



**PENGARUH KAMPANYE BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN REMAJA DI
JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

DISUSUN OLEH:

Raihan Bairuny

44220010284

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

2025



**PENGARUH KAMPANYE BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN REMAJA DI
JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk

Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

DISUSUN OLEH:

Raihan Bairuny

44220010284

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

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raihan Bairuny
NIM : 44220010284
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kampanye Boikot Produk Pro Israel Terhadap Perilaku Pembelian Remaja Jakarta Barat

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 5 Agustus 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Raihan Bairuny



HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Raihan Bairuny
NIM : 44220010284
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kampanye Boikot Produk Pro Israel Terhadap Perilaku Pembelian Remaja Jakarta Barat

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dr.Juwono Tri Atmojo , M.Si

NIDN : 0316026801

()

Ketua Penguji : Siti Muslichatul Mahmudah S.Ikom , M.Ikom

NIDN : 0326089202

()

Penguji Ahli : Drs.Marwan Mahmudi , M.Si

NIDN : 0311036703

()

Jakarta, 5 Agustus 2025

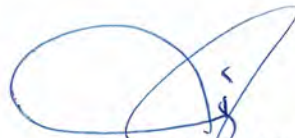
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji serta rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa,atas berkat rahmat dan ridho-ridhonya,penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Kampanye Boikot Produk Pro Israel Terhadap Perilaku Pembelian Remaja Di Jakarta Barat”.Penulis melaporkan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

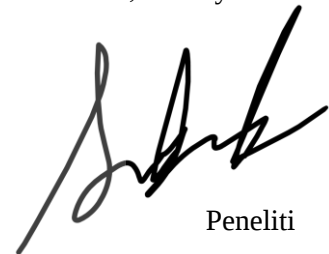
Penulis menyadari bahwa,tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak,dari masa awal perkuliahan sampai dengan pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya selaku penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si selaku dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu,pikiran,dan tenaga untuk membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah,M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Dr. Farid Hamid,M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Andre dan Ibu Heni selaku kedua orang tua penulis yang senantiasa mendukung dan mendoakan serta ridhonya kepada sang anak di setiap langkah penulisan.
6. Adam,Anton,Ribi,Ganez,Rafli,Rangga,Dhafin dan Sahabat yang selalu memberikan dukungan,semangat,serta pengalaman kepada penulis dalam membantu penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
7. Terima kasih banyak kepada responden (Remaja Jakarta Barat) yang telah mengisi survei pernyataan yang saya buat untuk memenuhi penelitian ini.

skripsi ini saya kerjakan dengan sungguh-sungguh,oleh karena itu penulis dengan senang hati memeriksa setiap bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun saya agar menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik lagi.

Akhir kata harapan dari penulis adalah agar Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan yang telah diberikan kepada saya,dari semua pihak yang turut serta membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 28 July 2025



Peneliti

Raihan Bairuny



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama	: Raihan Bairuny
NIM	: 44220010284
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Pengaruh Kampanye Boikot Produk Pro Israel Terhadap Perilaku Pembelian Remaja Jakarta Barat

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 Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 Agustus 2025

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



METERAI
TEMPEL
10000
CEFBANK144062830

Raihan Bairuny

ABSTRAK

Nama : Raihan Bairuny

NIM : 44220010284

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kampanye Boikot Terhadap Perilaku
Pembelian Remaja Jakarta Barat

Pembimbing : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kampanye boikot produk pro-Israel terhadap perilaku pembelian remaja di Jakarta Barat. Kampanye boikot, yang banyak disebarluaskan melalui media sosial seperti TikTok dan Instagram, menjadi gerakan sosial yang masif sebagai respons terhadap konflik Israel-Palestina. Remaja dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka merupakan pengguna aktif media sosial sekaligus kelompok usia yang sedang membentuk identitas, nilai, dan perilaku konsumtif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 400 responden remaja berusia 15–24 tahun di wilayah Jakarta Barat. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji normalitas, regresi linear sederhana, uji t, uji f, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye boikot memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian remaja, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 65,8%. Artinya, kampanye boikot mampu menjelaskan perubahan perilaku pembelian sebesar 65,8%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Pesan kampanye yang disampaikan secara persuasif melalui media sosial terbukti efektif dalam memengaruhi keputusan pembelian remaja terhadap produk-produk yang diasosiasikan dengan dukungan terhadap Israel.

Kata Kunci: Kampanye Boikot, Perilaku Pembelian, Remaja, Media Sosial, Israel-Palestina.

ABSTRACT

Name : Raihan Bairuny
NIM : 44220010284
Study Program : Communication Science
Title Report : The Influence of the Boycott Campaign on the Purchasing Behavior of West Jakarta Youth
Counsellor : Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si

This study aims to determine the influence of the boycott campaign against pro-Israel products on the purchasing behavior of teenagers in West Jakarta. The boycott campaign, widely disseminated through social media platforms such as TikTok and Instagram, has become a massive social movement in response to the Israel–Palestine conflict. Teenagers were chosen as the research subjects because they are active social media users and belong to an age group undergoing the formation of identity, values, and consumer behavior.

This research adopts a quantitative approach using a survey method. Data was collected through questionnaires distributed to 400 teenage respondents aged 15–24 in the West Jakarta area. The data analysis involved validity and reliability tests, normality test, simple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination.

The results show that the boycott campaign has a significant influence on teenagers' purchasing behavior, with a coefficient of determination of 65.8%. This indicates that the boycott campaign explains 65.8% of the change in purchasing behavior, while the remaining 34.2% is influenced by other factors. Campaign messages delivered persuasively through social media are proven effective in influencing teenagers' purchasing decisions regarding products associated with support for Israel.

Keywords: Boycott Campaign, Purchasing Behavior, Teenagers, Social Media, Israel-Palestine.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	21
2.1 Penelitian Terdahulu	21
2.2 Kajian Teori	42
2.2.1 Komunikasi	42
2.2.2 Kampanye	44
2.2.2.1 Kampanye Public Relation.....	46
2.2.3 Perilaku Pembelian	49
2.2.4 Remaja	51
2.2.5 Media Sosial.....	52
2.3 Kerangka Penelitian	53
2.4 Hipotesis Penelitian.....	54
BAB III.....	55
METODOLOGI PENELITIAN	55
3.1 Paradigma Penelitian.....	55
3.2 Metode Penelitian.....	55
3.3 Populasi dan Sampel	56
3.3.1. Populasi	56
3.3.2 Sampel.....	57

3.4. Teknik Penarikan Sampel.....	58
3.5. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	59
3.5.1. Definisi Konsep	59
3.5.2. Operasionalisasi Konsep	60
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.6.1. Data Primer	62
3.6.2. Data Sekunder	62
3.7. Teknik Analisis Data.....	68
3.7.1. Uji normalitas Data	68
3.7.2 Uji regresi linear sederhana.....	69
3.7.3 Uji F	70
3.7.4 Uji T	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	72
4.1.1 Kegiatan Komunitas Majelis Ulama Indonesia dan Muhammadiyah.....	73
4.2 Hasil Penelitian	76
4.2.1 Karakteristik Responden	77
4.2.2 Variabel X.....	79
4.2.3 Variabel Y	103
4.3 Hasil Analisis Data.....	128
4.3.1 Hasil Analisis Data	128
4.3.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	129
4.3.3 Koefisien Determinasi.....	131
4.3.4 Uji F	132
4.3.5 Uji T	133
4.4 Pembahasan.....	134
BAB V	140
KESIMPULAN DAN SARAN	140
5.1 Kesimpulan	140
5.2 Saran	141
5.2.1 Saran Akademis.....	141
5.2.2 Saran Praktis	142
DAFTAR PUSTAKA.....	143
LAMPIRAN.....	147

DAFTAR TABEL

2.1. Tabel Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	57
Tabel 3. 2 Skala Likert	59
Tabel 3. 3 Distribusi Nilai r tabel.....	61
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel X	62
Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel Y	63
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	65
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	65
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	74
Tabel 4. 2 Umur Responden.....	75
Tabel 4. 3 <i>Boikot tindakan efektif</i>	76
Tabel 4. 4 Menyebarkan konten boikot di media.....	77
Tabel 4. 5 boikot memiliki tujuan yang jelas	78
Tabel 4. 6 tidak nyaman apabila melihat saya membeli produk pro Israel.....	79
Tabel 4. 7 <i>terdorong untuk ikut menyebarkan pesan boikot</i>	80
Tabel 4. 8 merasa lebih baik jika memboikot produk pro Israel.....	81
Tabel 4. 9 <i>Tokoh kampanye memiliki citra yang baik</i>	82
Tabel 4. 10 Tokoh menyampaikan pesan secara menarik.....	83
Tabel 4. 11 <i>Pesan berisi informasi yang meyakinkan dan logis</i>	84
Tabel 4. 12 Informasi mudah saya percaya.....	85
Tabel 4. 13 melihat kampanye boikot di media sosial	86
Tabel 4. 14 cocok dengan pandangan para aktivis.....	87
Tabel 4. 15 <i>merasakan kesedihan orang Palestina.</i>	88
Tabel 4. 16 Tagline sukses membuat saya peduli pada Palestina.	89
Tabel 4. 17 Kampanye boikot menyampaikan dengan cara yang berbeda.	90
Tabel 4. 18 Pesan kampanye boikot terasa unik.	91
Tabel 4. 19 emosi ketika melihat konten konflik di Palestina.	92
Tabel 4. 20 Isi pesan mudah dipahami.....	93
Tabel 4. 21 informasi boikot bermanfaat.	94
Tabel 4. 22 mudah mendapatkan informasi boikot di media sosial	95
Tabel 4. 23 mengetahui kampanye dari komunitas atau organisasi keagamaan...	96

Tabel 4. 24 melihat ajakan boikot di media sosial.	97
Tabel 4. 25 Isi pesan mempengaruhi cara pandang.	98
Tabel 4. 26 mempertimbangkan tidak membeli produk pro-Israel.....	99
Tabel 4. 27 membeli produk yang disukai.	100
Tabel 4. 28 mengajak membeli produk yang saya gunakan	101
Tabel 4. 29 merekomendasikan produk bagus.	102
Tabel 4. 30 mengikuti rekomendasi produk dari orang lain	103
Tabel 4. 31 Saya tetap membeli produk pro Israel.....	104
Tabel 4. 32 Saya akan mengganti produk jika mengalami masalah	105
Tabel 4. 33 mencari tahu informasi tentang produk.	106
Tabel 4. 34 <i>mencari kelebihan dari suatu produk.</i>	107
Tabel 4. 35 tertarik produk yang dilihat di media.	108
Tabel 4. 36 Saya ingin membeli produk pro Israel	109
Tabel 4. 37 merekomendasikan produk kepada orang lain.....	110
Tabel 4. 38 barang yang di beli sesuai ekspektasi	111
Tabel 4. 39 membandingkan produk pro-Israel dengan produk lain	112
Tabel 4. 40 lebih nyaman menggunakan produk pro-Israel.....	113
Tabel 4. 41 <i>mencari informasi tentang produk pro Israel</i>	114
Tabel 4. 42 ingin mengetahui keunggulan produk pro Israel.....	115
Tabel 4. 43 mencari tahu di mana produk pro-Israel dijual	116
Tabel 4. 44 ingin menghindari membeli produk pro Israel.....	117
Tabel 4. 45 memprioritaskan produk pro-Palestina	118
Tabel 4. 46 membeli produk pro Israel saat Diskon	119
Tabel 4. 47 membeli produk non-Israel sebagai bentuk dukungan	120
Tabel 4. 48 ingin tahu lebih tentang produk Pro Israel	121
Tabel 4. 49 <i>mempertimbangkan produk Pro Israel saat berbelanja</i>	122
Tabel 4. 50 <i>mencoba produk baru yang memiliki hubungan dengan Israel</i>	123
Tabel 4. 51 membeli produk pro Israel jika terpaksa dalam situasi darurat	124
Tabel 4. 52 Analisis Regresi Linear Sederhana	126
Tabel 4. 53 Koefisien Determinasi.....	128
Tabel 4. 54 Uji F	129
Tabel 4. 55 Uji T	130

DAFTAR GAMBAR

gambar 1. 1 Produk Boikot	7
gambar 1. 2 Target Boikot	9
gambar 1. 3 Produk Boikot	11
gambar 4. 1 Halal Bihalal 1446 H MUI Sumber	71
gambar 4. 2 Ketua Umum MUI	71
gambar 4. 3 Ketua Pimpinan Cabang Muhammadiyah	75
gambar 4. 4 MUI Meminta Dukungan Boikot	76
gambar 4. 5 Uji Normalitas Histogram	125
gambar 4. 6 Kurva Observed Cum Prob	126

