

Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Faktor Psikologi Sosial terhadap Perilaku dan Gerakan Boikot Produk Pro-Israel pada Masyarakat Indonesia = Analysis of the Impact of Social Media Usage and Social Psychological Factors on the Boycott Behavior and Movement Towards Pro-Israel Products in Indonesian Society

Charles Pramudana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920552874&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial dan faktor psikologi sosial terhadap perilaku dan gerakan boikot produk pro-Israel pada masyarakat Indonesia. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya penggunaan media sosial sebagai alat untuk menyuarakan gerakan sosial, tetapi sedikit penelitian yang berfokus pada konteks boikot produk pro-Israel di Indonesia, terlebih yang membedakan aktivitas pembagian informasi dan penerimaan informasi di media sosial. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana aktivitas di media sosial serta faktor psikologi sosial seperti norma pribadi, sikap terhadap boikot, tekanan sosial yang dirasakan mengenai boikot, kesadaran akan konsekuensi dari tidak melakukan boikot, dan persepsi kontrol yang dimiliki dari suatu perilaku dapat memengaruhi perilaku dan gerakan boikot. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode PLS-SEM dan pendekatan kualitatif dengan metode content analysis. Pengumpulan data kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan kuesioner daring kepada masyarakat Indonesia yang aktif menggunakan media sosial dan berpartisipasi dalam gerakan boikot yang diisi oleh 645 responden secara valid. Sementara itu, pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan wawancara terhadap 30 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas membagikan informasi di media sosial memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku boikot, sementara aktivitas menerima informasi memerlukan mediasi dari faktor psikologi sosial untuk memengaruhi perilaku boikot. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial dan faktor psikologi sosial dapat memengaruhi gerakan boikot di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi perusahaan dalam menyusun konten media sosial yang bijak, pengembang aplikasi untuk mengembangkan fitur yang mendukung aksi kolektif, dan aktivis untuk menyusun strategi kampanye aksi kolektif yang lebih efektif.

.....This study aims to analyze the influence of social media usage and social psychological factors on the behavior and movement of boycotting pro-Israel products among Indonesian society. The background of this research is the increasing use of social media as a tool for voicing social movements, but there is limited research focusing on the context of boycotting pro-Israel products in Indonesia, especially distinguishing between information sharing and information receiving activities on social media. This study explores how activities on social media and social psychological factors such as personal norms, attitudes towards boycotts, subjective norms, awareness of the consequences, and perceived behavioral control can influence boycott behavior and movement. The methodology of this study employs a quantitative approach using PLS-SEM and a qualitative approach using content analysis. Quantitative data collection was conducted by distributing online questionnaires to Indonesians actively using social media and participating in the boycott movement, with 645 valid responses collected. Meanwhile, qualitative data collection was carried out through interviews with 30 respondents. The results show that information sharing activities on social media

have a direct impact on boycott behavior, while information receiving activities require mediation from social psychological factors to influence boycott behavior. Additionally, this study indicates that social media and social psychological factors can influence boycott movements in Indonesia. This research is expected to provide practical guidance for companies in creating sensible social media content, application developers in creating features that support collective action, and activists in devising more effective collective action campaign strategies.