

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kampanye #9roWithAvoskin di media sosial terhadap sikap ramah lingkungan generasi Z di Indonesia . Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobabilitas sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui Google Form yang kemudian disebarakan kepada 400 responden pada rentang kelahiran 1997 – 2012 atau berada pada usia 11 - 26 tahun. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan *software* IBM SPSS versi 27. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji T, diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh kampanye #9roWithAvoskin di media sosial terhadap sikap ramah lingkungan generasi Z. Hal ini dibuktikan pada hasil uji hipotesis T (Parsial) bahwa variabel independen (kampanye) mempunyai nilai  $t_{hitung} = 50,137 > t_{tabel} = 1,960$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga variabel independen kampanye #9roWithAvoskin di media sosial berpengaruh terhadap sikap ramah lingkungan generasi Z.

Kata Kunci: Kampanye, Media Sosial, Sikap Ramah Lingkungan