

Peran Media Sosial dalam Mempromosikan Gaya Hidup Hijau yang Berkelanjutan: Influencer dan Penciptaan Nilai Bersama Gen Z di Indonesia = The Role of Social Media in Promoting Sustainable Green Lifestyles: Influencers and Value Co-Creation with Gen Z in Indonesia

Rizky Suryaputra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920549938&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh media sosial dalam mempromosikan gaya hidup hijau yang berkelanjutan di kalangan Generasi Z di Indonesia, dengan fokus pada peran influencer dan penciptaan nilai. Dengan memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok, studi ini bertujuan memahami fasilitasi perilaku berkelanjutan melalui data primer dari 263 responden yang dikumpulkan via kuesioner self-administered melalui Line, WhatsApp Group, dan Instagram. Analisis regresi menunjukkan bahwa media sosial berperan signifikan dalam membentuk kesadaran lingkungan dan niat pembelian ramah lingkungan di kalangan konsumen muda. Influencer memiliki peran kunci dalam penyebaran informasi keberlanjutan, sementara penciptaan nilai menumbuhkan rasa kebersamaan dan keterlibatan, yang meningkatkan komitmen terhadap gaya hidup berkelanjutan. Temuan ini memberikan wawasan bagi pembuat kebijakan, pendidik, dan pemasar untuk memanfaatkan media sosial dalam promosi kelestarian lingkungan di Indonesia.

.....This research explores the influence of social media in promoting sustainable green lifestyles among Generation Z in Indonesia, focusing on the role of influencers and value creation. By leveraging social media platforms such as Instagram, YouTube and TikTok, this study aims to understand the facilitation of sustainable behaviour through primary data from 263 respondents collected via self-administered questionnaires via Line, WhatsApp Group and Instagram. Regression analysis showed that social media plays a significant role in shaping environmental awareness and green purchasing intentions among young consumers. Influencers play a key role in disseminating sustainability information, while value creation fosters a sense of community and engagement, which increases commitment to sustainable lifestyles. The findings provide insights for policy makers, educators and marketers to utilise social media in the promotion of environmental sustainability in Indonesia.