

ABSTRAK

Athirah Irbah Izzetya, “Pengaruh Terpaan Pemberitaan Palestina-Israel Tahun 2024 di Media Sosial Instagram @eye.on.palestine terhadap Keputusan Pemboikotan Produk Pro Israel (Survei Followers Instagram @eye.on.palestine pada Generasi Z)”.

Pemberitaan tentang konflik Palestina-Israel telah menarik perhatian masyarakat global, khususnya di media sosial. Konflik semakin memanas sejak serangan yang dilakukan Hamas pada 7 Oktober 2023. Penyebaran informasi melalui media sosial seperti Instagram memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi terkait dukungan dan seruan pemboikotan terhadap produk-produk yang terafiliasi dengan Israel. Dengan 103 juta pengguna, Indonesia menduduki peringkat keempat dalam daftar negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak di dunia per awal tahun 2025. Berdasarkan data Digital menunjukkan anak berusia 18 tahun keatas di Indonesia menggunakan Instagram dengan total 48%. Hal ini menunjukkan banyak generasi Z yang menggunakan Instagram, ini memungkinkan mereka sering terpapar dengan informasi yang ada, termasuk terpapar pemberitaan Palestina-Israel. Fenomena tersebut lah yang melatarbelakangi penelitian ini. Maka sangat jelas bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan berita Palestina-Israel di media sosial Instagram @eye.on.palestine terhadap keputusan generasi Z dalam pemboikotan produk pro Israel.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan memakai teori Dependensi Media (Ketergantungan Media) yang menjelaskan bagaimana individu bergantung pada media massa untuk memenuhi kebutuhannya. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pada 100 orang responden yang melalui perhitungan dengan rumus Slovin. Sampel tersebut diambil dari populasi followers Instagram @eye.on.palestine yang merupakan generasi Z, berusia 17 sampai dengan 28 tahun.

Pada akhirnya, hasil penelitian ini pun menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan atas terpaan pemberitaan Palestina-Israel di media sosial Instagram @eye.on.palestine terhadap Keputusan pemboikotan produk pro Israel. Dengan Hasil hitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,482 atau 48%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel X (terpaan pemberitaan Palestina-Israel pada media sosial Instagram @eye.on.palestine) yang mencakup frekuensi, durasi, dan atensi terhadap variabel Y (terhadap keputusan pemboikotan produk pro Israel) sebesar 48%. Kemudian 52% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Diantara sub variabel frekuensi, durasi, dan atensi, variabel durasi dan atensi berpengaruh terhadap Keputusan pemboikotan produk pro Israel. Sementara, variabel frekuensi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pemboikotan produk pro Israel. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya hanya frekuensi yang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pemboikotan produk pro Israel.

Kata Kunci: Berita Konflik, Palestina-Israel, Media Sosial, Pemboikotan Produk Pro Israel

ABSTRACT

Athirah Irbah Izzetya, "The Influence of Exposure to Palestine-Israel News in 2024 on Instagram Social Media @eye.on.palestine on the Decision to Boycotting Pro-Israel Products (Survey of Instagram Followers @eye.on.palestine in Generation Z)".

News about the Palestine-Israel conflict has attracted global attention, especially on social media. The conflict has escalated since the attack by Hamas on October 7, 2023. The dissemination of information through social media such as Instagram plays an important role in disseminating information related to support and calls for a boycott of products affiliated with Israel. With 103 million users, Indonesia ranks fourth in the list of countries with the most Instagram users in the world as of early 2025. Based on Digital data, children aged 18 and over in Indonesia use Instagram with a total of 48%. This shows that many Generation Z use Instagram, allowing them to be frequently exposed to existing information, including exposure to Palestine-Israel news. This phenomenon is the background to this study. So it is very clear that the purpose of this study is to determine how much influence the exposure to Palestine-Israel news on Instagram social media @eye.on.palestine has on Generation Z's decision to boycott pro-Israel products.

This study uses a quantitative approach and uses the Media Dependence theory which explains how individuals depend on mass media to meet their information needs. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who were calculated using the Slovin formula. The sample was taken from the population of Instagram followers @eye.on.palestine who are generation Z, aged 17 to 28 years.

In the end, the results of this study also showed that there was a significant influence on exposure to Palestine-Israel news on Instagram social media @eye.on.palestine on the decision to boycott pro-Israel products. With the results of the determination coefficient calculation (R^2) of 0.482 or 48%. Thus, it can be concluded that the influence of variable X (exposure to Palestine-Israel news on Instagram social media @eye.on.palestine) which includes frequency, duration, and attention to variable Y (on the decision to boycott pro-Israel products) is 48%. Then the other 52% is influenced by other factors not included in this study.

Among the sub variables of frequency, duration, and attention, the duration and attention variables have an effect on the decision to boycott pro-Israel products. Meanwhile, the frequency variable does not have a significant effect on the decision to boycott pro-Israel products. The variable that has the greatest influence compared to other variables is only frequency which does not have a significant effect on the decision to boycott pro-Israel products.

Keywords: Conflict News, Palestine-Israel, Social Media, Boycotting Pro-Israel Products