

**Pengaruh Paparan Konten Media Sosial terhadap Intensitas dan Partisipasi
Boikot Produk Terafiliasi Israel**
*The Effect of Social Media Content Exposure on the Intensity and Participation of
Boycott Behavior toward Israel-Affiliated Products*

Zhafira Ardya Paramesti Wirawan_1, S. Kunto Adi Wibowo. _2,

1Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia. 1zhafira24001@mail.unpad.ac.id;

2Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia. 2kunto.a.wibowo@unpad.ac.id

ABSTRACT

The genocide in Palestine has evolved beyond a religious issue into a universal humanitarian concern, triggering global condemnation and collective resistance, particularly through consumer boycott movements targeting Israeli-affiliated products. This study aims to examine the influence of social media content exposure on the intensity and participation of boycott behavior using the Theory of Planned Behavior (TPB) as its theoretical framework. Employing a quantitative explanatory approach, data were collected through an online survey of 258 respondents. The analysis was conducted using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 4. The findings reveal that exposure to pro-Palestinian content on social media, as a form of social influence, significantly affects boycott intention, which in turn significantly predicts actual boycott participation. These results support TPB's core assumption that intention serves as the primary determinant of behavior. The study underscores the strategic role of social media in shaping attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control within the context of political consumerism and humanitarian-based boycott movements.

Keywords: Social media; boycott; Israeli affiliated products.

ABSTRAK

Isu genosida di Palestina kini telah berkembang menjadi isu universal yang memicu kecaman global, salah satunya melalui gerakan boikot terhadap produk terafiliasi Israel sebagai bentuk perlawanan sipil. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh paparan konten media sosial terhadap intensitas dan partisipasi boikot produk terafiliasi Israel dengan menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) sebagai kerangka teoretis. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif melalui metode survei daring terhadap 258 responden. Analisis data dilakukan dengan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) menggunakan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan konten ke-Palestina-an di media sosial sebagai bentuk pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap intensi boikot, dan intensi boikot secara signifikan memengaruhi partisipasi boikot. Temuan ini menguatkan asumsi TPB bahwa intensi merupakan prediktor utama perilaku aktual, sekaligus menegaskan peran strategis media sosial dalam membentuk sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku dalam konteks konsumerisme politik dan gerakan kemanusiaan.

Kata Kunci: Media sosial; boikot, produk afiliasi Israel.

PENDAHULUAN

Isu genosida yang terjadi di Palestina saat ini bukan lagi sekadar isu agama, melainkan isu yang universal. Eskalasi kekerasan yang terus berlangsung menimbulkan dampak terhadap berbagai aspek, seperti politik, sosial, kemanusiaan, serta memengaruhi hubungan diplomatik antar berbagai negara hingga memicu ketegangan secara global (Fitriyah & Fadhil, 2025). Berdasarkan Konvensi Genosida PBB pada 1948 dalam Saepuloh et al. (2024), istilah genosida dapat berarti tindakan yang dilakukan dengan niat menghancurkan secara keseluruhan, maupun sebagian kelompok nasional, etnis, ras, ataupun agama tertentu. Tindakan tersebut tak hanya berupa pembunuhan massal, tetapi juga mencakup berbagai upaya sistematis untuk mengurangi populasi pada suatu kelompok atau wilayah. Seperti melalui perancangan kondisi daerah tidak layak huni dengan adanya pembatasan akses kebutuhan dasar, serta penghancuran infrastruktur sipil yang memungkinkan warganya terpaksa pergi dan mengungsi. Hal ini mendeskripsikan kondisi masyarakat di Palestina hingga saat ini, di mana tindakan tersebut merupakan pelanggaran serius terhadap hukum humaniter internasional (Harimisa et al., 2025).

Pasokan senjata yang memadai semakin memudahkan Israel dalam melancarkan genosida. Ketersediaan persenjataan modern dan berdaya hancur tinggi menciptakan keunggulan militer yang signifikan, sehingga penyerangan dilaksanakan secara masif dan berkala. Salah satu bentuk serangan tersebut adalah penggunaan bom fosfor putih (*white phosphorus*) yang beberapa kali dijatuhkan oleh Israel dalam serangan militernya. Padahal dalam hukum humaniter, bom fosfor putih dilarang digunakan dalam perang karena memiliki dampak destruktif ekstrem seperti menimbulkan luka bakar yang dapat menembus hingga ke tulang (Zagoto et al., 2023). Terlebih, pengeboman dilakukan tanpa pandang bulu sehingga menyebabkan warga sipil seperti anak kecil, wanita, dan lansia turut menjadi korban. Selain menyebabkan korban jiwa yang terus bertambah, serangan yang dilakukan juga menimbulkan kerusakan objek-objek sipil. Di antaranya penghancuran rumah sakit, sekolah, gedung PBB, saluran air dan listrik, bahkan tempat peribadatan (Zagoto et al., 2023). Maka, hal tersebut semakin mempertegas adanya pelanggaran hukum yang dilakukan oleh Israel.

Tindak kekejaman Israel tak luput dari pemberitaan dunia maya. Terlebih, peristiwa 7 Oktober 2023 telah mengubah pandangan masyarakat dunia selepas melihat kondisi krisis yang terjadi di Gaza, Palestina. Dampaknya, tidak sedikit yang mengecam perilaku penghapusan etnis oleh Israel, seperti munculnya gerakan perlawanan berupa seruan boikot dalam rangka menekan perekonomian dan menghambat dukungan dari segi persenjataan. Istilah ‘boikot’ sendiri terdapat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Santosa (2024), yang definisinya merujuk pada tindakan penolakan untuk bekerja sama (berurusan dagang, berbicara, ikut serta, dll). Salah satu gerakan sosial yang cukup luas dikenal dan aktif menyuarakan isu genosida ini adalah BDS Movement, atau Gerakan BDS dalam versi lokalnya. Merupakan gerakan boikot, divestasi, dan

sanksi (*boycott, divestment, & sanctions*) yang secara resmi diluncurkan pada tahun 2005. Mulai berkembang pesat dan memiliki kekuatan signifikan dalam diskusi kepalastinaan (BDS Movement, 2015 dalam Farber, 2025). Gerakan boikot kini telah berevolusi dari sekadar tindakan konsumen sederhana menjadi sarana masyarakat global yang kuat dan mampu menekan pemerintah serta perusahaan melalui sanksi ekonomi dan delegitimasi simbolik (Babu et al, 2025).

Pada era globalisasi, paparan informasi dapat dengan cepat meluas dan diterima banyak orang. Melalui platform media sosial, secara signifikan gerakan boikot ini mulai meramaikan ruang digital dan memperkuat pengaruh sosial individu dalam membentuk informasi serta opini publik (Mady et al., 2025). Sebagai ruang advokasi utama, media sosial berperan membentuk persepsi publik dengan menyebarkan informasi, membuat konten edukatif, serta menanggapi kabar internasional mengenai kondisi warga Palestina (Abdullah & Sundari, 2025). Konten-konten tersebut hadir di berbagai platform dengan beragam format yang mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Dikarenakan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, maupun X/Twitter saat ini informasi dapat tersebar luas lebih cepat dibanding media konvensional (Abdullah & Sundari, 2025). Mengingat peran besar media sosial di internet saat ini, diyakini bahwa media sosial berpengaruh dalam mendukung tindakan boikot (Cevher, 2025).

Gerakan boikot menyebar begitu cepat terlebih setelah peristiwa 7 Oktober 2023. Hingga kini masyarakat tak hanya menyadari pentingnya boikot, tetapi juga mulai menunjukkan bentuk partisipasi boikot produk terafiliasi Israel. Hal ini diperkuat oleh penelitian Nurmuhisina et al. (2025) yang membuktikan bahwa terdapat hubungan signifikan antara paparan konten terhadap adopsi aplikasi No Thanks, sebuah aplikasi pendukung gerakan BDS. Dalam penelitian tersebut dikatakan bahwa adopsi aplikasi No Thanks dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kesadaran sosial (*social awareness*), norma sosial (*social norms*), kemampuan teknologi individu (*technology self-efficacy*), dan ketersediaan informasi (*information availability*) yang secara tidak langsung mencerminkan bagaimana sikap, tekanan sosial, dan persepsi individu, memengaruhi keputusan untuk terlibat dalam aksi boikot. Sementara itu, pada penelitian lain dengan judul “Pengaruh Religiusitas terhadap Intensi Boikot Mahasiswa UI untuk Produk Terafiliasi Israel”, dikatakan telah teruji bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan, tetapi pengaruh *anger*, *empathy*, dan *subjective norms* justru memiliki pengaruh yang signifikan (Fauzi et al., 2024).

Temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa perilaku boikot didorong oleh keterkaitan antara keyakinan individu sebagai faktor sikap dengan pengaruh sosial yang merupakan aspek norma subjektif, serta faktor psikologis dan situasional sebagai persepsi dalam mengontrol perilaku. Hal ini berkaitan erat dengan Theory of Planned Behavior atau kerap disingkat TPB. Teori tersebut merupakan salah satu model yang banyak digunakan dalam kajian literatur untuk memahami perilaku manusia (Ajzen, 1991 dalam Tang et al., 2025). Lebih spesifik, Babu et al. (2025) mengatakan bahwa model ini cukup banyak diaplikasikan pada penelitian

mengenai perilaku konsumen, ilmu lingkungan, hingga psikologi kesehatan karena menekankan pada faktor sosial dan perilaku masa lalu. Seperti yang telah disinggung sebelumnya, model ini memiliki tiga variabel utama, yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*) yang mencakup keyakinan normatif dan keinginan untuk mematuhi, serta persepsi kontrol perilaku (*perceived behavior control*) (Tang et al., 2025). Menurut konsep Theory of Planned Behavior, semakin positif sikap individu dan norma subjektif seseorang, diikuti dengan semakin besarnya persepsi kontrol perilaku orang tersebut, maka semakin kuat intensinya untuk berpartisipasi melakukan sesuatu.

Dalam penelitian ini, Theory of Planned Behavior digunakan untuk menganalisis bagaimana paparan konten dapat memengaruhi intensitas hingga perilaku boikot terhadap produk terafiliasi Israel. Konten-konten kepalastinaan yang tersebar di media sebagai pengaruh sosial dapat membentuk sikap individu seseorang karena adanya norma subjektif atau tekanan masyarakat. Kondisi tersebut kemudian memperkuat persepsi kontrol perilaku seseorang, yang pada akhirnya akan mendorong terbentuknya niat untuk berpartisipasi dalam boikot, dan merealisasikannya menjadi tindakan nyata. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah paparan konten dari media sosial berpengaruh signifikan terhadap intensitas serta partisipasi boikot produk terafiliasi Israel yang relevan untuk dianalisis menggunakan Theory of Planned Behavior sebagai kerangka teoretis utama dengan hipotesis berikut:

H1: Terdapat pengaruh signifikan antara paparan konten media sosial terhadap intensitas dan partisipasi boikot produk terafiliasi Israel.

H0: Tidak terdapat pengaruh antara paparan konten media sosial terhadap intensitas dan partisipasi boikot produk terafiliasi Israel.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner dengan item kuesioner adaptasi penelitian Babu et al. (2025) sebagai jurnal rujukan via Google Form. Statistik deskriptif pada penelitian kuantitatif menggambarkan data awal dalam bentuk numerik sehingga memungkinkan peneliti untuk mengukur pandangan, opini, sikap, perilaku, dan variabel penelitian secara objektif (Marojahan, 2020 dalam Waruwu et al., 2025). Sedangkan jenis metode penelitian ini adalah eksplanatif bertujuan menguji hubungan sebab-akibat antara paparan konten media sosial dengan niat dan perilaku boikot. Dengan menggunakan metode ini, penelitian ini memberikan pemahaman mengenai pengaruh paparan konten ke-Palestina-an di media sosial dalam memengaruhi niat seseorang serta aksi nyatanya untuk berpartisipasi boikot produk terafiliasi Israel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data pada penelitian ini dikumpulkan melalui metode survey. Sedangkan, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling* melalui *convenience sampling*. Berdasarkan teknik dan metode tersebut, sampel penelitian diambil dari siapa saja yang mudah dijangkau dan bersedia mengisi kuesioner. Jumlah responden kuesioner pada penelitian ini adalah 258 orang dengan karakteristik responden yang akan dijelaskan melalui tabel berikut:

Tabel 1. Frekuensi Kelompok Usia Responden

Frequency Tables

Frequencies for Kelompok Usia

Kelompok Usia	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Di bawah 18 tahun	7	2.7	2.7	2.7
18–25 tahun	180	69.8	69.8	72.5
26–35 tahun	47	18.2	18.2	90.7
36–45 tahun	11	4.3	4.3	95.0
46–55 tahun	11	4.3	4.3	99.2
Di atas 55 tahun	2	0.8	0.8	100.0
Missing	0	0.0		
Total	258	100.0		

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebagian besar responden kuesioner merupakan kelompok usia 18–25 tahun, yaitu sebesar 69,8%. Diikuti kelompok usia 26–35 tahun dengan persentase 18,2%. Kemudian kelompok usia 36–45 tahun dan 46–55 tahun dengan persentase yang sama, yaitu sebesar 4,3%. Selanjutnya, kelompok usia di bawah 18 tahun sebesar 2,7%. Terakhir, responden penelitian paling sedikit berasal dari kelompok usia di atas 55 tahun, yaitu 0,8%.

Tabel 2. Frekuensi Jenis Kelamin Responden

Frequency Tables

Frequencies for Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Perempuan	148	57.4	57.4	57.4
Laki-laki	110	42.6	42.6	100.0
Missing	0	0.0		
Total	258	100.0		

Sementara itu, pada tabel frekuensi jenis kelamin responden terdapat angka yang memperlihatkan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh perempuan dengan persentase 57,4%, sedangkan laki-laki sebesar 42,8%

Tabel 3. Frekuensi Pekerjaan Responden**Frequency Tables***Frequencies for Pekerjaan*

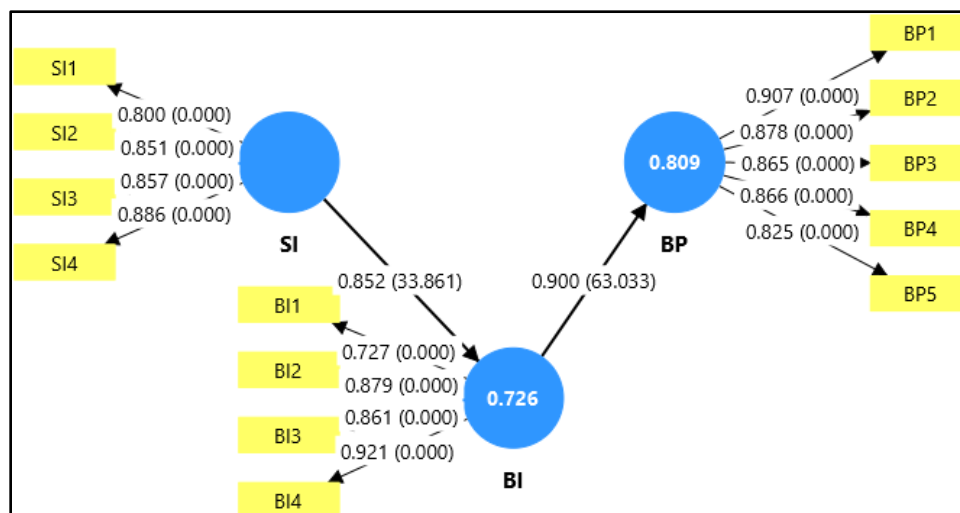
Pekerjaan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar/Mahasiswa	131	50.8	50.8	50.8
Pegawai Swasta	65	25.2	25.2	76.0
Lainnya	9	3.5	3.5	79.5
Wirausaha/Freelancer	27	10.5	10.5	89.9
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	21	8.1	8.1	98.1
Tidak Bekerja	5	1.9	1.9	100.0
Missing	0	0.0		
Total	258	100.0		

Pada tabel di atas, tertera berbagai pekerjaan responden penelitian dalam bentuk statistik, sehingga dapat diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari kalangan Pelajar/Mahasiswa dengan persentase lebih dari setengah, yaitu 50,8%. Kemudian, responden dengan pekerjaan Pegawai Swasta menempati urutan kedua terbanyak pada penelitian ini, dengan persentase 25,2%. Diikuti oleh Wirausahawan/Freelancer sebesar 10,5%. Selanjutnya, Pegawai Negeri Sipil/PNS menjadi responden dengan persentase 8,1%. Dapat diketahui pula bahwa 3,5% dari responden penelitian ini memilih opsi lainnya dalam aspek pekerjaan. Terakhir, responden yang tidak bekerja berada pada persentase 1,9%.

Karakteristik responden tersebut memberi gambaran awal mengenai latar belakang sosial demografis partisipan penelitian. Selanjutnya, untuk menguji hipotesis apakah terdapat hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel penelitian ini, dilakukan analisis model penelitian melalui pendekatan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). Analisis data ini menggunakan *software* SmartPLS 4 yang juga dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi model pengukuran serta memastikan bahwa data penelitian valid dan telah teruji. Pengujian model dilakukan melalui dua tahapan. Tahapan pertama yaitu uji model pengukuran atau biasa disebut *outer model*. Tahapan selanjutnya yaitu uji model struktural atau *inner model*, dalam rangka menilai kemampuan variabel independen dapat memengaruhi variabel dependen.

Hasil analisis yang telah dilakukan digambarkan dalam bentuk diagram jalur sebagai berikut:

Gambar 1. Diagram Jalur Hasil Analisis Model



Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2025)

Berdasarkan uji validitas konvergen serta uji reliabilitas konstruk yang penting dilakukan dalam mengevaluasi model pengukuran, hasil analisis penelitian direpresentasikan melalui diagram jalur tersebut. Uji konvergen pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *outer loading* pada masing-masing indikator terhadap konstruk laten. Suatu indikator akan dinyatakan valid apabila *outer loading* bernilai $\geq 0,70$, serta nilai *p-value* $< 0,05$. Hal ini berkesesuaian dengan hasil pengolahan data yang telah dilakukan menggunakan SmartPLS. Hasil analisis tersebut menunjukkan keseluruhan indikator pada variabel Pengaruh Sosial/*Social Influence* (SI), Intensi Boikot/*Boycott Intention* (BI), dan Partisipasi Boikot/*Boycott Participation* (BP) berada pada nilai *outer loading* di atas 0,70, serta nilai *p-value* sebesar 0,000. Di mana hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator pada penelitian ini dinyatakan valid secara konvergen.

Tabel 4. Uji Validitas

Konstruk	Indikator	<i>Outer Loadings</i>
Social Influence	SI1	0,800
	SI2	0,859
	SI3	0,880

	SI4	0,872
Boycott Intention	BI1	0,863
	BI2	0,893
	BI3	0,900
	BI4	0,878
Boycott Participation	BP1	0,877
	BP2	0,911
	BP3	0,904
	BP4	0,895
	BP5	0,868

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Kemudian, bila menggunakan uji reliabilitas konstruk yang dilakukan dengan berkaca pada nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha*, konstruk akan dinilai reliabel ketika memiliki nilai $> 0,70$. Berdasarkan data pada diagram jalur tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa variabel pada penelitian ini reliabel karena memiliki nilai $> 0,70$.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Social Influence	0,884	0,920
Boycott Intention	0,903	0,933
Boycott Participation	0,915	0,938

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Di samping itu, untuk mengevaluasi model struktural diperlukan pengujian *inner model* sebagai upaya melihat keterhubungan antarvariabel. Jika menggunakan nilai koefisien determinasi (R-Square), maka hasil analisis menunjukkan bahwa:

1. Nilai R-Square pada variabel Intensitas Boikot (BI) yaitu 0,726 atau berarti sebesar 72,6% variasi intensi boikot dapat dijelaskan melalui variabel Pengaruh Sosial (SI).

2. Nilai R-Square pada variabel Partisipasi Boikot (BP) yaitu 0,809 atau berarti sebesar 80,9% variasi intensi boikot dapat dijelaskan melalui variabel Intensi Boikot (BI).

Tabel 6. Nilai R-Square

Variabel Endogen	R-Square
Intensi Boikot	0,726
Partisipasi Boikot	0,809

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Kemudian jika melalui uji hubungan antarvariabel dengan *path coefficient*, data yang dianalisis dapat ditinjau menggunakan nilai koefisien jalur (*path coefficient*), t-statistik, dan *p-value*. Hubungan antarvariabel dinyatakan signifikan apabila memiliki nilai t-statistik $> 1,96$ dan *p-value* $< 0,05$. Berkaitan dengan hal tersebut, hasil pengujian yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Sikap/Pengaruh Sosial (SI) terhadap Intensi Boikot (BI) memiliki koefisien jalur sebesar 0,852 dan nilai t-statistik yaitu 33,861 yang berarti dinyatakan berpengaruh signifikan.
2. Pengaruh Intensi Boikot (BI) terhadap Partisipasi Boikot (BP) memiliki koefisien jalur sebesar 0,900 dengan nilai t-statistik 66,033, sehingga dinyatakan berpengaruh signifikan pula.

Tabel 7. Uji Hipotesis

Hubungan Antar Variabel	Path Coefficient	T-Statistics	P-Values	Keterangan
Social Influence → Boycott Intention	0,852	33,861	0,000	Signifikan
Boycott Intention → Boycott Participation	0,900	63,033	0,000	Signifikan

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Dengan demikian, seluruh variabel pada model penelitian ini terbukti signifikan.

Jika dikaitkan menggunakan Theory of Planned Behavior, hasil analisis penelitian ini membuktikan adanya korelasi antar paparan konten di media sosial sebagai pengaruh sosial yang bersinggungan dengan sikap individu, norma subjektif, dan persepsi kontrol individu terhadap intensi boikot. Di mana intensitas tersebut kemudian berperan dalam memengaruhi tindakan seseorang untuk turut berpartisipasi. Maka dalam konteks ini, penelitian ini memberikan implikasi

teoretis terhadap penerapan TPB pada fenomena boikot produk terafiliasi Israel. Hasil penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya menunjukkan bahwa paparan konten media sosial sebagai pengaruh sosial berperan signifikan terhadap niat boikot, hingga kemudian berpengaruh pula pada perilaku boikot. Temuan ini memperkuat asumsi utama TPB bahwa intensi merupakan prediktor langsung dari perilaku aktual (Ajzen, 1991 dalam Tang et al., 2025). Tak hanya itu, temuan ini pun sejalan dengan penelitian Babu et al. (2025) dalam konteks teoretis, bahwa TPB efektif digunakan untuk menganalisis perilaku moral dan kesadaran politik. Lebih lanjut, hasil penelitian ini menegaskan bahwa dalam isu kemanusiaan dan politik, pembentukan intensi tak hanya dipengaruhi oleh faktor individu, melainkan juga tercipta dari norma subjektif yang berlaku di masyarakat, khususnya di media sosial. Dapat dipahami pula bahwa pada penelitian ini media sosial memiliki peran fundamental dalam mendukung gerakan boikot. Selain itu, penelitian ini juga menekankan pentingnya strategi komunikasi di media sosial yang mengaitkan dengan nilai moral serta norma sosial dan politik.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa paparan konten kepelestiaan di media sosial berperan penting dalam membentuk intensitas hingga partisipasi boikot produk terafiliasi Israel. Konten yang tersebar secara masif di ruang digital tak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga menjadi sarana pengaruh sosial hingga membentuk sikap individu melalui norma subjektif yang berlaku di masyarakat, serta meninggalkan persepsi kontrol perilaku dalam melakukan tindakan boikot. Temuan ini membuktikan bahwa perilaku boikot tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan melalui proses psikologis dan sosial yang saling berkorelasi sebagaimana dipaparkan dalam Theory of Planned Behavior. Dengan demikian, media sosial terbukti signifikan menjadi faktor pendorong niat individu untuk terlibat dalam gerakan boikot dan merealisasikannya, sehingga relevan digunakan sebagai variabel utama untuk menganalisis perilaku konsumerisme politik akan isu genosida di Palestina.

Gerakan advokasi dan kampanye kemanusiaan harapannya terus dilakukan, terlebih mengenai isu genosida di Palestina saat ini. Sebagai saran, media sosial perlu untuk terus dimanfaatkan sebagai ruang advokasi digital dalam menyebarkan konten edukatif dan persuasif yang berorientasi pada nilai moral, sosial, juga politik. Penguatan pesan yang mampu meningkatkan kesadaran dan solidaritas masyarakat diyakini dapat membentuk persepsi khalayak dalam meningkatkan partisipasi publik. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan kajian ini dengan menambah variabel lain, seperti faktor religiusitas, maupun legitimasi dalam rangka memperluas wawasan mengenai dinamika perilaku boikot. Terakhir, penelitian lanjutan juga dapat menentukan objek kajian yang lebih spesifik, seperti kelompok masyarakat dengan latar belakang maupun konteks budaya tertentu. Harapannya melalui hal ini

dapat diperoleh gambaran yang lebih komprehensif terkait peran media sosial dalam membentuk perilaku individu berbasis nilai dan solidaritas global.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R., & Sundari, R. (2025). Peran Media Sosial Dalam Mobilisasi Opini Publik Selama Konflik Palestina-Israel: Studi Kasus Hashtag Free Palestine. *Jurnal Kajian Pemerintah: Journal of Government, Social and Politics*, 11. <https://journal.uir.ac.id/index.php/JKP/article/view/23773>
- Babu, M. A., Alam, M. T. U., Jaman, S. M. S., & Islam, M. R. (2025). Understanding the psychology behind the boycott of Israeli-affiliated brands: A TPB-based study in Bangladesh. *Acta Psychologica*, 260. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0001691825008856?ref=pdf_download&fr=R-R-2&rr=9992a2be09f33e62
- Dafa, P. M., & Hariyanti, P. (2021). Efektivitas Penggunaan Instagram Stories pada Akun @male.id terhadap Pembentukan Brand Awareness dan Minat Beli di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi CANTRIK*, 1(1). <https://journal.uir.ac.id/cantrik/article/view/19373>
- Demir, S., & Köksoy, E. (2021). The Impact Of Social Media On Agenda Setting And Public Opinion Formation: The Black Lives Matter Movement As An Example Of Social Activism. *Social Sciences Studies Journal*, 7. https://www.researchgate.net/publication/351097740_The_Impact_Of_Social_Media_On_Agenda_Setting_And_Public_Opinion_Formation_The_Black_Lives_Matter_Movement_As_An_Example_Of_Social_Activism
- Elviana, & Utama, L. (2025). THE IMPACT OF CONSUMER ANIMOSITY ON BOYCOTT INTENTIONS TOWARDS MCDONALD'S: EXAMINING THE INFLUENCE OF COGNITIVE-AFFECTIVE EVALUATION. *International Journal of Application on Economics and Business* (IJAEB), 3. https://www.researchgate.net/publication/396354560_THE_IMPACT_OF_CONSUMER_ANIMOSITY_ON_BOYCOTT_INTENTIONS_TOWARDS_MCDONALD'S_EXAMINING_THE_INFLUENCE_OF_COGNITIVE-AFFECTIVE_EVALUATION
- Farber, S. (2025). Weaponization of Academia: The Palestinian BDS Movement and Campus Protests Against Israel. *Bar Ilan University Faculty of Law Research Paper*. papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5151609#.
- Fauzi, M. H. F., Azzahra, R., & Nirwasita, R. A. (2025). Pengaruh Religiusitas terhadap Intensi Boikot Mahasiswa UI untuk Produk Terafiliasi Israel. *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia*, 47. <https://scholarhub.ui.ac.id/jmui/vol47/iss2/3/>
- Fitriyah, A., & Ahmad Dailami Fadhil. (2025). International Legal Analysis of Human Rights Violations and Alleged Genocide in Palestine: A Normative Juridical Approach. *Sinergi International Journal of Law*, 3. <https://journal.sinergi.or.id/index.php/law/article/view/564>
- Harimisa, N. G., Simbala, Y., & Tangkere, I. A. (2025). TINJAUAN HUKUM PEMINDAHAN PAKSA WARGA SIPIL GAZA OLEH ISRAEL BERDASARKAN HUKUM HUMANITER. *Jurnal Fakultas Hukum UNSRAT Lex Privatum*, 15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/60530>
- Mady, K., Salaheldeen, M., Refaat, H., & Battour, M. (2025). The impact of social media on consumer boycotts: Mediating roles of animosity, behavioral control, and efficacy. *Social Sciences & Humanities Open*, 12. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2590291125007703?ref=pdf_download&fr=R-R-2&rr=9af6f6936b4da08d

- Nurmuhcina, S., Nuranisah, Syamila, M. H., Ramadhan, M. S., & Nabarian, T. (2025). ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI ADOPSI APLIKASI NO THANKSDALAM MENDUKUNG GERAKAN BDS TERHADAP ISRAEL. *Jurnal Informatika Terpadu*, 11. <https://journal.nurulfikri.ac.id/index.php/JIT/article/view/1560>
- Saepuloh, S., Razanah, M. F., Fajari, R. D., Aripin, R. R., & Faqihuddin, A. (2024). PANDANGAN MAHASISWA TERHADAP GENOSIDA ISRAEL DI PALESTINA. *Jurnal JISIPOL*, 8. https://www.researchgate.net/profile/Achmad-Faqihuddin/publication/385559077_PANDANGAN_MAHASISWA_TERHADAP_GENOSIDA_ISRAEL/links/672ab90d77b63d1220dce2de/PANDANGAN-MAHASISWA-TERHADAP-GENOSIDA-ISRAEL.pdf
- Santosa, S. D. L. (2024). THE IMPACT OF THE BOYCOTT OF ISRAELI PRODUCTS, BRANDS AND THEIR SUPPORTERS ON THE INDONESIAN ECONOMY. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 24. <https://jurnal.uns.ac.id/jiep/article/view/82042/46759>
- Situmeang, B. S., & Siahaan, C. (2025). The Influence of Instagram @wantja's Exposure on the Level of Knowledge of Instagram Followers about Mental Health. *Enrichment: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 3. <https://www.journalenrichment.com/index.php/jr/article/view/340>
- Tang, B., Ren, J., Li, Y., Dalal, K., Li, F., Yin, X., Chen, B., Zhao, W., & Wang, S. (2025). A study exploring predictors of cell phone use while walking among adolescents based on theory of planned behavior. *BMC Public Health*, 25. https://link.springer.com/article/10.1186/s12889-025-24047-7?utm_source=getftr&utm_medium=getftr&utm_campaign=getftr_pilot&getftr_integrator=scopus
- Waruwu, M., Pu'at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10. <https://jipp.unram.ac.id/index.php/jipp/article/view/3057>
- Zagoto, N. A., Wahyudi, D., Amela, M. G., & Manurung, E. (2023). Hukum Humaniter Perang Terkait Agresi Israel Ke Palestina. *ADVANCES in Social Humanities Research*, 1. <https://adshr.org/index.php/vo/article/view/108>