

**PENGARUH TERPAAN KONTEN #buycut PADA AKUN INSTAGRAM
@ARESDIMAHDHI TERHADAP PERSEPSI DAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN
SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S.Sos)
Pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

Nuurus Sa'adah

2108302178

**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI CIREBON

1446H/2025

**PENGARUH TERPAAN KONTEN #buycut PADA AKUN INSTAGRAM
@ARESDIMAHDY TERHADAP PERSEPSI DAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S.Sos)
Pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Nuurus Sa'adah

NIM: 2108302178

UINSSC

JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI CIREBON

1446H/2025

ABSTRAK

PENGARUH TERPAAN KONTEN #buycut PADA AKUN INSTAGRAM @ARESDIMAHDHI TERHADAP PERSEPSI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

NUURUS SA'ADAH

2108302178

Aksi boikot terhadap produk Israel di Indonesia melalui media sosial telah menjadi fenomena yang cukup mencolok. Keputusan konsumen dalam memilih produk, khususnya dalam kategori makanan, tidak hanya didasarkan pada aspek ekonomi dan kualitas produk, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor budaya, agama, serta pandangan terkait isu-isu global. Hal ini menunjukkan bahwa konten kampanye boikot di media sosial dapat berdampak pada pengambilan keputusan pembelian konsumen, yang menjadikannya penting untuk diteliti dalam konteks komunikasi dan perilaku audiens.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif dan kausal. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @aresdimahdi dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *random sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan PLS dengan software WarpPLS 8.0. Variabel yang ada pada penelitian yaitu Terpaan Konten (X), Keputusan Pembelian (Y), dan Persepsi (Z).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terpaan konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi. Terpaan konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi dapat memediasi hubungan antara terpaan konten dan keputusan pembelian.

Kata kunci: Boikot, Keputusan Pembelian, Persepsi, Terpaan Konten

ABSTRACT

INFLUENCE OF #buycut CONTENT ON @ARESDIMAHDI'S INSTAGRAM ACCOUNT ON PURCHASE PERCEPTION AND DECISION

NUURUS SA'ADAH

2108302178

The boycott of Israeli products in Indonesia through social media has become a striking phenomenon. Consumer decisions in choosing products, especially in the food category, are not only based on economic aspects and product quality, but are also influenced by cultural factors, religion, and views on global issues. This suggests that boycott campaign content on social media can have an impact on consumer purchasing decisions, which makes it important to study in the context of communication and audience behavior.

This research uses quantitative methods with descriptive and causal research designs. The population used in this study were followers of the @aresdimahdi Instagram account with a sample of 100 respondents. The sampling technique in this study used random sampling. Data collection using a questionnaire which was then analyzed using PLS with WarpPLS 8.0 software. The variables in the study are Content Exposure (X), Purchasing Decisions (Y), and Perceptions (Z).

The results of this study indicate that content exposure has a positive and significant effect on perception. Content exposure has a positive and significant effect on purchasing decisions. Perception can mediate the relationship between content exposure and purchasing decisions.

Keywords: *Boycott, Purchase Decision, Perception, Content Exposure*

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH TERPAAN KONTEN #buycut PADA AKUN INSTAGRAM
@ARESDIMAHDH TERHADAP PERSEPSI DAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN

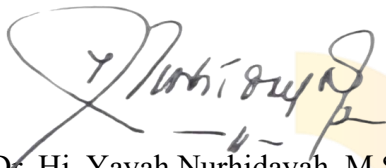
OLEH:

NUURUS SA'ADAH
NIM: 2108302178

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Hj. Yayah Nurhidayah, M.Si
NIP. 196204201988032001


Rani Ika Wijayanti, M. Med.Kom
NIP. 199005142019032011

UINSSC
Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON


Abdu Zikrillah, M.Ds
NIP. 199111052019031013

NOTA DINAS

Kepada Yth,

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Di

Cirebon

Assalamualaikum. Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi. Berikut ini:

Nama : Nuurus Sa'adah

NIM 2108302178

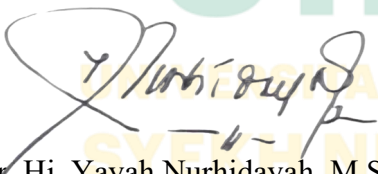
Judul : Pengaruh Terpaan Konten #buycut Pada Akun Instagram
@aresdimahdi Terhadap Persepsi dan Keputusan Pembelian

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Wassalamualaikum. Wr. Wb

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Hj. Yayah Nurhidayah, M.Si
NIP. 196204201988032001


Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom
NIP. 199005142019032011

PERNYATAAN KEASLIAN

Bismillahirrahmaanirrohim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nuurus Sa'adah

NIM 2108302178

Judul : Pengaruh Terpaan Konten #buycut Pada Akun Instagram
@aresdimahdi Terhadap Persepsi dan Keputusan Pembelian

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil kerja karya penulis yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S-1) di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon
2. Semua sumber yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan atau pedoman karya tulis ilmiah.
3. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini sebagian maupun seluruh isinya merupakan karya plagiat, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Cirebon, 19 Mei 2025



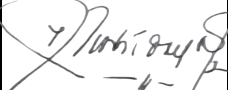
Nuurus Sa'adah

NIM: 2108302178

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“PENGARUH TERPAAN KONTEN #buycut PADA AKUN INSTAGRAM @ARESDIMAHDHI TERHADAP PERSEPSI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN”** oleh Nuurus Sa’adah dengan NIM 2108302178, telah dimunaqosahkan pada hari Selasa tanggal 10 bulan Juni tahun 2025 dihadapan dewan penguji dan dinyatakan lulus.

Skripsi ini telah memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI) UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Panitia Munaqosah	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua Jurusan <u>Abdu Zikrillah, M.Ds</u> NIP. 199111052019031013	16-06-25	
Sekretaris Jurusan <u>Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom</u> NIP. 199005142019032011	16-06-25	
Penguji I <u>Dr. Arief Rachman, M.Si</u> NIP. 196909272000031003	16-06-25	
Penguji II <u>Zaenal Mutaqin, M.I.Kom</u> NIP. 198509052020121003	16-06-25	
Pembimbing I <u>Dr. Hj. Yayah Nurhidayah, M.Si</u> NIP. 196204201988032001	16-06-25	
Pembimbing II <u>Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom</u> NIP. 199005142019032011	16-06-25	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam



RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap : Nuurus Sa'adah

Tempat/Tanggal Lahir : Cirebon, 26 Mei 2002

Jenis Kelamin : Perempuan

Nama Bapak : Absori

Nama Ibu : Muthmainnah

Telp/Hp : 0895377851773

Email : itsnuuruss@gmail.com

Alamat Lengkap : Jl. Gn. Pangrango 1 D.X
No.77 RT/RW 002/001 Kel. Larangan, Kec.
Harjamukti, Kota Cirebon

Riwayat Pendidikan Formal

1. SDN Pangrango 2008-2014
2. MTs An-Nur Kota Cirebon 2014-2017
3. MAN 2 Kota Cirebon 2017-2020
4. UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon 2021-2025

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

MOTTO

**“Tidak ada penelitian yang sempurna,
seperti halnya tidak ada perjalanan
tanpa rintangan”**



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala Rahmah, Hidayah, Inayah, dan Karunia-Nya. Setelah menempuh pendidikan selama 4 tahun di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, akhirnya dengan izin dan ridho-Nya skripsi ini dapat peneliti selesaikan. Tidak lupa juga dengan iringan sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW agar senantiasa diberikan syafa'atnya hingga akhir zaman. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan jalan kemudahan untuk menyusun skripsi ini
2. Kedua Orang tua tercinta. Bapak Absori dan Ibu Muthmainnah yang tidak pernah lelah untuk mendidik anak-anaknya dan tidak pernah lelah untuk selalu memberikan dukungan kepada saya, sehingga akhirnya skripsi ini dapat saya selesaikan.
3. Terima kasih juga kepada kakaku, Oman yang turut memberikan dukungan baik moril maupun materil
4. Bapak Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Abdu Zikrillah, M.Ds dan Sekretaris Jurusan Ms Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom
5. Teman-teman seperjuangan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021, khususnya KPI E, terutama kepada teman-teman terdekat saya yaitu Diah Ayu, Siti Mutmaenah, Cyntia Putri, dan Meina Maspupah
6. Kepada teman-teman *online* penulis yang sudah mau direpotkan untuk penulis tanya-tanya perihal skripsi ini, hingga akhirnya skripsi ini dapat penulis selesaikan
7. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sampai sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan luar dan tak pernah menyerah. Sesulit apapun rintangan, tantangan, dan proses dalam penyusunan skripsi ini, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikannya dengan baik. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Puji Syukur selalu kita ucapkan kepada sang Khaliq yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga sampai hari ini masih diberi nikmat Iman dan Islam. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga kita termasuk ke dalam pengikutnya yang mendapat syafaat di akhirat kelak.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelas Sarjan Sosial (S.Sos) di Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon (UIN SSC) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, dengan Judul **“PENGARUH TERPAAN KONTEN #buycut PADA AKUN INSTAGRAM @ARESDIMAHDY TERHADAP PERSEPSI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN”**. Rasa terima kasih saya ucapkan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Naila Farah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
3. Bapak Abdu Zikrillah, M.Ds selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
4. Ms Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang selalu memberikan waktu, pikiran, dan membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Ibu Dr. Hj. Yayah Nurhidayah, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang selalu memberikan waktu, arahan, dan pikiran dalam setiap bimbingannya
6. Seluruh Dosen dan Staff Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan berbagi sudut pandang selama perkuliahan

7. Pemilik akun Instagram @aresdimahdi yang telah bersedia akun Instagramnya penulis jadikan bahan penelitian skripsi ini
8. Kepada teman-teman KPI E Angkatan 2021 yang senantiasa memberikan semangat dalam kebersamaan selama proses perkuliahan



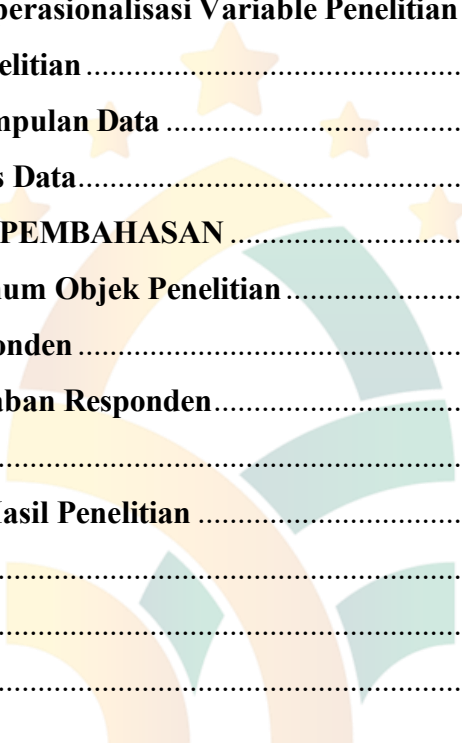
UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
NOTA DINAS	v
PERNYATAAN KEASLIAN	vi
PENGESAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
MOTTO.....	ix
PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Kajian Teori	11
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Pemikiran	37
D. Hipotesis	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
A. Metode Penelitian	40

B. Pendekatan Penelitian	40
C. Sumber Data	40
D. Tempat dan Waktu Penelitian	41
E. Populasi dan Sample	42
F. Definisi dan Operasionalisasi Variable Penelitian	43
G. Instrumen Penelitian	53
H. Teknik Pengumpulan Data	53
I. Teknik Analisis Data	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
B. Identitas Responden	59
C. Deskripsi Jawaban Responden	61
D. Analisis Data	91
E. Pembahasan Hasil Penelitian	103
BAB V PENUTUP	111
A. Kesimpulan	111
B. Implikasi	112
C. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	116



UINSSC

 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER

 SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	41
Tabel 3. 2 Definisi Operasionalisasi Variabel	45
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 3. 4 Skala Likert	53
Tabel 3. 5 Model Fit	56
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	60
Tabel 4. 2 Usia	60
Tabel 4. 3 Item Pertanyaan Indikator Frekuensi	61
Tabel 4. 4 Item Pertanyaan Indikator Durasi	64
Tabel 4. 5 Item Pertanyaan Indikator Atensi	66
Tabel 4. 6 Item Pertanyaan Indikator Penyerapan	71
Tabel 4. 7 Item Pertanyaan Indikator Pemahaman	73
Tabel 4. 8 Item Pertanyaan Indikator Penilaian	76
Tabel 4. 9 Item Pertanyaan Indikator Pengenalan Masalah	78
Tabel 4. 10 Item Pertanyaan Indikator Pencarian Informasi	81
Tabel 4. 11 Item Pertanyaan Indikator Evaluasi Alternatif	83
Tabel 4. 12 Item Pertanyaan Indikator Keputusan Pembelian	86
Tabel 4. 13 Item Pertanyaan Indikator Pasca Pembelian	89
Tabel 4. 14 Nilai <i>Combine Loading</i> dan <i>Cross-Loading</i>	92
Tabel 4. 15 Nilai <i>Loading</i> Konstruk Terpaan Konten	93
Tabel 4. 16 Nilai <i>Loading</i> Konstruk Keputusan Pembelian	94
Tabel 4. 17 Nilai <i>Loading</i> Konstruk Persepsi	94
Tabel 4. 18 Hasil <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	95
Tabel 4. 19 Nilai <i>Cross-Loading</i>	96
Tabel 4. 20 Nilai <i>Square Roots</i> AVE	96
Tabel 4. 21 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	98
Tabel 4. 22 Koefisien Determinasi (R-Square)	99
Tabel 4. 23 <i>Goodness of Fit Model</i>	100
Tabel 4. 24 Nilai <i>Path Coefficient</i> , <i>T-statistic</i> , dan <i>P-value Direct Effect</i>	102
Tabel 4. 25 Nilai <i>Path Coefficient</i> , <i>T-statistic</i> , dan <i>P-value Indirect Effect</i>	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tangkapan Layar Akun Instagram @aresdimahdi.....	4
Gambar 2. 1 Teori S-O-R	12
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4. 1 Tangkapan Layar Akun Instagram @aresdimahdi.....	59
Gambar 4. 2 Hasil Model Penelitian	102



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	120
LAMPIRAN 2.....	121
LAMPIRAN 3.....	131
LAMPIRAN 4.....	161



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON