

## ABSTRAK

Instagram sebagai alat mobilisasi boikot produk memiliki peran yang sangat penting dalam era digital saat ini. Instagram menawarkan platform yang sangat efektif untuk menyebarkan pesan, mengorganisir aksi kolektif, dan membangun kesadaran terhadap isu-isu sosial dan politik. *Story*, merupakan salah satu fitur instagram. Melalui *story*, aktivis dan pengguna biasa dapat menyebarkan poster digital, kutipan, tautan petisi, hingga ajakan untuk tidak membeli produk tertentu secara instan dan *real-time*. Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Story* Instagram Terhadap Gerakan Boikot Produk Pro Israel di Kalangan Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Kota Lhokseumawe”. Penelitian ini menggunakan teori *Stimulus Organism Respons*. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *story* instagram terhadap gerakan boikot produk pro Israel di kalangan HMI Lhokseumawe. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian ini merupakan populasi finit atau diketahui jumlahnya. Sampel pada penelitian ini sebanyak 73 responden yang didapat dengan metode *simple random sampling* menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan dengan menyebarkan *g-form* dan dilanjutkan dengan teknik analisis uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji signifikansi dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $11.251 > 1.666$ ) dan memiliki nilai signifikan sebesar 0.000. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, artinya pengaruh *Story* Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap gerakan boikot produk pro Israel di kalangan HMI Kota Lhokseumawe. Kemudian hasil yang didapat setelah dilakukan uji koefisien adalah korelasi sebesar 0,800 yang artinya tingkat korelasi tinggi. Sehingga dapat diketahui bahwa terdapat hubungan antara variabel *story* instagram terhadap gerakan boikot produk pro Israel. Lalu, pada perhitungan koefisien determinasi (*R Square*) diperoleh hasil sebesar 0,641 yang artinya variabel *story* instagram memberi pengaruh sebesar 64,1% terhadap gerakan boikot produk pro Israel di Kalangan HMI Lhokseumawe. Sedangkan 35,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Instagram, Story, Boikot Produk, HMI, *Stimulus Organism Respons*.

## **ABSTRACT**

*Instagram, as a tool for mobilizing product boycotts, plays a highly significant role in the current digital era. It offers a highly effective platform for disseminating messages, organizing collective actions, and raising awareness about social and political issues. One of Instagram's features, Stories, allows activists and ordinary users to instantly and in real-time share digital posters, quotes, petition links, and calls to boycott certain products. This research is entitled "The Influence of Instagram Stories on the Boycott Movement of Pro-Israel Products Among Members of the Islamic Student Association (HMI) in Lhokseumawe City." The study uses the Stimulus-Organism-Response (SOR) theory. The purpose of this study is to determine the influence of Instagram Stories on the boycott movement of pro-Israel products among HMI members in Lhokseumawe. The research method used is quantitative with a survey approach. The population in this study is finite or known in number. The sample consisted of 73 respondents, obtained using simple random sampling and the Slovin formula. Data collection techniques included literature studies and field research by distributing Google Forms, followed by data analysis techniques such as validity tests, reliability tests, normality tests, significance tests, and determination coefficient tests. The research results show that the t-value is greater than the t-table value ( $11.251 > 1.666$ ), with a significance value of 0.000. Based on these results, the alternative hypothesis ( $H_a$ ) is accepted, and the null hypothesis ( $H_o$ ) is rejected. This means that Instagram Stories have a positive and significant influence on the boycott movement of pro-Israel products among HMI members in Lhokseumawe. Furthermore, the correlation test result is 0.800, indicating a strong correlation level. Therefore, it can be concluded that there is a relationship between the Instagram Story variable and the pro-Israel product boycott movement. The coefficient of determination (R Square) is 0.641, which means that the Instagram Story variable influences 64.1% of the boycott movement, while the remaining 35.9% is influenced by other factors not examined in this study.*

**Keywords:** *Instagram, Stories, Product Boycott, HMI, Stimulus-Organism-Response.*