

Hubungan Terpaan Kampanye *Food Waste* dan Sikap terhadap Perilaku Mengurangi Pembuangan Makanan dengan Minat Mengurangi Pembuangan Makanan

Rizky Annisa Ilmi

Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Email: annisailmi1603@gmail.com

Abstrak/Abstract

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan terpaan kampanye *food waste* dan sikap terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan dengan minat mengurangi pembuangan makanan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori motivasi proteksi dan *theory of planned behaviour*. Teknik sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* yaitu *Purposive Sampling*. Jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah 60 responden dengan karakteristik mahasiswa/i yang berdomisili di Kota Semarang berusia 18-24 tahun yang pernah mendengar, membaca, atau melihat kampanye tentang *food waste*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji korelasi Kendall's Tau B. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terpaan kampanye *food waste* (X1) dengan minat mengurangi pembuangan makanan (Y) tidak memiliki hubungan yang signifikan dimana nilai signifikansi yang dihasilkan setelah dilakukan pengujian analisis korelasi Kendall's Tau B yaitu sebesar 0,084. Pada hipotesis kedua menunjukkan terdapat hubungan yang sangat signifikan dan kuat antara sikap terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan (X2) dengan minat mengurangi pembuangan makanan (Y) dimana nilai signifikansi yang dihasilkan setelah dilakukan pengujian analisis korelasi Kendall's Tau B yaitu sebesar 0,000 dan memiliki nilai korelasi koefisien yang kuat sebesar 0,540.

Kata Kunci : *Terpaan Kampanye, Sikap Terhadap Perilaku, Minat Perilaku, dan Food Waste.*

The purpose of this study was to determine the correlation of food waste campaign exposure and attitude toward reduce wasting food behavior with interest to reduce wasting food. The theory used in this study is motivation protection theory and theory of planned behavior. The sample technique used is Non-Probability Sampling, namely Purposive Sampling. The number of samples discussed in this study were 60 respondents with college student characters domiciled in Semarang City aged 18-24 years old who have heard, read, or listened to campaign about food waste. Analysis of the data used in this study is the Kendall's Tau B correlation test. The results of the study show that the food waste campaign exposure (X1) with the interest to reduce wasting food (Y) doesn't have significant relationship where the significant values generated after testing with Kendall's Tau B correlation with SPSS are amounted to 0,084. The second hypothesis shows that there is a significant relationship between attitude toward reduce wasting food behavior (X2) with interest to reduce wasting food (Y) where the significant values generated after testing with Kendall's Tau B correlation with SPSS are amounted to 0,000 and have strong correlation coefficient where values was 0,540.

Keywords: Campaign Exposure, Attitude Toward Behavior, Behavioral Intention, Food Waste.

PENDAHULUAN

Food Waste atau sampah makanan merupakan permasalahan yang serius karena kebiasaan kita yang seringkali membuang-buang sisa makanan ternyata memiliki dampak yang cukup signifikan dari aspek lingkungan. Fakta yang didapat dari *Food and Agricultural Organization* (FAO) menyebutkan bahwa secara global, satu per tiga makanan yang diperkirakan totalnya adalah 1,3 miliar ton terbuang dengan sia-sia setiap tahunnya. Kemudian, data yang didapatkan dari UN *Environment* menunjukkan bila *food waste* dapat disandingkan dengan negara-negara yang ada di dunia hasilnya akan menjadi emitor gas rumah kaca terbesar ketiga setelah negara Tiongkok dan Amerika Serikat (<https://www.unenvironment.org/regions/north-america/regional-initiatives/minimizing-food-waste> Diakses pada 25 April 2019 Pukul 11:17 WIB).

Jessop, Sparks, dan Graham-Rowe (2014: 15) menjelaskan *food waste* berkontribusi menghasilkan gas metana dimana gas ini berpotensi sebagai gas rumah kaca, meningkatkan pemanasan global 34 kali lebih banyak dibandingkan dengan gas karbon dioksida, permintaan tinggi pada lahan pertanian yang harus membatat pohon-pohon di hutan, membuang-buang sumber persediaan air yang tersedia.

Tidak hanya dari aspek lingkungan, terdapat aspek lain yang dirugikan oleh

fenomena *food waste*. Jessop, Sparks, dan Graham-Rowe (2014:15) menjelaskan bahwa dari aspek sosial, *food waste* dapat menyebabkan terjadinya peningkatan harga pangan, makanan menjadi sulit untuk didapat terutama pada kaum miskin sehingga terjadinya gizi buruk. Sedangkan dari aspek ekonomi yaitu terjadinya pemborosan uang terutama bila makanan tersebut tidak dikonsumsi lalu dibuang begitu saja.

Dalam *Food Sustainability Index* (FSI) yang diterbitkan oleh *The Economist Intelligent Unit* (EIU) bersama *Barilla Center for Food and Nutrition Foundation* (BCFN), terdapat indikator *food loss and waste*. Indonesia mendapat peringkat kedua penghasil sampah makanan terbesar (300 kilogram makanan perorang setiap tahunnya), lebih baik daripada negara *United Emirat Arab* (UAE) dengan menghasilkan 427 kg sampah makanan per orang setiap tahunnya. (<https://tirto.id/makanan-di-indonesia-banyak-yang-membutuhkan-banyak-yang-membuang-cNob> diakses pada 16 April 2019 pukul 23:00). Padahal, dikutip dari Waste4Change, hampir 13 juta ton makanan yang terbuang di Indonesia setiap tahunnya bisa memberi makan sekitar 28 juta orang (Harian Kompas, 2019: 1).

Berbagai kampanye mengenai *food waste* terus dilakukan sebagai salah satu upaya untuk menggugah keinginan atau minat mengurangi pembuangan makanan, Penemuan penelitian yang berjudul

Knowledge and Perception of Food Waste among German Consumers oleh Graham-Rowe dkk (Richter, 2017: 17) menjelaskan bahwa informasi pada kampanye *food waste* terutama yang dapat memunculkan perasaan bersalah bisa menjadi salah satu usaha untuk menggerakkan minat seseorang untuk tidak membuang-buang makanannya.

Selain terpaan kampanye, terdapat faktor lain yang berhubungan dengan minat seseorang untuk mengurangi pembuangan makanan, yaitu pembentukan sikap dari orang itu sendiri. Fenomena sikap pada umumnya ada kaitannya dengan pengalaman-pengalaman masa lalu, situasi di saat sekarang, dan oleh harapan-harapan kita untuk masa mendatang bisa menjadi faktor yang menentukan seseorang untuk bisa menggugah minatnya untuk mengurangi kebiasaan membuang-buang makanan. Aspek sikap dianggap relevan dengan isu *food waste* sebagaimana seseorang seringkali merasa terganggu bila adanya sampah sisa makanan dan merasa bersalah jika membuang-buang makanan. Dalam jurnal berjudul *Predicting Food Waste Reduction Using an Extended Theory of Planned Behavior* oleh Graham-Rowe, Jessop, dan Sparks (2015: 199) menyimpulkan bahwa upaya untuk bisa menggerakkan minat seseorang mengurangi pembuangan makanan yang dihasilkan salah satunya dapat diprediksi oleh adanya keterlibatan sikap. Jadi, apabila seseorang telah memiliki sikap mendukung atau positif terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan, maka kemungkinan minat atau keinginan seseorang untuk mengurangi pembuangan makanannya akan semakin besar yang dapat mengarah kepada perilaku

tersebut sehingga sampah makanan yang dihasilkan juga berkurang.

Di Indonesia, berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh WWF Indonesia menunjukkan bahwa 91% masyarakat tidak memahami bahwa cara individu mengonsumsi, memproduksi, dan membuang makanan adalah ancaman terbesar bagi planet Bumi. Survei ini juga menemukan hal yang mengkhawatirkan di kalangan anak muda. 11% remaja berusia 18-24 tahun tidak menganggap kebiasaan membuang-buang makanan menimbulkan ancaman apa pun terhadap alam, sementara lebih dari 40% menganggap ancamannya kurang signifikan. Hanya kelompok masyarakat berusia di atas 55 tahun yang memiliki kesadaran yang lebih besar terhadap masalah ini (<https://www.wwf.or.id/?69282/Survei-WWF-91-Masyarakat-Tidak-Menyadari-Sistem-Pangan-Merupakan-Ancaman-Terbesar-Bagi-Alam#> Diakses pada 13 September 2019 pukul 13.14 WIB).

Mengajak dan merubah kebiasaan masyarakat untuk tidak membuang-buang makanannya memang bukan hal yang mudah karena masyarakat masih menganggap menyisakan makanan sudah menjadi kebiasaan yang dianggap lumrah untuk dilakukan dan masih menyepelekan makanan, sehingga penumpukan sampah makanan tetap tidak dapat terelakkan. Salah satu contohnya dapat dilihat di lingkungan Kantin Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Diponegoro Semarang yang pernah juga mengadakan kampanye tentang isu *food waste*. Hasil akhirnya hanya bisa menurunkan jumlah sampah makanan

menjadi 76,4 kg per minggunya (Manajemen Pemasaran Sosial, 2019). Artinya, meskipun telah diadakannya berbagai kampanye mengenai *food waste* baik yang masih berjalan hingga sampai saat ini maupun sudah selesai, masih ada orang-orang yang belum bisa merubah minat mereka untuk bisa mengurangi kebiasaan membuang-buang makanan yang dapat mengarah kepada perilaku nyata tersebut.

RUMUSAN MASALAH

Berbagai pihak telah menyelenggarakan kegiatan kampanye mengenai *food waste*, baik di media sosial, koran, *banner*, maupun televisi sebagai upaya untuk menekan jumlah sampah makanan yang semakin menumpuk dan memberikan edukasi kepada masyarakat akan adanya ancaman serius dari fenomena sampah makanan. Sikap yang dimiliki seseorang terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan juga diharapkan mampu mengubah minat untuk mengurangi pembuangan makanan. Fenomena sikap pada umumnya ada kaitannya dengan pengalaman-pengalaman masa lalu, situasi di saat sekarang, dan oleh harapan-harapan kita untuk masa mendatang bisa menjadi faktor yang menentukan seseorang untuk bisa menggugah minatnya untuk mengurangi kebiasaan membuang-buang makanan.

Namun kenyataannya, masih banyak yang belum bisa mengindahkan pesan dan dampak terhadap sampah makanan. Hal ini dilihat dari jumlah sampah makanan yang dapat dihasilkan setiap minggunya di Kantin Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Kegiatan kampanye mengenai *food waste* yang telah diselenggarakan oleh berbagai pihak dan pembentukan sikap terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan diharapkan dapat membentuk minat untuk mengurangi pembuangan makanan, namun kondisi yang terjadi masih banyak yang membuang-buang makanan yang dikonsumsinya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut: “Apakah terpaan kampanye *food waste* dan sikap terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan berhubungan dengan minat mengurangi pembuangan makanan?”

TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui hubungan terpaan kampanye *food waste* dengan minat mengurangi pembuangan makanan.
2. Mengetahui hubungan sikap terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan dengan minat mengurangi pembuangan makanan.

KERANGKA TEORI

Untuk menjelaskan hubungan terpaan kampanye *food waste* dengan minat mengurangi pembuangan makanan maka akan digunakan *Protection Motivation Theory*.

Protection Motivation Theory atau dalam Bahasa Indonesianya teori motivasi proteksi dikembangkan oleh Floyd, Prentice-Dunn, dan Rogers untuk menjelaskan efek *fear appeals* pada sikap dan perilaku kesehatan. Komunikasi *fear*

arousing (yang memunculkan rasa takut) memiliki dampak yang signifikan pada perubahan perilaku. Sebuah analisis pada studi komunikasi *fear arousing* menunjukkan bahwa kenaikan tingkat penilaian ketakutan terhadap suatu isu atau peristiwa secara konsisten menghasilkan peningkatan penerimaan pada perilaku adaptif yang direkomendasikan atau minat berperilaku (Floyd, Prentice-Dunn, & Rogers, 2000: 409).

Untuk menjelaskan hubungan sikap terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan dengan minat mengurangi pembuangan makanan maka akan digunakan *Theory of Planned Behavior*.

Theory of Planned Behavior merupakan perluasan dari *Theory of Reasoned Action* yang dikemukakan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang akan muncul karena adanya niat untuk berperilaku. *Theory of Planned Behavior* dikhususkan pada perilaku spesifik seseorang dan untuk semua perilaku secara umum. Minat seseorang untuk berperilaku dapat diprediksi oleh tiga hal yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi pengendalian diri (*perceived behavioral control*). *Attitude toward behavior* merupakan tingkatan mengenai positif atau negatifnya terhadap suatu perilaku tertentu. *Subjective norms* merupakan persepsi seseorang mengenai tuntutan dari orang lain yang dianggap penting baginya untuk bersedia menampilkan atau tidak menampilkan suatu perilaku tertentu sesuai dengan tuntutan. *Perceived behavioral control* adalah persepsi seseorang

mengenai mudah atau tidaknya untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen, dalam Wikamorys & Rochmach, 2017: 33-34).

HIPOTESIS

Adapun hipotesis yang peneliti ajukan adalah sebagai berikut:

H₁: Terdapat hubungan positif terpaan kampanye *food waste* dengan minat mengurangi pembuangan makanan.

H₂: Terdapat hubungan positif sikap terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan dengan minat mengurangi pembuangan makanan.

DEFINISI KONSEPTUAL DAN OPERASIONAL

Definisi Konseptual

Terpaan Kampanye *Food Waste*

Terpaan kampanye *food waste* adalah kegiatan mendengar, melihat, dan membaca isi pesan atau informasi yang ada di media, dalam hal ini pesan atau informasi yang dimaksud adalah pesan yang terdapat dalam kampanye *food waste*.

Sikap terhadap Perilaku Mengurangi Pembuangan Makanan

Sikap adalah satu predisposisi atau kecenderungan yang relatif stabil dan berlangsung terus-menerus untuk bertingkah laku atau mereaksi dengan satu cara tertentu terhadap pribadi lain, objek, lembaga, atau persoalan tertentu baik itu merespon secara positif atau negatif, maupun mendukung (*favourable*) atau tidak mendukung (*unfavourable*) dengan melibatkan komponen kognitif, afektif, dan konatif.

Minat Mengurangi Pembuangan Makanan

Minat mengurangi pembuangan makanan adalah keinginan seseorang untuk melakukan perilaku untuk tidak membuang-buang makanan dalam rangka mencapai tujuan dan suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.

Definisi Operasional

Terpaan Kampanye *Food Waste*

Indikatornya adalah:

1. Jumlah Media:
 - a. Menyebutkan berbagai macam media yang menerpa terkait dengan informasi yang dilihat.
2. Isi Pesan:
 - a. Menyebutkan isi pesan yang disampaikan dalam kampanye *food waste*.
 - b. Menyebutkan dampak-dampak yang ditimbulkan oleh *food waste*.
 - c. Menyebutkan cara yang dapat dilakukan untuk mengurangi *food waste*.

Sikap terhadap Perilaku Mengurangi Pembuangan Makanan

Indikatornya adalah:

1. Kognitif: Kepercayaan dan opini seseorang mengenai apa yang benar bagi objek sikap.
 - a. Responden percaya bahwa perilaku membuang-buang makanan memberikan dampak terhadap aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi.
 - b. Responden berpendapat bahwa perilaku membuang-buang makanan adalah kebiasaan yang perlu diubah oleh setiap orang.

2. Afektif: Komponen yang berhubungan dengan perasaan senang atau tidak, positif atau negatif terhadap objek sikap dan menyangkut dengan masalah emosi.
 - a. Perasaan bersalah yang muncul dari responden bila membuang-buang makanannya.
3. Konatif: Komponen yang berhubungan dengan kecenderungan untuk bertindak atau untuk bereaksi terhadap sesuatu dengan cara-cara tertentu.
 - a. Responden berusaha untuk mengurangi kebiasaan membuang-buang makanan dalam waktu satu minggu terakhir.

Minat Mengurangi Pembuangan Makanan

Indikatornya adalah:

1. Preferensi
Responden lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya.
2. *Benefit*
Responden melihat bahwa perilaku tersebut menguntungkan dirinya.
3. *Participation*
Dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas.
4. Kemauan untuk Mencoba
Seberapa besar usaha seseorang memiliki kemauan untuk mencoba.
5. Usaha untuk bisa menerapkan.
Seberapa banyak usaha yang dimiliki untuk bisa menerapkan hal tersebut kepada suatu perilaku.
6. Merencanakan atau berniat
Rencana untuk melakukan perilaku spesifik.

METODA PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatori yang menjelaskan adanya hubungan antara variabel dengan menguji hipotesis yang sudah dirumuskan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen, yakni terpaan kampanye *food waste* (X1) dan sikap terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan (X2) Sedangkan variabel dependen dari penelitian ini adalah minat mengurangi pembuangan makanan (Y).

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i berusia 18-24 tahun di Kota Semarang yang pernah melihat atau mendengar atau membaca kampanye tentang *food waste*. Dari kriteria populasi tersebut, jumlah populasi tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, artinya tidak semua unit populasi memiliki kesempatan untuk dijadikan sampel penelitian (Bungin,2005: 119). *Sampling* yang dipilih adalah *purposive sampling* dimana teknik penentuan sampelnya dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015: 85). Dalam penelitian ini, pertimbangan tersebut adalah orang-orang yang telah memenuhi kriteria yang telah disebutkan sebelumnya..

Jumlah sampel yang akan diambil oleh peneliti yaitu sejumlah 60 responden. Sugiyono (2010: 91) menjelaskan ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

ALAT DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang berisi daftar pertanyaan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah *interview*. Teknik ini dilakukan kepada orang-orang yang memenuhi kriteria sampel sebanyak 60 orang.

ANALISIS DATA

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan uji statistika menggunakan analisis Kendall's Tau b. *Kendall's Tau b* digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel independent dengan variabel dependen. Analisis *Kendall's Tau_b* digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antar variabel yang datanya berbentuk ordinal.

PEMBAHASAN

Hubungan Terpaan Kampanye *Food Waste* Dengan Minat Mengurangi Pembuangan Makanan

Berdasarkan pada hasil uji korelasi Kendall's Tau b menunjukkan bahwa terpaan kampanye *food waste* **tidak berhubungan** dengan minat mengurangi pembuangan makanan, hal ini terbukti dengan **nilai signifikansi berada pada nilai $0,084 \geq 0,05$** , maka hipotesis pertama (H1) **ditolak**. Hasil dari penelitian ini juga tidak sesuai dengan teori motivasi proteksi yang dikemukakan oleh Donna L. Floyd, Steven Prentice-Dunn dan Ronald W. Rogers dalam jurnalnya yang berjudul *A Meta-Analysis of Research on Protection Motivation Theory* (2000: 409).

Teori ini berasumsi bahwa komunikasi *fear arousing* (yang membangkitkan rasa takut) memiliki dampak yang signifikan pada perubahan perilaku. Sebuah analisis pada studi komunikasi *fear arousing* menunjukkan bahwa kenaikan tingkat penilaian ketakutan terhadap suatu isu atau peristiwa dari pesan yang disampaikan secara konsisten menghasilkan peningkatan penerimaan pada perilaku adaptif yang direkomendasikan atau minat perilaku yang direkomendasikan (Floyd, Prentice-Dunn, & Rogers, 2000: 409). Namun dalam penelitian ini, hal tersebut tidak terbukti. Hal tersebut dapat menandakan bahwa khalayak tidak mendapatkan gambaran yang menakutkan mengenai isu *food waste* dan memotivasi mereka untuk memproteksi dirinya dari bahaya yang disebabkan oleh sampah makanan sehingga tidak mendorong minat mereka untuk mengurangi pembuangan makanan.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Icek Ajzen (1991: 188), teori ini dapat digunakan untuk memberikan gambaran perilaku individu yang spesifik, diasumsikan bahwa suatu minat perilaku individu yang spesifik dapat dibentuk oleh beberapa faktor, salah satunya adalah *subjective norm* atau kepercayaan individu terhadap orang-orang terdekatnya. Ketika orang-orang terdekat individu mendukung, menuntut melakukan perilaku tersebut, memiliki informasi, dan individu memiliki kepercayaan yang kuat terhadap orang-orang terdekatnya, maka minat individu untuk melakukan suatu perilaku spesifik juga akan semakin kuat.

Dalam konteks penelitian ini, munculnya perilaku individu untuk mengurangi pembuangan makanan dikarenakan adanya minat individu untuk mengurangi pembuangan makanan, dan minat tersebut dapat muncul karena adanya kepercayaan dari orang-orang terdekatnya. Ketika orang-orang terdekat individu memiliki informasi mengenai isu *food waste*, menuntut melakukan perilaku mengurangi pembuangan makanan, dan individu memiliki kepercayaan yang kuat dengan orang-orang terdekatnya, maka minat individu untuk mengurangi pembuangan makanan juga akan semakin kuat.

Hal ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Nikolaus, Richardson, dan Ellison dalam jurnal berjudul *Wasted Food: a Qualitative Study of U.S. Young Adults Perceptions, Beliefs, and Behaviors* (2018: 75) yang menjelaskan menjelaskan salah satu faktor yang membentuk perilaku seseorang untuk mengurangi pembuangan makanannya adalah dengan keterlibatan perilaku dan mendapatkan informasi dari orang-orang terdekatnya mengenai isu *food waste* dimana orang-orang terdekatnya ini bisa dari teman maupun anggota keluarga. Apabila orang-orang terdekat ini juga mendorong individu untuk selalu menghabiskan makanannya terbentuklah minat untuk mengonsumsi makanan sampai dihabiskan.

Hubungan Sikap Terhadap Perilaku Mengurangi Pembuangan Makanan Dengan Minat Mengurangi Pembuangan Makanan

Berdasarkan pada hasil uji korelasi Kendall's Tau b menunjukkan bahwa sikap

terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan **berhubungan** dengan minat mengurangi pembuangan makanan, hal ini terbukti dengan **nilai signifikansi berada pada nilai 0,000 \leq 0,01**. Hal ini sejalan dengan *theory of planned behavior* yang digunakan untuk menjelaskan hubungan sikap terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan dengan minat mengurangi pembuangan makanan yang berasumsi bahwa perilaku seseorang muncul karena adanya minat untuk berperilaku dimana minat seseorang terhadap perilaku dapat diprediksi oleh beberapa faktor, salah satunya sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*). Ketika seseorang membentuk sikap yang positif terhadap suatu perilaku, maka semakin kuat juga minat seseorang untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen. 1991: 188).

Pada penelitian ini responden menunjukkan bahwa mereka memiliki sikap yang positif terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan. Hal tersebut digambarkan dari bagaimana individu meyakini bahwa perilaku membuang-buang makanan dapat memberikan dampak negatif dari berbagai aspek seperti lingkungan, sosial, ekonomi dan merasa bersalah bila membuang-buang makanan. Sehingga ketika responden memiliki sikap positif terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan, maka akan semakin kuat minat responden untuk melakukan perilaku mengurangi pembuangan makanan, begitupun sebaliknya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *theory of planned behavior* terbukti dapat menghubungkan secara positif antara sikap terhadap perilaku mengurangi pembuangan

makanan dengan minat mengurangi pembuangan makanan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian bab-bab sebelumnya serta mengenai pembahasan variabel terpaan kampanye *food waste* dan sikap terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan dengan minat mengurangi pembuangan makanan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan terpaan kampanye *food waste* (X1) dengan minat mengurangi pembuangan makanan (Y), dilihat dari hasil uji Kendall's Tau-B memiliki nilai signifikansi sebesar 0,084, dimana nilai tersebut melebihi standarisasi signifikansi 0,05. Dengan demikian hasil penelitian tidak signifikan atau tidak ada hubungan antara terpaan kampanye *food waste* (X1) dengan minat mengurangi pembuangan makanan (Y). Oleh karena itu, teori yang sebelumnya digunakan yaitu teori Motivasi Proteksi tidak relevan atau tidak mampu menjelaskan keterkaitan variabel terpaan kampanye dan minat perilaku dalam penelitian ini sehingga hipotesis 1 ditolak.
2. Sikap terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan (X2) berhubungan positif dengan minat mengurangi pembuangan makanan (Y), dilihat dari hasil uji Kendall's Tau-B memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dan koefisien korelasi bernilai 0,540. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara sikap terhadap perilaku mengurangi

pembuangan makanan dengan minat mengurangi pembuangan makanan, dengan tingkat keeratan korelasi yang tinggi. Dengan demikian, teori yang sebelumnya digunakan yaitu *theory of planned behavior* relevan dan bisa digunakan untuk menjelaskan keterkaitan antar variabel sikap terhadap perilaku dengan minat perilaku dan hipotesis 2 diterima.

SARAN

1. Berdasarkan simpulan yang ada pada butir pertama, peneliti menyarankan kepada pengelola kampanye *food waste* untuk tidak perlu mengusahakan aspek terpaan, karena tidak adanya hubungan terpaan baik yang tinggi maupun rendah dengan minat mengurangi pembuangan makanan. Salah satu yang mungkin dapat dilakukan adalah dengan melibatkan teman atau keluarga yang dianggap sebagai orang-orang terdekat individu sesuai dengan asumsi *Theory of Planned Behavior*.
2. Sikap terhadap perilaku mengurangi pembuangan makanan memiliki hubungan dengan minat mengurangi pembuangan makanan. Maka dari itu peneliti menyarankan kepada pengelola kampanye *food waste* untuk merancang pesan yang bersifat rasional seperti dengan menyajikan data yang faktual dan informatif mengenai isu *food waste* serta dapat memunculkan perasaan emosional audiens.
3. Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan kembali *theory of planned*

behavior dengan mengkaji variabel lain selain sikap terhadap perilaku, yaitu norma subjektif (*subjective norm*) dan persepsi pengendalian diri (*perceived behavioral control*) karena keterbatasan dari penelitian ini adalah peneliti hanya menggunakan faktor sikap terhadap perilaku dari *theory of planned behavior*.

DAFTAR PUSTAKA.

Buku:

- Azwar, Saifuddin. (2011). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya* (2 ed). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (2 ed). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Chaplin, J.P. (2011). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mowen, J.C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jild 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Buku 1* (9 ed). Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya..* Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Tubbs, S. L., Moss, S. (2001). *Human Communication Prinsip-Prinsip Dasar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Venus, A. (2009). *Manajemen Kampanye Panduan Teoretis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Koran:

Harian Kompas. (2019). *Makanan Berlebih: Jangan Buang-Buang*

Makananmu. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.

Jurnal:

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), 179–211.

C.Jessop, D., Sparks, P., & Graham-Rowe, E. (2014). Identifying motivations and barriers to minimising household food waste. *Resources, Conservation and Recycling*, 84, 15–23.

Floyd, D. L., Prentice-Dunn, S., & Rogers, R. W. (2000). A Meta-Analysis of Research on Protection Motivation Theory. *Journal of Applied Social Psychology*, 30(2), 407–429.

Graham-Rowe, E., Jessop, D. C., & Sparks, P. (2015). Predicting household food waste reduction using an extended theory of planned behaviour. *Resources, Conservation and Recycling*, 101, 194–202.

Neff, R. A., Spiker, M. L., & Truant, P. L. (2015). Wasted food: U.S. consumers' reported awareness, attitudes, and behaviors. *PLoS ONE*, 10(6), 1–16.

Nikolaus, C. J., Nickols-Richardson, S. M., & Ellison, B. (2018). Wasted food: A qualitative study of U.S.

young adults' perceptions, beliefs and behaviors. *Appetite*, 130(August 2017).

Richter, B. (2017). Knowledge and perception of food waste among German consumers. *Journal of Cleaner Production*, 166, 641–648.

Wikamorys, D. A., & Rochmach, T.N. (2017). Aplikasi Theory of Planned Behavior dalam Membangkitkan Niat Pasien untuk Melakukan Operasi Katarak. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 5(1), 32-40.

Internet:

Food Loss and Food Waste. Dalam <http://www.fao.org/food-loss-and-food-waste/en/> Diakses pada 16 April 2019 pukul 20:43 WIB.

Makanan di Indonesia: Banyak yang Membutuhkan, Banyak yang Membuang. (2018). Dalam <https://tirto.id/makanan-di-indonesia-banyak-yang-membutuhkan-banyak-yang-membuang-cNob> Diakses pada 16 April 2019 pukul 23:00 WIB.

Minimizing Food Waste. (2019). Dalam <https://www.unenvironment.org/regions/north-america/regional-initiatives/minimizing-food-waste> Diakses pada 25 April 2019 Pukul 11:17 WIB

Timbulan Sampah Nasional Capai 64 Juta Ton Per Tahun. (2019). Dalam <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190221/99/891611/timbulan-sampah-nasional-capai-64-juta-ton-per-tahun> Diakses pada 25 April 2019 pukul 20:13 WIB.

Gifood Tak Sekadar Platform Berbagi Makanan. (2018). Dalam <http://wargajogja.net/lingkungan/gifood-tak-sekadar-platform-berbagi-makanan.html> Diakses pada 25 Mei 2019 pukul 23.35 WIB.

Survei WWF: 91% Masyarakat Tidak Menyadari Sistem Pangan Merupakan Ancaman Terbesar Bagi Alam. (2018). Dalam <https://www.wwf.or.id/?69282/Survei-WWF-91-Masyarakat-Tidak-Menyadari-Sistem-Pangan-Merupakan-Ancaman-Terbesar-Bagi-Alam#> Diakses pada 13 September 2019 pukul 13.14 WIB

Laporan Penelitian:

Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2013). Food wastage footprint. *Laporan Penelitian*. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO).

Wahyono, S. (2017). Sampah Makanan. *Laporan Penelitian*. Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi.

Skripsi:

Febrianti, E. (2016). Hubungan Terpaan Kampanye dan Intensitas Komunikasi Significant Others dengan Sikap untuk Berhenti Merokok. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.

Hayati, R. (2019). Pengaruh terpaan kampanye #2019GantiPresiden di media sosial dan persepsi masyarakat tentang program kerja pasangan capres Prabowo Sandi terhadap minat memilih Prabowo Sandi pada pilpres 2019 di Sumatera Barat. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.

Prasanti, A. D. (2018). Pengaruh Awareness Promosi Kesehatan dan Intensitas Word of Mouth Terhadap Minat Melakukan Vaksinasi Kanker Serviks pada Mahasiswi Bidang Kesehatan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.