# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA

## 2.1 Analisis Isi Pesan (*Content Analysis*)

Analisis isi merupakan metode ilmiah yang bersifat objektif, efektif, dapat diandalkan dan dapat di ulang yang digunakan untuk menentukan isi komunikasi secara sistematis (Eriyanto, 2011:15-16). Peneliti menggunakan analisis isi untuk memahami gambaran keseluruhan, karakteristik pesan, serta mengidentifikasi perkembangan atau tren yang sedang terjadi. Menurut Neuendorf (2002:10), analisis isi adalah proses yang melibatkan peringkasan dan penghitungan pesan dengan pendekatan ilmiah, tanpa terbatas pada jenis variabel tertentu maupun konteks tempat pesan tersebut dibentuk dan disajikan. Analisis isi bertujuan untuk melakukan pengamatan dan identifikasi yang terstruktur terhadap konten komunikasi yang terlihat jelas atau nyata (manifest) dengan mengedepankan prinsip-prinsip objektivitas, validitas, dan reliabilitas (Eriyanto, 2011:15-16).

Menurut Liweri (2011), pesan adalah suatu gagasan yang dibuat oleh pengirim dan bertujuan untuk diinterpretasikan oleh penerima, sehingga terjalin pemahaman bersama. Setiap pesan mengandung inti pesan atau tema utama yang berfungsi sebagai pengarah dalam usaha mengubah sikap dan perilaku penerima pesan. A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab (1987:61) mengidentifikasi tiga bentuk pesan, yaitu:

1. Informatif, bertujuan untuk memberi keterangan berupa fakta dan data.
2. Persuasif, bertujuan untuk membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia sehingga mampu mengubah sikap penerima pesan.
3. Koersif, berisi pesan bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi untuk mencapai suatu target.

Pesan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi dan pemahaman audiens. Analisis isi pesan merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memahami isi dari pesan dalam komunikasi. Dengan melakukan analisis isi pesan, peneliti dapat mengidentifikasi pesan yang disampaikan dalam akun Instagram @bdsnationalcommittee untuk mempengaruhi sikap, persepsi, dan perilaku audiens.

## 2.2 Kampanye Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS)

### 2.2.1 Konsep Dasar Kampanye

Kampanye adalah serangkaian kegiatan komunikasi terorganisasi yang dilakukan secara konsisten selama jangka waktu yang telah ditentukan dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah khalayak besar (Rogers dan Storey, 1987). Berdasarkan definisi tersebut, maka setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya mengandung 4 hal berikut:

1. Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu;
2. Jumlah khalayak sasaran yang besar;
3. Biasanya dilaksanakan dalam kurun waktu tertentu; serta
4. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.

Kampanye juga memiliki ciri lain, yaitu adanya sumber yang jelas. Sumber yang dimaksud yakni pihak yang menginisiasi, merancang, menyampaikan, sekaligus bertanggung jawab atas kampanye tersebut sehingga setiap individu yang berperan dalam menerima pesan kampanye dapat mengenali dan menilai kredibilitas dari sumber pesan tersebut.

Kampanye biasanya terdiri dari beberapa pesan yang didistribusikan melalui beberapa media dengan kemungkinan mencapai target dan efeknya tergantung pada kualitas saluran dan isi pesan (McQuail, 2011)

Secara umum tujuan kampanye adalah untuk mengangkat suatu isu dengan menyampaikan gagasan atau pesan kampanye agar masyarakat menyukai, bersimpati, peduli dan ingin mendukung kampanye tersebut. Ostergaard (2002) menyebutkan bahwa ada tiga aspek utama untuk menciptakan perubahan yang disebut sebagai 3A, yaitu:

1. Awareness (Kesadaran)

   Pengetahuan merupakan tahap awal dimana kampanye bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman isu atau topik tertentu. Pada tahap ini, informasi diberikan untuk menarik perhatian dan meningkatkan kesadaran kepada target audiens. Dalam konteks kampanye solidaritas Palestina diartikan dengan meningkatkan kesadaran tentang situasi di Palestina dan kegiatan BDS Movement.

2. Attitude (Sikap)

   Setelah kesadaran tercapai, langkah selanjutnya adalah dengan mempengaruhi sikap atau pandangan masyarakat terhadap isu tersebut. Tujuan tahap ini adalah menciptakan perasaan suka, peduli, simpati, dan dukungan terhadap isu yang dikampanyekan. Ini melibatkan perubahan pandangan yang lebih mendukung atau simpati terhadap isu Palestina dan gerakan BDS.

3. Action (Tindakan)

   Tahap terakhir adalah mendorong tindakan konkret berdasarkan kesadaran dan sikap yang telah terbentuk. Dalam konteks kampanye BDS, ini bisa berarti partisipasi aktif dalam boikot, divestasi, atau mendukung sanksi terhadap Israel.

### 2.2.2 Kampanye BDS

BDS Movement adalah organisasi internasional yang didirikan untuk memberikan dukungan terhadap perjuangan Palestina. BDS Movement memiliki tiga fokus utama dalam melakukan kampanye, yakni boikot,

divestasi, dan sanksi yang disebut kampanye Boikot, Divestasi, dan Sanksi atau disingkat menjadi Kampanye BDS. Kampanye BDS menargetkan adanya perubahan melalui tindakan kolektif yang terencana tersebut. Berikut penjelasan mengenai tiga fokus utama pada strategi kampanye yang dilakukan oleh BDS Movement (dikutip dari palestinecampaign.org):

1. Boikot merupakan penarikan dukungan terhadap Israel meliputi budaya, lembaga olahraga, akademis, dan seluruh entitas yang turut terlibat dengan menolak membeli atau menggunakan produk atau jasa tertentu sebagai bentuk protes terhadap praktik atau kebijakan tertentu yang dianggap tidak etis sebagai bentuk tekanan.

2. Divestasi adalah penarikan investasi dari Israel dan semua yang terlibat mendukung Israel. Kampanye divestasi mendesak bank, dewan local, organisasi keagamaan, dana pension, dan universitas untuk menarik investasi dari perusahaan yang membantuk mempertahankan apartheid Israel.

3. Sanksi bertujuan untuk memberi tekanan pada suatu entitas, umumnya pemerintah, untuk memenuhi kewajiban hukum mengakhiri apartheid Israel dengan tidak membantu atau mendukung pemeliharaannya dengan cara seperti mengakhiri perdagangan militer dan perjanjian perdagangan bebas, serta menangguhkan keanggotaan Israel di forum internasional.

## 2.3 Solidaritas Palestina

### 2.3.1 Konsep Dasar Solidaritas

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) VI Daring, solidaritas didefinisikan sebagai: (1) sifat satu rasa (senasib dan sebagainya); (2) perasaan setia kawan. Solidaritas adalah perasaan persatuan atau kesamaan kepentingan dan tujuan antara anggota kelompok. Solidaritas sering dikaitkan dengan kerjasama dan dukungan bersama dalam mencapai tujuan bersama. Marx

(1848) menekankan solidaritas kelas sebagai kekuatan utama dalam perjuangan melawan eksploitasi oleh kelas kapitalis. Solidaritas disini merupakan bentuk kesadaran kelas dan perjuangan bersama.

### 2.3.2 Palestina

Palestina merujuk pada wilayah geografis dan identitas nasional yang dikaitkan dengan penduduk Arab yang tinggal di wilayah tersebut. Tepi Barat dan Jalur Gaza adalah dua wilayah utama yang membentuk Palestina. Tepi Barat berbatasan dengan Israel dan Yordania, sedangkan Jalur Gaza berbatasan dengan Israel dan Mesir. Palestina diwakili oleh dua entitas utama, yaitu Otoritas Palestina yang mengelola Tepi Barat dan Hamas yang menguasai Jalur Gaza.

### 2.3.3 Solidaritas Palestina

Solidaritas Palestina dimaknai sebagai persamaan rasa atau perasaan setia kawan terhadap Palestina yang diwujudkan dalam dukungan terhadap perjuangan Palestina melawan penindasan dan ketidakadilan. Solidaritas terhadap Palestina berupa aksi-aksi nyata dengan tujuan membantu Palestina mendapatkan hak-hak mereka yang dilakukan dengan cara seperti memberikan bantuan maupun melakukan kampanye sebagai bentuk solidaritas terhadap Palestina.

## 2.4 Konflik Israel-Palestina

### 2.4.1 Konsep Dasar Konflik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konflik adalah percekcokan, perselisihan, dan pertentangan. Sedangkan secara umum, konflik didefinisikan sebagai situasi dimana dua pihak atau lebih memiliki perbedaan pandangan, kepentingan, atau tujuan sehingga menyebabkan adanya ketegangan atau perselisihan.

### 2.4.2 Konflik Israel - Palestina

Palestina beralih dari kekuasaan Turki Usmani ke tangan Inggris pada tahun 1917 setelah Turki Usmani mengalami kekalahan dalam perang. Hanya saja seolah Palestina baru berpindah dari kendali orang Arab-Islam kepada orang-orang Yahudi setelah deklarasi kemerdekaan Israel pada tanggal 14 Mei 1948.

Konflik Israel-Palestina dimulai pada akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20 ketika gerakan Zionisme berusaha membangun tanah air bagi orang Yahudi di Palestina. Rencana strategis ini diprakarsai oleh pelobi Zionis yakni Dr. C. Wheizmann dan mendapat dukungan dari zionis British (Inggris). Mohd. Nor mengidentifikasi empat program utama yang dijalankan oleh Gerakan zionis dalam Upaya mewujudkan negara Yahudi di Palestina. Program-program tersebut meliputi:

a. Promosi sistem pertanian dan industri Yahudi sebagai instrument kolonialisme
b. Pembentukan jaringan organisasi Zionis yang terstruktur dan ekstensif
c. Penguatan identitas dan kesadaran nasional Yahudi
d. Upaya diplomatik untuk memperoleh pengakuan internasional terhadap tujuan Zionis

Keempat program tersebut menjadi dasar perjuangan Yahudi di Palestina. Program-program ini berhasil menarik simpati dari Yahudi di seluruh dunia, serta dukungan khusus dari Inggris atau Britania Raya. Dukungan pemerintah Inggris pada Perang Dunia I tercermin dalam wujud Deklarasi Balfour yang dikeluarkan tanggal 2 November 1917, yang menyatakan dukungan pembentukan rumah nasional bagi orang Yahudi di Palestina. Perselisihan antara kelompok-kelompok di wilayah Palestina mengenai identitas dan wilayah semakin memanas akibat deklarasi ini. Selama periode Perang Dunia, imigrasi Yahudi ke Palestina meningkat sehingga menyebabkan ketegangan antara Palestina dan Yahudi yang mulai bersaing untuk menguasai wilayah

tersebut. Perebutan wilayah dan identitas ini menciptakan jurang konflik yang semakin dalam antara Yahudi dan Palestina. Inilah yang menjadi dasar bagi konflik berkepanjangan antara keduanya.

Konflik Israel-Palestina mengalami titik balik penting pada tahun 1947 ketika PBB memutuskan untuk memisahkan wilayah Palestina menjadi dua negara yang berbeda: satu untuk bangsa Yahudi dan satu lagi untuk bangsa Arab. Keputusan ini mendapat tanggapan berbeda dari kedua pihak; pemimpin Yahudi menerimanya, sementara pemimpin Arab menolaknya. Akibatnya, pecah konflik bersenjata antara kedua kubu. Setahun kemudian, pada 1948, Israel secara resmi memproklamasikan kemerdekaannya. Peristiwa ini memicu eksodus besar-besaran sekitar satu juta warga Arab Palestina dari tanah leluhur mereka, yang dikenal sebagai peristiwa Nakba. Hasilnya adalah terbentuknya sebuah negara baru dengan populasi mayoritas Yahudi di wilayah yang sebelumnya merupakan tanah Palestina. Perselisihan Israel-Palestina tidak hanya terbatas pada pengungsian massal warga Palestina. Konflik ini juga ditandai oleh serangkaian pertempuran besar antara negara-negara Arab dan Israel, seperti Perang Enam Hari pada 1967 dan Perang Yom Kippur di tahun 1973. Peristiwa-peristiwa ini semakin memperkeruh suasana dan mengakibatkan perubahan signifikan pada peta wilayah Palestina. Khususnya, pendudukan Israel atas Tepi Barat dan Jalur Gaza pasca Perang Enam Hari memicu gelombang perlawanan berkelanjutan dari berbagai kelompok Palestina. Sebagai respons terhadap situasi ini, muncul organisasi-organisasi perjuangan Palestina, terutama Organisasi Pembebasan Palestina (PLO) dan Hamas, yang bertujuan untuk memperjuangkan hak-hak rakyat Palestina.

Konflik Israel-Palestina berakar pada faktor-faktor sejarah, politik, dan budaya. Inti dari konflik ini adalah persaingan antara dua kelompok untuk memiliki tanah yang sama di wilayah yang sama, serta konflik atas hak, kedaulatan, dan identitas nasional. Banyak upaya internasional yang telah dilakukan untuk memberikan solusi damai atas konflik yang begitu kompleks, namun hingga kini masih belum mencapai titik terang atas konflik yang terjadi.

## 2.5 Media Sosial

### 2.5.1 Konsep Dasar Media Sosial

Media merujuk pada alat atau sarana komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi. Dalam konteks media sosial, media adalah platform digital yang memungkinkan distribusi konten seperti teks, gambar, video, dan suara. Sosial merujuk pada interaksi antara individu atau kelompok dalam masyarakat. Dalam konteks media sosial, aspek sosial mencakup bagaimana individu berkomunikasi, berinteraksi, dan membangun hubungan melalui platform digital. Berdasarkan dua elemen tersebut, maka dapat dipahami bahwa media sosial merupakan kombinasi dari media digital dan interaksi sosial sehingga dapat didefinisikan sebagai platform digital yang memungkinkan terjadinya distribusi informasi dan interaksi sosial secara bersamaan. Media sosial menggabungkan aspek teknologis (media) dengan aspek sosial (interaksi dan hubungan antarindividu) yang memungkinkan komunikasi dan keterhubungan dalam skala global.

Van Dijk (Nasrullah, 2015:11) menyatakan bahwa media sosial merupakan media yang berfokus pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Dengan demikian, media sosial dapat dipandang sebagai media (fasilitator) daring yang memperkuat hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

### 2.5.2 Ciri-ciri Media Sosial

Media sosial memiliki ciri-ciri, yaitu sebagai berikut:

a. Pesan yang dibagikan di media sosial dapat menjangkau audiens yang sangat besar dalam waktu singkat.
b. Pengguna bebas menyampaikan ide, pendapat, atau informasi tanpa harus melalui penyaringan atau persetujuan dari pihak tertentu.
c. Informasi dapat disebarluaskan dan diakses secara instan yang dapat menimbulkan adanya interaksi yang cepat dan dinamis

d. Setiap individu memiliki kebebasan untuk menentukan kapan dan bagaimana mereka ingin terlibat dalam percakapan atau mengonsumsi konten di media sosial.

### 2.5.3 Dampak Media Sosial

Penggunaan media sosial tentu menimbulkan dampak positif dan negatif. Pada aspek positif, media sosial memfasilitasi interaksi antarindividu dengan memungkinkan komunikasi yang mudah dan cepat dengan banyak orang, tanpa memandang jarak dan waktu. Hal ini mampu memperluas jaringan sosial yang mampu mempercepat penyebaran informasi dan memungkinankan penyampaian pesan dengan biaya yang relatif rendah. Di sisi lain, penggunaan media sosial juga membawa dampak negatif, seperti mengurangi kualitas hubungan sosial secara langsung, ketergantungan yang mengganggu produktivitas, papaan konten yang tidak sehat, dan penyebaran berita hoax yang tidak ditangani dengan bijak.

## 2.6 Instagram BDS Movement (@bdsnationalcommittee)

### 2.6.1 Instagram

Instagram merupakan *platform* media sosial (bagian dari Meta Platforms) berbasis *online* yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video, serta berinteraksi dengan konten yang dibagikan oleh pengguna lain melalui fitur-fitur yang disediakan. Instagram berasal dari gabungan kata "insta" atau "instan", seperti kamera polaroid yang menghasilkan foto instan, dan "telegram" yang mengacu pada pengiriman informasi cepat. Dengan kemampuan unggah foto melalui internet, Instagram menciptakan pengalaman berbagi secara instan, sehingga disebut sebagai "instan-telegram" (Putri, 2013:14 dalam Untari et al., 2018:274)

### 2.6.2 BDS Movement (@bdsnationalcommittee)

Dikutip dari website bdsmovement.net, BDS Movement (Boikot, Divestasi, dan Sanksi) merupakan gerakan kampanye inisiatif global yang dipimpin oleh

rakyat Palestina. Tujuan utama BDS adalah untuk mengakhiri penindasan dan ketidakadilan yang dilakukan oleh Israel terhadap Palestina. Dengan melibatkan berbagai kelompok masyarakat di seluruh dunia, seperti serikat pekerja dan organisasi keagamaan, BDS berupaya menekan Israel agar menghormati hukum Internasional dan memberikan hak-hak dasar bagi rakyat Palestina, termasuk hak untuk hidup di tanah air sendiri.

BDS Movement bertujuan untuk mengakhiri dukungan internasional terhadap pelanggaran Israel terhadap hukum internasional dengan memaksa Perusahaan, institusi, dan pemerintah untuk mengubah kebijakan mereka. Ketika perusahaan dan institusi Israel terisolasi, maka Israel akan semakin sulit menindas warga Palestina. Gerakan ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang bagaimana Israel menindas rakyat Palestina.

Berikut merupakan beberapa dampak dari kampanye strategis BDS Movement:

a. Menurut laporan PBB, BDS dianggap sebagai saah satu faktor utama yang menyebabkan penurunan investasi asing hingga 46% pada tahun 2014 dan kesulitan ekspor bagi Israel. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye boikot memberikan dampak nyata terhadap perekonomian Israel.

b. Gerakan BDS berhasil memberikan tekanan yang cukup besar terhadap perusahaan-perusahaan multinasional, termasuk Veolia. Dengan menyoroti keterlibatan perusahaan-perusahaan tersebut dalam pelanggaran hak asasi manusia di Palestina, BDS berhasil memaksa mereka untuk mengubah kebijakan bisnisnya.

c. G4S mengumumkan rencana untuk menjual anak perusahaan Israel

d. Sejumlah besar seniman dan tokoh budaya ternama, di antaranya Roger Waters, marcel Khalife, dan Alice Walker, telah menyatakan

dukungan mereka terhadap Gerakan boikot budaya terhadap Israel. Beberapa Musisi populer seperti Lauryn Hill, Elvis Costello, serta Vanessa Paradis juga telah membatalkan konsr mereka di Israel sebagai bentuk solidaritas terhadap seruan Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi.

e. Pemerintah Kuwait memasukkan 50 perusahaan yang menjadi sasaran gerakan BDS ke dalam daftar hitam sebagai hasil dari kampanye para aktivis di Kuwait dan Komite Nasional BDS Palestina.

f. Beberapa gereja besar di AS seperti Presbyterian Church USA, United Church of Christ dan United Methodist Church (UMC) serta beberapa badan Quaker telah melakukan tindakan nyata dengan menarik investasi dari perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam konflik Israel-Palestina.

Dampak dari kampanye yang dilakukan oleh BDS Movement telah dirasakan di berbagai sektor ekonomi hingga politik. Kampanye ini telah meningkatkan kesadaran global mengenai situasi di Palestina dan hak-hak yang diperjuangkan oleh masyarakat Palestina. Hal ini tak lepas dari adanya peran media yang digunakan dalam menyebarkan pesan dan memobilisasi kudungan. BDS Movement menggunakan berbagai media, salah satunya adalah Instagram. Akun Instagram @bdsnationalcommittee menjadi salah satu media utama yang digunakan dalam menyebarluaskan informasi dan memperkuat kampanye media sosial. Akun @bdsnationalcommitte mulai melakukan aktivitasnya di Instagram sedari bulan Mei 2021 dengan menyajikan konten yang informatif dan menarik untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih mudah didukung dengan fitur-fitur yang tersedia. Dampaknya terlihat dari meningkatnya jumlah pengikut yang mendukung gerakan ini dan partisipasi aktif dalam kampanye online.

## 2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian dilakukan dalam rangka memberikan pemahaman terkait kampanye solidaritas Palestina yang disampaikan melalui Instagram @bdsnationalcomittee. Dalam upaya ini, analisis terhadap isi pesan kampanye merupakan hal penting untuk mengidentifikasi bentuk komunikasi sekaligus strategi kampanye yang digunakan. Penting untuk melakukan peninjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan. Bagian ini membantu pembaca memahami konteks penelitian serta menunjukkan apa yang telah ditemukan oleh penelitian sebelumnya dan bagaimana penelitian baru ini melengkapi, memperluas, atau berbeda dari studi-studi sebelumnya.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu 1

| | |
|---|---|
| Nama Peneliti | Muhammad Risqi Fauzan Septiazi dan Nina Yuliana |
| Tahun Penelitian | 2023 |
| Judul Penelitian | Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Gerakan Boikot Produk Israel di Indonesia (Jurnal Triwikrama:Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial) |
| Tujuan Penelitian | Memberikan analisis mendalam mengenai kompleksitas Gerakan boikot di Indonesia |
| Hasil Penelitian | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gerakan boikot berdampak signifikan terhadap perilaku konsumen. Media sosial berperan krusial dalam diseminasi informasi dan mobilisasi dukungan public terhadap Gerakan tersebut. |
| Perbedaan Penelitian | Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Risqi |

| | |
|---|---|
| | Fauzan Septiazi dan Nina Yuliana bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau efek media sosial terhadap gerakan boikot produk Israel di Indonesia dengan mengumpulkan melalui teknik wawancara, survei, dan analisis konten media sosial seperti X, Facebook, Tiktok, dan Instagram. Sebaliknya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa isi pesan kampanye solidaritas Palestina pada akun Instagram @bdsnationalcommittee melalui analisis dokumen dengan teknik analisis data kuantitatif. Analisis ini dilakukan dengan menghitung frekuensi berdasarkan kategori yang ditentukan pada postingan akun Instagram @bdsnationalcommittee. |

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu 2

| | |
|---|---|
| Nama Peneliti | Ida Ruspita |
| Tahun Penelitian | 2022 |
| Judul Penelitian | Pemanfaatan Instagram sebagai Sarana *Fundraising* pada Program Bersama Bantu Palestina di semangatbantu.com |
| Tujuan Penelitian | Meneliti *Instagram* yang dimanfaatkan oleh Semangatbantu.com dalam menyosialisasikan program sehingga para donatur mau berdonasi di |

| | |
|---|---|
| | program Bersama Bantu Palestina yang dibuat untuk membantu korban akibat bentrokan senjata Israel dan Palestina pada bulan Mei 2021. |
| Hasil Penelitian | Penggunaan Instagram untuk mengumpulkan dana dalam program "Bersama Bantu Palestina" di Semangatbantu.com sesuai dengan Media Richness Theory dari Daft dan Lengel. Fitur-fitur Instagram seperti Kesegaran (Immediacy), Keragaman isyarat (Multiple cues), Variasi Bahasa (language Variety), dan Sumber Personal (Personal Source) telah berhasil menarik perhatian dan dukungan masyarakat. |
| Perbedaan Penelitian | Penelitian yang dilakukan oleh Ida Ruspita bertujuan untuk meneliti bagaimana Instagram yang dimanfaatkan oleh semangatbantu.com dalam menyosialisasikan program donasi Bersama Bantu Palestina pada Mei 2021 dengan pendekatan *Media Richness Theory* untuk menarik donatur. Sementara itu, penelitian ini menganalisis isi pesan kampanye solidaritas Palestina dalam akun Instagram @bdsnationalcommittee dengan fokus utama kampanye BDS yaitu boikot, divestasi, dan sanksi menggunakan kategori bentuk pesan (informatif, persuasif, dan koersif) dan kampanye BDS untuk memahami bagaimana pesan tersebut disampaikan. |

Tabel 2.3

Penelitian Terdahulu 3

| | |
|---|---|
| Nama Peneliti | Agus Triyono dan Nifsya Khaira Marhuda |
| Tahun Penelitian | 2020 |
| Judul Penelitian | Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid (Artikel Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi) |
| Tujuan Penelitian | Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten dakwah yang disajkian pada postingan akun Instagram @dakwah_tauhid |
| Hasil Penelitian | Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kategori syariah mendominasi konten postingan dengan proporsi 49,65%. Kategori Aqidah menempati posisi kedua dengan presentasi 12,05%. Sementara itu, kategori akhlak memiliki porsi yang paling kecil, yaitu 1,4% |
| Perbedaan Penelitian | Penelitian pada akun Instagram @dakwah_tauhid menggunakan sistem pengkodean untuk mengkategorikan postingan di dalam tema yang relevan dengan fokus utamanya adalah pada penyebaran pesan dakwah. Sedangkan pada penelitian akun Instagram @bdsnationalcommittee yang juga menggunakan sistem pengkodean tetapi dengan dua kategori yang berbeda, yakni bentuk pesan (informatif, persuasif, koersif) dan isi pesan pada kampanye BDS (boikot, divestasi, sanksi). |

| | |
|---|---|
| | Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis bentuk dan isi pesan pada akun Instagram @bdsnationalcommittee. |

## 2.8 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis postingan kampanye yang diposting di akun Instagram @bdsnationalcommittee dengan menggunakan dua kategori, yakni bentuk pesan dan strategi kampanye BDS. Penelitian ini menelaah secara mendalam terkait isi pesan sebagai alat komunikasi yang digunakan oleh BDS Movement dalam melakukan kampanye solidaritas Palestina yang disampaikan melalui postingan akun Instagram @bdsnationalcommittee dalam periode 7 Oktober 2023 - 10 November 2023.