

## INTISARI

Permasalahan lingkungan hidup telah membungkus kesadaran ekologis yang meningkat di masyarakat akan pentingnya keberlanjutan lingkungan demi kesejahteraan. Hasil Lembaga Survei KedaiKOPI menunjukkan bahwa anak muda di Indonesia peduli dengan isu lingkungan hidup, dimana mayoritas berasal dari generasi Z yakni 14-24 tahun (Databoks Katadata, 2021). Namun sejumlah penelitian dalam literatur mengungkapkan bahwa meskipun kepedulian dan kesadaran mengenai masalah lingkungan terinternalisasi dalam pengetahuan masyarakat terkhusus bagi anak muda, menariknya tetap ada kesenjangan sikap dan perilaku dalam gaya hidup konsumsi anak muda atas nilai tersebut. Penelitian ini bertujuan memahami fenomena kesenjangan nilai dan tindakan ekologis dari sudut pandang anak muda yang bergabung dalam komunitas lingkungan. Penelitian ini memberikan sudut pandang sosiologis dalam menyelidiki bagaimana kesadaran lingkungan dan pilihan rasional digunakan dalam membentuk kesadaran lingkungan dan pilihan konsumsi produk kecantikan berkelanjutan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi lapangan, wawancara mendalam, dan studi kepustakaan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa setiap pilihan tindakan sadar ekologis sangat kompleks dalam pemahaman anak muda. Kesenjangan sebagai persimpangan dari dua perilaku aktor yakni memilih karena rasionalitas tindakan atas ironi ekologi dan validitas sosial, serta tidak memilih karena rasionalitas tindakan alternatif lain yang dipercayai. Ada yang mengubah pengetahuan lingkungan hingga pada perwujudan konsumsi, dan ada pula yang belum mempertimbangkan konsumsi produk kecantikan berkelanjutan. Secara emosional, anak muda yang memilih produk kecantikan berkelanjutan memiliki motivasi intrinsik dalam pilihan konsumsinya. Sedangkan bagi individu yang sama sekali tidak mempertimbangkan produk kecantikan berkelanjutan dikarenakan secara situasional mereka terhambat oleh kondisi sosial-ekonomi dan kurangnya informasi terkait beragam pilihan. Mayoritas informan menunjukkan aspek pembiayaan (harga) sebagai sumber daya dasar menuju pertimbangan utilitas yang diharapkan. Sumber daya yakni kepemilikan informasi, akses, kelas sosial-ekonomi, dan waktu luang yang dimiliki oleh setiap aktor berbeda-beda. Kesenjangan akhirnya tampil pada kepemilikan sumber daya yang heterogen. Anak muda akhirnya bergerak menuju alternatif tindakan lainnya secara rasional untuk mendukung kepuasan niat ekologis mereka. Seperti misalnya partisipasi daur ulang, respon terpimpin di media massa, dan upaya adopsi sebagian produk ekologi adalah berbagai tindakan ekologis yang dioptimalkan.

Kata-kata kunci: Kesenjangan Nilai dan Tindakan, Konsumsi, Anak Muda, Komunitas, Kesadaran Lingkungan, Pilihan Rasional

### ABSTRACT

*Environmental issues have enveloped a growing ecological awareness in society of the importance of environmental sustainability for welfare. The results of the KedaiKOPI Survey Institute show that young people in Indonesia care about environmental issues, where the majority come from generation Z, namely 14-24 years old (Databoks Katadata, 2021). However, a number of studies in the literature reveal that although concern and awareness about environmental issues are internalized in people's knowledge, especially for young people, interestingly, there is still a gap in attitudes and behaviors in young people's consumption lifestyle for this value. This research aims to understand the phenomenon of the ecological value and action gap from the perspective of young people who join the environmental community. This research provides a sociological perspective in investigating how environmental awareness and rational choice are used in shaping environmental awareness and consumption choices of sustainable beauty products. Data collection techniques were conducted with field observations, in-depth interviews, and literature studies. The findings of this study show that every ecologically conscious action choice is very complex in young people's understanding. The gap as an intersection of two actor behaviors, namely choosing because of the rationality of action on ecological irony and social validity, and not choosing because of the rationality of other alternative actions that are believed. Some have changed their environmental knowledge to the realization of consumption, and some have not considered the consumption of sustainable beauty products. Emotionally, young people who choose sustainable beauty products have intrinsic motivation in their consumption choices. As for individuals who do not consider sustainable beauty products at all, they are situationally constrained by socio-economic conditions and lack of information regarding various options. The majority of informants pointed out the financing aspect (price) as a basic resource towards the consideration of expected utility. The resources of information ownership, access, socio-economic class and free time possessed by each actor vary. Inequality finally appears in heterogeneous resource ownership. Young people eventually move towards other alternative actions rationally to support the satisfaction of their ecological intentions. For example, recycling participation, guided responses in mass media, and efforts to adopt some ecological products are various optimized ecological actions.*

**Keywords:** *Value-Action Gap, Consumption, Youth, Community, Environmental Awareness, Rational Choice*