
Peran Media Sosial dalam Gerakan Solidaritas Boikot Produk Pro-Israel

Zahrul Husna
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Email: *Husnasy936@gmail.com*

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, komunikasi, ekonomi, fatwa MUI.

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, communication, economy, MUI fatwa*

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. Namun perpecahan tersebut dibantah oleh negara-negara Arab dan Perang Arab-Israel pertama yang terjadi pada tahun 1948 dianggap sebagai perang pertama antara keduanya.¹

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. 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.²

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

¹ Anne Margareth et al., "Boikot Barang Israel: Strategi Perlawanan Dan Solidaritas Global Dalam Mendukung Perjuangan Palestina," *Atmosfer: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Budaya, Dan Sosial Humaniora* 2, no. 3 (2024): 19–32.

² Muhammad Risqi Fauzan Septiazi and Nina Yuliana, "Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Gerakan Boikot Produk Israel Di Indonesia," *Trivikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 2, no. 4 (2023): 134–44.

kebijakan Israel yang dianggap merugikan serta melanggar hak-hak rakyat Palestina, khususnya dalam konflik yang telah berlangsung puluhan tahun antara Israel dan Palestina.³

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. 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.⁴ 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

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.⁵

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. 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

³ “DAMPAK POSITIF BOIKOT PRODUK ASING BAGI PERTUMBUHAN... - Google Scholar,” accessed July 17, 2024,

[https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=DAMPAK+POSITIF+BOIKOT+PRODUK+ASING+BAGI+PERTUMBUHAN+PRODUK+LOKAL+%28INDONESIA&btnG=.](https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=DAMPAK+POSITIF+BOIKOT+PRODUK+ASING+BAGI+PERTUMBUHAN+PRODUK+LOKAL+%28INDONESIA&btnG=)

⁴ Milya Sari and Asmendri Asmendri, “Penelitian Kepustakaan (Library Research) Dalam Penelitian Pendidikan IPA,” *Natural Science* 6, no. 1 (2020): 41–53.

⁵ Diany Mairiza et al., “Dampak Boikot Produk Afiliasi Pro Israel Bagi Pertumbuhan Perekonomian Di Indonesia,” *Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability* 1, no. 3 (2024): 37–46.

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 internet, media sosial, dan telekomunikasi berkembang dengan cara yang hampir tak terhindarkan, dan dampaknya terhadap budaya, norma, serta nilai-nilai masyarakat sangat besar.⁶

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. 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.⁷

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. 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

⁶ Dea Cindi Amelia Ginting et al., "Analisis Pengaruh Jejaring Sosial Terhadap Interaksi Sosial Di Era Digital," *PPIMAN: Pusat Publikasi Ilmu Manajemen* 2, no. 1 (2024): 22–29.

⁷ M. Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, 1st ed. (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2006).

kebijakan dalam merumuskan strategi yang responsif terhadap isu politik global dan dinamika pasar yang selalu berubah.⁸

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 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 menyuarakan keadilan melalui berbagai media, baik secara online maupun offline. 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.⁹

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.¹⁰

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.¹¹

⁸ Rony Setyo Kurniawan et al., "EFEKTIVITAS SERUAN AKSI BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA BAGI PRODUK LOKAL," *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2024): 306–29.

⁹ Elsha Christy Blesstari et al., "Pengaruh Aksi Boikot Mcdonald's Akibat Genosida Israel Di Palestina Terhadap Masyarakat Indonesia Dalam Nilai Pancasila," *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humaniora* 2, no. 01 (2024), <https://journal.forikami.com/index.php/nusantara/article/download/693/445>.

¹⁰ Ayu Jelita Ningrum and Akhirul Aminulloh, "Vigilantisme Digital Dalam Aksi Boikot Produk Israel Di Media Sosial," *Jurnal Komunikasi Nusantara* 6, no. 1 (2024): 145–60.

¹¹ Prihandono Wibowo, Renitha Dwi Hapsari, and Muchammad Chasif Ascha, "Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia," *Journal Publicubo* 7, no. 1 (2024): 382–95.

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 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

- Blesstari, Elsha Christy, Felishia Janice Lin, Kristopher Kenneth, Wijaya Wijaya, and Christopher Louis. "Pengaruh Aksi Boikot Mcdonald's Akibat Genosida Israel Di Palestina Terhadap Masyarakat Indonesia Dalam Nilai Pancasila." *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humaniora* 2,no.01(2024).
<https://journal.forikami.com/index.php/nusantara/article/download/693/445>.
- Bungin, M. Burhan. *Sosiologi Komunikasi*. 1st ed. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2006.
- "DAMPAK POSITIF BOIKOT PRODUK ASING BAGI PERTUMBUHAN... -Google Scholar." Accessed July 17, 2024.
https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=DAMPAK+POSITIF+BOIKOT+PRODUK+ASING+BAGI+PERTUMBUHAN+PRODUK+LOKAL+%28INDONESIA&btnG=.
- Ginting, Dea Cindi Amelia, Sri gusti Rezeki, Aldio Azani Siregar, and Nurbaiti Nurbaiti. "Analisis Pengaruh Jejaring Sosial Terhadap Interaksi Sosial Di Era Digital." *PPIMAN: Pusat Publikasi Ilmu Manajemen* 2, no. 1 (2024): 22–29.
- Kurniawan, Rony Setyo, Juhari Juhari, Zufriady Zufriady, and Sella Holanda. "EFEKTIVITAS SERUAN AKSI BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA BAGI PRODUK LOKAL." *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2024): 306–29.
- Mairiza, Diany, Mifta Hasda, Mohd Winario, Zubaidah Assyifa, and Irmawanti Irmawanti. "Dampak Boikot Produk Afiliasi Pro Israel Bagi Pertumbuhan Perekonomian Di Indonesia." *Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability* 1, no. 3 (2024): 37–46.
- Margareth, Anne, Dandi Bintang, Desi Natalia, Dewi Sartika Siregar, Dwi Agus Pranata, Rini Armianti Berutu, and Yemima Nurhaida Sryagnes Batubara. "Boikot Barang Israel: Strategi Perlawanan Dan Solidaritas Global Dalam Mendukung Perjuangan Palestina." *Atmosfer: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Budaya, Dan Sosial Humaniora* 2, no. 3 (2024): 19–32.

- Ningrum, Ayu Jelita, and Akhirul Aminulloh. "Vigilantisme Digital Dalam Aksi Boikot Produk Israel Di Media Sosial." *Jurnal Komunikasi Nusantara* 6, no. 1 (2024): 145–60.
- Sari, Milya, and Asmendri Asmendri. "Penelitian Kepustakaan (Library Research) Dalam Penelitian Pendidikan IPA." *Natural Science* 6, no. 1 (2020): 41–53.
- Septiazi, Muhammad Risqi Fauzan, and Nina Yuliana. "Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Gerakan Boikot Produk Israel Di Indonesia." *Trivikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 2, no. 4 (2023): 134–44.
- Wibowo, Prihandono, Renitha Dwi Hapsari, and Muchammad Chasif Ascha. "Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia." *Journal Publicubo* 7, no. 1 (2024): 382–95.