

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Lingkungan hidup sebagai kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk sekumpulan manusia dan sikapnya, yang mempengaruhi kelangsungan hidup dan kesejahteraan manusia serta semua makhluk hidup. Lingkungan berperan penting dalam hidup sehat dan keberadaan kehidupan di planet bumi. Bumi adalah rumah bagi berbagai spesies makhluk hidup dan kita semua bergantung pada lingkungan untuk makanan, udara, air, dan kebutuhan lainnya.

Saat ini dunia memiliki masalah yang sukar dipecahkan yang mempengaruhi keberlangsungan lingkungan hidup yaitu sampah karena sifatnya yang sulit diurai dan keberadaannya semakin meningkat setiap tahun. Kehidupan manusia setiap harinya tidak akan pernah lepas dengan sampah. Tiap individu pastinya akan menghasilkan sampah dalam kehidupan sehari-hari. Sampah adalah suatu bahan yang terbuang atau dibuang dari sumber hasil aktifitas manusia maupun alam yang belum memiliki nilai ekonomis dan menyebabkan pencemaran pada lingkungan.

Pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh sampah plastik semakin mengkhawatirkan. Masyarakat yang kurang sosialisasi atau wawasan dan kurangnya kesadaran dalam pengelolaan sampah plastik dapat menimbulkan

lingkungan yang tidak sehat. Sampah plastik merupakan sampah yang berbahaya yang sulit untuk dikelola karena memakan waktu yang cukup lama untuk bisa membuat sampah tersebut benar-benar terurai. Sampah plastik yang tidak terurai dengan baik akan menjadi masalah yang serius bagi pencemaran lingkungan. Dikutip dari KKP, Indonesia menjadi urutan kedua sebagai penyumbang sampah plastik di dunia pada tahun 2019 dengan 3,21 Juta metrik ton/tahun.¹

Melalui data yang didapat dari INAPLAS dan Badan Pusat Statistik (BPS), 3,2 juta ton sampah plastik disingkirkan ke laut dari total 64 juta ton per tahun nya sampah plastik yang ada di Indonesia. Mengutip informasi dari kementerian lingkungan hidup dan kehutanan total sampah mencapai 68,5 juta ton pada tahun 2021. Dari jumlah tersebut, sebanyak 17% atau sekitar 11,6 juta ton berasal dari sampah plastik salah satunya yaitu kemasan kosmetik dan perawatan kulit juga bubble wrap.²

Salah satu penyumbang sampah plastik dengan berbagai bahan-bahan yang tidak ramah lingkungan terbesar di dunia berasal dari industri kecantikan. Diperkuat dengan adanya bukti di paragraf sebelumnya yang menyebutkan sampah plastik salah satunya berasal dari wadah kosmetik dan perawatan kulit serta bubble wrap yang biasa digunakan oleh industri kecantikan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengutip dari situs Marie claire, industri kecantikan di dunia telah

¹ Winardi, A, D. 2021. Mengerikan, Indonesia Sudah Darurat Sampah Plastik: Sehari Mencapai 64 Juta Ton, Nomor Dua Terbesar di Dunia. Diakses pada 6 Desember 2022. <<https://voi.id/bernas/137477/mengerikan-indonesia-sudah-darurat-sampah-plastik-sehari-mencapai-64-juta-ton-nomor-dua-terbesar-di-dunia>>

² Rasti, R. 2022. *Indonesia Hasilkan Sampah 185 Ribu Ton Per Hari*. Diakses pada tanggal 15 November 2022. < <https://mnews.co.id/read/fokus/indonesia-hasilkan-sampah-185-ribu-ton-per-hari-mulai-dari-wadah-skincare-hingga-bubble-wrap/> >

menghasilkan lebih dari 120 Miliar unit kemasan produk kecantikan pada setiap tahunnya, namun sebagian besar sampah kemasan bekas produk kecantikan tersebut tidak dapat didaur ulang.³

Merek-merek kecantikan lokal Indonesia juga melakukan beberapa langkah untuk mengelola darurat sampah yang sedang berlangsung, misalnya mengembangkan dengan membuat produk tidak berbahaya bagi ekosistem dan melaksanakan konsep keunggulan yang layak, yaitu ide yang tidak berbahaya bagi ekosistem dengan memanfaatkan dan memberikan keunggulan. barang yang tidak membahayakan kehidupan dengan menjauhi bahan-bahan yang merusak lingkungan. Melalui konsep yang sustainable, merek tidak hanya fokus pada penjualan, harga dan kualitas, tetapi juga berfokus pada efek kesejahteraan, ekologi dan sosial yang terjadi karena produksi, penyebaran, penggunaan, dan penghapusan limbah produk.⁴

Untuk merespons isu darurat sampah itu, Avoskin yang merupakan salah satu perusahaan *skincare* lokal di Indonesia telah mengintegrasikan konsep *sustainable beauty* dan menaikkan formula kepada semua produknya yang ramah dari alkohol, SLS, paraben, pewangi, silikon, dan *cruelty-free*. Tanggung jawab kepada lingkungan ditingkatkan dalam program kampanye di Instagram nya pada awal bulan September Tahun 2021 lalu yakni *#LoveAvoskinLoveEarth*".

³ Ringland, J. 2021. *Why We Need To Start Paying Attention To What Goes Into The Bathroom Bin*. Diakses pada tanggal 15 November 2022 <<https://www.marieclaire.com.au/beauty-waste>>

⁴ Paramita, N. D., dan Yasa, N. K. 2015. *SIKAP DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN KESADARAN LINGKUNGAN*. JMK 17 (2): 177–185.

Dalam menjalankan kampanye ini, Avoskin bekerjasama dengan Waste4Change untuk merealisasikan komitmennya. Waste4Change adalah perusahaan start-up yang memberikan solusi penanganan sampah dengan tepat yang berdiri sejak tahun 2014 di Bekasi, Jawa Barat. Waste4Change sudah menangani 5.400 ton sampah juga meminimalkan sampah yang ada di TPA hingga saat ini. Penanganan sampah oleh Waste4Change sudah meliputi beberapa daerah seperti JABODETABEK, Surabaya, Sidoarjo, Semarang, Bandung, dan Medan.⁵

Dari keterangan tersebut penulis memilih *brand skincare* lokal Avoskin karena Avoskin menjadi salah satu *brand* lokal terlaris yang melakukan kerjasama dengan Waste4Change. Avoskin berhasil menempati posisi keempat dari 10 *brand* lokal terlaris di bulan April sampai Juni 2022 dengan total penjualan sebesar 28 M berdasarkan penelusuran Kompas.⁶

Gambar 1. 1 Brand Skincare Terlaris di E-Commerce



⁵ Bebas Sampah. 2022. Waste4Change. Diakses pada tanggal 16 November 2022 <https://bebassampah.id/kolaborator/568/waste4change>

⁶ Kompas. 2022. 10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace. Diakses pada tanggal 15 November 2022 <<https://kompas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>>

Sumber: Kompas

Strategi pesan kampanye *#LoveAvoskinLoveEarth* yang dilakukan oleh Avoskin *team* menggunakan media Instagram sebagai alat penyebaran informasi tentang pelestarian lingkungan dan mengedepankan konsep *sustainable concept*. Instagram merupakan sebuah aplikasi yang penggunanya dapat mengupload gambar dan video menggunakan tulisan. Orang yang menggunakan Instagram bisa saling berinteraksi dengan memberikan *like*, *comment* dan fitur lain yang sekarang sudah tersedia di Instagram. Instagram menjadi *platform* media sosial yang perkembangannya pesat.⁷

Pada April 2022, ada 1,45 miliar pengguna Instagram aktif bulanan di seluruh dunia, menurut data dari We Are Social. Dengan 99,9 juta pengguna Instagram aktif bulanan, Indonesia berada di urutan keempat. Menurut laporan Napoleon Cat, pengguna Instagram di Indonesia pada Oktober 2021 mencapai 98,06 juta orang atau 91,01 juta orang. 33,90 juta pengguna Instagram Indonesia termasuk dalam rentang usia 18 hingga 24 tahun dan 25 hingga 34 tahun.. Secara keseluruhannya mayoritas pengguna Instagram di Indonesia sebagian besar yaitu perempuan sebanyak 53,2% dan 46,8% lainnya adalah pengguna Instagram laki-laki.⁸

⁷ Anisah N, Sartika M, dan Kurniawan H. 2021. "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa". Jurnal Media Kajian Komunikasi Islam 4 (2): 97.

⁸ Annur, C.M. 2021. *Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?*. Diakses pada tanggal 16 November 2022.

Instagram juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk mengupload konten-konten hingga mengkampanyekan suatu program atau produk. Instagram banyak diminati oleh generasi muda. Meskipun begitu, kreatifitas dalam membuat konten tetap menjadi faktor daya tarik yang mampu menarik perhatian orang lain. Hal inilah yang menjadikan perusahaan Avoskin Beauty memilih Instagram sebagai media kampanye *#LoveAvoskinLoveEarth*. Pemilihan media dalam mempublikasi kampanye suatu perusahaan merupakan salah satu bagian dari strategi yang dilakukan oleh seorang *public relation*.

Dalam konten yang di publikasi melalui Instagram, perusahaan Avoskin Beauty mengajak Sahabat Avo juga masyarakat untuk menyadari bahwa pelestarian lingkungan adalah tanggung jawab bersama. Avoskin juga mempromosikan program pengembalian kemasan kosong yang dapat membantu penggunaannya dan nantinya akan mendapatkan berbagai *reward*. Hal ini dapat dilihat dari *Highlight* Instagram Avoskin *Beauty*. Avoskin mengupload jenis konten interaktif yang berkaitan dengan kampanyenya *#LoveAvoskinLoveEarth* mulai dari *Feed Instagram*, *Reels Instagram*, dan *Instagram story*. Selain itu wawasan dan konten tentang *#LoveAvoskinLoveEarth* dapat dengan mudah diakses pada *website* Avoskin dan *highlight Instagram*.

Gambar 1. 2 Highlight Instagram Avoskin Beauty



Sumber: instagram @avoskinbeauty

Program kampanye yang dibuat oleh Avoskin ini memiliki tujuan untuk memastikan penanganan terhadap limbah yang dikelola dengan tepat, meningkatkan *brand awareness* dalam kesadaran lingkungan, dan memberikan edukasi kepada masyarakat dalam daur ulang sampah. Avoskin juga mengajak para pengguna dan followers nya untuk berpartisipasi dalam menjaga lingkungan dengan mengumpulkan kemasan produk Avoskin untuk dikembalikan kepada

Avoskin. Avoskin aktif mengkomunikasikan program kampanye nya yaitu *#LoveAvoskinLoveEarth*.

Strategi pesan-pesan yang disampaikan melalui instagram diharapkan dapat menimbulkan respon yang baik untuk pengguna produk Avoskin, yang dalam hal ini bisa meningkatkan kesadaran menjaga lingkungan dengan menggunakan dan bijak dalam memilih produk dengan bahan dan packagingnya yang aman dan bisa dikelola dengan baik. Peter dan Olson menyebutkan keputusan penggunaan sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk menyatukan wawasan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Hasil proses integrasi tersebut adalah suatu pilihan secara kognitif yang menunjukkan perubahan perilaku atau sikap.⁹

Fokus penelitian ini adalah tingkat kesadaran menjaga lingkungan mengenai pengurangan sampah plastik dan pengelolaan bekas produk *skincare*. Penulis tertarik untuk meneliti hal ini karena Avoskin Beauty menggunakan kampanye *#LoveAvoskinLoveEarth* untuk memberikan *impact* kepada lingkungan juga sosial. Kampanye *#LoveAvoskinLoveEarth* berisi informasi seperti foto dan video. Dalam kontennya yang diposting melalui instagramnya, Avoskin Beauty mengajak masyarakat untuk bertanggung jawab kepada pelestarian lingkungannya, selain itu Avoskin Beauty juga mengatakan dalam unggahan di Instagram nya melalui program *#LoveAvoskinLoveEarth* Avoskin juga menjadi donatur untuk NGO lingkungan, dengan program pengembalian packaging untuk customer,

⁹ Peter J,P Dan Olson J,C. 2013. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Terjemahan Diah Tantri Dwiandani. Jakarta: Salemba Empat.

packaging yang sudah dikembalikan akan diolah Avoskin untuk mejadi barang baru yang menariknya hal ini berimbas pada *circular economy*. Avoskin menambahkan, sampah pada bekas kemasan tersebut diolah oleh pihak ketiga yang rupanya menciptakan lapangan kerja baru bagi pegiat bank sampah dan juga vendor pengolahan sampah. Sehingga pengguna dan *followers* yang mengembalikan kemasan kosong Avoskin tidak hanya mengolah sampah dengan tepat, tapi juga membantu terciptanya perputaran roda ekonomi.

Masyarakat mulai lebih peduli dengan tanggung jawab sosial dan lingkungannya dan secara tidak langsung turut serta mendukung program keberlanjutan brand lokal Indonesia. Akibatnya, ada peningkatan kesadaran lingkungan. Bertanggung jawab untuk menjaga lingkungan sekitar, kepedulian terhadap lingkungan memegang peranan penting dalam pembentukan kesadaran masyarakat terhadap masalah lingkungan. Gomez menegaskan bahwa meningkatkan konsep perilaku berkelanjutan dan fokus pada pengetahuan tentang isu dan strategi lingkungan global dengan dampak positif membutuhkan kesadaran lingkungan.

Sesuai dengan penjelasan diatas maka penelitian ini akan membahas tentang peningkatan kesadaran dalam menjaga lingkungan terutama pada followers akun Instagram @avoskinbeauty mengenai konten strategi pesan kampanye program pengelolaan bekas produk yang sudah habis dan tidak terpakai. Penelitian ini dilakukan pada *followers* akun instagram @Avoskinbeauty, maka penulis mengangkat judul **“Pengaruh Strategi Pesan Kampanye**

#LoveAvoskinLoveEarth Pada Akun Instagram @AvoskinBeauty Terhadap Peningkatan Kesadaran Menjaga Lingkungan”

Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah diatas yang penulis jelaskan, maka penulis menyimpulkan rumusan masalah dari penelitian ini yaitu :
adakah pengaruh strategi pesan kampanye #loveavoskinloveearth pada akun instagram @avoskinbeauty terhadap peningkatan kesadaran menjaga lingkungan?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh strategi pesan kampanye #loveavoskinloveearth pada akun instagram @avoskinbeauty terhadap peningkatan kesadaran menjaga lingkungan.

Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

Penulis berharap hasil penelitian ini bisa menjadi acuan untuk memperluas pengetahuan terhadap pengaruh dari strategi pesan kampanye di media sosial terhadap kesadaran menjaga lingkungan.

Manfaat Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat memperluas pengetahuan dan saran bagi para pengusaha yang menggunakan Instagram khususnya Avoskin Beauty agar bisa membuat strategi pesan kampanye melalui Instagram dengan efektif. Penelitian ini juga diharapkan bisa membantu Avoskin Beauty agar mengetahui

bagaimana pengaruh strategi pesan kampanye khususnya pada Instagram terhadap peningkatan kesadaran dalam menjaga lingkungan.

