Pengaruh Pengetahuan Simbol-Simbol Pada Kemasan Plastik Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Di Wilayah Bandung

Rahadatul Aisyah Dhiaulhaq[1], Amanda Bunga Gracia[2]
[1] Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,
aisyahdhiaulhaq@student.telkomuniversity.ac.id
[2] Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia,
moonwave@telkomuniversity.ac.id

Abstract
The development of time and technological modernization in various sectors has experienced rapid growth, one of which is the production of various types and models of equipment needed by humans. The raw materials widely used for the manufacture of this equipment are dominated by plastic base materials. However, the use of plastic that does not meet the requirements will cause various health problems. Therefore, there are 7 plastic symbols as information as well as knowledge in protecting individual health. The purpose of this study is to assess the influence of public knowledge related to symbols on plastic packaging on consumption behavior and measure the magnitude of the influence of knowledge related to symbols on plastic packaging on the consumption behavior of students in Bandung area as a population. The research method used is quantitative with a descriptive approach so that data can be summarized and the relationship between variables can be understood. Based on the results of descriptive analysis, it shows that knowledge ad behavior are included in the good category, meanwhile attitude is included in the very good category. Based on the results of the hypothesis, it shows that there is a significant effect directly from the knowledge variable to the attitude variable. There is also a direct significant effect of the attitude variable on the consumption behavior variable. Furthermore, there is a significant effect directly from the knowledge variable to the consumption behavior variable. And there is an indirect significant effect from the knowledge variable to the consumption behavior variable through the attitude variable.

Keywords-knowledge, symbol, plastic, attitude, consumption behavior.

Abstrak
Perkembangan zaman dan modernisasi teknologi di berbagai sektor mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, salah satunya adalah produksi berbagai jenis dan model peralatan yang dibutuhkan manusia. Bahan baku yang banyak digunakan untuk pembuatan peralatan ini didominasi oleh bahan dasar plastik. Namun, penggunaan plastik yang tidak memenuhi persyaratan akan menimbulkan berbagai masalah kesehatan. Oleh karena itu, terdapat 7 simbol plastik sebagai informasi sekaligus pengetahuan dalam melindungi kesehatan individu.Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai pengaruh pengetahuan masyarakat terkait simbol pada kemasan plastik terhadap perilaku konsumsi dan mengukur besarnya pengaruh pengetahuan terkait simbol pada kemasan plastik terhadap perilaku konsumsi mahasiswa di wilayah Bandung sebagai populasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif sehingga data dapat dirangkum dan hubungan antar variabel dapat dipahami. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pengetahuan termasuk dalam kategori baik, sedangkan sikap termasuk dalam kategori sangat baik. Berdasarkan hasil hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara langsung dari variabel pengetahuan terhadap variabel sikap. Terdapat pula pengaruh signifikan secara langsung dari variabel sikap terhadap variabel perilaku konsumsi. Selanjutnya terdapat pengaruh signifikan secara langsung dari variabel pengetahuan terhadap variabel perilaku konsumsi. Dan terdapat pengaruh signifikan secara tidak langsung dari variabel pengetahuan ke variabel perilaku konsumsi melalui variabel sikap.

Kata Kunci-pengetahuan, simbol, plastik, *attitude,* perilaku konsumsi

I. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dan modernisasi di berbagai sektor telah mengalami pertumbuhan yang cepat. Efeknya telah mempengaruhi cara manusia berperilaku dalam berbagai aspek. Salah satu aspek yang mengalami perkembangan pesat saat ini adalah teknologi yang semakin canggih, yang menghasilkan berbagai jenis dan model peralatan yang dibutuhkan oleh manusia. Pemanfaatan teknologi yang sesuai berfungsi sebagai aset yang mendukung perkembangan pembangunan komunitas menengah (Iskandar, 2018). Bahan baku yang banyak digunakan saat ini untuk pembuatan peralatan sangat beragam, dan salah satu contohnya adalah plastik. Plastik menjadi komponen umum yang hadir dalam hampir semua jenis barang (Dewi & Raharjo, 2019). Pengemasan yang awalnya banyak menggunakan bahan dasar alami, seperti daun, kulit buah, pelepah, dan sebagainya telah beralih berbahan plastik (Andyna et al., 2023). Plastik menjadi produk yang populer digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari karena ketersediaannya dalam berbagai bentuk dan fungsi, serta harganya yang terjangkau dan mudah didapatkan. (Ariyunita et al., 2022). Namun, isu-isu seputar kesehatan yang terkait dengan penggunaan plastik sebagai wadah untuk makanan dan minuman semakin menjadi perhatian utama. Plastik yang tidak sesuai standar dapat menjadi pemicu kanker dan menyebabkan kerusakan pada jaringan tubuh manusia, bersifat karsinogenik (Dewi dan Raharjo, 2019). Bahan kimia beracun dalam plastik juga dapat meresap ke dalam air minum (Latkin et al., 2022). Oleh karena itu, ada tujuh simbol plastik yang digunakan untuk memberikan informasi tentang jenis bahan kemasan plastik. Ketujuh simbol ini harus disertakan pada setiap produk yang menggunakan bahan dasar plastik, termasuk produk plastik yang berasal dari Indonesia (*Undercover.Co.Id*, 2021).

Pemanfaatan simbol-simbol merupakan suatu aktivitas yang akan senantiasa terjadi dalam setiap proses komunikasi (Haris & Amalia, 2018). Berinteraksi secara non-verbal umumnya melibatkan penggunaan media, seperti simbol-simbol, sebagai contohnya tanda-tanda lalu lintas yang kemudian diartikan ke dalam bahasa manusia (Mailani et al., 2022). Simbol-simbol pada kemasan plastik merupakan bentuk komunikasi non-verbal yang berperan dalam menyampaikan pesan kepada konsumen. Simbol- segitiga yang terdapat pada kemasan plastik bertujuan membantu konsumen dalam menyesuaikan cara penggunaannya dan mencegah konsekuensi negatif yang mungkin muncul akibat reaksi tertentu (Andyna et al., 2023). Masyarakat di Indonesia masih banyak yang mengabaikan bahaya dari gaya hidup yang buruk, terutama terkait dengan penggunaan kemasan plastik. Dibalik kemudahannya, plastik dapat menyembunyikan sejumlah risiko kesehatan yang seringkali tidak disadari oleh banyak orang. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh pengetahuan simbol-simbol pada kemasan plastik terhadap perilaku konsumsi, dengan memilih mahasiswa sebagai populasi, menjadi penting dalam menggali lebih dalam aspek ini. Mengingat mahasiswa merupakan bagian dari generasi Z yang memiliki kesadaran lebih akan isu-isu sosial dan cenderung lebih terbuka terhadap isu-isu tersebut juga memiliki tingkat literasi yang lebih tinggi (Kamsidah, 2023). 2,44 juta penduduk Kota Bandung, tercatat 51 persen di antaranya didominasi oleh generasi milenial dan gen z (Brilyana, 2022).

Dengan penelitian mengenai pengaruh pengetahuan simbol-simbol pada kemasan plastik terhadap perilaku konsumsi mahasiswa di wilayah Bandung, kita dapat lebih mengukur seberapa besar pengetahuan atau literasi mahasiswa mengenai simbol-simbol pada kemasan plastik yang juga sebagai salah satu bentuk komunikasi *non-verbal* ini memengaruhi tindakan individu dalam memilih dan menggunakan kemasan plastik. Dalam konteks komunikasi, informasi yang lengkap, relevan, dan akurat menjadi kunci untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan membantu seseorang untuk memiliki pengetahuan terhadap pesan tersebut. Pengetahuan yang baik tentang simbol-simbol pada kemasan plastik ini dapat membantu masyarakat dalam membuat pilihan yang lebih sehat dalam penggunaan produk plastik. Pengaruh pengetahuan simbol-simbol pada kemasa plastik terhadap perilaku konsumsi mahasiswa di wilayah Bandung memiliki relevansi dengan bidang komunikasi kesehatan. Penyelidikan terhadap pengetahuan simbol-simbol pada kemasan plastik dapat menjadi dasar untuk meningkatkan efektivitas komunikasi kesehatan terkait risiko yang mungkin terkandung dalam kemasan plastik. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi pada penyampaian informasi kesehatan yang lebih baik kepada mahasiswa, membantu meningkatkan kesadaran terhadap dampak kesehatan dari perilaku konsumsi yang kurang berkelanjutan.

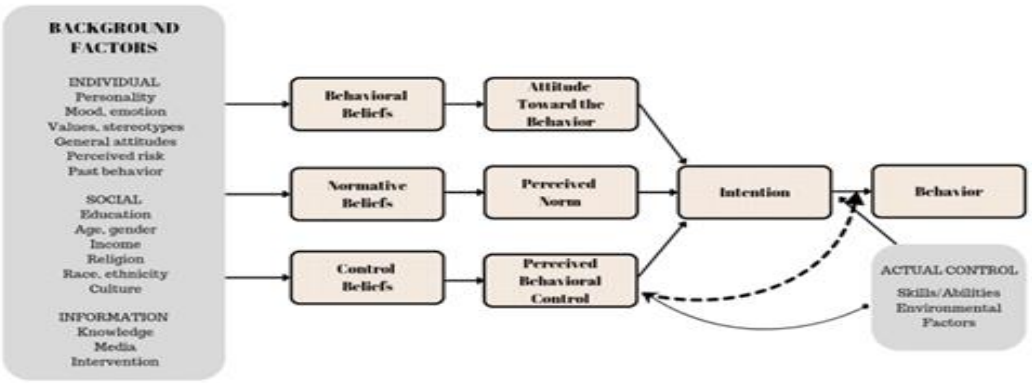
II. TINJAUAN LITERATUR

A. Komunikasi Kesehatan

Memberikan informasi merupakan salah satu tujuan dari komunikasi kesehatan. Komunikasi kesehatan dilakukan untuk merubah perilaku seseorang menjadi lebih sehat (Umaroh & Karjoso, 2021). Komunikasi kesehatan melibatkan penyampaian pesan-pesan yang relevan tentang kesehatan, gaya hidup sehat, dan informasi terkait lainnya. Dengan memberikan informasi yang akurat dan mudah dipahami, diharapkan individu atau masyarakat dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait kesehatan mereka dan mengadopsi perilaku yang mendukung kesehatan.

B. *Theory of Planned Behavior*

Fishbein & Ajzen (2010) menyatakan bahwa keyakinan yang dimiliki oleh seseorang tidak selalu harus benar, bisa jadi tidak akurat. Meskipun demikian, setelah suatu rangkaian keyakinan terbentuk, hal itu memberikan dasar kognitif dari mana sikap dan norma yang dirasakan. Dengan kata lain, meskipun keyakinan tersebut mungkin tidak selalu benar, tetapi keyakinan tersebut memiliki peranan dalam membentuk sikap dan perilaku. Teori perilaku terencana (TPB) yang diperluas yang menggabungkan kesadaran kesehatan menjadi sebuah landasan (Jeong et al., 2022). TPB membahas alasan mengapa seseorang mengambil tindakan untuk melakukan perilaku tertentu, dalam kasus penelitian ini, perilaku tersebut adalah perilaku konsumsi dalam menggunakan kemasan plastik. Maka dari itu dalam penelitian ini akan mengukur seberapa besar pengaruh pengetahuan simbol pada kemasan plastik terhadap niat perilaku konsumsi masyarakat. Tentang bagaimana pengetahuan tentang simbol-simbol pada kemasan plastik ini memengaruhi kendali perilaku yang dirasakan,



Tabel 1 Presentase Skrematis Model Tindakan Beralasan
Sumber :(Fishbein & Ajzen, 2010)

C. Pengetahuan

Pengetahuan dapat diartikan sebagai apa yang manusia ketahui tentang sesuatu, dan bagaimana mereka berupaya memahaminya, baik berwujud atau konsep, melalui pemikiran dan akal. Pengetahuan atau aspek kognitif merupakan domain yang sangat penting dalam perilaku seseorang (Mona, 2019). Namun pengetahuan yang didasarkan pada informasi yang akurat cenderung menjadi keputusan yang "benar" (Fishbein & Ajzen, 2010). Pengetahuan dianggap sebagai hasil dari interaksi timbal balik antara individu dan lingkungan sosial yang menghasilkan pengalaman tertentu (Tania, 2016). Fishbein & Ajzen (2010) juga menyatakan bahwa pengetahuan yang lebih besar memungkinkan orang membuat keputusan yang lebih terinformasi sesuai dengan preferensi pribadi mereka.

D. Simbol

Simbol adalah bagian dari realitas yang berperan sebagai komunikasi dan merupakan landasan pemahaman bersama yang dimengerti (Wardani, 2010). Kalimat tersebut menyampaikan bahwa simbol tidak berdiri sendiri, melainkan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari realitas kita sehari-hari. Salah satu simbol yang pasti sering kita temui adalah simbol yang terdapat pada kemasan plastik. Simbol tersebut muncul dalam bentuk tiga anak panah yang saling mengejar dengan nomor di bagian tengahnya. Angka tersebut menunjukkan jenis resin yang digunakan untuk membuat produk tersebut. Umumnya diidentifikasi dengan daur ulang (Latkin et al., 2022). Namun jenis plastik yang diinformasikan melalui simbol-simbol tersebut meberikan pula informasi kepada pengguna kemasan plastik tentang bagaimana cara menggunakan kemasan plastik sesuai dengan jenisnya.

E. Plastik

Plastik merupakan senyawa polimer yang terbentuk melalui proses polimerisasi molekul-molekul kecil hidrokarbon. Dalam proses ini, molekul-molekul monomer bergabung membentuk rantai polimer yang panjang dengan struktur yang kaku (Andyna et al., 2023). Dalam situasi ini, pemahaman terhadap simbol-simbol pada kemasan plastik menjadi hal yang sangat penting, karena pengetahuan mengenai simbol-simbol tersebut mungkin mempengaruhi cara masyarakat memandang dan berperilaku terhadap penggunaan kemasan plastik.

F. *Attitude*

Sikap adalah kecenderungan untuk merespon dengan setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu, dan memiliki sifat evaluatif (Fishben & Ajzen, 2010). Dengan kata lain, sikap cenderung melibatkan pengukuran nilai subjektif yang dapat bervariasi dari negatif, netral, hingga positif tergantung pada pandangan individu terhadap objek tersebut. Penelitian ini juga ingin melihat sikap seseorang menurut pandangan pribadinya masing-masing terkait pengetahuan simbol pada kemasan plastik.

G. Perilaku Konsumsi

Perilaku manusia tidak ditentukan oleh keturunan melainkan diperoleh melalui pengalaman sepanjang kehidupan mereka, yang dikenal sebagai penjelasan "nurture" (Hasan, 2012). Perilaku konsumsi seseorang dilihat dari bagaimana gaya hidupnya, bagaimana bisa mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya bahkan perilaku membeli (Astuti et al., 2022). Menurut Kardes, Cronley dan Cline 2010 dalam (Al-Gasawneh et al., 2021) Perilaku konsumen merujuk pada pemahaman dan pengaruh yang dimiliki oleh individu atau perusahaan atas keputusan dan tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam proses pembelian, penggunaan dan lain sebagainya.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang berfokus pada fakta dan kenyataan yang dapat diukur secara pasti. Pendekatan ini didasarkan pada keyakinan bahwa pengetahuan yang benar bersumber dari ilmu alam dan dapat diukur dengan akurasi. Pendekatan kuantitatif memberikan dasar yang kuat untuk penelitian ilmiah, sesuai dengan pandangan (Waruwu, 2023). Penelitian kuantitatif juga memiliki kemampuan untuk menguji teori yang sudah ada dengan menggunakan data kuantitatif baru. Selain itu, pendekatan ini dapat membantu menetapkan batasan atau kondisi-kondisi tertentu di mana suatu teori berlaku (Stockemer, 2018).

Teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisa *multivariate*. Analisis ini merupakan perluasan dari analisis regresi bivariat. Ini memungkinkan kita untuk menguji pengaruh beberapa variabel (Stockemer, 2018). Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk merangkum pengamatan dalam sebuah sampel (Scharrer & Ramasubramanian, 2021). Kalimat tersebut menjelaskan bahwa statistik deskriptif digunakan untuk merangkum observasi atau data yang terdapat dalam suatu sampel. Adapun populasi dalam penelitian ini meliputi Mahasiswa yang berada di kota Bandung. Dengan Teknik sampel *non probability sampling*. Ukuran populasi sampel (jumlah responden) ditetapkan dengan rumus lemeshow. Data primer yang didapatkan secara langsung dalam penelitian ini yaitu melalui penyebaran kuisioner melalui google formulir yang diisi oleh mahasiswa ataupun mahasiswi yang berada di Bandung dan juga memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian.

Pengujian hipotesis didasarkan pada nilai t-statistik pada tampilan output bootstrapping program smart PLS dengan nilai t-tabel. Jika t-statistics lebih tinggi dibandingkan nilai t-table, berarti hipotesis terdukung. Pengujian dengan level signifikansi 5%, memiliki nilai t-table sebesar 1,96 untuk hipotesis dua arah (Susanty, 2020).

A. Variabel X terhadap variabel Z

(H1): Terdapat pengaruh pengetahuan simbol-simmbol pada kemasan plastik terhadap sikap.

(H0): Tidak terdapat pengaruh pengetahuan simbol-simmbol pada kemasan plastik terhadap sikap.

B. Variaberl Z terhadap variabel Y

(H2): Terdapat pengaruh sikap pada pengetahuan simbol-simbol pada kemasan plastik terhadap perilaku konsumsi masyarakat.

(H0): Tidak terdapat pengaruh sikap pada pengetahuan simbol-simbol pada kemasan plastik terhadap perilaku konsumsi masyarakat.

C. Variaberl X terhadap variabel Y

(H3): Terdapat pengaruh pengetahuan simbol-simbol pada kemasan plastik terhadap perilaku konsumsi.

(H0): Tidak terdapat pengaruh pengetahuan simbol-simbol pada kemasan plastik terhadap perilaku konsumsi.

D. Variabel X terhadap variabel Y melalui variabel Z

(H4): Terdapat pengaruh pengetahuan simbol-simbol pada kemasan plastik terhadap perilaku konsumsi melalui sikap.

(H0): Tidak terdapat pengaruh pengetahuan simbol-simbol pada kemasan plastik terhadap perilaku konsumsi melalui sikap.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini terdapat 3 karakteristik responden yaitu jenis kelamin, usia, dan informasi media apa yang paling sering digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai simbol-simbol jenis plastik. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin perempuan menjadi responden yang mendominasi dengan jumlah 216 orang atau 53,6%. Berdasarkan usia pada penelitian ini didominasi oleh rentang usia 20-23 tahun dengan jumlah 284 orang atau 70,5% dengan karakteristik paling banyak menggunakan aplikasi media sosial sebagai salah satu sumber informasi mengenai simbol-simbol jenis plastik dengan presentasi 67,7%.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif keseluruhan pada variabel pengetahuan, dapat diidentifikasi bahwa pengetahuan keseluruhan berada dalam kategori "Baik". Hal ini tercermin dari jumlah total 16.161 atau setara dengan 73,63% dari seluruh sampel atau unit analisis. Berdasarkan hasil analisis deskriptif keseluruhan pada variabel attitude atau sikap dapat dikategorikan "Sangat Baik." Hal ini dinyatakan dari jumlah total responden sebanyak 5.496, yang mewakili persentase sebesar 91,6%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif keseluruhan pada variabel perilaku konsumsi yang masuk dalam kategori "Baik" dengan jumlah total 9.538 atau sebesar 79,48%.

Berdasarkan hipotesis yang sudah diuji menghasilkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan tentang simbol-simbol pada kemasan plastik terhadap *attitude.* Hasil tersebut dibuktikan dengan perhitungan hipotesis memiliki nilai T-Statistik dengan nilai sebesar 9,985 > 1,96 juga nilai signifikansi sebesar 0,003 < 0,05 sehingga hasil hipotesis diterima, dan dengan koefisien jalur yang terbentuk bernilai positif 0,183. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif secara langsung dan signifikan antara pengetahuan simbol-simbol pada kemasan plastik terhadap *attitude*.

Berdasarkan hipotesis yang sudah diuji menghasilkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara tentang *attitude* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dalam menggunakan kemasan plastik. Hasil tersebut dibuktikan dengan perhitungan hipotesis memiliki nilai T-Statistik dengan nilai sebesar 6,209>1,96 juga nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 sehingga hasil hipotesis diterima, dan dengan koefisien jalur yang terbentuk bernilai positif 0,252. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif secara langsung dan signifikan antara *attitude* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa di wilayah bandung dalam menggunakan kemasan plastik.

Berdasarkan hipotesis yang sudah diuji menghasilkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan tentang simbol-simbol pada kemasan plastik terhadap perilaku konsumsi. Hasil tersebut dibuktikan dengan perhitungan hipotesis memiliki nilai T-Statistik dengan nilai sebesar 15,805>1,96 juga nilai signifikansi sebesar 0,000<0,05 sehingga hasil hipotesis diterima, dan dengan koefisien jalur yang terbentuk bernilai positif 0,576. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif secara langsung dan signifikan antara pengetahuan simbol-simbol pada kemasan plastik terhadap perilaku konsumsi mahasiswa di wilayah bandung dalam menggunakan kemasan plastik.

Berdasarkan peneltian ini melakukan pengukuran pada variabel pengetahuan simbol-simbol pada kemasan plastik secara tidak langsung mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa di wilayah bandung dalam menggunakan kemasan plastik melalui *Attitude* atau sikap. Memiliki nilai T-Statistik dengan nilai sebesar 2,584>1,96 juga nilai signifikansi sebesar 0,010<0,05. Serta dengan koefisien jalur yang terbentuk bernilai positif 0,046. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif secara tidak langsung antara pengetahuan simbol-simbol pada kemasan plastik terhadap perilaku konsumsi mahasiswa di wilayah Bandung dalam menggunakan kemasan plastik melalui *Attitude* atau sikap

Tabel 2 Hasil Hipotesis

Hipotesis	Deskripsi	Hasil
	Direct Effect	

H1	Pengaruh Pengetahuan terhadap *Attitude*	H1 Diterima
H2	Pengaruh *Attitude* terhadap Perilaku Konsumsi	H1 Diterima
H3	Pengaruh Pengetahuan terhadap Perilaku Konsumsi	H1 Diterima
	Indirect Effect	
H4	Pengaruh Pengetahuan terhadap Perilaku Konsumsi melalui *Attitude*	H1 Diterima

Sumber: Olahan Penulis (2024)

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini mengidentifikasi tiga karakteristik utama dari responden, yaitu jenis kelamin, usia, dan sumber informasi media mengenai simbol-simbol pada kemasan plastik. Ditemukan bahwa mayoritas responden adalah perempuan (53,6%), dan rentang usia 20-23 tahun mendominasi (70,5%). Aplikasi media sosial menjadi sumber informasi paling umum, digunakan oleh 67,7% responden. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa pengetahuan umum responden tentang simbol-simbol pada kemasan plastik dikategorikan sebagai "Baik" (73,63%), sikap terhadap hal tersebut dikategorikan sebagai "Sangat Baik" (91,6%), dan perilaku konsumsi dikategorikan sebagai "Baik" (79,48%).

Selanjutnya, penelitian ini menguji hipotesis-hipotesis yang menyatakan hubungan antara pengetahuan, sikap, dan perilaku konsumsi. Hasilnya menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan terhadap simbol-simbol pada kemasan plastik dengan sikap responden. Begitu pula, ditemukan pengaruh positif dan signifikan antara sikap dengan perilaku konsumsi mahasiswa terkait penggunaan kemasan plastik di wilayah Bandung.

Melalui pengujian hipotesis, ditemukan bahwa pengetahuan tentang simbol-simbol pada kemasan plastik juga memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Lebih menarik lagi, penelitian menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan terhadap perilaku konsumsi tidak hanya bersifat langsung, tetapi juga bersifat tidak langsung melalui sikap. Dengan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan responden tentang simbol-simbol pada kemasan plastik secara tidak langsung memengaruhi perilaku konsumsi melalui pembentukan sikap yang positif. Temuan ini memberikan wawasan yang berharga dalam mengembangkan strategi pendidikan dan kampanye yang lebih efektif untuk mengubah perilaku konsumsi mahasiswa terkait kemasan plastik di wilayah Bandung.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diusulkan untuk mendukung pemahaman dan perubahan perilaku konsumen terkait penggunaan kemasan plastik dalam konteks kesehatan.

1. Disarankan agar pembuat kemasan plastik selalu mencantumkan simbol-simbol yang relevan dan berdampak pada citra merek. Penelitian menunjukkan bahwa simbol-simbol tersebut dapat menjadi kunci untuk membentuk persepsi positif konsumen terhadap produk.
2. diperlukan upaya lebih lanjut dalam menyebarkan informasi mengenai simbol pada kemasan plastik, terutama melalui media sosial dan situs web internet yang telah diidentifikasi sebagai sumber utama informasi bagi responden.
3. pihak-pihak terkait, seperti lembaga pendidikan dan organisasi lingkungan, dapat berperan aktif dalam menyelenggarakan kampanye edukasi yang fokus pada pengetahuan dan pemahaman simbol plastik. Ini dapat mencakup workshop, seminar, atau materi edukatif lainnya yang dapat diakses oleh masyarakat umum, khususnya kelompok mahasiswa yang telah diidentifikasi sebagai responden utama.
4. Untuk penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menyertakan variabel tambahan yang belum dijelajahi sebelumnya dalam penelitian ini, dengan menggunakan populasi yang berbeda.

REFERENSI

Al-Gasawneh, J. A., Al-Adamat, A. M., Almestrihif, R., Nusairat, N. M., Anuar, M. M., & Aloqool, A. (2021). Mediator-moderator, innovation of mobile crm, e-service convenience, online perceived behavioral control and reuse

online shopping intention. *International Journal of Data and Network Science*, *5*(4), 791–802. https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.7.001
Andyna, C., Puspasari, C., & Sambo, M. (2023). Simbol Segitiga Pada Kemasan Plastik Dan Pengetahuan Produk (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Masyarakat Di Desa Kuta Blang Kecamatan Banda Sakti). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, *4*(2), 296. https://doi.org/10.29103/jspm.v4i2.11029
Ariyunita, S., Subchan, W., Alfath, A., Nabilla, N. W., Afdan, S., Studi, P., Biologi, P., & Jember, U. (2022). Analisis Kelimpahan Mikroplastik Pada Air Dan Gastropoda Di Sungai Bedadung Segmen Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember *05*(2), 47–61 http://dx.doi.org/10.36526/biosense.v5i2.2267
Astuti, R. F., Rahayu, V. P., Mustangin, M., Dewi, R. R. C., & Rahmaniah, R. (2022). Analisis Perilaku Konsumsi Melalui Gaya Hidup Pada Usia Remaja. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, *6*(2), 232–241. https://doi.org/10.22219/satwika.v6i2.22313
Brilyana, Y. A. (2022). Sekitar 51 Persen Penduduk Kota Bandung Generasi Milenial Dan Gen Z. *Bandung.Go.Id*. https://www.bandung.go.id/news/read/6365/sekitar-51-persen-penduduk-kota-bandung-generasi-milenial-dan-gen-z
Dewi, Y., & Raharjo, T. (2019). Aspek Hukum Bahaya Plastik Terhadap Kesehatan Dan Lingkungan Serta Solusinya. *Kosmik Hukum*, *19*(1). https://doi.org/10.30595/kosmikhukum.v19i1.4082
Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). Predicting and changing Behavior. *Taylor & Francis Group*.
Haris, A., & Amalia, A. (2018). Makna Dan Simbol Dalam Proses Interaksi Sosial (Sebuah Tinjauan Komunikasi). *Jurnal Dakwah Risalah*, *29*(1), 16. https://doi.org/10.24014/jdr.v29i1.5777
Hasan, M. (2012). Perilaku Manusia Dalam Perspektif Psikologi Sosial. *Gynakologisch-Geburtshilfliche Rundschau*, *44*(1), 25–30. https://doi.org/10.1159/000074314
Iskandar, I. (2018). Modernisasi & Kelompok Menengah Indonesia. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, *3*(2), 334–346. https://doi.org/10.31002/rep.v3i2.1041
Jeong, E., Arendt, S. W., & Xu, Y. (2022). Menu labeling influence on purchase behaviors: Applying the theory of planned behavior and health consciousness. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.appet.2022.105967
Kamsidah. (2023). Perbedaan Milenial Dan Geerasi Z Di Dunia Kerja. *Kementrian Keuangan Republik Indonesia*. https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/16594/PERBEDAAN-MILENIAL-DAN GENERASI-Z-DI-DUNIA-KERJA.html
Latkin, C. A., Dayton, L., Yi, G., & Balaban, A. (2022). The (Mis)Understanding of the Symbol Associated with Recycling on Plastic Containers in the US: A Brief Report. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(15), 1–7. https://doi.org/10.3390/su14159636
Mailani, O., Nuraeni, I., Syakila, S. A., & Lazuardi, J. (2022). Bahasa Sebagai Alat Komunikasi Dalam Kehidupan Manusia. *Kampret Journal*, *1*(1), 1–10. https://doi.org/10.35335/kampret.v1i1.8
Mona, S. (2019). Hubungan Pengetahuan Dan Sikap Remaja Tentang Kesehatan Reproduksi Dengan Perilaku Seksual Pranikah Siswa. *Jurnal Penelitian Kesmasy*, *1*(2), 58–65. https://doi.org/10.36656/jpksy.v1i2.167
Scharrer, E., & Ramasubramanian, S. (2021). *Quantitative Research Methods in Communication*.
Stockemer, D. (2018). Quantitative Methods For The Social Sciences: A Practical Introduction With Examples In SPSS and Stata. In *Quantitative Methods for the Social Sciences: A Practical Introduction with Examples in SPSS and Stata*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-99118-4
Susanty, S. (2020). Loyalitas Wisatawan Terhadap Citra Pulau Lombok Sebagai Daerah Tujuan Wisata Halal. *Jurnal Inovasi Penelitian*, *1*(2), 61–68. https://doi.org/10.47492/jip.v1i2.46
Tania, M. (2016). Hubungan Pengetahuan Remaja dengan Perilaku Konsumsi Minuman Ringan di SMKN 2 Baleendah Bandung. *Jurnal Ilmu Keperawatan*, *IV*(1), 20–21.
Undercover.co.id. (2021). Undercover.Co.Id.
Umaroh, A. K., & Karjoso, T. K. (2021). Komunikasi Kesehatan Tentang Kesehatan Reproduksi Dan Seksual Komprehensif (Studi di Youth Center Pilar Jawa Tengah). Jurnal Kesehatan Masyarakat, 5(1), 210–227. https://doi.org/10.31004/prepotif.v5i1.1530
Wardani, L. K. (2010). Fungsi , Makna dan Simbol (Sebuah Kajian Teoritik) Ruang Dalam Arsitektur-Interior. *Fungsi, Makna Dan Simbol (Sebuah Kajian Teoritik)*, 1–10.
Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(1), 2896–2910.