

ABSTRAK

Pertumbuhan industri kecantikan di Indonesia mendorong peningkatan konsumsi produk kecantikan, yang berkontribusi signifikan terhadap permasalahan limbah, khususnya sampah kemasan. Kampanye #FDSustainablebeauty oleh Female Daily Network hadir sebagai upaya untuk mengedukasi konsumen tentang pentingnya pengelolaan sampah kecantikan. Penelitian ini menyoroti peran strategis perempuan sebagai aktor utama dalam isu ini, mengingat mereka merupakan pengguna dominan produk kecantikan sekaligus kelompok yang memiliki kepedulian tinggi terhadap lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis partisipasi perempuan dalam kampanye tersebut, dengan fokus pada empat tahapan partisipasi menurut Cohen & Uphoff, yaitu pengambilan keputusan, pelaksanaan, pemanfaatan, dan evaluasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan belum terlibat dalam tahap pengambilan keputusan, namun sangat aktif dalam pelaksanaan, mulai dari kehadiran fisik hingga keterlibatan digital. Pada tahap pemanfaatan, kampanye ini mendorong refleksi ekologis pada sebagian partisipan, meski keberlanjutannya belum optimal. Tahap evaluasi belum difasilitasi secara formal. Penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan gabungan antara visual kampanye, insentif, dan konten media sosial dalam membentuk partisipasi perempuan. Studi ini memberikan kontribusi pada literatur partisipasi dan ekofeminisme dalam konteks industri kecantikan serta memberikan implikasi praktis bagi pelaksanaan kampanye lingkungan ke depan.

Kata kunci: *Partisipasi Perempuan, Kampanye Lingkungan, Ekofeminisme, Pengelolaan Sampah Kecantikan, Sustainable Beauty*