

ABSTRAK

Terjadinya problematika sampah yang ada tidak lepas dari perilaku konsumtif yang dilakukan oleh masyarakat. Perilaku konsumtif berpengaruh pada peningkatan volume sampah. Masyarakat yang cenderung menggunakan barang-barang sekali pakai dan tidak berkelanjutan akan menimbulkan sampah. Permasalahan sampah dan lingkungan membuat secara perlahan masyarakat mulai menyadari pentingnya mengurangi pemakaian produk sekali pakai dengan produk yang berkelanjutan. Produk yang berkelanjutan yaitu menggunakan produk yang ramah lingkungan. Mengonsumsi produk ramah lingkungan yang biasa disebut *Green product* (produk hijau) merupakan salah satu upaya dalam menjaga kesehatan, dan mengurangi timbunan sampah. Permasalahan yang diambil dalam penelitian ini adalah bagaimana perilaku konsumen dalam mencari informasi mengenai produk berbasis ramah lingkungan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori *Information Intergration*. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara dan mewawancarai tujuh narasumber. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam mencari informasi mengenai produk berbasis ramah lingkungan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa para konsumen memiliki perilaku yang berbeda-beda dalam melakukan pencarian informasi mengenai produk ramah lingkungan. Perbedaan perilaku dipengaruhi oleh latar belakang kebutuhan maupun latar belakang pekerjaan sehari-hari.

Kata kunci: Mencari Informasi, Perilaku Konsumen, Produk Ramah Lingkungan

ABSTRACT

The occurrence of existing waste problems cannot be separated from consumptive behavior carried out by the community. Consumptive behavior has an effect on increasing the volume of waste. People who tend to use single-use and unsustainable items will create waste. Waste and environmental problems have made people slowly begin to realize the importance of reducing the use of single-use products with sustainable products. Sustainable products, namely using products that are environmentally friendly. Consuming environmentally friendly products, commonly known as *green* products, is one of the efforts to maintain health and reduce waste accumulation. The problem taken in this research is how the behavior of consumers in seeking information about environmentally friendly products. In this study, researchers used the theory of *Information Integration*. Researchers used qualitative research methods using interview techniques and interviewed seven sources. The purpose of this study is to find out how consumers behave in seeking information about environmentally friendly products. Based on the research that has been done, it shows that consumers have different behaviors in searching for information about environmentally friendly products. Differences in behavior are influenced by the background of needs and the background of daily work.

Keywords: Seeking Information, Consumer Behavior, Environmentally Friendly

