

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kampanye #MulaiDariMejaRias adalah kampanye ajakan untuk membantu pengurangan sampah akibat dunia kecantikan. Dengan memilah produk perawatan kulit serta memperhatikan masa kadaluarsa dan juga *PAO* atau *Period After Opening* atau masa ketahanan produk dari pertama kali segel produk tersebut dibuka. Avoskin mengajak masyarakat untuk lebih peduli dengan sampah walaupun dimulai dari hal yang kecil seperti kumpulan produk perawatan kulit yang ada di meja rias. Menurut informasi dari kampanye *Zero Waste Week*, di tahun 2018 ditemukan kurang lebih 120 miliar wadah dari produk kosmetik yang akhirnya dibuang sebagai limbah dilasir oleh, (*Forbes*, 18 Desember 2024).

Industri kecantikan menyumbang hingga 120 miliar kemasan setiap tahun, dan 40% di antaranya tidak dapat didaur ulang, sehingga memperburuk krisis sampah global. Fenomena "*fast beauty*" produsen yang terus merilis produk baru dalam waktu singkat untuk mengikuti tren pasar menambah volume limbah plastik dan mikroplastik yang sulit terurai. Selain itu, penggunaan bahan baku seperti minyak kelapa sawit dalam produksi kosmetik turut berdampak negatif terhadap lingkungan. Meskipun beberapa merek mulai menerapkan kemasan ramah lingkungan dan program daur ulang, kesadaran konsumen di Indonesia masih rendah

sehingga pengelolaan limbah kosmetik belum berjalan secara maksimal. Dilansir, (*Kompas.id*, 21 September 2024).

Krisis lingkungan ini semakin diperburuk oleh penggunaan bahan-bahan sekali pakai dan produk kimia berbahaya yang banyak digunakan dalam industri, termasuk industri kecantikan. Banyak produk perawatan kecantikan mengandung bahan kimia yang sulit terurai dan berpotensi mencemari lingkungan. Kemasan yang tidak ramah lingkungan, seperti plastik dan kaca juga menambah beban sampah yang sudah mengkhawatirkan. Plastik itu sendiri memerlukan jangka waktu hingga satu tahun untuk terurai (Wahidah et al., 2023).

Salah satu merk perawatan wajah asal Indonesia dengan jenama Avoskin dikenal dengan citra merk yang peduli akan lingkungan meluncurkan kampanye #MulaiDariMejaRias. Avoskin menggunakan kampanye ini untuk mengedukasi dan menginspirasi masyarakat dalam menjalankan gaya hidup yang lebih memperhatikan lingkungan dan juga menerapkan keberlanjutan (*sustainability*) terhadap lingkungan.

Untuk menciptakan keberlanjutan lingkungan, perhatian utama harus diberikan pada aspek ekologi, di mana setiap elemen, bahkan yang terkecil, tidak boleh diabaikan. Penekanan pada aspek ekologis sangat penting bagi keberlanjutan lingkungan, tidak hanya karena kemampuannya dalam mengurangi kerusakan pada ekosistem, tetapi juga karena potensi untuk memperkenalkan pemahaman baru mengenai hubungan antara manusia dan alam (Effendi et al., 2018)

Keberlanjutan atau *Sustainability* berarti memastikan bahwa kebutuhan saat ini terpenuhi tanpa menghambat peluang generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka di kemudian hari. merupakan istilah baru yang mempunyai tujuan untuk menjaga kelestarian dan juga keseimbangan lingkungan. Prinsip kelestarian lingkungan berkelanjutan mencakup perlindungan terhadap sistem pendukung kehidupan, pelestarian serta peningkatan keanekaragaman hayati, dan upaya menjaga integritas ekosistem. Selain itu, prinsip ini juga melibatkan pengembangan langkah-langkah untuk memulihkan ekosistem yang telah rusak parah, serta penerapan strategi pencegahan dan adaptasi dalam menghadapi ancaman perubahan lingkungan secara global (Effendi et al., 2018).

Kegiatan kampanye ini disebarakan oleh Avoskin di beberapa media sosial seperti Instagram, X dan Tiktok. Namun, Instagram menjadi fokus utama kampanye ini karena dianggap lebih efektif untuk menjangkau target audiens yang mayoritas adalah pengguna aktif Instagram. Platform ini dimanfaatkan tidak hanya untuk menyebarkan informasi, tetapi juga untuk menjalin interaksi dengan pengguna langsung melalui fitur seperti unggahan *feeds*, *reels*, *stories*, dan siaran langsung. Melalui akun Instagram @avoskinbeauty pada tanggal 30 Januari 2024, Avoskin membagikan unggahan pertamanya mengenai kampanye ini, unggahan tersebut dapat dilihat pada gambar 1.1.

Gambar 1.1

Unggahan pertama kampanye #MulaiDariMejaRias



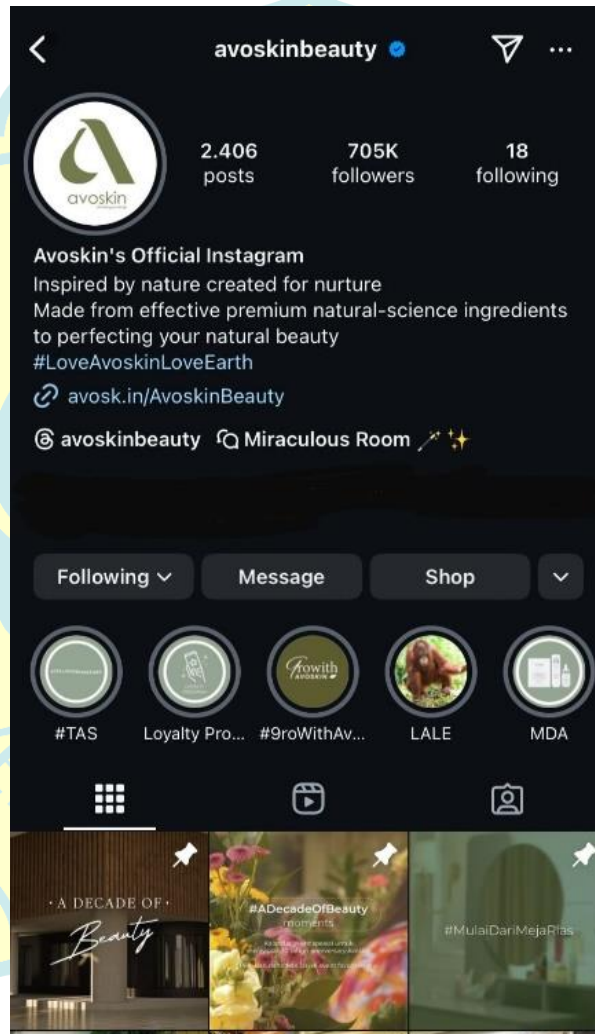
Sumber : Dokumentasi pribadi penulis (Kamis, 19 desember 2024 11.14)

Dalam unggahan video tersebut, Avoskin menyampaikan mengenai perubahan yang dapat dimulai dari hal kecil. Dapat dilihat dalam caption bahwa kegiatan kampanye ini akan dimulai pada bulan Maret 2024. Kampanye Melalui kampanye komunikasi, bisnis dan organisasi dapat menjalin hubungan positif dengan publik, yang pada akhirnya meningkatkan dukungan dan kepercayaan (Priliantini et al., 2020).

Kampanye #MulaiDariMejaRias dimulai pada tanggal 21 Maret 2024. Jika dilihat dari laman Instagram @avoskinbeauty, Avoskin menyematkan 3 unggahan dan salah satunya adalah unggahan mengenai kampanye

#MulaiDariMejaRias. Gambar unggahan tersebut dapat dilihat pada gambar 1.2.

Gambar 1. 2
Laman Official Instagram @avoskinbeauty



Sumber : Dokumentasi pribadi penulis (Kamis, 19 desember 2024 11.25)

Dapat dilihat melalui unggahan di atas mengenai maksud dari diadakannya kampanye #MulaiDariMejaRias adalah, Avoskin ingin mengenalkan tujuan dari program kampanye ini. Yaitu, untuk bersama sama memulai perubahan dari hal yang sederhana untuk memulai hidup berkelanjutan. Kegiatan kampanye ditujukan untuk membekali masyarakat

dengan pengetahuan yang dapat mendorong perubahan perilaku sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan (Priliantini et al., 2020). Unggahan dimulainya kampanye #MulaiDariMejaRias dapat dilihat pada gambar 1.3.

Gambar 1. 3
Unggahan #MulaiDariMejaRias



Sumber : Dokumentasi pribadi penulis (Kamis, 19 desember 2024 11.35)

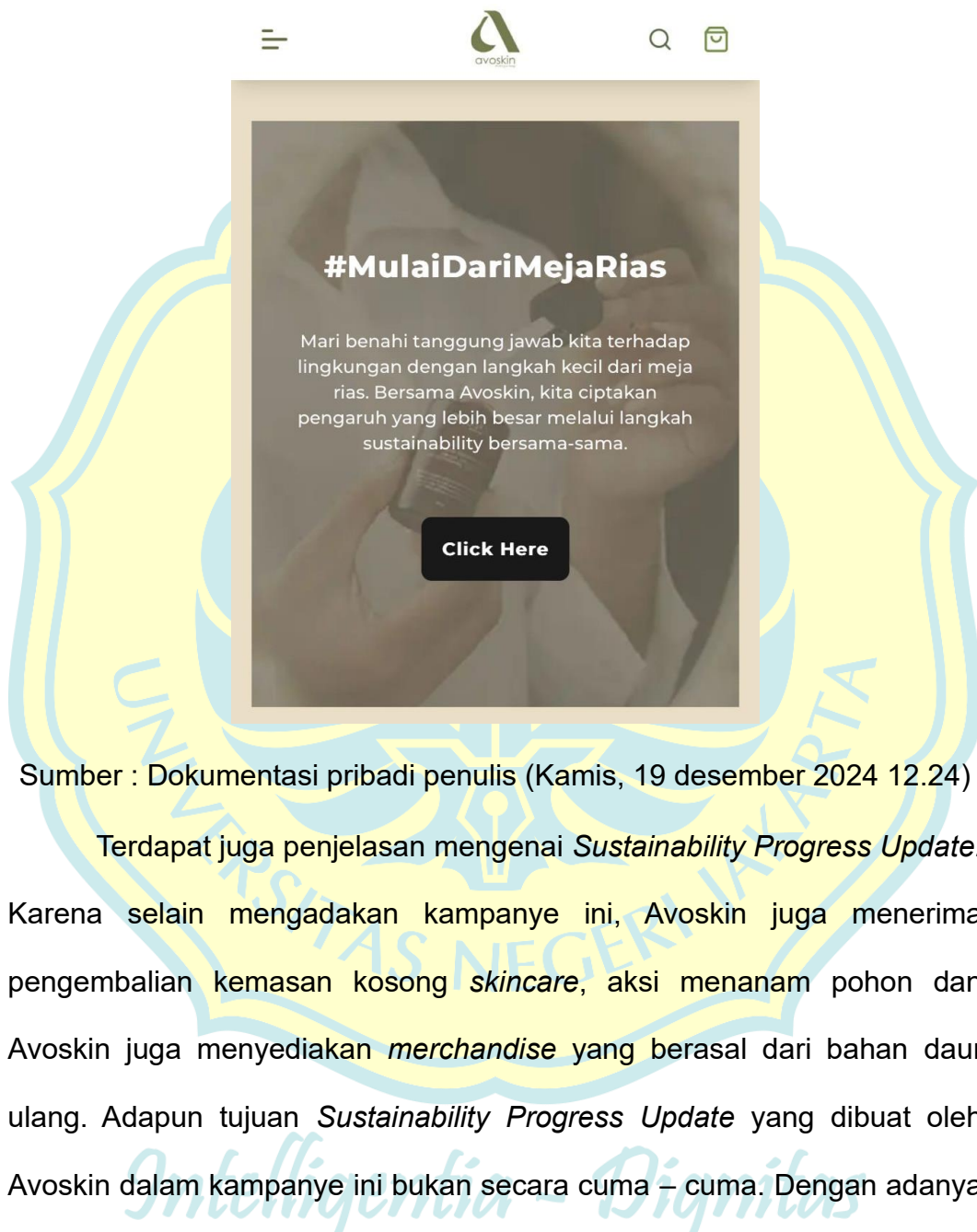
Konten di atas merupakan salah satu dari tiga unggahan yang disematkan oleh Avoskin yang berisi tentang kampanye #MulaiDariMejaRias. Unggahan tersebut berbentuk *reels* atau video singkat yang berisi tentang pentingnya menyadari hal – hal kecil yang dapat merusak keseimbangan lingkungan seperti boros dalam menggunakan

listrik, pemakaian kapas dan tisu terlalu banyak, dan secara tidak sadar mempunyai kebiasaan untuk menimbun sampah bekas botol atau wadah *skincare*. Dalam video tersebut Avoskin menyampaikan bahwa keberlanjutan lingkungan dapat dimulai dari hal kecil. Kampanye dimulai dari sebuah ide yang dirumuskan menjadi pesan untuk disampaikan kepada masyarakat luas (Achmad et al., 2023).

Avoskin sudah mengunggah lima belas unggahan terkait kampanye #MulaiDariMejaRias sejak tanggal 30 Januari 2024. Peneliti memutuskan untuk menggunakan unggahan yang diunggah pada tanggal 21 Maret 2024 sebagai bahan penelitian. Alasan peneliti menggunakan unggahan tersebut adalah karena unggahan tersebut merupakan unggahan yang disematkan oleh Avoskin dan juga unggahan tersebut merupakan awal berjalannya kampanye #MulaiDariMejaRias.

Selain menyuarakan kampanye di media sosial, kegiatan kampanye #MulaiDariMejaRias juga dapat dilihat melalui *website* Avoskin yaitu <https://www.Avoskinbeauty.com/>. Dalam *website* ini kita dapat membeli produk Avoskin dan terdapat banyak informasi detail mengenai Avoskin, dalam *website* ini juga terdapat pilihan *menu Sustainability* atau keberlanjutan yang berisi mengenai informasi kampanye #MulaiDariMejaRias serta juga ada pemberitahuan mengenai *Sustainability Progress Update*. Gambar *website* tersebut dapat dilihat pada gambar 1.4.

Gambar 1.4
Kampanye #MulaiDariMejaRias di website Avoskin



Sumber : Dokumentasi pribadi penulis (Kamis, 19 desember 2024 12.24)

Terdapat juga penjelasan mengenai *Sustainability Progress Update*. Karena selain mengadakan kampanye ini, Avoskin juga menerima pengembalian kemasan kosong *skincare*, aksi menanam pohon dan Avoskin juga menyediakan *merchandise* yang berasal dari bahan daur ulang. Adapun tujuan *Sustainability Progress Update* yang dibuat oleh Avoskin dalam kampanye ini bukan secara cuma – cuma. Dengan adanya *update* dari setiap *progress* ini merupakan salah satu bukti bahwa Avoskin terbuka dan transparan serta mempunyai hasil yang baik selama menjalankan kampanye. Kampanye membawa perubahan dalam hal sikap yang menjadi bagian dari tujuannya, serta memberikan peringatan bahwa

perhatian terhadap aspek ini sangat penting untuk mewujudkan perubahan (Shifa Mutma et al., 2022). Halaman mengenai *Sustainability Progress Update* dapat dilihat pada gambar 1.5 .

Gambar 1.5
Bagian Sustainability Progress Update di website Avoskin



Sumber : Dokumentasi pribadi penulis (Kamis, 19 desember 2024 12.28)

Selain menjalankan kampanye #MulaiDariMejaRias, Avoskin juga berkerja sama dengan mitra daur ulang seperti rekosistem dan juga *waste4change*. Cara kerjanya adalah setiap Avoskin mempunyai *event offline* dan program digital *take back* yang diadakan oleh *waste4change*, sahabat avo atau sebutan Avoskin untuk pengguna Avoskin dapat

melakukan pengembalian kemasan kosong yang nantinya kemasan tersebut akan diserahkan kepada mitra Avoskin untuk di daur ulang.

Sikap masyarakat dalam mendukung keberlanjutan lingkungan melalui produk perawatan kecantikan semakin berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran akan isu-isu lingkungan. Dengan adanya program pengembalian kemasan kosong, konsumen tidak hanya berperan sebagai pembeli, tetapi juga sebagai seseorang yang berkontribusi pada daur ulang dan peduli dengan keberlanjutan lingkungan. Perubahan perilaku masyarakat dapat dicapai melalui kampanye yang menyampaikan pesan dari pelaksana, yang relevan dengan tahapan pengambilan keputusan (Anandra et al., 2020).

Perubahan sikap ini juga didorong oleh meningkatnya akses informasi mengenai dampak lingkungan dari produk kecantikan. Melalui media sosial dan kampanye edukatif, banyak konsumen yang mendapatkan pemahaman lebih baik tentang pentingnya memilih produk yang mempertimbangkan aspek peduli lingkungan. Diharapkan hal ini akan menyebabkan setiap individu mengubah perilakunya dengan menerima atau menolak pesan tersebut (Anandra et al., 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak kampanye #MulaiDariMejaRias terhadap perubahan sikap *followers* Instagram @avoskinbeauty dalam mendukung upaya keberlanjutan lingkungan, terutama melalui pengelolaan limbah produk perawatan kecantikan. Kampanye ini menggambarkan bagaimana Avoskin memanfaatkan

Instagram sebagai media utama untuk menyampaikan pesan edukasi yang bertujuan meningkatkan kesadaran dan mendorong perilaku ramah lingkungan. Melalui hasil penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh kontribusi penting bagi pengembangan ilmu teori dan penerapan nyata dalam menilai efektivitas kampanye lingkungan di media sosial, sekaligus menjadi acuan bagi merk lain untuk meluncurkan program serupa yang mendukung keberlanjutan lingkungan.

Penelitian ini memiliki keunikan tersendiri karena mengangkat isu keberlanjutan (*sustainability*) lingkungan yang sedang menjadi perhatian global, khususnya dalam industri kecantikan. Studi kasus pada *brand* lokal memberikan nilai lebih karena menunjukkan bagaimana perusahaan dalam negeri beradaptasi dengan tren global seperti keberlanjutan lingkungan. Hasil penelitian ini dapat memberikan implikasi praktis bagi industri kecantikan, khususnya dalam merancang kampanye yang tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan membangun kesadaran lingkungan.

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti juga melakukan *preliminary riset* atau pra-riset yang bertujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai sejauh mana kampanye #MulaidariMejaRias di akun Instagram @avoskinbeauty telah menarik perhatian dan memengaruhi sikap masyarakat terhadap isu keberlanjutan lingkungan. Hal ini membantu peneliti menentukan aspek-aspek kampanye yang paling relevan untuk diteliti, seperti pesan yang disampaikan, tingkat keterlibatan audiens, serta dampaknya terhadap perilaku pembelian produk perawatan kecantikan

yang ramah lingkungan. Peneliti menyiapkan total 4 pertanyaan singkat dengan jawaban “Ya” dan “Tidak” yang peneliti sebar ke 31 orang, 21 perempuan dan 11 laki - laki yang aktif menggunakan media sosial Instagram dan mengikuti akun @avoskinbeauty.

Dalam *preliminary riset* pertanyaan pertama menyatakan bahwa dua puluh tujuh orang (87,1%) menyatakan “Ya” dan empat orang (12,9%) lainnya menyatakan “Tidak” pada pertanyaan apakah mereka mengetahui *brand* Avoskin. Hasil dari *preliminary riset* pertanyaan pertama dapat dilihat pada gambar 1.6.

Gambar 1.6
Hasil Preliminary Riset Pertanyaan Pertama

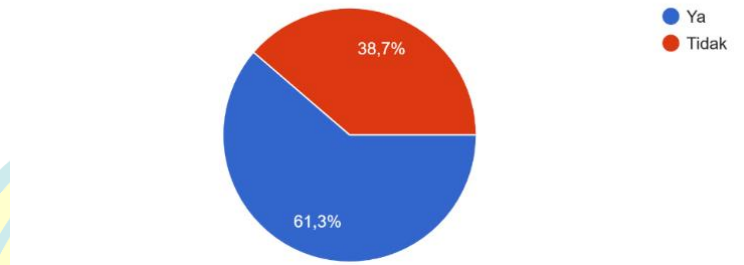


Sumber : Oleh Peneliti, 2025

Hasil dari *preliminary riset* pada pertanyaan kedua adalah sebanyak sembilan belas orang (61,3%) menyatakan “Ya” dan sebanyak dua belas orang (38,7%) menyatakan “Tidak” terkait pertanyaan apakah mereka pernah membeli produk dari Avoskin. Hasil dari *preliminary riset* pertanyaan kedua dapat dilihat pada gambar 1.7.

Gambar 1. 7
Hasil Preliminary Riset Pertanyaan Kedua

Apakah anda pernah membeli produk dari avoskin?
31 jawaban

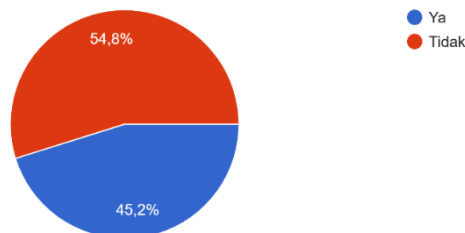


Sumber : Oleh Peneliti, 2025

Hasil dari *preliminary riset* pada pertanyaan ketiga adalah sebanyak empat belas orang (45,2%) menyatakan “Ya” dan sebanyak tujuh belas orang (54,8%) menyatakan “Tidak” pada pertanyaan apakah mereka mengetahui mengenai kampanye #MulaiDariMejaRias yang diselenggarakan oleh Avoskin. Hasil dari preliminary riset pertanyaan ketiga dapat dilihat pada gambar 1.8.

Gambar 1.8
Hasil Preliminary Riset Pertanyaan Ketiga

Apakah anda mengetahui kampanye #MulaiDariMejaRias yang diadakan oleh avoskin?
31 jawaban



Sumber : Oleh Peneliti, 2025

Hasil dari *preliminary riset* pertanyaan terakhir adalah tiga puluh satu orang (100%) menyatakan “Ya” pada pertanyaan apakah mereka mempunyai sikap peduli lingkungan terhadap limbah sampah yang dihasilkan dari produk perawatan kecantikan. Hasil dari *preliminary riset* pertanyaan keempat dapat dilihat pada gambar 1.9.

Gambar 1.9
Hasil Preliminary Riset Pernyataan Keempat



Sumber : Oleh Peneliti, 2025

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti ingin melaksanakan penelitian kepada *followers* @avoskinbeauty yang sudah menyukai unggahan mengenai kampanye #MulaiDariMejaRias yang diunggah pada tanggal 21 maret 2024 mengenai pengaruh kampanye #MulaiDariMejaRias terhadap sikap dalam mendukung keberlanjutan lingkungan melalui produk kecantikan.

Intelligentia - Dignitas

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka dapat diidentifikasi masalah utama yang muncul dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kampanye #MulaiDariMejaRias berdampak kepada sikap *followers* @avoskinbeauty dalam mendukung keberlanjutan lingkungan melalui produk kecantikan.
2. Apakah kampanye #MulaiDariMejaRias berpengaruh terhadap keberlanjutan lingkungan melalui produk kecantikan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kampanye pada Instagram @avoskinbeauty dalam mendukung keberlanjutan lingkungan melalui produk kecantikan?
2. Bagaimana sikap pada *followers* Instagram @avoskinbeauty dalam mendukung keberlanjutan lingkungan melalui produk kecantikan?
3. Apakah terdapat pengaruh kampanye terhadap sikap *followers* Instagram @avoskinbeauty dalam mendukung keberlanjutan lingkungan melalui produk kecantikan?

Intelligentia - Dignitas

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang dipaparkan sebelumnya, perkembangan isu keberlanjutan lingkungan telah mendorong berbagai industri, termasuk industri kecantikan untuk mengambil peran aktif dalam mengedukasi dan menginspirasi konsumen tentang pentingnya menjaga lingkungan.

Salah satu upaya tersebut terlihat dari kampanye #Mulaidarimejarias yang dijalankan oleh Avoskin melalui akun Instagram @avoskinbeauty. Kampanye ini tidak hanya mempromosikan produk kecantikan, tetapi juga menyisipkan pesan-pesan lingkungan yang bertujuan untuk membangun kesadaran konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai kampanye tersebut serta dampaknya terhadap sikap *followers*. Secara khusus, penelitian ini memiliki tiga tujuan utama, yaitu:

1. Mengetahui kampanye yang terjadi pada Instagram @avoskinbeauty dalam mendukung keberlanjutan lingkungan melalui produk kecantikan.
2. Mengetahui sikap yang terjadi pada *followers* Instagram @avoskinbeauty dalam mendukung keberlanjutan lingkungan melalui produk kecantikan.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh kampanye terhadap sikap *followers* Instagram @avoskinbeauty dalam mendukung keberlanjutan lingkungan melalui produk kecantikan

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi studi ilmu komunikasi, terutama dalam konteks mengenai kampanye. Selain itu, diharapkan juga dapat meningkatkan kampanye terhadap sikap objek penelitian, penelitian ini direncanakan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang berencana melakukan penelitian serupa.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran bagi para praktisi dan *team* Avoskin dan bermanfaat untuk memahami lebih dalam mengenai pengaruh kampanye terhadap sikap dalam mendukung keberlanjutan lingkungan melalui produk kecantikan.

Intelligentia - Dignitas