

ABSTRAK

Isu mengenai standar kecantikan di Indonesia sedang menjadi topik perbincangan hangat saat ini. Hal tersebut membuat NAMA Beauty bergerak untuk membuat kampanye yang menentang adanya standar kecantikan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana kampanye #StayReal NAMA Beauty di Instagram mampu mengubah persepsi masyarakat Indonesia terhadap standar kecantikan yang berlaku. Dengan menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini menganalisis pengaruh kampanye terhadap perubahan persepsi responden terkait penerimaan keberagaman kondisi fisik seseorang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 205 responden dengan populasi pengikut Instagram @namabeauty.co serta mengetahui kampanye #StayReal. Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kampanye #StayReal NAMA Beauty memiliki pengaruh yang signifikan terhadap terhadap persepsi responden mengenai definisi kecantikan yang lebih inklusif dan beragam dengan nilai koefisien sebesar 0,186. Kampanye ini juga dianggap berhasil meningkatkan kepercayaan diri responden terhadap penampilan fisik mereka yang sebenarnya.

Kata kunci – instagram, kampanye, persepsi, standar kecantikan