

**PENGARUH TERPAAN MEDIA PADA PEMBERITAAN BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL DI MEDIA *ONLINE* DETIK.COM TERHADAP PERSEPSI MAHASISWA GERAKAN MAHASISWA NASIONAL INDONESIA (GMNI) KOTA TANGERANG (STUDI EKSPLANATIF PADA BERITA “TERKUAK DAMPAK BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL DI INDONESIA” TANGGAL 14 MARET 2024)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh:

Nama : Nabila Khalisha Fauzi

NIM : 1410620026

**ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

## ABSTRAK

**Nabila Khalisha Fauzi, 1410620026, Pengaruh Terpaan Media Pada Pemberitaan Boikot Produk Pro Israel di Media *Online* Detik.com Terhadap Persepsi Mahasiswa Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) Kota Tangerang (Studi Eksplanatif Pada Berita “Terkuak Dampak Boikot Produk Pro Israel di Indonesia” Tanggal 14 Maret 2024). Hal 1-155. 16 Buku, 2014 – 2023; 14 Artikel, 2019 – 2024.**

Topik pemberitaan boikot produk pro Israel mulai ramai diperbincangkan dan menjadi sorotan media *online*. Persepsi mengenai aksi boikot dinilai menjadi cerminan sikap moral dan tingkat kesadaran serta pemahaman terhadap isu kompleks global yang terjadi saat ini, termasuk persepsi mahasiswa dalam konteks kesadaran sosial dan politik. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh terpaan media pada pemberitaan boikot produk pro Israel di media *online* Detik.com terhadap persepsi mahasiswa GMNI Kota Tangerang.

Penelitian ini menggunakan teori *agenda setting* untuk menjelaskan pengaruh terpaan media terhadap persepsi. Variabel terpaan media diukur dengan dimensi paparan, perhatian, dan keadaan paparan. Variabel persepsi diukur dengan dimensi stimulasi, pengorganisasian, interpretasi-evaluasi, memori, dan mengingat.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel dari populasi mahasiswa GMNI Kota Tangerang sebanyak 60 responden.

Berdasarkan data yang diperoleh, hasil dari penelitian terbukti bahwa data berdistribusi normal dan linear. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terpaan media pada pemberitaan boikot produk pro Israel di media *online* Detik.com berpengaruh kuat dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa GMNI Kota Tangerang, hal ini dapat dibuktikan melalui hasil analisis regresi linear sederhana dengan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  serta didukung dengan hasil koefisien determinasi sebesar 70,6%.

Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini yaitu pemberitaan boikot produk pro Israel di media *online* Detik.com telah menerpa mahasiswa GMNI Kota Tangerang sehingga terbentuk persepsi mahasiswa GMNI Kota Tangerang mengenai boikot produk pro Israel, oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga terpaan media terbukti memiliki pengaruh terhadap persepsi.

Kata kunci: Terpaan Media, Persepsi, Media *Online*

## ABSTRACT

***Nabila Khalisha Fauzi, 1410620026, The Influence of Media Exposure on News of Boycott of Pro-Israel Products in the Online Media Detik.com on the Perception of Students of the Indonesian National Student Movement (GMNI) Tangerang City (Explanatory Study on the News “Revealing the Impact of Boycott of Pro-Israel Products in Indonesia” on March 14, 2024). Pages 1-155. 16 Books, 2014 – 2023; 14 Articles, 2019 – 2024.***

The topic of boycotting pro-Israel products has been widely discussed and highlighted by online media. Perceptions of the boycott are considered to be a reflection of moral attitudes and the level of awareness and understanding of current global complex issues, including student perceptions in the context of social and political awareness. The purpose of this study is to determine the effect of media exposure on the news of the boycott of pro-Israel products in the online media Detik.com on the perceptions of GMNI Tangerang City students.

This study uses agenda setting theory to explain the influence of media exposure on perceptions. Media exposure variables are measured by the dimensions of exposure, attention, and exposure state. Perception variables are measured by the dimensions of stimulation, organization, interpretation-evaluation, memory, and recall.

This research uses the positivism paradigm with a quantitative research approach. The method used is a survey method by distributing questionnaires to a sample of the GMNI Tangerang City student population of 60 respondents.

Based on the data obtained, the results of the study proved to be normally and linearly distributed. The results showed that media exposure to the news of the boycott of pro-Israel products on Detik.com online media had a strong and significant effect on the perceptions of GMNI Tangerang City students, which can be proven through the results of simple linear regression analysis with a significance value of  $0.001 < 0.05$  and supported by the results of the coefficient of determination of 70.6%.

The conclusion obtained from this research is that the news of the boycott of pro-Israel products in the online media Detik.com has hit GMNI Tangerang City students so that the perceptions of GMNI Tangerang City students regarding the boycott of pro-Israel products are formed, therefore it can be stated that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, so that media exposure is proven to have an influence on perceptions.

**Keywords:** Media Exposure, Perception, Online Media

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nabila Khalisha Fauzi

NIM : 1410620026

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum

Judul KA : Pengaruh Terpaan Media Pada Pemberitaan Boikot Produk Pro Israel di Media *Online* Detik.com Terhadap Persepsi Mahasiswa Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) Kota Tangerang (Studi Eksplanatif Pada Berita “Terkuak Dampak Boikot Produk Pro Israel di Indonesia” Tanggal 14 Maret 2024)

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Terpaan Media Pada Pemberitaan Boikot Produk Pro Israel di Media *Online* Detik.com Terhadap Persepsi Mahasiswa Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) Kota Tangerang (Studi Eksplanatif Pada Berita “Terkuak Dampak Boikot Produk Pro Israel di Indonesia” Tanggal 14 Maret 2024)” merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

Jika dikemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak universitas.

Jakarta, November 2024



Nabila Khalisha Fauzi

NIM. 1410620026

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul:

**Pengaruh Terpaan Media Pada Pemberitaan Boikot Produk Pro Israel di Media *Online* Detik.com Terhadap Persepsi Mahasiswa Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) Kota Tangerang (Studi Eksplanatif Pada Berita “Terkuak Dampak Boikot Produk Pro Israel di Indonesia” Tanggal 14 Maret 2024)**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. E. Nugrahaeni P., M.Si

NIP. 197311152006042001

9 Januari 2025

Dosen Pembimbing II

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si

NIP. 197409032005012001

9 Januari 2025

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Negeri Jakarta

Dr. Dini Safitri M.Si

NIP. 198402062010122002

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

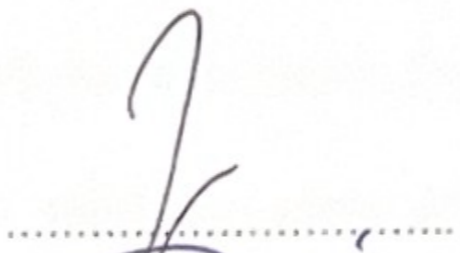
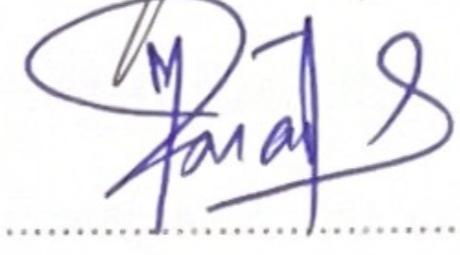

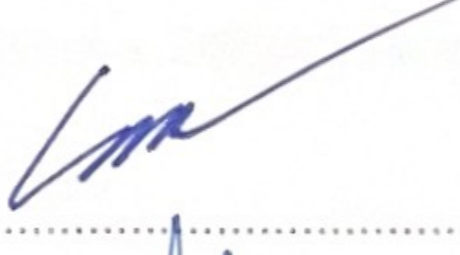

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Jakarta



Firdaus Wajdi, S.Th.I., MA., Ph.D

NIP. 198107182008011016

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si NIP. 197803182008012010 Koordinator/Ketua		7 Januari 2025
2.	Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom NIP. 198101142005012002 Penguji Ahli		7 Januari 2025
3.	Dr. Dini Safitri, M.Si NIP. 198402062010122002 Sekretaris		9 Januari 2025
4.	Dr. E. Nugrahaeni P., M.Si NIP. 197311152006042001 Pembimbing I		9 Januari 2025
5.	Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si NIP. 197409032005012001 Pembimbing II		9 Januari 2025



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nabila Khalisha Fauzi  
NIM : 1410620026  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum / Ilmu Komunikasi  
Alamat email : nabilakfauzi@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Terpaan Media Pada Pemberitaan Boikot Produk Pro Israel di Media

Online Desik.com Terhadap Persepsi Mahasiswa Gerakan Mahasiswa Nasional

Indonesia (GMM) Kota Tangerang (Studi Eksploratif Pada Berita "Terkuak Dampak Boikot Produk Pro Israel di Indonesia" Tanggal 14 Maret 2024)


Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Februari 2025

Penulis

  
(Nabila Khalisha Fauzi)

## KATA PENGANTAR

Rasa dan syukur peneliti hantarkan kehadiran Allah SWT. atas segala berkah serta rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Terpaan Media Pada Pemberitaan Boikot Produk Pro Israel di Media *Online* Detik.com Terhadap Persepsi Mahasiswa Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) Kota Tangerang (Studi Eksplanatif Pada Berita “Terkuak Dampak Boikot Produk Pro Israel di Indonesia” Tanggal 14 Maret 2024)” tepat pada waktunya. Shalawat serta salam peneliti hantarkan kepada Nabi Muhammad SAW. dan keluarga serta para sahabatnya. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, Bapak Wawan Fauzi dan Ibu Nurhasanah yang tidak pernah lelah untuk memberikan semangat serta doa kepada peneliti selama menyusun laporan proposal skripsi, melakukan penelitian untuk melengkapi data dalam skripsi, hingga penyusunan skripsi sampai dengan sidang terakhir.

Penyusunan skripsi ini bertujuan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta. Dalam kesempatan ini, peneliti ingin menghantarkan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Jakarta, Prof. Dr. Komarudin, M.Si., Wakil Rektor I UNJ, Prof. Dr. Ifan Iskandar, M.Hum., Wakil Rektor II UNJ,



- Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd., Wakil Rektor III UNJ, Prof. Dr. Fahrurrozi, M.Pd., Wakil Rektor IV UNJ, Dr. Andy Hadiyanto, M.A.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta, Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D., Wakil Dekan I FISH UNJ, Dr. Kurniawati, M.Si., Wakil Dekan II FISH UNJ, Dr. Aris Munandar, M.Si., Wakil Dekan III FISH UNJ, Dr. E. Nugrahaeni P., M.Si.
  3. Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta, Dr. Dini Safitri, M.Si.
  4. Koordinator Pelaksanaan Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta, Nada Arina Romli, M.I.Kom.
  5. Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si. dan Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah memberikan waktu, tenaga, serta arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
  6. Dosen-dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta, Dr. Dini Safitri, M.Si., Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si, Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si, Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom, Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si, Dr. Kinkin Yuliaty S.P., M.Si, Dr. Wiratri Anindhita, M.SC, Nada Arina Romli, M.I.Kom, Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D, serta Dr. M. Fikri Akbar, M.Si., M.M.
  7. Organisasi Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) Kota Tangerang yang telah bersedia menjadi populasi untuk melakukan pengambilan data sampel dalam penelitian skripsi penulis.

8. Kakak dan adik-adik peneliti, Haura 'Afifah Fauzi, Muhammad Ariq Fauzi, dan Lubna Alya Fauzi, yang selalu mendukung peneliti selama masa kuliah hingga penyusunan skripsi.
9. Teman-teman mahasiswa/i Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2020 yang telah memberikan dukungan serta semangat kepada penulis selama menjalani proses penyusunan skripsi hingga sidang akhir, terkhusus kepada Annisa Septi Savitri, Kaila Andrena Yogiswara, dan Lilla Sesliya Ifadah.

Skripsi ini tentunya masih terdapat kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka jika terdapat kritik maupun saran yang membangun. Akhir kata, peneliti berharap skripsi ini dapat menjadi referensi dan bermanfaat bagi yang membacanya.

Jakarta, Oktober 2024

Nabila Khalisha Fauzi

*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	12
1.3 Pembatasan Masalah .....	13
1.4 Rumusan Masalah .....	13
1.5 Tujuan Penelitian .....	15
1.6 Manfaat Penelitian .....	16
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>18</b>
2.1 Tinjauan Teoritis .....	18
2.1.1 Teori <i>Agenda Setting</i> .....	18
2.1.2 Media Baru .....	21
2.1.3 Psikologi Komunikasi .....	22
2.2 Variabel Penelitian .....	25
2.2.1 Terpaan Media (Variabel Independen) .....	25
2.2.2 Persepsi (Variabel Dependen) .....	27
2.3 Penelitian Sejenis Terdahulu .....	30
2.4 Hipotesis Teori .....	46
2.5 Model Penelitian .....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>48</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	48
3.2 Metode Penelitian .....	48
3.3 Pendekatan Penelitian .....	50

3.4 Jenis Penelitian .....	50
3.5 Populasi, Sampel, Ukuran Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	51
3.5.1 Populasi.....	51
3.5.2 Sampel .....	52
3.5.3 Ukuran Sampel .....	52
3.5.4 Teknik Penarikan Sampel .....	53
3.6 Hipotesis Riset dan Hipotesis Statistik .....	54
3.6.1 Hipotesis Riset .....	54
3.6.2 Hipotesis Statistik.....	55
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	56
3.8 Validitas dan Reliabilitas .....	57
3.8.1 Validitas .....	57
3.8.2 Reliabilitas.....	59
3.9 Metode Analisis Data.....	62
3.9.1 Univariat .....	62
3.9.2 Bivariat.....	62
3.10 Definisi Operasional .....	65
3.11 Operasionalisasi Konsep.....	67
3.12 Waktu dan Tempat Penelitian.....	68
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>70</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	70
4.1.1 Hasil Penelitian Variabel Terpaan Media (Variabel X).....	70
4.1.1.1 Nilai <i>Mean</i> Dimensi Pada Terpaan Media (Variabel X)	98
4.1.1.2 Nilai <i>Mean</i> Indikator Pada Terpaan Media (Variabel X)	99
4.1.2 Hasil Penelitian Variabel Persepsi (Variabel Y).....	101
4.1.2.1 Nilai <i>Mean</i> Dimensi Pada Persepsi (Variabel Y).....	138
4.1.2.2 Nilai <i>Mean</i> Indikator Pada Persepsi (Variabel Y).....	140
4.1.3 Hasil Penelitian Pengaruh Terpaan Media Pada Pemberitaan Boikot Produk Pro Israel di Media <i>Online</i> Detik.com Terhadap Persepsi Mahasiswa Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) Kota .. Tangerang (Studi Eksplanatif Pada Berita “Terkuak Dampak Boikot Produk Pro Israel di Indonesia” Tanggal 14 Maret 2024) .....	142
4.1.3.1 Uji Normalitas.....	142
4.1.3.2 Uji Linearitas.....	143
4.1.3.3 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	144

4.1.3.4 Uji Koefisien Determinasi .....	146
4.2 Pembahasan Penelitian .....	148
4.2.1 Pembahasan Terpaan Media Pada Pemberitaan Boikot Produk Pro Israel di Media <i>Online</i> Detik.com .....	148
4.2.2 Pembahasan Persepsi Mahasiswa Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) Kota Tangerang.....	151
4.2.3 Pembahasan Pengaruh Terpaan Media Pada Pemberitaan Boikot Produk Pro Israel di Media <i>Online</i> Detik.com Terhadap Persepsi Mahasiswa Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) Kota .. Tangerang (Studi Eksplanatif Pada Berita “Terkuak Dampak Boikot Produk Pro Israel di Indonesia” Tanggal 14 Maret 2024) .....	154
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>162</b>
5.1 Kesimpulan.....	162
5.2 Saran.....	163
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>166</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>



*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pilihan Sumber Berita Tahun 2021-2023.....	2
Gambar 1. 2 Data Media <i>Online</i> yang Sering Diakses Masyarakat Indonesia .....	5
Gambar 1. 3 Artikel Berita di Media <i>Online</i> Detik.com Terkait Boikot Produk Pro Israel.....	7
Gambar 1. 4 Komentar Pada Artikel Berita "Terkuak Dampak Boikot Produk Pro Israel di Indonesia" di Media <i>Online</i> Detik.com .....	8
Gambar 4. 1 Nilai <i>Mean</i> Per-Dimensi Variabel X (Terpaan Media).....	98
Gambar 4. 2 Nilai <i>Mean</i> Per-Dimensi Variabel Y (Persepsi).....	138
Gambar 4. 3 <i>Scatter Plot</i> .....	143



*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan Penelitian Saat Ini dengan Penelitian Terdahulu..	41
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Terpaan Media .....	58
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi.....	58
Tabel 3. 3 Nilai Pengukuran <i>Cronbach's Alpha</i> .....	59
Tabel 3. 4 Hasil <i>Case Processing Summary</i> Variabel Terpaan Media .....	60
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Media .....	60
Tabel 3. 6 Hasil <i>Case Processing Summary</i> Variabel Persepsi .....	61
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi.....	61
Tabel 3. 8 Standar Regresi Linear .....	64
Tabel 3. 9 Tabel Operasionalisasi Konsep.....	67
Tabel 4. 1 Media <i>online</i> Detik.com sebagai media mencari informasi berita .....	70
Tabel 4. 2 Media <i>online</i> Detik.com sebagai media untuk mengakses informasi berita.....	71
Tabel 4. 3 Media <i>online</i> Detik.com sebagai sumber mendapatkan berita terbaru .....	72
Tabel 4. 4 Membaca berita boikot produk pro Israel di media <i>online</i> Detik.com .....	73
Tabel 4. 5 Melihat berita boikot produk pro Israel di media <i>online</i> Detik.com .....	74
Tabel 4. 6 Menemukan berita boikot produk pro Israel di media <i>online</i> Detik.com .....	75
Tabel 4. 7 Mengamati berita boikot produk pro Israel di media <i>online</i> Detik.com .....	76
Tabel 4. 8 Berita boikot produk pro Israel teringat dalam pikiran.....	77
Tabel 4. 9 Berita boikot produk pro Israel mempengaruhi suasana hati ...	78
Tabel 4. 10 Merasakan simpati terhadap industri perusahaan yang terdampak boikot .....	79
Tabel 4. 11 Membaca berita boikot di media <i>online</i> Detik.com karena pilihan berita terbatas.....	80
Tabel 4. 12 Membaca berita boikot di media <i>online</i> Detik.com dengan sengaja .....	81
Tabel 4. 13 Berita boikot di media <i>online</i> Detik.com muncul pada halaman utama.....	82
Tabel 4. 14 Membaca berita boikot karena harus mengetahui alasan boikot .....	83
Tabel 4. 15 Membaca berita boikot karena harus mengetahui dampak boikot .....	84
Tabel 4. 16 Membaca berita boikot karena harus mengetahui industri yang terdampak boikot .....	85
Tabel 4. 17 Mengunjungi Detik.com ketika ingin mengakses media <i>online</i> .....	86

Tabel 4. 18 Mengunjungi Detik.com ketika ingin mencari sumber berita terkini .....	87
Tabel 4. 19 Mengunjungi Detik.com ketika ingin mencari berita boikot produk pro Israel .....	88
Tabel 4. 20 Membaca berita boikot produk pro Israel secara keseluruhan .....	89
Tabel 4. 21 Memberikan tanggapan terhadap isi berita boikot produk pro Israel .....	90
Tabel 4. 22 Membagikan berita boikot produk pro Israel untuk berdiskusi .....	91
Tabel 4. 23 Memusatkan fokus ketika membaca berita boikot produk pro Israel .....	92
Tabel 4. 24 Memahami isi berita boikot produk pro Israel secara mendalam .....	93
Tabel 4. 25 Memiliki gambaran boikot setelah membaca berita boikot produk pro Israel .....	94
Tabel 4. 26 Mendapatkan pengetahuan baru setelah membaca berita boikot produk pro Israel .....	95
Tabel 4. 27 Mengetahui dampak boikot setelah membaca berita boikot produk pro Israel .....	96
Tabel 4. 28 Mendukung aksi boikot setelah membaca berita boikot produk pro Israel .....	97
Tabel 4. 29 Nilai <i>Mean Per-Indikator Variabel X (Terpaan Media)</i> .....	99
Tabel 4. 30 Membaca berita boikot karena penting untuk mendapatkan informasi boikot .....	101
Tabel 4. 31 Membaca berita boikot karena penting untuk mengetahui perkembangan boikot .....	102
Tabel 4. 32 Membaca berita boikot karena membutuhkan informasi boikot .....	103
Tabel 4. 33 Membaca berita boikot karena ingin ikut berkontribusi terhadap aksi boikot .....	104
Tabel 4. 34 Membaca berita boikot karena memiliki tujuan yang sama untuk melakukan aksi .....	105
Tabel 4. 35 Membaca berita boikot untuk mempengaruhi orang lain mengikuti aksi boikot .....	106
Tabel 4. 36 Menerima informasi mengenai dampak boikot produk pro Israel di Indonesia .....	107
Tabel 4. 37 Mencari kembali informasi yang mendukung dampak boikot .....	108
Tabel 4. 38 Menambah wawasan baru mengenai dampak boikot produk pro Israel .....	109
Tabel 4. 39 Mengetahui aksi boikot produk pro Israel di Indonesia .....	110
Tabel 4. 40 Mengetahui dampak aksi boikot produk pro Israel di Indonesia .....	111
Tabel 4. 41 Mengetahui industri perusahaan yang terdampak boikot produk pro Israel di Indonesia .....	112



Tabel 4. 42 Membaca berita boikot produk pro Israel untuk memenuhi kebutuhan informasi .....	113
Tabel 4. 43 Membaca berita boikot produk pro Israel untuk mengedukasi diri.....	114
Tabel 4. 44 Membaca berita boikot produk pro Israel untuk mengetahui komentar masyarakat.....	116
Tabel 4. 45 Aksi boikot produk pro Israel sesuai dengan pandangan .....	117
Tabel 4. 46 Aksi boikot produk pro Israel harus dilakukan.....	118
Tabel 4. 47 Boikot memiliki pengaruh terhadap konflik antara Palestina dan Israel .....	119
Tabel 4. 48 Kesadaran masyarakat akan isu global yang sensitif.....	120
Tabel 4. 49 Sadar akan pentingnya melakukan aksi boikot .....	121
Tabel 4. 50 Aksi boikot dapat menggerakkan perubahan perilaku konsumen .....	122
Tabel 4. 51 Menerima informasi berita boikot produk pro Israel di media <i>online</i> Detik.com.....	123
Tabel 4. 52 Mencerna informasi berita boikot produk pro Israel di media <i>online</i> Detik.com.....	124
Tabel 4. 53 Menafsirkan informasi berita boikot produk pro Israel di media <i>online</i> Detik.com.....	125
Tabel 4. 54 Mengingat isi berita boikot produk pro Israel di media <i>online</i> Detik.com .....	126
Tabel 4. 55 Mengingat dampak boikot produk pro Israel di media <i>online</i> Detik.com .....	127
Tabel 4. 56 Mengingat industri perusahaan yang terdampak boikot di media <i>online</i> Detik.com.....	128
Tabel 4. 57 Menjelaskan kembali informasi berita boikot produk pro Israel .....	129
Tabel 4. 58 Menjelaskan kembali dampak boikot dalam berita boikot produk pro Israel .....	130
Tabel 4. 59 Menjelaskan kembali industri perusahaan yang terdampak boikot .....	131
Tabel 4. 60 Mengingat detail utama berita boikot produk pro Israel di media <i>online</i> Detik.com.....	132
Tabel 4. 61 Mengingat industri perusahaan yang terdampak boikot .....	133
Tabel 4. 62 Mengingat dampak akibat boikot produk pro Israel di Indonesia .....	134
Tabel 4. 63 Mengingat berita boikot jika disebutkan dampak boikot.....	135
Tabel 4. 64 Mengingat berita boikot jika disebutkan industri yang terdampak boikot .....	136
Tabel 4. 65 Mengingat berita boikot jika disebutkan alasan mengapa melakukan boikot.....	137
Tabel 4. 66 Nilai <i>Mean</i> Per-Indikator Variabel Y (Persepsi) .....	140
Tabel 4. 67 Hasil Uji Normalitas .....	142
Tabel 4. 68 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	144
Tabel 4. 69 Hasil Koefisien Determinasi .....	147