

**IDENTIFIKASI PUBLIK BERDASARKAN PERSEPSI SITUASIONAL  
ATAS ISU BOIKOT PRODUK PENDUKUNG ISRAEL  
TERHADAP MCDONALD'S INDONESIA DI KOTA JAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Afifanzha Cika Mehinda Dhanaky

20.96.2138

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SI-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

**IDENTIFIKASI PUBLIK BERDASARKAN PERSEPSI SITUASIONAL  
ATAS ISU BOIKOT PRODUK PENDUKUNG ISRAEL  
TERHADAP MCDONALD'S INDONESIA DI KOTA JAKARTA**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:**

Afifanzha Cika Mehinda Dhanaky

20.96.2138

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI SI- ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN  
SKRIPSI**

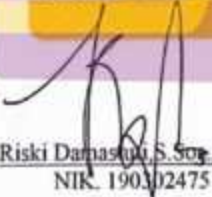
**IDENTIFIKASI PUBLIK BERDASARKAN PERSEPSI SITUASIONAL  
ATAS ISU BOIKOT PRODUK PENDUKUNG ISRAEL  
TERHADAP MCDONALD'S INDONESIA DI KOTA JAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Afifanzha Cika Mehinda Dhanaky  
20.96.2138

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 26 Juni 2024

Dosen Pembimbing

  
Riski Damastuti S. Soe, M.A.  
NIK. 190302475

## PENGESAHAN

## TUGAS AKHIR

**Identifikasi Publik Berdasarkan Persepsi Situasional atas Isu Boikot Produk Pendukung Israel terhadap McDonald's Indonesia di Kota Jakarta**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Afifanzha Cika Mehinda Dhanaky** 20.96.2138

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

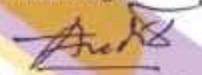
pada tanggal 26 Juni 2024

### Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Audith M. Turmudhi, Drs., MM  
NIK. 190302358



Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A  
NIK. 190302445



Riski Damastuti, S.Sos., M.A  
NIK. 190302475



Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 26 Juni 2024

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M. Kom.  
NIK. 190302125

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 05 Juni 2024



Affanza Cika Mehinda D.

NIM. 20.96.2138

## MOTTO

“Jika tidak berani mencoba kesulitan, jangan berharap kemudahan. Karena fa inna ma'al-'usri yusra, inna ma'al-'usri yusra (maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan).”

(QS. Al-Insyirah, 5-6)

“Orang yang mencintai proses akan berjalan lebih jauh dan bertahan lebih lama dari pada orang yang hanya fokus pada hasil”

(Konfusius)





## KATA PENGANTAR


Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Riski Damastuti,S.Sos.,M.A. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukan untuk memberikan arahan, kritik, saran, serta semangat dalam proses penulisan penelitian ini.
5. Kedua Orang Tua saya yaitu Ibu Septiati Tamti Rejeki dan Bapak Sudono yang selalu mendoakan dan selalu mengusahakan saya dengan memberi support, kepercayaan, dan kasih sayang disetiap proses hidup saya.
6. Kepada saudara-saudara saya Anisafalah Nur Intan Dhanaky, Anfazha Larashinta Dhanaky, Aditria Galih Huda Dhanaky yang telah memberikan segala macam bantuan serta motivasi.
7. Kepada Arianna Dirandra Sadhana yaitu ponakan pertama saya yang telah menjadi semangat saya dalam mengerjakan skripsi saya.
8. Kepada Fadilah Putri Laksmi, Dinda Artya Hamidah, Nandarista Putri, Raditya Fauzan, Fonda Mega Mahilda, dan Thio Aurelio yang telah menemani disetiap proses saya dengan menjadi teman yang baik.
9. Kepada teman seperjuangan saya Jojo, Iksan, Syakur, Iqbal, Fatan, Rizal, Biaggi, Algofar, Mahdi, Sally, Raras, Nana, Arminda, Helda, Intan, Nerissa, Taras dan segenap teman-teman 20 IK07 yang sudah selalu kebersamai dalam proses pendewasaan dan memberikan banyak pelajaran hidup serta kenangan yang menyenangkan yang tidak akan terlupakan.
10. Kepada Gita Isnaini Desyinta Putri dan Masagus Bima Nurrizky yang selalu memberikan bantuan, semangat, dan waktunya untuk selalu hadir menemani di proses saya.

11. Terakhir, terimakasih untuk Afifanzha Cika Mehinda Dhanaky selaku peneliti karena sudah melakukan yang terbaik dengan tidak menyerah dan selalu berusaha. Terimakasih karena selalu kembali menemukan dirimu sendiri serta berusaha menjadi pribadi yang mau berproses untuk menjadi lebih baik lagi. Penelitian ini merupakan pencapaian dan simbol atas proses yang mampu lewati.

Yogyakarta, 31 Mei 2024

  
Afifanzha Cika Mehinda D



## DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. <i>Public Relations</i> .....	11
2.2.2 Isu.....	12

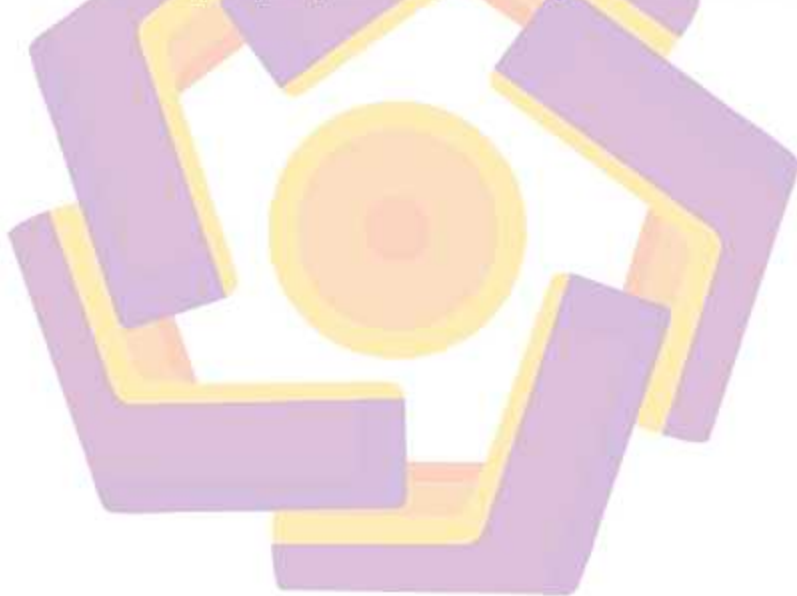
2.1.3 <i>Situational Theory of the Public</i> .....	13
2.3 Kerangka Pemikiran .....	16
2.4 Hipotesa Penelitian .....	17
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	19
3.2 Metode Pengambilan Sampel .....	20
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	22
3.4 Metode Pengambilan Data .....	23
3.5 Uji Coba Instrumen .....	24
3.6 Teknik Analisis Data .....	25
4.1. Hasil Penelitian .....	26
4.1.1. Identitas Konsumen .....	26
4.1.2. Hasil Uji Validitas .....	28
4.1.3. Hasil Uji Reliabilitas .....	29
4.1.4. TCR .....	31
4.2. Pembahasan .....	35
BAB V .....	45
PENUTUP .....	45
5.1 Kesimpulan .....	45
5.2 Saran .....	46
DAFTAR PUSTAKA .....	47
LAMPIRAN .....	50

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Publics Predicts Active or Passive Behavior.....	15
Tabel 3. 1 Tabel Variabel.....	23
Tabel 4. 1 Tabel Jenis Kelamin.....	26
Tabel 4. 2 Tabel Usia.....	26
Tabel 4. 3 Tabel Pekerjaan.....	27
Tabel 4. 4 Tabel Wilayah.....	27
Tabel 4. 5 Tabel Uji Validitas.....	29
Tabel 4. 6 Tabel Uji Reabilitas.....	30
Tabel 4. 7 Tabel Kategori TCR.....	31
Tabel 4. 8 Tabel Skala Likert.....	32
Tabel 4. 9 Tabel Hasil TCR problem Recognition.....	32
Tabel 4. 10 Tabel Hasil TCR Constraint Recognition.....	33
Tabel 4. 11 Tabel Hasil TCR Level of Invovement.....	34
Tabel 4. 12 Tabel Hasil Akhir.....	44

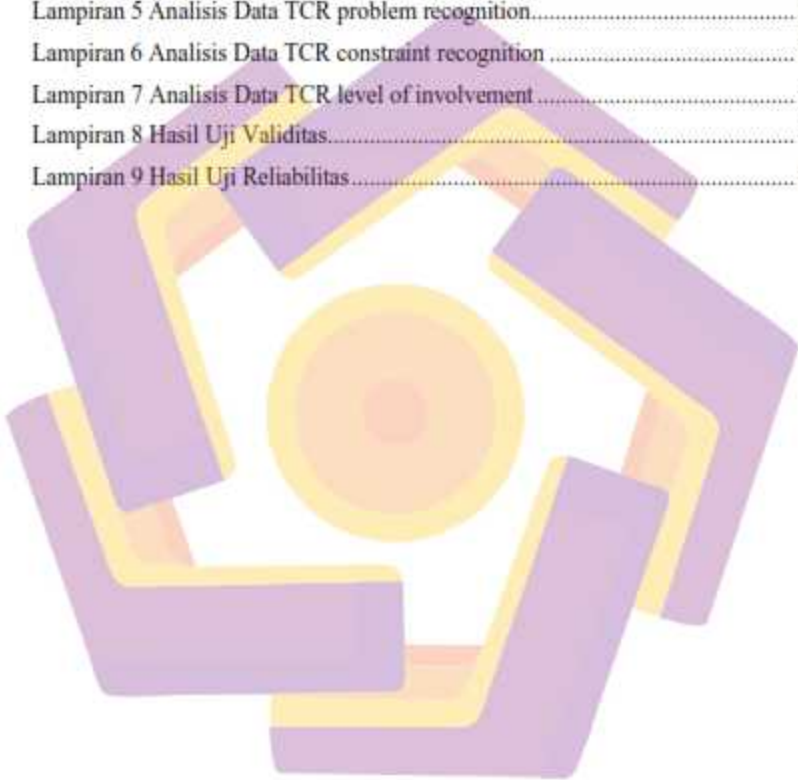
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	17
Gambar 4. 1 Tren pencarian fatwa MUI dan boikot Israel.....	38
Gambar 4. 2 Trending pemberitaan pada media Liputan 6.....	39
Gambar 4. 3 Trending pemberitaan pada media Detik.com.....	40
Gambar 4. 4 Minat pada media sosial terkait boikot McDonald's .....	40
Gambar 4. 5 Data Usia Pengguna Media Sosial.....	42
Gambar 4. 7 Berita terkait aksi demonstrasi McD Indonesia .....	43
Gambar 4. 6 Template pada aplikasi Instagram terkait pemboikotan .....	43



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	51
Lampiran 2 Karakteristik Responden .....	52
Lampiran 3 Daftar Pertanyaan.....	53
Lampiran 4 Data Jawaban Responden .....	55
Lampiran 5 Analisis Data TCR problem recognition.....	56
Lampiran 6 Analisis Data TCR constraint recognition .....	56
Lampiran 7 Analisis Data TCR level of involvement.....	56
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas.....	57
Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	58



## ABSTRAK

Isu merupakan awal dari sebuah krisis terutama bagi perusahaan karena dapat membentuk persepsi negatif dari publik bila tidak segera mungkin ditangani. Jika isu tidak segera diantisipasi akan menimbulkan sebuah krisis dan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Public relations atau humas diharapkan mampu mengamati arah pendapat publik terkait isu tersebut dan menggunakan isu tersebut untuk memperbaiki reputasi. Hal ini dapat dilakukan melalui perencanaan program yang tepat. Penelitian menggunakan kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data yaitu survei menggunakan kuesioner. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana publik Kota Jakarta menanggapi isu boikot produk yang terkait dengan dukungan Israel pada McDonald's Indonesia. Konsumen McDonald's di Kota Jakarta menjadi subjek penelitian ini. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Situational Theory of Publics* (STP). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *problem recognition*, *constraint recognition*, dan *level of involvement* konsumen McDonlad's Jakarta sangat tinggi dan masuk ke dalam tipe publik *constraint behavior*.

**Kata Kunci :** Hubungan Masyarakat, Teori Situasional Publik, Identifikasi publik



## ABSTRACT

*Issues are the beginning of a crisis, especially for companies, as they can shape negative public perceptions if not promptly addressed. If issues are not anticipated in time, they can escalate into a crisis, resulting in losses for the company. Public relations (PR) professionals are expected to monitor public opinion trends related to these issues and use them to improve the company's reputation, which can be achieved through proper program planning. This research uses a descriptive quantitative approach, with data collection conducted through surveys using questionnaires. The study aims to understand how the public in Jakarta responds to the boycott of products associated with support for Israel at McDonald's Indonesia. McDonald's consumers in Jakarta are the subjects of this study. The theory employed in this research is the Situational Theory of Publics (STP). The results indicate that the problem recognition, constraint recognition, and level of involvement among McDonald's consumers in Jakarta are very high, categorizing them into the type of public with constrained behavior.*

**KEYWORD** : *Public Relations, Situational Theory of The Public, public identification.*