

# **PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL, TINGKAT KESADARAN LINGKUNGAN, DAN NORMA SUBJEKTIF TERHADAP NIAT MENGURANGI *FOOD WASTE BEHAVIOR* PADA MAHASISWA DI KOTA SEMARANG**

**A. Dechristma Erlia Rendianita, Agus Naryoso**  
[agnes.dechristma00@gmail.com](mailto:agnes.dechristma00@gmail.com)

**Departemen Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

Jl Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407

Faksimile (024) 7465405 Laman: <https://fisip.undip.ac.id/> Email: [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

## ***ABSTRACT***

*Indonesia produces the highest amount of food waste in Southeast Asia. This issue is particularly concerning among Generation Z, who dominate the student population today and have a relatively low level of awareness regarding the impact of food waste. Semarang has been recorded as the city with the highest amount of food waste compared to other cities in Central Java. This study aims to analyze the influence of social media exposure, environmental awareness, and subjective norms on the intention to reduce food waste behavior among students in Semarang City. The theories used in this research are the Theory of Reasoned Action and Stimulus–Organism–Response. This study employs a convenience sampling technique with a total sample of 100 respondents. The results of the study show that environmental awareness and subjective norms positively influence the intention to reduce food waste behavior. In other words, the greater the influence of environmental awareness and subjective norms, the stronger the intention to reduce food waste behavior. These findings confirm that the Theory of Reasoned Action remains relevant in explaining these variables among student respondents. However, the Stimulus–Organism–Response Theory was found not to have a significant positive effect on students' intention to reduce food waste behavior. This is evident from the study results, which confirm that there is no significant relationship between social media exposure and the intention to reduce food waste behavior. This indicates that merely viewing food waste-related content on social media is not sufficient to generate an intention to reduce food waste. Therefore, the intention to reduce food waste behavior should be examined through variables beyond this study.*

***Keywords: food waste behavior, environmental awareness level, social media exposure, subjective norms***

## ABSTRAK

Indonesia menghasilkan sampah makanan terbanyak di Asia Tenggara. Hal tersebut sangat memprihatinkan terlebih lagi di kalangan generasi Z yang mendominasi populasi mahasiswa saat ini memiliki tingkat kesadaran yang masih rendah terhadap dampak *food waste*. Semarang tercatat memiliki jumlah sampah makanan paling banyak dibandingkan kota lain di Jawa Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara terpapar media sosial, tingkat kesadaran lingkungan, dan norma subjektif terhadap niat mengurangi *food waste behavior* pada mahasiswa di Kota Semarang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini *Theory of Reasoned Action* dan *Stimulus – Organism – Response*. Penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis tingkat kesadaran lingkungan dan norma subjektif terbukti memiliki pengaruh positif terhadap niat mengurangi *food waste behavior*. Artinya, semakin besar pengaruh tingkat kesadaran lingkungan dan norma subjektif maka niat untuk mengurangi *food waste behavior* akan semakin besar. Temuan ini menunjukkan bahwa *Theory of Reasoned Action* masih relevan untuk menjelaskan variabel tersebut pada responden mahasiswa. Namun ternyata Teori *Stimulus – Organism – Response* tidak terbukti memberikan pengaruh positif terhadap niat mengurangi *food waste behavior* pada kalangan mahasiswa Semarang, hal ini dilihat dari hasil penelitian yang mengkonfirmasi bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel terpapar media sosial dengan niat mengurangi *food waste behavior*. Artinya untuk memunculkan niat mengurangi *food waste behavior* tidak dapat hanya dengan melihat konten mengenai *food waste* yang ada di media sosial. Maka dari itu niat mengurangi *food waste behavior* dapat dilihat melalui variabel di luar penelitian.

**Kata kunci:** *food waste behavior*, tingkat kesadaran lingkungan, terpapar media sosial, norma subjektif

## PENDAHULUAN

Isu lingkungan hidup kini sudah menjadi perhatian serius bagi negara di seluruh dunia. Salah satu permasalahan lingkungan hidup yang terjadi yaitu adanya pemanasan global. Masyarakat umumnya mengetahui pemanasan global disebabkan oleh gas kendaraan bermotor, pembakaran bahan bakar fosil dari pabrik manufaktur serta industri, dan penggundulan hutan. Namun jarang diketahui bahwa sampah makanan juga dapat menyumbang gas CO<sub>2</sub> yang menyebabkan pemanasan global. Terkait dengan hal tersebut, hasil survei

yang telah diselenggarakan oleh Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Airlangga menunjukkan bahwa sebanyak 62% orang tidak menyadari dampak lingkungan yang terjadi akibat dari limbah makanan (Latifatunisa, 2024). Pada tingkat ASEAN sampah makanan di Indonesia menduduki peringkat pertama. Setiap tahunnya sampah yang dihasilkan Indonesia dapat mencapai sebanyak 20,93 juta ton.

Dikutip dari CNBC Indonesia, sampah makanan paling banyak terbuang adalah sampah yang sudah sampai di tahap konsumsi. Data yang dihimpun oleh

Databoks bahwa sampah makanan paling banyak pada tahap konsumsi yang mana kisarannya mencapai 5 – 19 juta ton per tahun. Dari total sampah makanan terdapat 44% makanan yang masih layak konsumsi (Ahdiat, 2023).

Dalam isu lingkungan di atas, media sosial memiliki peran yang cukup penting untuk memberikan kesadaran akan bahayanya *food waste*. Yang mana hal itu dapat didukung oleh mayoritas penduduk Indonesia yang sudah menggunakan media sosial pada kehidupan sehari – hari mereka. Hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya masyarakat Indonesia telah aktif serta punyai akun media sosial yaitu sejumlah 49,9% atau 139 juta (We Are Social, 2024). Dengan banyaknya pengguna media sosial, maka masyarakat menjadi terbiasa mencari dan mendapatkan informasi dari media sosial sesuai dengan data yang telah dihimpun oleh Databoks yaitu sebanyak 73% masyarakat (Ahdiat, 2022).

Saat ini permasalahan sampah makanan yang meningkat di Indonesia tentunya berkaitan dengan norma sosial atau norma subjektif yang ada di masyarakat mengenai perilaku menyisakan makanan. Norma subjektif meliputi pada tekanan sosial dari masyarakat terhadap seseorang agar dilakukannya sesuatu atau tidak. Sejalan dengan Mahyarni (2013),

norma subjektif merupakan keyakinan normatif yang terkait dengan pandangan individu terhadap perilaku tertentu dan penilaian yang dinyatakan berdasarkan keterkaitan dengan kelompok referensi.

Isu *food waste* ini tidak hanya berkaitan dengan norma subjektif tetapi sangat erat dengan kesadaran lingkungan yang ada di masyarakat. Kesadaran lingkungan ini muncul umumnya dikarenakan adanya perubahan lingkungan hidup yang menuju ke arah kerusakan. Menurut Aomari (dalam Rasool dkk, 2021) menjelaskan bahwa saat ini konsumen sangat sadar akan perubahan iklim yang signifikan dan menerima serta membuat gerakan yang mendukung lingkungan.

Dikutip dari Goodstats, Indonesia menjadi negara paling peduli terhadap masalah lingkungan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil survei, sebanyak 92% masyarakat Indonesia setuju terhadap pernyataan bahwa dikemudian hari dapat terjadi bencana alam yang besar apabila tidak adanya perubahan dari kebiasaan. Dimana rata – rata negara lain yang setuju hanya sebanyak 80% (Yonatan, 2024).

Meskipun banyak masyarakat Indonesia yang sadar akan keadaan lingkungan negara saat ini yang menuju pada kerusakan, tetapi hanya sedikit yang menyadari bahwa *food waste* juga menyumbang pada kerusakan alam terutama

anak muda. Anak muda terutama mahasiswa berpotensi menghasilkan *food waste* dalam kesehariannya.

Berdasarkan fakta yang telah disebutkan, penelitian ini akan dilakukan terhadap mahasiswa di Semarang. Semarang selaku ibukota Jawa Tengah memiliki banyak mahasiswa, di antaranya banyak pula yang merantau di sini. Dilihat dari data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kota Semarang memiliki sampah makanan paling banyak dibandingkan kota di Jawa Tengah.

## KERANGKA TEORI

### Teori *stimulus, organism, response* (SOR)

Penelitian ini mengacu pada penggunaan teori *stimulus, organism, response* (S-O-R) untuk menjelaskan terpaan media sosial terhadap niat mengurangi *food waste behavior*. Teori ini dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelly pada tahun 1953, yang awalnya berasal dari psikologi yang kemudian diadopsi dalam ilmu komunikasi karena fokus utamanya adalah manusia. Hal tersebut dikarenakan mencakup berbagai komponen seperti opini, sikap, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi (Effendy, 2003).

Dalam studi ini menggunakan teori *stimulus, organism, response* (S-O-R) karena teori ini cocok untuk menjelaskan bagaimana pengaruh terpaan media sosial

terhadap niat mengurangi *food waste behavior* dan memiliki unsur – unsur yang sama sesuai dengan Fishber (2002) sebagai berikut:

#### 1. Pesan (*stimulus*)

Pesan menjadi sangat penting dalam komunikasi karena pesan ini menjadi stimuli atau rangsangan yang dilakukan oleh komunikator. Pada penelitian ini pesan atau rangsangan ini berupa konten – konten yang ada di media sosial mengenai *food waste behavior*.

#### 2. Komunikan (*organism*)

Komunikan adalah sebagai penerima pesan dari komunikator. Dalam penelitian ini komunikan adalah mahasiswa Semarang yang mengonsumsi konten – konten media sosial mengenai *food waste behavior*.

#### 3. Efek (*response*)

Efek atau respon yang dihasilkan adalah dampak dari komunikasi berupa perubahan sikap atau perilaku. Dalam penelitian ini efek yang diharapkan adalah adanya perubahan perilaku dan niat mahasiswa untuk mengurangi *food waste behavior*.

### **Theory of Reasoned Action (TRA)**

*Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bahwa niat seseorang dalam mengurangi *food waste* dipengaruhi oleh kesadaran lingkungan dan norma subjektif

(Fishbein & Ajzen). Teori ini menyoroiti bahwa perilaku didorong oleh kehendak pribadi dan faktor psikologis yang mendasarinya (Ajzen, 1985). Individu bertindak berdasarkan keinginannya untuk melakukan atau menghindari suatu perilaku tertentu (Ajzen & Fishbein, 1980 dalam Mahyarni, 2013).

Penelitian ini menggunakan *Theory of Resoned Action* (TRA) atau teori tindakan beralaskan karena memiliki variabel yang sama yaitu tingkat kesadaran lingkungan masuk ke dalam variabel sikap terhadap perilaku (*Attitude toward behavior*). Tingkat kesadaran lingkungan merupakan suatu sikap mental yang mencakup tingkat pengetahuan, kepedulian, dan tindakan pada lingkungan. Variabel kedua yang sama yaitu pada norma subjektif. Dimana kedua variabel tersebut dapat membuat seseorang melakukan sesuatu atau niat berperilaku yang mana semakin tinggi hasil pengukuran maka semakin intens perilaku dilakukan dan sebaliknya semakin rendah hasil pengukuran maka perilaku tersebut tidak dilakukan.

#### **HIPOTESIS**

H1 : Variabel terpaan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap variabel niat mengurangi *food waste behavior*.

H2 : Variabel tingkat kesadaran

lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap niat mengurangi variabel *food waste behavior*.

H3 : Variabel norma subjektif memiliki pengaruh positif terhadap variabel niat mengurangi *food waste behavior*.

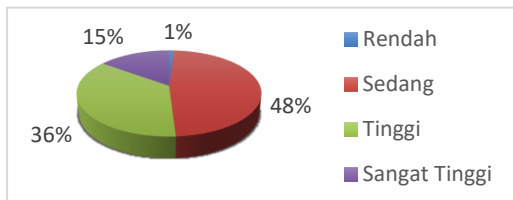
#### **METODE PENELITIAN**

Metode eksplanatori digunakan ke dalam penelitian ini dengan tujuan mengetahui pengaruh kausalitas antara variabel bebas dan variabel terikat. Penelitian ini memiliki tiga variabel bebas yaitu terpaan media sosial, tingkat kesadaran lingkungan dan norma subjektif, serta memiliki satu variabel terikat yaitu niat mengurangi *food waste behavior*. Penelitian ini menggunakan subjek yaitu mahasiswa di Kota Semarang dengan rentang usia 18 – 24 tahun berjumlah 100 responden.

Teknik *non-probability sampling* menjadi teknik yang digunakan dalam penelitian ini, lebih tepatnya *convenience sampling*. Teknik *non-probability sampling* merujuk pada cara pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang seragam bagi setiap sampel yang ada (Sugiyono, 2013). Teknik pengambilan sampel berikutnya adalah *convenience sampling* merujuk pada pengambilan sampel untuk mengumpulkan informasi dari anggota populasi yang tersedia dan mudah didapatkan (Sekaran & Bougie, 2016).

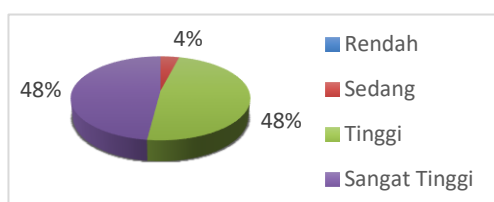
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kategorisasi Variabel Terpaan Media Sosial



Berlandaskan diagram hasil penilaian tersebut terlihat bahwa variabel terpaan media sosial berada dalam kategori 16 – 22. Jadi dapat disimpulkan bahwa terpaan media sosial yang di alami responden cenderung sedang. Hal tersebut berarti responden diterpa informasi mengenai *food waste* dari media sosial hanya beberapa kali dalam sebulan dengan durasi yang sebentar dan cenderung hanya memperhatikan isi konten sekilas saja.

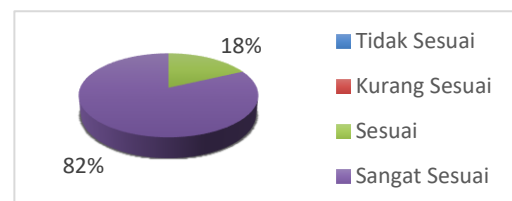
### Kategorisasi Variabel Tingkat Kesadaran Sosial



Berlandaskan diagram hasil penilaian tersebut terlihat bahwa variabel tingkat kesadaran lingkungan berada dalam kategori 33 – 42 dan 43 – 52. Hal tersebut dikarenakan jumlah responden yang mengisi kuesioner sama banyak pada dua kategori. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden memiliki keyakinan yang sangat

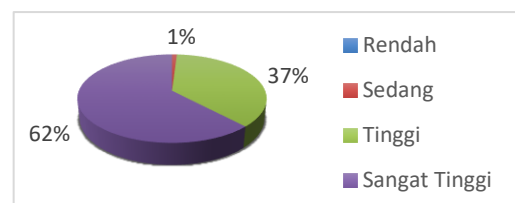
tinggi dalam memaknai lingkungan hidup, sikap positif, pengetahuan yang sangat tinggi yang dimiliki responden, dan responden turut aktif berpartisipasi terhadap isu – isu lingkungan hidup terutama yang berkaitan dengan *food waste*.

### Kategorisasi Variabel Norma Subjektif



Berlandaskan diagram hasil penilaian tersebut terlihat bahwa variabel norma subjektif berada dalam kategori 22 – 28. Jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku yang dilakukan oleh responden sangat sesuai dengan norma subjektif. Artinya, responden mendapatkan pengaruh dari orang terdekat dan pengaruh orang lain atau kelompok referensi yang sangat kuat.

### Kategorisasi Variabel Niat Mengurangi Food Waste Behavior



Berlandaskan diagram hasil penilaian tersebut terlihat bahwa variabel niat mengurangi *food waste behavior* berada dalam kategori 30 – 36. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden mempunyai

niat mengurangi *food waste behavior*. Artinya, responden memiliki niat yang sangat tinggi untuk tidak membuang makanan, mengatur rutinitas belanja makanan dengan bijak dan sesuai kebutuhan, serta memanfaatkan kembali sisa makanan agar layak dikonsumsi dan memanfaatkan stok bahan makanan yang tersisa.

### Hasil Uji Linier Berganda

#### Uji Signifikansi Simultan (Uji – F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	646.985	3	215.662	51.104	.000 <sup>b</sup>
	Residual	405.125	96	4.220		
	Total	1052.110	99			

Berdasarkan tabel di atas, hasil Uji F atau Uji Signifikansi Simultan mengemukakan nilai signifikansi yang diperoleh 0,000 artinya  $< 0,05$ , dengan nilai F mencapai 51,104. Temuan ini menguak pengujian yang dilakukan mempunyai tingkat signifikansi yang tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terpaan media sosial (X1), tingkat kesadaran lingkungan (X2), dan norma subjektif (X3) secara simultan berpengaruh terhadap niat mengurangi *food waste behavior* (Y).

#### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 <sup>a</sup>	.615	.603	2.054

Pada table tersebut menunjukkan bahwa nilai *adjusted R<sup>2</sup>* yaitu sebesar 0,603, artinya 60,3% variabel terpaan media sosial (X1), tingkat kesadaran lingkungan (X2), norma subjektif (X3) secara kolektif memiliki pengaruh moderat terhadap niat mengurangi *food waste behavior* (Y). Sisanya yaitu sebesar 39,7% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak ada dalam penelitian.

#### Uji t Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.429	2.156		2.054	.043
	Terpaan_Media_Sosial	.085	.053	.114	1.619	.109
	Tingkat_Kesadaran_Lingkungan	.214	.045	.371	4.801	.000
	Norma_Subjektif	.606	.082	.517	7.379	.000

Selaras dengan tabel di atas, berikut adalah kesimpulan yang dapat diperoleh:

- Nilai signifikansi untuk variabel Terpaan Media Sosial (X1) sebesar 0,109, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara Terpaan Media Sosial dan Niat Mengurangi *Food Waste Behavior*.
- Nilai signifikansi untuk variabel Tingkat Kesadaran Lingkungan (X2) sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Ini berarti bahwa Tingkat Kesadaran Lingkungan berpengaruh terhadap Niat Mengurangi *Food Waste Behavior*.
- Nilai signifikansi variabel Norma Subjektif (X3) tercatat sebesar 0,000,

yang juga lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Norma Subjektif memiliki pengaruh terhadap Niat Mengurangi *Food Waste Behavior*.

### Uji Analisis Linier Berganda

Berikut hasil uji analisis linier berganda :

- Pada model regresi dalam penelitian ini terdapat satu variabel independen yang menunjukkan hasil tidak signifikan dari tiga variabel bebas yaitu variabel Terpaan Media Sosial. Hal itu dapat dilihat dari probabilitas signifikansinya sebesar 0.109. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Niat Mengurangi *Food Waste Behavior* dipengaruhi oleh variabel lainnya dalam penelitian ini dengan persamaan :

$$Y = 0,214X_2 + 0,606X_3$$

- Nilai koefisien variabel Tingkat Kesadaran Lingkungan sebesar 0,214 dengan nilai positif, yang mengindikasikan adanya pengaruh positif antara pengetahuan hijau terhadap Niat Mengurangi *Food Waste Behavior*. Variabel ini memiliki pengaruh yang lebih kecil dibandingkan variabel Norma Subjektif. Secara logis, variabel kesadaran tidak mudah diukur

dan individu yang memiliki kesadaran belum tentu melakukan tindakan nyata.

- Nilai koefisien variabel Norma Subjektif sebesar 0,606 dengan nilai positif, yang mengindikasikan adanya pengaruh positif antara pengetahuan hijau terhadap Niat Mengurangi *Food Waste Behavior*. Pada penelitian ini variabel Norma Subjektif menjadi paling berpengaruh karena nilai koefisiennya yang paling tinggi. Secara logis, hal tersebut terjadi karena Norma Subjektif bersifat kolektif. Dimana pengaruh kolektif cenderung lebih kuat dalam mengarahkan perilaku individu.

### Konfirmasi Teoritik

Pada penelitian ini mengungkapkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara terpaan media sosial dengan niat mengurangi *food waste behavior*. Hasil ini menjadi temuan bahwa terpaan media sosial mengenai *food waste* saja tidak cukup mempengaruhi mahasiswa Semarang untuk memiliki niat mengurangi *food waste behavior*. Temuan ini selaras dengan Garbo (2023) dengan hasil variabel media sosial tidak berpengaruh terhadap minat mengurangi *food waste*. Ada faktor lain yang sangat penting dalam mengurangi *food waste* yaitu kontrol perilaku yang dirasakan individu (*percieved behavior control*) (Ozbuk, 2020), yang menunjukkan bahwa keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengelola makanan



berperan penting dalam menentukan perilaku *food waste*.

Dengan demikian, temuan ini menegaskan bahwa upaya mengurangi *food waste* tidak hanya bergantung pada terpaan media sosial, tapi pada berbagai faktor lain yaitu faktor individu dan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa teori *stimulus, organism, response* (S-O-R) tidak terbukti dalam penelitian ini.

Selanjutnya, penelitian ini mengeksplorasi pengaruh antara variabel independen Norma Subjektif dan Niat Mengurangi *Food Waste Behavior*. Hasil analisis menunjukkan bahwa Norma Subjektif memiliki pengaruh terhadap Niat Mengurangi *Food Waste Behavior*, sebagaimana dibuktikan oleh nilai signifikansi 0,000 yang berarti  $< 0,05$ . Hasil analisis koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) menunjukkan angka 0,603, yang berarti bahwa variabel X berkontribusi sebesar 60,3% terhadap variabel Y.

Hasil penelitian menunjukkan adanya kesesuaian antara data yang diperoleh dengan *Theory of Reasoned Action* (TRA). Teori ini menjelaskan perilaku individu di landaskan pada niat yang dipengaruhi oleh sikap individu dan pengaruh sosial atau norma subjektif (Ajzen, 1985). Pada penelitian ini niat mengurangi *food waste behavior*

dipengaruhi oleh tingkat kesadaran lingkungan dan norma subjektif.

## SIMPULAN

Berikut adalah kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya:

1. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa terpaan media sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat mengurangi *food waste behavior* pada mahasiswa di Kota Semarang. Hal ini mengindikasikan bahwa terpaan media sosial yang berisi konten – konten mengenai *food waste* tidak cukup membuat mahasiswa Semarang untuk sampai memiliki niat untuk mengurangi perilaku pemborosan atau membuang makanan yang masih layak. Melainkan lebih kepada faktor – faktor lain yaitu faktor dalam diri seseorang dan lingkungan.
2. Namun, tingkat kesadaran lingkungan dan norma subjektif terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat mahasiswa untuk mengurangi pemborosan makanan. Dapat diinterpretasikan bahwa mahasiswa Semarang memiliki niat mengurangi *food waste behavior* yang didukung dengan lingkungan terdekat seperti teman, keluarga, ataupun komunitas yang mendukung pengurangan pemborosan dan pembuangan sampah makanan yang

masih layak konsumsi. Selain itu, niat tersebut juga didukung dengan kesadaran tinggi yang dimiliki mahasiswa Semarang akan pentingnya menjaga lingkungan.

## **SARAN**

### **Teoritis**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel terpaan media sosial tidak berpengaruh terhadap niat mengurangi *food waste behavior*. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor lain sebagai variabel independen, seperti faktor dalam diri seseorang dan lingkungan nyata.

### **Praktis**

Saran praktis yang dapat diberikan oleh peneliti adalah diharapkan pemerintah mulai mengadakan kampanye nasional yang menyoroti pentingnya mengurangi *food waste* di berbagai sektor, termasuk rumah tangga, restoran, dan industri makanan. Selain itu, diperlukan penyediaan fasilitas yang mendukung redistribusi makanan berlebih ke komunitas yang membutuhkan, sehingga makanan yang masih layak konsumsi tidak terbuang sia-sia. Lantaran generasi muda seperti mahasiswa sudah memiliki niat untuk mengurangi *food waste behavior*. Langkah ini tidak hanya membantu mengurangi limbah makanan, tetapi juga berkontribusi dalam menanggulangi masalah kelaparan

dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap konsumsi pangan yang lebih bertanggung jawab.

### **Sosial**

Diharapkan masyarakat, khususnya mahasiswa, dapat lebih sadar akan dampak dari pemborosan makanan dan mulai menerapkan kebiasaan yang lebih bertanggung jawab dalam mengelola konsumsi pangan mereka. Selain itu, masyarakat diharapkan dapat lebih bijak dalam membeli, menyimpan, dan mengonsumsi makanan agar dapat meminimalkan limbah makanan serta berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahdiat, A. (2022). *Mayoritas Warga RI Cari Informasi di Media Sosial*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/07/mayoritas-warga-ri-cari-informasi-di-media-sosial>
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. Dalam *Action Control* (hlm. 11–39). Springer Berlin Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2)
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (R. Karyanti, Ed.; Revisi).

- Sambiosa Rekatama Media.
- Aschemann-Witzel, J., De Hooge, I., Amani, P., Bech-Larsen, T., & Oostindjer, M. (2015). Consumer-Related Food Waste: Causes and Potential for Action. *Sustainability*, 7(6), 6457–6477. <https://doi.org/10.3390/su7066457>
- Bhatti, S. H., Saleem, F., Zakariya, R., & Ahmad, A. (2023). The determinants of food waste behavior in young consumers in a developing country. *British Food Journal*, 125(6), 1953–1967. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2019-0450>
- Habib, M. D., Kaur, P., Sharma, V., & Talwar, S. (2023). Analyzing the food waste reduction intentions of UK households. A Value-Attitude-Behavior (VAB) theory perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75, 103486. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103486>
- IDN Research Institute. (2024). *INDONESIA GEN Z REPORT 2024*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., Tan, C. Tiong., Ang, S. Hoon., & Leong, S. Meng. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson Education Limited.
- Kristia, K., Kovács, S., & László, E. (2023). Food delivery platform and food waste: Deciphering the role of promotions, knowledge, and subjective norms among Indonesian generation Z. *Cleaner and Responsible Consumption*, 11. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100152>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana Prenada Media Group.
- Latifatunisa, A. (2024, Januari 11). *Sikap Masyarakat Mengenai Limbah Makanan*. FKM Universitas Airlangga. <https://fkm.unair.ac.id/sikap-masyarakat-mengenai-limbah-makanan/>
- Mahyarni, M. (2013). THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Mishal, A., Dubey, R., Gupta, O. K., & Luo, Z. (2017). Dynamics of environmental consciousness and green purchase behaviour: an empirical study. *International Journal of Climate Change Strategies and Management*, 9(5), 682–706. <https://doi.org/10.1108/IJCCSM-11-2016-0168>
- Mufrida, I. E. (2024, April 15). *Indonesia Penyumbang Sampah Sisa Makanan Terbesar di ASEAN*. Goodstats.
- Muhamad, N. (2024). *Indonesia Punya Durasi Main Media Sosial Terlama ke-9 di Dunia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/672c4e2686e3d/indonesia-punya-durasi-main-media-sosial-terlama-ke-9-di-dunia>
- Mulyadi, S., & Silvana, H. (2022). *Gunahumas Jurnal Kehumasan Terpaan Media Sosial dalam Minat Fashion dan Kepercayaan Diri Remaja*. 4(2), 10–20.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7 ed.).
- 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, 70–78. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.07.026>
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. ALFABETA.
- Tusan, A. R., Hadi, I. P., Prodi, D. B., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2019). *Pengaruh Terpaan Media Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya Pada Program Religi "Kata Ustadz Solmed" Di SCTV*.
- Wajon, E., Richter, J., & Dahl, M. (2019). *Students' Intention to Reduce Food Waste An approach with an extended version of the Theory of Planned Behavior*.
- We Are Social. (2024). *Special Report Digital 2024: Your Ultimate Guide to the Evolving*

*Digital* *World*.  
<https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>

Widyaningsih, D., & Herumurti, W. (2017). Pengaruh Budaya Makanan Cepat Saji terhadap Perilaku Pemborosan Makanan di Kalangan Generasi Muda. *Jurnal Gizi dan Pangan*, 12(3), 145-152.

Yonatan, A. Z. (2023, November 17). *Bagaimana Optimisme Anak Muda Terhadap Lingkungan?* Goodstats.

Yonatan, A. Z. (2024, Februari 5). *Riset Ipsos: Indonesia Jadi Negara Paling Peduli Masalah Lingkungan*. Goodstats. <https://goodstats.id/article/indonesia-jadi-negara-paling-peduli-masalah-lingkungan-4leRy>