



**KAMPANYE GERAKAN BOIKOT PRODUK  
PENDUKUNG ISRAEL TERHADAP MCDONALD'S  
INDONESIA PADA AKUN TIKTOK  
@CALON\_SURGA8**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh  
Gelar Sarjana dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh :

Nanda Wulandari

41182037200094

**PROGRAM ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA  
UNIVERSITAS ISLAM "45" BEKASI  
2024 M/1445 H**

## LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Kampanye Gerakan Boikot Produk Pendukung Israel  
Terhadap McDonald's Indonesia Pada Akun TikTok  
@calon\_surga8

Nama : Nanda Wulandari

NPM : 41182037200094

Konsentrasi : Public Relations

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

Bekasi, 20 Juni 2024

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing



**Winda Primasari, M.Si**  
NRP 45.1.01.02.2012.016



**Saepudin, SS, M.Soc.Sc**  
NRP 45.1.01.11.2011.031

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul:

**“Kampanye Gerakan Boikot Produk Pendukung Israel Terhadap McDonald’s Indonesia Pada Akun TikTok @calon\_surga8”**



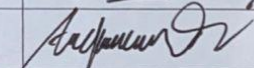
Telah dipertahankan dihadapan sidang dewan penguji Skripsi pada:

Hari : Jum’at  
Tanggal : 28 Juni 2024  
Waktu : 08.00 – 09.00 WIB

#### Oleh



Nama : Nanda Wulandari  
NPM : 41182037200094  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

#### Dewan Penguji

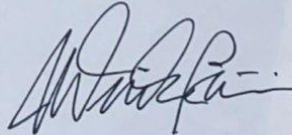
Ket	Nama	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Siti Khadijah, M.Si	
Penguji I	Kartini Rosmalah DK, M.I.Kom	
Penguji II	Saepudin, S.S., M.Soc.Sc	

Bekasi, 19 Juli 2024

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra  
dan Bahasa

  
  
**Dr. Nuryadi, M.Hum**  
NRP: 45.1.01.04.2010.012

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi

  
**Winda Primasari, M.Si**  
NRP: 45.1.01.02.2012.016

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

### LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah saya. Saya bersedia menerima sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 19 Juni 2024



Nanda Wulandari  
41182037200094



## ABSTRAK

Program Ilmu Studi  
Komunikasi  
Fakultas Komunikasi,  
Sastra, dan Bahasa  
2024

Nanda Wulandari, 41182037200094

Kampanye Gerakan Boikot Produk Pendukung Israel : Studi Kasus Pemboikotan  
McDonald's Indonesia Pada Akun TikTok @calon\_surga8

Di bawah bimbingan Saepudin, SS, M.Soc.Sc

Sejak serangan oleh Hamas terhadap Israel di bagian selatan Jalur Gaza pada 7 Oktober 2023, yang memicu reaksi dan dukungan internasional terhadap Palestina. Sebagai respons terhadap konflik ini, masyarakat di seluruh dunia mulai melakukan boikot terhadap produk-produk yang mendukung Israel termasuk pada McDonald's. Saat ini media sosial TikTok, dimanfaatkan untuk melakukan kampanye boikot terhadap McDonald's Indonesia. Salah satunya akun TikTok @calon\_surga8 telah banyak mengunggah konten boikot produk pendukung Israel pada McDonald's Indonesia untuk mengajak masyarakat mendukung Palestina. Tujuan penelitian ini adalah bagaimana akun TikTok @calon\_surga8 dalam mengkampanyekan gerakan boikot produk pendukung Israel pada McDonald's Indonesia. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan deksriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penelitian dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun TikTok @calon\_surga8 belum optimal menggunakan tahap-tahap teori konsep pesan kampanye karena kurang mampu menggunakan tahap format yaitu menyampaikan pesan dalam bentuk *font* visual sehingga tidak menarik perhatian audiens dari segi visual pada font dalam konten boikot McDonald's serta tidak melakukan tahap pengulangan sehingga pesan tersebut tidak menarik daya ingat untuk audiensnya terhadap konten boikot produk pendukung Israel pada McDonald's.

**Kata Kunci:** Kampanye, boikot McDonald's, produk pendukung Israel, TikTok

## **ABSTRACT**

*Islamic University 45 Bekasi  
Study of Communication Science  
Faculty of Communication, Literature Language  
2024*

*Nanda Wulandari 41182037200094*

*Campaign to Boycott Products Supporting Israel: Case Study of McDonald's Indonesia Boycott on TikTok Account @calon\_surga8*

*Under the guidance of Saepudin, SS, M.Soc.Sc*

*Since the attack by Hamas on Israel in the southern part of the Gaza Strip on October 7 2023, which sparked international reaction and support for Palestine. In response to this conflict, people around the world began boycotting products that support Israel, including McDonald's. Currently, TikTok social media is being used to carry out a boycott campaign against McDonald's Indonesia. One of them is the TikTok account @calon\_surga8 which has uploaded a lot of content boycotting products supporting Israel at McDonald's Indonesia to invite people to support Palestine. The aim of this research is how the TikTok account @calon\_surga8 campaigns for the boycott of products supporting Israel at McDonald's Indonesia. This research method uses qualitative with a descriptive approach. Data collection was carried out through observation, interviews and documentation research. The results of this research indicate that the TikTok account @calon\_surga8 has not optimally used the theoretical stages of the campaign message concept because it is not able to use the format stage, namely conveying messages in the form of visual fonts so that it does not attract the audience's attention in terms of visuals in the font in the McDonald's boycott content and does not carry out the steps repetition so that the message does not attract the audience's memory of the content of the boycott of products supporting Israel at McDonald's*

*Keywords: Campaign, McDonald's boycott, products supporting Israel, TikTok*

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi berjudul **Kampanye Gerakan Boikot Produk Pendukung Israel Terhadap McDonald's Indonesia Pada Akun TikTok @calon-surga8**.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Nuryadi, M. Hum selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam "45" Bekasi.
2. Ibu Syabaningrum Prihartini, M.Hum selaku Wakil Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam "45" Bekasi.
3. Ibu Winda Primasari, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam "45" Bekasi.
4. Bapak Saepudin, SS, M.Soc.Sc selaku Dosen pembimbing skripsi, terima kasih karena telah memberikan bimbingan, arahan, dorongan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan baik.
5. Kedua orang tua penulis yang senantiasa tulus memberikan motivasi, do'a, kasih sayang, keikhlasan dan kesabaran yang tak henti-hentinya mengalir untuk penulis baik materil dan moril dalam memfasilitasi segala kebutuhan perkuliahan sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
6. Teruntuk tika terimakasih sudah menjadi patner satu pembimbing yang baik dan selalu menjadi keluh kesah, penyemangat saat proses mengerjakan skripsi.
7. Teruntuk genk cegyl tika, ulan, shafa, jiah, ara terima kasih sudah membantu, menyemangati sekaligus menghibur dalam proses mengerjakan skripsi dan terima kasih sudah menjadi sahabat terbaik selama menempuh perkuliahan karena banyak sekali moment yang kita lalui bersama.
8. Teruntuk abang kaye dan novia sudah membantu proses pengerjaan skripsi dan menjadi support sistem yang luar biasa sampai memberi bunga jauh-jauh.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini. Namun, hal tersebut telah diusahakan semaksimal mungkin kesempurnaanya sesuai dengan batas kemampuan yang ada. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian .....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Akademis .....	11
1.4.2. Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II .....</b>	<b>12</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
2.1.1. Penelitian Annisa Amalia, Niken Savitri Anggraeni “Pencegahan Depresi Di Kalangan Dewasa Muda Akibat Pandemi Covid-19 Melalui Kampanye Sosial Pada Instagram”, 2022.....	12
2.1.2. Penelitian Molly Francesca, Lusia Savitri Setyo Utami “Analisis Kampanye TikTok “BFI Senyum Ramadhan” Sebagai Pembangun Brand Awareness di BFI Finance”, 2022 .....	12
2.1.3. Penelitian Safyra Fajari Oktafiana, Nova Kristiana “Perancangan Kampanye Sosial Tentang Pelecehan Seksual Terhadap Perempuan Pada Media Sosial”, 2021.....	13
2.1.4. Penelitian Edy Prihantoro, Noviawan Rasyid Ohorella “Aplikasi TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Sesuai Panduan WHO Terhadap Kesadaran Hidup Sehat Mahasiswa”, 2020 .....	14
2.1.5. Penelitian Hardawan Mahmoud Kakashekh, Hersh Rasool Murad, Araz Ramazan Ahmad, Muhammad Saud “Effects of the Facebook   boycott	

campaign on Turkish products and its influence on demand of Kurdish consumers 2020”, 2021.....	14
2.1.6. Penelitian Abdul Rauf Ridzuan, Hasnina Jeffuzan Geo, Hanita Hassan, Zaizul Ab Rahman, Noordin Othman, Arif Zulkarnain, and Amia Luthfia “Social Media Platforms in Promoting Effectiveness Campaign During Covid-19”, 2022.....	15
2.1.7. Penelitian Seyedasaad Hosseini a, Abolfazl Siyamiyan Gorji a, Tan Vo-Thanh b and Mustafeed Zaman “Behind the hashtags: exploring tourists’ motivations in a social media-centred boycott campaign”, 2023 .....	16
2.1.8. Penelitian Christian Adicandra, Tri Cahyo Kusumandyoko “Perancangan Meme Sebagai Kampanye Untuk Remaja Tentang Bahaya Pernikahan Dini Melalui Tiktok”, 2023 .....	17
2.2. Kerangka Teori.....	23
2.2.1. Komunikasi Sosial .....	23
2.2.2. Perubahan Sosial .....	26
2.2.3. Kampanye Sosial.....	27
2.2.4. Gerakan Sosial .....	32
2.2.5. Media Sosial.....	32
2.2.6. Aplikasi TikTok .....	34
2.2.7. Konten .....	37
2.2.8. Boikot.....	39
2.2.9. Produk .....	43
2.3. Kerangka Pemikiran .....	43
<b>BAB III.....</b>	<b>46</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
3.1. Metode Penelitian.....	46
3.2. Unit Analisis.....	46
3.2.1. Key Informan .....	47
3.2.2. Informan.....	47
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.3.1. Data Primer .....	48
3.3.2. Data Sekunder .....	50
3.4. Definisi Konseptual .....	51
3.5. Teknik Analisis Data .....	52
3.6. Keabsahan Data .....	54
<b>BAB IV .....</b>	<b>57</b>

<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	57
4.1.1. Sejarah Singkat Aplikasi TikTok.....	57
4.1.2. Gambaran Umum Akun TikTok @calon_surga8.....	59
4.1.3. Profil Informan .....	60
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	61
4.2.1. Pesan Kampanye Akun TikTok @calon_surga8 .....	62
4.3. Pembahasan.....	126
<b>BAB V.....</b>	<b>163</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>163</b>
5.1. Kesimpulan .....	163
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>165</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>170</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Akun TikTok @calon_surga8.....	9
Gambar 1. 2 Gerakan Boikot McDonald's .....	9
Gambar 1. 3 Konten Visual Boikot McDonald's.....	10
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	45
Gambar 4. 1 Logo Aplikasi TikTok.....	57
Gambar 4. 2 Profil Akun TikTok @calon_surga8.....	59
Gambar 4. 3 Transisi Pertama Konten Aksi Boikot 2023 Free Palestina .....	65
Gambar 4. 4 Transisi Kedua Konten Aksi Boikot 2023 Free Palestina.....	66
Gambar 4. 5 Transisi Ketiga Konten Konten Aksi Boikot 2023 Free Palestina....	68
Gambar 4. 6 Transisi Keempat Konten Aksi Boikot 2023 Free Palestina.....	69
Gambar 4. 7 Aksi Kampanye Boikot di Salah Satu McDonald's Indonesia .....	77
Gambar 4. 8 Scene Kedua konten McDonald's Dengan Simbol Silang Dan Ramlee Dengan Simbol Ceklis. ....	85
Gambar 4. 9 Scene Video Kedua Konten McDonald's Dengan Simbol Silang dan Ramlee Dengan Simbol Ceklis .....	87
Gambar 4. 10 Konten Efek Pemboikotan McDonald's Pasang Balon Bernuansa Palestina .....	93
Gambar 4. 11 Slide Pertama Postingan Instagram @mimi_julid .....	102
Gambar 4. 12 Slide Kedua Postingan Instagram @mimi_julid.....	103
Gambar 4. 13 Slide Ketiga Postingan Instagram @mimi_julid.....	104
Gambar 4. 14 Slide Keempat Postingan Instagram @mimi_julid.....	105
Gambar 4. 15 Slide Kelima Postingan Instagram @mimi_julid.....	106
Gambar 4. 16 Konten "Saus McDonald's = Darah" .....	113
Gambar 4. 17 Scene Video Pertama Konten Segera Menghapus Aplikasi McDonald's.....	118
Gambar 4. 18 Scene Video Kedua Slide Pertama Postingan Instagram @felixsiauw .....	119
Gambar 4. 19 Video Scene Kedua Slide Kedua Postingan Instagram @felixsiauw	

.....120

Gambar 4. 20 Video Scene Slide Ketiga Postingan Instagram @felixsiauw .....121

Gambar 4. 21 Scene Video Ketiga Hasil Record Menghapus Aplikasi McDonald's  
.....122

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan akun TikTok @calon_surga8 dengan akun TikTok lainnya .....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 4. 1 Analisis Konten.....	129

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran 1</b> Lembar Catatan Bimbingan.....	170
<b>Lampiran 2</b> Hasil Turnitin.....	171
<b>Lampiran 3</b> Dokumentasi Key Informan dan Informan.....	172
<b>Lampiran 4</b> Transkrip Wawancara dengan Key Informan dan Informan.....	174

## HASIL TURNITIN

