

RINGKASAN

Boikot adalah tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk berhenti menggunakan suatu produk dari perusahaan tertentu sebagai bentuk protes terhadap perusahaan atau merek tersebut. Boikot menjadi tindakan yang mulai dilakukan oleh masyarakat Indonesia semenjak munculnya berita Perang Gaza antara Israel dengan Palestina. Perang Gaza dimulai ketika Kelompok Hamas menyerang Israel pada 7 Oktober 2023, setelah itu Israel pun mulai melancarkan serangan balasan untuk Kelompok Hamas di Jalur Gaza. Semenjak itu, dunia terus menyaksikan krisis kemanusiaan yang terjadi di wilayah perang tersebut dan menimbulkan gerakan sosial untuk memboikot produk-produk yang terafiliasi oleh Israel sebagai bentuk solidaritas global. Di Indonesia, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 tentang Hukum Dukungan Terhadap Perjuangan Palestina. Setelah fatwa terbit, fenomena boikot pun mulai meluas di Indonesia, termasuk boikot produk restoran cepat saji yang terafiliasi oleh Israel.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari ajakan boikot produk yang terafiliasi Israel di media sosial terhadap perilaku mahasiswa dalam mengonsumsi produk restoran cepat saji. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok masyarakat yang memiliki tingkat konsumsi tinggi terhadap makanan cepat saji. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan di Universitas Jenderal Soedirman, tepatnya pada mahasiswa Program Studi S1 Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif berupa survei dengan membagikan kuesioner melalui Google Formulir kepada mahasiswa Hubungan Internasional Angkatan 2020 – 2023 FISIP Unsoed. Sampel diambil dengan teknik *proportionate stratified random sampling* dan ditentukan dengan Rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% atau taraaf signifikansi sebesar 0,05. Sampel yang ditemukan sebanyak 155 mahasiswa (61% dari total populasi 253 mahasiswa). Penelitian ini menggunakan analisis data uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari ajakan boikot di media sosial terhadap perilaku mahasiswa dalam mengonsumsi produk restoran cepat saji yang terafiliasi Israel. Nilai signifikansi berada pada angka $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($14,010 > 1,976$). Adapun hasil penelitian dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan H_1 diterima dan H_0 ditolak. Secara statistik, hipotesis terbukti pada taraf signifikansi 0,000 dengan arah pengaruh yang positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi paparan ajakan boikot produk terafiliasi Israel di media sosial, maka semakin tinggi pula nilai perilaku mahasiswa dalam mengonsumsi produk restoran cepat saji yang terafiliasi Israel. Nilai tertinggi pada variabel Y menunjukkan bahwa mahasiswa semakin jarang mengonsumsi produk yang diduga terafiliasi Israel. Hal ini menandakan ajakan boikot di media sosial memberikan pengaruh dalam penurunan perilaku konsumsi mahasiswa pada produk restoran cepat saji yang terafiliasi Israel. Oleh karena itu, implikasi pada penelitian ini adalah ajakan boikot produk terafiliasi Israel di media sosial memberikan pengaruh pada keputusan mahasiswa untuk mengurangi konsumsi dari produk restoran cepat saji yang terafiliasi Israel, bahkan terdapat beberapa mahasiswa yang berhenti mengonsumsi produk tersebut.

SUMMARY

A boycott is an action by individuals or groups to stop using a product from a particular company to protest against the company or brand. Since the news of the Gaza War between Israel and Palestine, boycotts have become an action that the Indonesian people have started to take. The Gaza war began when the Hamas group attacked Israel on 7 October 2023, after which Israel began to launch counterattacks against the Hamas group in the Gaza area. Since then, the world has continued to witness the humanitarian crisis in the war zone, leading to a social movement to boycott products affiliated with Israel as a form of global solidarity. In Indonesia, the Indonesian Ulema Council (MUI) issued MUI Fatwa Number 83 of 2023 on the Law of Supporting the Palestinian Struggle. After the fatwa was released, the boycott phenomenon became more widespread in Indonesia, including the boycott of the Israeli-related products of fast food restaurants.

The purpose of this study was to determine the effect of social media calls to boycott Israeli products on students' consumption behavior of fast food restaurant products. Students are one of the groups of people who have a high consumption of fast food. Therefore, this research was conducted at Jenderal Soedirman University, specifically on students of the S1 International Relations programme, Faculty of Social and Political Sciences. The research method used is quantitative in the form of a survey by distributing questionnaires through Google Forms to students' of International Relations class of 2020 - 2023 FISIP Unsoed. The sample was taken using a proportionate stratified random sampling technique and determined by the Slovin Formula with a 5% error rate or 0.05 significance level. The sample consisted of 155 students (61% of the total population of 253 students). This study uses data analysis of validity and reliability tests, classical assumption tests and simple linear regression analysis tests.

The results show that there is a significant influence of the social media boycott call on students' behaviour in consuming products from Israeli fast food restaurants. The value of significance is $0.000 < 0.05$ and the value of $t_{\text{count}} > t_{\text{table}}$ ($14.010 > 1.976$). The research results with a significance value of 0.000 show that the H_1 is accepted and H_0 rejected. Statistically, the hypothesis is accepted at a significance level of 0.000 with a positive direction of influence. This shows that the higher the exposure to the call to boycott Israeli products on social media, the higher the value of students' behaviour in consuming Israeli fast-food restaurant products. The highest value of variable Y indicates that students are less likely to consume products suspected of being associated with Israel. This indicates that the social media boycott call has an impact on reducing student behaviour in consuming Israeli-affiliated fast food restaurant products. Therefore, the implication of this research is that calls to boycott Israeli products on social media do influence students' decisions to reduce their consumption of Israeli fast food restaurant products, and some students even stop consuming these products.