

**PENGARUH PESAN KAMPANYE #MAKINGBEAUTYBETTER  
TERHADAP SIKAP FOLLOWERS MENGENAI STANDAR  
KECANTIKAN**

**ABSTRAK**

**Aprilianti Dewi**

Making Beauty Better merupakan kampanye yang dilakukan oleh Dear Me Beauty. Kampanye ini menarik perhatian dengan adanya penggunaan model serta penyampaian pesan yang dilakukan di media sosial sehingga kampanye ini menjadi unik dan memberikan kesan yang positif bagi sebuah brand. Hal lainnya yang juga menjadi keunikan kampanye ini adalah bagaimana Dear Me Beauty mengikutsertakan model laki-laki paruh baya. Melalui kampanye ini Dear Me Beauty menyuarakan pesan tentang bagaimana kecantikan merupakan hal yang universal dan dapat dimiliki oleh setiap orang terlepas dari gender, usia, maupun warna kulit. Pemilihan media sosial Instagram sebagai saluran kampanye menjadikan pesan ini lebih mudah disampaikan kepada khalayak. Kampanye ini memperoleh respon yang positif dari audiens pada akun Instagram @dearmebeauty. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pesan kampanye terhadap sikap followers mengenai standar kecantikan. Penelitian ini menggunakan teori atribusi sebagai alat pengukuran untuk menguji pengaruh pesan terhadap sikap. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif eksplanatif menjelaskan pengaruh antara kedua variabel. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 followers akun Instagram @dearmebeauty. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil uji korelasi sebesar 0,715 yang berarti adanya hubungan yang kuat antara kedua variabel. Hasil dari uji regresi menyebutkan adanya pengaruh pesan kampanye sebesar 50,2% terhadap sikap followers mengenai standar kecantikan. Serta hasil uji t yang mendapatkan nilai 5.136 t hitung yang lebih besar daripada t tabel yaitu 1.292 maka berarti  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima. Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara pesan kampanye terhadap sikap followers mengenai standar kecantikan.

**Kata kunci: Pesan Kampanye, Standar Kecantikan, Making Beauty Better**

**THE EFFECT OF THE #MAKINGBEAUTYBETTER CAMPAIGN  
MESSAGE ON FOLLOWERS' ATTITUDE ON BEAUTY STANDARDS**

**Abstract**

**Aprilianti Dewi**

*Making Beauty Better is a campaign conducted by Dear Me Beauty. This campaign attracts attention with the use of models and the delivery of messages on social media so that this campaign is unique and gives a positive impression for a brand. Another thing that makes this campaign unique is how Dear Me Beauty includes middle-aged male models. Through this campaign, Dear Me Beauty voices a message about how beauty is universal and can be owned by everyone regardless of gender, age, or skin color. The choice of Instagram as social media as a campaign channel makes this message easier to convey to the public. This campaign received a positive response from the audience on the @dearmebeauty Instagram account. The purpose of this study is to determine how much the campaign influence message on followers attitudes about beauty standards. This study uses attribution theory as a measurement tool to test the effect of messages on attitudes. The method used in this research is an explanatory quantitative method which is willing to explain the influence between the two variables. This research data collection uses a survey method by distributing questionnaires to 100 followers of the @dearmebeauty Instagram account. The results of this study show the results of the correlation test of 0.715 which means there is a strong relationship between the two variables. The results of the regression test stated that there was an effect of 50.2% of campaign messages on followers attitudes about beauty standards. And the results of the t test which get a value of 5,136 t arithmetic which is greater than the t table, namely 1.292, it means that  $H_0$  is rejected,  $H_1$  is accepted. The conclusion in this study is that there is a significant influence between campaign messages on followers attitudes about beauty standards.*

*Keyword: Campaign message, Beauty standard, Making Beauty Better*