



Judul Tugas Akhir Skripsi:

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

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Lidya Damayanti

NIM : 1810411167



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Lidya Damayanti

NIM : 1810411167

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juni 2025

Yang menyatakan,



(Lidya Damayanti)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lidya Damayanti
NIM : 1810411167
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

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

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 10 Agustus 2025

Yang menyatakan,



(Lidya Damayanti)

PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Lidya Damayanti
NIM : 1810411167
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Pesan Kampanye Instagram #MulaidariMejaRias Avoskin terhadap Sikap Peduli Lingkungan *Followers* Instagram @avoskinbeauty

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 10 Agustus 2025

Yang menyatakan,



(Lidya Damayanti)

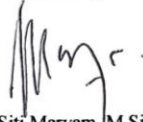
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Lidya Damayanti
NIM : 1810411167
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Pesan Kampanye Instagram #MulaidariMejaRias
Avoskin terhadap Sikap Peduli Lingkungan *Followers* Instagram
@avoskinbeauty

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Dra. Siti Maryam, M.Si)

Penguji 1



(Dr. Ana Kuswanti, S.I.Kom., M.Si)

Penguji 2



(Uljanatunnisa, S.Sos., MA.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 10 Juli 2025

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Tugas Akhir diajukan oleh:

Nama : Lidya Damayanti
NIM : 1810411167
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Pesan Kampanye Instagram #MulaidariMejaRias Avoskin terhadap Sikap Peduli Lingkungan *Followers* Instagram @avoskinbeauty

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal **6X** dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **TUGAS AKHIR** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing



(Dra. Siti Maryam, M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 10 Juli 2025

**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 mengkampanyekan 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 #MULDAIDARIMEJARIAS 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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Pesan Kampanye Instagram #MulaidariMejaRias Avoskin terhadap Sikap Peduli Lingkungan Followers Instagram @avoskinbeauty" dengan baik. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN Veteran Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Kedua orang tua tercinta, Supana dan Sri Tjipto Soebekti, atas kasih sayang, do'a, dan dukungan tanpa henti yang menjadi kekuatan utama penulis.
- 2) Ibu Dra. Siti Maryam, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
- 3) Ibu Dr. Ana Kuswanti, M.Si. dan Ibu Uljanatunnisa, S.Sos., MA selaku dosen penguji peneliti, yang telah membantu peneliti untuk memperbaiki skripsi melalui masukan-masukan yang bermanfaat.
- 4) Ka Tri, selaku kakak sepupu yang selalu siap sedia membantu penulisan skripsi ini ketika peneliti bingung.
- 5) Kakak peneliti, Enny Puspitasari yang selalu peduli kepada peneliti.
- 6) Bang Acan, selaku senior yang selalu mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikan studi dan banyak membantu dalam hal administrasi.
- 7) Teman-teman terdekat, Dhiyaa, Ariesta, dan Yossy yang setia menemani dalam berbagai kondisi dan selalu memotivasi untuk tetap maju.
- 8) Para responden yang telah menjadi partisipan dalam penelitian ini.
- 9) Grup K-Pop idol, BTS, TXT, dan eaJ yang melalui kata dan karya mereka memberi semangat dan pengingat kepada peneliti bahwa tidak apa gagal, untuk bangkit lebih bersinar.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan memberikan kontribusi ilmiah, khususnya dalam bidang kampanye.

Jakarta, 26 Juni 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Lidya Damayanti', with a stylized, cursive script.

Lidya Damayanti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Akademik	7
1.4.2. Manfaat Praktis	8
1.5. Sistematika Penelitian	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Teori dan Konsep Penelitian	18
2.2.1. Teori Integrasi Informasi	18
2.2.2. Kampanye	19

2.2.3.	Instagram	24
2.2.4.	Sikap Peduli Lingkungan.....	25
2.3.	Kerangka Pikir	27
2.4.	Perumusan Hipotesis.....	28
BAB III		29
3.1.	Objek Penelitian.....	29
3.2.	Jenis Penelitian.....	29
3.3.	Populasi dan Sampel	29
3.3.1.	Populasi.....	29
3.3.2.	Sampel	30
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5.	Sumber Data.....	32
3.5.1.	Data Primer	32
3.5.2.	Data Sekunder.....	32
3.6.	Definisi Operasional Variabel.....	32
3.7.	Metode Analisis Data.....	37
3.7.1.	Uji Validitas	37
3.7.2.	Uji Reliabilitas	40
3.7.3.	Analisis Korelasi.....	42
3.7.4.	Uji Normalitas.....	43
3.7.5.	Analisis Regresi	44
3.7.6.	Uji Koefisien Determinasi	45
3.7.7.	Uji Hipotesis	45
3.8.	Jadwal Penelitian	45
BAB IV		47
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	47
4.2.	Hasil Penelitian	47
4.2.1.	Karakteristik Responden.....	48
4.2.2.	Analisis Pernyataan Variabel X (Pesan Kampanye #MulaidariMejaRias)	50
4.2.3.	Analisis Pernyataan Variabel Y (Sikap Peduli Lingkungan)... ..	65
4.2.4.	Hasil Analisis Korelasi	76

4.2.5.	Hasil Uji Normalitas	77
4.2.6.	Hasil Analisis Regresi.....	78
4.2.7.	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	79
4.2.8.	Hasil Uji Hipotesis.....	79
4.3.	Pembahasan.....	80
BAB V		88
5.1.	Kesimpulan	88
5.2.	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN		94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Perbandingan Kampanye Somethinc dengan Avoskin	4
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1. Data Skala Likert.....	32
Tabel 3.2. Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.3. Hasil Validitas SPSS	38
Tabel 3.4. Kategori Nilai Alpha Croanbach.....	41
Tabel 3.5. Uji Realibilitas Variabel X (Pesan Kampanye #MulaidariMejaRias). 42	
Tabel 3.6. Uji Realibilitas Variabel Y (Sikap Peduli Lingkungan).....	42
Tabel 3.7. Nilai Koefisien Korelasi	43
Tabel 3.8. Tabel Jadwal Penelitian.....	46
Tabel 4. 1. Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4. 2. Usia Responden.....	48
Tabel 4. 3. Domisili Responden	49
Tabel 4. 4. Kriteria Responden.....	49
Tabel 4. 5. Pernyataan 1	51
Tabel 4. 6. Pernyataan 2	51
Tabel 4. 7. Pernyataan 3	52
Tabel 4. 8. Pernyataan 4	52
Tabel 4. 9. Pernyataan 5	53
Tabel 4. 10. Pernyataan 6	53
Tabel 4. 11. Pernyataan 7	54
Tabel 4. 12. Pernyataan 8	55
Tabel 4. 13. Pernyataan 9	55
Tabel 4. 14. Pernyataan 10	56
Tabel 4. 15. Pernyataan 11	56
Tabel 4. 16. Pernyataan 12	57
Tabel 4. 17. Pernyataan 13	57
Tabel 4. 18. Pernyataan 14	58
Tabel 4. 19. Pernyataan 15	58
Tabel 4. 20. Pernyataan 16	59

Tabel 4. 21. Pernyataan 17	60
Tabel 4. 22. Pernyataan 18	60
Tabel 4. 23. Pernyataan 19	61
Tabel 4. 24. Pernyataan 20	61
Tabel 4. 25. Pernyataan 21	62
Tabel 4. 26. Pernyataan 22	62
Tabel 4. 27. Pernyataan 23	63
Tabel 4. 28. Pernyataan 24	64
Tabel 4. 29. Data Statistik Variabel X (Pesan Kampanye #MulaidariMejaRias) 64	
Tabel 4. 30. Pernyataan 1	66
Tabel 4. 31. Pernyataan 2	66
Tabel 4. 32. Pernyataan 3	67
Tabel 4. 33. Pernyataan 4	67
Tabel 4. 34. Pernyataan 5	68
Tabel 4. 35. Pernyataan 6	68
Tabel 4. 36. Pernyataan 7	69
Tabel 4. 37. Pernyataan 8	70
Tabel 4. 38. Pernyataan 9	70
Tabel 4. 39. Pernyataan 10	71
Tabel 4. 40. Pernyataan 11	71
Tabel 4. 41. Pernyataan 12	72
Tabel 4. 42. Pernyataan 13	72
Tabel 4. 43. Pernyataan 14	73
Tabel 4. 44. Pernyataan 15.....	74
Tabel 4. 45. Pernyataan 16	74
Tabel 4. 46. Pernyataan 17	75
Tabel 4. 47. Data Statistik Variabel Y (Sikap Peduli Lingkungan)	75
Tabel 4. 48. Analisis Hubungan (Korelasi).....	76
Tabel 4. 49. Hasil Uji Normalitas.....	77
Tabel 4. 50. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	78
Tabel 4. 51. Uji Koefisien Determinasi.....	79
Tabel 4. 52. Hasil Uji Hipotesis	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data FMCG (Fast Moving Costumer Goods) terlaris di e-commerce tahun 2024.....	2
Gambar 1. 2 Data merek skincare trueclaim terlaris Oktober 2024	3
Gambar 1. 3 Tampilan kampanye #MulaidariMejaRias pada Instagram Avoskin	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir	27