

PENGUNAAN *GREEN PACKAGING* ANTAR GENERASI *USING GREEN PACKAGING BETWEEN GENERATIONS*

Yosini Deliana¹, Lucyana Trimo¹, Sri Fatimah¹ dan Eti Suminartika¹

¹Departemen Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran,
Jl. Raya Jatinangor Km. 21 Bandung 40600

*Email: y.deliana@unpad.ac.id

ABSTRAK

Indonesia adalah salah satu negara terkemuka dalam inisiatif lingkungan meskipun mayoritas sampah yang dihasilkan Indonesia adalah sampah plastik. Hal tersebut menandakan bahwa penerapan inisiatif lingkungan masih belum menyeluruh yang menyebabkan Negara Indonesia menempati urutan ketiga sebagai pencemar terbesar dunia. Ironi penggunaan plastik yang sudah sangat mengkhawatirkan menjadi motivasi terkait munculnya inovasi-inovasi eco-friendly di masyarakat, salah satunya adalah green packaging. Generasi Z (Gen Z) merupakan generasi transisi setelah generasi Y dengan teknologi yang mulai berkembang. Generasi ini selalu up-to-date terhadap isu-isu yang tersebar di media massa atau internet. Kehidupan Gen Z tidak terlepas dari internet karena mereka lahir dan besar dalam perkembangan teknologi informasi (internet). Mereka juga dikenal sebagai generasi yang terdidik, adaptif, dan cepat tanggap terhadap permasalahan atau isu-isu yang sedang tren. Tujuan penelitian untuk menganalisis penggunaan green packaging antar generasi, alasan dan preferensi dalam menggunakan green packaging. Penelitian dilakukan secara online pada Agustus 2022, dan yang mengisi kuesioner hanya 133 orang. Hasil penelitian menunjukkan ada perbedaan dalam penggunaan green packaging antar generasi, dengan alasan dan preferensi yang berbeda.

Kata Kunci: *Green Packaging, deskriptif, Generasi X, Y dan Z*

PENDAHULUAN

Pencemaran lingkungan oleh limbah plastik saat ini telah diakui secara luas sebagai salah satu masalah lingkungan utama. Distribusi sampah plastik dikaitkan dengan populasi manusia. Peningkatan populasi manusia

telah menyebabkan peningkatan permintaan akan plastik dan produk plastik. Pembuangan limbah plastik dan produk plastik secara sembarangan dapat mengakibatkan pencemaran lingkungan yang terlihat dalam beberapa hal diantaranya kerusakan keindahan alam lingkungan, penurunan kualitas dan kematian makhluk hidup, penyumbatan sistem pembuangan kotoran di kota-kota besar dan kecil terutama di negara-negara berkembang (Okunola A et al., 2019).

Indonesia adalah salah satu negara terkemuka dalam inisiatif lingkungan meskipun mayoritas sampah yang dihasilkan Indonesia adalah sampah plastik. Hal tersebut menandakan bahwa penerapan inisiatif lingkungan masih belum menyeluruh yang menyebabkan Negara Indonesia menempati urutan ketiga sebagai pencemar terbesar dunia.

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) mengakui bahwa pada Tahun 2020 total produksi sampah nasional telah mencapai 67,8 juta ton. Artinya, ada sekitar 185.753 ton sampah setiap harinya dihasilkan oleh 270 juta penduduk. Atau setiap penduduk memproduksi sekitar 0,68 kilogram sampah per hari. Angka tersebut meningkat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Pada 2018, produksi sampah nasional sudah mencapai 64 juta ton dari 267 juta penduduk. Sampah-sampah tadi pada akhirnya berkontribusi besar menambah makin menggunungnya timbunan di tempat-tempat pembuangan akhir (Indonesia.go.id, 2021)

Ironi penggunaan plastik yang sudah sangat mengkhawatirkan menjadi motivasi terkait munculnya inovasi-inovasi eco-friendly di masyarakat, salah satunya adalah *green packaging*. Konsep green packaging muncul seiring dengan meningkatnya isu-isu lingkungan. Dalam hal ini, *green packaging* merupakan aspek yang sangat penting untuk mengurangi dampak limbah dan polusi untuk pembangunan yang berkelanjutan.

Generasi adalah sebuah konstruksi sosial dimana didalamnya terdapat sekelompok orang dengan pengalaman historis yang sama dan memiliki kesamaan umur (Manheim, 1952). Definisi generasi juga secara spesifik dikembangkan oleh Ryder (1965) yang menyatakan bahwa generasi merupakan agregat dari sekelompok individu yang melewati peristiwa-peristiwa serupa dalam kurun waktu yang sama. Kemudian definisi generasi telah berkembang selama beberapa tahun terakhir, salah satunya yaitu

definisi menurut Kopperschmidt (2000) yang menyatakan bahwa generasi merupakan sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan usia, tahun kelahiran, tempat tinggal, dan peristiwa-peristiwa yang dialami dalam kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka.

Masing-masing generasi memiliki karakteristik yang berbeda-beda seperti generasi Baby Boomers yang memiliki karakteristik yang mandiri, berkomitmen tinggi, dan kompetitif. Karakteristik tersebut terbentuk kemungkinan karena orang-orang yang lahir pada generasi ini lahir berdekatan dengan Perang Dunia II, sehingga dari tekanan-tekanan ini mereka harus bersaing ketat untuk mendapatkan tempat di masyarakat. Kemudian Generasi-X yang lahir dan tumbuh saat teknologi mulai berkembang dengan cepat, tetapi belum secanggih saat ini. Karena hal tersebut, Generasi-X memahami pentingnya dunia digital dan non-digital, karena merasakan keduanya. Generasi-X memiliki karakteristik yang logis dan memiliki problem solving yang baik. Generasi Millennial, orang-orang yang terlahir di generasi ini memiliki sistem kepekaan terhadap teknologi, cenderung memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, percaya diri, dan tidak takut untuk mempertanyakan otoritas yang sebelumnya cenderung dianggap buruk oleh *The Silent Generation* dan *Baby Boomers*. *Digital-native*, penuh percaya diri, dan ambisius merupakan gambaran yang sesuai bagi orang-orang yang lahir di Generasi-Z dan Generasi Alpha. Kehidupan mulai Generasi-Z tidak pernah merasakan hidup tanpa teknologi, dan semakin berkembangnya teknologi membuat Generasi Alpha lebih cerdas secara digital dibandingkan generasi lainnya (Ramadhanti, 2021)

Perbedaan karakteristik yang dimiliki setiap generasi akan membuat kecenderungan yang berbeda dalam preferensi untuk memilih dan menggunakan kemasan yang mereka gunakan di kehidupan sehari-hari.

Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas kecenderungan perbedaan dalam penggunaan *green packaging*, dengan alasan dan preferensi dari masing-masing generasi.

LITERATUR REVIEW

Banyak penelitian sebelumnya membagi generasi berdasarkan tahun kelahiran. Secara umum, ada empat dari enam generasi yang hidup saat ini, yaitu; Baby Boomers (1946–1964), generasi X (1965–1976),

generasi Y (1977-1994), dan generasi Z (1994–2013) (Deliana & Rum, 2019; Hawkins, Mothersbaugh, & Best, 2010; Higgins, 1998). Ada juga yang membaginya mulai dari generasi Silent (usia 74-91 tahun), generasi Baby Boomer (55-73 tahun), generasi X (39-54 tahun), generasi millennial (23-38 tahun) , dan generasi Z (7-22 tahun), generasi Y ini disebut juga sebagai generasi milenial. Setelah generasi Z disebut sebagai generasi alpha yang lahir setelah tahun 2020, dan merupakan putra-putri dari generasi X dan generasi Y.

Generasi milenial memiliki titik tolak yang sama sekali berbeda dengan generasi sebelumnya. Sebagai penduduk asli digital, mereka selalu memiliki teknologi sejati yang terintegrasi ke dalam sebagian besar aspek kehidupan mereka. Baby boomer memiliki karakteristik idealis, revolusioner, dan kolektif. Generasi X memiliki sifat materialistis, kompetitif, dan individualis. Generasi Y atau generasi millennial memiliki orientasi global, kritis, dan individual. Sedangkan generasi Z bersifat inklusif, realistis, dan dialogis. Perbedaan sifat ini tentu menentukan setiap generasi mempersepsikan sesuatu, menganalisisnya dan akhirnya memutuskan untuk membeli sesuatu.

Pengemasan aktif adalah sistem/teknologi pengemasan inovatif yang memungkinkan produk dan lingkungannya berinteraksi untuk memperpanjang umur pelindung produk dan/atau untuk memastikan keamanan mikrobanya, dengan tetap menjaga kualitas makanan yang dikemas (Ahvenainen, 2003; Pattison, Rahmanto, & Davies, 2012). Karena konsumen peduli dengan masalah kesehatan dan lingkungan, menjadi tantangan dan peluang baru untuk menciptakan konsep kemasan yang ramah lingkungan (Dobrucka, 2013). Hal ini untuk mengurangi limbah makanan, ada diversifikasi ukuran untuk membantu konsumen membeli dalam jumlah yang tepat dan desain kemasan baru untuk mencegah hilangnya aroma dan kadar air yang sesuai (Zhou, Xu, & Liu, 2010). Kemasan dan label digunakan untuk mempromosikan suatu produk (Han, 2014). Kemasan juga harus memiliki fungsi praktis untuk membawa produk, sehingga mudah dibawa dan juga memudahkan distribusi dan transportasi (Azzi, Battini, Persona, & Sgarbossa, 2012). Telah terbukti bahwa karakteristik fisik dan peningkatan aspek penahanan kemasan makanan adalah harapan yang mempengaruhi penjualan produk dan sikap konsumen. Ada masalah kesehatan dan lingkungan, sehingga pengemasan

harus menggunakan teknologi yang melalui indikator internal dan eksternal memantau interaksi antara makanan, kemasan, dan lingkungan.

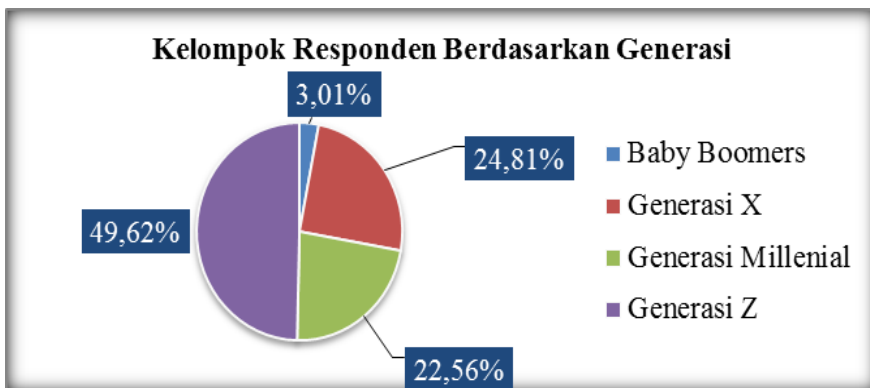
METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan secara online pada Agustus 2022, dengan pengambilan sampel menggunakan *systematic random sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan studi literatur. Objek penelitian ini adalah 133 orang, 100 orang mengisi kuesioner secara *online*, dan 33 orang mengisi kuesioner secara *offline*.. Tujuan penelitian untuk menganalisis penggunaan *green packaging* antar generasi, alasan dan preferensi dalam menggunakan *green packaging*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Berdasarkan Generasi

Hasil penelitian karakteristik responden yang dilihat berdasarkan generasi ini menunjukkan bahwa responden terdiri atas berbagai generasi dengan proporsi seperti tampak pada diagram di bawah ini.



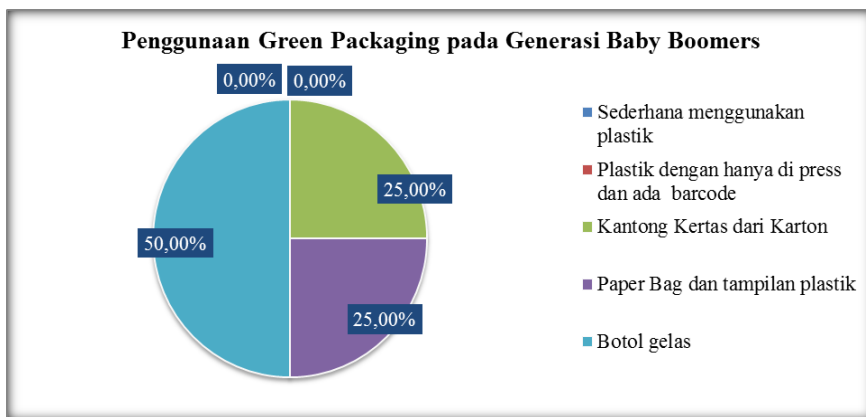
Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Generasi

Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat bahwa responden terdiri atas kelompok generasi Baby Boomers dengan persentase 3,01% atau berjumlah

4 orang, Generasi X dengan persentase 24,81% atau berjumlah 33 orang, Generasi Millenial dengan persentase 22,56% atau berjumlah 30 orang, dan Generasi Z dengan persentase 49,62% atau berjumlah 66 orang.

Penggunaan *Green Packaging* pada Generasi *Baby Boomers*

Hasil penelitian menunjukkan kecenderungan pilihan kemasan responden Generasi *Baby Boomers* dengan proporsi seperti tampak pada diagram di bawah ini.

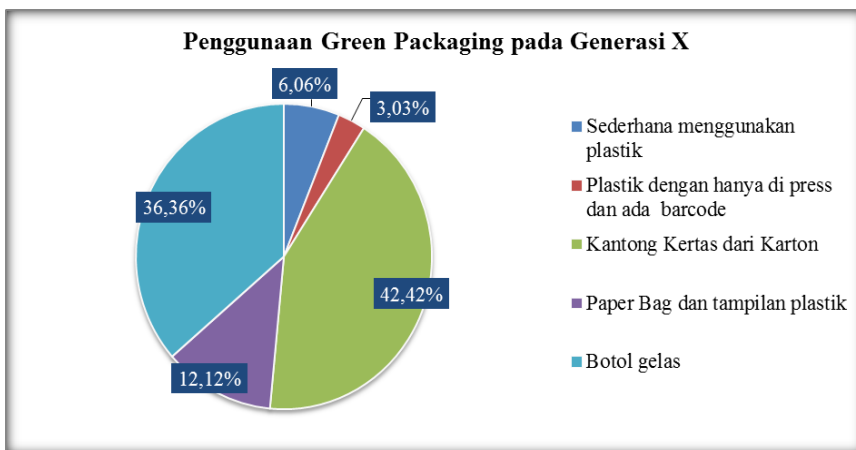


Gambar 2. Penggunaan *Green Packaging* pada Generasi *Baby Boomers*

Sebagian besar dari Generasi *Baby Boomers* lebih menyukai kemasan botol gelas dibandingkan dengan kemasan yang lain, kemasan tersebut dipilih 50,00% responden dari generasi *Baby Boomers*. Alasan dari sebagian generasi *Baby Boomers* lebih menyukai kemasan botol gelas dibandingkan kemasan lainnya adalah karena kemasan gelas dapat digunakan kembali. Pertimbangan lain dari generasi ini dalam memilih kemasan selain kemasan tersebut dapat digunakan kembali adalah sebagian *Baby Boomers* menyukai kemasan yang kuat.

Penggunaan *Green Packaging* pada Generasi X

Hasil penelitian menunjukkan kecenderungan penggunaan kemasan responden Generasi X dengan proporsi seperti tampak pada diagram di bawah ini.

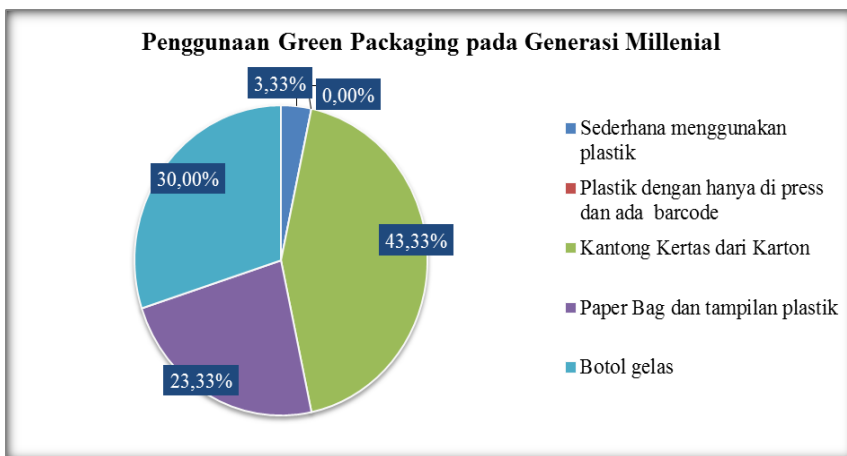


Gambar 3. Penggunaan *Green Packaging* pada Generasi X

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar Generasi X sebanyak 42,42% lebih menyukai kemasan kantong kertas dari karton dibandingkan dengan kemasan yang lain. Selanjutnya sebanyak 36,36% Generasi X menyukai kemasan botol gelas, 12,12% dari Generasi X lebih menyukai *paperbag* dengan tampilan plastik, sebanyak 6,06% Generasi X lebih menyukai kemasan sederhana menggunakan plastik, dan kemasan yang paling sedikit disukai oleh Generasi X adalah kemasan plastik dengan hanya dipress dan ada barcode yaitu sebanyak 3,03%. Pertimbangan sebagian besar Generasi X dalam memilih kemasan adalah Generasi X menyukai apabila kemasan tersebut dapat digunakan kembali dan kemasan tersebut mudah hancur. Hal ini mengindikasikan bahwa orang-orang dari generasi ini sudah memiliki kecenderungan untuk menggunakan kemasan yang *eco-friendly*.

Penggunaan *Green Packaging* pada Generasi Millenial

Kecenderungan penggunaan kemasan pada responden Generasi Millenial dengan proporsi seperti tampak pada diagram di bawah ini.

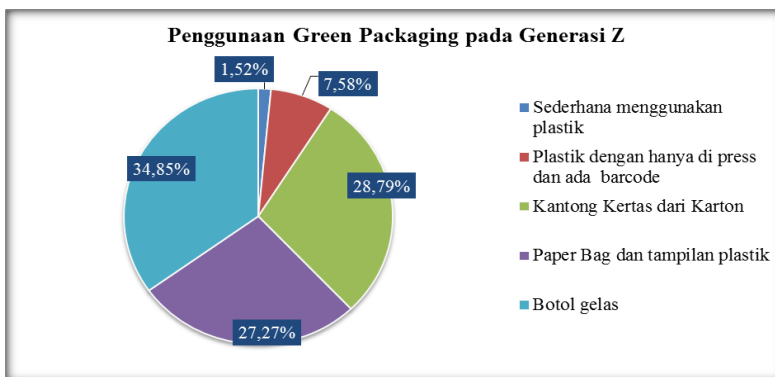


Gambar 4. Penggunaan *Green Packaging* pada Generasi Millenial

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar Generasi Millenial sebanyak 43,33% lebih menyukai kemasan kantong kertas dari karton, Selanjutnya sebanyak 30,00% Generasi Millenial menyukai kemasan botol gelas, 23,33% dari Generasi Millenial lebih menyukai *paperbag* dengan tampilan plastik, sebanyak 3,33% Generasi Millenial lebih menyukai kemasan sederhana menggunakan plastik, dan kemasan yang sama sekali tidak disukai oleh Generasi Millenial adalah kemasan plastik dengan hanya dipress dan ada barcode yaitu sebanyak 0,00%. Pertimbangan sebagian besar Generasi Millenial dalam memilih kemasan adalah sama dengan Generasi X yaitu sama-sama menyukai apabila kemasan tersebut dapat digunakan kembali dan kemasan tersebut mudah hancur. Hal ini juga mengindikasikan bahwa orang-orang dari generasi Millenial sudah memiliki kecenderungan untuk menggunakan kemasan yang *eco-friendly*.

Penggunaan *Green Packaging* pada Generasi Z

Kecenderungan penggunaan kemasan pada responden Generasi Z dengan proporsi seperti tampak pada diagram di bawah ini.



Gambar 5. Penggunaan Green Packaging pada Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar Generasi Z sebanyak 34,85% dari generasi ini lebih menyukai kemasan kemasan botol gelas, Selanjutnya sebanyak 28,79% Generasi Z menyukai kemasan kantong kertas dari karton. 27,27% dari Generasi Z lebih menyukai *paperbag* dengan tampilan plastik, lalu sebanyak 7,58% Generasi Z lebih menyukai kemasan plastik dengan hanya dipress dan ada barcode, dan hanya sebanyak 1,52% Generasi Z yang menyukai kemasan sederhana menggunakan plastik.

Pertimbangan sebagian besar Generasi Z dalam memilih kemasan sangat beragam dengan proporsi persentase yang tidak berbeda jauh, yaitu 28,79% menyukai kemasan yang dapat digunakan kembali, 22,73% Generasi Z menyukai kemasan apabila kemasan tersebut mudah hancur, 18,18% memilih menyukai kemasan dengan alasan kemasan tersebut memiliki bentuk yang isinya dapat terlihat, dan sebanyak 15,15% Generasi X memilih alasan menyukai kemasan yang kuat dalam memilih kemasan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukan ada perbedaan dalam penggunaan green packaging antar generasi dengan alasan dan preferensi yang berbeda. Generasi *Baby Boomers* lebih menyukai kemasan botol gelas dibandingkan dengan kemasan yang lain, karena kemasan gelas dapat digunakan kembali. Generasi X dan Generasi Milenial lebih menyukai kemasan kantong kertas dari karton dibandingkan dengan kemasan yang lain, hal ini mengindikasikan bahwa orang-orang dari generasi ini sudah memiliki

kecenderungan untuk menggunakan kemasan yang *eco-friendly*. Berbeda dengan generasi Z, generasi Z lebih menyukai kemasan kemasan botol gelas, dengan alasan kemasan tersebut memiliki bentuk yang isinya dapat terlihat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahvenainen, R. (2003). Kemasan aktif dan cerdas: Pengantar. Dalam teknik pengemasan makanan Novel. Cambridge, Inggris: Woodhead Publishing Ltd.
- Azzi, A., Battini, D., Persona, A., & Sgarbossa, F. (2012). Desain Kemasan: Kerangka Umum dan Agenda Penelitian. *Teknologi dan Ilmu Pengemasan*, 25(8), 435–456. <https://doi.org/10.1002/pts>
- Dobrucka, R. (2013). Masa depan industri pengemasan yang aktif dan cerdas. *Logforum*, 9(2), 103–110.
- Deliana, Y., & Rum, I. A. (2019). Bagaimana persepsi tentang lingkungan hijau lintas generasi mempengaruhi perilaku konsumen? Proses jaringan saraf. *Jurnal Internasional Studi Konsumen*, (Januari), 358–367. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12515>
- Han, J. . (2014). Tinjauan teknologi dan inovasi pengemasan makanan, dalam Inovasi dalam Kemasan Makanan. San Diego, California, AS: Academic Press
- Indonesia.go.id (Portal Informasi Indonesia). 2021. Membenahi Tata Kelola Sampah Nasional. <https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/2533/membenahi-tata-kelola-sampah-nasional>
- Okunola A, A., Kehinde I, O., Oluwaseun, A., & Olufiropo E, A. (2019). Public and Environmental Health Effects of Plastic Wastes Disposal: A Review. *Journal of Toxicology and Risk Assessment*, 5(2). <https://doi.org/10.23937/2572-4061.1510021>
- Ramadhanti, W., Firdaus, D., & Trikusumaningtias, I. (2021). Analisis Pertentangan Pandangan Antara Generasi X dengan Generasi Milenial Tentang Budaya Populer (Studi Semiotika Roland Barthes Pada Film. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 5(2), 118–126.
- Zhou, X. ., Xu, Y., & Liu, Y. (2010). Preservation technologies for fresh meat—a review. *Meat Science*, 86(1), 119–128