetika produk yang mereka konsumsi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa cemilan sehat memiliki potensi besar untuk mengubah kebiasaan makan Gen Z di Jakarta. Meskipun ada tantangan terkait harga dan ketersediaan produk, kesadaran akan pentingnya pola makan sehat di kalangan Gen Z semakin meningkat. Media sosial dan inovasi dalam kemasan produk dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk mempromosikan cemilan sehat dan mendidik Gen Z tentang pentingnya pola makan yang bergizi.

PEMBAHASAN

Pendidikan tentang gizi dan gaya hidup sehat menjadi salah satu faktor penting dalam mewujudkan *Sustainable Development Goal* (SDG) 3, yaitu Kesehatan yang Baik dan Kesejahteraan. Peningkatan pengetahuan Gen Z tentang pilihan makanan sehat serta pentingnya kebiasaan makan yang bergizi, memainkan peran yang sangat besar dalam mempengaruhi perilaku mereka terhadap pola makan sehat dan kebiasaan hidup yang lebih baik. Oleh karena itu, cemilan sehat dapat menjadi instrumen penting dalam mengedukasi masyarakat, terutama generasi muda, untuk membuat pilihan yang lebih baik dalam mengonsumsi makanan dan meminimalisir dampak negatif terhadap kesehatan mereka di masa depan. Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan, terlihat bahwa meskipun Gen Z cenderung lebih memilih cemilan yang praktis dan cepat, mereka mulai menunjukkan peningkatan kesadaran akan pentingnya memilih makanan yang lebih sehat. Perubahan ini mencerminkan adanya pergeseran pola makan yang dapat menjadi hal positif untuk jangka panjang. Penelitian oleh Halicka et al. (2025) menunjukkan bahwa Gen Z lebih sadar akan dampak kesehatan dari pola makan mereka, terutama dalam menghindari cemilan yang tinggi kalori, gula, dan lemak yang dapat menyebabkan berbagai masalah kesehatan seperti obesitas dan penyakit jantung. Perubahan pola makan yang sehat ini merupakan langkah pertama yang penting dalam mendorong Gen Z untuk lebih memerhatikan kesehatan mereka dan menjadikan cemilan sehat sebagai bagian dari pola makan sehari-hari mereka.

Namun, meskipun kesadaran ini meningkat, tantangan terbesar adalah mengubah kebiasaan jangka panjang. Sebagian besar anak-anak Gen Z masih terjebak dalam kebiasaan makan yang buruk karena harga dan ketersediaan cemilan sehat yang lebih terbatas. Testa et al. (2023)



menekankan bahwa meskipun kesadaran meningkat, perubahan kebiasaan makan tidak bisa terjadi dengan cepat jika kendala-kendala seperti harga yang lebih tinggi dan kurangnya pilihan produk sehat di pasar tidak segera diatasi. Oleh karena itu, produsen makanan dan pemerintah harus bekerja sama untuk menciptakan lingkungan yang mendukung konsumsi cemilan sehat melalui kebijakan yang dapat mengurangi harga produk sehat dan meningkatkan distribusinya di pasar (Amoah, 2024). Cemilan sehat yang terjangkau dapat menawarkan alternatif yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan gizi anak-anak dan remaja, serta mencegah risiko kesehatan yang ditimbulkan oleh pola makan yang tidak sehat. Dengan harga yang lebih ramah di kantong dan distribusi yang lebih luas, produk cemilan sehat dapat menjadi pilihan utama bagi konsumen yang menginginkan pola makan yang lebih sehat tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Ini juga sejalan dengan tujuan SDGs untuk memastikan akses yang lebih besar terhadap makanan yang bergizi bagi seluruh lapisan masyarakat (Arenas-Gaitán et al., 2022)

Pengaruh media sosial dalam membentuk kebiasaan makan Gen Z juga menjadi tema utama dalam penelitian ini. Media sosial tidak hanya memberikan informasi tentang makanan sehat tetapi juga menciptakan tren yang mempengaruhi pilihan makan Gen Z. Juanta et al. (2025) menunjukkan bahwa Gen Z sangat terpengaruh oleh *influencer* yang mempromosikan gaya hidup sehat. Hal ini menciptakan kesempatan bagi produsen camilan sehat untuk menggunakan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya pola makan yang baik. Dengan demikian, pemasaran melalui media sosial dapat menjadi metode yang sangat efektif untuk menjangkau konsumen muda dan mengubah kebiasaan makan mereka. Pemasaran camilan sehat untuk Gen Z tidak bisa lepas dari platform digital dan media sosial. Gen Z adalah kelompok yang sangat terhubung dengan teknologi dan media sosial, yang membuat mereka menjadi audiens yang sangat aktif di berbagai platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Twitter. Sebuah studi oleh Genady (2021) menyoroti bahwa Generasi Z merupakan kelompok populasi terbesar di Indonesia saat ini, sehingga pemasaran melalui media sosial menjadi pilihan utama bagi bisnis makanan dan minuman. Oleh karena itu, saluran distribusi yang efisien dan pemasaran melalui platform digital dapat meningkatkan aksesibilitas produk cemilan sehat kepada target pasar ini.

Salah satu metode yang sangat efisien ialah bekerja sama dengan *influencer* dan *food bloggers* yang sudah memiliki pengaruh besar di kalangan Gen Z. Para *Influencer* yang memiliki audiens yang relevan dengan produk cemilan sehat dapat membantu mempromosikan produk melalui konten kreatif seperti video, tutorial, atau ulasan produk yang menarik. Gen Z cenderung lebih mempercayai saran atau rekomendasi dari individu yang mereka anggap autentik dan dapat dipercaya dibandingkan dengan iklan tradisional (Amalia & Sagita, 2019). Dengan mengintegrasikan pemasaran produk dengan konten yang engaging, seperti *challenges*, *giveaways*, atau *live streaming*, produsen camilan sehat dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan konsumen muda ini.

Namun, meskipun media sosial berperan besar dalam perubahan kebiasaan makan, tantangan tetap ada dalam mempertahankan kebiasaan makan sehat tersebut. Sebagian besar Gen Z masih merasa sulit untuk mengadopsi cemilan sehat secara konsisten karena kebiasaan makan yang telah terbentuk sejak kecil. Dominguez et al. (2021) mencatat bahwa kebiasaan makan seseorang sering dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan keluarga, yang sulit diubah dalam waktu singkat. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan yang lebih holistik, yang melibatkan pendidikan sejak usia dini dan promosi makanan sehat yang berkelanjutan.

Edukasi mengenai pentingnya cemilan sehat juga sangat relevan dalam konteks pembentukan kebiasaan makan yang baik di masa muda. Penyuluhan yang menjelaskan bagaimana cemilan sehat dapat membantu memenuhi kebutuhan gizi, memenuhi tuntutan gizi, mempertahankan berat badan yang ideal, dan menurunkan risiko terkena penyakit jantung atau diabetes dapat memperkuat pola makan yang lebih sehat di kalangan anak-anak dan remaja. Menggunakan *influencer* yang populer di kalangan Gen Z untuk mengedukasi mereka tentang manfaat cemilan sehat dapat memotivasi mereka untuk mengadopsi pola makan yang lebih bergizi.

Pendidikan tentang gizi seimbang dan pentingnya cemilan sehat dapat membantu membentuk kebiasaan makan sehat yang akan bertahan lama. Mengingat pentingnya pola makan pada usia muda, cemilan sehat yang dikonsumsi pada usia remaja dapat membantu membangun kebiasaan yang lebih sehat untuk masa depan. Dalam jangka panjang, kebiasaan makan yang baik akan berkontribusi pada pengurangan angka PTM (Penyakit Tidak Menular), seperti obesitas dan diabetes, yang banyak terjadi akibat konsumsi makanan yang tidak sehat (Arenas-Gaitán et al., 2022). Oleh karena itu, pendekatan pemasaran yang melibatkan edukasi gizi, melalui kampanye atau media sosial, dapat membantu memperkuat pesan bahwa cemilan sehat adalah pilihan yang lebih baik untuk masa depan yang lebih sehat dan lebih sejahtera. Penting untuk diingat bahwa



cemilan sehat bukan hanya produk yang mengenyangkan perut, tetapi juga sarana untuk mengedukasi konsumen muda tentang kesehatan jangka panjang. Edukasi berbasis produk yang mengarah pada kesadaran gizi dapat diterapkan melalui informasi pada kemasan atau melalui kampanye digital yang menekankan bagaimana cemilan sehat membantu mencukupi kebutuhan gizi yang diperlukan tubuh. Ini dapat mencakup penjelasan tentang kandungan serat, vitamin, protein, dan mineral dalam cemilan sehat yang membantu menjaga kesehatan tubuh (Sui et al., 2024).

Inovasi dalam rasa dan kemasan juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan Gen Z dalam memilih cemilan sehat. Penelitian ini menemukan bahwa Gen Z lebih tertarik untuk mencoba cemilan sehat yang tidak hanya bergizi tetapi juga memiliki kemasan yang menarik dan praktis. Kemasan bukan hanya berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga menjadi elemen utama dalam menarik perhatian konsumen, terutama generasi muda seperti Gen Z, yang sangat peduli dengan desain dan keberlanjutan. Pemasaran visual dengan kemasan yang menggugah dan mencolok dapat menarik perhatian Gen Z yang lebih peduli dengan tampilan dan esthetic appeal produk mereka (Gosal, 2024). Gen Z cenderung mencari produk yang tidak hanya memiliki kualitas tinggi, tetapi juga memperhatikan elemen visual yang menarik dan ramah lingkungan. Oleh karena itu, desain kemasan yang modern, praktis, dan ramah lingkungan sangat penting untuk memenuhi harapan dan preferensi mereka. Desain modern untuk kemasan cemilan sehat harus memperhatikan tren desain yang minimalis dan mudah dikenali. Warna-warna cerah, grafis yang clean, dan penggunaan tipografi yang jelas dapat meningkatkan daya tarik visual produk di rak toko atau melalui platform digital. Kemasan praktis yang mudah dibawa dan digunakan juga sangat dihargai oleh Gen Z, yang cenderung memiliki gaya hidup yang sibuk dan mengutamakan kenyamanan. Produk yang dikemas dalam bungkus kecil atau kemasan portabel yang mudah dibawa kemanapun akan lebih disukai, karena memudahkan mereka untuk mengonsumsi cemilan sehat di berbagai situasi, baik saat beraktivitas, bekerja, maupun belajar.

Selain itu, kemasan ramah lingkungan menjadi pertimbangan penting bagi Gen Z, yang dikenal sangat peduli terhadap isu keberlanjutan dan dampak lingkungan dari produk yang mereka konsumsi. Penggunaan bahan kemasan yang dapat didaur ulang, biodegradabel, atau bahkan kemasan yang dapat dipakai kembali akan sangat menarik perhatian konsumen muda. Gen Z cenderung memilih produk yang mendukung keberlanjutan lingkungan, seperti kemasan yang menggunakan material ramah lingkungan dan label hijau yang menandakan bahwa produk tersebut memenuhi standar keberlanjutan (Hossain et al., 2024). Oleh karena itu, produsen cemilan sehat perlu memanfaatkan strategi pemasaran yang menekankan keberlanjutan dalam desain kemasan produk mereka, guna menarik lebih banyak konsumen dari kalangan Gen Z yang peduli terhadap isu lingkungan. Selain itu, kemasan yang informatif tentang manfaat kesehatan cemilan sehat dalam mencegah PTM sangat penting. Pemasaran melalui platform media sosial dapat digunakan untuk memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami mengenai dampak konsumsi cemilan sehat terhadap pencegahan PTM. Kampanye yang menggunakan grafis dan video pendek dapat menarik perhatian Gen Z dan memberikan informasi yang lebih cepat mengenai perubahan positif yang dapat terjadi dengan mengonsumsi cemilan sehat dibandingkan dengan makanan cepat saji (Araya et al., 2021).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun ada tantangan terkait harga dan ketersediaan produk, perubahan kebiasaan makan ke arah yang lebih sehat di kalangan anak-anak Gen Z sangat mungkin terjadi. Media sosial, inovasi dalam produk, dan kebijakan yang mendukung akses terhadap cemilan sehat dapat membantu menciptakan pola makan yang lebih sehat bagi generasi muda. Oleh karena itu, produsen dan pembuat kebijakan perlu bekerja sama untuk menyediakan produk yang tidak hanya sehat tetapi juga terjangkau dan mudah diakses oleh Gen Z.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa cemilan sehat memiliki potensi yang signifikan dalam mendukung kebiasaan makan yang lebih bergizi di kalangan anak-anak Gen Z, terutama dalam konteks Jakarta. Meskipun sebagian besar Gen Z sudah mulai menyadari pentingnya konsumsi makanan yang sehat, mereka tetap menghadapi tantangan besar terkait harga dan ketersediaan produk cemilan sehat yang sesuai dengan gaya hidup mereka yang dinamis. Perubahan perilaku makan yang lebih sehat dapat tercapai jika tantangan tersebut dapat diatasi, baik melalui inovasi dalam produk, pemasaran yang efektif, maupun kebijakan yang mendukung akses terhadap makanan sehat.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa selain faktor harga dan kemudahan akses, media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk kebiasaan makan Gen Z.



Platform seperti Instagram dan TikTok menjadi sarana yang efektif untuk mempromosikan cemilan sehat, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi pilihan mereka dalam memilih produk yang lebih bergizi. Selain itu, inovasi dalam kemasan dan rasa cemilan sehat menjadi faktor penting dalam menarik perhatian Gen Z, yang cenderung memilih produk yang praktis dan menarik, tanpa mengesampingkan aspek kesehatan.

Secara keseluruhan, meskipun ada tantangan dalam mengubah kebiasaan makan yang telah lama terbentuk, penelitian ini menunjukkan bahwa cemilan sehat memiliki potensi besar untuk menjadi bagian dari solusi dalam meningkatkan kualitas pola makan anak-anak Gen Z, serta mendukung pencapaian SDGs Goal 3 terkait kesehatan yang baik dan kesejahteraan. Ke depannya, pengembangan cemilan sehat yang lebih terjangkau dan mudah dijangkau, bersama dengan pemanfaatan media sosial untuk edukasi, akan menjadi kunci dalam mendorong perubahan positif dalam pola makan Gen Z.

SARAN

Penelitian ini memberikan wawasan yang berguna mengenai pola makan Gen Z dan peran cemilan sehat dalam mendukung kebiasaan makan yang lebih bergizi. Namun, penelitian ini hanya mencakup Gen Z di Jakarta, sehingga saran pertama bagi peneliti selanjutnya adalah untuk memperluas cakupan penelitian ke wilayah yang lebih beragam di Indonesia, termasuk kota-kota kecil dan daerah pedesaan. Dengan demikian, dapat diperoleh perspektif yang lebih luas mengenai perbedaan kebiasaan makan antara anak-anak Gen Z di berbagai lokasi yang memiliki karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya yang berbeda. Misalnya, di daerah dengan akses terbatas terhadap cemilan sehat dan tingkat pendapatan yang lebih rendah, pola makan mereka bisa berbeda jauh, dan tantangan yang dihadapi dalam mengonsumsi makanan sehat bisa lebih besar.

Selain itu, penelitian lebih lanjut bisa mengkaji faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap kebiasaan makan Gen Z, seperti faktor psikologis, pendidikan keluarga, dan pengaruh media sosial yang semakin besar. Sebagai contoh, stres, tekanan sosial, atau pengaruh teman sebaya dapat berperan dalam pola makan anak-anak muda, dan hal ini belum banyak dieksplorasi dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya dapat menggali lebih dalam mengenai pengaruh psikologis atau emosi terhadap pilihan makanan Gen Z, serta bagaimana mereka mengelola pilihan makanan dalam situasi sosial tertentu. Peneliti juga dapat melakukan studi longitudinal untuk memahami perubahan kebiasaan makan Gen Z seiring berjalannya waktu, serta dampak dari kebiasaan makan yang buruk terhadap kesehatan mereka dalam jangka panjang.

Penelitian lebih lanjut juga dapat fokus pada pemanfaatan media sosial sebagai saluran pemasaran dan edukasi. Penelitian Juanta et al. (2025) menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk kebiasaan makan Gen Z. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi lebih jauh bagaimana produsen dapat memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk mempromosikan cemilan sehat dan mengedukasi Gen Z mengenai manfaatnya. Penelitian ini dapat fokus pada efektivitas berbagai jenis kampanye media sosial dalam mendorong perilaku makan sehat.

Untuk lokasi penelitian, meskipun Jakarta sudah merupakan pusat penelitian yang relevan, penting untuk memperluas penelitian ke daerah-daerah dengan akses terbatas terhadap produk cemilan sehat. Penelitian di kota-kota kecil atau daerah pedesaan akan memberikan wawasan tambahan mengenai tantangan yang dihadapi oleh Gen Z di daerah yang kurang berkembang, baik dalam hal aksesibilitas maupun harga produk sehat. Temuan dari penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang tantangan yang ada, serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan pola makan di wilayah-wilayah tersebut.

Selain itu, karena Jakarta menjadi kota yang kaya akan keberagaman dan memiliki akses yang lebih baik terhadap pilihan makanan sehat, disarankan untuk melakukan studi di kota-kota besar lainnya seperti Surabaya, Bandung, atau Medan. Penelitian di kota-kota besar ini dapat memperkaya pemahaman kita tentang kebiasaan makan Gen Z di Indonesia, serta memberikan wawasan mengenai bagaimana berbagai faktor lokal mempengaruhi pilihan makanan mereka. Di kota-kota besar, faktor media sosial dan pemasaran produk sehat sangat mempengaruhi pola makan anak muda, dan penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi hubungan ini lebih dalam.



Peneliti juga disarankan untuk memperhatikan peran kebijakan pemerintah dalam mendukung akses terhadap cemilan sehat. Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi bagaimana kebijakan harga, distribusi, dan regulasi yang lebih mendukung produk sehat dapat mendorong Gen Z untuk beralih ke cemilan yang lebih bergizi. Pemahaman tentang tantangan yang dihadapi dalam mengakses produk cemilan sehat di berbagai lokasi akan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana kebijakan dapat memfasilitasi perubahan pola makan yang lebih sehat di kalangan Gen Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh influencer social media terhadap keputusan pembelian konsumen generasi z di kota surabaya. *JURNAL SOSIAL Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2), 51–59.
- Amoah, N. (2024). *Assessing the sustainable food consumption behaviours of generation z across national cultures*.
- Araya, C., Corvalán, C., Cediel, G., Taillie, L. S., & Reyes, M. (2021). Ultra-processed food consumption among chilean preschoolers is associated with diets promoting non-communicable diseases. *Frontiers in Nutrition*, 8, 601526.
- Arenas-Gaitán, J., Peral-Peral, B., & Reina-Arroyo, J. (2022). Food-related lifestyles across generations. *British Food Journal*, 124(5), 1485–1501.
- Booth, A., Martyn-St James, M., Clowes, M., & Sutton, A. (2021). *Systematic approaches to a successful literature review*.
- Dominguez, L. J., Di Bella, G., Veronese, N., & Barbagallo, M. (2021). Impact of Mediterranean diet on chronic non-communicable diseases and longevity. *Nutrients*, 13(6), 2028.
- Firmansyah, M., Masrun, M., & Yudha S, I. D. K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(2), 156–159. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v3i2.46>
- Genady, M. A., & Michellita, C. (2021). Persepsi Generasi Z Terhadap Pengaruh Media Sosial dalam Intensi Pembelian Makanan Vegetarian ala Korea Pada Bisnis Rice Bowl In.yo. *Journal of Food and Culinary*, 4(1), 38. <https://doi.org/10.12928/jfc.v4i1.4128>
- Gosal, C. (2024). Analisis Dampak Estetika Katalog dan Tampilan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z. *Jurnal VICIDI*, 14(2 SE-Articles), 181–193. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v14i2.5224>
- Gowda, K. R., Agrawal, C., & Gulati, U. (2024). Millets! A Way to Good Health and Well-Being Among Gen Z. In *Millets: The Multi-Cereal Paradigm for Food Sustainability* (pp. 315–325). Springer.
- Halasi, S., Djordjević, M., Kiss, F., Šoronja-Simović, D., Maravić, N., Horvat, O., & Šaranović, Ž. (2021). Aligning nutrition knowledge and dietary habits of generation Z-is there a room for improvement? *Food and Feed Research*, 48(1), 41–55.
- Halicka, E., Kaczorowska, J., Rejman, K., & Plichta, M. (2025). Investigating the Consumer Choices of Gen Z: A Sustainable Food System Perspective. *Nutrients*, 17(3), 591.
- Hossain, M. A., Asa, L. A., Mitu, T. A., & Nisha, A. A. (2024). Food Choices of Gen-Z University Students in Bangladesh. *DIU Journal of Allied Health Sciences*, 11(1), 29–50.
- Juanta, P., Lim, O., Ferry, F., & Wijaya, D. (2025). Pengaruh Konten Media Sosial Edukasi Kesehatan terhadap Perubahan Perilaku Hidup Sehat pada Generasi Z. *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(1), 1–14.



- Kaylor, S. K., Allen, I., Crim, A. D., & Callihan, M. L. (2023). Calories and control: Eating habits, behaviors, and motivations of Generation Z females. *Journal of American College Health*, 71(8), 2578–2586.
- Priantiwi, T. N., & Abdurrahman, M. (2023). Analisis Konten Pembelajaran Bahasa Arab Pada Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 8(3), 1365–1371. <https://doi.org/10.29303/jipp.v8i3.1502>
- Priporas, C.-V., Vellore-Nagarajan, D., & Kamenidou, I. (2022). Stressful eating indulgence by generation Z: A cognitive conceptual framework of new age consumers' obesity. *European Journal of Marketing*, 56(11), 2978–3006.
- Raptou, E., Tsiami, A., Negro, G., Ghuriani, V., Baweja, P., Smaoui, S., & Varzakas, T. (2024). Gen Z's willingness to adopt plant-based diets: Empirical evidence from Greece, India, and the UK. *Foods*, 13(13), 2076.
- Sui, D., He, J., Liu, K., & Lv, X. (2024). Investigating the Impact of the Theory of Planned Behavior and Food Literacy on Green Food Purchasing Intentions Among Chinese Baby Boomers, Generation X, and Generation Y. *Sustainability*, 16(23), 10467.
- Testa, R., Rizzo, G., Schifani, G., Tinebra, I., Farina, V., Vella, F., & Migliore, G. (2023). Can dried fruits replace unhealthy snacking among millennials? an empirical study on dried fruit consumption in Italy. *Sustainability*, 15(9), 7083.
- Vears, D. F., & Gillam, L. (2022). Inductive content analysis: A guide for beginning qualitative researchers. *Focus on Health Professional Education: A Multi-Professional Journal*, 23(1), 111–127. <https://doi.org/10.11157/fohpe.v23i1.544>
- Zeren, H. Z., Bali, E. B., & Demir, H. (2023). Nutritional habits comparison of the baby boomer, X, Y, and Z generations located at a private college in Muğla, Türkiye. *Czech Journal of Food Sciences*, 41(6), 436.