

# Pengaruh Media Instagram Gaya Hidup Minimalis @Lyfewithless Melalui Pemenuhan Informasi Terhadap Sikap Ramah Lingkungan

<sup>1</sup>Yurnalisa, <sup>2</sup>Anuar Rasyid, <sup>3</sup>Yasir

<sup>123</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Riau, Pekanbaru

Korespondensi : sakhiaskana2793@gmail.com

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial instagram @lyfewithless melalui pemenuhan informasi terhadap sikap ramah lingkungan. Terdapat 3 variabel dalam penelitian ini yakni variabel media instagram dengan dimensi context (konteks), communications (komunikasi), collaborations (kolaborasi), dan connections (koneksi) dan variabel pemenuhan informasi dengan dimensi context, current need approach, everyday need approach, exhaustive need approach, dan catching-up need approach. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kegunaan dan kepuasan atau uses and gratification theory. Teori ini menjelaskan bagaimana individu memiliki penilaian terhadap informasi atau pesan yang mereka dapatkan. Penelitian ini menggunakan metode eksplanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu simple random sampling dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin dengan jumlah 100 followers. Sumber data diperoleh dari data primer dengan menyebar kuesioner dan data sekunder dengan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan analisis sobel test dengan bantuan software SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara tak langsung dalam kategori yang kuat antara media sosial instagram @lyfewithless melalui pemenuhan informasi terhadap sikap ramah lingkungan.

**Kata kunci :** Media sosial, pemenuhan informasi, sikap ramah lingkungan.

## Abstract

The purpose of this study is to determine the influence of @lyfewithless Instagram social media through the fulfillment of information on environmentally friendly attitudes. There are 3 variables in this study, namely the Instagram media variable with the dimensions of context, communications, collaborations, and connections and the information fulfillment variable with the dimensions of context, current need approach, everyday need approach, exhaustive need approach, and catching-up need approach. The theory used in this study is the theory of uses and gratification or uses and gratification theory. This theory explains how individuals have an assessment of the information or messages they receive. This study uses an explanatory research method with a quantitative approach. The sampling technique used is simple random sampling with the determination of the number of samples using the Slovin formula with a total of 100 followers. Data sources were obtained from primary data by distributing questionnaires and secondary data with documentation. This study uses a Sobel test analysis with the help of SPSS 26 software. The results of the study indicate that there is an indirect influence in a strong category between the Instagram social media @lyfewithless through the fulfillment of information on environmentally friendly attitudes.

**Keyword:** Social media, information fulfillment, environmentally friendly attitudes

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan globalisasi membawa dampak besar terhadap pola hidup masyarakat. Salah satu dampak yang paling menonjol adalah mudahnya akses informasi melalui media sosial yang memunculkan gaya hidup konsumerisme. Kebiasaan konsumtif masyarakat yang didorong oleh pengaruh media sosial, terutama melalui promosi dan penampilan kehidupan selebriti atau publik figur, telah menjadi suatu budaya baru dalam masyarakat modern. Fenomena ini mengantarkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan peringkat konsumtif tertinggi di dunia.

Namun, di tengah dominasi budaya konsumerisme, muncul gerakan gaya hidup minimalis yang mendorong masyarakat untuk mengurangi kebiasaan belanja berlebihan dan lebih bijak dalam mengelola kebutuhan. Gaya hidup minimalis bukan hanya menekankan pada aspek penghematan ekonomi, namun juga memberikan kontribusi pada kelestarian lingkungan dengan meminimalisir limbah hasil konsumsi. Salah satu komunitas yang aktif mengampanyekan gaya hidup ini di Indonesia adalah **lyfe with less** melalui media sosial Instagram. Komunitas ini mempromosikan berbagai kampanye seperti #belajarjadiminimalis, #bijakberkonsumsi, #pakaisampaihabis, dan #pakaisampairusak yang mendorong masyarakat untuk lebih sadar terhadap pola konsumsi dan bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Konsumerisme merupakan sebuah paham atau ideologi yang mengatakan bahwa seseorang berkonsumsi secara berlebihan atau tidak sepatutnya yang dilakukan secara sadar dan berkelanjutan karena menjadi salah satu gaya hidup (Ridaryanthi, 2014). Dalam hal ini, orang tersebut akan memiliki pola pikir yang akan mendorong individu tersebut untuk mengkonsumsi sesuatu tetapi bukan karena sebuah kebutuhan melainkan karena keinginan semata (Rachel & Rangkyu, 2020).

Menurut data dari We Are Social, konsumen aktif media sosial di Indonesia berada di angka 191 juta pada awal tahun 2022. Dalam hasil survei yang diterbitkan oleh Populix pada 10 Juni 2022, Youtube dan Instagram menjadi dua media sosial yang paling banyak digunakan oleh responden, diikuti dengan TikTok, Facebook, dan Twitter. Gaya hidup minimalis di media sosial tampaknya mempengaruhi audiensnya dalam menentukan keputusan tertentu dalam kehidupan sehari-hari.

Berkaitan dengan media sosial yang mempengaruhi sikap, penelitian yang dilakukan oleh Putri Rahmadhani dan Ira Dwi Mayang Sari pada tahun 2022 dengan judul "Pengaruh Media Sosial Twitter @Greenpeace.Id Terhadap Sikap Peduli Lingkungan" menyatakan bahwa GreenPeace Indonesia sebagai organisasi kampanye lingkungan dengan fokus beraksi untuk menyelamatkan bumi, menggunakan platform media sosial yaitu Twitter @Greenpeace.Id dalam mengampanyekan isu-isu lingkungan sehingga mendorong respon dalam bentuk sikap peduli lingkungan di kalangan *followers* mereka (Rahmadhani & Sari, 2022). Selain itu, penelitian oleh Shindy Jafriyanti pada tahun 2021 dengan judul "Pengaruh Terpaan Akun Instagram @zerowaste.id\_official Dalam Mengampanyekan Gaya Hidup Nol Sampah Terhadap Sikap Ramah Lingkungan Followers" menyatakan bahwa komunitas zero waste Indonesia berperan aktif di media sosial Instagram dalam menyebarkan kesadaran akan pentingnya bijaksana dalam pengelolaan sampah sehingga menghasilkan sebuah respon berupa sikap yaitu sikap ramah lingkungan pada followers akun Instagram @zerowaste.id\_official (Jafriyanti, 2021).

Pendekatan teori *uses and gratifications* menganggap bahwa pengguna bersikap aktif dalam memenuhi kebutuhannya terhadap media massa. Kubey & Csikszentmihalyi (1990) dalam Severin & Tankard (2009), mengatakan bahwa pengguna cenderung pasif, santai, dan tidak membutuhkan konsentrasi. Kebutuhan pengguna diciptakan oleh media atau merupakan sebuah rasionalitas dari manfaat media. Pada waktu itu, kajian pemanfaatan *uses and gratifications* terbatas pada kajian media-media konvensional, seperti koran dan televisi (Elliott & Rosenberg, 1987; Babrow, 1987; Bantz, 1982).

Munculnya media sosial yang melibatkan peran aktif dari pengguna seperti ini bisa menjawab kritikan dari para ahli terhadap keberadaan teori *uses and gratifications*. Penelitian ini mencoba untuk menggali pemanfaatan media sosial di kalangan *followers* menggunakan teori *uses and gratifications*. Melalui teori *uses and gratification*, penelitian ini dapat menjelaskan bagaimana terpaan media Instagram kepada penerima pesan atau informasi yang disampaikan Instagram @lyfewithless sebagai komunitas yang menyuarakan gaya hidup minimalis di kalangan *followers* Instagram @lyfewithless hingga dapat membentuk sikap ramah lingkungan sebagai upaya kontrol diri.

Penggunaan media sosial yang erat di tengah kehidupan masyarakat saat ini memungkinkan kampanye dapat dengan mudah dilakukan melalui media sosial, terutama dalam mengampanyekan atau mengedukasi hal positif kepada masyarakat untuk mereka dapat menentukan sikapnya di kehidupannya. Seperti kampanye yang digalakkan oleh komunitas *Lyfe With Less* sebagai komunitas gaya hidup

minimalis yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk mempromosikan sekaligus mengedukasi kepada khalayak luas mengenai gaya hidup yang baik yaitu dengan gaya hidup minimalis sebagai solusi mengontrol perilaku konsumsi. Rencana pemecahan masalah dalam penelitian ini adalah dengan menganalisis pengaruh terpaan media sosial instagram @lyfewithless terhadap pemenuhan informasi dan sikap ramah lingkungan followers. Melalui pendekatan ini, diharapkan akan didapatkan gambaran mengenai seberapa besar kampanye gaya hidup minimalis yang dilakukan melalui media sosial dapat mempengaruhi perilaku dan pola pikir masyarakat.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial instagram @lyfewithless sebagai komunitas gaya hidup minimalis melalui pemenuhan informasi terhadap sikap ramah lingkungan followers. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian mengenai hubungan antara media sosial, gaya hidup, dan perilaku lingkungan. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

$h_0$  : tidak terdapat pengaruh terpaan media sosial instagram @lyfewithless terhadap pemenuhan informasi dan sikap ramah lingkungan followers.

$h_1$  : terdapat pengaruh terpaan media sosial instagram @lyfewithless terhadap pemenuhan informasi dan sikap ramah lingkungan followers.

## 2. METODE

Metode penelitian ini menggunakan explanation research dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis serta menjelaskan hubungan kausal antara variabel Media Instagram (X), Pemenuhan Informasi (M), dan Sikap Ramah Lingkungan (Y). Penelitian dilaksanakan mulai Juli 2024 hingga Juli 2025 dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner online kepada pengikut akun Instagram @Lyfewithless. Populasi penelitian adalah seluruh followers akun tersebut yang berjumlah 130.000 orang, sedangkan sampel ditentukan dengan rumus Slovin menggunakan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh sebanyak 100 responden. Pemilihan sampel dilakukan dengan simple random sampling untuk memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi menjadi responden penelitian.

Jenis data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner online (Google Form) yang berisi pertanyaan terkait kampanye gaya hidup minimalis dan sikap ramah lingkungan, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel, dan dokumen lain yang relevan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner sebagai instrumen utama, serta dokumentasi untuk memperkuat data penelitian.

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Variabel dependen (Y) yaitu *Sikap Ramah Lingkungan* yang diukur melalui tiga aspek, yaitu kognitif, afektif, dan konatif (Azwar, 2016). Variabel independen (X) adalah *Media Instagram gaya hidup minimalis @Lyfewithless* yang diukur dengan indikator 4C, yakni *Context*, *Communication*, *Collaboration*, dan *Connection* (Heuer dalam Solis, 2010). Sementara itu, variabel intervening (M) adalah *Pemenuhan Informasi* yang diukur melalui empat pendekatan, yaitu *current need*, *everyday need*, *exhaustive need*, dan *catching-up need* (Syaffril dalam Perdana, 2012).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan skala Likert (1–4) untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden. Interpretasi skor dilakukan berdasarkan interval kelas, di mana skor 3,25–4,00 dikategorikan *sangat baik*, 2,77–3,24 *baik*, 2,01–2,76 *cukup*, dan 1,25–2,00 *tidak baik*. Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil uji validitas menunjukkan sebagian besar item kuesioner valid karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,195), dengan variabel Media Instagram (X) dan Pemenuhan Informasi (M) seluruh item valid, serta variabel Sikap Ramah

Lingkungan (Y) 89% item valid. Uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha menunjukkan semua variabel reliabel karena nilainya di atas 0,60.

Selanjutnya dilakukan uji model regresi yang mencakup Uji F (untuk melihat pengaruh simultan variabel independen terhadap dependen), Uji t (untuk melihat pengaruh parsial), serta koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov (hasil data berdistribusi normal) dan uji linearitas yang menunjukkan hubungan antar variabel bersifat linear sesuai teori. Analisis dilanjutkan dengan path analysis untuk melihat pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel. Pengujian efek mediasi menggunakan Uji Sobel, di mana variabel Pemenuhan Informasi (M) diuji sebagai variabel intervening yang memediasi hubungan Media Instagram (X) terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Y). Keputusan diambil berdasarkan perbandingan nilai *t hitung* dengan *t tabel* atau *p-value* dengan  $\alpha$  (0,05).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Identitas Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pengikut akun Instagram @lyfewithless. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan (94%), sedangkan laki-laki hanya 6%. Dari sisi usia, responden terbanyak berada pada rentang 26–30 tahun (45%), diikuti usia 21–25 tahun (32%), sedangkan yang berusia di bawah 20 tahun hanya 2%.

Berdasarkan pekerjaan, sebagian besar responden adalah wiraswasta (53%), sementara sisanya tersebar pada ASN/Polri (11%), IRT (13%), mahasiswa (13%), konsultan (5%), BUMN (4%), dan pedagang (1%). Dari segi pendapatan, responden mayoritas berpenghasilan di bawah Rp2.000.000 (44%), sedangkan yang berpenghasilan lebih dari Rp8.000.000 hanya 4%.

Dilihat dari pendidikan, mayoritas responden berlatar belakang S1 (84%), disusul S2/S3 (8%), SMA (6%), dan D2/D3 (2%). Sementara itu, berdasarkan tahun bergabung, responden terbanyak menjadi pengikut pada tahun 2024 (62%), menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah pengikut akun tersebut pada tahun tersebut.

#### Pengaruh Media Instagram terhadap Sikap ramah Lingkungan

##### 1. Analisis Variabel Media Instagram (X)

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui kuesioner, variabel media Instagram @lyfewithless dinilai menggunakan indikator 4C, yaitu *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata-rata skor keseluruhan variabel media Instagram adalah 3,1, yang dapat dikategorikan dalam tingkat baik. Hal ini berarti responden menilai bahwa akun @lyfewithless sudah mampu memberikan informasi yang cukup jelas, komunikatif, dan menarik dalam memengaruhi persepsi mereka terhadap gaya hidup minimalis.

Jika dilihat secara lebih rinci, skor tertinggi terdapat pada indikator *context*, khususnya pada pernyataan mengenai kejelasan pesan yang disampaikan akun @lyfewithless dalam menyediakan informasi tentang gaya hidup minimalis, dengan skor rata-rata 3,61. Ini menunjukkan bahwa mayoritas pengikut merasa konten yang disajikan mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan mereka. Sementara itu, skor yang relatif rendah muncul pada indikator *collaboration*, terutama pernyataan bahwa responden jarang mengikuti atau menyimak kolaborasi yang dilakukan akun @lyfewithless, dengan skor rata-rata 2,77. Fakta ini menggambarkan bahwa meskipun akun Instagram tersebut berhasil membangun kejelasan pesan dan daya tarik bahasa, namun masih memiliki kelemahan dalam meningkatkan keterlibatan pengikut pada kegiatan kolaboratif, seperti kerjasama dengan komunitas atau pihak lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa akun @lyfewithless memiliki kekuatan utama pada aspek

kejelasan informasi dan estetika, namun masih perlu memperkuat aspek interaksi dan kolaborasi dengan audiens agar dampaknya terhadap pengikut semakin optimal.

#### a. Uji Hipotesis 1 – Pengaruh Media Instagram terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Y)

Untuk mengetahui pengaruh media Instagram terhadap sikap ramah lingkungan, dilakukan uji hipotesis menggunakan uji t parsial. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai thitung sebesar 9,408 yang lebih besar daripada ttabel sebesar 1,664, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berada jauh di bawah tingkat signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa media Instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap ramah lingkungan pada pengikut akun @lyfewithless.

Dengan demikian, semakin baik kualitas media Instagram, baik dari segi penyajian konten, bahasa yang digunakan, maupun interaksi dengan pengikut, maka semakin positif pula sikap ramah lingkungan yang terbentuk dalam diri pengikutnya. Hasil ini sejalan dengan teori bahwa media sosial berperan penting dalam membangun kesadaran dan perilaku masyarakat, khususnya dalam isu-isu lingkungan. Artinya, akun @lyfewithless tidak hanya sekadar menjadi media hiburan, tetapi juga mampu memengaruhi pola pikir dan mendorong perilaku ramah lingkungan pada pengikutnya.

#### b. Uji Hipotesis 2 – Pengaruh Media Instagram terhadap Pemenuhan Informasi (M)

Selanjutnya, untuk menguji pengaruh media Instagram terhadap pemenuhan informasi, dilakukan uji t parsial yang menghasilkan nilai thitung sebesar 11,767 yang lebih besar dari ttabel sebesar 1,664, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ). Hasil ini kembali memperkuat temuan sebelumnya, yaitu bahwa media Instagram berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan informasi yang dibutuhkan oleh pengikut akun @lyfewithless.

Artinya, akun Instagram tersebut dinilai mampu menyediakan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengikutnya, baik berupa kebutuhan informasi sehari-hari (*everyday need*), kebutuhan informasi terkini (*current need*), maupun informasi tambahan untuk memperluas wawasan (*catching-up need*). Temuan ini membuktikan bahwa media sosial, khususnya Instagram, bukan hanya menjadi sarana komunikasi visual, melainkan juga berfungsi sebagai sumber informasi yang relevan dan dipercaya oleh pengikutnya. Dengan demikian, semakin baik pengelolaan konten pada akun @lyfewithless, maka semakin tinggi pula tingkat pemenuhan informasi yang dirasakan pengikut, yang pada akhirnya dapat memperkuat sikap ramah lingkungan mereka.

### 2. Pengaruh Media Instagram Terhadap Pemenuhan Informasi

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh media Instagram terhadap pemenuhan informasi pada pengikut akun Instagram @lyfewithless, dilakukan uji t secara parsial. Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 5.9, diperoleh nilai thitung sebesar 11,767, sedangkan nilai ttabel sebesar 1,664 pada taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Dengan demikian, dapat dilihat bahwa nilai thitung jauh lebih besar dibandingkan dengan ttabel ( $11,767 > 1,664$ ). Selain itu, nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000, lebih kecil daripada batas signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05.

Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel media Instagram berpengaruh signifikan terhadap variabel pemenuhan informasi. Artinya, keberadaan dan penggunaan media Instagram, khususnya akun @lyfewithless, mampu memberikan kontribusi nyata dalam memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya. Semakin sering pengikut mengakses, membaca, dan berinteraksi dengan konten yang diunggah pada akun tersebut, semakin tinggi pula tingkat pemenuhan informasi yang mereka peroleh.

Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa Instagram bukan hanya sekadar media sosial untuk berbagi foto dan video, tetapi juga telah berkembang menjadi sumber informasi yang relevan, terpercaya,

dan sesuai dengan kebutuhan audiens tertentu. Dalam konteks penelitian ini, akun @lyfewithless terbukti berperan aktif sebagai media informasi yang efektif bagi pengikutnya, terutama karena konten yang disajikan sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung pernyataan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki potensi besar dalam meningkatkan akses dan pemenuhan informasi masyarakat.

### 3. Pengaruh Pemenuhan Informasi terhadap Sikap ramah Lingkungan

Hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata skor variabel pemenuhan informasi melalui akun Instagram @lyfewithless berada pada angka 3,325, yang masuk dalam kategori baik. Hal ini berarti bahwa akun tersebut mampu menyediakan informasi yang cukup memadai sesuai dengan empat indikator pengukuran, yaitu *Current Need Approach*, *Everyday Need Approach*, *Exhaustic Need Approach*, dan *Catching-Up Need Approach*.

Skor tertinggi terdapat pada indikator *Everyday Need Approach*, khususnya pada pernyataan bahwa pengikut merasa mendapatkan informasi terbaru mengenai gaya hidup minimalis, dengan rata-rata 3,82. Hasil ini menunjukkan bahwa akun @lyfewithless dianggap efektif dalam memberikan informasi yang selalu relevan dan up to date. Sementara itu, skor terendah muncul pada indikator *Exhaustic Need Approach*, yaitu pada pernyataan mengenai ketergantungan pengikut terhadap akun tersebut dalam memenuhi kebutuhan informasi, dengan nilai rata-rata 2,67. Artinya, meskipun akun ini memberikan informasi yang jelas dan bermanfaat, pengikut masih mencari referensi dari sumber lain sehingga tidak sepenuhnya bergantung pada akun ini.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menggambarkan bahwa akun @lyfewithless telah mampu memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya, baik untuk kebutuhan terkini, kebutuhan sehari-hari, kebutuhan mendalam, maupun kebutuhan mengejar ketertinggalan informasi. Hal ini memperlihatkan bahwa peran akun Instagram tersebut cukup signifikan sebagai media informasi yang berkualitas.

### Uji Hipotesis 3

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel pemenuhan informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap ramah lingkungan. Nilai thitung yang diperoleh lebih besar daripada ttabel, dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Artinya, semakin baik informasi yang diterima pengikut dari akun Instagram @lyfewithless, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk memiliki sikap ramah lingkungan. Informasi yang jelas, relevan, dan konsisten mampu mendorong pengikut untuk lebih sadar akan pentingnya menjaga lingkungan serta mengaplikasikan nilai-nilai keberlanjutan dalam kehidupan sehari-hari.

Temuan ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya Instagram, bukan hanya menjadi saluran hiburan, tetapi juga berperan strategis dalam memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, konten yang disampaikan oleh akun @lyfewithless terbukti tidak hanya memenuhi kebutuhan informasi, tetapi juga mampu memberikan dampak nyata dalam membentuk perilaku ramah lingkungan pada pengikutnya.

### 4. Analisis Variabel Sikap Ramah Lingkungan

Berdasarkan hasil penelitian, rata-rata skor variabel sikap ramah lingkungan pada pengikut akun Instagram @lyfewithless adalah 3,341, yang dikategorikan baik. Variabel ini diukur dengan tiga dimensi utama, yaitu kognitif, afektif, dan konatif, sesuai dengan teori sikap yang menyatakan bahwa sikap merupakan kecenderungan evaluatif yang terdiri atas aspek pemikiran, perasaan, dan tindakan.

### 1. Aspek Kognitif

Aspek ini mencerminkan tingkat pengetahuan, keyakinan, dan kesadaran responden terhadap isu lingkungan. Hasil menunjukkan bahwa responden memiliki pengetahuan cukup baik mengenai manfaat gaya hidup minimalis terhadap keberlanjutan lingkungan. Pernyataan seperti "*gaya hidup minimalis menguntungkan bagi saya dan lingkungan sekitar*" memperoleh skor rata-rata tinggi (sekitar 3,6), menunjukkan pemahaman kognitif yang positif. Responden juga menyatakan ketertarikan secara intelektual untuk menerapkan gaya hidup minimalis, sehingga dapat dikatakan bahwa media Instagram melalui akun @lyfewithless berhasil membentuk kesadaran konseptual responden.

### 2. Aspek Afektif

Dimensi afektif mengukur perasaan, emosi, dan ketertarikan responden terhadap gaya hidup ramah lingkungan. Rata-rata skor pada aspek ini adalah **3,51**, yang menandakan sikap emosional yang cukup kuat. Responden merasa *terkesan* dengan orang-orang yang sudah menerapkan gaya hidup minimalis dan menunjukkan adanya rasa kagum sekaligus dorongan emosional untuk menirunya. Hal ini selaras dengan teori komunikasi persuasif yang menyatakan bahwa penyajian informasi yang menarik, dikemas dengan estetika visual, serta menyentuh sisi emosional dapat menimbulkan efek afektif pada audiens.

### 3. Aspek Konatif

Dimensi konatif mengukur sejauh mana sikap tersebut diwujudkan dalam perilaku nyata. Responden umumnya telah menunjukkan perilaku positif, seperti berusaha menghabiskan makanan yang dibeli, menggunakan barang sampai rusak, dan memperbaiki barang sebelum membeli yang baru. Namun, pada perilaku yang membutuhkan konsistensi lebih tinggi, misalnya kebiasaan membawa *box* makanan sendiri saat membeli makanan di luar, skor yang diperoleh justru paling rendah (hanya 2,6). Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan kesadaran (kognitif) serta perasaan positif (afektif) dengan praktik perilaku nyata (konatif).

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa pengikut akun @lyfewithless memiliki sikap ramah lingkungan yang baik, namun penerapannya masih belum maksimal pada aspek konatif. Ini menggambarkan fenomena yang dikenal sebagai *attitude-behavior gap*, yaitu kondisi ketika pengetahuan dan kesadaran tinggi belum sepenuhnya terwujud dalam perilaku konkret.

## Uji Hipotesis 4: Pengaruh Media Instagram melalui Pemenuhan Informasi terhadap Sikap Ramah Lingkungan

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F simultan, dan hasilnya menunjukkan bahwa media Instagram melalui pemenuhan informasi berpengaruh signifikan terhadap sikap ramah lingkungan. Nilai Fhitung sebesar 48,807 lebih besar dibandingkan dengan Ftabel 3,09, dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

Hasil ini mengindikasikan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Dengan kata lain, terdapat pengaruh nyata media Instagram terhadap pembentukan sikap ramah lingkungan ketika variabel pemenuhan informasi ikut diperhitungkan.

Implikasinya adalah bahwa media Instagram, khususnya akun @lyfewithless, efektif sebagai sarana edukasi lingkungan, terutama karena kemampuannya menyajikan informasi yang menarik, mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Teori komunikasi lingkungan menjelaskan bahwa penyampaian pesan yang konsisten dan relevan akan meningkatkan pemahaman audiens, sehingga memengaruhi sikap mereka terhadap isu lingkungan.

### Uji Sobel: Peran Mediasi Pemenuhan Informasi

Untuk mengetahui peran mediasi, dilakukan uji Sobel. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 6,684 lebih besar dari t tabel 1,664, sehingga dapat disimpulkan bahwa pemenuhan informasi memediasi pengaruh media Instagram terhadap sikap ramah lingkungan. Artinya, pengaruh media Instagram tidak hanya bersifat langsung, tetapi juga tidak langsung melalui variabel pemenuhan informasi. Ketika pengikut akun @lyfewithless memperoleh informasi yang lengkap, jelas, dan sesuai kebutuhan mereka, maka informasi tersebut berfungsi sebagai jembatan yang memperkuat kesadaran, meningkatkan ketertarikan emosional, sekaligus mendorong perubahan perilaku ramah lingkungan.

Dalam kerangka teori, hal ini sejalan dengan Model Hierarki Efek (Hierarchy of Effects Model) yang menyatakan bahwa individu melewati tahapan kognitif (awareness → knowledge), afektif (liking → preference), dan konatif (intention → action) sebelum akhirnya terbentuk perilaku nyata. Media Instagram berperan sebagai kanal utama yang menyuplai informasi (tahap kognitif), kemudian mendorong ketertarikan dan emosi positif (tahap afektif), hingga akhirnya memengaruhi perilaku ramah lingkungan (tahap konatif).

### Pembahasan

#### 1. Pengaruh Media Instagram Gaya Hidup Minimalis @lyfewithless terhadap Sikap Ramah Lingkungan

Hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dari Media Instagram @lyfewithless Terhadap Sikap Ramah Lingkungan. Analisis yang mendalam atas penemuan ini memberikan pengetahuan yang sangat bagus tentang perubahan sikap terhadap pengikut akun instagram @lyfewithless tentang gaya hidup minimalis. Sikap dianggap menjadi salah satu variabel penting untuk menganalisis perilaku konsumen individu, yang berada dalam ruang lingkup pemasaran (Costa et al., 2021). Sikap yakni suatu kecondongan yang dialami untuk menemukan reaksi terhadap penawaran produk pada masalah yang baik atau kurang baik secara terus menerus (Listyoningrum & Albari, 2012). Menurut Lee & Moscardo (2005), ketika individu menjadi lebih peka akan dampak lingkungan, dapat dikatakan bahwa konsumen tersebut telah menunjukkan sikap ramah lingkungan dan memungkinkan menunjukkan perilaku mendukung lingkungan daripada konsumen yang lain. Banyak penelitian telah menunjukkan dan mengakui bahwa sikap menjadi penentu imperatif yang dapat memandu niat perilaku dan perilaku aktual (Jaiswal & Kant, 2018).

Salah satu teori yang sesuai dengan hasil penelitian ini adalah teori *uses and gratifications* yang menyatakan bahwa khayalak tidak pasif dalam menerima pesan media. Mereka aktif mencari media yang bisa memenuhi kebutuhan atau kepentingan mereka. Individu yang peduli lingkungan akan mencari informasi dari media. Melalui paparan ini mereka mendapatkan pengetahuan inspirasi dan motivasi untuk bersikap ramah lingkungan. Media yang menyajikan konten positif dan solutif tentang lingkungan akan memberikan kepuasan kognitif, afektif sehingga memperkuat perilaku sikap atau perilaku pro-lingkungan. Melalui proses ini media menjadi fasilitator pembentukan sikap ramah lingkungan bukan sekedar penyampai pesan.

Terdapat kaitan erat antara pesan-pesan yang disampaikan media instagram dengan reaksi atau respon yang diberikan oleh responden. Adapun penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini menunjukkan konsistensi dalam literatur akademik terkait yaitu penelitian yang dilakukan oleh Robert Tansen, dkk (2022) yang menemukan bahwa Tren gaya hidup minimalis di media sosial berhasil merubah gaya hidup mahasiswa dan berdampak positif dalam kehidupan mereka sehari-hari, seperti menjadi lebih hemat, hidup lebih teratur, lebih produktif, dan lebih ramah lingkungan. Temuan serupa dilaporkan oleh Adrianus Denis Soenarno, dkk (2022) yang menunjukkan bahwa *Lyfe With Less* melakukan berbagai hal, dimulai dari pembuatan konten baik di Instagram maupun topik pembahasan grup komunitas, adapun

berbagai kelas yang diadakan oleh *Lyfe With Less* untuk membantu dan mewadahi masyarakat yang ingin #BelajarJadiMinimalis.

## 2. Pengaruh Media Instagram Gaya Hidup Minimalis @lyfewithless terhadap Pemenuhan Informasi

Hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dari Media Instagram @lyfewithless Terhadap pemenuhan informasi. Media instagram ini memberikan wadah bagi penggunanya untuk melakukan komunikasi atau memberikan/mendapatkan sebuah informasi. Dengan begitu media instagram dapat menambah pengetahuan tentang pendidikan, sosial dan segala sesuatu yang bermanfaat lainnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan sebuah teori komunikasi yaitu *uses and gratifications theory*, dimana teori ini menjelaskan kepada pengguna media sosial bahwa pengguna media sosial itu secara sengaja memilih media dalam rangka pemenuhan kebutuhan informasi untuk dirinya sendiri. Pengguna media memiliki alasan memilih media sosial yang ia kehendaki sebab memiliki banyak kebermanfaatan. Mereka aktif mencari media yang bisa memenuhi kebutuhan atau kepentingan mereka

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Agnes Pertiwi Sutrisno,dkk (2021) dalam penelitiannya yaitu pengaruh penggunaan media sosial instagram @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers yang menyatakan bahwa adanya pengaruh dari penggunaan media sosial Instagram @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. Sementara itu, hasil Penelitian lainnya yang ikut setuju yaitu penelitian tentang Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi oleh Nadia Ayu Puspita (2022) yang hasilnya menunjukkan bahwa adanya penggunaan media sosial serta akun instagram @detikcom sudah efektif dalam pemenuhan kebutuhan informasi followersnya.

## 3. Pengaruh Pemenuhan Informasi Terhadap Sikap Ramah Lingkungan

Setiap individu memiliki kebutuhan informasi masing-masing. Pemenuhan informasi merupakan kebutuhan individu dalam memilih media sosial dan mengikuti akun-akun yang bermanfaat sebagai jalan memperoleh pengetahuan, edukasi, hiburan, informasi akurat dan lain-lain. Komunitas gaya hidup minimalis @lyfewithless memberikan informasi di media sosial instagram sebagai bentuk upaya edukasi terhadap publik. Gaya hidup minimalis merupakan gaya hidup yang sangat baik dan banyak manfaatnya ditengah gempuran banyak aplikasi yang memudahkan kita untuk melakukan tingkat konsumsi yang tinggi. Barang-barang yang kita gunakan umumnya memiliki efek sampah yang tinggi. Sehingga dengan adanya edukasi dari media sosial instagram @lyfewithless memungkinkan orang-orang menerima pengetahuan terkait hidup minimalis yang bermanfaat pada lingkungan.

Kesadaran followers/pengikut akun instagram @lyfewithless akan timbul dan semakin kuat, jika mereka diberikan informasi dan pengetahuan yang lengkap dan akurat tentang isu lingkungan. Pengetahuan konsumen yang baik akan mendorong perilaku positif terhadap keberlangsungan lingkungan. Teori *uses and gratifications* yang menyatakan bahwa khayalak aktif mencari media yang bisa memenuhi kebutuhan atau kepentingan mereka. Individu yang peduli lingkungan akan mencari informasi dari media. Melalui paparan ini mereka mendapatkan pengetahuan insipirasi dan motivasi untuk bersikap ramah lingkungan. Media yang menyajikan konten positif dan solutif tentang lingkungan akan memberikan kepuasan kognitif, afektif sehingga memperkuat perilaku sikap atau perilaku pro-lingkungan.

Dampak tersebut membuahkan sikap yang mengandung 3 bagian yaitu kognitif (keyakinan,kesadaran), afektif (Perasaan) dan konatif (Perilaku). Informasi yang dikampanyekan oleh akun instagram @lyfewithless memiliki pesan-pesan edukasi yang bermanfaat. Sehingga pengikut akun instagram @lyfewithless secara langsung berpengaruh pada sikap penggunanya. Pengaruh tersebut akan

terlihat pada sikap penggunanya baik kesadaran perasaan maupun perilaku. Melalui proses ini media menjadi fasilitator pembentukan sikap ramah lingkungan bukan sekedar penyampai pesan.

#### 4. Pengaruh Media Instagram Gaya Hidup Minimalis @lyfewithless melalui Pemenuhan Informasi Terhadap Sikap Ramah Lingkungan

Dengan melihat adanya pengaruh antara media sosial Instagram @lyfewithless sebagai komunitas gaya hidup minimalis terhadap sikap ramah lingkungan *followers* menunjukkan bahwa media sosial Instagram yang dimanfaatkan oleh @lyfewithless sebagai media dalam mengkampanyekan gaya hidup minimalis efektif dalam mempengaruhi sikap pengguna media sosial Instagram terutama di kalangan *followers*nya.

Pesan yang dikampanyekan oleh akun Instagram @lyfewithless melalui konten-kontennya dapat meningkatkan kesadaran pengikut/ *followers* akan isu minimalis yaitu dengan berkecukupan sebagai bentuk hidup berkelanjutan yang dapat bermanfaat baik untuk diri sendiri maupun untuk kelestarian lingkungan. Melalui kampanye ini, individu dapat mengontrol diri untuk menimbang-nimbang dalam berbelanja apakah barang yang ia inginkan merupakan keinginan atau kebutuhan.

Sehubungan dengan hal tersebut, hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian-penelitian sebelumnya namun juga menunjukkan perbedaan media sosial yang digunakan dan akun yang diteliti. Penelitian sejenis terdahulu yang dilakukan oleh Putri Rahmadhani, et.al (2022) mengenai “Pengaruh Media Sosial Twitter @Greenpeace.Id Terhadap Sikap Peduli Lingkungan” yang menunjukkan hasil bahwa media sosial Twitter @Greenpeace.id berpengaruh signifikan terhadap sikap peduli lingkungan pengikutnya, *followers* yang semakin sering terpapar informasi dari Twitter @Greenpeace.id maka akan semakin meningkat sikap peduli lingkungan pengikut Twitter @Greenpeace.id.

Selanjutnya pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tasya Indah Firdausi, et.al (2024) mengenai “Pengaruh Media Sosial Instagram @Lyfewithless Sebagai Komunitas Gaya Hidup Minimalis Terhadap Sikap Bijak Berkonsumsi Followers” yang menyatakan bahwa adanya pengaruh antara media sosial Instagram @lyfewithless sebagai komunitas gaya hidup minimalis terhadap sikap bijak konsumsi *followers*, maka dari itu komunitas sejenis yang berfokus mengedukasi hal positif kepada khalayak dapat menerapkan hal serupa melalui platform media sosial Instagram dengan konten-konten yang menarik sehingga mendorong respon penggunanya.

Penelitian serupa juga menghasilkan hal yang sama yaitu tentang Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @greenpeaceid) oleh Krisyanti, et.al (2020) yang menyatakan bahwa peneliti menyimpulkan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh antara kampanye #PantangPlastik terhadap sikap ramah lingkungan. Adanya hubungan dan pengaruh dari hasil tersebut menunjukkan bahwa setelah melihat kampanye #PantangPlastik di Instagram maka tumbuh sikap ramah lingkungan dari pengikut Instagram @Greenpeaceid.

Dalam penelitian ini teori *uses and gratification* menjelaskan bahwa pengaruh media terhadap sikap ramah lingkungan terjadi karena individu secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan informasi dan nilai-nilai tertentu. Ketika kebutuhan tersebut terpenuhi, maka media dapat menjadi faktor penting dalam membangun kesadaran dan sikap positif terhadap lingkungan.

Sikap merupakan bentuk evaluasi perasaan dan kecenderungan potensial untuk bereaksi yang merupakan hasil interaksi antara komponen kognitif, afektif, dan konatif (Azwar, 2010). Sikap dan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan terhadap lingkungan menjadi salah satu faktor dalam usaha meningkatkan kualitas lingkungan. Hal ini dapat diartikan bahwa kepedulian lingkungan berhubungan secara positif dengan sikap (Jekria & Daud, 2016).

Sikap ramah lingkungan adalah hasil dari berbagai faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menerapkan *lifestyle* ini dalam hidupnya. Dalam konteks penelitian ini sikap ramah lingkungan merupakan hasil dari evaluasi mereka terhadap informasi yang mereka terima. Komunitas *Lyfe With*

*Less* dalam mengkampanyekan gaya hidup minimalis memanfaatkan media sosial yaitu melalui akun Instagram @lyfewithless yang membangun awareness atau kesadaran pengguna yaitu followers Instagram @lyfewithless, sehingga mendorong respon dalam bentuk- bentuk sikap ramah lingkungan.

Penggunaan media sosial yang digunakan Instagram @lyfewithless sebagai komunitas gaya hidup minimalis menunjukkan bagaimana media dapat dimaksimalkan untuk membentuk perilaku gaya hidup yang lebih sadar lingkungan. Melalui berbagai unggahan berupa foto, video, dan caption inspiratif akun instagram @lyfewithless memanfaatkan fungsi media sosial sebagai media edukasi dan pemberdayaan masyarakat untuk menrapkan prinsip hidup minimalis dan berkelanjutan.

Dalam perspektif teori uses and gratifications, followers akun instagram @lyfewithless secara aktif menggunakan konten tersebut untuk memenuhi kebutuhan informasi, identitas diri dan nilai-nilai sosial. Pengikut akun instagram @lyfewithless mencari inspirasi, pengetahuna dan dorongan moral agar mampu mengurangi konsumsi berlebihan serta hidup lebih sederhana. Proses ini menghasilkan kepuasan yang dapat berpengaruh terhadap sikap ramah lingkungan.

Media sosial instagram @lyfewithless menyajikan berbagai informasi mengenai gaya hidup minimalis, pengelolaan barang dan konsumsi berkelanjutan yang mendorong audiens untuk lebih peduli terhadap lingkungan. Berdasarkan teori uses and gratifications, pengguna media secara aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan trtentu seperti kebutuhan informasi, integrasi sosial dan hiburan. Dalam konteks ini pengikut akun instagram @lyfewithless memanfaatkan konten yang disajikan untuk memperoleh pengetahuan dan inspirasi mengenai gaya hidup ramah lingkungan. Melalui paparan informasi yang konsisten dan relevan followers dapat membentuk kesadaran serta sikap positif terhadap pelestarian lingkungan, seperti kebiasaan mengurangi konsumsi berlebihan , memilah sampah dan memilih produk yang berkelanjutan. Dengan demikian konten yang disebarakan oleh akun@lyfewithless berperan dalam membentuk sikap ramah lingkungan sesuai dengan motivasi dan kebutuhan pengguna.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh media Instagram gaya hidup minimalis @lyfewithless melalui pemenuhan informasi terhadap sikap ramah lingkungan, dapat disimpulkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran dan perilaku ramah lingkungan. Hasil uji parsial (uji-t) menunjukkan bahwa media Instagram berpengaruh signifikan terhadap sikap ramah lingkungan. Selain itu, media Instagram juga terbukti berpengaruh terhadap pemenuhan informasi, yang artinya pengguna memperoleh pengetahuan yang relevan terkait gaya hidup minimalis melalui konten-konten yang disajikan. Lebih lanjut, pemenuhan informasi juga memberikan pengaruh signifikan terhadap sikap ramah lingkungan, di mana semakin tinggi informasi yang diterima, semakin positif pula sikap yang ditunjukkan terhadap isu lingkungan. Hasil uji Sobel memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa pemenuhan informasi memediasi secara signifikan hubungan antara penggunaan media Instagram dan sikap ramah lingkungan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media Instagram tidak hanya memberikan pengaruh langsung terhadap sikap pengguna, tetapi juga memperkuat pengaruh tersebut melalui informasi yang dikomunikasikan.

Dalam mengkampanyekan gaya hidup minimalis Komunitas Lyfe With Less memanfaatkan media sosial yaitu melalui akun Instagram @lyfewithless yang membangun *awareness* atau kesadaran pengguna yaitu *followers* Instagram @lyfewithless, sehingga mendorong respon dalam bentuk-bentuk sikap yang ramah terhadap lingkungan. Sehingga dalam memilih dan menggunakan suatu barang followers akun instagram @lyfewithless memikirkan dampak terhadap lingkungan baik jangka pendek, jangka menengah atau maupun jangka panjang.

Komunitas @lyfewithless secara strategis menggunakan Instagram sebagai platform untuk mengampanyekan gaya hidup minimalis, memanfaatkan berbagai fitur seperti reels, feeds, dan stories untuk menyampaikan pesan-pesan yang edukatif, inspiratif, dan aplikatif dalam kehidupan sehari-hari. Melalui pendekatan komunikasi yang melibatkan dimensi konteks, kolaborasi, dan koneksi, komunitas ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun interaksi yang erat dengan para pengikutnya. Interaksi ini menciptakan keterlibatan emosional sekaligus memperluas jangkauan komunitas sebagai representasi gaya hidup minimalis yang sadar lingkungan. Edukasi yang ditawarkan menyentuh tiga komponen sikap, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Dari aspek kognitif, pengikut menjadi sadar akan pentingnya hidup minimalis dan dampaknya terhadap lingkungan. Dari aspek afektif, mereka mulai merespons secara emosional terhadap isu konsumsi berlebihan. Sementara dari aspek konatif, mereka terdorong untuk bertindak secara nyata, seperti mengurangi konsumsi yang tidak perlu dan mulai menerapkan pola hidup yang lebih ramah lingkungan. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial seperti Instagram dapat menjadi alat efektif dalam mengedukasi masyarakat dan mendorong perubahan perilaku ke arah yang lebih bijak dan berkelanjutan.

## 5. SARAN

Adanya pengaruh antara media sosial Instagram @lyfewithless sebagai komunitas gaya hidup minimalis terhadap sikap bijak berkonsumsi *followers*, maka dari itu komunitas sejenis yang berfokus mengedukasi hal positif kepada khalayak dapat menerapkan hal serupa melalui platform media sosial Instagram dengan konten-konten yang menarik sehingga mendorong respon pengguna. Sejauh apapun terpaan media dalam menyampaikan pesan gaya hidup minimalis ini dibutuhkan lingkungan yang mendukung dalam merealisasikan sikap ramah lingkungan.

Komunitas yang memiliki tujuan bersama untuk mengedukasi publik mengenai gaya hidup minimalis dapat memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, dengan menyajikan konten yang kreatif, informatif, dan interaktif sehingga mampu menarik perhatian serta mendorong partisipasi pengguna. Namun demikian, sebesar apa pun intensitas terpaan media dalam menyampaikan pesan mengenai gaya hidup minimalis, tetap dibutuhkan dukungan lingkungan sosial yang kondusif agar sikap ramah lingkungan dapat terwujud dalam praktik sehari-hari.

Selain itu, kolaborasi yang berkelanjutan dengan berbagai pihak, seperti lembaga pendidikan, organisasi lingkungan, sektor swasta, dan pembuat kebijakan, memiliki peranan penting dalam memperluas jangkauan pesan serta memperkuat pengaruhnya terhadap perubahan sikap publik. Upaya ini diharapkan dapat mempercepat terciptanya kesadaran kolektif untuk menerapkan prinsip konsumsi yang lebih bijak dan ramah lingkungan. Penelitian ini juga dapat memberikan literatur dan referensi dalam bidang komunikasi khususnya media baru yang berkaitan dengan penggunaan media sosial sebagai platform yang memberikan pesan positif sehingga dapat mendorong respon dalam bentuk sikap di kalangan penggunanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Adrianus Denis Soenarno. 2020. *Analisis Komunitas Online Gaya Hidup Minimalis dalam Menyikapi Konsumerisme* Adrianus Denis Soenarno
- [2]. Atip Nurwahyunani, dkk. 2015. *Menumbuhkan Sikap Ramah Lingkungan Mahasiswa Melalui Pembelajaran Pengetahuan Lingkungan Berbasis Scientific Approach*. Pendidikan Biologi FPMIPATI Universitas PGRI Semarang [atip.momskenzie@gmail.com](mailto:atip.momskenzie@gmail.com)

- [3]. Bradshaw, E. (2019). *Intrinsic and Extrinsic Aspirations and Psychological Well-Being: a Meta-Analysis and Latent Profile Analyses of Life Goals* (Thesis, Australian Catholic University).
- [4]. Determinan Gaya Hidup Minimalis: Apakah Berpengaruh Terhadap Gaya Hidup Minimalis Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan e-ISSN: 2302-1322 | ISSN : 1979-0333 Volume 15 Nomor 1, April 2022 DOI: <https://doi.org/10.31001/jbk.v15i1.1812>
- [5]. Gumelar, Gumgum. (2016). *Nilai lingkungan dan sikap ramah lingkungan pada warga Jakarta di pemukiman kumuh*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta. Jurnal Psikologi, Volume 12 No. 1
- [6]. Heberlein. (2012). *Navigating environmental attitude*. Conservation Biology, Vol. 26 No. 4.
- [7]. Hetharia, B. (2013). *Motif dan Kepuasan Penggunaan Blackberry di Lingkungan Seskoau Lembang*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret
- [8]. Iredho Fani Reza. 2015. *Efektivitas Pelaksanaan Ibadah Dalam Upaya Mencapai Kesehatan Mental*. Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- [9]. Hutagalung, Stimson. 2015. *Tiga Dimensi Dasar Relasi Manusia Dalam Kehidupan Sosial*. Jurnal Koinonia
- [10]. Ismail, T. T. (2021). *Analisis Elemen AIDA pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung* Analysis of AIDA Elements on Instagram Social Media as a Library Promotion Media in the Archives and Libraries Office of . *Palimpsest: Journal of Information and Library Science*, 12(1), 37–47. <https://doi.org/10.20473/pjil.v12i1.25152>
- [11]. Kang Jiyun, costte M. Joyner Martinez, Catherine Jhonson. (2021). *Minimalism as a sustainable lifestyle: its behavioral representation and contribution to emotional well-being*. 27(2021). 802-813. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.02.00>
- [12]. Klingemann, H.-D., & Römmele, A. (2002). *Public Information Campaigns & Opinion Research*.
- [13]. Krisyantia, Ilona VOSb, Anjang Priyantinic. 2020. *Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID)* Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, UPN Veteran Jakarta
- [14]. Muhammad, R. & Manalu, S.R Lyfe With Less. (2019). *Analisis pemanfaatan virtual community sebagai media komunikasi kelompok melalui sosial media*. Diakses 20 Juni 2021 dari <https://lyfewithless.com/about-us/>. Interaksi Online. 5(4): 1-11
- [15]. Moch. Didik Nugraha, dkk. *Hubungan antara struktur keluarga dengan kesehatan mental remaja*. Keperawatan Gawat Darurat dan Kritis, Program Studi Ilmu Keperawatan, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Kuningan
- [16]. Nirzalin. 2013. *Mendamaikan Aktor dan Struktur dalam Analisis Sosial Perspektif Teori Strukturalisasi Antony Giddens*. Jurnal Sosiologi Universitas Syiah Kuala 3(3): 15-23
- [17]. Perdana, Cepti Rahman Gilang. (2012). *Hubungan Twitter Jatinangorku dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Daerah Jatinangor bagi followers*. Universitas Padjadjaran.
- [18]. Rachel, R., & Rangcuty, R. P. (2020). *Konsumerisme dan Gaya Hidup Perempuan di Ruang Sosial: Analisis Budaya Pembedaan Diri di Lingkungan FISIP Unimal*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM), 1(1), 97-113.
- [19]. Ridaryanthi, M. (2014). *Bentuk Budaya Populer dan Konstruksi perilaku Konsumen ...* Jurnal Visi Komunikasi, 13(01), 87–104.
- [20]. Robert Tansen, dkk. 2022. *Tren Gaya Hidup Minimalis di Sosial Media dan Dampaknya Pada Mahasiswa*. Jurusan Ilmu Ilmu Sosial FISH Universitas Negeri Surabaya, 04 Oktober 2022. Volume, 01 Tahun 2022
- [21]. Rizca Haqqu. 2020. *Uji Uses And Gratifications Dalam Intensitas Menonton Program Talk Show Melalui Televisi*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom
- [22]. Erma Yulia Safarina, dkk. 2022. *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan pada akun Instagram*

*@Banjainfo di Banjar Baru*. Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari

- [23]. Firdausi, Tasya, et.al. 2024. *Pengaruh Media Sosial Instagram @Lyfewithless Sebagai Komunitas Gaya Hidup Minimalis Terhadap Sikap Bijak Berkonsumsi Followers*. Nivedana: Journal of Communication and Language
- [24]. Tettie Setiyarti. 2021. *Pengaruh 4C Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik*. STIMI Handayani Denpasar