

KONSTRUKSI PENGETAHUAN *BEAUTY ACTIVISTS* DI KOTA BATAM

Oleh

Delsy Arya Putri

ABSTRAK

Fenomena *green consumers* di Indonesia masih terus berkembang seiring dengan peningkatan kesadaran dan edukasi terkait isu-isu lingkungan. Salah satu produk yang *green product* yaitu produk *The Body Shop*. *The Body Shop* melakukan konstruksi pengetahuannya terhadap *beauty activists* sehingga *beauty activists* juga melakukan konstruksi pengetahuannya kepada lingkungan sosialnya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konstruksi pengetahuan yang dibangun oleh *beauty activists* terkait *green product* yang ada di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan informan sebanyak 10 orang yang didalamnya terdapat *manager* dari *The Body Shop* dan *beauty activists* yang tergabung ke dalam *customer The Body Shop*. Penelitian ini menggunakan teknik dan alat pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ditemukan bahwa di dalam penelitian ini konstruksi *beauty activists* sudah terbangun yaitu dengan berupa pengetahuan-pengetahuan baru untuk menciptakan adanya pengetahuan, kesadaran, kepedulian dan peningkatan rasa kepemilikan dari *beauty activists* terhadap produk *The Body Shop*. *Beauty activists* juga sudah melakukan konstruksi kepada lingkungan sosialnya dan *beauty activists* juga sudah memahami *green product* ini karena mereka sudah menunjukkan bahwa produk yang mereka pilih dan gunakan sudah memberikan dampak dan adanya pengetahuan-pengetahuan baru yang juga disampaikan dari *The Body Shop*.

Kata kunci: Ramah Lingkungan, konstruksi, *beauty activists*, *The Body Shop*, *green consumers*

KNOWLEDGE CONSTRUCTION OF BEAUTY ACTIVISTS IN BATAM CITY

By

Delsy Arya Putri

ABSTRACT

The phenomenon of green consumers in Indonesia is still growing along with increased awareness and education regarding environmental issues. One of the green products is The Body Shop products. The Body Shop constructs its knowledge to beauty activists so that beauty activists also construct their knowledge to their social environment. The purpose of this research is to find out how the construction of knowledge built by beauty activists related to green products in Batam City. This research uses a qualitative research method with 10 informants, including managers from The Body Shop and beauty activists who are members of The Body Shop customers. This research uses data collection techniques and tools in the form of observation, interviews and documentation. The results found that in this study the construction of beauty activists has been built in the form of new knowledge to create knowledge, awareness, concern and an increased sense of ownership of beauty activists towards The Body Shop products. Beauty activists have also carried out construction to their social environment and beauty activists have also understood this green product because they have shown that the products they choose and use have an impact and new knowledge is also conveyed from The Body Shop.

Keyword: environmentally friendly, construction, beauty activists, The Body Shop, green cosumers