

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi, kemajuan teknologi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara orang berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain. Munculnya berbagai aplikasi media sosial, yang sekarang menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, adalah salah satu perubahan terbesar. Media sosial membantu khalayak umum, terutama mahasiswa, mengakses informasi. Saat ini, penggunaan media sosial sering menjadi sarana konsumsi untuk mendapatkan informasi dan hiburan melalui internet atau akun sosial media seperti *Google*, *YouTube*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan lainnya. (Bowo et al., 2023)

Di era digital ini, Instagram telah menjadi platform media sosial paling dominan di Indonesia. Berdasarkan data Global Statistik tahun 2025, sebanyak 84,80% pengguna internet di Indonesia, atau sekitar 173,59 juta orang, aktif menggunakan Instagram. Angka ini menjadikan Instagram sebagai platform dengan jangkauan terluas, mengungguli media sosial lainnya dalam hal popularitas dan interaksi. Instagram, salah satu platform media sosial yang paling populer, telah berkembang pesat menjadi alat yang sangat berguna untuk berbagai tujuan komunikasi, termasuk menyebarkan informasi, membentuk opini publik, dan memobilisasi gerakan sosial. Mahasiswa biasanya menggunakan Instagram. Instagram memiliki banyak manfaat untuk komunikasi tidak langsung. Instagram sekarang bukan hanya tempat untuk berbagi foto atau video pribadi; itu telah berkembang menjadi platform yang digunakan oleh individu, organisasi, bahkan gerakan politik untuk menarik perhatian audiens yang

lebih besar. Instagram memungkinkan penggunaanya untuk berbagi informasi secara cepat dan luas melalui berbagai fitur seperti postingan gambar atau video, Stories, dan IGTV. Dengan penggunaan hashtag yang tepat, informasi dapat dengan mudah menjangkau khalayak yang lebih besar, bahkan melintasi batas geografis.

Pemboikotan dilakukan melalui media sosial karena platform ini memiliki kekuatan besar dalam membuka ruang opini publik dan membuat individu merasa memiliki peran sebagai penilai, pengadil, bahkan pelaksana hukuman terhadap orang lain. (Mardeson & Mardesci, 2022) Selain menyebarkan informasi dan membentuk opini, Instagram juga menjadi alat penting untuk memobilisasi gerakan sosial. Melalui fitur seperti *hashtag*, kampanye bisa mendapatkan perhatian lebih luas, mempertemukan orang-orang dengan minat atau pandangan yang sama, dan mengorganisir aksi nyata. Dalam kasus boikot produk, media sosial Instagram memberikan ruang untuk menggalang dukungan terhadap tujuan tertentu, baik dengan mengajak orang untuk berhenti membeli produk tertentu, mengorganisir petisi, atau bahkan melaksanakan aksi unjuk rasa. Instagram memfasilitasi interaksi antar individu yang sebelumnya mungkin tidak saling kenal, membangun solidaritas dalam gerakan sosial.

Instagram berperan sebagai platform sentral dalam menggaungkan ajakan boikot, menyampaikan berbagai informasi mengenai konflik Israel-Palestina, serta menggalang dukungan luas bagi gerakan ini. Gerakan boikot terhadap produk-produk yang terafiliasi dengan Israel di Indonesia melalui media sosial Instagram telah berkembang menjadi sebuah fenomena sosial yang menonjol dan meluas ke berbagai platform digital lainnya. Gerakan ini tidak hanya menunjukkan bentuk solidaritas,

tetapi juga mencerminkan dukungan nyata dari masyarakat Indonesia terhadap penderitaan dan krisis kemanusiaan yang terjadi di Gaza, Palestina. Fenomena tersebut menarik perhatian luas dan menjadi topik perbincangan yang hangat di berbagai kalangan, mulai dari pengguna media sosial biasa hingga tokoh masyarakat, akademisi, dan aktivis, mencerminkan keberagaman respons serta pandangan terhadap isu yang sedang berkembang ini. (Risqi et al., 2023).

Di Indonesia, seruan untuk melakukan boikot terus bergema, terutama melalui gerakan massa di media sosial. Majelis Ulama Indonesia (MUI) juga turut menyuarakan kecaman terhadap tindakan Israel, yang secara resmi disampaikan pada 8 November 2023. Dalam pernyataannya, MUI mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa menjual, menggunakan, maupun mendukung segala bentuk produk atau aktivitas yang berkaitan dengan Israel adalah haram. Fatwa ini mencerminkan bentuk dukungan serta komitmen bangsa Indonesia terhadap perjuangan kemerdekaan Palestina. (Nur Afifah et al., 2024)

Boikot merupakan aktivitas saling berkontribusi menolak kerja sama dalam urusan bisnis. Boikot terhadap produk-produk Israel merupakan bentuk perlawanan dari komunitas Muslim dan gerakan kemanusiaan yang bertujuan memberikan tekanan kepada Israel melalui berbagai aspek, seperti ekonomi, sosial, budaya, hingga politik. Terdapat salah satu aksi yang telah dilakukan dan dikeluarkan oleh Majelis Umat Islam (MUI) yang memberi himbauan kepada masyarakat Indonesia untuk memboikot segala jenis produk yang berasal baik dari negara Israel ataupun yang pro terhadap Israel. Produk yang diboikot bukan hanya makanan, namun juga produk skincare/kecantikan, bidang fashion, produk kebutuhan pokok, bidang makanan cepat saji, perhotelan dan

lain sebagainya. Adanya kesepakatan boikot ini berarti seluruh masyarakat Indonesia untuk menghentikan sebagian atau bahkan seluruh pertukaran barang dan jasa. (Ni'matul Khoiriyah et al., 2024)

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, termasuk gerakan boikot terhadap produk-produk tertentu. Dengan menggunakan gambar atau video yang kuat, kampanye boikot dapat lebih mudah menarik perhatian audiens. Misalnya, gambar yang menggambarkan dampak negatif dari kebijakan atau tindakan tertentu, atau video yang menggambarkan alasan moral dan etis di balik boikot, dapat dengan cepat menyentuh perasaan audiens dan menggerakkan mereka untuk ikut serta dalam kampanye. Konten semacam ini memiliki daya tarik emosional yang mendorong audiens tidak hanya mendukung kampanye, tetapi juga berpartisipasi aktif dan mengubah perilaku konsumsi.

Salah satu fitur yang paling berpengaruh dalam mendukung gerakan boikot di Instagram adalah fitur *Instagram Story*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membagikan informasi secara cepat, ringkas, dan mudah diakses oleh pengikut mereka dalam format visual yang menarik. 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. Keunggulan fitur ini terletak pada sifatnya yang sementara namun mudah untuk diunggah ulang, memungkinkan pesan boikot menyebar dengan cepat dan meluas di berbagai kalangan.

Selain itu, fitur interaktif seperti *polls*, *question boxes*, dan *link stickers* memperkuat keterlibatan audiens, membangun rasa kepemilikan terhadap gerakan, serta mendorong partisipasi aktif dalam menyebarkan dan mendukung kampanye boikot. Dengan demikian, *Instagram Story* bukan hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga medium penggerak yang efektif dalam membentuk opini publik dan memperluas dampak gerakan sosial.

**Gambar 1.1 Story Instagram  
Produk Pro Israel**



**Sumber: Akun Instagram  
@monaoctan**

**Gambar 1.2 Postingan Instagram  
Boikot Produk Israel**



Sumber: Akun Instagram  
@bem\_sbpb

**Gambar 1.3 Postingan Boikot  
Produk Pro Israel**



Sumber: Akun Instagram  
@aminatifauzi

## Gambar 1.4 Postingan Boikot Produk Pro Israel



Sumber: Akun Instagram  
@goldenfutureindonesia

Penelitian ini akan memfokuskan perhatian pada analisis pengaruh media sosial, khususnya Instagram, terhadap gerakan boikot produk pro-Israel di kalangan mahasiswa. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, mahasiswa sebagai bagian dari generasi yang sangat terhubung dengan dunia digital, menjadi kelompok yang signifikan dalam gerakan sosial yang dimediasi oleh platform online. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana media sosial berhasil mempengaruhi persepsi, sikap, dan tindakan mahasiswa dalam mendukung gerakan boikot produk-produk yang dianggap mendukung kebijakan pro-Israel. Penelitian ini akan melihat lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memotivasi mahasiswa untuk bergabung dalam gerakan boikot melalui media sosial, serta bagaimana media sosial dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk terlibat dalam aksi kolektif tersebut.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka dapat ditarik identifikasi masalah penelitian ini adalah:

1. Media Instagram memiliki peran yang signifikan dalam membentuk opini, sikap, dan tindakan mahasiswa terhadap gerakan boikot produk pro-Israel, namun sejauh mana pengaruh tersebut belum dapat dipastikan.
2. Fitur *story* instagram diduga efektif dalam menyebarkan informasi serta memobilisasi gerakan boikot, tetapi efektivitasnya dalam meningkatkan partisipasi mahasiswa masih perlu diteliti lebih lanjut.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Adapun yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh *Story* Instagram Terhadap Gerakan Boikot Produk Pro Israel Di Kalangan Himpunan Mahasiswa Islam Kota Lhokseumawe?

## **1.4 Pembatasan Masalah**

Supaya tidak menjadi pelebaran dalam skripsi ini, penulis perlu melakukan pembatasan masalah, yaitu:

1. Skripsi ini hanya melihat dan mengetahui seberapa pengaruhnya penggunaan *story* instagram terhadap gerakan boikot produk pro-Israel dikalangan Himpunan Mahasiswa Islam Kota Lhokseumawe.

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *story* Instagram terhadap gerakan boikot produk pro-Israel dikalangan Himpunan Mahasiswa Islam Kota Lhokseumawe.



## 1.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pendapat atau teori yang kurang sempurna dan masih perlu pengujian lanjutan secara ilmiah. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat diambil hipotesis penelitian:

- Hipotesis Alternatif (Ha): Adanya pengaruh *story* Instagram terhadap penerapan gerakan boikot produk pro-Israel.
- Hipotesis Nol (Ho): Tidak adanya pengaruh *story* Instagram terhadap penerapan gerakan boikot produk pro-Israel.

Berdasarkan kriteria tersebut, maka keadaan hipotesis dalam penelitian ini adalah peneliti lebih memilih adanya pengaruh media sosial Instagram terhadap penerapan gerakan boikot produk pro-Israel dikalangan Himpunan Mahasiswa Islam Kota Lhokseumawe.

## 1.7 Manfaat Penelitian

### 1.7.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi penulis, penelitian ini merupakan sarana untuk mengasah kemampuan berpikir kritis melalui penulisan karya ilmiah, sekaligus sebagai bentuk penerapan berbagai teori yang telah dipelajari selama menempuh pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Malikussaleh.
2. Bagi Program Studi Ilmu Komunikasi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi bagi mahasiswa khususnya, serta bagi masyarakat secara umum.

### **1.7.2 Manfaat Praktis**

1. Sebagai salah satu syarat mendapat gelar sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh
2. Secara akademis, diharapkan dapat memberi pengetahuan bagi penelitian jenis kuantitatif khususnya mengenai pengaruh media sosial Instagram.