

## ABSTRAK

Paradigma mengenai kulit putih, wajah mulus, tubuh yang langsing masih marak diyakini oleh perempuan Indonesia sebagai definisi cantik yang sebenarnya. Masih adanya standar kecantikan tersebut membuat banyak perempuan merasa tidak percaya diri, dan khalayak menjadi mudah menghakimi seseorang melalui penampilannya. Female Daily Network memiliki misi untuk menghilangkan standar kecantikan tersebut dengan menyuarakan kampanye pada *platform* Instagram. Kampanye merupakan cara yang tepat untuk mengkomunikasikan suatu informasi agar dapat mudah dipahami khalayak dan tepat sasaran, hingga dapat mempengaruhi sikap khalayak untuk mendukung kampanye tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pesan kampanye #YourBeautyRules terhadap sikap *followers*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan survei sebagai alat pengambilan sampel. Penelitian dilakukan pada *followers* akun Instagram @femaledailynetwork, yaitu sebanyak 279.000 orang dan menggunakan teknik sampling *purposive* yang menghasilkan 100 orang responden. Teori yang digunakan adalah teori Integrasi Informasi untuk mengetahui bagaimana informasi atau pesan mempengaruhi sikap seseorang. Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh secara signifikan antara pesan kampanye #YourBeautyRules dengan sikap *followers* sebesar 0,695 yang berarti menunjukkan hubungan yang kuat. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sikap dipengaruhi oleh dua aspek, yaitu valensi, dan bobot pesan, yang mana diperoleh hasil bahwa valensi pesan bersifat positif, dan bobot pesan bernilai tinggi, karena pesan dapat mempengaruhi sikap *followers*.

**Kata kunci:** Kampanye, Sikap, Teori Integrasi-Informasi, *Female Daily Network*

## **ABSTRACT**

*A paradigm about light skin, flawless face, and slim body is still widely believed by Indonesian women as a definition of true beauty. This beauty standards has made many women feel insecure, and the public tend to judge them based on their appearance easily. Female Daily Network has a mission to eliminate this issue by expressing a campaign through Instagram. Campaign is the right way to communicate information to be understood by the public easily, and right on the objective, so it could influence the attitude of the audience to support the campaign. The objective of this study is to find out whether there is an effect of #YourBeautyRules campaign messages on the attitude of followers. This study uses quantitative methods with surveys as a sampling tool. The study was done on the followers of @femaledailynetwork Instagram account, which accounted for 279,000 people and used a purposive sampling technique that produced 100 respondents. The theory used is the Integration-information theory to find out how information or messages affect someone's attitude. The results of this study indicate that there is a significant influence between #YourBeautyRules campaign messages and followers' attitudes of 0.695 which means that they show a strong relationship. The results also show that attitude is influenced by two aspects, named valence, and message weight, in which the results are obtained that message valence is positive, and message weight has high value because the message can influence the attitude of followers.*

**Keywords:** *Campaign, attitude, Integration-Information Theory, Female Daily Network*