

**PENGARUH SIKAP TERHADAP INFORMASI BAHAYA SAMPAH PLASTIK,
PERSEPSI MANFAAT, DAN NORMA SUBJEKTIF MENJAGA LINGKUNGAN
TERHADAP PERILAKU PENGGUNAAN KANTONG BELANJA *REUSABLE* PADA
REMAJA DI KOTA SEMARANG**

Nur Alifah, Nurist Surraya Ulfa

nuralifah.cv@gmail.com

Departemen Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 746407 Faksimile
(024) 746504 Laman: <https://fisip.undip.ac.id> / Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

The use of reusable shopping bags is an effort to tackle single-use plastic waste. Despite widespread information on plastic dangers, its usage remains high due to an instant culture. This study aims to determine the influence of attitude toward plastic waste danger information, perceived benefits, and subjective norms on the behavior of using reusable shopping bags among adolescents in Semarang City. Utilizing the Theory of Planned Behaviour (TPB). Explanatory quantitative method with purposive sampling of 100 adolescents (10-18 years). Data analysis using multiple linear regression. Results show that simultaneously, all three independent variables significantly influence the behavior of using reusable shopping bags ($\text{sig } 0.000 < 0.05$) with a contribution of 58.8%. Subjective norm is the most dominant factor. In conclusion, environmental campaigns need to focus on creating trends through peers and eco-influencers.

Keywords: Attitude, Perceived Benefits, Subjective Norm, Reusable Shopping Bags, TPB, Adolescents.

ASBTRAK

Penggunaan kantong belanja reusable adalah upaya menanggulangi sampah plastik sekali pakai. Meski informasi bahaya plastik meluas, penggunaannya tetap tinggi karena budaya instan. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh sikap terhadap informasi bahaya sampah plastik, persepsi manfaat, dan norma subjektif menjaga lingkungan terhadap perilaku penggunaan kantong belanja reusable pada remaja di Kota Semarang. Menggunakan Theory of Planned Behaviour (TPB). Metode kuantitatif eksplanatori dengan purposive sampling pada 100 remaja (10-18 tahun). Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil menunjukkan secara simultan ketiga variabel independen berpengaruh sangat signifikan terhadap perilaku penggunaan kantong belanja reusable ($\text{sig } 0,000 < 0,05$) dengan kontribusi 58,8%. Norma subjektif merupakan faktor paling dominan. Kesimpulannya, kampanye pelestarian lingkungan perlu menitikberatkan pada penciptaan tren melalui teman sebaya dan eco-influencer.

Kata Kunci: Sikap, Persepsi Manfaat, Norma Subjektif, Kantong Belanja Reusable, TPB, Remaja

PENDAHULUAN

Berdasarkan data World Bank (2024), terdapat ketimpangan besar antara presentase kesadaran masyarakat global (80%) dan orang-orang yang melakukan perubahan gaya hidup secara mendasar (25%). Sementara itu, di Indonesia menurut data Irawan dan Fitriani (2025) sebanyak 81,4% masyarakat Indonesia masih belum memiliki rasa kepedulian terhadap menjaga kelestarian lingkungan terutama yang berhubungan dengan timbunan sampah plastik. Berdasarkan data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) Indonesia menghasilkan kurang lebih 6,8 ton sampah plastik tiap tahunnya, yang mana lebih dari 60% dari sampah tersebut tidak didaur ulang. Edukasi masif yang dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup (DLH) di pusat perbelanjaan modern seperti Paragon Mall terbukti berhasil dengan persentase kepatuhan mencapai 75% (Vitaloka dkk., 2023). Partisipasi *eco-influencers* di Tiktok dan Instagram memberikan dampak kenaikan secara signifikan terhadap niat untuk menggunakan tas *reusable* melalui visualisasi dampak krisis di TPA Jatibarang (Faisal dkk, 2026).

Berdasarkan data dari oleh Agustina, Susanti, dan Rana (2024) menunjukkan ironi di mana banyak yang

menyatakan sangat khawatir terhadap sampah plastik (79%), namun yang sering memakai tas belanja sendiri sangat minim (33%). Angka yang begitu rendah ini berhubungan dengan pemantauan Dinas Lingkungan Hidup Kota Semarang (2024) yang mencatat sejak pemberlakuan Perwal No. 27/2019 volume sampah plastik dari kegiatan rumah tangga dan usaha kecil hanya mengalami penurunan sebesar 4,2%. Lalu berdasarkan studi Indirani dkk (2025), menunjukkan demi kenyamanan instan kelompok muda lebih memilih untuk membayar tarif tambahan untuk plastik sekali pakai seharga Rp200-Rp500 karena tidak signifikan terhadap keuangan mereka.

Pemilihan remaja sebagai sasaran utama penelitian ini berdasarkan hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Generasi Z (kelahiran 1997-2012, usia 14-29 tahun) merupakan kelompok usia dengan kontribusi pengguna internet paling dominan di Indonesia, yaitu sebesar 34,4% pada tahun 2024 (APJII, 2024) dan tetap menjadi kelompok generasi paling aktif pada tahun 2025 dengan kontribusi 25,54% (APJII, 2025). Dalam ekonomi digital, pengaruh remaja di wilayah perkotaan seperti Semarang cukup kuat karena rawan menghasilkan sampah plastik

sebagai pembungkus. *Eco-anxiety* pada anak muda cukup tinggi (72%), namun tetap menemukan kendala untuk melakukan implementasi nyata karena kurangnya edukasi yang menyentuh dukungan lingkungan sosial. Menurut Ajzen (1991), salah satu hal yang menjadi penentu utama niat berperilaku adalah sikap pro-lingkungan. Individu yang menyadari dampak buruk penggunaan plastik memiliki kemungkinan 3,5 kali lebih tinggi untuk mengimplementasikan penggunaan tas belanja *reusable* (Heidbreder et al., 2022). Hal lain yang mempengaruhi secara signifikan yaitu persepsi manfaat yang dijelaskan melalui materi yang disosialisasikan.. Hasil penelitian dari Febrita dkk (2025) menunjukkan remaja cenderung akan melakukan suatu kebijakan jika dinilai memberikan keuntungan pada mereka, seperti biaya yang lebih hemat dari kebijakan plastik berbayar atau emosi yang terpuaskan (*warm glow effect*). Selanjutnya ada norma subjektif yang menjadi faktor penentu ketiga. Norma subjektif dibentuk berdasarkan tekanan sosial dan edukasi komunitas. Norma ini merepresentasikan pendapat individu terhadap harapan sosial yang muncul dari sosialisasi yang dilakukan di komunitas. Penerimaan kelompok menjadi motivator

utama dalam budaya kolektif di Indonesia (Nurjanah & Sanjaya, 2026).

Penelitian ini digunakan untuk memetakan kekuatan pengaruh sikap, persepsi manfaat, dan norma subjektif dalam menciptakan perilaku penggunaan tas belanja *reusable* pada remaja di Semarang, dengan tujuan untuk menganalisis variabel mana yang paling berpengaruh dalam mengubah gaya hidup mereka. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sikap terhadap informasi bahaya sampah plastik (X1), persepsi manfaat (X2), dan norma subjektif (X3) terhadap perilaku penggunaan kantong belanja *reusable* (Y) pada remaja di Kota Semarang.

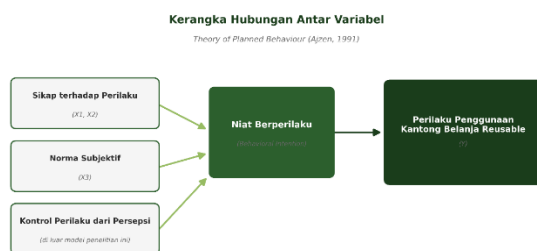
TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh sikap terhadap informasi bahaya sampah plastic, persepsi manfaat, dan norma subjektif menjaga lingkungan terhadap perilaku penggunaan kantong belanja *reusable* pada remaja khususnya di Kota Semarang.

KERANGKA TEORI

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah penyempurnaan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen (1991). Perbedaan utama dari teori sebelumnya yaitu penambahan “Kontrol

Perilaku Persepsi” (*Perceived Behavioral Control*), di mana menggambarkan bahwa perilaku manusia tidak hanya didasari oleh motivasi atau keinginan dari dalam diri individu. TPB berpegang pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk rasional di mana akan memproses informasi yang didapat terlebih dahulu secara sistematis sebelum melakukan suatu tindakan. Niat Berperilaku (*Behavioral Intention*) adalah pengaruh langsung yang diperkuat dalam teori ini. Terdapat 3 aspek utama pembentuk niat:



1. **Sikap terhadap Perilaku (*Attitude Toward Behavior*):** Tingkatan penilaian positif atau negatif seseorang terhadap suatu tindakan.
2. **Norma Subjektif (*Subjective Norm*):** Sudut pandang dari tekanan sosial dari orang-orang yang berpengaruh untuk melakukan suatu perilaku atau tidak.
3. **Kontrol Perilaku dari Persepsi (*Perceived Behavioral Control*):** Pendapat seseorang tentang tingkat kemudahan atau kesulitan yang didapat ketika melakukan suatu tindakan, yang

meliputi ada atau tidaknya sumber daya dan peluang.

HIPOTESIS PENELITIAN

H1: Terdapat pengaruh sikap terhadap informasi bahaya sampah plastik (X1), persepsi manfaat (X2), dan norma subjektif (X3) berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan kantong belanja *reusable* (Y) pada remaja di Semarang.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatori yang bertujuan untuk menjelaskan sebab-akibat dari suatu variabel. Penelitian ini menggunakan empat variabel, yaitu tiga variabel independen Sikap terhadap Informasi Bahaya Sampah Plastik (X1), Persepsi Manfaat (X2), dan Norma Subjektif Menjaga Lingkungan (X3), serta satu variabel dependen, yaitu Perilaku Penggunaan Kantong Belanja *Reusable* (Y).

Populasi

Remaja (10-18 tahun) yang berdomisili di Kota Semarang. Pertimbangan ini didasari oleh generasi ini merupakan *digital natives* yang banyak terpapar informasi bahaya sampah plastik di media sosial.

Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*, dengan jenis *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena peneliti tidak menemukan data lengkap mengenai daftar jumlah remaja di Kota Semarang sehingga teknik ini dinilai paling sesuai untuk pengambilan sampel.

Purposive sampling dinilai efektif dalam penelitian ini karena peneliti menetapkan kriteria tertentu terhadap subjek penelitian agar relevan dengan tujuan penelitian dan relevan dengan variable yang diteliti (Leinani, 2021).

Ukuran Sampel

Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 orang. Penentuan jumlah didasari oleh pendapat Roscoe yang mengemukakan bahwa rentang sampel yang dapat diterapkan dalam sebuah studi adalah 30 hingga 500 (Sugiyono, 2013).

Jenis dan Sumber Data

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban pengisian kuesioner oleh 100 responden, serta data sekunder sebagai informasi tambahan yang didapatkan dari buku, jurnal, internet, dan yang lainnya.

Alat dan Teknik Pengolahan Data

Kuesioner merupakan alat pengumpulan data primer dan *self administered* merupakan teknik

pengumpulan data yang digunakan di mana peneliti membagikan kuesioner yang berisi pertanyaan atau pernyataan kepada responden melalui google form dan akan dijawab oleh 100 responden. Selain itu, data sekunder pada penelitian ini didapatkan melalui referensi jurnal, buku, internet, dan yang lainnya.

Teknik Analisis Data

Penggunaan variabel independen dalam penelitian ini adalah lebih dari satu, sehingga analisis regresi linier berganda merupakan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini serta analisis data statistik dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Regresi Linier Berganda Pengetahuan Hijau, Norma Subjektif, Kepedulian Lingkungan terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2873,045	3	957,682	45,645	,000 ^b
	Residual	2014,195	96	20,981		
	Total	4887,240	99			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X2, Total_X1

Berdasarkan tabel di atas, hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) yang telah dilakukan memperlihatkan bahwa nilai signifikansi memiliki nilai sebesar 0,000 atau $< 0,05$ dan nilai F sebesar 45,645. Oleh

karena itu, dapat diartikan bahwa uji yang dilakukan sangat signifikan, dan dapat dikatakan bahwa sikap terhadap informasi bahaya sampah plastik (X1), persepsi manfaat (X2), dan norma subjektif menjaga lingkungan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap perilaku penggunaan kantong belanja *reusable* pada remaja di Kota Semarang (Y).

Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.767 ^a	.588	.575	4,58952	.588	45,645	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X2, Total_X1
b. Dependent Variable: Total_Y

Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa nilai R² adalah 0,588. Nilai R² ini merupakan hasil $0,767 \times 0,767 = 0,588$ (kuadrat koefisien relasi atau R). 0,588 merupakan adalah besaran nilai koefisien determinasi pada penelitian ini atau sama dengan 58,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel sikap terhadap informasi bahaya sampah plastik (X1), persepsi manfaat (X2), dan norma subjektif menjaga lingkungan (X3) memiliki pengaruh moderat terhadap variabel penggunaan kantong belanja *reusable* pada remaja di Kota Semarang (Y) sebesar 58,8%. Kemudian sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini sebesar 41,2%.

Uji t Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error					Tolerance	VIF
1	(Constant)	-12,073	4,595		-2,627	.010		
	Total_X1	.511	.184	.259	2,784	.006	.486	2,015
	Total_X2	.473	.142	.304	3,322	.001	.514	1,946
	Total_X3	.355	.100	.321	3,549	.001	.526	1,900

a. Dependent Variable: Total_Y

Di bawah ini merupakan kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil dari tabel di atas.

- Variabel Pengaruh Sikap terhadap Informasi Bahaya Sampah Plastik (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,006 yang mana lebih kecil dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa Sikap terhadap Informasi Bahaya Sampah Plastik (X1) memiliki pengaruh terhadap Penggunaan Kantong Belanja *Reusable* pada Remaja di Kota Semarang (Y).
- Variabel Persepsi Manfaat (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang mana lebih kecil dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa Persepsi Manfaat (X2) memiliki pengaruh terhadap Penggunaan Kantong Belanja *Reusable* pada Remaja di Kota Semarang (Y).
- Variabel Pengaruh Norma Subjektif Menjaga Lingkungan (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang mana lebih kecil dari 0,05. Jadi dapat

disimpulkan bahwa Norma Subjektif Menjaga Lingkungan (X3) memiliki pengaruh terhadap Penggunaan Kantong Belanja *Reusable* pada Remaja di Kota Semarang (Y).

Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-12,073	4,595		-2,627	,010	
	Total_X1	,511	,184	,259	2,784	,006	,496
	Total_X2	,473	,142	,304	3,322	,001	,514
	Total_X3	,355	,100	,321	3,549	,001	,526

a. Dependent Variable: Total_Y

Dari tabel di atas hasil dari analisis regresi linier berganda yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

$$Y = -12,073 + 0,511 X1 + 0,473 X2 + 0,355 X3 + e$$

- Variabel X1 Sikap terhadap Informasi Bahaya Sampah Plastik memiliki nilai positif sebesar 0,511 yang artinya variabel ini memiliki pengaruh positif terhadap variabel Penggunaan Kantong Belanja *Reusable* pada Remaja di Kota Semarang.
- Variabel X2 Persepsi Manfaat memiliki nilai positif sebesar 0,473 yang artinya variabel ini memiliki pengaruh positif terhadap variabel Penggunaan Kantong Belanja *Reusable* pada Remaja di Kota Semarang.

- Variabel X3 Norma Subjektif Menjaga Lingkungan memiliki nilai positif sebesar 0,355 yang artinya variabel ini memiliki pengaruh positif terhadap variabel Penggunaan Kantong Belanja *Reusable* pada Remaja di Kota Semarang
- Berdasarkan dari tabel di atas, variabel yang memiliki pengaruh paling besar yakni variabel Norma Subjektif Menjaga Lingkungan sebesar 0,321 kemudian disusul Persepsi Manfaat sebesar 0,304, dan yang terakhir adalah variabel Sikap terhadap Informasi Bahaya Sampah Plastik dengan nilai 0,259.

Konfirmasi Teoritis

Penelitian ini menghasilkan keselarasan data hasil penelitian dengan *Theory of Planned Behaviour* (TPB). TPB berpegang pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk rasional di mana akan memproses informasi yang didapat terlebih dahulu secara sistematis sebelum melakukan suatu tindakan. Niat Berperilaku (*Behavioral Intention*) adalah pengaruh langsung yang diperkuat dalam teori ini, yang mana memiliki tiga aspek utama sebagai pembentuknya, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku dari persepsi (kemudahan atau kesulitan yang

dihasilkan) (Ajzen, 1991). Hasil dari uji hipotesis pada ketiga variabel bebas pada penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas, yang terdiri dari Sikap terhadap Informasi Bahaya Sampah Plastik, Persepsi Manfaat, dan Norma Subjektif Menjaga Lingkungan berpengaruh terhadap Perilaku Penggunaan Kantong Belanja *Reusable* pada Remaja di Kota Semarang sebagai variabel terikat dengan persentase 58,8%. Dengan begitu, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis yang diajukan diterima dan hasil penelitian sejalan dengan *Theory of Planned Behaviour* (TPB).

SIMPULAN

1. Penelitian ini mengungkapkan bahwa ada pengaruh antara sikap terhadap informasi bahaya sampah plastik (X1), persepsi manfaat (X2), dan norma subjektif menjaga lingkungan (X3) terhadap perilaku penggunaan kantong belanja *reusable* pada remaja di Kota Semarang (Y), selaras dengan uji regresi linier berganda yang mana nilai signifikansinya sebesar 0,000. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap variabel berpengaruh secara signifikan yang berimbas pada diterimanya hipotesis penelitian. Hasil yang ditunjukkan dari uji koefisiensi determinasi adalah pengaruh antara

sikap terhadap informasi bahaya sampah plastik, persepsi manfaat, dan norma subjektif menjaga lingkungan terhadap perilaku penggunaan kantong belanja *reusable* pada remaja di Kota Semarang termasuk ke dalam pengaruh yang sangat signifikan.

2. Adanya keselarasan antara setiap variabel yang diuji dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *Theory of Planned Behaviour* (TPB) manusia merupakan makhluk rasional dan niat berperilaku merupakan hal yang paling berpengaruh terhadap perilaku dari manusia tersebut. Niat berperilaku sendiri dipengaruhi oleh sikap terhadap sesuatu, norma subjektif, dan kontrol perilaku dari persepsi (kemudahan atau kesulitan yang dihasilkan).

REKOMENDASI

1. Rekomendasi secara Akademis

Dapat dilihat dari hasil penelitian ini bahwa variabel sikap terhadap informasi bahaya sampah plastik, persepsi manfaat, dan norma subjektif memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan kantong belanja *reusable* pada remaja di Kota Semarang dengan besaran persentase 58,8%. Saran untuk peneliti berikutnya untuk

menggali lebih dalam mengenai aspek lain terutama pada sikap terhadap perilaku yang dapat digunakan sebagai variabel bebas.

2. Rekomendasi secara Praktis

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, variabel norma subjektif menjadi variabel paling signifikan yang mempengaruhi tindakan atau perilaku remaja di Semarang dalam penggunaan kantong belanja *reusable*. Hal ini dapat menjadi acuan bagi pihak-pihak pengampu kebijakan untuk lebih giat lagi untuk melakukan kampanye, sosialisasi, dan edukasi dengan menekankan pada penciptaan tren yang bisa dilakukan melalui *eco-influencers* di media sosial dan kalangan remaja sehingga terbentuk *peer pressure* yang kemudian dapat memunculkan kesadaran individu yang tinggi akan bahaya sampah plastik, dan diharapkan dapat tergugah untuk membiasakan bahkan meningkatkan penggunaan kantong belanja *reusable*.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, T., Susanti, E., & Rana, J. A. S. (2024). Sustainable consumption in Indonesia: Health awareness, lifestyle,

and trust among Gen Z and Millennials. *Environmental Economics*, 15(1), 82-96. doi:10.21511/ee.15(1).2024.07

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)

Ajzen, I. (2021). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Health Psychology Review*, 14(2), 314–327. DOI: 10.1002/hbe2.195

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Survei penetrasi internet Indonesia 2024*. APJII.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). *Survei APJII: Profil internet Indonesia 2025*. APJII.

Baxter, L. A., & Babbie, E. R. (2004). *The Basics of Communication Research*. Cengage Learning

Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.

Faisal, A., Hindardjo, A., & Ramadhan, R. (2026). Green Social Media Influencers: Shaping Gen Z's Green Purchase Intention through Trust and Attitude. *International Journal of Applied Business Research*, 8(1), 1-18. doi: 10.35313/ijabr.v8i01.551

- Febrita, F., Hanifah, U. A. ., Anggraini, N. ., & Panorama, M. . (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Gen Z dalam Membeli Produk Ramah Lingkungan: Tas Belanja Pengganti Plastik Sekali Pakai. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(8), 9405-9410.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v8i8.8816>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Heidbreder, L. M., Bablok, I., Canzler, S., & Menzel, C. (2022). Tackling the plastic problem: A review on perceptions and behaviors regarding plastic pollution. *Science of The Total Environment*, 668, 1077–1093.
<https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.02.437>
- Indriani, M. I., Lestari, M. P., Maryono, M. (2025). *Efektivitas Kebijakan Penggunaan Kanton Belanja Ramah Lingkungan terhadap Pengurangan Timbulan Sampah Plastik di Provinsi Jakarta : Kajian Literatur*. Jurnal Kesehatan Komunitas. 11(3) : 546-556.
<https://doi.org/10.25311/keskom.Vol11.Iss3.2257>
- Irawan, Y., & Fitriani, A., (2025). Pengaruh *Ecoliteracy* untuk Meningkatkan Kesadaran Lingkungan pada Remaja. *Imajeri: Jurnal Pendidikan dan Sastra Indonesia*. 07(02). 234.247.
<https://doi.org/10.22236/imajeri.v7i2.16997>
- Kementerian Kesehatan. *Kategori Usia Remaja*.
<https://ayosehat.kemkes.go.id/kategori-usia/remaja>
- Kementerian Lingkungan Hidup. (2024). *Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN)*.
<https://sampahnasional.kemenlh.go.id/>
- Khoo, K. S., Ho, L. Y., Lim, H. R., Leong, H. Y., Chew, K. W. (2021). Plastic waste associated with the COVID-19 pandemic: Crisis or opportunity?. *Journal of Hazardous Materials*.
<https://doi.org/10.1016/j.jhazmat.2021.126108>
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39
- Messoudi, E. M., Bouftira, M., & Aboulrhith, L. (2025) Youth and the Environment: Assessing Awareness, Attitudes, and Action. *Journal of Digital*

- Sociohumanities 2(2):111-127
<https://doi.org/10.25077/jds.2.2.111-127.2025>
- Nurjanah, L. & Sanjaya, E. (2026). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Intensi dan Perilaku Pengurangan Kantong Plastik di Kota Batam. *Jurnal Revolusi Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 68-85.
<https://eco.ojs.co.id/index.php/jreb/article/view/97/92>
- Purbaya, Angling Adhitya. (2025). Daya Tampung Sampah di TPA Jatibarang Semarang Tinggal 5 Tahun. <https://www.detik.com/jateng/berita/d-7863224/daya-tampung-sampah-di-tpajatibarang-semarang-tinggal-5-tahun>. (Diakses pada 22 Juni 2026).
- Septia, R., Nisaussangadah, S., Zulkarnain, A. A., & Widyanty, R. (2025). Strategi Komunikasi Persuasif Perusahaan Retail Dalam Membentuk Perilaku Konsumen di Kota Pangkalpiang. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Komunikasi*, 10(4), 980-989. DOI : <http://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v8i1.18>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- UNEP. (2024). *Global Waste Management Outlook 2024: Beyond an age of waste*. United Nations Environment Programme.
- Vitaloka, M., Kuswardani, D., & Utaminingsih, A. (2023). Implementasi Kebijakan Pengendalian Penggunaan Kantong Plastik di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(12), 10484-10490.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3057>
- Widiyasari, E., Prathama, N. A., & Nugroho, A. (2024). Kampanye Semarang Wegah Nyampah dan Engagement Publik. *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 14–28.
- World Bank. (2024). *Plastic Waste Discharges from Rivers and Coastlines in Indonesia*. The World Bank Group.
- Zahra, A., & Flourens, A. T. (2026). Gaya Hidup Generasi Z dalam Membentuk dan Menunjukkan Identitas Diri Melalui Media Sosial. *Junral Ilmiah Nusantara*, 3(4), 1337-1346.
<https://doi.org/10.61722/jinu.v3i4.10753>