

## WACANA BOIKOT PRODUK ISRAEL DI PANGGUNG MEDIA NASIONAL: ANALISIS IDEOLOGIS TERHADAP CNBC INDONESIA DAN SINDOnews.com

Imam Safi'i<sup>1)</sup>, Muhammad Nazid Arham<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Universitas KH. Abdul Chalim, Pacet, Mojokerto, Indonesia

<sup>2)</sup> Universitas KH. Abdul Chalim, Pacet, Mojokerto, Indonesia

e-mail Correspondent: [Safiiism04@gmail.com](mailto:Safiiism04@gmail.com)

Received: 22-09-2024

Revised: 27-09-2024

Accepted: 05-10-2024

Info Artikel	Abstract
<p><b>Key Words:</b> Boycott of Israeli Products, Critical Discourse Analysis, Media, Ideology, Fairclough</p>	<p><i>The boycott movement against Israeli products has become a global response to the humanitarian aggression that has occurred in Palestine. In Indonesia, this discourse has found space in mainstream media coverage such as CNBC Indonesia and SINDOnews.com. This study aims to examine how the two media frame the issue of boycotting Israeli products and to reveal the ideology hidden behind their reporting. This study uses a qualitative approach with the Norman Fairclough critical discourse analysis method that combines text analysis, discursive practices, and social practices. Data were obtained from the November 2023 edition of news that raised the issue of boycotting Israeli products on the two online media portals. Data were analyzed with a focus on the choice of diction, narrative structure, and actors highlighted. The results show that CNBC Indonesia tends to present a neutral-economistic discourse, emphasizing the impact of the boycott on market stability and trade. Meanwhile, SINDOnews.com focuses more on the dimensions of humanitarian solidarity and Islamic narratives. Both media present different ideological positions, reflecting the economic and ideological interests inherent in the media institution. This difference in narrative shows that the media is not just a conveyor of facts, but also helps shape public opinion through a certain ideological frame. The boycott discourse does not stand neutrally, but is produced and reproduced within a broader framework of interests. This study emphasizes the importance of media literacy in reading the ideological position of news reporting.</i></p>
<p><b>Kata Kunci:</b> Kata kunci: Boikot Produk Israel, Analisis Wacana Kritis, Media, Ideologi, Fairclough</p>	<p>Gerakan boikot terhadap produk Israel menjadi respons global atas agresi kemanusiaan yang terjadi di Palestina. Di Indonesia, wacana ini mendapatkan ruang dalam pemberitaan media arus utama seperti CNBC Indonesia dan SINDOnews.com. Penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana kedua media tersebut membingkai isu boikot produk Israel serta mengungkap ideologi yang tersembunyi di balik pemberitaan mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana kritis model Norman Fairclough yang memadukan analisis teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Data diperoleh dari berita-berita edisi November 2023 yang mengangkat isu boikot terhadap produk Israel di dua portal media daring tersebut. Data dianalisis dengan fokus pada pilihan diksi, struktur narasi, dan aktor-aktor yang ditonjolkan. Hasil menunjukkan bahwa CNBC Indonesia cenderung menampilkan wacana netral-ekonomistik, dengan menekankan dampak boikot terhadap stabilitas pasar dan perdagangan. Sementara itu, SINDOnews.com lebih banyak mengangkat</p>

	dimensi solidaritas kemanusiaan dan narasi keislaman. Kedua media menyajikan posisi ideologis yang berbeda, mencerminkan kepentingan ekonomi dan ideologis yang melekat pada institusi media tersebut. Perbedaan narasi ini memperlihatkan bahwa media bukan sekadar penyampai fakta, melainkan turut membentuk opini publik melalui bingkai ideologis tertentu. Wacana boikot tidak berdiri netral, tetapi diproduksi dan direproduksi dalam kerangka kepentingan yang lebih luas. Kajian ini menegaskan pentingnya literasi media dalam membaca posisi ideologis pemberitaan.
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## PENDAHULUAN

Konflik Israel dan Palestina merupakan peristiwa lama hingga saat ini belum menemukan penyelesaian-perdamaian.<sup>1</sup> Sebagian masyarakat dunia menganggap bahwa konflik yang terjadi antara Israel dan Palestina ini merupakan konflik agama, dilanjutkan pada perebutan tanah di wilayah Palestina,<sup>2</sup> bangsa Yahudi ingin mendirikan tanah airnya mereka beranggapan bahwa Palestina merupakan tanah yang dijanjikan oleh tuhan.

Dalam rangka merespon okupasi Israel, masyarakat Palestina telah berulang kali melakukan perlawanan menggunakan berbagai metode, yang salah satunya adalah melalui metode nirkekerasan yaitu gerakan boikot produk Israel yang memiliki tujuan untuk menekan Israel di ranah ekonomi-politik supaya pendudukan Israel di Palestina segera berakhir. Aksi boikot pada dasarnya adalah propaganda teroganisir yang dilakukan di tingkat global.<sup>3</sup> Gerakan boikot produk Israel bermula dari tahun 2004 dengan gerakan "Boikot, Desinvest, dan Sanksi" (BDS) yang didukung oleh berbagai kelompok aktivis dan organisasi masyarakat sipil di Palestina serta di seluruh dunia.<sup>4</sup> Menghentikan kegiatan konsumsi terhadap suatu produk dan menggantinya dengan produk lainnya yang sejenis adalah bentuk dari kegiatan boikot produk. Boikot produk Israel saat ini kembali menjadi fenomena yang cukup menarik perhatian, terutama sebab konflik yang berlangsung antara Palestina dan Israel. Fenomena ini juga menimbulkan perdebatan dan reaksi yang beragam dari berbagai pihak di seluruh dunia. Gerakan ini bertujuan untuk memberikan tekanan kepada pemerintah

---

<sup>1</sup> Amalia Tri Puspita Sari, "Konflik Palestina-Israel Pada Masa Intifada II dalam Perspektif Konstruktivisme dan Strategi Politik," *Jurnal ICMES* 6, no. 1 (2022): 21–34, <https://doi.org/10.35748/jurnalicmes.v6i1.120>.

<sup>2</sup> Thea Fathanah Arbar, "Apakah Konflik Israel di Palestina adalah Perang Agama?," CNBC Indonesia, diakses 10 Januari 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20231115150023-4-489282/apakah-konflik-israel-di-palestina-adalah-perang-agama>.

<sup>3</sup> Muhammad Fakhriansyah, "Fakta, Aksi Boikot Produk Israel Dibuat Warga Israel Sendiri," CNBC Indonesia, 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20231019094338-25-481842/fakta-aksi-boikot-produk-israel-dibuat-warga-israel-sendiri>.

<sup>4</sup> Gregory, D., & Duncan, J. (2017). Boycott, Divestment, and Sanctions (BDS): The Global Struggle for Palestinian Rights. *Middle East Journal*, 71(4), 586-588.

Israel dan perusahaan, terkait dengan kebijakan mereka di Palestina.

Di Indonesia, gerakan boikot produk Israel mulai populer sekitar tahun 2014. Gerakan ini telah menyebar ke seluruh negeri dengan berbagai aksi dan gerakan melalui media sosial dan pameran produk-produk buatan Israel. Beberapa kelompok seperti Aliansi Indonesia Damai Palestina (AIDP) dan *Boycott, Divestment, and Sanctions Global BDS Movement* juga memperjuangkan boikot produk Israel.<sup>5</sup> Alhasil, gerakan boikot produk Israel telah mempengaruhi persepsi masyarakat Indonesia terhadap produk-produk Israel dan menimbulkan reaksi yang cukup kuat dari beberapa kelompok. Namun, gerakan boikot produk Israel juga menimbulkan polemik dan pro-kontra di kalangan masyarakat Indonesia. Beberapa kelompok menentang gerakan ini dengan argumen bahwa gerakan ini dapat mempengaruhi hubungan diplomatik Indonesia dengan Israel.

Produk yang diboikot dalam gerakan ini bermacam-macam, baik dari yang familiar hingga asing. Dengan adanya produk yang diboikot ini, banyak perusahaan yang memiliki respon baik positif maupun negatif. Sebuah Perusahaan akan mengalami kerugian jika menjadi salah satu sasaran boikot. Begitu juga sebaliknya, bagi suatu Perusahaan yang menjadi alternatif produk yang diboikot akan mengalami peningkatan laba. Dilansir dari website ekonomi.bisnis.com bahwa daftar produk Israel yang diboikot di Indonesia antara lain seperti; McDonald's, Starbucks, Coca-Cola, BurgerKing, Pizza Hut, Papa John's, Nestle, Jaffa, Eden, Strauss, Tivall, Nestle. untuk bidang teknologi seperti; Motorola, Intel, IBM, AOL, META. Di bidang kecantikan ada; L'Oréal, Revlon, Estée Lauder, Kimberly-Clark. dan untuk pakaian produk yang di boikot antara lain; M&S, Timberland, River Island, Delta dan Disney untuk layanan streaming. Namun untuk mengatasi hal tersebut, jika sebagian masyarakat ada yang merasa kebingungan dengan adanya boikot produk, sebagai alternatif pilihan lain diantaranya yaitu; Crystalline, Prim-A, Club, Sabana, CFC, Richeese Factory, Kopi Tuku, Fore, Kopi Kenangan, Point Coffee, Excelso, Cimory, Ultra Milk, HiLo, Indomilk, Mako, Roti'O, J.Co, Wardah, Viva, Sari Ayu, Emina dan Skin Game.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Sulistyorini, D., & Wahyudi, R. (2019). Gerakan Boikot Produk Israel di Media Sosial dan Dampaknya terhadap Pola Konsumsi Masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(3), 258-266.

<sup>6</sup> Hesti Puji Lestari, "Cek Fakta: Viral 121 Daftar Produk Israel yang Diboikot di Indonesia dan Internasional, Berikut Rinciannya," 2023, <https://kabar24.bisnis.com/read/20231114/19/1714166/cek-fakta-viral-121-daftar-produk-israel-yang-diboikot-di-indonesia-dan-internasional-berikut-rinciannya>.

Adanya gerakan boikot produk Israel dan sudah tersebar di berbagai media pemberitaan menjadikan berbagai opini masyarakat muncul. Pemberitaan boikot produk Israel ini juga bersifat fluktuatif, sesuai dengan kepopuleran gerakannya pada masa yang terjadi. Banyak sudut pandang pada media mengenai pemberitaan tersebut, namun keakuratan suatu fakta dalam pemberitaan tidak menjamin keakuratan arti.<sup>7</sup> Fakta-fakta akurat yang dipilih atau disusun secara longgar atau tidak adil sama menyesatkannya dengan kesalahan yang sama sekali palsu. Sebagai kesimpulan, gerakan boikot produk Israel telah menarik perhatian masyarakat Indonesia dan memicu perdebatan di kalangan masyarakat. Fenomena ini menunjukkan kompleksitas hubungan antara Indonesia dan Israel serta konflik yang terjadi antara Palestina dan Israel yang turut mempengaruhi opini dan aksi masyarakat. Terjadinya fenomena ini juga mempengaruhi bagaimana media pemberitaan dalam mengolah teks berita yang disebarkan, sehingga dengan adanya berita tersebut menjadikan wacana didalam masyarakat semakin bervariasi.

Dalam konteks ini, analisis wacana dipandang sebagai metode yang berguna untuk membantu memahami bagaimana teks dan intertekstualitas hingga sosio-kultural yang digunakan dalam pemberitaan boikot produk Israel di Indonesia. Media massa sesuai perannya yang memiliki beberapa fungsi yang antara lain: fungsi informasi, edukasi, hiburan dan kontrol sosial dengan baik,<sup>8</sup> juga ikut berperan dalam gerakan tersebut agar bisa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai boikot produk-produk Israel sehingga akan dapat menimbulkan reaksi yang cukup kuat dari beberapa kelompok.

Media massa di Indonesia saat ini banyak yang mempublikasikan dan menyebarkan informasi terkait fenomena tersebut dan menimbulkan berbagai opini publik baik yang positif maupun negatif. Berita tentang pemboikotan produk Israel tersebut mulai disebarluaskan kepada masyarakat melalui media cetak, elektronik maupun online. Berbagai media online di Indonesia baik lokal maupun nasional berlomba-lomba untuk memperoleh informasi faktual yang akan dipublikasikan melalui situs berita online. Dari sekian banyak

---

<sup>7</sup> Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *JURNALISTIK Teori Dan Praktik* (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2017), 52

<sup>8</sup> JAILANI, A., Hendra, Y., & Priyadi, R. (2020). Analisis Implementasi Fungsi Media Massa Pada Harian Serambi Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 2(2), 85-93. Retrieved from <https://ejournal.stikpmedan.ac.id/index.php/JIKQ/article/view/28>

media online yang ada di Indonesia terdapat dua media online yang ikut berpartisipasi dalam memberitakan fenomena boikot produk Isarel, yaitu CNBC Indonesia dan Sindonews.com. Wacana yang dilakukan oleh media pemberitaan jika dipandang dari sisi ideologi dapat merombak gagasan orang atau kelompok. Dengan bahasa lain bahwa teks dilihat sebagai sarana juga media melalui bagian mana satu kelompok yang mengunggulkan diri sendiri dan mengesampingkan kelompok lain.<sup>9</sup> Dalam penyajian suatu berita setiap media dalam menyajikan berita pasti terdapat perbedaan antar media satu dengan yang lain, hal ini disebabkan karena adanya kekuasaan dan ideologi pada media itu.

CNBC Indonesia merupakan sebuah situs berita yang baru berdiri sejak tahun 2018 aktif dalam penyajian melalui website tapi juga melalui media sosial yang ditunjukkan kepada para pembaca milenial,<sup>10</sup> Oleh karena itu, CNBC Indonesia ingin menyampaikan berbagai peristiwa kepada pembaca dengan banyak perspektif.<sup>11</sup> Dengan pendekatan yang komprehensif, CNBC Indonesia menggabungkan teks, grafis, dan video untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pembaca dan pemirsa.<sup>12</sup> Sedangkan Sindonews merupakan situs berita online yang resmi berdiri pada tanggal 4 Juli 2012 yang memberikan akses informasi kepada masyarakat luas secara mudah, cepat, akurat dan berkualitas.<sup>13</sup> Meskipun demikian, sebagai peneliti, kita perlu mempertimbangkan kritis sumber informasi ini dan memahami potensi bias serta keberpihakan yang mungkin ada dalam pemberitaan mereka.

Kedua media tersebut memberitakan dengan gaya pembedaannya masing-masing aspek yang akanditonjolkan. CNBC Indonesia menarasikan pemberitaan Boikot Produk Israel dengan memainkan peran penting dalam menggambarkan dampak dan implikasi dari gerakan ini. Aksi dalam jangka waktu pendek cenderung memiliki dampak kecil. Meskipun

---

<sup>9</sup> Eriyanto, *ANALISIS WACANA Pengantar Analisis Teks Media*, 8 ed. (Yogyakarta: LKiS Yogyakarta, 2011), 2

<sup>10</sup> D F Insani dan A Zamzamy, "Analisis Framing Pemberitaan Media Online CNBC Indonesia. com dan Kompas. com Mengenai Dampak Lingkungan Pemindahan Ibu Kota Negara," *Innovative: Journal Of Social Science ...* 3, no. 4 (2023): 2981–93, <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/3806>.

<sup>11</sup> CNBC Indonesia, <https://www.cnbcindonesia.com/tentang-kami>, 20 April 2024

<sup>12</sup> Rima Rismaya Apriliana, Asep Firdaus, dan Fauziah Suparman, "Kesalahan Penulisan Kata Dan Tanda Baca Pada Online News," *Bahastra: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 5, no. 1 (2020): 13–19, <https://doi.org/10.30743/bahastra.v5i1.2996>.

<sup>13</sup> <https://www.mncpictures.com/about-us> di akses pada 20 April 2024

bersimpati terhadap masalah Palestina.<sup>14</sup> Narasi dalam pemberitaan Sindonews.com menonjolkan penekanan pada keseimbangan antara solidaritas dengan Palestina dan keberlanjutan kehidupan sehari-hari serta pemahaman yang bijaksana terhadap fatwa MUI. Selain itu juga menggambarkan tindakan konkret yang diambil oleh perusahaan dan merek di Indonesia sebagai bagian dari gerakan global untuk mendukung kemerdekaan Palestina.

## **METODE PENELITIAN**

Sugiyono mengungkapkan bahwa metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode *post-positivistik* karena berlandaskan pada filsafat *post-positivisme*. Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang berpola), dan disebut sebagai metode interpretif karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditentukan di lapangan.<sup>15</sup> Menurut Poerwandari penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif, seperti transkripsi wawancara, catatan lapangan, gambar, foto rekaman video dan lain-lain.<sup>16</sup>

Selanjutnya jenis penelitian dalam riset ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis wacana. Pendekatan analisis wacana merupakan salah satu disiplin ilmiah dalam linguistik yang secara khusus mengkaji tentang wacana. Kajiannya dapat dilakukan secara internal maupun secara eksternal. Secara internal, wacana dikaji dari segi jenis, struktur dan bagian-bagiannya. Secara eksternal, wacana dikaji dari keterkaitannya dengan pembicara, hal yang dibicarakan, penulis, hal yang ditulis, dan penulis dengan pembaca.<sup>17</sup> Wacana memiliki arti yaitu kesatuan makna (semantis) antarbagian di dalam suatu bangun bahasa.

Dalam penelitian ini data didapatkan dari sumber tertulis dan sumber tidak tertulis yang berasal dari pemberitaan pada media yang diteliti. Pengamatan tersebut dapat berupa aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan dan perbedaannya dengan

---

<sup>14</sup> Erlangga Djumena, Kiki Safitri, "Boikot Produk Israel, Begini Dampaknya ke Indonesia," Kompas.com, 2023, <https://money.kompas.com/read/2023/12/07/103400726/boikot-produk-israel-begini-dampaknya-ke-indonesia>.

<sup>15</sup> Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 7

<sup>16</sup> Poerwandari, *Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia*. LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia, 2007.

<sup>17</sup> Antonius Nesi dan Ventianus Sarwoyo, *Kajian Wacana logis berwacana dan santun bertutur* (Yogyakarta: Nusa Indah, 2012).

fenomena lain. Tujuan penelitian kualitatif bukan untuk menguji keabsahan sebuah teori, melainkan berusaha meningkatkan temuan yang telah ada dengan cara menyatukan data yang telah rampung. Sedangkan pendekatan teoritis yang dipakai pada penelitian ini ialah analisis wacana kritis model Norman Fairclough. Analisis wacana kritis model Norman Fairclough ini memetakan objek penelitiannya menjadi tiga hal, yaitu Teks, *Discourse Practice*, dan *Sociocultural Practice*.

Model analisis wacana Norman Fairclough dipilih karena tahapan dalam model tersebut dirasa relevan untuk mendeskripsikan dimensi tekstual, memaparkan *Discourse Practice* dan memaparkan dimensi sosial budaya dalam materi pemberitaan Boikot Produk Israel di media CNBC Indonesia dan Sindonews.com edisi November 2023

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data skunder. Data primer merupakan data yang berhubungan langsung dengan penelitian dan diperoleh secara langsung dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan.<sup>18</sup> Data primer dalam penelitian ini berupa teks berita boikot produk Israel di media CNBC Indonesia dan Sindonews.com edisi November 2023. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua.<sup>19</sup> Data tersebut berisikan informasi tentang data primer dan bersifat mendukung data primer. Sehingga yang menjadi data sekunder pada penelitian ini adalah bahan-bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis seperti artikel, karya tulis ilmiah, website, dan sumber-sumber lainnya

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan melakukan tahapan-tahapan di antaranya: pertama, dokumentasi. Metode ini digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku, transkrip, surat kabar, prasasti, majalah, notulen rapat, agenda serta foto-foto kegiatan.<sup>20</sup> Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengamati data yang telah dikumpulkan dari objek yang dijadikan fokus penelitian, dalam hal ini adalah teks berita boikot produk Israel pada media CNBC Indonesia dan Sindonews.com. Teknik Studi Pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memeriksa dokumen pendukung tertulis seperti karya tulis ilmiah, buku, artikel dan lainnya yang berkaitan dengan

---

<sup>18</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: KENCANA, 2006).

<sup>19</sup> Rakhmat Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Remadja Karya, 1984), hal 44

<sup>20</sup> Rumidi Sukandar, *Metodologi Penelitian Petunjuk praktik Untuk Peneliti Pemula* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2004), hal 71-72

objek penelitian yang sedang dilakukan. Dalam analisis wacana, studi pustaka bisa dilakukan dengan membaca, meneliti literatur atau referensi terkait dengan teori dan topik penelitian yang dilakukan.

Tekhnik analisa yang digunakan dalam riset ini menggunakan model wacana dari Norman Fairclough pada objek riset. Peneliti akan terlihat bagaimana wacana yang diberitakan pada media online terkait pemberitaan boikot produk Israel. Dalam proses produksi, analisis wacana model Norman Fairclough terbagi menjadi tiga dimensi yaitu analisis dimensi teks (mikrostruktural) meliputi tiga aspek yakni representasi (representasi anak kalimat, representasi kombinasi anak kalimat dan representasi antar anak kalimat), relasi, dan identitas. Ketiga aspek tersebut diinterpretasikan sesuai dengan aspek masing-masing. Untuk analisis dimensi praktik wacana (mesostruktural) meliputi produksi teks, penyebaran teks dan konsumsi teks. Kemudian dimensi sosial budaya (makrostruktural) meliputi situasional, institusional, dan sistem sosial. Ketiga bagian dimensi yang termasuk dalam model wacana Norman Fairclough akan dijadikan pedoman dalam mengkaji wacana pemberitaan boikot produk Israel pada media online pada kedua media tersebut.<sup>21</sup>Setelah mendapatkan hasil analisis wacana dari teks berita pada kedua media, kemudian peneliti mencari titik temu dan pembeda dari keduanya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Berita Boikot Produk Israel di Indonesia**

Gerakan boikot produk Israel bermula dari tahun 2004 dengan gerakan "Boikot, Desinvest, dan Sanksi" (BDS) yang didukung oleh berbagai kelompok aktivis dan organisasi masyarakat sipil di Palestina serta di seluruh dunia.<sup>22</sup> Di Indonesia, gerakan boikot produk Israel mulai populer sekitar tahun 2014. Gerakan ini telah menyebar ke seluruh negeri dengan berbagai aksi dan gerakan melalui media sosial dan pameran produk-produk buatan Israel. Beberapa kelompok seperti Aliansi Indonesia Damai Palestina (AIDP) dan *Boycott, Divestment, and Sanctions Global BDS Movement* juga memperjuangkan boikot produk

---

<sup>21</sup>Eriyanto, *ANALISIS WACANA Pengantar Analisis Teks Media*, 327

<sup>22</sup> Gregory, D., & Duncan, J. (2017). Boycott, Divestment, and Sanctions (BDS): The Global Struggle for Palestinian Rights. *Middle East Journal*, 71(4), 586-588.

Israel.<sup>23</sup>

Dilansir dari website ekonomi.bisnis.com bahwa daftar produk Israel yang diboikot di Indonesia antara lain seperti; McDonald's, Starbucks, Coca-Cola, BurgerKing, Pizza Hut, Papa John's, Nestle, Jaffa, Eden, Strauss, Tivall, Nestle. untuk bidang teknologi seperti; Motorola, Intel, IBM, AOL, META. Di bidang kecantikan ada; L'Oréal, Revlon, Estée Lauder, Kimberly-Clark. dan untuk pakaian produk yang di boikot antara lain; M&S, Timberland, River Island, Delta dan Disney+ untuk layanan streaming.<sup>24</sup>

Namun untuk mengatasi hal tersebut, sebagian masyarakat memiliki reaksi yang bermacam-macam. Ada yang merasa kebingungan dengan adanya boikot dan ada pula yang sudah mengetahui dan mengimplemenntasikannya dalam kehidupan sehari-harinya. Adapun sebagai alternatif produk yang menjadi sasaran boikot diantaranya yaitu; Crystalline, Prim-A, Club, Sabana, CFC, Richeese Factory, Kopi Tuku, Fore, Kopi Kenangan, Point Coffee, Excelso, Cimory, Ultra Milk, HiLo, Indomilk, Mako, Roti'O, J.Co, Wardah, Viva, Sari Ayu, Emina dan Skin Game.<sup>25</sup>

Berita Boikot Produk Israel yang menjadi bahan penelitian yakni beberapa berita yang ada di media CNBC Indonesia dan Sindonews.com. Peneliti menggunakan berita lebih dari satu sebagai bahan komparasi agar hasil penelitian yang didapatkan bisa disimpulkan dari berbagai sudut pandang berita, karena setiap berita akan membawakan sudut pandang dan maksud yang berbeda-beda. Sesuai dengan aspek ideologi dan kekuasaan yang ada di dalam media maupun berita tersebut.

### **Narasi pemberitaan Boikot Pada Media CNBC Indonesia dan SINDOnews.com**

Terdapat beberapa berita pada satu bulan edisi 2023 namun peneliti disini hanya mengambil dua berita pada setiap media pemberitaan yang menjadi objek penelitian ini. Diatara beberapa berita itu adalah :

Berita 1

Gerakan Boikot Produk Israel Berhasil, Segini Kerugiannya

---

<sup>23</sup> Sulistyorini, D., & Wahyudi, R. (2019). Gerakan Boikot Produk Israel di Media Sosial dan Dampaknya terhadap Pola Konsumsi Masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(3), 258-266.

<sup>24</sup> Lestari, "Cek Fakta: Viral 121 Daftar Produk Israel yang Diboikot di Indonesia dan Internasional, Berikut Rinciannya."

<sup>25</sup> Ibid.

Jakarta, CNBC Indonesia - Serangan Israel yang semakin bertubi-tubi di tanah Palestina membuat gerakan boikot terhadap produk dari dan pendukung Israel semakin digaungkan oleh masyarakat dunia. Sejumlah perusahaan yang menjadi sasaran boikot mulai ketar-ketir. Mereka memberikan klarifikasi karena gerakan boikot dilaporkan sudah berdampak pada berkurangnya jumlah pelanggan.

Meskipun belum ada laporan nilai kerugian terbaru yang diderita Israel, laporan Al Jazeera pada 2018 lalu mengungkapkan bahwa gerakan boikot berpotensi menimbulkan kerugian hingga US\$11,5 miliar atau sekitar Rp180,48 triliun (asumsi kurs Rp15.694/US\$) per tahun bagi Israel.

Israel jelas khawatir terhadap dampak kerugian ini. Dalam beberapa waktu terakhir, misi prioritas diplomatik Israel adalah penanggulangan gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS).

Bahkan, Perdana Menteri Israel, Benjamin Netanyahu, telah bertindak untuk melarang kelompok-kelompok yang mendukung gerakan boikot. Sebab, ribuan orang di Israel disebut berpotensi kehilangan pekerjaan jika negara mereka diboikot secara penuh oleh internasional.

## Berita 2

### Dampak boikot terhadap perekonomian Israel

Melansir dari The Jerusalem Post, Israel membantah bahwa gerakan boikot dapat merugikan mereka. Justru, mereka menyebutkan jika hal itu hanya akan "menambah penderitaan rakyat Palestina, bukan menguranginya."

Organisasi non-profit berbasis di Washington, Amerika Serikat (AS), Brookings Institution, menyatakan bahwa gerakan BDS tidak akan secara drastis mempengaruhi perekonomian Israel. Sebab, sekitar 40 persen ekspor Israel adalah barang "intermediet" atau produk tersembunyi yang digunakan dalam proses produksi barang di tempat lain, seperti semikonduktor. Selain itu, sekitar 50 persen dari ekspor Israel adalah barang "diferensiasi" atau barang yang tidak dapat digantikan, seperti chip komputer khusus. Namun, data dari Bank Dunia menunjukkan bahwa ekspor barang-barang "intermediet" mengalami penurunan tajam dari 2014 hingga 2016 sehingga menimbulkan kerugian sekitar US\$6 miliar atau

sekitar Rp94,16 triliun.<sup>26</sup>

### Berita III

Fatwa MUI Harus Disikapi Rasional, Hindari Tindakan Intoleransi.

JAKARTA - Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) terkait konflik Palestina-Israel disikapi kurang tepat oleh sejumlah kalangan. Fatwa MUI yang bertujuan menggalang dukungan terhadap rakyat Palestina, justru disalahpahami hingga menjurus pada tindakan intoleransi.

Kepala Bidang Penyelenggaraan Peribadatan Masjid Istiqlal Jakarta, KH Bukhori Sail Attahiri mengungkapkan MUI telah mengeluarkan fatwa sebagai bentuk solidaritas Indonesia terhadap Palestina. Namun jangan sampai masyarakat justru kesulitan karena terlalu banyak produk terkait Israel diboikot.

Dalam menyikapi fatwa MUI ini, kalau saya pakai kaidah fikih, maa laa yudroku kulluh, laa yudroku kulluh. Artinya, sesuatu hal yang tidak bisa kita laksanakan semuanya. Fatwa MUI ini bisa kita laksanakan pada produk-produk yang memang tidak vital pada kebutuhan kita dan ada alternatif produk lain yang bisa kita gunakan," kata Kiai Bukhori di Jakarta, Minggu (19/11/2023).

Kiai Bukhori mengatakan, jika semua produk yang berkaitan dengan Israel diboikot, maka akan menyulitkan. Selain itu, akan berdampak negatif terhadap perekonomian rakyat Indonesia. Beberapa industri dalam negeri juga akan terdampak. Fatwa MUI, kata Kiai Bukhori, dasarnya adalah hukum yang ditentukan oleh ijtihad para ulama. Adakalanya dalam mengikuti ijtihad para ulama, umat juga perlu menakar kemampuan sendiri. Jangan karena ingin menunjukkan solidaritas terhadap Palestina, malah menyulitkan diri sendiri dan menimbulkan kemudharatan lebih besar.

Pemboikotan produk Israel saat ini mirip dengan ketika dulu Presiden Prancis Emmanuel Macron melindungi majalah Charlie Hebdo, majalah mingguan di Prancis yang pernah membuat karikatur Nabi Muhammad. Ujungnya, banyak negara-negara yang mayoritas berpenduduk muslim, ramai-ramai memboikot segala produk yang terafiliasi dengan Prancis. Bahkan beberapa pihak ada yang sampai membeli produk-produk tertentu untuk kemudian

---

<sup>26</sup> Tim Redaksi, "Gerakan Boikot Produk Israel Berhasil, Segini Kerugiannya," CNBC Indonesia, 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20231111153051-33-488276/gerakan-boikot-produk-israel-berhasil-segini-kerugiannya>.

membuangnya begitu saja. "Kalau dengan cara membuang barang yang sudah terlanjur kita beli, maka itu hukumnya menjadi mubazir. Kalau kita mau memboikot, lakukanlah dengan cara tidak membeli barang yang terafiliasi Israel. Adapun produk yang sudah kita beli, sebaiknya kita gunakan dan manfaatkan saja. Jangan sampai kita berlaku mubazir, karena orang yang seperti itu justru kawannya setan," kata Kiai Bukhori.

Menurutnya, membuang begitu saja barang yang sudah dimiliki tidak sesuai dengan ajaran Islam. Apalagi jika sampai datang ke toko tertentu lalu menjarah barang-barangnya dan membuangnya dengan dalih solidaritas Palestina. "Itu sudah masuk tindak pidana dan juga tidak sesuai dengan syariat Islam. Silakan saja kalau kita tidak mau membelinya, namun jangan sampai kita merugikan orang lain," katanya.

Kiai Bukhori mengatakan, sebenarnya konflik Palestina-Israel tidak terlepas dari kerumitan kepentingan politik di sana. Banyak negara di sekitar Palestina juga pernah mengajukan solusi yang sama seperti Indonesia, yaitu two-state solution atau pendirian dua negara yang sah dan saling berdampingan antara Palestina dan Israel. Dari dulu pun sebenarnya sudah banyak perundingan yang dilakukan untuk mendamaikan kedua negara ini.

Sebenarnya dulu itu sudah hampir terjadi suatu kesepakatan damai antara Palestina dan Israel. Saat itu Israel masih dipimpin Perdana Menteri Yitzhak Rabin yang ikut mengusulkan perdamaian kedua negara melalui Perundingan Oslo (Oslo Accords) pada tahun 1993-1995. "Israel sudah dalam posisi menyetujui, Faksi Fattah pun menerima, namun Faksi Hamas dan beberapa grup militan Palestina pada saat itu masih menolak isi dari perjanjian damai tersebut. Hal ini akhirnya menghasilkan peperangan yang berlanjut sampai dengan sekarang," kata KH Bukhori. Untuk itu Kiai Bukhori berharap agar masyarakat bisa menyikapi fatwa dari MUI secara rasional. Tidak ada yang salah dengan fatwanya, tapi akan menjadi masalah jika menafsirkannya secara kebablasan bahkan menjurus pada tindakan intoleransi hingga kekerasan. <sup>27</sup>

Berita IV

Tepatkah Boikot Memboikot Produk Israel? Ini Jawaban Cerdas Ustaz Felix Siau

---

<sup>27</sup> Abdul Malik Mubarak, "Fatwa MUI Harus Disikapi Rasional, Hindari Tindakan Intoleransi," Sindonews.com, 2023, <https://nasional.sindonews.com/read/1255531/15/fatwa-mui-harus-disikapi-rasional-hindari-tindakan-intoleransi-1700410284?showpage=all>.

Boikot produk Israel adalah salah satu bentuk solidaritas dan simpati umat Islam terhadap saudara-saudara mereka di Palestina yang menjadi korban kekejaman dan penjajahan Israel. Boikot ini bertujuan untuk menekan perekonomian Israel dan mengurangi dukungan dari negara-negara sekutunya, terutama Amerika Serikat, yang merupakan produsen dan penyuplai banyak produk yang dikonsumsi oleh masyarakat dunia. Namun, apakah boikot produk Israel merupakan solusi yang efektif dan efisien untuk mengakhiri konflik dan membebaskan Palestina? Berikut pandangan dari Ustaz Felix Siau.

Pandangan Ustaz Felix Siau Tentang Boikot Produk Israel. Menurut pendapat Ustaz Felix Siau, seorang pendakwah muda yang dikenal kritis dan cerdas, boikot produk Israel bukanlah solusi, melainkan hanya pernyataan keberpihakan, pembelaan, dan berlepas dari diam dan putus asa. "Betul, boikot produk solusi. Tapi boikot memang bukan untuk menyelesaikan masalah, tapi pernyataan keberpihakan, pembelaan, berlepas dari diam dan putus asa." Ditulis dari akun instagramnya @felix.siau.

Ustaz Felix Siau menjelaskan bahwa boikot produk Israel tidak akan menyelesaikan masalah yang sebenarnya, yaitu persatuan umat Islam, yang harus dibangun dengan ikatan hanya aqidah Islam. Dengan persatuan umat Islam, urusan Baitul Maqdis Palestina adalah urusan semua umat Muslim, urusan pejabat dan rakyatnya, tentara dan pasukannya. Ustaz Felix Siau juga mengatakan bahwa boikot produk Israel tidak akan berpengaruh secara signifikan terhadap perekonomian Israel, karena Israel memiliki banyak sumber pendapatan lain, seperti pajak, investasi, bantuan luar negeri, dan perdagangan senjata. Selain itu, Israel juga memiliki banyak sekutu dan mitra dagang yang tidak terpengaruh oleh boikot produk Israel, seperti Eropa, Rusia, India, dan China. Ustaz Felix Siau menambahkan bahwa boikot produk Israel juga tidak akan mengubah sikap dan kebijakan Amerika Serikat, yang merupakan sekutu utama dan pelindung Israel.

Amerika Serikat memiliki kepentingan strategis dan ideologis yang kuat untuk mendukung Israel, karena Israel dianggap sebagai sekutu demokrasi, penjaga keamanan, dan penyebar agama Yahudi di Timur Tengah. Ustaz Felix Siau mengingatkan bahwa boikot produk Israel juga memiliki dampak negatif bagi umat Islam sendiri, terutama bagi mereka yang bekerja di perusahaan-perusahaan yang berafiliasi dengan Israel atau Amerika Serikat. Boikot produk Israel dapat menyebabkan mereka kehilangan pekerjaan, pendapatan, dan kesejahteraan.

"Kalau kita boikot, bukannya kita juga merugikan orang-orang yang bekerja disana dan dia Muslim juga? Mungkin saja, tapi bila kita tidak lakukan, maka perasaan kita tidak akan tenang, karena mengetahui bahwa sebagian uang kita akan dipakai untuk mendanai pembantaian saudara kita sendiri." Selain itu, boikot produk Israel juga dapat menimbulkan kesan buruk bagi umat Islam di mata dunia, yaitu sebagai umat yang intoleran, radikal, dan anti-Barat.

Ustaz Felix Siauw menyarankan agar umat Islam tidak hanya fokus pada boikot produk Israel, tetapi juga melakukan hal-hal lain yang lebih bermanfaat dan berdampak, seperti berdoa, bersedekah, berdakwah, berjihad, dan berinovasi. Umat Islam harus meningkatkan kualitas iman, ilmu, dan amal mereka, sehingga mereka dapat menjadi umat yang kuat, cerdas, dan produktif. Ustaz kondang tersebut juga menekankan jika umat Islam juga harus bersatu dan bersinergi dengan umat lain yang peduli dan berkeadilan. Dengan begitu mereka dapat membentuk aliansi global yang dapat menekan dan menghentikan kezaliman Israel.<sup>28</sup>

### **Wacana Boikot Produk Israel di Panggung Media Nasional: Analisis Ideologis terhadap CNBC Indonesia dan SINDOnews.com**

Wacana boikot terhadap produk-produk yang diasosiasikan dengan Israel menjadi ladang diskursif yang sarat makna politis dan ideologis. Analisis terhadap struktur sintaksis dan pilihan leksikal dalam teks berita menunjukkan upaya konstruksi realitas tertentu yang bersifat hegemonik dan penuh kepentingan.

Analisa berita kesatu pada teks ( Mikrostruktural ). Teks berita menggunakan gaya bahasa aktif dalam frasa "Serangan Israel yang semakin bertubi-tubi..." untuk membingkai Israel sebagai pelaku utama kekerasan, sehingga memberikan justifikasi moral terhadap gerakan boikot. Sebaliknya, ketika menyebut perusahaan "ketar-ketir", teks bergeser ke gaya pasif, memosisikan mereka sebagai korban dinamika global. Pergeseran ini menciptakan dikotomi antara pelaku (Israel) dan terdampak (perusahaan), memperkuat narasi bahwa boikot adalah bentuk tekanan simbolik yang berdampak nyata secara ekonomi. Pernyataan seperti "boikot dilaporkan sudah berdampak pada berkurangnya pelanggan" dan kutipan Al Jazeera tentang potensi kerugian USD 11,5 miliar membingkai boikot sebagai kekuatan

---

<sup>28</sup> Amien Nulloh Ibrohim, "Tepatkah Boikot Memboikot Produk Israel? Ini Jawaban Cerdas Ustaz Felix Siauw," Sindonews.com, 2023, <https://kalam.sindonews.com/read/1246025/786/tepatkah-boikot-memboikot-produk-israel-ini-jawaban-cerdas-ustaz-felix-siauw-1699409480>.

struktural yang sah.

Representasi Israel sebagai negara yang “panik” menghadapi boikot—seperti tergambar dari tindakan Netanyahu melarang kelompok pendukung boikot—menggarisbawahi konflik antara tekanan global masyarakat sipil dan respons otoritatif negara. Media membingkai Israel dalam posisi defensif, memperlihatkan kontradiksi antara kekuatan militer-politik dan kerentanan ekonomi. Teks secara implisit mengonstruksi kekuasaan media sebagai penentu makna, dengan menyajikan Israel sebagai entitas kuat namun rapuh, sekaligus menegaskan kekuatan boikot sebagai tekanan moral dan ekonomi yang efektif.

Analisa berita kedua pada teks ( Mikrostruktural ). Teks membingkai Israel sebagai agen penindas, sementara masyarakat dunia dan umat Muslim digambarkan sebagai korban yang berduka. Dalam narasi ini, Musim Indonesia diposisikan sebagai aktor aktif dan bermoral, sebagaimana terlihat dalam pernyataan “Musim Indonesia memutuskan untuk berhenti bekerja sama...”. Perbedaan gaya bahasa ini menciptakan oposisi: Israel sebagai objek penghakiman, dan Musim Indonesia sebagai subjek resistensi. Frasa “Seiring dengan serangan Israel yang semakin membrutal...” menciptakan kausalitas langsung antara agresi Israel dan keputusan boikot, memperkuat boikot sebagai keharusan etis. Dimensi religius juga ditekankan melalui pernyataan “Dengan sedikit kekuasaan yang Allah berikan kepada kami...”, menjadikan tindakan boikot sebagai bentuk ibadah dan tanggung jawab spiritual.

Perluasan narasi ke merek lokal seperti Teratu Beauty dan MOP Beauty menciptakan kesan solidaritas lintas sektor, menjadikan boikot sebagai gerakan sosial kolektif, bukan sekadar kebijakan individual. Pernyataan bahwa seluruh restoran Musim Indonesia meniadakan produk pendukung Israel menunjukkan politisasi konsumsi—konsumen dilibatkan dalam perjuangan moral. Identitas Musim Indonesia sebagai aktor spiritual memperkuat posisi perusahaan sebagai bagian dari komunitas moral bangsa yang menjunjung nilai keadilan dan kemanusiaan.

Analisa berita ketiga pada teks ( Mikrostruktural ). Pernyataan KH Bukhori Sail Attahiri bahwa MUI telah mengeluarkan fatwa solidaritas untuk Palestina menampilkan dirinya sebagai penyampai pesan, bukan pembuat keputusan. MUI diposisikan sebagai institusi religius yang menanggapi tragedi Palestina melalui pendekatan spiritual, dengan fatwa

sebagai ekspresi nasionalisme religius. Kata “mengungkapkan” menunjukkan upaya membawa wacana ke ruang publik. Namun, saat KH Bukhori menyinggung Perjanjian Oslo dan menyalahkan Hamas atas kegagalan perdamaian, narasi media cenderung bias. Hamas digambarkan sebagai penghalang damai, sementara Israel dan Fattah tampak rasional. Ini menyederhanakan konflik, mengabaikan ketimpangan kuasa dan kolonialisme Israel.

Pernyataan bahwa fatwa lahir dari ijtihad menunjukkan nilai epistemologis, sementara ajakan untuk menghindari “kemudharatan lebih besar” menegaskan bahwa fatwa bersifat kontekstual, tidak memaksa homogenitas umat. Ketika fatwa disalahpahami hingga memicu intoleransi, tampak jarak antara otoritas dan masyarakat. Media menampilkan Islam sebagai agama yang peduli kemanusiaan, namun juga menekankan pentingnya rasionalitas nasional. Identitas umat digambarkan sebagai religius sekaligus pragmatis—menyeimbangkan solidaritas global dengan realitas lokal.

Analisa berita keempat pada teks ( Mikrostruktural ). Frasa “Boikot produk Israel adalah salah satu bentuk solidaritas dan simpati umat Islam terhadap saudara-saudara mereka di Palestina...” menegaskan identitas kolektif umat Islam dalam kerangka keimanan dan penderitaan bersama. Boikot direpresentasikan bukan sekadar tindakan ekonomi, tetapi sebagai ekspresi moral dan spiritual. Framing ini menciptakan narasi biner: Israel sebagai pelaku, Palestina sebagai korban, dan umat Islam sebagai pelindung. Nilai boikot terletak pada niat dan solidaritas, bukan semata efektivitasnya.

Pernyataan bahwa boikot bertujuan menekan ekonomi Israel memperluas maknanya ke ranah geopolitik, memperlihatkan boikot sebagai strategi perlawanan global. Namun, hal ini juga menunjukkan dilema struktural: umat Islam menolak dominasi, tetapi tetap terikat dalam jejaring konsumsi global yang dikuasai kekuatan besar seperti AS.

Pertanyaan retorik “Apakah boikot solusi efektif...?” membuka refleksi. Ustaz Felix Siauw menegaskan bahwa boikot adalah simbol keberpihakan, bukan solusi utama. Ia menggeser fokus dari ekonomi ke akar masalah: persatuan umat Islam. Ini mencerminkan perbedaan pendekatan antara strategi praktis dan ideologis. Media menampilkan Ustaz Felix sebagai pendakwah “kritis dan cerdas”, memberi bobot argumennya. Wacana ini menunjukkan kontestasi otoritas keagamaan dalam menafsirkan langkah umat. Identitas umat Islam dibentuk sebagai komunitas global yang peduli, namun beragam dalam strategi

perjuangannya. Solidaritas menjadi ciri bersama, tetapi arah dan bentuknya tetap menjadi ruang perdebatan.

Selanjutnya analisis *discourse practice* memusatkan perhatian pada bagaimana produksi teks dan konsumsi teks. Teks dibentuk lewat suatu praktik diskursus, yang akan menentukan bagaimana teks diproduksi.<sup>29</sup> Sebuah teks pada dasarnya dihasilkan lewat proses produksi teks yang berbeda, seperti bagaimana pola kerja, bagan kerja, dan rutinitas dalam memproduksi teks. Konsumsi teks menampilkan bagaimana penerima teks (*receiver*) mengonsumsi teks berita dan praktik interpretasi teks dalam kehidupan sehari-hari.

Berita kesatu. Dalam proses produksi berita ini mencoba menggunakan framing dengan memperlihatkan perusahaan yang ketar-ketir dan memberikan klarifikasi karena berkurangnya pelanggan akibat kegiatan boikot. Untuk menambah kredibilitas, berita ini mengutip laporan *Al Jazeera*, *The Jerusalem Post* dan pendapat dari *Brookings Institution* yang merupakan organisasi non-profit berbasis di Washington, Amerika Serikat sebagai sumber informasi mengenai dampak ekonomi Israel. Penulisan berita juga bersifat formal dan informatif dengan penggunaan statistik dan referensi terpercaya.

*“Gerakan Boikot Produk Israel Berhasil, Segini Kerugiannya. Serangan Israel yang semakin bertubi-tubi di tanah Palestina membuat gerakan boikot terhadap produk dari dan pendukung Israel semakin digaungkan oleh masyarakat dunia.”* Dari kalimat di atas, berita ini termasuk ke dalam laporan jurnalistik yang memberikan informasi tentang reaksi terhadap gerakan boikot. Genre ini biasanya mencakup narasi faktual dan analisis dampak sosial-ekonomi. Diskursus dalam teks ini mencerminkan konflik dan ketegangan politik dan lebih condong untuk menyoroti dampak ekonomi dari gerakan boikot terhadap Israel.

Berita kedua. Dalam proses produksi teks berita penulis berfokus pada dukungan terhadap Palestina berupa tindakan boikot dengan menonaktifkan produk yang mendukung Israel yang dilakukan oleh restoran *Food and Beverage* Musim Indonesia. Genre ini seringkali melibatkan narasi yang mendukung solidaritas dan tindakan kolektif. Praktik Diskursus dalam teks ini mencerminkan solidaritas dan dukungan terhadap Palestina. Penggunaan frasa seperti *“mendukung kemerdekaan Palestina”* dan *“aksi nyata”* menunjukkan adanya narasi perlawanan dan dukungan moral. Penulisan berita ini menggunakan gaya persuasif

---

<sup>29</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, 316.

dan emosional, dengan penggunaan kata-kata yang menekankan dukungan dan solidaritas, seperti *“berduka,” “penjajahan,”* dan *“genosida.”* Dalam situasional, berita ini berinteraksi dengan isu lokal dan global mengenai dukungan terhadap Palestina dan boikot terhadap produk yang dianggap mendukung Israel. Analisis mesostruktural membantu kita memahami bagaimana teks tersebut berfungsi dalam diskursus sosial yang lebih besar, termasuk bagaimana ia dapat mempengaruhi opini publik dan tindakan kolektif.

Berita ketiga Fokus dalam proses penulisan pemberitaan ini mengungkapkan bagaimana fatwa MUI yang semula bertujuan menggalang dukungan terhadap rakyat Palestina dapat disalahpahami dan berdampak pada tindakan intoleransi. Genre pada pemberitaan ini yaitu mengenai laporan yang mengkritik reaksi masyarakat terhadap fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) tentang konflik Palestina-Israel. Genre ini sering melibatkan diskusi tentang interpretasi hukum dan tanggapan masyarakat. Analisis diskursus dalam pemberitaan ini mencerminkan kekhawatiran terhadap tindakan intoleransi yang mungkin timbul dari pemahaman yang salah terhadap fatwa MUI. Penggunaan istilah seperti *“disalahpahami”* dan *“tindakan intoleransi”* menunjukkan adanya kecenderungan masyarakat untuk mengkritik reaksi yang berlebihan. Gaya penulisan dalam pemberitaan ini bersifat informatif dan analitis, dengan mengutamakan fokus pada penjelasan dan klarifikasi pernyataan dari pihak tokoh agama yang mengungkapkan sikapnya setelah keluarnya fatwa MUI mengenai boikot produk Israel serta dampak sosial ekonomi dari pemboikotan produk tersebut. Dalam konteks situasional, teks berita ini berinteraksi dengan isu lokal mengenai interpretasi fatwa dan tanggapan masyarakat, serta isu global tentang konflik Palestina-Israel.

Berita keempat. Analisis diskursus dalam pemberitaan ini mencerminkan pandangan bahwa boikot produk Israel adalah simbol solidaritas tetapi bukan solusi konkret untuk konflik. Penggunaan istilah seperti *“pernyataan keberpihakan”* dan *“berlepas dari diam”* menunjukkan adanya kecenderungan untuk menekankan pentingnya aksi simbolis daripada efek praktis. Dalam gaya penulisan dalam teks pemberitaan ini bersifat persuasif dan reflektif, dengan fokus pada penjelasan pandangan pribadi atau opini Ustaz Felix Siauw dalam menanggapi kegiatan boikot yang terjadi dan implikasi sosial ekonomi dari kegiatan boikot tersebut. Genre teks pemberitaan ini adalah opini yang mengemukakan pandangan Ustaz

Felix Siauw tentang boikot produk Israel. Dalam kondisi ini, teks berita sering melibatkan argumentasi dan penilaian terhadap suatu tindakan atau kebijakan. Jika dikorelasikan dengan konteks situasional, pemberitaan ini berinteraksi dengan isu lokal mengenai solidaritas umat Islam terhadap Palestina dan isu global tentang strategi dalam mendukung Palestina.

Selanjutnya analisis praktik sosial budaya ( Makrostruktural ). Pada berita kesatu. Dalam konteks situasional, berita ini berinteraksi dengan isu global yakni mengenai konflik Israel-Palestina dan gerakan BDS. Dampak ekonomi dari pemberitaan ini dapat diketahui dari gerakan boikot yang dilakukan terhadap Israel dapat menimbulkan kekhawatiran pada perusahaan yang terkena imbasnya akan kerugian ekonomi yang signifikan dengan dipaparkan pula laporan potensi kerugian hingga miliaran dolar. Respon perusahaan yang menjadi sasaran boikot merespon dengan klarifikasi, menunjukkan kecemasan atas dampak nyata gerakan tersebut terhadap pelanggan dan penjualan. Strategi diplomatik yang dilakukan Israel dalam menanggapi gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS) sebagai ancaman serius, dengan upaya diplomatik yang intensif untuk menanggulangnya. Israel dan organisasi non-profit yang berbasis di Washington, Amerika Serikat (AS) *Brookings Institution* menyajikan narasi kontradiktif yang berbeda mengenai efektivitas boikot dengan menyatakan bahwa gerakan BDS tidak akan secara drastis mempengaruhi perekonomian Israel. sedangkan paparan laporan data dan statistik dari sumber Al Jazeera dan Bank Dunia memberikan data kuantitatif untuk mendukung klaim tentang keberhasilan dampak ekonomi dari efek kegiatan boikot yang terjadi.

Analisis ini menunjukkan bahwa wacana seputar gerakan BDS melibatkan berbagai aspek termasuk ekonomi, politik, dan diplomasi. Narasi yang dikonstruksi oleh berbagai pihak mencerminkan perspektif yang beragam dan seringkali kontradiktif mengenai efektivitas dan konsekuensi dari aksi boikot.

Pada berita kedua. Dalam berita ini aksi solidaritas yang dilakukan merupakan langkah boikot oleh perusahaan dan restoran *food and beverage* Musim Indonesia merupakan manifestasi dari solidaritas terhadap Palestina yang menunjukkan dukungan moral dan politik atas kepedihan yang di alami rakyat Palestina. Pengumuman boikot melalui media sosial tersebut menciptakan identitas kolektif di antara umat Muslim dan masyarakat yang

mendukung Palestina sehingga dapat memperkuat kesatuan dalam aksi boikot yang dilakukan. Keputusan resmi untuk tidak lagi menyediakan produk dari merek yang mendukung Israel ini mencerminkan pertimbangan etis di atas kepentingan ekonomi, serta menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan. Keterangan resmi tersebut diumumkan melalui *instagram story*. Hal ini digunakan untuk mengumumkan kebijakan boikot dapat menunjukkan peran media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif dalam menyebarkan informasi dan dalam menggalang dukungan.

Dampak kegiatan boikot pada industri lokal yang diberitakan dalam berita ini juga melibatkan merek kecantikan lokal Indonesia, sehingga dalam konteks pemberitaan ini mampu menunjukkan bahwa aksi solidaritas ini tak hanya terfokus pada satu sektor industri namun juga melintasi berbagai sektor industri. Analisis ini menunjukkan bahwa wacana seputar boikot produk yang mendukung Israel di Indonesia tidak hanya terbatas pada tindakan ekonomi, tetapi juga berkaitan dengan nilai-nilai etis, identitas kolektif, dan tanggung jawab sosial. Ini juga menyoroti bagaimana perusahaan dapat menggunakan *platform* mereka untuk menyuarakan dukungan terhadap isu-isu global yang sedang marak terjadi dan juga mampu mempengaruhi opini publik sehingga dukungan dan ikatan solidaritas dapat terjalin.

Pada berita ketiga. Dalam analisis ini teks pemberitaan menunjukkan bahwa wacana seputar fatwa MUI tidak hanya terbatas pada isu boikot produk Israel, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana umat Islam di Indonesia memahami dan mengimplementasikan ajaran agama dalam konteks sosial-politik yang lebih luas. Ini juga menyoroti pentingnya pendekatan rasional dan bertanggung jawab dalam menyikapi isu-isu sensitif seperti konflik Palestina-Israel. Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) mencerminkan upaya untuk memanfaatkan kekuasaan simbolik agama dalam mendukung Palestina. Dalam konteks ini, fatwa MUI berfungsi sebagai alat legitimasi yang menghubungkan isu Palestina dengan otoritas agama. Dengan merujuk pada norma-norma keagamaan, MUI berusaha memperkuat narasi solidaritas terhadap Palestina dan menggerakkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam perjuangan tersebut. Namun, reaksi masyarakat yang salah paham menunjukkan adanya perjuangan hegemoni dalam interpretasi dan implementasi fatwa tersebut. Hegemoni di sini merujuk pada dominasi pemahaman tertentu yang menguntungkan kelompok-

kelompok tertentu. Beberapa faktor yang memengaruhi reaksi masyarakat termasuk media massa, pendidikan, dan latar belakang budaya. Misalnya, media massa dapat memperkuat atau meredam interpretasi fatwa MUI melalui pemberitaan yang selektif atau framing yang berbeda.

Dalam teks berita yang diteliti, terdapat dua kalimat yang menarik perhatian kita. Pertama, kalimat yang menyatakan “Mencerminkan upaya untuk menggunakan kekuasaan simbolik agama dalam mendukung Palestina.” Kalimat ini menggambarkan bagaimana agama digunakan sebagai alat untuk memperkuat posisi Palestina. Kekuasaan simbolik yang terkait dengan fatwa MUI menjadi fokus dalam kalimat ini. Kedua, kalimat yang menyatakan “Reaksi masyarakat yang salah paham menunjukkan adanya perjuangan hegemoni dalam interpretasi dan implementasi fatwa tersebut.” Kalimat ini menyoroti peran hegemoni dalam mempengaruhi persepsi masyarakat. Interpretasi dan implementasi fatwa dapat dipengaruhi oleh kepentingan kelompok-kelompok tertentu. Dengan kata lain, ada upaya untuk memperkuat pandangan tertentu melalui interpretasi yang salah paham. Dalam analisis lebih lanjut, kita perlu memperhatikan struktur kalimat, penggunaan kata-kata kunci, dan konteks sosial-politik untuk mengidentifikasi ideologi dan relasi kekuasaan dalam teks. Fatwa tersebut dimaksudkan untuk memperkuat solidaritas terhadap Palestina, namun reaksi yang tidak tepat dapat merusak identitas kolektif yang ingin dibangun oleh MUI. Kiai Bukhori menekankan pentingnya mengikuti fatwa dengan mempertimbangkan kemampuan dan kondisi sosial-ekonomi sendiri, menghindari tindakan yang bisa menimbulkan kemudharatan lebih besar. Oleh karena itu kegiatan pemboikotan produk Israel harus dipertimbangkan dengan hati-hati agar tidak merugikan perekonomian rakyat Indonesia sendiri, termasuk industri dalam negeri. Tindakan membuang produk yang sudah dibeli disebut sebagai tindakan mubazir dan tidak sesuai dengan ajaran Islam, menunjukkan kepedulian terhadap citra global umat Islam. Dalam teks berita ini juga menyajikan kerumitan politik internasional yang mana dalam kehidupan nyata hal ini melatarbelakangi konflik Palestina-Israel, termasuk upaya perdamaian sebelumnya seperti Perundingan Oslo.

Pada berita keempat. Analisis wacana kritis makrostruktural dari berita di atas melibatkan pemahaman tentang bagaimana struktur sosial dan ideologi yang lebih luas mempengaruhi diskursus yang disajikan. Teks pemberitaan ini mengeksplorasi bagaimana kekuasaan dan

hegemoni Israel dan sekutunya, terutama Amerika Serikat, mempengaruhi konflik Palestina-Israel. Ustaz Felix Siauw menyoroti bahwa boikot produk mungkin tidak berdampak signifikan terhadap ekonomi Israel karena dukungan kuat dari sekutu-sekutunya. Kemudian dalam diskursus boikot produk Israel terkait erat dengan identitas umat Islam dan solidaritas mereka terhadap Palestina. Dalam teks berita ini menggambarkan boikot sebagai ekspresi solidaritas, meskipun mengakui bahwa itu mungkin tidak cukup untuk mengubah situasi secara substansial. Pemberitaan ini juga mencakup ideologi, bahwa tindakan simbolis seperti boikot adalah penting, tetapi harus disertai dengan upaya lain yang lebih konstruktif untuk mendukung Palestina. Ini menunjukkan bahwa praktik sosial umat Islam harus mencakup doa, sedekah, dakwah, jihad, dan inovasi untuk memperkuat komunitas mereka. Ustaz Felix Siauw mengungkapkan bahwa boikot produk Israel juga memiliki konsekuensi ekonomi dan sosial bagi umat Islam sendiri, termasuk potensi kehilangan pekerjaan dan pendapatan bagi mereka yang bekerja di perusahaan yang berafiliasi dengan Israel atau Amerika Serikat. Dalam teks pemberitaan ini juga mengandung makna tentang bagaimana boikot produk Israel dapat mempengaruhi persepsi global terhadap umat Islam, dengan risiko menciptakan citra negatif sebagai kelompok yang intoleran atau anti-Barat. Analisis makrostruktural ini membantu kita memahami konteks yang lebih luas di mana diskursus ini beroperasi dan bagaimana ia dapat mempengaruhi dinamika sosial, politik, dan ekonomi. Ini juga menyoroti pentingnya mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari tindakan kolektif dalam konteks global.

## **KESIMPULAN/CONCLUSION**

Berdasarkan hasil analisis data dan temuan data terhadap pemberitaan Boikot Terhadap Produk Israel di Media CNBC Indonesia dan Sindonews.com. Peneliti mengambil kesimpulan dengan mengacu pembahasan yang dianalisis dengan menggunakan Teori Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough. Analisis teks dalam wacana CNBC Indonesia pada aspek resepresentasi mengandung kata diksi yang mengandung koherensi dampak boikot dengan menampilkan sumber data terkait. Identitas yang ditampilkan dalam judul berita menyajikan keberpihakan dan dalam isi beritanya menunjukkan hubungan sebab-akibat. Berita pada Sindonews.com lebih menyajikan pertimbangan dan dampak sosial yang lebih

luas. Pada teks beritanya terdapat kalimat yang menegaskan bahwa kegiatan boikot bukan sebagai solusi konkret, melainkan sebatas keberpihakan dan bentuk pembelaan. Pada tahap praktik kewacanaan, CNBC Indonesia menyajikan fokus kegiatan boikot sebagai bagian dari kekuasaan dan ideologi serta kondisi ekonomi setelahnya. Sedangkan media Sindonews.com lebih menyajikan efek sosial dan moral dengan mengambil sudut pandang tokoh agama. Kedua media menggunakan pilihan kata yang menggambarkan dukungan solidaritas dan dampaknya, baik pada aspek ekonomi maupun sosial. Kondisi sosial budaya saat pemberitaan boikot pada CNBC Indonesia dan Sindonews.com ialah banyaknya perbedaan keyakinan dalam memahami gerakan tersebut. Dalam analisis praktik sosiokulturalnya, media CNBC Indonesia dan Sindonews.com mengemas berita untuk memberikan informasi dan pemahaman kepada khalayak umum mengenai kegiatan Boikot Produk Israel yang sedang marak terjadi. Pemberitaan pada kedua media tidak hanya menyajikan gerakan boikot dan dampak ekonomi dan politik, tapi memberikan makna lebih luas lagi yakni nilai etis dan identitas kolektif sehingga mampu memperkuat solidaritas. Berita yang disajikan pada kedua media juga menunjukkan tanggung jawab sosial, namun tetap mempertimbangkan efektivitas serta melihat nilai manfaat dan mudarat dari gerakan boikot yang dilakukan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Apriliana, Rima Rismaya, Asep Firdaus, and Fauziah Suparman. "Kesalahan Penulisan Kata Dan Tanda Baca Pada Online News." *Bahastra: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia* 5, no. 1 (2020): 13–19. <https://doi.org/10.30743/bahastra.v5i1.2996>.
- Eriyanto. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*. 8th ed. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta, 2011.
- Ibrohim, Amien Nulloh. "Tepatkah Boikot Memboikot Produk Israel? Ini Jawaban Cerdas Ustaz Felix Siauw." *Sindonews.com*, 2023.
- Insani, D F, and A Zamzamy. "Analisis Framing Pemberitaan Media Online CNBC Indonesia. Com Dan Kompas. Com Mengenai Dampak Lingkungan Pemindahan Ibu Kota Negara." *Innovative: Journal Of Social Science ...* 3, no. 4 (2023): 2981–93.
- Jalaluddin, Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya, 1984.
- Kiki Safitri, Erlangga Djumena. "Boikot Produk Israel, Begini Dampaknya Ke Indonesia."

- Kompas.com, 2023.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: KENCANA, 2006.
- Kusumaningrat, Hikmat, and Purnama Kusumaningrat. *Jurnalstik Teori Dan Praktik*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2017.
- Lestari, Hesti Puji. "Cek Fakta: Viral 121 Daftar Produk Israel Yang Diboikot Di Indonesia Dan Internasional, Berikut Rinciannya," 2023.
- Mubarok, Abdul Malik. "Fatwa MUI Harus Disikapi Rasional, Hindari Tindakan Intoleransi." Sindonews.com, 2023.
- Muhammad Fakhriansyah. "Fakta, Aksi Boikot Produk Israel Dibuat Warga Israel Sendiri." CNBC Indonesia, 2023.
- Nesi, Antonius, and Ventianus Sarwoyo. *Kajian Wacana Logis Berwacana Dan Santun Bertutur*. Yogyakarta: Nusa Indah, 2012.
- Redaksi, Tim. "Gerakan Boikot Produk Israel Berhasil, Segini Kerugiannya." CNBC Indonesia, 2023.
- Sari, Amalia Tri Puspita. "Konflik Palestina-Israel Pada Masa Intifada II Dalam Perspektif Konstruktivisme Dan Strategi Politik." *Jurnal ICMES* 6, no. 1 (2022): 21–34. <https://doi.org/10.35748/jurnalicmes.v6i1.120>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2019.
- Sukandar, Rumidi. *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktik Untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2004.
- Thea Fathanah Arbar. "Apakah Konflik Israel Di Palestina Adalah Perang Agama?" CNBC Indonesia, n.d.