

**PENGARUH PESAN KAMPANYE #BELAJARJADIMINIMALIS  
TERHADAP PERILAKU *SUSTAINABLE LIVING* (Survei pada *Followers*  
Instagram @lyfewithless)**

**Meilly Joice Palentina Sirait**

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

meilly@upnvj.ac.id

**ABSTRAK**

*Lyfe With Less* adalah sebuah komunitas *online* yang mempromosikan gaya hidup minimalis melalui pesan kampanye #BelajarJadiMinimalis sebagai bentuk perilaku yang lebih peduli lingkungan. Namun, pesan kampanye tersebut belum efektif karena gempuran konsumerisme mendorong peningkatan aktivitas belanja *online* yang berimplikasi pada pencemaran lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji besaran pengaruh pesan kampanye #BelajarJadiMinimalis terhadap perilaku *sustainable living* di kalangan pengikut akun Instagram @lyfewithless dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai landasan teori. Metode yang digunakan adalah pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode survei melalui penyebaran kuesioner tertutup secara daring kepada 100 responden yang diambil dari *followers* Instagram @lyfewithless. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hasil yang signifikan dan positif dari pesan kampanye terhadap perilaku *sustainable living* dengan tingkat uji korelasi pada kategori cukup kuat, sehingga disimpulkan bahwa pesan kampanye #BelajarJadiMinimalis berpengaruh signifikan secara positif terhadap perilaku *sustainable living followers* Instagram @lyfewithless.

**Kata kunci:** Pesan Kampanye, Perilaku *Sustainable Living*, *Theory of Planned Behavior*

**THE INFLUENCE OF #BELAJARJADIMINIMALIS CAMPAIGN  
MESSAGE ON SUSTAINABLE LIVING BEHAVIOR (Survey on Followers of  
Instagram @lyfewithless)**

**Meilly Joice Palentina Sirait**

**ABSTRACT**

*Lyfe With Less is an online community that promotes a minimalist lifestyle through the campaign message #BelajarJadiMinimalis as a form of environmentally conscious behavior. However, this campaign message has not been effective due to the onslaught of consumerism leading to increased online shopping activities, resulting in environmental pollution. This study aims to examine the extent of the influence of the #BelajarJadiMinimalis campaign message on sustainable living behavior among followers of the Instagram account @lyfewithless using the Theory of Planned Behavior (TPB) as the theoretical framework. The method employed is a quantitative research approach using an explanatory research design. Data collection involved conducting an online survey through the distribution of closed-ended questionnaires to 100 respondents selected from the followers of Instagram @lyfewithless, utilizing purposive sampling. The research findings indicate a significant and positive impact of the campaign message on sustainable living behavior, with the correlation test indicating a reasonably strong relationship. Thus, it is concluded that the #BelajarJadiMinimalis campaign message significantly influences the sustainable living behavior of the followers on Instagram @lyfewithless*

**Keywords:** Campaign Message, Sustainable Living Behavior, Theory of Planned Behavior