



**ANALISIS RESEPSI GEN Z TENTANG AKSI KAMPANYE
BOIKOT MEREK PADA AKUN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @GERAKANBDS**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Muhammad Dandi Adriyanto

44321010052

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2026



**ANALISIS RESEPSI GEN Z TENTANG AKSI KAMPANYE
BOIKOT MEREK PADA AKUN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @GERAKANBDS**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Muhammad Dandi Adriyanto

44321010052

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Dandi Adriyanto

NIM : 44321010052

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul: "Analisis Resepsi Gen Z Tentang Aksi Kampanye Boikot Merek Pada Akun Media Sosial Instagram @gerakanbds" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Februari 2026



Muhammad Dandi Adriyanto

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

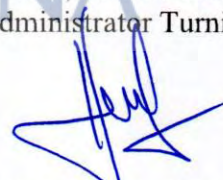
Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Muhammad Dandi Adriyanto
NIM : 44321010052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication

Dengan judul “Analisis Resepsi Gen Z Tentang Aksi Kampanye Boikot Merek Pada Akun Media Sosial Instagram @gerakanbds”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 20 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 25%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Februari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir diajukan oleh:

Nama : Muhammad Dandi Adriyanto
NIM : 44321010052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Analisis Resepsi Gen Z Tentang Aksi Kampanye Boikot
Merek Pada Akun Media Sosial Instagram @gerakanbds

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 9 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



(Suman Jaya, S.Sos, M.Ikom)

NIDN: 0329018104

MERCU BUANA

Jakarta, 18 Februari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

NIDN: 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

NIDN: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul penelitian “Analisis Resepsi Gen Z Tentang Aksi Kampanye Boikot Merek pada Akun Media Sosial Instagram @gerakanbds”.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis sebagai manusia biasa dengan segala kekurangan dan keterbatasan, sepenuhnya tidak mungkin memiliki sedikit kesulitan dan hambatan yang peneliti temukan dalam penyusunan penelitian ini. Akan tetapi berkat pertolongan, bimbingan bantuan dari berbagai pihak terutama Bapak Suman Jaya, M.Ikom, selaku dosen pembimbing, saya sebagai peneliti banyak-banyak berterima kasih karna segala kesulitan dan hambatan tersebut dapat teratasi dan peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Pada penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak secara langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Suman Jaya, M.Ikom selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu, arahan dan senantiasa membimbing penulis sejak awal penyusunan hingga selesainya skripsi ini.
5. Dudi Hartono, M.Ikom selaku Penguji Ahli pada sidang Tugas Akhir.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti, sehingga peneliti bisa sampai tahap ini. Semoga ilmu yang disampaikan dan diberikan menjadi amal jariyah, amin.
7. Seluruh staff Universitas Mercu Buana yang memberikan kemudahan dan membantu dalam administrasi guna kegiatan akademik.
8. Diri penulis sendiri karena keluh kesah, air mata, waktu dan perjuangan hingga akhir penulis akhirnya terbayarkan dan mampu bertahan hingga fase ini. Terimakasih tetap

memilih berusaha semaksimal mungkin walaupun kadang merasa tidak mampu dan merasa ingin menyerah setelah semua yang dilakukan. Sehat dan bahagia selalu untuk dirimu sendiri Dandi. Keep going to pursue your dreams as high as possible.

9. Kepada kedua orang tua penulis, terima kasih atas seluruh cinta dan perhatian yang telah diberikan dalam membesarkan serta membimbing penulis hingga saat ini, sehingga penulis mampu terus berusaha mengejar impian dan tujuan hidup. Terima kasih pula atas doa dan dukungan yang senantiasa menyertai langkah penulis sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan pendidikan perkuliahan. Sekali lagi terimakasih telah memberikan kesempatan pendidikan yang tinggi untuk peneliti.
10. Seluruh teman seperjuangan Hanifah, Rizky, Dimas, Ninda, dan Cella yang telah memberikan motivasi serta dukungan kepada peneliti hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
11. Seluruh informan yang telah bersedia menyediakan waktu serta membagikan pengalaman mereka dalam penelitian ini, sehingga kontribusi yang diberikan menjadi dasar yang sangat penting bagi terlaksananya penelitian.

Saya menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan dan merupakan langkah awal menuju penelitian yang lebih baik di masa mendatang. Oleh sebab itu, dengan segala keterbatasan waktu dan kemampuan yang saya miliki, kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi saya sendiri dan secara umum bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Februari 2026



Muhammad Dandi Adriyanto
NIM. 44321010095

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Dandi Adriyanto
NIM : 44321010052
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Analisis Resepsi Gen Z Tentang Aksi Kampanye Boikot Merek Pada Akun Media Sosial Instagram @gerakanbds

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 17 Februari 2026
Yang menyatakan,



Muhammad Dandi Adriyanto

**ANALISIS RESEPSI GEN Z TENTANG AKSI KAMPANYE BOIKOT
MEREK PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GERAKANBDS
MUHAMMAD DANDI ADRIYANTO**

ABSTRAK

Penelitian ini menelaah resepsi Generasi Z terhadap pesan kampanye boikot merek yang dipublikasikan melalui akun Instagram Gerakan BDS (@gerakanbds) dengan menggunakan teori *encoding–decoding* yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Analisis diarahkan pada bagaimana audiens menafsirkan pesan tersebut serta menempatkan hasil pemaknaannya ke dalam kategori hegemoni dominan, negosiasi, atau oposisi.

Variabel utama yang dikaji adalah resepsi Generasi Z terhadap pesan kampanye boikot merek pada konten Instagram @gerakanbds. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode analisis resepsi Stuart Hall melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Informan penelitian berjumlah delapan orang dari kelompok Generasi Z yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan dianalisis menggunakan model analisis data yang dikembangkan oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan, kemudian hasilnya diklasifikasikan ke dalam kategori resepsi Stuart Hall.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa sebagian besar informan Generasi Z berada pada posisi hegemoni dominan, yaitu menerima kampanye boikot merek yang disampaikan melalui akun @gerakanbds sebagai isu yang penting dan relevan serta memaknai boikot sebagai wujud solidaritas kemanusiaan. Sebagian informan berada pada posisi negosiasi, yaitu menyetujui pesan boikot namun menerapkannya secara selektif dan bertahap dengan mempertimbangkan kebutuhan, kebiasaan konsumsi, serta ketersediaan alternatif produk. Sementara itu, sebagian kecil informan berada pada posisi oposisi, yakni memahami pesan kampanye tetapi menolak arah ajakannya karena menilai bahwa boikot dapat berdampak pada pihak yang tidak terlibat secara langsung dan sulit diterapkan secara menyeluruh. Temuan ini menunjukkan bahwa audiens Generasi Z bersifat aktif dalam memproduksi makna serta menegosiasikan pesan kampanye boikot di media sosial sesuai dengan konteks pengalaman dan pertimbangan masing-masing.

Kata kunci: Analisis Resepsi, Generasi Z, Instagram, Kampanye Boikot, Stuart Hall.

**ANALYSIS OF GEN Z'S RECEPTION OF THE BRAND BOYCOTT
CAMPAIGN ON THE INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ACCOUNT**

@GERAKANBDS

MUHAMMAD DANDI ADRIYANTO

ABSTRACT

This study aims to analyze Generation Z's reception of brand boycott campaign messages delivered through the Instagram account @gerakanbds using Stuart Hall's encoding–decoding theory. The focus of the study is on how the audience interprets the campaign message and positions that interpretation into the categories of dominant hegemony, negotiation, and opposition.

The main variable studied was Generation Z's reception of the brand boycott campaign message on the Instagram content @gerakanbds. This study used a constructivist paradigm with Stuart Hall's reception analysis method through a descriptive qualitative approach. There were eight informants from Generation Z who were selected using purposive sampling. Data were collected through in-depth interviews and analyzed using Miles and Huberman's data analysis model, which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing/verification, then the results were mapped into Stuart Hall's reception categories.

The results of the study show that the majority of Generation Z informants are in a position of dominant hegemony, namely accepting the brand boycott campaign conveyed by the Instagram account @gerakanbds as an important and relevant issue, and interpreting the boycott as a form of humanitarian solidarity. Some informants are in a position of negotiation, agreeing with the boycott message but applying it selectively and gradually because they consider their needs, consumption habits, and the availability of alternative products. Meanwhile, a small number of informants are in a position of opposition, understanding the campaign message but rejecting its call because they believe that boycotts can have an impact on parties who are not directly involved and are difficult to implement comprehensively. These findings indicate that Gen Z audiences are active in producing meaning and negotiating boycott campaign messages on social media according to their contextual experiences and considerations.

Keywords: *Reception Analysis, Generation Z, Instagram, Boycott Campaign, Stuart Hall.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Akademis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoritis	17
2.2.1 Konsep Komunikasi	17
2.2.2 Komunikasi Digital.....	18
2.2.3 Teori Resepsi (Stuart Hall)	20
2.2.4 Encoding - Decoding	21
2.2.5 Media Baru	24
2.2.6 Media Sosial	26
2.2.7 Instagram	28
2.2.8 Khalayak Aktif	31
2.2.9 Generasi Z.....	33

2.2.10 Kampanye Digital.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Subjek penelitian.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data	42
3.4.1 Data Primer.....	43
3.4.2 Data Sekunder.....	44
3.5 Teknik Analisis Data	45
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
4.1.1 Akun Instagram @gerakanbds	49
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Profil Informan	54
4.2.2 Resepsi Gen Z Mengenai Latar Belakang dan Kesadaran Isu Boikot	60
4.2.3 Resepsi Gen Z Mengenai Pemahaman Makna Aksi Kampanye Boikot	67
4.2.4 Resepsi Gen Z Mengenai Sikap dan Penerimaan terhadap Pesan Kampanye.....	75
4.2.5 Resepsi Gen Z Mengenai Respons dan Praktik Nyata yang Dilakukan.....	83
4.2.6 Resepsi Gen Z Mengenai Cara Penyampaian Pesan Kampanye Boikot di Instagram	90
4.3 Pembahasan.....	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran.....	109
5.2.1 Saran Akademis.....	109
5.2.2 Saran Praktis.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Data Informan	41
Tabel 4.1 Resepsi Gen Z Mengenai Latar Belakang dan Kesadaran Isu Boikot ..	66
Tabel 4.2 Resepsi Gen Z Mengenai Pemahaman Makna Aksi Kampanye Boikot	74
Tabel 4.3 Resepsi Gen Z Mengenai Sikap dan Penerimaan terhadap Pesan Kampanye	82
Tabel 4.4 Resepsi Gen Z Mengenai Respons dan Praktik Nyata yang Dilakukan	89
Tabel 4.5 Resepsi Gen Z Mengenai Cara Penyampaian Pesan Kampanye Boikot di Instagram.....	96
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Posisi Informan	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram BDS Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Unggahan Instagram GerakanBDS	3
Gambar 1.3 Unggahan Instagram GerakanBDS	4
Gambar 1.4 Feed Instagram @gerakanbds & @inf_boikot.....	9
Gambar 2.1 Model Encoding Decoding Stuart Hall	22
Gambar 4.1 Profil Akun Instagram GerakanBDS.....	49
Gambar 4.2 Beranda Akun Instagram GerakanBDS	50
Gambar 4.3 Komentar Pengguna Instagram di Akun GerakanBDS.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

Pedoman Wawancara	113
Transkrip Wawancara	114
Informan 1	114
Informan 2	116
Informan 3	118
Informan 4	120
Informan 5	122
Informan 6	124
Informan 7	127
Informan 8	129
Curriculum Vitae.....	132



UNIVERSITAS
MERCU BUANA