

## **Pengaruh Teknik Penyajian Iklan CarbonEthics di Instagram Terhadap Kesadaran Lingkungan *Followers***

### **Abstrak**

Penelitian ini mengeksplorasi tantangan unik yang dihadapi oleh organisasi nirlaba lingkungan, khususnya dalam menjangkau audiens untuk meningkatkan kesadaran lingkungan. Fokus utama penelitian ini terhadap CarbonEthics, sebuah organisasi nirlaba yang menggunakan Instagram sebagai media utama. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh teknik penyajian iklan oleh CarbonEthics serta dampaknya terhadap kesadaran lingkungan *followers*. Metode yang digunakan adalah survei kuantitatif yang melibatkan 100 responden dalam pengisian kuesioner online. Analisis penelitian ini dilakukan berdasarkan sebuah model integral yang menggabungkan model AISAS dan dimensi kesadaran lingkungan. Model ini digunakan untuk mengukur pengaruh teknik penyajian iklan pada perhatian pengikut (*attention*) dan dampaknya terhadap dimensi kesadaran lingkungan seperti Motivasi, Pengetahuan, dan Keterampilan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten *native advertising* yang diterapkan oleh CarbonEthics mampu secara efektif meningkatkan motivasi hingga keterampilan para pengikut dalam mendukung gerakan konservasi karbon biru. Nilai R-square sebesar 0,779 menegaskan bahwa penerapan *native advertising* yang optimal dapat mendorong peningkatan kesadaran lingkungan secara multidimensi dan menyeluruh bagi para *followers*. Dengan demikian, studi ini menyoroti pentingnya strategi iklan yang tepat dalam merangsang kesadaran lingkungan yang komprehensif.

### **Kata Kunci :**

CarbonEthics; Kesadaran Lingkungan; Native Advertising; Organisasi Nirlaba Lingkungan; Teknik Penyajian Iklan

## **The Influence of CarbonEthics Advertisement Presentation Technique on Environmental Awareness among Instagram Followers**

### **Abstract**

This research delves into the unique challenges encountered by environmental non-profit organizations, particularly in engaging audiences to enhance environmental awareness. The primary focus lies on CarbonEthics, a non-profit organization utilizing Instagram as its primary platform. The objective is to analyze the influence of CarbonEthics' advertising presentation techniques and their impact on followers' environmental consciousness. The methodology employed a quantitative survey involving 100 respondents responding to online questionnaires. The research analysis was conducted based on an integrated model merging the AISAS model with environmental awareness dimensions. This model was used to measure the effects of advertising presentation techniques on follower attention and their impact on environmental awareness dimensions such as Motivation, Knowledge, and Skills. The study findings reveal that CarbonEthics' native advertising content effectively enhances followers' motivation and skills in supporting the blue carbon conservation movement. A computed R-square value of 0.779 emphasizes that optimal native advertising implementation can drive comprehensive multidimensional enhancement in environmental awareness among followers. Consequently, this study underscores the importance of appropriate advertising strategies in stimulating comprehensive environmental consciousness.

### **Keywords:**

Advertising Presentation Techniques; CarbonEthics; Environmental Awareness;  
Environmental Nonprofit Organizations; Native Advertising