

**PENGARUH PESAN KAMPANYE INSTAGRAM
#MULADARIMEJARIAS AVOSKIN TERHADAP SIKAP
PEDULI LINGKUNGAN FOLLOWERS INSTAGRAM
@AVOSKINBEAUTY**

LIDYA DAMAYANTI

ABSTRAK

Meningkatnya limbah plastik dari industri kecantikan mendorong berbagai *brand* lokal untuk mengampanyekan kepedulian terhadap lingkungan, salah satunya Avoskin melalui kampanye Instagram #MulaidariMejaRias. Kampanye ini mengajak masyarakat untuk lebih sadar lingkungan dengan memulai perubahan dari kebiasaan di meja rias. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pesan kampanye #MulaidariMejaRias terhadap sikap peduli lingkungan *followers* Instagram @avoskinbeauty. Penelitian ini menggunakan teori integrasi informasi Martin Fishbein sebagai dasar teoritis. Teori ini menjelaskan individu membentuk sikap berdasarkan akumulasi dan pengorganisasian informasi yang mereka terima. Informasi yang dianggap kredibel dan bermakna akan membentuk kecenderungan sikap, baik secara positif maupun negatif terhadap suatu objek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 705.950 *followers* @avoskinbeauty, dengan sampel berjumlah 100 responden yang ditentukan melalui rumus Taro Yamane dan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner Google Form dengan skala Likert 4 poin. Hasil uji normalitas menunjukkan data berdistribusi normal, signifikansi 0,119. Uji korelasi menunjukkan adanya hubungan yang cukup berarti antara pesan kampanye dan sikap peduli lingkungan dengan nilai sebesar 0,694. Hasil uji regresi sederhana menunjukkan nilai signifikansi 0,001 dan koefisien regresi sebesar 0,513, yang berarti kampanye #MulaidariMejaRias berpengaruh signifikan terhadap sikap peduli lingkungan. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kampanye berkontribusi sebesar 48,1% terhadap pembentukan sikap peduli lingkungan. Kampanye #MulaidariMejaRias terbukti efektif memengaruhi sikap peduli lingkungan *followers* Avoskin.

Kata kunci: Instagram, kampanye, #MulaidariMejaRias, sikap peduli lingkungan, teori integrasi informasi

THE INFLUENCE OF THE INSTAGRAM CAMPAIGN MESSAGE #MUL AidARIMEJARIAS BY AVOSKIN ON THE ENVIRONMENTAL AWARENESS ATTITUDES OF INSTAGRAM FOLLOWERS @AVOSKINBEAUTY

LIDYA DAMAYANTI

ABSTRACT

The increasing plastic waste from the beauty industry encourages various local brands to campaign for environmental awareness, one of which is Avoskin through the #MulaidariMejaRias Instagram campaign. This campaign invites people to be more environmentally conscious by starting changes from habits on the dressing table. This study aims to determine the effect of the #MulaidariMejaRias campaign message on the environmental care attitude of @avoskinbeauty Instagram followers. This study uses Martin Fishbein's information integration theory as a theoretical basis. This theory explains that individuals form attitudes based on the accumulation and organization of the information they receive. Information that is considered credible and meaningful will shape attitude tendencies, both positively and negatively towards an object. This research uses an explanatory quantitative approach. The population in this study were 705,950 followers of @avoskinbeauty, with a sample of 100 respondents determined through the Taro Yamane formula and purposive sampling technique. Data collection was carried out using a Google Form questionnaire with a 4-point Likert scale. The normality test results show that the data is normally distributed, significance 0.119. The correlation test shows a significant relationship between campaign messages and environmental care attitudes with a value of 0.694. The simple regression test results show a significance value of 0.001 and a regression coefficient of 0.513, which means that the #MulaidariMejaRias campaign has a significant effect on environmental care attitudes. In addition, the coefficient of determination test results show that the campaign contributes 48.1% to the formation of environmental care attitudes. The #MulaidariMejaRias campaign is proven to be effective in influencing the environmental care attitude of Avoskin followers.

Keywords: campaign, environmental awareness attitude, information integration theory, Instagram, #MulaidariMejaRias