

ABSTRAK

PEMENGARUH MAKRO VS MIKRO: PERAN KESESUAIAN PESAN DAN KREDIBILITAS PEMENGARUH PADA NIAT PERILAKU PRO-LINGKUNGAN

Veronika Angelita Ziliwu
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2025

Permasalahan lingkungan pada era ini sangat mengkhawatirkan dan perlu lebih diperhatikan oleh masyarakat. Masyarakat berperan penting dalam menjaga lingkungan. Selain itu, pada era teknologi ini juga pemengaruh memiliki peran penting dalam membentuk perilaku pro-lingkungan para pengikutnya yang merupakan masyarakat Indonesia, didukung oleh kesesuaian pesan yang disampaikan pemengaruh dan juga kredibilitas yang dimiliki pemengaruh. Dilandasi oleh penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa kesesuaian pesan dan kredibilitas pemengaruh dapat mempengaruhi niat perilaku pro-lingkungan. Penelitian ini meneliti 97 responden masyarakat Indonesia dan data ini dianalisis menggunakan aplikasi Smart-PLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) kesesuaian pesan secara langsung tidak berpengaruh pada niat perilaku pro-lingkungan, 2) kredibilitas pemengaruh secara langsung berpengaruh pada niat perilaku pro-lingkungan, 3) kredibilitas pemengaruh memediasi kesesuaian pesan pada niat perilaku pro-lingkungan, 4) tidak ada perbedaan pengaruh antara pemengaruh makro dan mikro dalam memoderasi pengaruh kesesuaian pesan pada niat perilaku pro-lingkungan melalui kredibilitas. Implikasi dari penelitian ini berguna untuk memberikan informasi kepada pemerintah dan pemengaruh.

Kata kunci: kesesuaian pesan, kredibilitas pemengaruh, niat perilaku pro-lingkungan, permasalahan lingkungan.

ABSTRACT

MACRO VERSUS MICRO INFLUENCERS: THE ROLE OF MESSAGE CONGRUENCE AND INFLUENCER CREDIBILITY IN PRO-ENVIRONMENTAL BEHAVIORAL INTENTION

Veronika Angelita Ziliwu
Management Study Program, Faculty of Economics
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2025

Environmental issues in this era are very concerning and require greater public attention. Society plays an important role in preserving the environmental. In addition, in this technological era, influencers also play an important role in shaping the pro-environmental behavior of their followers, who are part of Indonesian society, supported by the message congruence conveyed by the influencer and the credibility they possess. This study is based on previous research suggesting that message congruence and influencer credibility can influence pro-environmental behavioral intention. This study examined 97 respondents from Indonesian society, and the data were analyzed using the SmartPLS 4 application. The result of this study show that: 1) message congruence did not directly influence pro-environmental behavioral intention, 2) influencer credibility had a direct influence on pro-environmental behavioral intention, 3) influencer credibility mediated the influence of message congruence on pro-environmental behavioral intention, and 4) there was no difference between macro and micro influencers in moderating the influence of message congruence on pro-environmental behavioral intention through credibility. The implications of this research are useful for providing information to both the government and influencers.

Keywords: message congruence, influencer credibility, pro-environmental behavioral intention, environmental issues.