

Peran Media Sosial dalam Gerakan Solidaritas Boikot Produk Pro-Israel

Zahrul Husna

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: *Husnasy936@gmail.com*

Abstract

The Israel-Palestine conflict, one of the longest-standing conflicts in history, has sparked global solidarity movements, including in Indonesia. This study highlights the role of social media in supporting the boycott movement of products affiliated with Israel as a form of solidarity with Palestine. Social media plays a crucial role in disseminating information, shaping public opinion, and mobilizing support. This research employs a qualitative approach through a literature review to analyze the relevant literature on the role of social media in social movements, as well as communication theories such as Technological Determinism and Uses & Gratifications, which explain individuals' motivations for participating in the boycott. The findings indicate that while the boycott movement strengthens national solidarity and supports local products, there are significant challenges in its implementation, including complex economic and political impacts. Additionally, the movement reinforces Pancasila values in Indonesian society, although controversy and negative effects must be considered. The Indonesian Ulema Council (MUI) fatwa on boycotting Israeli products also sparked debates within the public, highlighting the need for careful evaluation of its implications. In conclusion, the issue of boycotting pro-Israeli products in Indonesia requires a holistic approach that considers various social, economic, and political dimensions.

Keywords: *Israel-Palestine Conflict, Boycott, Social Media, Solidarity, Pancasila*

Abstrak

Konflik Israel-Palestina, salah satu konflik terpanjang dalam sejarah, telah memicu gerakan solidaritas global, termasuk di Indonesia. Penelitian ini menyoroti peran media sosial dalam mendukung gerakan boikot produk-produk yang berafiliasi dengan Israel sebagai bentuk solidaritas terhadap Palestina. Media sosial memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi, membentuk opini publik, dan memobilisasi dukungan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kepustakaan untuk menganalisis literatur terkait peran media sosial dalam gerakan sosial serta teori-teori komunikasi, seperti Determinisme Teknologi dan Uses & Gratifications, yang menjelaskan motivasi individu dalam berpartisipasi dalam boikot. Temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun gerakan boikot ini memperkuat solidaritas nasional dan mendukung produk lokal, terdapat tantangan signifikan dalam pelaksanaannya, termasuk dampak ekonomi dan politik yang kompleks. Selain itu, gerakan ini juga memperkuat nilai-nilai Pancasila dalam masyarakat Indonesia, meskipun kontroversi dan dampak negatif perlu dipertimbangkan. Fatwa MUI tentang boikot produk Israel juga memicu perdebatan di masyarakat, menunjukkan perlunya evaluasi yang cermat terhadap dampaknya. Kesimpulannya, isu boikot produk pro-Israel di Indonesia memerlukan pendekatan holistik yang mempertimbangkan berbagai dimensi sosial, ekonomi, dan politik.

Kata Kunci: Konflik Israel-Palestina, boikot, media sosial, solidaritas, Pancasila.

Pendahuluan

Konflik antara Israel dan Palestina dianggap sebagai salah satu konflik sejarah terpanjang dan tersulit sepanjang sejarah, memiliki latar belakang yang kompleks dan sejarah yang panjang. Perselisihan ini disebabkan oleh klaim kedua belah pihak atas wilayah yang sama di Timur Tengah, khususnya wilayah yang sekarang menjadi Israel, Palestina dan sekitarnya. Pada akhirnya perselisihan ini disebabkan oleh pertikaian antara dua kelompok agama dan suku yang berusaha menguasai tanah

yang dianggap suci oleh kedua belah pihak. Pada awal abad ke-20, meningkatnya gerakan Zionis yang berupaya mendirikan negara Yahudi di wilayah tersebut dianggap sebagai hak asasi mereka, hal ini menimbulkan ketegangan dengan penduduk Arab yang telah lama mendiami wilayah tersebut. Ketegangan meningkat setelah pembagian Palestina oleh PBB pada tahun 1947, yang menyebabkan wilayah tersebut terpecah menjadi dua negara terpisah, satu untuk orang Yahudi, yang lainnya untuk orang Arab Palestina.¹

Namun perpecahan tersebut dibantah oleh negara-negara Arab dan Perang Arab-Israel pertama yang terjadi pada tahun 1948 dianggap sebagai perang pertama antara keduanya. Pada puncak konflik antara Palestina dan Israel, masyarakat Indonesia menunjukkan respons yang signifikan melalui media sosial, menjadi bagian dari gelombang dukungan global yang terus meningkat. Gerakan boikot terhadap produk-produk yang terkait dengan Israel muncul sebagai bentuk solidaritas, yang berkembang menjadi fenomena sosial di berbagai platform media sosial seperti X, TikTok, Instagram, dan Twitter. Menurut Muhammad Risqi Fauzan Septiazi & Nina Yuliana (dalam Purwantini & Anisa, 2018) mengemukakan bahwa pentingnya media sosial semakin meningkat dan diperkirakan akan terus tumbuh, meresapi kegiatan masyarakat. Media sosial bukan hanya sekadar platform, tetapi juga menciptakan eksistensi virtual baru bagi setiap individu. Tujuannya tidak hanya mencakup fungsi media cetak dan elektronik, tetapi juga menunjukkan kemampuan untuk menggantikan peran ahli atau spesialis di berbagai bidang dalam menangani masalah tertentu.²

Di era ini, kepercayaan seseorang terhadap keputusannya dan ketergantungannya pada keputusan tersebut sangat dipengaruhi oleh informasi yang tersebar di media sosial. Media sosial memainkan peran penting dalam menggalang opini publik dan menyebarkan informasi, yang terlihat dari keberhasilan gerakan boikot ini. Media sosial menjadi wadah utama untuk menyuarakan seruan boikot, menyebarkan informasi tentang konflik Israel-Palestina, dan mengumpulkan dukungan massal. Boikot terhadap produk dari suatu negara biasanya dilakukan sebagai bentuk protes terhadap kebijakan negara tersebut. Tujuan dari boikot ini adalah untuk mempengaruhi kebijakan negara target dengan cara menurunkan perekonomiannya melalui pengurangan ekspor dan investasi. Contoh terbaru adalah kampanye global yang mengajak untuk memboikot produk-produk Israel guna mendukung Palestina dan menentang kebijakan-kebijakan Israel yang merugikan penduduk Palestina. Di Indonesia, berbagai elemen masyarakat turut serta dalam kampanye boikot produk-produk Israel sebagai tanda solidaritas terhadap penduduk Palestina dan penolakan terhadap kebijakan Israel yang dianggap merugikan serta melanggar hak-hak rakyat Palestina, khususnya dalam konflik yang telah berlangsung puluhan tahun antara Israel dan Palestina.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan studi kepustakaan. Metode ini dipilih karena studi kepustakaan memungkinkan peneliti untuk memahami konsep-konsep dasar dan teori-teori yang relevan dengan peran media sosial dalam gerakan solidaritas.

¹ Nasya'a Nadyah Aisyah and Nur Fitriatin, "Krisis Moral Dan Etika Di Kalangan Generasi Muda Indonesia Dalam Perspektif Profesi Guru," *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Indonesia (JPPI)* 5 (2025): 329–37, <https://jurnal.bimaberilmu.com/index.php/jppi/article/view/908/582>.

² Awaludin Pimay and Fania Mutiara Savitri, "Dinamika Dakwah Islam Di Era Modern," *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2021): 43–55, <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.7847>.

Dengan mempelajari literatur yang ada, peneliti dapat mengetahui bagaimana media sosial telah digunakan dalam berbagai gerakan sosial sebelumnya. Menurut Sarwono (dalam Milya Sari & Asmendri) Penelitian kepustakaan adalah jenis studi yang melibatkan pengkajian berbagai buku referensi dan hasil-hasil penelitian terdahulu yang serupa, yang bermanfaat untuk memperoleh dasar teori terkait dengan masalah yang sedang diteliti. Penelitian ini menyoroti peran media sosial dalam mendukung gerakan solidaritas boikot terhadap produk-produk yang dianggap pro-Israel. Metodologi penelitian melibatkan pengumpulan data dengan cara menghimpun berbagai informasi yang berkaitan dengan peran media sosial dalam mempromosikan gerakan ini. Selain itu, data yang diperoleh dianalisis dengan mengacu pada artikel-artikel yang relevan dan telah dipublikasikan sebelumnya untuk memperdalam pemahaman mengenai efektivitas serta dampak media sosial dalam gerakan boikot tersebut.

Hasil dan Pembahasan

A. Peran Media Sosial

Peran media sosial pada era digital telah berkembang menjadi salah satu faktor yang paling berpengaruh dalam kehidupan masyarakat. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi juga berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, ekonomi, hingga dakwah. Melalui berbagai platform seperti Facebook, Instagram, X, TikTok, dan YouTube, individu dapat mengakses informasi secara cepat, berinteraksi tanpa batas ruang dan waktu, serta membangun jejaring sosial yang lebih luas. Kemudahan tersebut menjadikan media sosial sebagai instrumen penting dalam membentuk pola pikir, perilaku, dan budaya masyarakat modern. Dalam bidang pendidikan, media sosial memiliki peran strategis sebagai sumber belajar yang mampu memperluas akses terhadap ilmu pengetahuan. Guru, dosen, maupun peserta didik dapat memanfaatkan media sosial untuk berbagi materi pembelajaran, berdiskusi, mengikuti seminar daring, serta memperoleh referensi akademik terbaru. Kehadiran media sosial juga mendorong lahirnya pembelajaran yang lebih interaktif dan kolaboratif, sehingga proses belajar tidak lagi terbatas pada ruang kelas. Namun, pemanfaatan tersebut memerlukan kemampuan literasi digital agar pengguna mampu memilah informasi yang benar, menghindari hoaks, dan menggunakan media sosial secara bijaksana.³

Di bidang ekonomi, media sosial telah menjadi media pemasaran yang sangat efektif. Pelaku usaha, mulai dari usaha mikro hingga perusahaan besar, memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk, membangun citra merek, menjalin hubungan dengan konsumen, serta meningkatkan penjualan. Biaya promosi yang relatif murah dengan jangkauan pasar yang luas menjadikan media sosial sebagai salah satu faktor utama dalam perkembangan ekonomi digital. Selain itu, munculnya profesi baru seperti content creator, influencer, digital marketer, dan affiliate marketer menunjukkan bahwa media sosial juga mampu menciptakan peluang kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam perspektif sosial, media sosial berperan sebagai sarana pemererat hubungan antarmanusia. Komunikasi yang sebelumnya dibatasi oleh jarak kini dapat dilakukan secara instan melalui berbagai aplikasi media sosial. Masyarakat dapat berbagi pengalaman, bertukar informasi, serta membangun komunitas berdasarkan minat dan tujuan tertentu. Pada saat terjadi

³ Fusvita Dewi, "Dinamika Dan Tantangan Moderasi Beragama Di Negara- Negara Mayoritas Muslim Di Asia Tenggara," *Journey-Liaison Academia and Society* 3, no. 1 (2024): 32–42, <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/BCoPJ-LAS>.

bencana atau kondisi darurat, media sosial juga menjadi media yang efektif untuk menyebarkan informasi, menggalang bantuan, serta mengoordinasikan aksi kemanusiaan.⁴

Dari sudut pandang keagamaan, media sosial menjadi media dakwah yang sangat potensial. Para ulama, pendakwah, lembaga pendidikan Islam, maupun organisasi keagamaan dapat menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat secara lebih luas melalui video, podcast, artikel, maupun siaran langsung. Dakwah digital memungkinkan pesan-pesan keislaman menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Akan tetapi, kemudahan tersebut juga menghadirkan tantangan berupa penyebaran paham keagamaan yang ekstrem, provokatif, atau tidak memiliki dasar ilmiah. Oleh karena itu, masyarakat perlu memiliki kemampuan tabayyun (verifikasi informasi) serta memilih sumber dakwah yang kredibel dan memiliki kompetensi keilmuan. Di sisi lain, media sosial juga memiliki dampak negatif apabila digunakan tanpa kontrol. Penyebaran berita palsu (hoaks), ujaran kebencian, perundungan siber (*cyberbullying*), penipuan digital, pelanggaran privasi, hingga kecanduan media sosial merupakan beberapa permasalahan yang sering muncul.⁵

Penggunaan media sosial secara berlebihan juga dapat mengurangi interaksi sosial secara langsung, menurunkan produktivitas, serta memengaruhi kesehatan mental, terutama pada kalangan remaja. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi harus diimbangi dengan etika digital dan kemampuan mengendalikan diri dalam menggunakan media sosial. Dalam perspektif Islam, penggunaan media sosial harus berlandaskan nilai-nilai akhlak mulia seperti kejujuran (*ṣidq*), amanah, tanggung jawab, serta menjauhi penyebaran fitnah dan ghibah. Al-Qur'an mengajarkan pentingnya melakukan verifikasi terhadap setiap informasi sebelum menyebarkannya sebagaimana dijelaskan dalam Surah Al-Hujurat ayat 6. Prinsip tersebut menjadi landasan etis agar media sosial digunakan sebagai sarana menyebarkan kebaikan, ilmu pengetahuan, dan kemaslahatan bagi masyarakat. Dengan demikian, media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari pendidikan, ekonomi, komunikasi, hingga dakwah Islam. Kehadirannya memberikan banyak peluang untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, tetapi juga menghadirkan berbagai tantangan yang memerlukan sikap bijaksana dalam penggunaannya. Oleh karena itu, penguatan literasi digital, etika bermedia, serta nilai-nilai moral dan keagamaan menjadi faktor penting agar media sosial dapat dimanfaatkan secara produktif, bertanggung jawab, dan memberikan manfaat bagi individu maupun masyarakat secara luas.⁶

B. Gerakan Solidaritas Boikot Produk Pro-Israel

Gerakan solidaritas boikot produk yang dianggap memiliki keterkaitan dengan Israel merupakan salah satu bentuk aksi masyarakat sipil yang bertujuan mengekspresikan kepedulian terhadap konflik Israel–Palestina. Gerakan ini berkembang di berbagai negara sebagai bentuk tekanan ekonomi dan moral terhadap perusahaan atau institusi yang dinilai memiliki hubungan bisnis, investasi, atau dukungan terhadap kebijakan pemerintah Israel. Pendukung gerakan tersebut beranggapan bahwa keputusan konsumen untuk tidak membeli produk tertentu merupakan bentuk partisipasi damai dalam

⁴ W. Setiawan, “Era Digital Dan Tantangannya. Seminar Nasional Pendidikan,” *Seminar Nasional Pendidikan*, 2017, 1–9.

⁵ Setiawan.

⁶ Iskandar Yahya Arulampalam Kunaraj, P.Chelvanathan, Ahmad AA Bakar, “Pengaruh Terpaan Trend Tiktok Glow Up Terhadap Persepsi Standar Kecantikan Dan Motivasi Mempercantik Diri Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Unissula Skripsi,” *Journal of Engineering Research*, 2023.

memperjuangkan hak asasi manusia dan keadilan bagi rakyat Palestina. Secara umum, gerakan boikot dilakukan melalui kampanye di media sosial, edukasi kepada masyarakat, penyebaran daftar perusahaan yang menjadi sasaran boikot menurut penyelenggara kampanye, hingga ajakan untuk beralih menggunakan produk alternatif. Salah satu gerakan yang paling dikenal secara internasional adalah Boycott, Divestment, and Sanctions (BDS), yang diluncurkan pada tahun 2005 oleh koalisi organisasi masyarakat sipil Palestina. Gerakan ini mengusung tiga strategi utama, yaitu boikot terhadap produk atau perusahaan tertentu, divestasi investasi dari perusahaan yang menjadi sasaran, dan dorongan pemberian sanksi oleh negara atau lembaga internasional. Di sisi lain, sejumlah pemerintah dan kelompok masyarakat mengkritik atau menolak gerakan ini karena berbagai alasan politik, hukum, maupun ekonomi. Oleh sebab itu, efektivitas dan legitimasi gerakan boikot masih menjadi perdebatan di tingkat internasional.

Di Indonesia, gerakan solidaritas boikot memperoleh perhatian yang cukup besar, terutama ketika konflik di Gaza mengalami eskalasi. Berbagai organisasi kemasyarakatan, tokoh agama, akademisi, komunitas mahasiswa, dan masyarakat umum menyuarakan dukungan terhadap Palestina melalui aksi damai, penggalangan dana kemanusiaan, doa bersama, serta ajakan untuk lebih selektif dalam memilih produk yang dikonsumsi. Kampanye tersebut banyak disebarluaskan melalui media sosial sehingga mampu menjangkau masyarakat secara luas dan mendorong diskusi mengenai hubungan antara perilaku konsumsi dengan isu kemanusiaan global. Dari perspektif ekonomi, gerakan boikot menunjukkan bahwa keputusan konsumsi masyarakat tidak hanya didasarkan pada kualitas atau harga produk, tetapi juga dipengaruhi oleh pertimbangan etika, nilai moral, dan solidaritas kemanusiaan. Konsumen semakin memperhatikan praktik bisnis perusahaan, termasuk tanggung jawab sosial, transparansi, dan keterkaitannya dengan isu-isu global. Dalam konteks ini, perilaku konsumsi dipandang sebagai salah satu bentuk ekspresi nilai yang diyakini oleh individu maupun kelompok masyarakat.⁷

Dalam perspektif Islam, solidaritas terhadap masyarakat yang mengalami penindasan merupakan bagian dari nilai ukhuwah insaniyyah (persaudaraan kemanusiaan) dan kepedulian terhadap keadilan. Islam mendorong umatnya untuk membantu sesama melalui cara-cara yang sesuai dengan prinsip syariah, seperti memberikan bantuan kemanusiaan, berdonasi, menyuarakan perdamaian, serta menghindari tindakan yang menimbulkan permusuhan atau ketidakadilan. Pada saat yang sama, Islam juga menekankan pentingnya bersikap adil, menjaga etika dalam menyampaikan informasi, serta melakukan tabayyun (verifikasi) terhadap setiap informasi yang beredar sebelum mengambil keputusan atau menyebarkannya kepada orang lain. Meskipun demikian, penting untuk dipahami bahwa penetapan apakah suatu perusahaan atau produk termasuk sasaran boikot bergantung pada kriteria yang digunakan oleh masing-masing organisasi atau gerakan. Tidak semua pihak memiliki daftar atau penilaian yang sama mengenai keterkaitan suatu perusahaan dengan konflik Israel–Palestina.⁸

⁷ Diah Handayani, "Political Identity, Popular Culture, and Ideological Coercion: The Discourses of Feminist Movement in the Report of Ummi Magazine," *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 2021, <https://doi.org/10.14421/jpm.2021.051-08>.

⁸ Raynald Alfian Yudidetyanto and Achmad Taufik Firmansyah, "Fotografi Pada Era Disrupsi: Artificial Intelligence Sebagai Referensi Dalam Mengembangkan Ide Kreatif Fotografi," *Specta: Journal Of Photography, Arts and Media* 8, no. 1 (2024): 35–44, <https://doi.org/10.24821/specta.v8i1.12378>.

Oleh karena itu, masyarakat dianjurkan untuk merujuk pada sumber yang kredibel, memeriksa informasi secara kritis, dan membedakan antara fakta yang telah terverifikasi dengan informasi yang masih bersifat klaim atau opini. Dengan demikian, gerakan solidaritas boikot produk yang dianggap pro-Israel merupakan fenomena sosial, ekonomi, dan politik yang mencerminkan meningkatnya kepedulian masyarakat terhadap isu kemanusiaan global. Selain menjadi bentuk ekspresi solidaritas, gerakan ini juga menunjukkan bahwa perilaku konsumsi dapat dipengaruhi oleh nilai-nilai etika dan kemanusiaan. Namun, agar tujuan solidaritas tercapai secara konstruktif, setiap tindakan perlu didasarkan pada informasi yang akurat, penghormatan terhadap hukum yang berlaku, serta komitmen terhadap prinsip perdamaian, keadilan, dan penghormatan terhadap hak asasi manusia bagi semua pihak.

C. Peran Media Sosial dalam Gerakan Solidaritas Boikot Produk Pro-Israel

Hasil dan pembahasan dari jurnal yang telah dikumpulkan oleh peneliti mencakup 6 artikel dan 1 buku, dengan hasil sebagai berikut. Artikel pertama mengeksplorasi dampak dari boikot produk yang terkait dengan afiliasi pro-Israel terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Temuan menunjukkan bahwa boikot ini mencerminkan bagaimana isu-isu politik dan kemanusiaan global dapat memengaruhi perilaku ekonomi dan sosial di tingkat nasional. Meskipun boikot tersebut berpotensi memengaruhi ekonomi Indonesia dengan menurunkan permintaan terhadap produk impor dan meningkatkan dukungan untuk produk lokal, ada tantangan yang signifikan dalam pelaksanaannya dan dampaknya terhadap tujuan politik yang lebih luas tetap menjadi pertanyaan yang rumit. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam dan pendekatan yang hati-hati dalam menangani isu ini, dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan politik secara menyeluruh. Artikel berikutnya yang berjudul Analisis Pengaruh Jejaring Sosial Terhadap Interaksi Sosial di Era Digital dimana artikel ini melihat bagaimana era digital telah merevolusi cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi berkat kemajuan teknologi informasi dan media sosial.⁹

Platform jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter telah mengubah dinamika interaksi sosial, memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan orang-orang di seluruh dunia dengan cara yang lebih cepat dan efisien. Artikel ini mengeksplorasi secara mendalam dampak signifikan media sosial terhadap pola interaksi sosial di era digital yang ditinjau melalui beberapa teori komunikasi. Salah satu teori yang dibahas dalam artikel ini adalah teori Determinisme Teknologi Komunikasi dimana pandangan dalam studi komunikasi yang menyatakan bahwa teknologi komunikasi memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan sosial, budaya, dan politik suatu masyarakat. Pendekatan ini menganggap bahwa teknologi komunikasi dapat memengaruhi atau membatasi bentuk interaksi sosial dan perilaku manusia. Dalam pandangan ini, teknologi dianggap sebagai kekuatan utama yang membentuk masyarakat dan cara manusia berkomunikasi. Teori ini menekankan bagaimana kemajuan teknologi, khususnya di bidang komunikasi, mampu mengubah struktur sosial dan pola hubungan antarmanusia. Pendukung teori ini percaya bahwa teknologi seperti

⁹ Moh Muhtador, "Teologi Persuasif Ayat-Ayat Makkiyah; Sebuah Tafsir Relasi Umat Beragama," *Fikrah* 4, no. 2 (2016): 188–99, <https://doi.org/10.21043/fikrah.v4i2.1513>.

internet, media sosial, dan telekomunikasi berkembang dengan cara yang hampir tak terhindarkan, dan dampaknya terhadap budaya, norma, serta nilai-nilai masyarakat sangat besar.¹⁰

Teori Uses and Gratifications dapat digunakan untuk menganalisis gerakan solidaritas boikot produk-produk yang mendukung Israel dengan cara memahami motivasi dan kebutuhan individu dalam mendukung atau bergabung dengan gerakan ini. Teori Uses & Gratifications berfokus pada bagaimana individu secara aktif memilih dan menggunakan media atau tindakan tertentu untuk memenuhi kebutuhan psikologis atau sosial mereka, seperti kebutuhan akan informasi, identitas pribadi, integrasi sosial, dan pelarian. Dalam konteks gerakan boikot, individu mungkin termotivasi untuk berpartisipasi karena kebutuhan akan informasi yang akurat mengenai konflik Israel-Palestina dan keinginan untuk merasa berperan serta dalam upaya perubahan sosial. Selain itu, partisipasi dalam boikot dapat memenuhi kebutuhan akan identitas pribadi, seperti menjadi bagian dari komunitas global yang mendukung keadilan sosial.¹¹

Partisipasi ini juga dapat memberikan rasa solidaritas dan keterhubungan sosial dengan kelompok lain yang memiliki pandangan dan tujuan serupa, serta memberikan rasa kontribusi terhadap tujuan yang lebih besar. Dengan demikian, analisis menggunakan teori Uses & Gratifications dapat membantu memahami alasan-alasan mendasar mengapa individu memilih untuk terlibat dalam gerakan boikot, bagaimana mereka menggunakan media untuk mencari informasi dan dukungan, dan bagaimana partisipasi tersebut memenuhi berbagai kebutuhan psikologis dan sosial mereka. Hasil penelitian dari artikel yang berjudul Efektivitas Seruan Aksi Boikot Produk Pro Israel Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Bagi Produk Lokal ini menunjukkan bahwa seruan untuk melakukan boikot memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Motivasi konsumen untuk berpartisipasi dalam aksi boikot dipengaruhi oleh faktor ideologi, etika, dan rasa solidaritas dengan masyarakat Palestina.¹²

Produk lokal mendapatkan manfaat dari citra positif terkait dukungan terhadap gerakan boikot, namun juga menghadapi tantangan, seperti keharusan menjaga kualitas produk dan mengelola ketegangan politik. Ancaman potensi gelombang pemutusan hubungan kerja akibat aksi boikot yang berkepanjangan harus menjadi perhatian pemerintah. Penelitian ini memberikan wawasan yang mendalam tentang kompleksitas hubungan antara seruan boikot, pilihan konsumen, dan dampaknya terhadap produk lokal. Temuan ini memberikan implikasi yang penting bagi produsen, pemangku kepentingan, dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi yang responsif terhadap isu politik global dan dinamika pasar yang selalu berubah. Artikel yang berjudul Pengaruh Aksi Boikot Mcdonald's Akibat Genosida Israel di Palestina Terhadap Masyarakat Indonesia dalam Nilai Pancasila ini mengungkap bahwa aksi boikot tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi McDonald's, tetapi

¹⁰ Stri Agneyastra Dite, "Representasi Identitas Jawa Pada Cerita Maya (Film Maya Daya Raya) Melalui Analisis Unsur Sinematik : Mise En Scene," *Tonil: Jurnal Kajian Sastra, Teater Dan Sinema* 20, no. 1 (2023): 8–20, <https://journal.isi.ac.id/index.php/TNL/article/view/9336/3116>.

¹¹ Arifah Suryaningsih, "Peningkatan Motivasi Belajar Siswa Secara Online Pada Pelajaran Animasi 2D Melalui Strategi Komunikasi Persuasif," *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru* 5, no. 1 (2020): 9–15, <https://doi.org/10.51169/ideguru.v5i1.143>.

¹² Diah Citra Krisnawati, "Tafsir Al-Qur'an Audiovisual: Hakikat Surat Al-Ikhlas Perspektif Gus Baha Di Channel Youtube Ngaji Cerdas Gus Baha," *Skripsi* (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022), <http://etheses.iainponorogo.ac.id/21320/>.

juga menggambarkan penerapan nilai-nilai Pancasila, seperti kemanusiaan yang adil dan beradab, persatuan Indonesia, dan keadilan sosial bagi seluruh rakyat. Selain itu, fenomena ini menginspirasi masyarakat Indonesia untuk meningkatkan kepedulian sosial dengan berpartisipasi dalam kegiatan donasi dan menyuarkan keadilan melalui berbagai media, baik secara online maupun offline.¹³

Meskipun demikian, aksi ini juga memicu kontroversi dan kebingungan di kalangan masyarakat mengenai bagaimana seharusnya nilai-nilai Pancasila diinterpretasikan. Temuan ini menunjukkan bahwa aksi boikot mampu memperkuat solidaritas nasional dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya keadilan sosial, meskipun terdapat beberapa dampak negatif pada aspek ekonomi dan sosial tertentu. Artikel yang ditulis oleh Ayu Jelita Ningrum dan Akhirul Aminulloh bertujuan untuk menganalisis konstruksi sosial di antara kelompok-kelompok yang mendukung dan menentang gerakan sosial digital. Hasil studi literatur ini mengungkapkan bahwa digital vigilantism merupakan bentuk konflik sosial yang terjadi di dunia digital. Tindakan ini melibatkan warga net dalam aksi main hakim sendiri, termasuk melalui jurnalisme warga, provokasi daring (online trolling), serta memberi label dan mempermalukan (naming and shaming). Kurangnya kesadaran dalam menghormati pilihan atau keputusan orang lain menyoroti perlunya evaluasi dan perbaikan untuk membangun norma digital yang jelas. Norma-norma ini dapat berfungsi sebagai panduan dan batasan bagi pengguna media sosial, khususnya di Indonesia, agar menjadi pengguna yang lebih sopan dan kritis.¹⁴

Terakhir artikel yang berjudul Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia Berdasarkan temuan, hasil, dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Fatwa MUI Nomor 8 Tahun 2023 telah memicu berbagai perdebatan di masyarakat yang melibatkan beragam aktor. Ada dua kelompok besar yang merespons fatwa ini dengan beragam alasan. Di satu sisi, MUI dan para pendukungnya melihat fatwa tersebut sebagai simbol dukungan moral dan solidaritas internasional terhadap Palestina, serta sebagai bentuk perlawanan terhadap Israel. Di sisi lain, beberapa pihak lebih mempertimbangkan dampak ekonominya, baik dari segi keuntungan maupun kerugian yang mungkin terjadi. Masyarakat umum tampak menjadi penengah di antara kedua kelompok tersebut, memberikan dukungan moral sambil tetap mengkhawatirkan potensi dampak ekonomi yang ditimbulkan. Secara keseluruhan, fatwa MUI ini memperoleh dukungan positif dari berbagai pihak, meskipun ada perbedaan pandangan yang cukup signifikan.¹⁵

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil dan pembahasan yang telah dikumpulkan menunjukkan bahwa isu boikot produk terkait afiliasi pro-Israel memiliki dampak yang luas dan kompleks terhadap ekonomi, sosial, dan politik di Indonesia. Penelitian menunjukkan bahwa meskipun boikot dapat memperkuat solidaritas dan identitas nasional serta mendukung produk lokal, pelaksanaannya menghadapi tantangan yang signifikan. Selain itu, peran media sosial dalam membentuk interaksi sosial di era digital juga menambah dimensi baru pada gerakan sosial ini. Analisis menggunakan teori komunikasi seperti

¹³ Iffah Al Walidah, "Tabayyun Di Era Generasi Millenial," *Jurnal Living Hadis* 2, no. 2 (2018): 317, <https://doi.org/10.14421/livinghadis.2017.1359>.

¹⁴ Mohammad Akmal Haris, "Urgensi Digitalisasi Pendidikan Pesantren Di Era Society 5.0 (Peluang Dan Tantangannya Di Pondok Pesantren Al-Amin Indramayu)," *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 6, no. 01 (2023): 49–64, <https://doi.org/10.30868/im.v4i02.3616>.

¹⁵ Faridhatun Nikmah, "Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial," *Mudāṣarab: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 2, no. 1 (2020): 45, <https://doi.org/10.18592/msr.v2i1.3666>.

Determinisme Teknologi dan Uses & Gratifications memberikan wawasan mendalam tentang motivasi dan perilaku individu dalam mendukung boikot. Temuan lain menunjukkan bahwa aksi boikot tidak hanya berdampak pada ekonomi tetapi juga memperkuat nilai-nilai nasional seperti Pancasila, meskipun disertai dengan potensi kontroversi dan dampak negatif. Pentingnya norma digital dan respon terhadap fatwa MUI juga menjadi fokus, menunjukkan bahwa isu ini menimbulkan perdebatan dan memerlukan pendekatan yang hati-hati serta evaluasi yang mendalam. Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti kebutuhan untuk mempertimbangkan berbagai aspek secara komprehensif dalam menangani isu boikot produk pro-Israel di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Aisyah, Nasya'a Nadiyah, and Nur Fitriatin. "Krisis Moral Dan Etika Di Kalangan Generasi Muda Indonesia Dalam Perspektif Profesi Guru." *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Indonesia (JPPI)* 5 (2025): 329–37. <https://jurnal.bimaberilmu.com/index.php/jppi/article/view/908/582>.
- Arulampalam Kunaraj, P.Chelvanathan, Ahmad AA Bakar, Iskandar Yahya. "Pengaruh Terpaan Trend Tiktok Glow Up Terhadap Persepsi Standar Kecantikan Dan Motivasi Mempercantik Diri Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Unissula Skripsi." *Journal of Engineering Research*, 2023.
- Dewi, Fusvita. "Dinamika Dan Tantangan Moderasi Beragama Di Negara- Negara Mayoritas Muslim Di Asia Tenggara." *Journey-Liaison Academia and Society* 3, no. 1 (2024): 32–42. <https://j-las.lemkomindo.org/index.php/BCoPJ-LAS>.
- Dite, Stri Agneyastra. "Representasi Identitas Jawa Pada Cerita Maya (Film Maya Daya Raya) Melalui Analisis Unsur Sinematik : Mise En Scene." *Tonik: Jurnal Kajian Sastra, Teater Dan Sinema* 20, no. 1 (2023): 8–20. <https://journal.isi.ac.id/index.php/TNL/article/view/9336/3116>.
- Handayani, Diah. "Political Identity, Popular Culture, and Ideological Coercion: The Discourses of Feminist Movement in the Report of Umami Magazine." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 2021. <https://doi.org/10.14421/jpm.2021.051-08>.
- Haris, Mohammad Akmal. "Urgensi Digitalisasi Pendidikan Pesantren Di Era Society 5.0 (Peluang Dan Tantangannya Di Pondok Pesantren Al-Amin Indramayu)." *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 6, no. 01 (2023): 49–64. <https://doi.org/10.30868/im.v4i02.3616>.
- Krisnawati, Diah Citra. "Tafsir Al-Qur'an Audiovisual: Hakikat Surat Al-Ikhlas Perspektif Gus Baha Di Channel Youtube Ngaji Cerdas Gus Baha." *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/21320/>.
- Muhtador, Moh. "Teologi Persuasif Ayat-Ayat Makkiyah; Sebuah Tafsir Relasi Umat Beragama." *Fikrah* 4, no. 2 (2016): 188–99. <https://doi.org/10.21043/fikrah.v4i2.1513>.
- Nikmah, Faridhatun. "Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial." *Mudṣarab: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 2, no. 1 (2020): 45. <https://doi.org/10.18592/msr.v2i1.3666>.
- Pimay, Awaludin, and Fania Mutiara Savitri. "Dinamika Dakwah Islam Di Era Modern." *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2021): 43–55. <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.7847>.
- Setiawan, W. "Era Digital Dan Tantangannya. Seminar Nasional Pendidikan." *Seminar Nasional Pendidikan*, 2017, 1–9.
- Suryaningsih, Arifah. "Peningkatan Motivasi Belajar Siswa Secara Online Pada Pelajaran Animasi 2D Melalui Strategi Komunikasi Persuasif." *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru* 5, no. 1 (2020): 9–15. <https://doi.org/10.51169/ideguru.v5i1.143>.
- Walidah, Iffah Al. "Tabayyun Di Era Generasi Millenial." *Jurnal Living Hadis* 2, no. 2 (2018): 317. <https://doi.org/10.14421/livinghadis.2017.1359>.
- Yudisetyanto, Raynald Alfian, and Achmad Taufik Firmansyah. "Fotografi Pada Era Disrupsi: Artificial Intelligence Sebagai Referensi Dalam Mengembangkan Ide Kreatif Fotografi." *Specta: Journal Of Photography, Arts and Media* 8, no. 1 (2024): 35–44.

<https://doi.org/10.24821/specta.v8i1.12378>.