

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GERAKANBDS
TERHADAP SIKAP *FOLLOWERS* MENGENAI KESADARAN
GERAKAN BOIKOT, DIVESTASI, DAN SANKSI (BDS MOVEMENT)
TERKAIT PELANGGARAN HAM OLEH ISRAEL DI PALESTINA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi

Oleh:

Yasmin Fauziah

1410621022

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

ABSTRAK

Yasmin Fauziyah (1410621022), Pengaruh Media Sosial Instagram @gerakanbds Terhadap Sikap *Followers* Mengenai Kesadaran Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement) Terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina, Skripsi, Jakarta, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, 2025: 143 halaman, 13 buku, 2009-18; 24 artikel, 2020-2025

Penelitian ini membahas Instagram @gerakanbds yang aktif dalam menyuarakan isu kemanusiaan di Palestina. Fokus utama penelitian adalah konten “Boikot Apa Aja?” yang berpengaruh dalam membentuk pemahaman dan respons pengguna terhadap Gerakan BDS. Informasi yang disampaikan tidak hanya mendorong empati, tetapi juga dapat memicu partisipasi secara nyata sebagai bentuk dukungan. Penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana pengaruh media sosial Instagram @gerakanbds terhadap sikap *followers* mengenai kesadaran Gerakan BDS terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *New Media* yang dijelaskan oleh Pierre Levy. Variabel dalam penelitian ini adalah Media Sosial dan Sikap. Variabel Media Sosial memiliki empat dimensi yaitu *Social Media Use for Communication*, *Social Media Use for Collaboration*, *Social Media Use for Education*, dan *Social Media Use for Entertainment*. Serta, variabel Sikap memiliki tiga dimensi yaitu Kognitif, Afektif, dan Perilaku.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan berupa survei dengan penyebaran kuesioner secara daring melalui Google Form. Populasi penelitian terdiri dari 26.341 akun yang memberikan *like* pada konten berjudul “Boikot Apa Aja?” yang diunggah pada tanggal 3 Desember 2024. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan sampel yang memenuhi kriteria sebanyak 100 *followers*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial Instagram @gerakanbds memiliki pengaruh terhadap pembentukan sikap *followers* mengenai kesadaran Gerakan BDS terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina. Konten yang disajikan membuat *followers* memperoleh pemahaman dan keyakinan mengenai Gerakan BDS, yang kemudian memicu respons emosional berupa empati dan dukungan. Selanjutnya muncul dorongan untuk bertindak, seperti menyebarkan informasi dan melakukan boikot terhadap produk atau perusahaan yang terkait dengan pelanggaran HAM di Palestina.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah Media Sosial Instagram @gerakanbds memiliki pengaruh terhadap sikap *followers*

mengenai kesadaran Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi khususnya dalam menyediakan konten yang edukatif dan menarik, serta membentuk pemahaman dan emosional *followers*. Saran yang diberikan adalah Instagram @gerakanbds perlu lebih aktif menciptakan konten yang mendorong interaksi dan tindakan nyata dari pengikut. Penelitian selanjutnya disarankan menggali faktor lain yang memengaruhi sikap serta menganalisis berbagai jenis konten untuk memahami kesadaran terhadap Gerakan BDS lebih mendalam.

Kata Kunci: Media Sosial, Sikap, Gerakan BDS, Media Baru.



Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Yasmin Fauziyah (1410621022), The Influence of Social Media Instagram @gerakanbds on Followers' Attitudes Regarding Awareness of the Boycott, Divestment, and Sanctions Movement (BDS Movement) Concerning Human Rights Violations by Israel in Palestine, Thesis, Jakarta, Communication Studies Program, Faculty of Social Sciences and Law, Universitas Negeri Jakarta, 2025: 143 pages, 13 books, 2009-18; 24 articles, 2020-2025

This study discusses the Instagram @gerakanbds, which is active in voicing humanitarian issues in Palestine. The focus of the study is the content of “Boikot Apa Aja?”, which is influential in shaping users' understanding and response to the BDS Movement. The information conveyed not only encourages empathy but can also trigger real participation as a form of support. This study aims to examine how the Instagram @gerakanbds influences followers' attitudes toward awareness of the BDS Movement concerning human rights violations by Israel in Palestine.

The theory used in this study is the New Media Theory explained by Pierre Levy. The variables in this study are Social Media and Attitude. The Social Media variable has four dimensions: Social Media Use for Communication, Social Media Use for Collaboration, Social Media Use for Entertainment, and Social Media Use for Education. Additionally, the Attitude variable has three dimensions: Cognitive, Affective, and Behavior.

The paradigm used in this study is the positivism paradigm with a quantitative approach. The method used is a survey with an online questionnaire distributed via Google Forms. The research population consists of 26,341 accounts that liked the content titled “Boikot Apa Aja?” uploaded on December 3, 2024. The sampling technique used is purposive sampling, with a sample of 100 followers who meet the criteria.

The results of the study indicate that the social media Instagram @gerakanbds has an influence on the formation of followers' attitudes regarding awareness of the BDS Movement concerning to human rights violations by Israel in Palestine. The content presented enables followers to gain understanding and belief in the BDS Movement, which then triggers emotional responses such as empathy and support. This leads to a desire to take action, such as spreading information and boycotting products or companies associated with human rights violations in Palestine.

The conclusion drawn from this study is that the Instagram social media account @gerakanbds has an influence on followers' attitudes toward awareness of the Boycott, Divestment, and Sanctions Movement, particularly in providing educational and engaging content, as well as

shaping followers' understanding and emotional responses. The suggestion is that Instagram @gerakanbds should be more active in creating content that encourages interaction and tangible actions from followers. Further research is recommended to explore other factors influencing attitudes and analyze various types of content to gain a deeper understanding of awareness of the BDS Movement.

Keywords: Social Media, Attitude, BDS Movement, New Media.



Intelligentia - Dignitas

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yasmin Fauziyah

NIM : 1410621022

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum

Judul KA : Pengaruh Media Sosial Instagram @gerakanbds Terhadap Sikap *Followers* Mengenai Kesadaran Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement) Terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial Instagram @gerakanbds Terhadap Sikap *Followers* Mengenai Kesadaran Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement) Terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina”** merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

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

Jakarta, 4 Agustus 2025



Yasmin Fauziyah

NIM. 1410621022

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan
judul :

**Pengaruh Media Sosial Instagram @gerakanbds
Terhadap Sikap *Followers* Mengenai Kesadaran
Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement)
Terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing 1

Tanda tangan

Tanggal

Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si.
NIP. 197803182008012010



1 Agustus 2025

Dosen Pembimbing 2

Tanda tangan

Tanggal

Dr. Elisabeth Nugrahaeni P, M.Si.
NIP. 197311152006042001



31 Juli 2025

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Dini Safitri, M.Si.
NIP. 198402062010122002

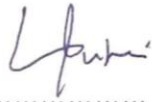
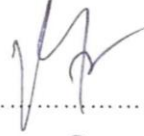
Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab / Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Jakarta



Firdaus Waidi, M.A., Ph.D.
NIP. 198107182008011016

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Dini Safitri, M.Si. NIP. 198402062010122002 Ketua Sidang		29 Juli 2025
2.	Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc. NIP. 198405312019032008 Sekretaris		31 Juli 2025
3.	Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, S.Sos., M.Si. NIP. 197403092005012001 Penguji Ahli		31 Juli 2025
4.	Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si. NIP. 197803182008012010 Pembimbing I		1 Agustus 2025
5.	Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si. NIP. 197311152006042001 Pembimbing II		31 Juli 2025



Intelligentia - Dignitas



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: 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 : Yasmin Fauziyah
NIM : 1410621022
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Hukum/Ilmu Komunikasi
Alamat email : yasminf5702@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 Media Sosial Instagram @Gerakanbds Terhadap Sikap Followers Mengenai

Kesadaran Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (Bds Movement) Terkait

Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina

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, 4 Agustus 2025

Penulis

(Yasmin Fauziyah)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Media Sosial Instagram @gerakanbds Terhadap Sikap *Followers* Mengenai Kesadaran Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement) Terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina”. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan kelulusan dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.

Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan doa yang telah diberikan oleh banyak pihak. Penulis ingin menghaturkan rasa terima kasih kepada orang tua, Ibu Tanti dan Bapak Syarif atas setiap doa yang dilangitkan, pengorbanan tak henti, dan kepercayaan yang dititipkan yang menjadi penguat langkah. Kepada adik penulis, Aca, atas canda di tengah penat dan kebersamaan yang berarti. Penulis juga hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si. selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. Prof. Dr. Ifan Iskandar, M.Hum., Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd., Prof. Dr. Fahrurrozi, M.Pd, Dr. Andy Hadiyanto, M.A. selaku Wakil Rektor I, II, III, dan IV Universitas Negeri Jakarta.
3. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Kurniawati, M.Si., Dr. Aris Munandar, M.Si., Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si. selaku Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta.
5. Dr. Dini Safitri S.Sos., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.
6. Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., dan Sandy Allifiansyah, PhD selaku Koordinator Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.
7. Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., selaku dosen pembimbing pertama dan Dr. Elisabeth Nugrahaeni P., M.Si., selaku dosen pembimbing kedua penulis yang telah meluangkan waktu dan tenaga, serta arahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
8. Seluruh jajaran dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UNJ, Dr. Dini Safitri, M.Si., Dr. Kinkin Yuality Subarsa Putri, M.Si., CICS., Dr. Elisabeth Nugrahaeni P, M.Si., Dr. Maulina Larasati Putri, M.I.Kom, Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si., Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si., Dr. Wiratri Anindhita, M.Sc., Nada Arina Romli, M.I.Kom., Dr. M. Fikri

- Akbar, M.Si., dan Sandy Allifiansyah, Ph D., Mega Ayu Permatasari, M.Si., dan Noprita Herari, M.I.Kom. yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan berharga selama menjalani masa studi.
9. Keluarga penulis atas doa, dukungan, dan kehangatan yang tak pernah henti yang ikut mendorong setiap langkah.
 10. Teman-teman penulis Fely, Kuni, Mikha, Rahel, Rizki, dan Salma yang menjadi bahu dan tawa penghidup hari, serta pengingat bahwa perjalanan ini tidak harus ditempuh seorang diri.
 11. Teman-teman S2R2 Hani, Kirei, Via, Arip, dan Sandy yang turut goreskan warna di sketsa perjalanan penulis.
 12. Teman-teman Ilmu Komunikasi UNJ angkatan 2021 yang saling berbagi diskusi dan dukungan serta semangat.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Segala keterbatasan yang ada, semoga skripsi ini dapat menjadi referensi dan memberikan manfaat.

Jakarta, Juni 2025

Yasmin Fauziyah

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Rumusan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1. Tinjauan Teoritis.....	13
2.1.1. Media Baru	13
2.1.2. <i>New Media Theory</i>	14
2.2. Variabel Penelitian.....	16
2.2.1. Media Sosial (X)	16
2.2.2. Sikap (Y).....	19
2.3. Penelitian Sejenis Terdahulu	20
2.4. Hipotesis Teori	35
2.5. Model Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1. Paradigma Penelitian	36

3.2.	Metode Penelitian.....	37
3.3.	Pendekatan Penelitian.....	37
3.4.	Jenis Penelitian	38
3.5.	Subjek Penelitian	39
3.5.1.	Populasi.....	39
3.5.2.	Sampel	40
3.5.3.	Ukuran Sampel.....	40
3.5.4.	Teknik Penarikan Sampel.....	41
3.6.	Hipotesis Riset dan Hipotesis Statistik.....	42
3.7.	Metode Pengumpulan Data.....	43
3.8.	Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.8.1.	Validitas	44
3.8.2.	Reliabilitas	46
3.9.	Metode Analisis Data.....	47
3.9.1.	Univariat	47
3.9.2.	Bivariat.....	48
3.10.	Definisi Operasional	51
3.11.	Operasionalisasi Konsep.....	55
3.12.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	56
3.12.1.	Waktu Penelitian	56
3.12.2.	Tempat Penelitian	56
3.13.	Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1.	Hasil Penelitian.....	57
4.1.1.	Hasil Penelitian Media Sosial Instagram @gerakanbds Mengenai Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement) Terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina.....	57
4.1.2.	Hasil Penelitian Sikap <i>Followers</i> Mengenai Kesadaran Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement) Terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina.....	88
4.1.3.	Hasil Penelitian Pengaruh Media Sosial Instagram @Gerakanbds Terhadap Sikap <i>Followers</i> Mengenai Kesadaran Gerakan Boikot, Divestasi, Dan Sanksi (BDS	

Movement) Terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina.....	118
4.2. Pembahasan Penelitian.....	123
4.2.1. Pembahasan Media Sosial Instagram @gerakanbds Mengenai Kesadaran Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement) Terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina.....	123
4.2.2. Pembahasan Sikap <i>Followers</i> Mengenai Kesadaran Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement) Terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina.....	129
4.2.3. Pembahasan Pengaruh Media Sosial Instagram @gerakanbds Terhadap Sikap <i>Followers</i> Mengenai Kesadaran Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement) Terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina.....	134
BAB V PENUTUP	141
5.1. Kesimpulan.....	141
5.2. Saran	142
DAFTAR PUSTAKA	144
LAMPIRAN.....	xix

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konten Instagram @gerakanbds.....	6
Gambar 1. 2 Unggahan Konten Instagram @gerakanbds.....	7



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah <i>Followers</i> Instagram @gerakanbds dan Akun Sejenis	5
Tabel 2. 1. Penelitian Sejenis Terdahulu	28
Tabel 3. 1. Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial	45
Tabel 3. 2. Hasil Uji Validitas Variabel Sikap	45
Tabel 3. 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial	46
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sikap	46
Tabel 3. 5. Operasionalisasi Konsep	55
Tabel 4. 1. Konten “Boikot Apa Aja?” diakses melalui perangkat digital	57
Tabel 4. 2. Konten “Boikot Apa Aja?” mudah dimengerti	58
Tabel 4. 3. Konten “Boikot Apa Aja?” efektif meningkatkan kesadaran <i>followers</i>	59
Tabel 4. 4. Jumlah <i>likes</i> pada konten “Boikot Apa Aja?” menunjukkan pesan diterima baik	60
Tabel 4. 5. <i>Followers</i> Memberikan <i>like</i> pada konten	61
Tabel 4. 6. Pengelola akun memberikan respons meningkatkan kepercayaan <i>followers</i>	62
Tabel 4. 7. <i>Followers</i> memberikan interaksi langsung membuat terhubung dengan Gerakan BDS	63
Tabel 4. 8. <i>Followers</i> Membagikan pengalaman mengenai Gerakan BDS kepada pengguna Instagram lain.	64
Tabel 4. 9. <i>Followers</i> Membagikan konten “Boikot Apa Aja?” untuk mengajak mendukung Gerakan BDS	65
Tabel 4. 10. <i>Followers</i> Menyampaikan isi pesan pada konten “Boikot Apa Ajak” kepada pengguna lain.	66
Tabel 4. 11. Pengalaman yang diberikan pengguna lain mendorong untuk lebih aktif terlibat Gerakan BDS.	67
Tabel 4. 12. <i>Followers</i> Melakukan diskusi terkait konten “Boikot Apa Aja?” dengan pengguna Instagram lain	68
Tabel 4. 13. <i>Followers</i> Memperhatikan diskusi pengguna Instagram lain.	69
Tabel 4. 14. <i>Followers</i> Berdiskusi dengan pengguna Instagram lain untuk meningkatkan pemahaman.	70
Tabel 4. 15. Konten “Boikot Apa Aja?” membantu memahami tujuan Gerakan BDS	71
Tabel 4. 16. Konten “Boikot Apa Aja?” membuat <i>Followers</i> mengetahui produk dan perusahaan target boikot	72
Tabel 4. 17. Konten “Boikot Apa Aja?” memberi informasi perkembangan baru Gerakan BDS	73

Tabel 4. 18. <i>Followers</i> mencari informasi lebih lanjut mengenai Gerakan BDS.....	74
Tabel 4. 19. Konten “Boikot Apa Aja?” membuat akun @gerakanbds menjadi sumber informasi utama	75
Tabel 4. 20. Instagram @gerakanbds menyajikan konten sesuai kebutuhan <i>followers</i>	76
Tabel 4. 21. Konten “Boikot Apa Aja?” mendorong pengguna untuk mengikuti akun @gerakanbds.....	77
Tabel 4. 22. Konten “Boikot Apa Aja?” meningkatkan kesadaran <i>Followers</i>	78
Tabel 4. 23. Konten “Boikot Apa Aja?” yang disajikan membuat <i>Followers</i> tertarik untuk mempelajari.	79
Tabel 4. 24. Visual konten “Boikot Apa Aja?” memperlihatkan daftar produk boikot.....	80
Tabel 4. 25. Konten “Boikot Apa Aja?” disajikan dengan inovatif.	81
Tabel 4. 26. Konten “Boikot Apa Aja?” membuat <i>followers</i> tertarik untuk mengikuti akun @gerakanbds	82
Tabel 4. 27. Pengelola akun @gerakanbds aktif merespons komentar <i>followers</i>	83
Tabel 4. 28. Penyesuaian konten berdasarkan respons <i>followers</i>	84
Tabel 4. 29. Pengelola akun @gerakanbds menghargai interaksi <i>followers</i>	85
Tabel 4. 30. Konten yang dibuat @gerakanbds relevan dengan <i>followers</i> ...	86
Tabel 4. 31. Konten “Boikot Apa Aja?” dapat dipercaya <i>followers</i>	88
Tabel 4. 32. Konten “Boikot Apa Aja?” memperkuat keyakinan mengenai Gerakan BDS.....	89
Tabel 4. 33. Pesan dari konten “Boikot Apa Aja?” membantu memahami fakta Gerakan BDS.....	90
Tabel 4. 34. Gerakan BDS adalah upaya yang efektif.....	91
Tabel 4. 35. Gerakan BDS adalah langkah masuk akal dan logis.....	92
Tabel 4. 36. <i>Followers</i> mempertimbangkan hati-hati setiap informasi mengenai Gerakan BDS.....	93
Tabel 4. 37. <i>Followers</i> berpikir kritis mengenai tujuan Gerakan BDS.	94
Tabel 4. 38. <i>Followers mampu</i> menjelaskan alasan mendukung Gerakan BDS.....	95
Tabel 4. 39. <i>Followers</i> mendukung Gerakan BDS setelah mendapatkan informasi.	96
Tabel 4. 40. <i>Followers</i> merasa simpati pada tujuan Gerakan BDS.....	97
Tabel 4. 41. Perasaan <i>followers</i> mempengaruhi pandangan terhadap Gerakan BDS.....	98
Tabel 4. 42. Gerakan BDS mendapat pandangan yang positif.	99
Tabel 4. 43. Perasaan Empati membuat mendukung Gerakan BDS.	100

Tabel 4. 44. <i>Followers</i> termotivasi untuk mendukung Gerakan BDS.	101
Tabel 4. 45. Emosi saat berinteraksi dengan Gerakan BDS mempengaruhi sikap.....	102
Tabel 4. 46. <i>Followers</i> merasa terdorong untuk mengetahui lebih mengenai Gerakan BDS.....	103
Tabel 4. 47. <i>Followers</i> memiliki niat untuk mengambil tindakan nyata.....	104
Tabel 4. 48. <i>Followers</i> ikut serta dalam kampanye untuk mendukung Gerakan BDS.....	105
Tabel 4. 49. <i>Followers</i> mengajak orang lain ikut bertindak.....	107
Tabel 4. 50. <i>Followers</i> berencana berhati-hati membeli produk.....	108
Tabel 4. 51. <i>Followers</i> menghindari membeli produk dari merek boikot.	109
Tabel 4. 52. <i>Followers</i> aktif menyebarkan pesan terkait Gerakan BDS.	110
Tabel 4. 53. <i>Followers</i> berpartisipasi dalam diskusi mengenai Gerakan BDS.	111
Tabel 4. 54. <i>Followers</i> merekomendasikan teman/keluarga pertimbangan boikot.....	112
Tabel 4. 55. Nilai <i>Mean</i> Per-Indikator pada Variabel Media Sosial (X).....	115
Tabel 4. 56. Nilai <i>Mean</i> Per-Indikator pada Variabel Sikap (Y)	117
Tabel 4. 57. Hasil Uji Normalitas	118
Tabel 4. 58. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	120
Tabel 4. 59. Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	121
Tabel 4. 60. Hasil Uji Koefisien Determinasi	122

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1. Nilai Mean Dimensi Variabel Media Sosial (Variabel X)	114
Grafik 4.2. Nilai <i>Mean</i> Dimensi Variabel Sikap (Variabel Y)	116
Grafik 4.3. Hasil Uji Scatter Plot	119



Intelligentia - Dignitas