

Analisis Strategi Komunikasi Lyfe With Less dalam Membangun Pesan Sustainable Beauty = Lyfe With Less Communication Strategy Analysis in Building Sustainable Beauty Messages

Gita Nathania, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920524740&lokasi=lokal>

Abstrak

Isu keberlanjutan telah lama menjadi perhatian global sejak tahun 1961. Namun, budaya konsumerisme dan materialisme masih mendominasi gaya hidup masyarakat. Berhubungan dengan industri kecantikan, saat ini industri kecantikan sedang mengalami perkembangan pesat yang disebabkan oleh peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya merawat diri, kemunculan pusat perbelanjaan baru, perkembangan teknologi e-commerce, dan peningkatan pendapatan penduduk. Seiring berkembangnya industri kecantikan, hal ini juga berjalan beriringan dengan jejak karbon yang dihasilkan oleh pabrik industri, seperti emisi CO2 dan limbah plastik. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah mindset yang mampu membatasi budaya konsumerisme masyarakat. Lyfe With Less (LWL), sebuah komunitas pegiat gaya hidup minimalis melahirkan sebuah kampanye sosial digital yang mengusung tema sustainable beauty. Kampanye ini dinamakan #PakaiSampaiHabis. Penelitian ini kemudian ditujukan untuk menganalisis strategi komunikasi kampanye tersebut menggunakan metode studi literatur dan desktop research. Hasil dari penelitian menemukan bahwa LWL menggunakan pendekatan social marketing, not-for-profit marketing, storytelling, multi-platform, interactive content, dan strategi marketing lainnya.

Sustainability issue has long been a global concern since 1961. However, consumerism and materialism culture still dominates people's lifestyles. In relation to the beauty industry, this industry is experiencing rapid development due to increased in public awareness to self-care, the emergence of new shopping centers, developments in e-commerce technology, and increased incomes. As the beauty industry develops, this goes in hand with the carbon footprint generated by industrial factories (CO2 emissions and plastic waste). Therefore, a new mindset is needed to limit consumerism in society. Lyfe With Less (LWL), a community of minimalist lifestyle activists created a digital social campaign called #PakaiSampaiHabis using the sustainable beauty trend. This research aims to analyze the campaign's communication strategy using literature study and desktop research methods. The results of the study found that LWL uses a social marketing, not-for-profit marketing, storytelling, multi-platform, interactive content and other marketing strategies as their approach.