

PENGGUNAAN BAHASA DALAM NARASI BOIKOT PRODUK ISRAEL PADA MC DONALD DAN PENGARUHNYA DALAM PERSEPSI MAHASISWA

Ega Rifa Ristiana¹, Yannira Elda Saharani², Endang Sholihatin³, Amira Ranum Sari⁴, Dea Ayu Saraswati⁵, Khoirullah Hisyam⁶, Muhamat Ridho Hadinata⁷
22012010090@student.upnjatim.ac.id¹, yanniraelda059@gmail.com²,
endang.sholihatin.ak@upnjatim.ac.id³, amiraranumsari@gmail.com⁴,
23031010090@student.upnjatim.ac.id⁵, 23032010015@student.upnjatim.ac.id⁶,
22012010104@student.upnjatim.ac.id⁷

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Untuk mengetahui bahasa narasi boikot produk Israel pada Mc Donald yang ada pada media sosial dan Internet (2) Untuk Mengetahui pendapat mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur dalam Bahasa Narasi yang digunakan untuk Pemboikotan produk Israel pada MC Donald (3) Untuk Mengetahui pengaruh penggunaan bahasa narasi Boikot produk Israel pada Mc Donald terhadap persepsi Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan teknik analisis wacana untuk memahami bagaimana narasi boikot dibangun dan diterima oleh mahasiswa, lalu dengan penyebaran google form kepada Mahasiswa UPN Vetran Jawa Timur. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu (1) bahasa narasi boikot produk Israel pada Mc Donald yang ada pada media sosial dan Internet yaitu terdapat adanya bahasa ajakan dalam mendukung dan mengajak untuk melakukan gerakan boikot produk Israel Mcdonald, Bahasa emosi Kebencian dan kemarahan terhadap zionis Israel, dan Bahasa penentangan terhadap adanya produk zionis Israel (2) Pendapat mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur dalam Bahasa Narasi yang digunakan untuk Pemboikotan produk Israel pada MC Donald yaitu isu dan bahasa yang digunakan membuktikan bahwa Israel mendukung zionis oleh karena itu mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur setuju ,mendukung dan ikut melakukan pemboikotan produk Israel pada McDonald (3) penggunaan bahasa narasi Boikot produk Israel pada Mc Donald berpengaruh terhadap persepsi Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur yaitu sebesar 83% responden dalam mendukung aksi gerakan boikot produk Israel pada McDonald.

Kata Kunci: Narasi Boikot, Israel, Mc Donald.

ABSTRACT

This research aims to (1) To find out the narrative language of the boycott of Israeli products at Mc Donald's on social media and the Internet (2) To find out the opinions of UPN Veteran East Java students in the narrative language used for the boycott of Israeli products at MC Donald's (3) To determine the influence of the use of narrative language about the boycott of Israeli products at Mc Donald's on the perceptions of UPN Veteran East Java students. This research uses qualitative and quantitative methods with discourse analysis techniques to understand how the boycott narrative is built and received by students, then by distributing a Google form to UPN Vetran East Java students. The conclusions in this research are (1) the narrative language of the boycott of Israeli McDonald's products on social media and the Internet, namely that there is language of invitation to support and invite people to boycott Israeli McDonald's products, emotional language of hatred and anger towards Israeli Zionists, and Language of opposition to the existence of Israeli Zionist products (2) Opinions of UPN Veteran East Java students in the narrative language used to boycott Israeli products at MC Donald, namely the issues and language used prove that Israel supports the Zionists, therefore UPN Veteran East Java students agree, support and participating in the boycott of Israeli

products at McDonald's (3) the use of narrative language. Boycotting Israeli products at McDonald's had an effect on the perception of UPN Veteran East Java students, namely 83% of respondents in supporting the movement to boycott Israeli products at McDonald's.

Keywords: *Boycott Narrative, Israel, McDonald's.*

PENDAHULUAN

Boikot terhadap produk Israel telah menjadi salah satu bentuk protes yang dilakukan oleh berbagai kelompok masyarakat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Salah satu perusahaan multinasional yang sering menjadi target boikot adalah McDonald's, yang memiliki kehadiran global yang kuat, termasuk di Indonesia. Dalam konteks ini, penggunaan bahasa dalam narasi boikot produk Israel pada McDonald's menjadi sangat penting untuk dipahami, karena dapat memengaruhi persepsi dan sikap masyarakat, termasuk mahasiswa. Mahasiswa sebagai agen perubahan sosial sering kali menjadi pihak yang aktif dalam menyuarakan pandangan politik dan sosial mereka (Cahya, 2022)

Boikot terhadap produk Israel telah menjadi bagian dari gerakan protes global terhadap kebijakan pemerintah Israel terhadap Palestina. Di Indonesia, gerakan ini juga mendapat perhatian dari berbagai kalangan masyarakat. Salah satu target boikot yang sering disorot adalah McDonald's, sebuah perusahaan multinasional dengan jaringan restoran yang tersebar luas, termasuk di Indonesia. Keterlibatan McDonald's dalam mendukung perekonomian Israel membuatnya menjadi sasaran utama dalam gerakan boikot ini. Sebagai salah satu ikon global, keputusan konsumen terhadap McDonald's tidak hanya mempengaruhi bisnis perusahaan tersebut, tetapi juga menunjukkan sikap politik dan moral dari masyarakat yang mengambil bagian dalam gerakan tersebut.

Dalam konteks boikot McDonald's, penggunaan bahasa dalam narasi boikot memegang peran penting dalam membentuk opini dan sikap masyarakat, terutama mahasiswa. Bahasa yang digunakan dalam pesan-pesan boikot tidak hanya menyampaikan informasi tentang alasan dan tujuan gerakan, tetapi juga menciptakan emosi dan identitas bagi para pendukungnya. Penelitian tentang bagaimana bahasa digunakan dalam narasi boikot McDonald's dapat memberikan wawasan yang berharga tentang dinamika komunikasi politik dan sosial dalam konteks gerakan sosial.

Mahasiswa, sebagai agen perubahan sosial, seringkali aktif dalam menyuarakan pandangan politik dan sosial mereka. Dalam konteks boikot McDonald's, peran mahasiswa sebagai pemegang kekuatan intelektual dan pemuda yang memiliki akses luas terhadap media sosial dan sumber informasi lainnya menjadi sangat signifikan. Sikap dan tindakan mahasiswa dalam menanggapi gerakan boikot dapat menjadi indikator penting tentang efektivitas dan dampak dari pesan-pesan boikot yang disampaikan melalui bahasa.

Dengan memahami bagaimana bahasa digunakan dalam narasi boikot McDonald's dan dampaknya terhadap persepsi dan sikap mahasiswa, kita dapat mengidentifikasi pola komunikasi yang efektif dalam mempengaruhi opini dan tindakan masyarakat. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan tentang peran mahasiswa dalam mengambil bagian dalam gerakan sosial dan politik serta implikasinya terhadap perubahan sosial dan politik yang lebih luas. Artikel ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana bahasa digunakan dalam narasi boikot produk Israel pada McDonald's, serta bagaimana hal itu memengaruhi persepsi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional (UPN). Dengan memahami bagaimana pesan-pesan politik disampaikan melalui bahasa, kita dapat mendapatkan wawasan yang lebih baik tentang dinamika dan dampak dari gerakan boikot tersebut dalam konteks lokal, khususnya di kalangan mahasiswa UPN. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana narasi politik ditafsirkan dan dipahami oleh masyarakat, serta implikasinya terhadap sikap dan

tindakan mereka.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode campuran Penelitian kualitatif berupa wawancara langsung secara tertulis kepada mahasiswa yang ada di lingkungan UPN Veteran Jawa Timur lalu menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik pengambilan data melalui Google form yang responden juga diambil dari mahasiswa yang ada di kampus UPN Veteran Jawa Timur lalu melakukan observasi pada media sosial, website dan internet terkait bahasa narasi yang digunakan dalam berita pemboikotan produk Israel pada MC Donald yang akan memungkinkan kami untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang penggunaan bahasa dalam narasi boikot produk Israel pada McDonald's dan dampaknya terhadap persepsi mahasiswa UPN. Berikut adalah langkah-langkah yang akan diambil dalam penelitian ini:

1. Pengumpulan Data

- a. Data akan dikumpulkan melalui observasi terhadap narasi boikot yang tersebar melalui media sosial, pamflet, dan materi lain yang digunakan untuk menyampaikan pesan boikot.
- b. Wawancara langsung tertulis dilakukan dengan sejumlah mahasiswa UPN untuk memahami persepsi, sikap, dan pengalaman mereka terkait dengan narasi boikot McDonald.
- c. Pengisian data melalui Google form yang dilakukan penyebaran link Google form pada media sosial seperti telegram, Whatsapp dan Instagram pada lingkup untuk Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur untuk mengerti pendapat mereka mengenai penggunaan bahasa narasi yang digunakan dalam berita pemboikotan produk Israel pada McDonald

2. Analisis Data

- a. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis wacana untuk memahami bagaimana pesan-pesan boikot tersebut dibangun melalui bahasa.
- b. Analisis akan fokus pada penggunaan framing, retorika, dan bahasa emosional dalam narasi boikot, serta bagaimana hal tersebut memengaruhi persepsi dan sikap mahasiswa UPN

3. Interpretasi Hasil

- a. Hasil analisis akan diinterpretasikan untuk mengidentifikasi pola-pola komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan boikot.
- b. Implikasi dari temuan akan dieksplorasi untuk memahami dampaknya terhadap sikap dan tindakan mahasiswa UPN serta masyarakat secara lebih luas

4. Pelaporan Hasil

- a. Hasil penelitian akan disajikan dalam laporan yang komprehensif, yang mencakup temuan-temuan utama, interpretasi, serta implikasi praktis dan teoritis.
- b. Laporan juga akan mencakup rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut dalam memahami dan mengelola pesan politik dalam konteks gerakan boikot dan aktivisme mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, kami berhasil memperoleh pemahaman yang mendalam tentang penggunaan bahasa dalam narasi boikot produk Israel pada McDonald's dan dampaknya terhadap persepsi dan sikap mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional (UPN). Melalui analisis wawancara dan pengisian Google Form, kami dapat mengidentifikasi beberapa pola komunikasi yang memengaruhi cara mahasiswa memahami dan merespons pesan boikot

tersebut.

1. Bahasa narasi boikot produk Israel pada Mc Donald yang ada pada media sosial dan Internet

Bahasa yang digunakan dalam narasi boikot produk Israel pada McDonald yang ada pada media sosial terdapat berbagai macam bahasa yang digunakan seperti bahasa seperti :

- a) Bahasa ajakan dalam mendukung dan mengajak untuk melakukan gerakan boikot produk Israel Mcdonald, Bahasa ajakan adalah kalimat yang digunakan untuk mengajak oranglain agar melakukan sesuatu yang diawali dengan kata “ mari lawan “, “Mari lawan pembantaian di Palestina” “Ayo kita Boikot McDonald Israel” “Mari kita hentikan pendudukan Israel dengan Boikot McDonald!!”
- b) Bahasa emosi Kebencian dan kemarahan terhadap zionis Israel, dan Bahasa penentangan terhadap adanya produk zionis Israel, Bahasa kebencian kemarahan bahasa yang digunakan untuk mengekspresikan kebencian,kemarahan,kejengkelan atau permusuhan terhadap kelompok tertentu. Contoh kalimat : “Rakyat Palestina tertindas brutal oleh Zionis Israel,Boikot!!” Hentikan pembantaian Umat Palestina”
- c) Bahasa Penentangan
 bahasa yang menggunakan kata kata atau ungkapan yang bertentangan yang bertujuan memberikan kesan pembaca atau pendengar. Contoh kalimat bahasa pertentangan yang digunakan dalam boikot produk Israel McDonald : ““ Blokir Produk zionis ISRAEL” “ Dinilai dukung zionis Israel, Muncul seruan boikot McDonald” “Hilangkan produk Zionis Israel McDonald”



2. Pendapat mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur dalam Bahasa Narasi yang digunakan untuk Pemboikotan produk Israel pada MC Donald

	Pertanyaan	Inisial Responden	Jawaban Responden

	Bagaimana Pendapat Anda terkait isu atau berita yang ada pada gambar tersebut?	SD	Pendapat saya tentang isu boikot McDonald's tergantung pada alasan di baliknya. Boikot bisa menjadi bentuk protes yang efektif jika dilakukan secara masif dan terorganisir untuk menyuarkan kekhawatiran yang berarti. Namun, penting juga untuk mempertimbangkan dampaknya pada pekerja dan rantai pasokan lokal
		AK P	Boikot produk israel yang diadakan untuk membela warga palestina menurut saya ya mungkin untuk kami sebagai seorang muslim itu perlu dilakukan dikarenakan itu juga cara kita bisa membantu saudara saudara kita yang ada di palestina
		AS	ya setuju karena itu salah satu biar cara untuk memanusiakan manusia meskipun berdampak juga bagi yang di indonesia tetapi kalaupun ingin mengosumsi brand tersebut gapapa asal jangan terlalu sering karena semua itu ada plus sama minus nya masing ²
		SA	Berita tersebut tidak mempengaruhi ketertarikan saya akan produk tersebut.
		ESN	menurut saya jika memang benar adanya isu tersebut, maka seharusnya kita sebagai warga Indonesia lebih baik mengurangi mengkonsumsi makanan yg telah diboikot dan menggantinya dengan produk yg tidak diboikot, dengan kita melakukan hal seperti itu kita juga turut andil dalam membantu sanak saudara kita disana.
		AB	pekerja juga butuh duit buat hidup. mau dibeli terserah, ngga beli terserah jadi semuanya kembali ke tiap individupemilik aja mau ngosumsi apa ngga. walaupun mcd udah di boikot tapi dia sumbangin duit loh buat Palestina upss
		MS	Menurut saya sebenarnya setiap perusahaan memiliki hak untuk mendukung atau tidak mendukung suatu isu atau negara tertentu,

	 <p>Indonesiainside.id Menebar Inspirasi & Kebajikan</p> <p>HOME POPULER PEMILU 2024</p> <p>Home > Alamaak</p> <p>Dinilai Dukung Zionis Is Muncul Seruan Boikot Burger King & McDona</p> <p>by Eko Pujiyanto — Selasa, 24/10/2023 12:7</p>		<p>sesuai dengan kebijakan dan nilai-nilai mereka. Tetapi sebagai seorang muslim saya memilih untuk mendukung aksi boikot pada perusahaan yang berpihak pada israel, saya merasa bahwa dengan membeli produk dari perusahaan yang pro terhadap israel dapat dianggap sebagai dukungan terhadap tindakan yang tidak adil yang dilakukan zionis terhadap rakyat Palestina.</p>
		DH	<p>Saya tetap mendukung untuk memboikot mcdonald, walaupun pihak mcd di indo sudah konfirmasi, tetapi mcd pusat di amerika tetap menyalurkan dukungan untuk israel.</p>
	 <p>Gambar 4 narasi pemboikotan produk McDonald Sumber: Indonesiainside.id</p>	VS	<p>Pendapat saya tentang isu boikot Burger King dan McDonald di Indonesia terkait dengan dukungan Zionis Israel adalah bahwa isu tersebut tidak relevan dengan realitas dan harus dipahami dengan baik sebelum diambil tindakan. Kita harus mencari sumber dari yang terpercaya dan berpikir secara logis. Terlalu banyak berita hoax dibandingkan dengan berita yang benar, sehingga kita harus berhati-hati dalam mengambil informasi</p>
		JY	<p>setelah mengetahui fakta bahwa mcd pro israel maka saya putuskan untuk memboikot mcd meskipun saya juga mengetahui berita yg beredar bahwa mcd Indonesia justru memberikan donasi untuk Palestina. Namun, tetap saja saya memboikot mcd.</p>
		AS D	<p>Saya rasa hal ini dapat mempengaruhi bagaimana perkembangan atau saham yang dimiliki oleh produk tersebut untuk menurun jauh, dikarenakan adanya boikot tersebut dan diikuti oleh jutaan orang di seluruh dunia</p>
		AA	<p>Kurang setuju, karena menurut saya isu tersebut berlaku untuk MCD yang ada di luar negeri bukan yang ada di Indonesia dimana hal ini juga merugikan pekerja yang bekerja disana jika</p>

			terjadi pemboikotan
		ER	Aksi yang memang harusnya dilakukan karena menurut isu tersebut sepertinya memang israel mendukung zionis , tapi gatau lagi sih benarnya gimana tapi ada yang saya baca ada berita yang kalau mcd udh kasih bantuan ke palestina, jdi saya bimbang sih pro atau kontra
		DP	Menurut saya, hal tersebut merupakan langkah yg benar untuk saat ini. Meskipun jika bukan franchise Indonesia yg memberi donasi. Boikot tersebut bisa mempengaruhi omset yg didapat MCD.
		CE	Saya berhenti menjadi konsumen / berhenti mengonsumsi produk merek pendukung israel
		RP	dari isu tersebut membuktikan bahwa israel mendukung zionis oleh karena itu mengapa kita dan masyarakat mendukung pemboikotan produk israel
		RA	Yaa salah satunya saya ikut memboikot produk israel karena berita yang ada di media sosial dan saya tidak mengkonsumsinya saat itu tapi karena sekarang sudah reda beritanya dan mulai muncul berita MCD indonesia membantu palestina ya saya mengonsumsi MCD lagi
		TM	Menurut saya itu isu yang membuat perpecahan umat manusia yang jugabnyk merugikan pegawai dan karyawan McD Indonesia karena harus tidak bekerja
		DA	Setuju untuk melakukan pemboikotan semua produk Israel karena ya sudah banyak berita jdi ya harusnya sih percaya aja sih
		DR	Kalo dari beritanya dan ngikutin sih ya akhirnya saya setuju untuk melakukan pemboikotan produk Israel dan tidak memakai produk produk israel
		AS M	Menurut saya pilihan pro atau kontra itu dari pribadi masing masing namun sebaiknya memang

			dalam menerima informasi sangat diperlukannya hal yang valid agar tidak menimbulkan hoax ataupun penggiringan opini yang menyebabkan perpecahan dan perpecahan
		GA	Menurut saya ini beritanya banyak yang menggiring opini untuk pro boikot namun saya tim netral karena kebenaran yang sebenarnya saya tidak terlalu mengikuti
		VD P	Ya emng dari berita nya Israel memang mendukung zionis dan hal ini juga menyebabkan perpecahan umat manusia dan menyebabkan banyak nyawa melayang jdi setuju deh boikot mcd
		FL	Beritanya cukup viral ya dan memang bnyk video video dan gambar yang mempengaruhi saya dalam melakukan pendukung boikot produk MCD
		IK	Waduhhh, saya waktu itu tidak ikut boikot sih tapi ya waktu itu saya smpe hariini belum makan McD apakah termasuk saya melakukan boikot? Tapi saya tim pro sih kalau dukung palestina

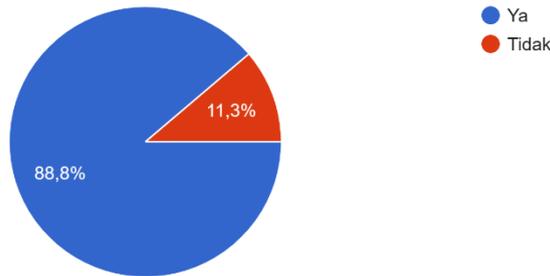
Dari hasil pendapat responden mengenai narasi boikot produk Israel pada McDonald responden menyatakan setuju, mendukung dan ikut dalam melakukan gerakan boikot produk Israel pada McDonald hal ini dilihat dari beberapa responden menyatakan "saya setuju untuk melakukan pemboikotan produk Israel dan tidak memakai produk produk israel" Dari Hasil penelitian yang telah dilakukan pada tabel diatas kami mengambil sebanyak 30% pendapat responden dari Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur terkait bahasa narasi yang digunakan pada isu berita pemboikotan produk israel pada McDonald yang dimana dari data yang sudah dianalisis, para responden memiliki berbagai macam pendapat dan dari pendapat tersebut kami mendapatkan responden yang menjadi tim pro dan tim kontra dengan adanya isu atau berita tersebut, pada narasi berita tersebut terdapat kalimat "Dinilai Dukung Zionis Israel, muncul seruan Boikot produk Burgerking dan McDonald" terdapat beberapa jenis bahasa yang digunakan dalam narasi yaitu berupa bahasa Deskriptif dimana Kalimat ini mendeskripsikan situasi yang sedang terjadi, yaitu munculnya seruan boikot terhadap Burger King dan McDonald karena dinilai mendukung Zionis Israel. Lalu terdapat Bahasa persuasif hal ini terlihat dari penggunaan kata-kata seperti "dinilai" dan "muncul seruan", yang memberikan kesan bahwa dukungan terhadap Zionis Israel oleh Burger King dan McDonald adalah sesuatu yang tidak dapat disangkal dan bahwa seruan boikot tersebut adalah tindakan yang perlu diambil, selanjutnya terdapat Bahasa emosional hal ini menggunakan kata-kata yang membangkitkan emosi responden, seperti "Zionis Israel" dan "boikot". Kata-kata ini dapat menimbulkan perasaan marah, kecewa, dan ingin melakukan sesuatu terhadap Burger King dan McDonald

Gambar2 Pengetahuan Responden terhadap produk McDonald

Sumber : Olah data Penulis

Apakah Anda merupakan salah satu konsumen produk MC Donald (MCD) ?

80 jawaban



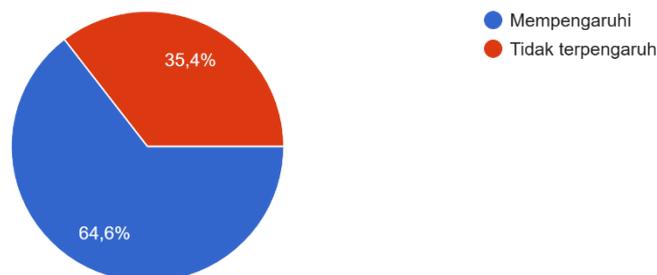
Gambar3 Responden yang menjadi konsumen McDonald

Sumber : Olah Data penulis 2024

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan seperti yang sudah tercantum pada gambar 2 dan 3 para responden kami 100% mengenal dan mengetahui tentang produk McDonald lalu pada gambar 3 bahwa keseluruhan responden memang betul mengetahui tentang produk McDonald namun tidak semua menjadi konsumen produk McDonald yaitu sebesar 11,3% yang tidak menjadi konsumen dan sebesar 88,8% merupakan konsumen produk McDonald hal ini secara garis besar terbukti bahwa responden Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur adalah konsumen McDonald.

Menurut anda bahasa yang digunakan dalam gambar 2 mempengaruhi anda dalam mendukung boikot produk MC Donald (MCD) ?

79 jawaban



Gambar 5 Penggunaan Bahasa dalam narasi berita pemboikotan produk Israel pada McDonald

Sumber : Olah data Penulis 2024

Pada hasil penelitian melalui google form terdapat 3 contoh bahasa narasi yang digunakan dalam pemboikotan produk israel,pada kali ini kita akan membahas bahasa yang

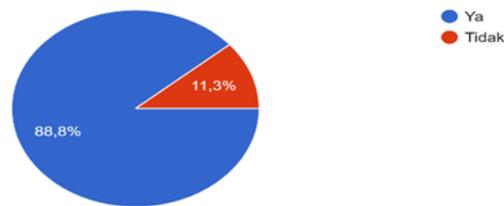
digunakan pada narasi pemboikotan produk israel. Kalimat yang digunakan dalam gambar 2 yaitu seperti contoh dibawah ini .



Gambar 6 bahasa yang digunakan dalam pemboikotan McDonald
Sumber: sultrainformasi.com

Dari penelitian kami pada gambar 5 menurut responden mempengaruhi mereka dalam mendukung produk Israel hal ini terbukti dari hasil jawaban responden sebesar 64,6% memilih bahwa bahasa yang digunakan pada gambar 5 dalam pemboikotan produk Israel mempengaruhi responden Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur dalam mendukung adanya gerakan pemboikotan produk Israel pada McDonald. Berdasarkan kalimat-kalimat yang diberikan, terdapat beberapa kata dan frasa yang memiliki potensi untuk mempengaruhi responden dalam melakukan gerakan boikot Israel Kata-kata yang Membangkitkan Emosi: "Lawan pembantaian di Palestina" : Kata "pembantaian" memiliki konotasi negatif yang kuat dan membangkitkan rasa marah, sedih, dan prihatin terhadap rakyat Palestina. Hal ini dapat mendorong responden untuk mengambil tindakan untuk menghentikan "pembantaian" tersebut. "Hanya satu jua boikot produk zionis israel tegass!!": Kata "tegas" dan "satu-satunya" memberikan kesan bahwa boikot produk Israel adalah tindakan yang penting dan mendesak yang harus dilakukan oleh semua orang. Hal ini dapat membuat responden merasa terdorong untuk ikut dalam gerakan tersebut. Kalimat-kalimat tersebut menggunakan berbagai teknik bahasa yang efektif untuk mempengaruhi responden dalam melakukan gerakan boikot Israel. Kata-kata yang membangkitkan emosi, frasa yang menyederhanakan masalah, penggunaan bahasa yang kuat dan menantang, serta penggunaan kata-kata yang menginspirasi semuanya dapat mendorong responden untuk ikut dalam gerakan tersebut

Apakah menurut anda bahasa narasi yang digunakan dalam berita tersebut terdapat unsur provokatif ?
80 jawaban



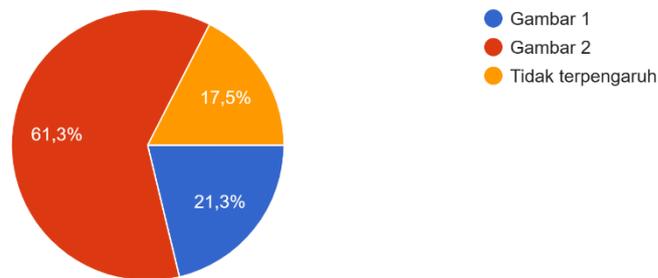
Gambar 7 Pendapat responden terhadap adanya Bahasa provokatif dalam narasi pemboikotan produk Israel

Sumber: olah data penulis 2024

Dari Hasil penelitian yang ada, sebesar 88,8% responden memilih bahwa Bahasa yang ada dalam narasi pemboikotan produk Israel pada McDonald terdapat unsur provokatif. Dimana hal ini terdapat pada narasi yang sudah kami berikan kepada responden di dalam google gform yang sudah kami cantumkan pada gambar 6 . Berdasarkan kalimat-kalimat yang ada pada narasi diberikan untuk aksi pemboikotan produk Israel pada McDonald terdapat beberapa unsur yang dapat dikategorikan sebagai bahasa provokatif dikarenakan terdapat bahasa yang berkonotasi negatif seperti kata “pembantaian” dan “zionis” yang memiliki konotasi negatif yang kuat dan merujuk pada tindakan kekerasan yang brutal pada gerakan politik yang mendukung pendirian negara Israel di tanah Palestina. Penggunaan kata ini dapat membangkitkan rasa marah, kebencian, dan ketakutan pada responden (Studi et al., 2023)terdapatnya penggunaan frasa yang memprovokasi emosi responden seperti kalimat "Hanya satu jua boikot produk zionis israel tegass!!": "hanya satu" dan "tegas" yang memberikan kesan bahwa boikot produk Israel adalah solusi yang paling efektif dan tidak ada alternatif lain. "Blokir produk zionis israel":kata "blokir" yang memiliki makna menghalangi atau mencegah Hal ini dapat membuat responden merasa bahwa mereka harus ikut dalam gerakan tersebut jika mereka ingin membantu rakyat Palestina hal ini dapat diinterpretasikan sebagai ajakan untuk melakukan tindakan yang bersifat konfrontatif dan agresif terhadap produk Israel.pada kalimat "I love you Palestina, boikot zionis israel menggabungkan ekspresi cinta terhadap Palestina dengan ajakan untuk memboikot Israel. Hal ini dapat memicu respons emosional yang kuat pada responden, dan mendorong mereka untuk mengambil tindakan tanpa mempertimbangkan konsekuensinya.

Dari Gambar 1 dan gambar 2 , bahasa narasi manakah yang mampu mempengaruhi anda dalam mendukung boikot produk Mc Donald (MCD) ?

80 jawaban



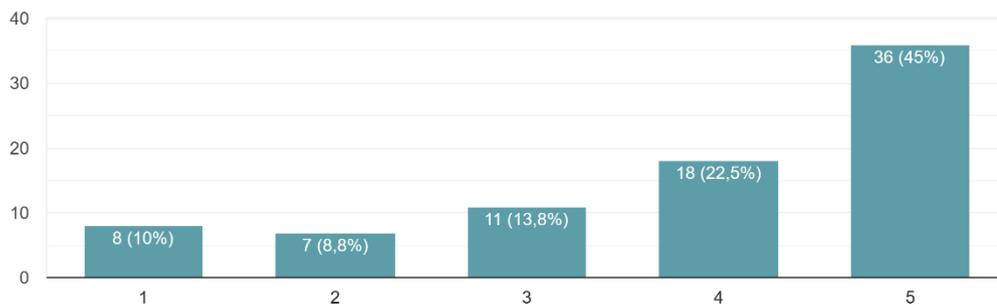
Gambar 8 pendapat responden mengenai bahasa narasi yang digunakan pada pemboikotan produk Israel pada McDonald

Sumber : Olah data penulis 2024



Menurut Pendapat anda, seberapa besar pengaruh bahasa yang digunakan dalam narasi berita dapat merubah perspektif anda terkait boikot produk MC Donald (MCD) ?

80 jawaban



Sumber : Olah data Penulis 2024

Hasil Diagram tersebut dari 80 responden Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur terdapat 45% responden memilih skala 5 (sangat berpengaruh) hal ini menyatakan bahwa bahasa narasi yang ada dalam berita pemboikotan produk Israel pada Mcdonald mampu mempengaruhi persepsi responden dalam mengambil keputusan dan bersikap. Bahasa narasi yang digunakan dalam gerakan boikot produk Israel pada McDonald's memiliki potensi untuk mempengaruhi persepsi responden dalam pengambilan keputusan dan bersikap. Dengan membangun kerangka cerita yang menarik, menghubungkan emosi

dengan tindakan, menyederhanakan masalah yang kompleks, membangun identitas dan komunitas, dan memperkuat keyakinan dan nilai, narasi dapat mendorong responden untuk mendukung gerakan boikot dan mengambil tindakan



Dalam penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahasa narasi dalam boikot produk McDonald yang terkait dengan Israel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur sebesar 83%, hal ini berarti bahasa yang digunakan dalam kampanye boikot mampu mengubah pandangan dan keyakinan mahasiswa tentang boikot Israel. Hasil penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana bahasa disampaikan melalui narasi hal tersebut memengaruhi persepsi dan sikap masyarakat, khususnya mahasiswa UPN. Implikasi dari temuan ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam memobilisasi dukungan terhadap gerakan boikot dan aktivisme mahasiswa di masa depan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis di atas, Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu (1) bahasa narasi boikot produk Israel pada Mc Donald yang ada pada media sosial dan Internet yaitu terdapat adanya bahasa ajakan dalam mendukung dan mengajak untuk melakukan gerakan boikot produk Israel Mcdonald, Bahasa emosi Kebencian dan kemarahan terhadap zionis Israel, dan Bahasa penentangan terhadap adanya produk zionis Israel (2) pendapat mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur dalam Bahasa Narasi yang digunakan untuk Pemboikotan produk Israel pada MC Donald yaitu isu dan bahasa yang digunakan membuktikan bahwa Israel mendukung zionis oleh karena itu mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur setuju, mendukung dan ikut melakukan pemboikotan produk Israel pada McDonald (3) penggunaan bahasa narasi Boikot produk Israel pada Mc Donald berpengaruh terhadap persepsi Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur yaitu sebesar 83% responden dalam mendukung aksi gerakan boikot produk Israel pada McDonald.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashif Barchiya, Sri Suciarti, S. F. (2024). Konflik Batin Tokoh Utama Dalam Novel Sebening Syahadat Karya Diva SR: Kajian Psikologi Sastra Sebagai Alternatif Bahan Ajar Di Gerakan Sosial: Aksi Bela Palestina Boikot Produk Israel Di Kota Padang 2017-2023 SMA. CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan, 04(01). <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.55606/cendekia.v4i1.2197>
- Akbar, I. (2016). DEMOKRASI DAN GERAKAN SOSIAL (BAGAIMANA GERAKAN MAHASISWA TERHADAP DINAMIKA PERUBAHAN SOSIAL). Jurnal Wacana Politik, 01(02). <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jwp.v1i2.11052>
- Anggraini, N. (2023). Ketua KNPI Sumbar Nanda Satria: Ayo Tinggalkan Produk Israel dan

- Majukan UMKM Lokal Serta Produk Dalam Negeri. *Www.Harianhaluan.Com*.
<https://www.harianhaluan.com/news/1010829873/ketua-knpi-sumbar-nanda-satria-ayo-tinggalkan-produk-israel-dan-majukan-umkm-lokal-serta-produk-dalam-negeri?page=1>
- Audra Laili, Muhammad Iqbal Fasa, A. K. J. (2021). Analisis Hukum Ekonomi Syari'ah Terhadap Pemboikotan Produk Israel. (EKSYA) *Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Madina, Jurnal Ekonomi Syariah*, 02(02). <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/eksya/article/view/614>
- Batubara, N. I. (2022). Faktor-Faktor Penyebab Kegagalan Gerakan Pemberontakan Partai Komunis Indonesia (PKI) 1926-1927. *Politeia: Jurnal Ilmu Politik*, 14(01). <https://doi.org/https://doi.org/10.32734/politeia.v14i1.6360>
- Cahaya, E. N. (2022). AGRESI ISRAEL TERHADAP PALESTINA YANG BERUJUNG PELANGGARAN HAK ASASI MANUSIA PADA PALESTINA. *Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 03(01). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26418/jppkn.v3i1.52144>
- Dadan Nugraha, Seni Aprilia, R. K. V. (2017). KEMAMPUAN EMPATI ANAK USIA DINI. *Jurnal PAUD Agapedia*, 01(01). <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/jpa.v1i1.7158>
- Emilia Palupi Nurjannah, M. F. (2019). Deklarasi Balfour: Awal Mula Konflik Israel Palestina. *PERIODE: Jurnal Sejarah Dan Pendidikan Sejarah*, 01(01). <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/periode/article/view/10479>
- Febrian Fachri, A. Y. (2021). Gubernur Sumbar Minta RI Tunjukkan Sikap Tegas pada Israel. *Republika*. <https://news.republika.co.id/berita/qt97n0396/gubernur-sumbar-minta-ri-tunjukkan-sikap-tegas-pada-israel>
- Hapsari, D. R. (2016). Peran Jaringan Komunikasi Dalam Gerakan Sosial Untuk Pelestarian Lingkungan Hidup. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 01(01). <https://doi.org/https://doi.org/10.25008/jkiski.v1i1.33>
- Haq, N. (2023). Media Israel: Kami Tak Boleh Ungkapkan Jumlah Tentara yang Tewas dan Terluka. *Hidayatullah.Com*. <https://hidayatullah.com/berita/2023/11/13/261535/media-israel-kami-tak-boleh-ungkap-jumlah-tentara-yang-tewas-dan-terluka.html>
- Ilhamda Fattah Kaloko, Zainul Dauly, Syofirman Syofyan, Mustika Sukma Utari, H. (2022). KONFLIK ISRAEL VS. PALESTINA MEMANAS, INDIVIDU MANA YANG HARUS BERTANGGUNGJAWAB? *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia*, 07(02). <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i12.11279>
- Indrawati, N. (2017). Aksi Bela Palestina di Padang, Walikota Serukan Boikot Produk Israel. *Padangmedia.Com*. <https://padangmedia.com/aksi-bela-palestina-di-padang-walikota-serukan-boikot-produk-israel/>
- Cahaya, E. N. (2022). Agresi Israel Terhadap Palestina Yang Berujung Pelanggaran Ham Pada Palestina. *Jurnal Pendidikan PKN (Pancasila Dan Kewarganegaraan)*, 3(1), 43. <https://doi.org/10.26418/jppkn.v3i1.52144>
- Risqi, M., Septiazi, F., & Yuliana, N. (2023). Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GERAKAN BOIKOT PRODUK ISRAEL DI INDONESIA. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 2(4), 2023–2054.
- Studi, P., Komunikasi, I., Ilmu, F., Dan, S., Universitas, P., Makassar, I., Ilmu, F., Dan, S., Universitas, P., & Timur, I. (2023). Framing Media Online Kompas . Com Terkait Isu Palestina. 09(September), 138–159. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.33274.06083>
- Cahaya, E. N. (2022). Agresi Israel Terhadap Palestina Yang Berujung Pelanggaran Ham Pada Palestina. *Jurnal Pendidikan PKN (Pancasila Dan Kewarganegaraan)*, 3(1), 43. <https://doi.org/10.26418/jppkn.v3i1.52144>
- Nainggolan, I. D. P., Widyawan, P. A., Akbar, N., K, L. F., & Sholihatin, E. (2023). Analisis Framing Pemberitaan Puan Maharani Terhadap Isu Peraturan Perundang-Undangan Cipta Kerja Di Portal Berita Kompas.Com Dan Detik.Com Pada Edisi Oktober 2020. *Sabda : Jurnal Sastra Dan Bahasa*, 1(2), 1–14.
- Putri, F. A., Sudyana, B., & Wicaksana, M. F. (2021). Retorika Pada Bagian Metode Penelitian

- Artikel Ilmiah Jurnal Litera. Prosiding Seminar Nasional Bahasa, Sastra, Dan Seni (Sesanti), SE-Articles, 140–145. <https://eprosiding.fib-unmul.id/index.php/sesanti/article/view/59>
- Risqi, M., Septiazi, F., & Yuliana, N. (2023). Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GERAKAN BOIKOT PRODUK ISRAEL DI INDONESIA. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 2(4), 2023–2054.
- Sholihatin, E., Dyah, A., Novilia, N., Desta, E., Yulia, I., Zakariya, R., Weis, E., Nasional, P., & Jawa, V. (2023). PERSEPSI MAHASISWA ARSITEKTUR UPN VETERAN JAWA TIMUR PADA. 15(1), 362–380.
- Studi, P., Komunikasi, I., Ilmu, F., Dan, S., Universitas, P., Makassar, I., Ilmu, F., Dan, S., Universitas, P., & Timur, I. (2023). Framing Media Online Kompas . Com Terkait Isu Palestina. 09(September), 138–159. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.33274.06083>
- Yullah, A. (2016). Analisis Framing Pemberitaan Boikot Produk Israel Pada Kantor Berita Islam Mi'raj News Agency. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(4), 267–281.