




Research Article

Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Isu Pengungsi Palestina

M. Angkasa Dharu¹, Muhammad Mafruh², Ahmad In'am Kholifi³, Rian Hari Ramadhan⁴, Rio Kurniawan⁵

1. Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; 220531100062@student.trunojoyo.ac.id 
2. Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; 220531100065@student.trunojoyo.ac.id
3. Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; 220531100083@student.trunojoyo.ac.id
4. Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; 220531100103@student.trunojoyo.ac.id
5. Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; kurniawanriou@gmail.com

Copyright © 2026 by Authors, Published by **INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : February 13, 2026
Accepted : April 15, 2026

Revised : March 19, 2026
Available online : May 18, 2026

How to Cite: M. Angkasa Dharu, Muhammad Mafruh, Ahmad In'am Kholifi, Rian Hari Ramadhan, & Rio Kurniawan. (2026). Analysis of Instagram Social Media Usage on Public Perception of the Palestinian Refugee Issue. *Public Policy: Jurnal Ilmu Sosial Dan Kebijakan*, 3(1), 12–26. <https://doi.org/10.61166/policy.v3i1.25>

Analysis of Instagram Social Media Usage on Public Perception of the Palestinian Refugee Issue

Abstract. Social media, particularly Instagram, has become a primary means of voicing various social and humanitarian issues, including the conflict in Palestine. This study aims to analyze the influence of Instagram use on public perception of the Palestinian refugee issue. A quantitative approach was used, using a survey method with 35 respondents aged 18–35 who actively use Instagram and are exposed to content related to the Palestinian issue. Data were analyzed using validity, reliability, and normality tests, simple linear regression, and other classical assumption tests such as

heteroscedasticity, multicollinearity, autocorrelation, t-tests, and F-tests. The results indicate a significant relationship between Instagram use and the formation of public perception of the Palestinian refugee issue ($r = 0.623$; $p < 0.05$). The regression model proved significant both simultaneously ($F = 20.924$; $p < 0.05$) and partially ($t = 4.574$; $p < 0.05$). These findings reinforce the role of visual social media in shaping public opinion and increasing empathy and public participation in global humanitarian issues.

Keywords: Social Media, Instagram, Public Perception, Palestinian Refugees, Humanitarian Issues

Abstrak. Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi sarana utama dalam menyuarakan berbagai isu sosial dan kemanusiaan, termasuk konflik yang terjadi di Palestina. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan Instagram terhadap persepsi masyarakat mengenai isu pengungsi Palestina. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode survei kepada 35 responden berusia 18–35 tahun yang aktif menggunakan Instagram dan terpapar konten terkait isu Palestina. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, uji regresi linear sederhana, serta uji asumsi klasik lainnya seperti heteroskedastisitas, multikolinearitas, autokorelasi, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan Instagram dengan pembentukan persepsi masyarakat terhadap isu pengungsi Palestina ($r = 0,623$; $p < 0,05$). Model regresi terbukti signifikan baik secara simultan ($F = 20,924$; $p < 0,05$) maupun parsial ($t = 4,574$; $p < 0,05$). Temuan ini memperkuat peran media sosial visual dalam membentuk opini publik dan meningkatkan empati serta partisipasi masyarakat terhadap isu kemanusiaan global.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Persepsi Masyarakat, Pengungsi Palestina, Isu Kemanusiaan

PENDAHULUAN

Pada era digital yang semakin berkembang, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat global. Media sosial sebagai eksistensi diri, saat ini media sosial sudah sangat berkembang pesat, banyak aplikasi media sosial yang dapat digunakan untuk berkomunikasi. media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial. Penggunaan media sosial untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Media sosial telah menjadi sarana utama bagi individu dan kelompok untuk menyampaikan pandangan, opini, serta informasi kepada masyarakat global khususnya instagram. Instagram termasuk salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia, terkhusus di kalangan anak muda, pada kuartal pertama di tahun 2021, jumlah pengguna aktif instagram di seluruh dunia mencapai 1.07 ,miliar. Dilansir dari We Are Social, di Indonesia per Juli jumlah pengguna instagram adalah 91,77 juta. Pengguna terbesar berada pada kelompok usia 18 sampai 24 tahun, yaitu sebesar 36,4 persen, instagram ialah platform media sosial ketiga paling banyak digunakan setelah youtube dan WhatsApp (Fernando & Larasati, 2023) .

Dalam konteks ini, peran media sosial khususnya Instagram dalam meningkatkan kesadaran sosial dan memobilisasi aksi kemanusiaan menjadi semakin penting. Sejarah kemanusiaan telah mencatat banyak konflik dan tragedi di berbagai belahan dunia. Salah satu konflik yang terus menjadi sorotan internasional adalah konflik Israel-Palestina. Ketegangan yang berlangsung selama beberapa dekade telah menyebabkan penderitaan manusia yang tidak terhitung jumlahnya, khususnya di wilayah Palestina. Konflik tersebut tidak hanya sekedar konflik agama, tetapi konflik

sosial dan kemanusiaan. Konflik Palestina-Israel telah terjadi selama tujuh dekade terakhir. Namun, pada 7 Oktober 2023, ketegangan yang telah lama berlangsung mencapai puncaknya menewaskan ribuan orang, menjadikan konflik tersebut kembali menjadi sorotan dunia (Sulistyaningsih, 2024).

Konflik Palestina – Israel telah berlangsung selama beberapa dekade dan sering menjadi perbincangan di berbagai portal media. Salah satunya media sosial, mulai dari Facebook, Instagram, TikTok, X, hingga YouTube. Penyebaran informasi mengenai konflik yang terjadi antara Palestina – Israel di media sosial dapat memengaruhi pandangan dan sikap konsumen. Adanya pemberitaan di media sosial mengenai konflik Palestina – Israel kemudian menjadikan masyarakat memiliki opininya masing-masing, dan memilih untuk menyuarakannya di media sosial milik pribadi. Bentuk dukungan masyarakat di media sosial dapat dilihat dengan memberikan likes, comment, share, dan follow akun terkait. Hal ini menjadi penting karena persepsi publik terhadap suatu isu sering kali tidak hanya ditentukan oleh fakta objektif, tetapi juga oleh cara isu tersebut dikemas dan disampaikan melalui media (Husnaeni et al., 2025).

Dalam isu Palestina, khususnya yang berkaitan dengan pengungsi, masyarakat dunia semakin sadar akan penderitaan yang dialami korban konflik. Banyak dari kesadaran ini muncul bukan dari media arus utama, tetapi dari unggahan di media sosial oleh aktivis, jurnalis independen, lembaga swadaya masyarakat (LSM), hingga akun personal yang secara langsung mengangkat kisah para pengungsi Palestina. Melalui unggahan foto, video, serta narasi personal yang mengandung muatan emosional, masyarakat tidak hanya menjadi lebih peka terhadap krisis kemanusiaan, tetapi juga terdorong untuk bersikap, bahkan bertindak, seperti memberikan donasi atau ikut menyebarkan kampanye solidaritas (Effendy, 2021).

Rizki dan Pangestuti (2017) menegaskan bahwa kampanye sosial yang dilakukan melalui media sosial memiliki dampak signifikan terhadap persepsi dan sikap masyarakat. Masyarakat tidak lagi hanya menjadi penerima informasi pasif, melainkan menjadi aktor aktif yang menyuarakan pendapat, membentuk opini publik, serta terlibat dalam gerakan sosial digital. Dalam konteks ini, persepsi masyarakat terhadap isu pengungsi Palestina yang dibentuk melalui media sosial, khususnya Instagram, dapat menjadi pendorong munculnya tindakan nyata, seperti kampanye boikot, petisi digital, dan penggalangan dana (Rizki & Pangestuti, 2017).

Dengan latar belakang tersebut, penting untuk dilakukan kajian mendalam mengenai bagaimana Instagram, sebagai salah satu platform media sosial paling berpengaruh, digunakan dalam menyuarakan isu pengungsi Palestina serta bagaimana penggunaannya memengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap krisis kemanusiaan tersebut. Penelitian ini tidak hanya berkontribusi dalam literatur komunikasi digital dan media sosial, tetapi juga menjadi cerminan bagaimana kekuatan visual dapat digunakan sebagai alat advokasi dan solidaritas global dalam konteks kemanusiaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial Instagram dapat memengaruhi

persepsi masyarakat terhadap isu pengungsi Palestina. Metode kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengukur hubungan antar variabel secara sistematis dan objektif berdasarkan data numerik.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 35 orang responden yang dipilih secara purposif, yaitu berdasarkan kriteria tertentu. Responden merupakan pengguna aktif Instagram yang pernah melihat atau mengikuti konten-konten mengenai isu Palestina, khususnya tentang pengungsi dan krisis kemanusiaan yang terjadi di wilayah tersebut. Peneliti membatasi usia responden pada rentang 18 hingga 35 tahun, karena kelompok usia ini merupakan pengguna media sosial paling aktif dan dinamis dalam menyikapi isu sosial.

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner tertutup berbasis skala Likert lima tingkat, yang mengukur tingkat kesetujuan responden terhadap berbagai pernyataan yang berkaitan dengan penggunaan Instagram serta persepsi mereka terhadap isu pengungsi Palestina. Skala jawaban berkisar dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Kuesioner tersebut mencakup dua bagian utama, yaitu pertanyaan-pertanyaan mengenai intensitas dan jenis interaksi responden dengan konten Instagram yang memuat isu Palestina, serta pertanyaan yang mengukur persepsi, sikap, dan empati mereka terhadap pengungsi.

Setelah data dikumpulkan, analisis dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Tahapan analisis dimulai dengan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner layak dan konsisten sebagai alat ukur. Selanjutnya dilakukan analisis statistik deskriptif untuk melihat distribusi jawaban responden, serta uji korelasi Pearson untuk menguji hubungan antara variabel penggunaan Instagram dengan persepsi masyarakat. Jika diperlukan, uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui sejauh mana penggunaan Instagram dapat memengaruhi persepsi secara signifikan.

Hasil analisis tersebut nantinya akan digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai ada tidaknya pengaruh nyata dari penggunaan Instagram terhadap pembentukan persepsi publik terhadap isu pengungsi Palestina, serta memberikan rekomendasi dalam konteks komunikasi sosial dan kampanye kemanusiaan di era digital.

LANDASAN TEORI

Media Sosial

Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan orang berinteraksi, berbagi, dan membuat konten secara online. Media sosial dapat berupa situs web atau aplikasi yang memungkinkan orang membagikan teks, gambar, video, dan jenis konten lainnya. Media sosial, yang merupakan media online dengan fokus sosial, mendorong orang untuk menjalin hubungan dengan orang-orang terdekat dan dari seluruh dunia. Media sosial adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan membentuk lingkungan sosial virtual melalui internet (Nasrullah, 2015).

Media sosial juga banyak digunakan untuk membangun jaringan. Kehadiran media sosial dan kemajuan teknologi membuat jarak terasa begitu dekat.

Perkembangan teknologi telah membuat dunia sebenarnya semakin luas dan seolah-olah tidak ada batasan. Media sosial memiliki banyak fitur, seperti menjadi interaktif dan dinamis, memungkinkan komunikasi dua arah, memungkinkan untuk membuat profil pribadi, memungkinkan untuk menambah teman atau pengikut, dan memungkinkan berbagi konten secara real-time. Media sosial juga memiliki banyak manfaat, seperti branding, tempat usaha, dan pemasaran. Beberapa contoh platform media sosial populer di Indonesia termasuk WhatsApp, Instagram, Facebook, Tiktok, Telegram, Twitter, dan Facebook Messenger (Suhangga, 2024).

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial adalah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten oleh pengguna. Media sosial berbeda dari media konvensional karena bersifat interaktif, partisipatif, dan memungkinkan komunikasi dua arah antara pengguna (Khusnul & Rizki, 2025).

Dalam konteks komunikasi massa modern, media sosial menjadi medium strategis untuk menyebarkan informasi, membangun opini publik, hingga memobilisasi aksi sosial. (Nasrullah, 2015) menjelaskan bahwa media sosial telah mengubah cara individu berinteraksi, membentuk komunitas, dan mempengaruhi pandangan terhadap isu sosial. Dengan kemampuan jangkauan luas, cepat, dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu, media sosial kini menjadi salah satu instrumen utama dalam penyebaran informasi dan pembentukan opini masyarakat.

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari media lain, seperti user-generated content, interaktivitas, konektivitas, dan keberadaan algoritma yang memengaruhi distribusi informasi. Hal ini menjadikan media sosial sebagai kekuatan baru dalam membentuk persepsi kolektif terhadap suatu isu, termasuk isu-isu kemanusiaan seperti konflik Palestina.

Instagram sebagai Platform Komunikasi Visual

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang fokus pada berbagi konten visual seperti foto dan video. Instagram dirancang untuk menampilkan konten secara estetik, menarik, dan emosional. Sebagai bagian dari media sosial berbasis visual, Instagram mampu menyampaikan pesan secara kuat melalui tampilan gambar dan video yang menyentuh perasaan audiens. Dalam studi yang dilakukan oleh Sheldon dan Bryant (2016), ditemukan bahwa motivasi penggunaan Instagram mencakup ekspresi diri, dokumentasi momen, serta keterhubungan sosial (Husnaeni et al., 2025).

Instagram menjadi media yang efektif dalam menyebarkan isu-isu sosial dan kemanusiaan. Visualisasi penderitaan, kekerasan, dan perjuangan yang ditampilkan secara langsung dapat membangun empati dan menggugah kesadaran sosial. Menurut Alhabash dan Ma (2017), penggunaan visual yang disertai narasi personal mampu menciptakan keterlibatan emosional yang tinggi di kalangan audiens, sehingga mempengaruhi persepsi mereka terhadap suatu isu (Husnaeni et al., 2025).

Instagram juga memiliki fitur tagar (#) yang berfungsi sebagai pengelompokan isu atau kampanye tertentu, sehingga memudahkan pengguna untuk mencari dan mengikuti topik yang sedang berkembang. Hal ini membuat Instagram menjadi

media efektif dalam kampanye sosial seperti #FreePalestine atau #SaveSheikhJarrah yang telah menjangkau jutaan pengguna di seluruh dunia (Ummah, 2019).

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang banyak digunakan khalayak karena banyak konten yang ditawarkan memiliki berbagai manfaat yang dapat dirasakan oleh khalayak karena banyak membantu dalam aktifitas dalam segi pendidikan serta ekonomi Instagram telah menyediakan berbagai fitur yang menarik dan dapat dimanfaatkan dalam proses pembelajaran. Berikut beberapa fitur dari Instagram yang akan penulis jelaskan (Ummah, 2019):

a. Fitur Instagram Feed

Fitur ini memungkinkan para penggunanya untuk berbagi informasi kepada para pengikut melalui postingan berupa video maupun gambar.

b. Fitur Instagram Story

Fitur ini merupakan fitur yang memudahkan pengguna untuk berbagi video ataupun foto pada pengguna yang lainnya, fitur ini sama dengan fitur yang dimiliki Instagram pada umumnya. Fitur ini cocok digunakan untuk postingan yang tidak membutuhkan waktu terlalu lama. Sifat sementara dalam fitur ini membuat foto maupun video yang dibagikan hanya bertahan selama 24 jam, setelah melebihi waktu tersebut maka konten yang telah diunggah akan otomatis hilang dari Instagram story penggunanya.

c. Fitur Sorotan

Fitur sorotan merupakan fitur dari Instagram yang memfasilitasi pengguna untuk dapat mengarsipkan Instagram story yang telah dibuatnya. Jika dalam Instagram story postingan akan hilang setelah 24 jam, maka dengan fitur ini postingan tersebut tidak akan hilang setelah 24 jam, sehingga postingan tadi dapat dilihat kembali.

d. Fitur Instagram Reels

Instagram reels ini merupakan fitur yang terbilang baru di media sosial Instagram. Fitur reels ini berisi tentang konten berupa video-video dengan durasi yang tidak pendek. Reels merupakan fitur dari Instagram yang penggunaannya mirip dengan aplikasi TikTok.

e. Hashtags merupakan kata kunci yang dimulai sama tanda pagar (#). Penggunaan hashtag memungkinkan kamu untuk mencari dan menemukan konten yang relevan dengan minat atau tren tertentu. Kamu bisa tambahkan hashtag ke postingan kamu buat tambahkan visibilitas dan sampaiin konten kamu ke lebih banyak orang.

f. Direct Message atau DM sebagai tempat buat kamu berkomunikasi lebih pribadi sama pengguna lain. Kamu bisa kirim teks, foto, video, dan berbagai macam pesan multimedia langsung ke akun teman atau follower kamu. Jadi tempat yang oke buat sharing info personal atau berkomunikasi secara eksklusif.

g. Fitur Likes dan Comments itu kaya jadi jembatan buat kamu nunjukin suka atau komentar di foto atau video yang kamu nikmati. Dengan like, kamu bisa tunjukkan apresiasi kamu, sementara comment bisa buat interaksi lebih lanjut sama pembuat konten atau followers lainnya.

Persepsi Masyarakat

Persepsi merupakan hasil dari proses kognitif yang memungkinkan individu menangkap, menafsirkan, dan memberikan makna terhadap stimulus atau informasi yang diterima dari lingkungan sekitarnya. Robbins (2013) menjelaskan bahwa persepsi dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengalaman, kepribadian, dan harapan, serta faktor eksternal seperti intensitas dan frekuensi stimulus (Ummah, 2019).

Persepsi masyarakat terhadap suatu isu, khususnya isu sosial atau kemanusiaan, sangat bergantung pada media yang menyajikan informasi tersebut. Dalam era digital saat ini, media sosial menjadi sumber utama informasi yang membentuk persepsi masyarakat. Gambar atau video yang menggambarkan penderitaan, ketidakadilan, atau penindasan dapat menciptakan persepsi empatik dan mendorong individu untuk mengambil tindakan seperti berbagi informasi, mengikuti kampanye, atau melakukan boikot terhadap produk tertentu (Fernando & Larasati, 2023).

Rizki dan Pangestuti (2017) mengungkapkan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar terhadap persepsi dan sikap masyarakat terhadap isu-isu sosial. Ketika pengguna media sosial terpapar secara terus-menerus terhadap konten-konten yang kuat secara emosional, persepsi mereka terhadap isu tersebut akan terbentuk dan dapat memengaruhi sikap serta tindakan nyata (Rizki & Pangestuti, 2017).

Isu Pengungsi Palestina dan Solidaritas Digital

Isu pengungsi Palestina adalah hasil dari konflik berkepanjangan antara Palestina dan Israel yang telah berlangsung selama puluhan tahun. Konflik ini menyebabkan banyak warga Palestina kehilangan tempat tinggal dan hidup dalam pengungsian, baik di wilayah Palestina sendiri maupun di negara-negara lain. Dalam situasi ini, media sosial menjadi saluran penting bagi publik internasional untuk mengetahui dan menyuarakan penderitaan yang dialami oleh pengungsi Palestina (Sulistyaningsih, 2024).

Dalam dunia digital, solidaritas tidak lagi hanya diwujudkan dalam bentuk fisik, tetapi juga dalam bentuk solidaritas digital. Solidaritas digital dapat didefinisikan sebagai bentuk dukungan, kepedulian, dan keterlibatan pengguna media sosial terhadap isu sosial tertentu melalui partisipasi dalam kampanye online, penyebaran informasi, atau tindakan simbolik lainnya. Menurut Hamad (2021), kampanye digital pro-Palestina di media sosial menjadi bentuk baru perlawanan terhadap ketidakadilan yang dilakukan oleh masyarakat global (Hamad, 2021).

Instagram memainkan peran penting dalam kampanye solidaritas terhadap pengungsi Palestina. Melalui fitur berbagi gambar dan video, pengguna dapat menunjukkan empati, menyuarakan dukungan, dan mengajak orang lain untuk peduli terhadap isu kemanusiaan tersebut. Kampanye digital seperti #PrayForPalestine atau #StandWithPalestine tidak hanya menjadi tren sesaat, tetapi mencerminkan kesadaran kolektif yang terus tumbuh di kalangan masyarakat global (Hamad, 2021).

Salah satu bentuk nyata dari solidaritas digital adalah aksi boikot terhadap produk atau perusahaan yang dianggap mendukung penindasan terhadap rakyat

Palestina. Aksi ini dilakukan sebagai bentuk tekanan terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam konflik, serta sebagai bentuk protes terhadap ketidakadilan. Boikot menjadi salah satu strategi yang populer digunakan oleh aktivis digital dalam menyuarakan perubahan sosial.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh (Rizki & Pangestuti, 2017) dengan berjudul "Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Kampanye Sosial di Media Sosial". Artikel ini membahas tentang bagaimana kampanye sosial yang disebarakan melalui media sosial dapat membentuk persepsi dan sikap masyarakat. Hasil pembahasan dalam penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk kesadaran, sikap empatik, dan partisipasi masyarakat terhadap kampanye sosial. Konten yang berulang dan emosional di media sosial terbukti efektif memengaruhi opini publik.

Penelitian yang dilakukan oleh (Effendy, 2021) dengan berjudul "Pengaruh Media Sosial terhadap Persepsi Publik atas Isu Palestina". Artikel ini membahas tentang bagaimana media sosial, khususnya Instagram dan Twitter, membentuk persepsi publik terhadap konflik Palestina. Hasil pembahasan dalam penelitian ini yaitu media sosial terbukti menjadi saluran utama dalam menyebarkan narasi pro-Palestina. Paparan konten visual secara terus-menerus menciptakan persepsi negatif terhadap agresi Israel dan mendorong aksi solidaritas masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Khalid, 2020) dengan berjudul "*Social Media and the Palestinian Struggle*". Artikel ini membahas tentang menganalisis penggunaan media sosial sebagai alat perjuangan bagi masyarakat Palestina. Hasil pembahasan dalam penelitian ini yaitu media sosial memberikan kekuatan naratif kepada warga sipil Palestina untuk mendokumentasikan dan menyebarluaskan pengalaman mereka kepada audiens global, yang kemudian membentuk persepsi internasional dan menimbulkan tekanan politik.

HASIL PEMBAHASAN

Uji Validitas

Correlations

	Penggunaan Media Sosial Instagram	Persepsi Masyarakat Terhadap Isu Tentang Pengungsi Palestina
Penggunaan Media Sosial Instagram	1	.623**
Sig. (2-tailed)		.000
N	35	35
Persepsi Masyarakat Terhadap Isu Tentang Pengungsi Palestina	.623**	1
Sig. (2-tailed)	.000	
N	35	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dapat dilihat hasil uji validitas dengan menggunakan spss bahwa antara item dengan total skor mempunyai nilai Sig. < 0,05, maka menunjukkan indikator tersebut valid untuk mengukur konstruk yang dimaksud.

Korelasi antara Penggunaan Instagram terhadap Persepsi Masyarakat tentang Isu Pengungsi Palestina = 0,672 dengan Sig = 0,000 < 0,05 artinya pengetahuan valid untuk mengukur Persepsi Masyarakat tentang Isu Pengungsi Palestina

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.767	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Penggunaan Media Sosial Instagram	27.0000	7.824	.623	. ^a
Persepsi Masyarakat Terhadap Isu Tentang Pengungsi Palestina	27.0000	8.235	.623	. ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Nilai Cronbach's Alpha adalah 0,767. Ini menunjukkan bahwa dua pertanyaan yang diuji memiliki tingkat konsistensi internal yang baik.

- Jika nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,7, maka data dianggap cukup reliabel, artinya pertanyaan-pertanyaan tersebut cukup konsisten dalam mengukur hal yang sama.
- Dengan nilai 0,767, bisa disimpulkan bahwa pertanyaan tentang penggunaan Instagram dan persepsi masyarakat terhadap pengungsi Palestina adalah reliabel.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.18810766
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.074
	Negative	-.111
Kolmogorov-Smirnov Z		.654
Asymp. Sig. (2-tailed)		.786

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,786 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.607	3.603		2.944	.006		
Penggunaan Media Sosial Instagram	.607	.133	.623	4.574	.000	1.000	1.000

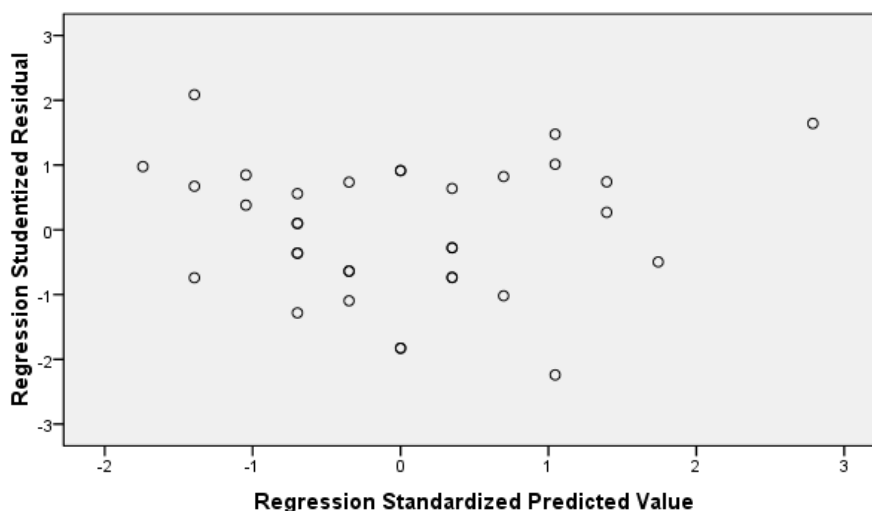
a. Dependent Variable: Persepsi Masyarakat Terhadap Isu Tentang Pengungsi Palestina

Nilai Tolerance yang tinggi (mendekati 1) dan VIF yang rendah (mendekati 1) menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas. Ini berarti variabel Penggunaan Media Sosial Instagram tidak memiliki hubungan yang berlebihan atau saling mempengaruhi secara kuat dengan variabel bebas lain bahkan di sini hanya ada satu variabel bebas, sehingga multikolinieritas tidak mungkin terjadi.

Uji Heteroskedstisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Persepsi Masyarakat Terhadap Isu Tentang Pengungsi Palestina



Berdasarkan scatterplot yang dihasilkan, terlihat bahwa titik-titik residual tersebar secara acak di sekitar garis horizontal (sumbu X) dan tidak membentuk pola tertentu seperti pola kerucut (mengembang atau menyempit), gelombang, atau

lengkungan tertentu. Model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, yang berarti bahwa asumsi mengenai konstan-varian (homoskedastisitas) terpenuhi. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut karena residual yang dihasilkan memiliki penyebaran yang merata dan tidak dipengaruhi oleh nilai prediksi.

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.623 ^a	.388	.369	2.22101	2.010

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial Instagram

b. Dependent Variable: Persepsi Masyarakat Terhadap Isu Tentang Pengungsi Palestina

Berdasarkan hasil uji autokorelasi yang ditunjukkan oleh nilai Durbin-Watson sebesar 2.010, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi, karena nilai tersebut mendekati angka 2 yang merupakan batas ideal. Hal ini menunjukkan bahwa residual atau galat model tidak berkorelasi secara sistematis, sehingga salah satu asumsi penting dalam regresi linear telah terpenuhi. Dengan demikian, hasil estimasi model dapat dinilai lebih valid.

Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	103.214	1	103.214	20.924	.000 ^a
	Residual	162.786	33	4.933		
	Total	266.000	34			

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial Instagram

b. Dependent Variable: Persepsi Masyarakat Terhadap Isu Tentang Pengungsi Palestina

Berdasarkan hasil uji ANOVA (Analysis of Variance) pada Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Persepsi Masyarakat terhadap Isu tentang Pengungsi Palestina diperoleh nilai F hitung sebesar 20,924 dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,000.

Untuk mengetahui apakah model regresi tersebut signifikan secara simultan, maka nilai F hitung dibandingkan dengan F tabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), dengan derajat kebebasan $df_1 = 1$ (jumlah variabel bebas) dan $df_2 = 33$ (jumlah responden dikurangi jumlah variabel dan 1). Berdasarkan tabel distribusi F, diperoleh F tabel sebesar sekitar 4,15.

Karena nilai F hitung (20,924) > F tabel (4,15) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa: Model regresi signifikan secara simultan, artinya variabel Penggunaan Media Sosial Instagram secara statistik berpengaruh signifikan terhadap variabel Persepsi Masyarakat terhadap Isu Pengungsi Palestina.

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.607	3.603		2.944	.006		
Penggunaan Media Sosial Instagram	.607	.133	.623	4.574	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Persepsi Masyarakat Terhadap Isu Tentang Pengungsi Palestina

Berdasarkan hasil uji t pada variabel Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Persepsi Masyarakat terhadap Isu Pengungsi Palestina, diperoleh nilai t hitung sebesar 4,574 dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,000.

Untuk mengetahui apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara parsial, maka nilai t hitung dibandingkan dengan t tabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan derajat kebebasan ($df = n - k - 1 = 35 - 1 - 1 = 33$). Berdasarkan distribusi t, diperoleh t tabel sebesar sekitar 2,0345.

Karena nilai t hitung (4,574) > t tabel (2,0345) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa: Variabel Penggunaan Media Sosial Instagram berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap Persepsi Masyarakat terhadap Isu Pengungsi Palestina.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat mengenai isu pengungsi Palestina. Temuan ini diperkuat oleh hasil uji korelasi Pearson yang menunjukkan nilai r sebesar 0,623 dengan signifikansi 0,000. Ini berarti semakin tinggi intensitas dan keterlibatan pengguna dalam menyimak atau berinteraksi dengan konten Instagram yang memuat isu Palestina, semakin kuat pula persepsi empatik yang terbentuk dalam diri mereka.

Uji regresi linear sederhana menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar 0,607, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam penggunaan Instagram akan meningkatkan skor persepsi masyarakat sebesar 0,607 satuan. Hal ini mengindikasikan bahwa visualisasi dan narasi emosional di Instagram mampu membentuk dan memperkuat persepsi serta empati publik.

Uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,767, yang menandakan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan cukup konsisten dan dapat diandalkan. Selanjutnya, uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menghasilkan signifikansi sebesar 0,786 ($> 0,05$), yang mengindikasikan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi salah satu syarat utama dalam regresi linear.

Dalam uji multikolinearitas dan heteroskedastisitas, hasil menunjukkan tidak terdapat gejala multikolinearitas ($VIF = 1,000$) maupun heteroskedastisitas berdasarkan pola sebar residual yang acak. Selain itu, nilai Durbin-Watson sebesar 2,010 menunjukkan tidak adanya autokorelasi dalam model regresi.

Hasil uji F sebesar 20,924 dengan signifikansi 0,000 dan uji t sebesar 4,574 juga menunjukkan bahwa model regresi signifikan baik secara simultan maupun parsial. Ini membuktikan bahwa penggunaan Instagram sebagai media penyampai pesan visual sangat efektif dalam mempengaruhi opini publik terkait isu kemanusiaan.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa Instagram bukan hanya sekadar platform berbagi foto dan video, melainkan telah berkembang menjadi media advokasi sosial yang mampu membentuk kesadaran kolektif dan mendorong partisipasi aktif dalam isu-isu global seperti krisis pengungsi Palestina.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial Instagram berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat mengenai isu pengungsi Palestina. Hasil analisis statistik menunjukkan adanya korelasi positif yang kuat antara intensitas penggunaan Instagram dengan tingkat empati dan kesadaran masyarakat terhadap isu kemanusiaan tersebut ($r = 0,623$; $p < 0,05$). Model regresi juga terbukti signifikan baik secara simultan ($F = 20,924$; $p < 0,05$) maupun parsial ($t = 4,574$; $p < 0,05$), yang menandakan bahwa Instagram menjadi media yang efektif dalam membentuk opini publik.

Aspek visual dan emosional dari konten yang dibagikan di Instagram, seperti foto, video, dan narasi personal, terbukti mampu mendorong keterlibatan emosional masyarakat serta memicu tindakan nyata, seperti partisipasi dalam kampanye digital dan solidaritas terhadap pengungsi Palestina. Penelitian ini menegaskan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai alat komunikasi strategis dalam meningkatkan kesadaran sosial dan advokasi kemanusiaan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyani, J., Putri, L. I., Zidhan, R. E., & Arthaditama, D. I. (2025). The Influence Of Social Media On Generation Z Consumption Patterns In Indonesia. *Interkoneksi: Journal of Computer Science and Digital Business*, 3(1), 26–30. <https://doi.org/10.6166/interkoneksi.v3i1.33>
- Effendy, M. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Persepsi Publik atas Isu Palestina. *Jurnal Komunikasi Dan Sosial Humaniora*, 13(1), 55–67.

- Belynda Athavia Suryawan. (2025). Utilizing Social Media in Developing Business Strategies in the Digital Era. *Interkoneksi: Journal of Computer Science and Digital Business*, 3(2), 90–97. <https://doi.org/10.61166/interkoneksi.v3i2.44>
- Fernando, H., & Larasati, Y. G. (2023). Melampaui dari Sebuah Simbol Semangka: Memahami Konflik Palestina-Israel Dalam Instagram. *Jurnal Religi : Jurnal Studi Agama-Agama*, 19(02), 205–226.
- Hamad, R. (2021). How Social Media Is Changing Pro-Palestinian Activism. *The Guardian*.
- Husnaeni, B. R., Studi, P., Dan, K., Islam, P., Manajemen, J., Komunikasi, D. A. N., & Dakwah, F. (2025). *Pesan Dukungan Perdamaian Untuk Palestina Melalui Media Sosial Instagram @ iqomic Periode Bulan November 2023 – Februari 2024 (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)*. 2024(November 2023).
- Khalid, A. (2020). Social Media and the Palestinian Struggle. *Middle East Monitor*.
- Khusnul, K., & Rizki, F. (2025). *Peran Media Sosial Instagram @ Eye . On . Palestine Dalam Meningkatkan Kesadaran Sosial dan Aksi Kemanusiaan*. 4(1), 1155–1162.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosoteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rizki, A. N., & Pangestuti, S. (2017). Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Kampanye Sosial di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya*, 5(2), 102–110.
- Silpiah, Siti Karomah, Siti Rosanti, Siti Mundiroh, & Sri Ayuni. (2022). The Oslo Agreement in the Peace Process and the Role of the United States in Resolving the Palestinian-Israeli Conflict. *HISTORICAL: Journal of History and Social Sciences*, 1(1), 27–33. <https://doi.org/10.58355/historical.viii.18>
- Suhangga, M. (2024). *PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA TERHADAP NEGARA*. 1(1), 99–109. <https://doi.org/10.36859/dgsj.viii.2863>
- Sulistyaningsih, A. (2024). *PALESTINA (GAZA) DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*. 2(2), 179–183.
- Ummah, M. S. (2019). PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MENGENAI PRODUK BOIKOT DAN KONFLIK PALESTINA – ISRAEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BOIKOT. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI