

Abstrak

Isu yang dianggap memberikan ketidakadilan dan melanggar norma dapat memunculkan berbagai reaksi individu dan masyarakat. Hilangnya dukungan sebagai respon dari perilaku atau opini yang tidak mengenakan merupakan salah satu bentuk budaya penolakan, yang termasuk di dalamnya antara lain adalah boikot. Salah satu gerakan boikot pada masa ini digunakan sebagai alat mendukung gerakan kebebasan Palestina dan harapan menghentikan serangan di Gaza yang dilakukan pada tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh consumer animosity dan konformitas terhadap motivasi boikot produk pro Israel pada pengikut akun @GerakanBDS_ID dan @gerakanbds. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional dengan sifat kausalitas. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah 481 pengikut akun media sosial @GerakanBDS_ID di X dan @gerakanbds di Instagram yang diperoleh menggunakan teknik sampling *purposive*. Hasil penelitian menggunakan regresi linear berganda didapatkan nilai $F = 52.373$ dan nilai $\text{sig.} = 0.00 < 0.05$ yang menunjukkan bahwa consumer animosity dan konformitas berpengaruh terhadap motivasi boikot produk pro Israel yang memiliki kontribusi sebesar 18%. Penelitian ini membuktikan bahwa consumer animosity dan konformitas memiliki peran dalam memotivasi individu untuk melakukan boikot produk pro Israel.

Kata Kunci : *consumer animosity, konformitas, motivasi boikot, gerakan BDS, konflik Israel Palestina*