

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian terhadap kampanye boikot produk pendukung Israel pada akun Instagram @gerakanbds pada periode Mei 2021 sampai 13 September 2025 telah dilakukan dengan menganalisis 2 konten utama yaitu gambar dan teks. Analisis dilakukan dengan metodologi analisis isi kuantitatif serta menggunakan uji reliabilitas Scott *Pi*. Proses analisis dilakukan dengan dua orang *coder* memberi penilaian menggunakan konsep komunikasi daya tarik pesan lewat lembar *coding*. Dari konsep daya tarik pesan, pendekatan utama dalam daya tarik pesan yaitu *rational appeals* dan *emotional appeals* dipilih menjadi kategori dalam lembar *coding*.

Hasil penelitian pada kampanye boikot produk pendukung Israel pada akun Instagram @gerakanbds memperlihatkan bahwa unggahan-unggahan kampanye untuk melakukan boikot pada akun mereka mampu membentuk persepsi masyarakat, meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap boikot produk pendukung Israel, serta mendorong masyarakat untuk melakukan boikot pada produk dari perusahaan yang mendukung Israel. Secara keseluruhan, *rational appeals* menjadi kategori paling banyak dipilih oleh dua orang *coder*. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *rational appeals* mendominasi pada pendekatan daya tarik pesan dalam unggahan-unggahan kampanye boikot produk pendukung Israel pada akun Instagram @gerakanbds. Penelitian ini juga menguatkan bahwa Instagram memiliki potensi besar sebagai media penyebaran pesan persuasif. Platform ini tidak hanya efektif dalam menyampaikan informasi, tetapi juga mampu mempengaruhi perilaku masyarakat, termasuk mendorong masyarakat untuk melakukan boikot pada produk pendukung Israel.

#### 5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan, Dengan mempertimbangkan hal tersebut, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan membantu pengembangan penelitian di masa mendatang, saran tersebut yaitu:

##### 5.2.1 Saran Praktis

1. Berdasarkan hasil analisis pada kampanye boikot produk pendukung Israel pada akun @gerakanbds, peneliti memberikan saran untuk memberikan konten edukasi lewat konten video, karena unggahan konten berupa video tergolong cukup sedikit pada akun Instagram @gerakanbds terutama dalam hal edukasi boikot.

2. Peneliti juga memberikan saran untuk Instagram @gerakanbds untuk memberikan informasi detail terkait sumber-sumber informasi pada akhir konten.
3. Peneliti juga menyarankan untuk menggunakan media sosial Instagram pada gerakan-gerakan sosial di luar boikot produk pendukung Israel.

### **5.2.2 Saran Akademis**

1. Pada penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk menggunakan metode serta variabel lain untuk penelitian yang hampir serupa terutama penelitian kampanye atau pesan persuasif di media sosial. Hal tersebut dilakukan agar mendapatkan perspektif lain tak hanya terbatas pada analisis deskriptif.
2. Pada penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk menambahkan *coder* serta menambah kategori, sehingga memperbesar potensi mendapatkan hasil uji reliabilitas lebih tinggi
3. Pada penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk menggunakan teori dalam perspektif lain dalam komunikasi persuasif, sehingga penelitian tersebut tidak terbatas dengan konsep daya tarik pesan persuasif.