

**BOIKOT DIVESTASI SANKSI (BDS) INDONESIA: GERAKAN SOSIAL  
DIGITAL UNTUK SOLIDARITAS PALESTINA**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat**

**Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Oleh:**

**RISA RISALAH**

**NIM 21102050017**

**Pembimbing:**

**Abidah Muflihati, S.Th.I., M.Si**

**NIP 197703712006042001**

**JURUSAN ILMU KESEJAHTERAAN SOSIAL  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2025**

# HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-674/Un.02/DD/PP.00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul : BOIKOT DIVESTASI SANKSI (BDS) INDONESIA : GERAKAN SOSIAL DIGITAL  
UNTUK SOLIDARITAS PALESTINA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RISA RISALAH  
Nomor Induk Mahasiswa : 21102050017  
Telah diujikan pada : Rabu, 30 April 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Abidah Muflihati, S.Th.I., M.Si  
SIGNED

Valid ID: 683a7bd959c7a



Penguji I  
Siti Solechah, S.Sos.I., M.Si  
SIGNED

Valid ID: 68352895dfc55



Penguji II  
Andayani, STP, MSW  
SIGNED

Valid ID: 6837dc41827f6



Yogyakarta, 30 April 2025  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.  
SIGNED

Valid ID: 6847ad97c378

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Alamat: Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax.  
(0274)552230

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan  
Komunikasi UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami sebagai pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama : Risa Risalah  
NIM : 21102050017  
Judul Skripsi : Boikot Divestasi Sanksi (BDS) Indonesia:  
Gerakan Sosial Digital Untuk Solidaritas  
Palestina

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Ilmu Kesejahteraan Sosial.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi tersebut diatas dapat segera di munaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Yogyakarta, 21 April 2025

Mengetahui

Ketua Prodi Studi  
Ilmu Kesejahteraan Sosial

Muhammad Izzul Haq, S.Sos., M.Sc  
NIP. 198108232009011007

Pembimbing

Abidah Muflihati, S.Th.I., M.Si  
NIP. 19770371200604200

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Risa Risalah  
NIM : 21102050017  
Jurusan : Ilmu Kesejahteraan Sosial  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul "Boikot Divestasi Sanksi (BDS): Gerakan Sosial Digital Untuk Solidaritas Palestina" adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang telah dibenarkan secara ilmiah

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun bersedia mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 14 April 2025

Yang menyatakan,



Risa Risalah  
NIM. 21102050017

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

### SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Risa Risalah  
NIM : 21102050017  
Jurusan : Ilmu Kesejahteraan Sosial  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa saya menerima resiko apapun yang berkaitan dengan pemakaian foto berjilbab pada ijazah dan tidak akan menuntut pihak Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta jika dikemudian hari terdapat hal-hal yang tidak diinginkan berkaitan dengan hal tersebut.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 14 April 2025

Yang menyatakan,



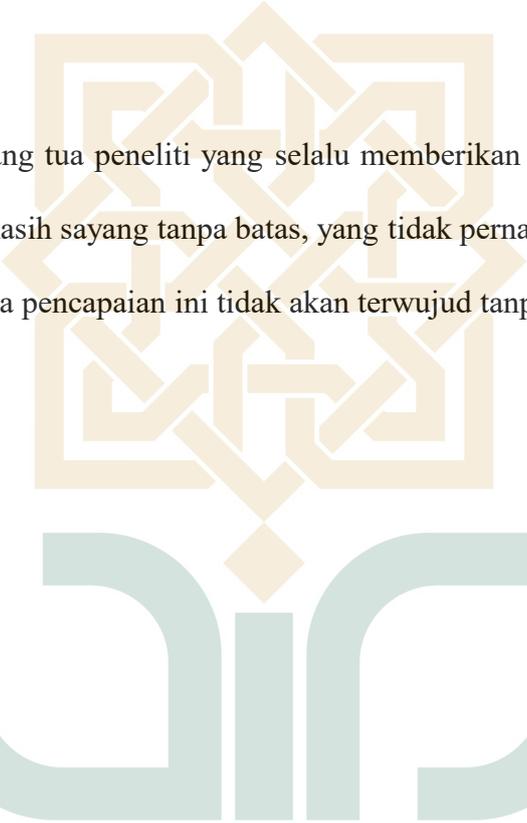
**Risa Risalah**  
NIM. 211020500

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini peneliti persembahkan untuk:

Kedua orang tua peneliti yang selalu memberikan doa, dukungan materiil dan moral, serta kasih sayang tanpa batas, yang tidak pernah diminta untuk dibalas sedikit pun. Segala pencapaian ini tidak akan terwujud tanpa kalian.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## MOTTO

*“Don’t compare your life to others. There’s no comparison between the sun and the moon. They shine when it’s their time”*

(C.S Lewis)

“.. Boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”

(Q.S Al-Baqarah: 216)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Alhamdulillah rabbil'alamin*, puji dan syukur peneliti curahkan atas kehadiran Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam peneliti haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kebodohan menuju dunia yang kaya akan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Atas kuasa-Nya skripsi dengan judul “Boikot Divestasi Sanksi (BDS) Indonesia: Gerakan Sosial Digital untuk Solidaritas Palestina” terselesaikan untuk diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa banyak bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Noorhaidi, S.Ag.,M.A., M.Phil., Ph., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
3. Muhammad Izzul Haq, S.Sos., M.Sc dan Khotibul Umam, M.Si., selaku ketua dan sekretaris prodi Ilmu Kesejahteraan Sosial (IKS) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.

4. Dosen Pembimbing Skripsi, Abidah Muflihati., S.Th.I., M.Si., yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan pengarahan kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Ilmu Kesejahteraan Sosial yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat selama perkuliahan.
6. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi atas segala pelayanan dan bantuannya selama ini.
7. Pengelola dan audiens BDS Indonesia yang telah memberikan bantuan, informasi, dan kerjasamanya.
8. Kedua orang tua peneliti, Ibu Nurjanah dan Bapak Nahrowi, yang senantiasa hadir dengan doa, dukungan, dan cinta yang tak pernah putus.
9. Kedua kakak peneliti, Rizal Abdillah dan Farhan Haidar, yang tiada hentinya memberikan support, memotivasi dan mendoakan peneliti.
10. Pengasuh Asrama Annisa, Bapak KH. Muhammad Jazim dan Ibu Mutiqotul Ummah, yang telah mengajarkan peneliti banyak hal, tidak hanya dalam ilmu pengetahuan, tetapi juga kehidupan.
11. Salma, Isnar, Hababah, dan Syahida, yang meskipun jauh secara fisik, namun tak pernah luput dalam setiap proses dan perjalanan peneliti.
12. Teman seperjuangan sejak aliyah, Nabilah dan Icha, yang selalu kebersamai perjalanan peneliti.
13. Azmila, Lulu, Izza, Lyza, Tata, Rina, Taera, Atika, Isya, Ais, Kak Tita, Kak Awan, Kak Najmah, dan Kak Milady. Teman-teman yang selalu ada, memberikan semangat, dan kebersamai peneliti dalam proses perjalanan ini.

14. Teman-teman KKN 309 dan PPS P3S yang menjadi bagian akhir yang berkesan dalam perjalanan ini
15. Anak-anak kelas A2 RA Tahfidzul Qur'an Wahid Hasyim, salah satu sumber semangat peneliti dalam berproses, khususnya pada semester akhir ini.
16. Teman-teman Asrama Annisa Pondok Pesantren Wahid Hasyim dan teman-teman IKS 2021 yang telah menemani peneliti selama masa perkuliahan.
17. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi kontribusi kecil dalam dunia akademik.

Yogyakarta, 10 Maret 2025

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Peneliti  
  
Risa Risalah  
NIM 21102050017

## ABSTRAK

**Risa Risalah**, “Boikot Divestasi Sanksi (BDS) Indonesia: Gerakan Sosial Digital untuk Solidaritas Palestina”. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2025.

Konflik Israel-Palestina tidak pernah lepas dari sorotan publik, karena dianggap sebagai konflik terpanjang dan paling kompleks di dunia saat ini. Konflik ini telah berlangsung selama puluhan tahun, bahkan sampai saat ini. Gerakan Boikot Divestasi Sanksi (BDS) muncul sebagai respon terhadap konflik tersebut, dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana utama kampanye yang bertujuan untuk menekan Israel agar mematuhi hukum internasional dan menghentikan kebijakan yang dianggap diskriminatif terhadap rakyat Palestina.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui bagaimana cara BDS Indonesia memobilisasi massa melalui media digital untuk mendukung perjuangan Palestina, 2) mengidentifikasi dampak dari kampanye digital yang dilakukan BDS terhadap kesadaran dan keterlibatan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 6 orang yang terdiri dari 3 orang pengelola dan 3 orang audiens.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi organisasi yang sistematis dan adaptif yang dimiliki oleh BDS Indonesia, disertai dengan pengelolaan sumber daya yang tersedia, mampu memobilisasi massa untuk terlibat aktif dalam aksi yang diselenggarakan untuk membela Palestina, seperti aksi boikot dan penandatanganan petisi, yang mana hal tersebut berdampak terhadap beberapa aspek, seperti pergeseran pola konsumsi masyarakat, penurunan penjualan yang dialami beberapa perusahaan yang memiliki *complicity* terhadap Israel, mempengaruhi kebijakan di Indonesia, dan bahkan juga di tingkat internasional.

**Kata Kunci:** Konflik Israel-Palestina, BDS Indonesia, Mobilisasi Massa.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRACT

**Risa Risalah**, “Boycott Divestment Sanctions (BDS) Indonesia: A Digital Social Movement for Palestine Solidarity”. Thesis. Yogyakarta: Social Welfare Studies Program, Faculty of Da'wah and Communication, UIN Sunan Kalijaga, 2025.

The Israeli-Palestinian conflict has never been out of the public spotlight, as it is considered the longest and most complex conflict in the world today. This conflict has been going on for decades, even until today. The Boycott Divestment Sanctions (BDS) movement emerged as a response to the conflict, utilizing digital media as the main means of campaigns that aim to pressure Israel to comply with international law and stop policies that are considered discriminatory against the Palestinian people.

This research aims to: 1) find out how BDS Indonesia mobilizes the masses through digital media to support the Palestinian struggle, 2) identify the impact of digital campaigns conducted by BDS on public awareness and involvement. This research uses qualitative research methods by collecting data through interviews, observation, and documentation. The informants in this study amounted to 6 people consisting of 3 managers and 3 audiences.

The results of this study show that the systematic and adaptive organizational strategies owned by BDS Indonesia, accompanied by the management of available resources, are able to mobilize the masses to be actively involved in actions organized to defend Palestine, such as boycotts and petition signing, which have an impact on several aspects, such as shifting public consumption patterns, decreasing sales experienced by several companies that have complicity with Israel, influencing policies in Indonesia, and even at the international level.

Keywords: Israel-Palestine Conflict, BDS Indonesia, Resource Mobilization.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	xi
<b>ABSTRACT</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Tinjauan Pustaka .....	10
F. Kerangka Teori .....	20
G. Metode Penelitian.....	34
H. Sistematika Pembahasan.....	40
<b>BAB II</b> .....	41
<b>GAMBARAN UMUM GERAKAN BDS</b> .....	41
A. Sejarah Gerakan BDS.....	41
B. Profil Gerakan BDS.....	43
C. Karakteristik Audiens BDS Indonesia .....	52
D. Kegiatan/Program BDS Indonesia.....	55
<b>BAB III</b> .....	59
<b>MOBILISASI DAN DAMPAK KAMPANYE DIGITAL GERAKAN BDS INDONESIA DALAM Mendukung SOLIDARITAS PALESTINA</b> .....	59
A. BDS Indonesia dalam Memobilisasi Massa .....	59
B. Dampak Kampanye Digital BDS Indonesia .....	82

<b>BAB IV .....</b>	<b>95</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>95</b>
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>104</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Kampanye digital mengenai ajakan boikot .....	5
Gambar 1. 2	Komentar dalam postingan mengenai ajakan boikot .....	5
Gambar 2. 1	Struktur Kepengurusan Gerakan BDS Indonesia Non-Hirarki ...	48
Gambar 2. 2	Instagram BDS Indonesia.....	49
Gambar 2. 3	BDS Indonesia me- <i>reply</i> pertanyaan dari Masyarakat yang sedang ramai dibahas di base Twitter (Tanyarlness).....	50
Gambar 2. 4	BDS Indonesia me- <i>retweet</i> (memposting ulang) pernyataan dari salah satu audiens .....	51
Gambar 2. 5	Perbandingan <i>platform</i> Youtube dan Instagram .....	52
Gambar 2. 6	Latar belakang pendidikan audiens yang tertera di media Instagram.....	53
Gambar 2. 7	Salah satu pekerjaan audiens BDS Indonesia sebagai <i>influencer</i>	54
Gambar 2. 8	Webinar BDS Indonesia .....	57
Gambar 3. 1	Petisi untuk bersatu melawan rezim genosida dan <i>apartheid</i> Israel.....	68
Gambar 3. 2	Keterlibatan perusahaan HP dalam praktik <i>apartheid</i> .....	72
Gambar 3. 3	Petisi untuk mendorong Israel diusir dari PBB .....	75
Gambar 3. 4	Kegiatan kolaborasi dengan ormas lain .....	79
Gambar 3. 5	Diskusi publik bersama Maxwell .....	80
Gambar 3. 6	Tanggapan audiens mengenai kebingungan .....	83
Gambar 3. 7	Komentar audiens mengenai daftar boikot BDS.....	84
Gambar 3. 8	Tanggapan BDS mengenai kebingungan audiens .....	85
Gambar 3. 9	Edukasi mengenai strategi boikot BDS.....	85
Gambar 3. 10	Kampanye digital menolak Timnas Israel pada Piala Dunia U-20 .....	91

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Konflik Israel-Palestina tidak pernah lepas dari sorotan publik, karena dianggap sebagai konflik terpanjang dan paling kompleks di dunia saat ini. Konflik ini telah berlangsung selama puluhan tahun, berakar dari permasalahan sengketa wilayah dan hak atas tanah yang melibatkan dua kelompok etnis yang saling mengklaim hak atas tanah yang sama.

Tanah palestina awalnya merupakan bagian dari Daulah Islamiyah di bawah pemerintahan Ottoman. Rakyat Palestina hidup dalam kedamaian dan keharmonisan pada saat itu. Namun, keadaan berbanding terbalik setelah Ottoman menyerahkan wilayah Palestina setelah kalah dari Inggris dalam Perang Dunia I. Dalam masa penguasaan Inggris memicu adanya perebutan hak atas tanah antara penduduk Palestina dengan Kaum Yahudi. Ketegangan semakin memuncak dengan munculnya “Deklarasi Balfour” pada tahun 1917 dengan tujuan untuk menciptakan Negara Yahudi di tanah Palestina.<sup>1</sup> Deklarasi ini memfasilitasi kaum Yahudi dalam menciptakan negara zionis yang disertai aneksasi besar-besaran atas wilayah Palestina.<sup>2</sup> Tidak hanya tanah air yang dirampas, rakyat Palestina yang mayoritas Muslim juga kehilangan kedaulatannya. Konflik semakin rumit setelah adanya

---

<sup>1</sup> Rafid Sugandi dan Riri Anggraini, “Gerakan Sosial: Aksi Bela Palestina Boikot Produk Israel Di Kota Padang 2017-2023”, Cendekia: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan, vol.4, no. 2, 2024, hlm. 2.

<sup>2</sup> *Ibid.*

klaim dari kaum Yahudi atas Yerusalem, perluasan pemukiman Yahudi di Tepi Barat, serta status pengungsi Palestina.<sup>3</sup>

Pada 7 Oktober 2023, konflik tersebut kembali memuncak setelah serangan yang dilakukan oleh Hamas (*Harakat Al-Muqawwamatul Islamiyah*) di Israel selatan yang menyebabkan kematian sekitar dari 1.200 masyarakat sipil Israel dan orang asing, serta menyandera 253 orang. Hal ini memicu terjadinya perang sengit antara Israel dan Hamas. Pada hari perang ke- 175 sekitar 32.623 warga Palestina tewas dan lebih dari 75.092 warga luka-luka.<sup>4</sup> Serangan yang terjadi selama periode ini terhadap Gaza merupakan serangan yang belum pernah terjadi sebelumnya yang menyebabkan jumlah korban besar di kedua belah pihak. Sekitar 41.534 orang korban tewas akibat serangan Israel terhadap Palestina dari Oktober 2023 hingga akhir September 2024.<sup>5</sup>

Situasi ini semakin diperparah oleh kondisi kemanusiaan yang kritis di Gaza, di mana banyak rumah sakit dan infrastruktur vital hancur akibat serangan, dan lebih dari 85% populasi Gaza menjadi pengungsi.<sup>6</sup> Ketegangan ini tidak hanya memicu reaksi keras dari masyarakat internasional, tetapi juga memicu gerakan

---

<sup>3</sup> Mutiara dkk, “Menguak Bias Media Dalam Pemberitaan Konflik Israel-Palestina: Sebuah Analisis Konten Kritis”, *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, vol.10, no. 1, 2024, hlm. 887.

<sup>4</sup> Soha Ibrahim, “Enam Bulan Pertikaian Di Gaza Dalam Angka,” *BBC News Indonesia*, 2024, <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c6p4yj3410vo>, diakses pada 4 November 2024.

<sup>5</sup> Fahri Zulfikar, “11 Gedung Sekolah Di Gaza Diserang Israel Pada September 2024, Anak-Anak Jadi Korban,” *Detik.Com*, 2024, <https://www.detik.com/edu/edutainment/d-7572668/11-gedung-sekolah-di-gaza-diserang-israel-pada-september-2024-anak-anak-jadi-korban>, diakses pada 4 November 2024.

<sup>6</sup> United Nations, “As Israel’s Aerial Bombardments Intensify, ‘There Is No Safe Place in Gaza’, Humanitarian Affairs Chief Warns Security Council,” *United Nations*, 2024, <https://press.un.org/en/2024/sc15564.doc.htm>, diakses pada 4 November 2024.

protes di seluruh dunia yang menuntut penghentian kekerasan dan perlindungan warga sipil Palestina.

Gerakan Boikot Divestasi Sanksi (BDS) muncul sebagai respon terhadap konflik Israel-Palestina untuk menekan Israel agar mematuhi hukum internasional dan menghentikan kebijakan yang dianggap diskriminatif terhadap rakyat Palestina. Gerakan BDS diinisiasikan oleh masyarakat sipil Palestina terinspirasi oleh perjuangan *anti-apartheid* di Afrika Selatan dan berusaha menggunakan taktik non-kekerasan seperti boikot, divestasi bisnis Israel, dan sanksi internasional.<sup>7</sup> Boikot sendiri dapat diartikan sebagai tindakan penolakan atau pembangkangan terhadap produk, jasa, lembaga, atau kegiatan tertentu. Jika dalam konteks ekonomi, hal ini merujuk pada penolakan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang mengekspresikan ketidaksetujuan terhadap suatu hal, dalam hal ini adalah Israel dan perusahaan-perusahaan yang memiliki keterkaitan dengan praktik pendudukan atau kolonisasi Israel atas wilayah Palestina.<sup>8</sup> Merujuk pada taktik yang kedua, yaitu divestasi, merujuk pada proses penarikan atau pengurangan investasi, yang merupakan kebalikan dari investasi.<sup>9</sup> Dalam BDS, divestasi dilakukan untuk mendesak institusi atau pun entitas bisnis untuk menarik modal atau aset yang sebelumnya ditanamkan dalam perusahaan-perusahaan yang mendukung atau diuntungkan oleh kebijakan Israel terhadap Palestina. Sementara

---

<sup>7</sup> M. Faisal Javier, "Gerakan BDS: Upaya Mendesak Komitmen Perusahaan Terhadap HAM," *International NGO Forum on Indonesian Development*, 2023, <https://infid.org/gerakan-bds-upaya-mendesak-komitmen-perusahaan-terhadap-ham/>, diakses 4 November 2024.

<sup>8</sup> Randy Febriananta Primayudha, "*Konsep Boikot Dalam Alquran Dan Implementasinya (Studi Tafsir Tematik Konsep Atas Ayat-Ayat Boikot)*," Skripsi (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2022), hlm., 17.

<sup>9</sup> Binus University, "Mengenal Divestasi Sebagai Upaya Menyelamatkan Lini Usaha," *Accounting.Binus.Ac.Id*, 2022, <https://accounting.binus.ac.id/2022/11/22/mengenal-divestasi-sebagai-upaya-menyelamatkan-lini-usaha/>, diakses pada 19 Mei 2025.

itu, sanksi mengacu pada bentuk hukuman yang dijatuhkan sebagai konsekuensi dari pelanggaran atau kesalahan.<sup>10</sup> Dalam konteks BDS, saksi diarahkan pada upaya internasional untuk mengisolasi Israel secara diplomatik dan institusional, seperti mengeluarkan Israel dari PBB dan FIFA.

Gerakan BDS yang berdiri pada tahun 2005 ini semakin mendapatkan perhatian publik, khususnya di Indonesia, seiring meningkatnya ketegangan dalam konflik Israel-Palestina, terutama setelah serangan besar-besaran pada beberapa waktu belakangan ini. Media sosial berperan penting bagi gerakan ini. Pengelola BDS dapat menyebarkan informasi tentang kebijakan Israel di wilayah Palestina, mengatur kampanye boikot terhadap barang-barang yang terkait dengan Israel, dan mendapatkan dukungan internasional melalui *platform* seperti X (Twitter), dan Instagram.<sup>11</sup> Aksi-aksi yang dilakukan BDS juga tidak hanya terbatas pada boikot barang-barang tertentu, tetapi juga mencakup upaya untuk meningkatkan kesadaran tentang kondisi kemanusiaan di Gaza dan mendesak pemerintah untuk bertindak tegas terhadap Israel. Dengan memanfaatkan kekuatan media sosial sebagai alat advokasi, gerakan BDS, khususnya BDS Indonesia berhasil mengubah perhatian publik menjadi aksi nyata, dan juga memperkuat hubungan solidaritas antar rakyat Indonesia dalam mendukung rakyat Palestina.<sup>12</sup> Salah satu gambaran mengenai solidaritas tersebut dilihat dari dokumentasi dibawah ini.

---

<sup>10</sup> Mardiana, “Pengaruh Pemberian Sanksi Terhadap Kedisiplinan Guru Di Sekolah Mengengah Kejuruan Muhammadiyah 3 Terpadu Pekanbaru”, Skripsi (Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2018), hlm. 8.

<sup>11</sup> Afif Sulaiman, “Media Digital Dan Gerakan Sosial: Analisis Logika Aksi Konektif,” Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi, vol.5, no. 2, 2024, hlm. 1916.

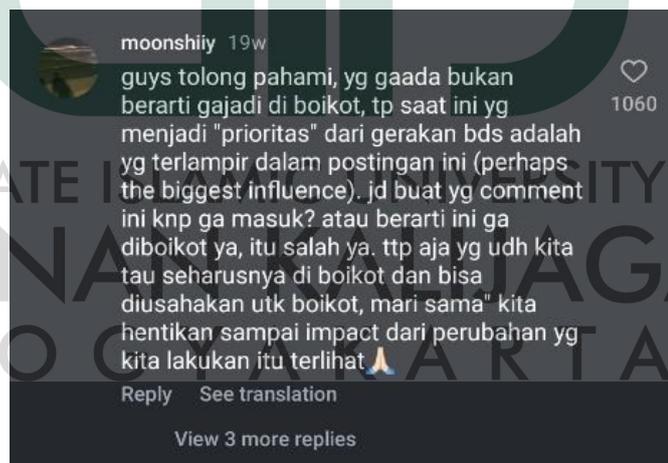
<sup>12</sup> Himmatul Ulya dan Kilau Riksaning Ayu, “Gerakan Sosial Digital; Boikot-Divestasi-Sanksi (BDS) Terhadap Isu Israel-Palestina Di Media Sosial”, in *Prosiding Seminar Nasional FISIP UNNES*, 2023, hlm. 231.

Gambar 1. 1 Kampanye digital mengenai ajakan boikot



Sumber: Instagram @gerakanbds

Gambar 1. 2 Komentar dalam postingan mengenai ajakan boikot



Sumber: Instagram @gerakanbds

Berdasarkan gambar diatas, dapat terlihat pada postingan BDS Indonesia yang mengajak masyarakat untuk memboikot produk yang terafiliasi dengan Israel

mendapatkan lebih dari 58.000 *likes* dan 1.038 komentar. Kolom komentar pada postingan tersebut menjadi ruang diskusi antara para pengikut, mereka saling berbagi pemahaman dan perspektifnya masing-masing. Seperti komentar pada gambar diatas, terlihat jelas bahwa akun @moonshily berusaha menjelaskan kepada pengikut yang lain mengenai strategi yang digunakan oleh BDS Indonesia dalam kampanyenya, serta mengajak para pengikut yang lain untuk tetap berkomitmen pada prinsip boikot secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa BDS Indonesia berhasil membangun kesadaran dan solidaritas di antara masyarakat dalam memperjuangkan hak-hak Palestina.

Keberhasilan BDS dalam menggerakkan masyarakat untuk beraksi nyata juga dapat terlihat pada gerakan boikot McDonald's, yang termasuk dalam salah satu daftar target boikot yang disebar oleh BDS melalui media sosial. McDonald's masuk dalam daftar target boikot oleh BDS karena terdapat bukti yang kuat bahwa perusahaan tersebut terlibat secara eksplisit mendukung Israel menjajah Palestina, salah satunya adalah dengan memberikan makanan gratis untuk *Israel Defense Forces* (IDF) atau Pasukan Pertahanan Israel.<sup>13</sup> Setelah adanya gerakan boikot, McDonald's mengalami penurunan penjualan kuartal pertama dalam hampir kurun waktu empat tahun pada awal 2024. Penurunan ini disebabkan oleh penurunan permintaan pasar yang ada di Timur Tengah serta di negara-negara yang mayoritas Muslim, salah satunya adalah Indonesia.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> *Ibid.*, hlm. 230.

<sup>14</sup> Tangguh Yudha, "McDonald's Babak Belur Dampak Boikot", *Okezone*, 2024, <https://economy.okezone.com/read/2024/09/02/320/3057483/mcdonald-s-babak-belur-dampak-boikot>, diakses 16 November 2024.

Perkembangan teknologi, khususnya media sosial, telah mengubah pandangan gerakan sosial secara global yang memungkinkan orang berkomunikasi, bekerja sama, dan merencanakan aksi dengan lebih baik. Media sosial sekarang menjadi sarana penting untuk gerakan sosial karena memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan luas tentang masalah sosial dan politik. Banyak aktivisme menggunakan media sosial untuk mendapatkan dukungan, meningkatkan kesadaran, dan memobilisasi massa dengan cepat.<sup>15</sup> Sama halnya seperti gerakan BDS terhadap Israel telah menarik perhatian dunia melalui kampanye *online* inovatif. Kampanye yang dilakukan melalui media sosial seperti yang dilakukan BDS dapat dirujuk sebagai gerakan sosial.

Gerakan sosial digital adalah bentuk aktivisme modern yang memanfaatkan teknologi digital, terutama internet dan media sosial, sebagai sarana utama untuk berkomunikasi, mengorganisasi, dan menggerakkan aksi.<sup>16</sup> Menurut salah satu teori dalam studi gerakan sosial, yaitu teori mobilisasi sumber daya, keberhasilan gerakan sosial itu bergantung pada kemampuan untuk mengakses dan memanfaatkan sumber daya, termasuk teknologi digital.<sup>17</sup> Gerakan sosial tidak serta merta tentang kekerasan fisik, turun ke jalan, protes di depan instansi, sudah banyak gerakan sosial yang memanfaatkan *platform* media digital untuk

---

<sup>15</sup> Sofia Hasna dan D I Komunikasi, “Tindakan Kolektif Masyarakat Jaringan Di Indonesia: Aktivisme Sosial Media Pada Aksi# Gejayanmemanggil,” *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol.11, no. 1, 2022, hlm. 29.

<sup>16</sup> Himmatul Ulya dan Kilau Riksaning Ayu, “Gerakan Sosial Digital; Boikot-Divestasi-Sanksi (BDS) Terhadap Isu Israel-Palestina Di Media Sosial”, in *Prosiding Seminar Nasional FISIP UNNES*, 2023, hlm. 231.Ibid.

<sup>17</sup> Oman Sukmana, “Konvergensi Antara Resource Mobilizationtheory Dan Identityoriented Theorydalam Studi Gerakan Sosial Baru,” *Jurnal Sosiologi Reflektif*, vol.8, no. 1 2013, hlm. 42.

menyebarkan pesan mereka.<sup>18</sup> Contohnya seperti gerakan *#BlackLivesMatter* yang berhasil memanfaatkan kekuatan media digital untuk mengadvokasi keadilan rasial dan melawan diskriminasi terhadap komunitas kulit hitam.<sup>19</sup> Melalui media digital, individu dapat terlibat dalam isu-isu sosial dengan cara yang lebih mudah dan cepat, seperti membagikan informasi, mengorganisir aksi, dan mempengaruhi opini publik.<sup>20</sup> Seperti halnya gerakan BDS di Indonesia yang juga memanfaatkan media digital sebagai alat strategis untuk menyebarkan kesadaran tentang kondisi di Palestina akibat kebijakan Israel serta mengajak masyarakat untuk memboikot produk-produk Israel atau yang terafiliasi dengan Israel.

Peneliti tertarik melakukan penelitian ini karena gerakan sosial menawarkan perspektif baru dalam memahami bagaimana media digital dapat menjadi alat yang efektif untuk mobilisasi dan advokasi sebuah isu. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Boikot Divestasi Sanksi (BDS) Indonesia: Gerakan Sosial Digital untuk Solidaritas Palestina”**. Dengan menganalisis Gerakan BDS (Boikot Divestasi Sanksi) di Indonesia sebagai contoh kasus, penelitian ini diharapkan bisa memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana gerakan sosial digital dapat mendorong perubahan sosial.

---

<sup>18</sup> Nada Dwiannisa, *“Pengaruh Gerakan Sosial Digital ‘Reformasi Dikorupsi’ Di Twitter Terhadap Budaya Politik Gen Z Di Jakarta Timur”*, Skripsi (Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2023), hlm. 17.

<sup>19</sup> Nafila Reydha Mahisa dkk, *“Analisis Gerakan Sosial Baru: Studi Kasus Gerakan Black Lives Matter Terhadap Pemilihan Presiden Amerika Serikat Tahun 2020”*, Indonesian Journal of Global Discourse, vol.3, no. 2, 2021, hlm. 48.

<sup>20</sup> Ulya dan Ayu, *“Gerakan Sosial Digital; Boikot-Divestasi-Sanksi (BDS) Terhadap Isu Israel-Palestina Di Media Sosial”*, hlm. 231.

## **B. Rumusan Masalah**

Ada beberapa rumusan masalah penelitian berdasarkan masalah yang disebutkan peneliti diatas:

1. Bagaimana BDS Indonesia memobilisasi massa melalui media digital untuk mendukung perjuangan Palestina?
2. Apa dampak dari kampanye digital yang dilakukan BDS Indonesia terhadap kesadaran dan keterlibatan masyarakat terhadap isu Israel-Palestina?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berikut adalah tujuan yang ingin dicapai melalui perumusan masalah tersebut:

1. Mengetahui bagaimana cara BDS Indonesia memobilisasi massa melalui media digital untuk mendukung perjuangan Palestina.
2. Mengidentifikasi dampak dari kampanye digital yang dilakukan BDS Indonesia terhadap kesadaran dan keterlibatan masyarakat.

## **D. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya kajian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dengan menambah literatur pada mata kuliah gerakan sosial tentang pemanfaatan media digital dalam memobilisasi gerakan sosial.

2. Manfaat Praktis

Kajian ini diharapkan dapat membantu BDS Indonesia untuk mengevaluasi efektivitas dari kegiatan dan kampanye yang telah dilakukan. Dengan memahami strategi apa yang berhasil dan apa yang kurang optimal, BDS Indonesia dapat melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas di masa mendatang.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Dalam melakukan penelitian, sebelumnya peneliti melakukan studi kepustakaan dari kajian terdahulu yang memiliki relevansi dan keterkaitan dengan tema kajian yang disusun oleh peneliti, karena dalam menulis kajian ini peneliti akan merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya untuk dijadikan sebagai perbandingan dan pertimbangan dalam penulisan.

Ada beberapa kajian yang juga membahas tentang gerakan sosial digital. Namun, tentu ada perbedaan dengan kajian yang akan peneliti lakukan. Antara lain sebagai berikut:

**Pertama**, jurnal penelitian karya Himmatul Ulya dan Kilau Riksaning Ayu dengan judul “Gerakan Sosial Digital; Boikot-Divestasi-Sanksi (BDS) Terhadap Isu Israel-Palestina di Media Sosial” yang disusun pada 2023.<sup>21</sup> Meningkatnya konflik Israel-Palestina pada Oktober 2023, gerakan BDS yang sudah ada pada tahun 2005 semakin disorot oleh publik, dan berhasil memobilisasi opini publik dan aksi sosial di Indonesia. Dengan menggunakan metode etnografi virtual, kajian ini menunjukkan bahwa media sosial berperan penting untuk mengorganisir kampanye boikot dan membentuk komunitas yang menentang dukungan terhadap Israel.

---

<sup>21</sup> *Ibid.*, hlm. 230.

Kajian ini memiliki topik yang sama dengan yang dilakukan peneliti yaitu membahas terkait mobilisasi kesadaran masyarakat dan aksi sosial yang dilakukan oleh BDS Indonesia melalui media digital sama seperti yang akan dilakukan oleh peneliti. Meski terlihat sama, namun jelas ada perbedaan dari kajian tersebut dengan yang akan dilakukan peneliti. Kajian terdahulu pada penelitiannya menggunakan analisis konten dan etnografi virtual dalam mengumpulkan data. Sementara itu, penelitian peneliti akan mewawancarai aktivis dan masyarakat yang aktif dalam gerakan tersebut, sehingga akan memberikan perspektif yang lebih mendalam tentang mobilisasi dan dampak kampanye digital yang dilakukan oleh BDS Indonesia. Peneliti juga akan menggunakan observasi non-partisipan dengan mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh BDS Indonesia seperti webinar, dan dokumentasi dalam pengumpulan data. Peneliti dalam penelitian akan menganalisis dampak dari kampanye digital BDS Indonesia terhadap kesadaran dan keterlibatan masyarakat yang tidak dibahas secara eksplisit pada penelitian sebelumnya, karena penelitian terdahulu lebih fokus pada mobilisasi opini publik dan aksi sosial tanpa mendalami dampak spesifik terhadap individu.

**Kedua**, jurnal penelitian karya Nafila Reydha, Alfian Hidayat, dan Ahmad Mubarak yang berjudul “Analisis Gerakan Sosial Baru: Studi Kasus Gerakan *Black Lives Matter* terhadap Pemilihan Presiden Amerika Serikat Tahun 2020” yang disusun pada 2021.<sup>22</sup> Kajian ini menunjukkan bahwa Gerakan *Black Lives Matter*

---

<sup>22</sup> Nafila Reydha Mahisa dkk, “Analisis Gerakan Sosial Baru: Studi Kasus Gerakan *Black Lives Matter* Terhadap Pemilihan Presiden Amerika Serikat Tahun 2020”, Indonesian Journal of Global Discourse, vol.3, no. 2, 2021, hlm. 48.

berhasil meningkatkan kesadaran publik tentang ketidakadilan rasial yang dialami oleh komunitas kulit hitam di Amerika Serikat dan di seluruh dunia. Gerakan *Black Lives Matter* yang pada awalnya hanya sebuah gerakan kecil yang hanya dijalankan oleh tiga orang saja, yaitu Alicia Garza, Patrisse Cullors, dan Opal Tometi, berkembang menjadi sebuah gerakan global yang cukup besar dan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pemerintahan Amerika Serikat, terutama pada pemilihan presiden Amerika Serikat pada 2020 silam.

Penelitian yang dilakukan oleh Nafila dkk dengan yang dilakukan peneliti memiliki kesamaan, yaitu dalam membahas pentingnya media digital dalam memobilisasi dukungan, serta bagaimana gerakan sosial dapat mempengaruhi kesadaran publik dan kebijakan. Namun, dalam konteks isu yang berbeda. Nafila dkk berfokus pada keadilan rasial di Amerika Serikat, sedangkan peneliti berfokus pada isu Israel-Palestina. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitiannya menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis interaktif dari data sekunder, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara, observasi non-partisipan dan dokumentasi dalam mengumpulkan data.

**Ketiga**, jurnal penelitian karya Afifah Zulfika dan Yunus Sutejo yang berjudul “Fenomena Gerakan Sosial Digital Mahasiswa Untirta Dengan Hastag #UntirtaKokPelit di Twitter” yang terbit pada 2021.<sup>23</sup> Melalui *platform* Twitter, mahasiswa Untirta menyuarakan tuntutan mereka dalam menghadapi kondisi

---

<sup>23</sup> Afifah Zulfika dan Yunus Sutejo, “Fenomena Gerakan Sosial Digital Mahasiswa Untirta Dengan Hastag# UntirtaKokPelit Di Twitter”, *ijd-demos*, vol.3, no. 3, 2021, hlm. 203.

pandemi dan perekonomian yang sulit. Gerakan dengan hastag #UntirtaKokPelit digunakan untuk mengadvokasi pengurangan biaya UKT dan subsidi internet. Tingginya angka Covid-19 pada saat itu tidak membatasi mahasiswa untuk melakukan unjuk rasa atas keresahan yang mereka alami, mereka memanfaatkan *platform* digital seperti Twitter untuk menyuarakan. Gerakan tersebut berhasil mempengaruhi kebijakan rektorat yang menyatakan bahwa semua mahasiswa Untirta akan mendapatkan subsidi kuota sebanyak Rp 50.000 perbulan dan pemotongan UKT sebesar Rp 300.000.

Penelitian yang dilakukan Afifah Zulfika dan Yunus Sutejo dengan penelitian yang dilakukan peneliti sama-sama meneliti gerakan sosial dengan memanfaatkan *platform* digital untuk menyuarakan keresahan sosial. Namun, fokus digunakan jelas berbeda. Penelitian ini berfokus pada tuntutan penurunan UKT dan subsidi kuota internet untuk meringankan kesulitan finansial mahasiswa Untirta akibat pandemi Covid-19, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berfokus pada isu Israel-Palestina. Metodologi penelitian yang dilakukan keduanya menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode pengumpulan data sedikit berbeda. Penelitian yang dilakukan Afifah Zulfika dan Yunus Sutejo menggunakan metode wawancara, dokumentasi, dan analisis konten. Dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi non-partisipan dan dokumentasi.

**Keempat**, jurnal penelitian karya Fajar Rizali, Rizky Wulan, dan Ahmad Fatoni yang berjudul “Gerakan Opini Digital #IndonesiaTerserah Pada Media

Sosial Twitter di Masa Pandemi Covid-19” yang terbit tahun 2021.<sup>24</sup> Gerakan #IndonesiaTerserah berhasil dalam menciptakan gerakan opini digital di kalangan pengguna Twitter. Banyak pengguna Twitter yang terlibat dalam Gerakan #IndonesiaTerserah untuk menyampaikan kekecewaan mereka terhadap kebijakan pemerintah yang membingungkan serta kurangnya kesadaran masyarakat dalam mengendalikan penyebaran virus Covid-19. Penelitian ini menunjukkan bahwa hastag #IndonesiaTerserah memfasilitasi mobilitas opini publik yang signifikan dengan beberapa aktor penting yang berperan dalam menyebarkan pesan. Sekitar 36% kekecewaan ditunjukkan kepada masyarakat dan 32% ditunjukkan kepada pemerintah.

Penelitian yang dilakukan Fajar dkk membahas tentang *Digital Movement of Opinion* (DMO) yang memiliki kesamaan dengan gerakan sosial digital yaitu menggunakan *platform* digital untuk mobilisasi dan penyebaran opini, namun berbeda dalam struktur, tujuan dan metode.<sup>25</sup> DMO seringkali digunakan untuk penyampaian opini atau reaksi terhadap sebuah isu tertentu, sedangkan gerakan sosial memiliki tujuan yang lebih luas, seperti advokasi untuk perubahan kebijakan atau pun peningkatan kesadaran tentang isu sosial. Dari sana sudah terlihat jelas perbedaan penelitian yang dilakukan Fajar dkk dengan yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan metode campuran yang menggabungkan dua metode, yaitu kuantitatif dan kualitatif dengan menggunakan analisis *Social*

---

<sup>24</sup> Fajar Rizali Rakhman dkk , “Gerakan Opini Digital# Indonesiaterserah Pada Media Sosial Twitter Di Masa Pandemi Covid-19”, Jurnal Penelitian Komunikasi, vol.24, no. 1, 2021, hlm. 29.

<sup>25</sup> Ratih Anbarini et al., “Mobilizing the Digital Opinion Movement #OraSudiSumbangIKN on Twitter”, Jurnal Komunikasi, vol.15, no. 1, 2023, hlm 22.

*Network Analysis* (SNA) dan analisis wacana *Van Dijk*. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara, observasi non-partisipan dan dokumentasi dalam pengumpulan datanya.

**Kelima**, jurnal penelitian yang dilakukan oleh Inda Rizky Putri dengan judul “Aktivisme Digital dan Pemanfaatan Media Baru Sebagai Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat Atas Isu Lingkungan” yang terbit pada 2022.<sup>26</sup> Penelitian ini membahas terkait peran komunitas Saling.id dalam aktivisme digital dengan fokus pada isu lingkungan di Indonesia. Komunitas Saling.id berhasil memanfaatkan berbagai *platform* media sosial, seperti Youtube, Instagram, dan Tiktok untuk melakukan aktivisme digital terkait permasalahan lingkungan hidup. Komunitas tersebut mengkolaborasikan aksi *online* dan juga *offline* dengan menggunakan hastag #kitaduluaja untuk meningkatkan partisipasi publik.

Penelitian yang dilakukan oleh Inda Rizky memiliki kesamaan dengan peneliti, yaitu terkait pemanfaatan media digital untuk memobilisasi kesadaran masyarakat, namun dengan fokus yang berbeda. Penelitian ini berfokus pada isu lingkungan, sedangkan penelitian peneliti berfokus pada isu Israel-Palestina. Keduanya menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitiannya, serta pengumpulan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

**Keenam**, jurnal penelitian karya Yuni Mogot et al yang berjudul “Gerakan Sosial Virtual Menyikapi Tragedi Kanjuruhan” yang disusun pada tahun 2022.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Inda Rizky Putri dan Ellya Pratiwi, “Aktivisme Digital Dan Pemanfaatan Media Baru Sebagai Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat Atas Isu Lingkungan”, *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, vol.8, no. 2, 2022, hlm. 231.

<sup>27</sup> Yuni Mogot et al., “Gerakan Sosial Virtual Menyikapi Tragedi Kanjuruhan”, *Dewantara: Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, vol.1, no. 4, 2022, hlm. 89.

Penelitian ini membahas gerakan sosial virtual setelah tragedi Kanjuruhan pada 1 Oktober 2022 silam yang memakan 129 orang korban dalam pertandingan sepak bola di Indonesia. Situasi ini memicu terjadinya peningkatan aktivisme *online* yang mendorong pemerintah untuk melakukan penyelidikan dan meminta pertanggungjawaban kepada orang yang seharusnya bertanggung jawab atas tindakan mereka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gerakan sosial virtual yang memanfaatkan media sosial ini berhasil mendesak pemerintah untuk melakukan penyelidikan dan menindak lanjuti panitia dan semua pihak yang bertanggung jawab dalam pertandingan pada saat itu.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuni dkk dan yang dilakukan peneliti memiliki kesamaan, yaitu terkait pemanfaatan media digital untuk memobilisasi gerakan sosial, namun dengan konteks yang berbeda. Penelitian Yuni dkk berfokus pada tragedi yang terjadi dalam pertandingan sepak bola, sedangkan penelitian peneliti berfokus pada isu Israel-Palestina. Pendekatan yang digunakan pada keduanya menggunakan kualitatif, tetapi teknik pengumpulan data yang digunakan berbeda. Penelitian Yuni dkk menggunakan analisis media, sedangkan peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi non-partisipan, dan dokumentasi.

**Ketujuh**, jurnal penelitian karya Ayu Kartika dengan judul “Gerakan Sosial Digital “Warga Bantu Warga” Sebagai Respons Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi” yang disusun pada 2021.<sup>28</sup> Gerakan “Warga Bantu Warga” merupakan gerakan saling membantu satu sama lain karena sedang menghadapi

---

<sup>28</sup> Ayu Kartika, “Gerakan Sosial Digital “Warga Bantu Warga” Sebagai Respon Masyarakat Indonesia Dalam Menghadapi Pandemi”, Brawijaya Journal of Social Science, vol.1, no. 1, 2021, hlm. 14.

tantangan akibat pandemi. Penelitian ini menunjukkan bahwa gerakan sosial digital “Warga Bantu Warga” ini adalah bentuk resiliensi dan keberdayaan masyarakat Indonesia dalam menghadapi pandemi Covid-19. Gerakan ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak perlu menunggu dan bergantung pada pemerintah dalam menghadapi pandemi. Bantuan yang diberikan sangat beragam, mulai dari bantuan pangan, obat-obatan, bantuan untuk UMKM, pendampingan psikologis, dan informasi medis seperti ketersediaan ambulans, rumah sakit, dan donor konvasalen. Media digital tidak hanya untuk berkomunikasi dan memberikan informasi saja, namun juga bisa menjadi penggerak perubahan dalam membantu sesama, salah satu contohnya adalah gerakan “Warga Bantu Warga”. Gerakan “Warga Bantu Warga” merupakan bentuk resiliensi masyarakat Indonesia dalam menghadapi pandemi Covid-19.

Penelitian yang dilakukan Ayu Kartika dengan yang dilakukan peneliti memiliki kesamaan dalam membahas media digital untuk memobilisasi kesadaran masyarakat, namun dengan konteks isu yang berbeda. Penelitian Ayu Kartika berfokus pada bantuan sosial dan ekonomi masyarakat Indonesia selama pandemi, sedangkan penelitian peneliti berfokus pada Isu Israel-Palestina. Pendekatan yang digunakan pada keduanya menggunakan kualitatif, tetapi teknik pengumpulan data yang digunakan berbeda. Penelitian Ayu Kartika menggunakan analisis framing, sedangkan peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi non-partisipan, dan dokumentasi.

**Kedelapan**, jurnal penelitian karya Sofia Hasna dengan judul “Tindakan Kolektif Masyarakat Jaringan di Indonesia: Aktivisme Sosial Media Pada Aksi

#GejayanMemanggil” yang disusun pada 2022.<sup>29</sup> Adanya pembahasan mengenai rencana pemerintah untuk mengesahkan RUU KUHP dan RUU KPK, serta rencana pembentukan Dewan Pengawas KPK, membuat negara ini menjadi tidak demokratis dan melemahkan KPK sebagai lembaga independen yang bertanggung jawab dalam mengusut tindak pidana korupsi di Indonesia, sehingga terjadilah aksi massa di Gejayan pada tanggal 23 September 2019. Aliansi Rakyat Bergerak sebagai mobilisator menggunakan media sosial untuk turun ke jalan dengan menggunakan hastag #GejayanMemanggil yang saat itu menjadi trending topik. Kelompok-kelompok yang terlibat dalam aksi ini terdiri dari individu-individu yang saling bertemu dan berinteraksi melalui media sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa aksi kolektif masyarakat jaringan di Indonesia ini, seperti yang terwujud dalam gerakan #GejayanMemanggil, sejalan dengan tingginya penggunaan media sosial yang mencapai 73,8% populasi. Tingginya penggunaan media sosial membuat mahasiswa dan masyarakat untuk cepat termobilisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Sofia Hasna dengan yang dilakukan peneliti memiliki kesamaan, yaitu mengkaji bagaimana gerakan sosial memanfaatkan media digital dalam melakukan mobilisasi dan membangun kesadaran masyarakat, namun dengan konteks isu yang berbeda. Penelitian yang dilakukan Sofia Hasna berfokus pada gerakan #GejayanMemanggil dalam isu penolakan rancangan undang-undang, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berfokus pada isu Israel-Palestina. Kedua penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, tetapi

---

<sup>29</sup> Sofia Hasna dan D I Komunikasi, “Tindakan Kolektif Masyarakat Jaringan Di Indonesia: Aktivisme Sosial Media Pada Aksi# Gejayanmemanggil,” *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol.11, no. 1, 2022, hlm. 25.

dengan teknik pengumpulan data yang berbeda. Penelitian ini menggunakan studi pustaka untuk mendapatkan data penelitian, sedangkan peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi non-partisipan, dan dokumentasi dalam pengumpulan datanya

Beberapa kajian literatur di atas secara garis besar memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan fokus pada gerakan sosial atau kampanye melalui pemanfaatan media digital. Meskipun begitu, konteks isu dan studi kasus yang dibahas memiliki perbedaan dengan yang akan dilakukan peneliti. Namun, ada satu penelitian yang hampir secara keseluruhan memiliki kesamaan dengan penelitian peneliti yang juga membahas Gerakan Boikot Divestasi Sanksi (BDS) Indonesia. Penelitian terdahulu pada penelitiannya menggunakan analisis konten dan etnografi virtual dalam mengumpulkan data. Sementara itu, penelitian peneliti akan melibatkan wawancara langsung dengan aktivis dan masyarakat yang aktif dalam gerakan tersebut, sehingga akan memberikan perspektif yang lebih mendalam tentang dampak kampanye digital yang dilakukan BDS Indonesia. Peneliti akan menganalisis dampak dari kampanye digital BDS Indonesia terhadap kesadaran dan keterlibatan masyarakat yang tidak dibahas secara eksplisit pada penelitian sebelumnya. Kesenjangan ini menjadi potensi keterbatasan yang penting untuk diteliti pada penelitian selanjutnya agar dapat mengisi gap tersebut.

## F. Kerangka Teori

### 1. Gerakan Sosial Digital (*Digital Social Movements*)

Gerakan sosial menurut Macionis dalam Sukmana (2016) adalah sebuah aktivitas yang terorganisir yang bertujuan untuk menciptakan atau menghambat perubahan sosial. Pada definisi tersebut, dapat digaris bawahi bahwa karakteristik utama dari gerakan sosial, yaitu adanya aktivitas/kegiatan yang diorganisir dan tujuan yang berkaitan dengan suatu perubahan sosial.<sup>30</sup>

Sujadmiko dalam Carolinna (2022) melengkapi dengan berpendapat bahwa gerakan sosial adalah bentuk aksi kolektif yang berfokus pada konflik atau tantangan terhadap pihak sosial atau politik tertentu.<sup>31</sup> Biasanya aksi ini dilakukan oleh individu atau kelompok dari berbagai latar belakang lembaga yang terikat oleh rasa solidaritas dan identitas kolektif yang kuat.<sup>32</sup> Gerakan sosial muncul berawal dari inisiatif masyarakat untuk mendesak adanya perubahan institusi, kebijakan, ataupun struktur pemerintah yang bertentangan dengan kehendak masyarakat.<sup>33</sup>

Menurut Singh dalam Sukmana (2016) secara teoritis gerakan sosial diklasifikasikan ke dalam tiga klasifikasi, yaitu: (1) Klasik, (2) Neo-Klasik, (3) Gerakan Sosial Baru (Kontemporer). Gerakan sosial digital merupakan bagian dari gerakan sosial baru (kontemporer).<sup>34</sup>

---

<sup>30</sup> Oman Sukmana, *Konsep Dan Teori Gerakan Sosial* (Malang: Intrans Publishing, 2016), hlm. 14.

<sup>31</sup> Renada Elinna Carolinna, Najamuddin Khairur Rijal, dan Muhammad Fadzryl Adzmy, “*Thai Protest 2020: Gagalnya Sebuah Upaya Gerakan Sosial Melawan Dominasi Militer*”, *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, vol.7, no. 2, 2022, hlm. 156.

<sup>32</sup> Semiarto Aji Purwanto Ahmad Ismail, *Gerakan Sosial Di Dunia Digital* (Makassar: Yayasan Antropos Indonesia, 2023), hlm. 96.

<sup>33</sup> *Ibid.*, hlm. 16.

<sup>34</sup> Sukmana, *Konsep Dan Teori Gerakan Sosial*, hlm. 18.

Gerakan sosial baru atau yang disebut juga *new social movements* muncul sekitar tahun 1960-an sampai 1970-an khususnya di kalangan masyarakat Eropa dan Amerika. Berbeda dengan gerakan sosial lama (klasik dan neo-klasik) yang berfokus pada isu-isu seperti anti-kapitalisme, revolusi kelas, dan perjuangan kelas, gerakan sosial baru lebih mengarah pada nilai-nilai humanis, kultural dan non-materialistik.<sup>35</sup> Gerakan sosial baru bersifat plural, yang bergerak diberbagai isu seperti anti-rasialisme, anti-nukliarisme, pelucutan senjata, feminis, lingkungan, regionalisme dan etnisitas, kebebasan sipil, dan isu-isu kebebasan personal dan perdamaian. Gerakan ini bertujuan untuk melindungi kondisi kemanusiaan dan menciptakan masa depan yang lebih baik.<sup>36</sup>

Perkembangan gerakan sosial telah mengalami transformasi yang signifikan seiring dengan kemajuan teknologi, terutama dalam konteks digitalisasi. Gerakan sosial tidak serta merta tentang kekerasan fisik, turun ke jalan, protes di depan instansi, sudah banyak gerakan sosial yang memanfaatkan *platform* media digital.<sup>37</sup> Sejak awal abad ke-21, pada saat perkembangan digitalisasi yang semakin pesat, gerakan sosial tradisional yang biasanya dilakukan melalui aksi fisik dan demonstrasi mulai beradaptasi dengan penggunaan media digital untuk memperluas jangkauan dan dampaknya. Gerakan sosial digital sosial dapat diartikan sebagai mobilisasi massa *online* untuk menanggapi sebuah keresahan sosial.

Menurut Ema & Luluatu (2023) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa penggunaan media digital dalam gerakan sosial terbukti efektif dalam

---

<sup>35</sup> *Ibid.*, hlm. 19.

<sup>36</sup> *Ibid.*

<sup>37</sup> Afifah Zulfika dan Yunus Sutejo, "Fenomena Gerakan Sosial Digital Mahasiswa Untirta Dengan Hastag# UntirtaKokPelit Di Twitter", *ijd-demos*, vol.3, no. 3, 2021, hlm. 204.

menggalang dukungan dan menyebarkan informasi, karena memungkinkan mobilisasi dukungan dalam waktu singkat dibandingkan dengan metode tradisional.<sup>38</sup> Melalui media digital, individu dapat saling terhubung tanpa batasan geografis, yang membuat pertukaran ide dan informasi dapat dijangkau lebih luas dan cepat.<sup>39</sup> Selain itu, media digital juga memberikan peluang besar untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, yang dapat membangun ikatan solidaritas secara global yang mendukung gerakan sosial.<sup>40</sup>

Media digital selain menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan informasi, juga berperan penting dalam mendukung advokasi, yang merupakan salah satu strategi utama dalam gerakan sosial. Menurut Cox & Pezzulo dalam Jade dan Robyn (2022) advokasi merupakan aktivitas inti dari semua gerakan sosial, seperti tindakan membujuk atau berargumen untuk mendukung suatu tujuan, kebijakan, ide atau pun serangkaian nilai tertentu.<sup>41</sup> Dalam gerakan sosial, advokasi berfokus pada upaya untuk mempengaruhi pembuat kebijakan atau opini publik untuk mendukung suatu perubahan tertentu. Misalnya, dalam kampanye gerakan BDS, advokasi dilakukan dengan mendesak institusi-institusi besar untuk melakukan divestasi atau menghentikan kerja sama dengan Israel atau yang berkaitan dengan pelanggaran hak asasi manusia yang dilakukan di Palestina.

---

<sup>38</sup> Ema Ema dan Luluatu Nayiroh, “Komunikasi Media Sosial Sebagai Alat Mobilisasi Gerakan Sosial Di Indonesia”, Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi, vol.9, no. 1 (2024), hlm. 221.

<sup>39</sup> Loso Judijanto dan Syafril Barus, “Transformasi Sosial Di Era Digital Dalam Perspektif Al-Quran: Kajian Literatur Tentang Moral Dan Etika Interaksi Sosial”, MUSHAF JOURNAL: Jurnal Ilmu Al Quran dan Hadis, vol.4, no. 3, 2024, hlm. 574.

<sup>40</sup> Dies L Tobing et al., “Dampak Globalisasi Dan Digitalisasi Terhadap Partisipasi Kewarganegaraan Di Era Modern”, Mimbar Administrasi Fisip UNTAG Semarang, vol.21, no. 1, 2024, hlm. 381.

<sup>41</sup> Jade Johnston and Robyn Gulliver, *Public Interest Communication* (University of Queensland Library, 2022).

Dalam advokasi media, kampanye dapat dijalankan melalui tiga jenis media, yaitu media berbayar, media yang diperoleh (*earned media*), dan media milik sendiri (*owned media*). Media berbayar mencakup iklan atau konten yang dibeli untuk menjangkau audiens tertentu, seperti iklan di media cetak atau papan reklame, dan juga sponsor di media sosial. Sementara media yang diperoleh itu merupakan liputan dari pihak ketiga, seperti jurnalis atau media arus utama, yang memberikan validasi kredibel terhadap pesan kampanye. Adapun media milik sendiri adalah kanal yang dikendalikan langsung oleh organisasi sosial, misalnya website resmi, buletin digital, atau akun media sosial resmi.<sup>42</sup>

Media sosial sendiri telah berkembang menjadi ruang komunikasi interaktif yang luas dan strategis dalam dunia advokasi digital. Media sosial memungkinkan pertukaran konten secara *real-time*, membentuk komunitas digital, dan menciptakan efek jaringan (*network effect*) yang memperkuat daya jangkauan kampanye.<sup>43</sup> Dalam konteks advokasi, media sosial memfasilitasi komunikasi dua arah, antara organisasi advokasi dengan publik, maupun antara publik dengan pihak yang ditargetkan dalam kampanye.<sup>44</sup> Media sosial biasanya dipilih karena efisiensinya dalam menjangkau kelompok sasaran dengan pendekatan visual, interaktif, dan cepat.

Dalam mengembangkan kampanye yang efektif, terdapat beberapa langkah strategis yang perlu diperhatikan. Berikut penjabarannya.

---

<sup>42</sup> Internasional Federation of Red Cross and Red Crescent Societies, “*Elements of a Media Advocacy Campaign*,” in *Road Safety Advocacy Toolkit* (Switzerland: Global Road Safety Partnership, 2023), hlm., 5.

<sup>43</sup> Yifat Vanunu, “*How To Build an Effective Social Media Marketing Campaign*” (Luiss University, 2023), hlm., 6.

<sup>44</sup> *Ibid.*, hlm. 54.

Pertama, penetapan tujuan kampanye. Hal ini merupakan dasar dalam menentukan arah pesan, sasaran perubahan, dan indikator keberhasilan. Dalam menentukan tujuan harus jelas, apakah kampanye ditujukan untuk mempengaruhi kebijakan, membangun opini publik, atau mendorong aksi komunitas.<sup>45</sup>

Kedua, identifikasi target dan audiens. Kedua hal tersebut secara konsep berbeda, namun saling melengkapi. Target merupakan pihak yang memiliki kekuasaan langsung terhadap perubahan, seperti perusahaan, pejabat, atau institusi. Sedangkan audiens merupakan kelompok masyarakat yang menjadi penerima pesan kampanye dan dapat memberikan tekanan sosial terhadap target.<sup>46</sup> Jika dalam konteks Gerakan BDS, perusahaan yang terlibat dengan Israel dijadikan target, sementara konsumen/masyarakat menjadi audiens utama yang bisa dimobilisasi untuk melakukan aksi boikot.

Ketiga, pemilihan kanal/*platform*. Dalam memilih *platform* yang digunakan harus didasari dari target dan audiens yang akan terlibat dalam kampanye.<sup>47</sup> Saluran media sosial yang paling populer seperti Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, dan Youtube. Namun, karena hal itu juga dipengaruhi oleh pemilihan target dan audiens, *platform* lain yang bisa digunakan seperti TikTok, Pinterest, dan Snapchat yang mungkin juga relevan.<sup>48</sup> Setiap *platform* pasti memiliki kekuatan dan kemampuan yang berbeda dalam menjangkau dan berinteraksi dengan audiens.

---

<sup>45</sup> *Ibid.*, hlm 55.

<sup>46</sup> Internasional Federation of Red Cross and Red Crescent Societies, “*Elements of a Media Advocacy Campaign*,” in *Road Safety Advocacy Toolkit* (Switzerland: Global Road Safety Partnership, 2023), hlm., 11.

<sup>47</sup> *Ibid.*, hlm. 14.

<sup>48</sup> Yifat Vanunu, “*How To Build an Effective Social Media Marketing Campaign*” (Luiss University, 2023), hlm., 59.

Misalnya, Twitter, yang dianggap lebih efektif untuk kampanye yang menekankan pada kecepatan informasi dan percakapan secara *real-time*. Karakteristik *platform* ini memungkinkan organisasi untuk membagikan pembaruan singkat, merespons publik secara langsung, serta memanfaatkan fitur tagar atau *base* untuk bergabung dalam diskusi yang sedang tren. Atau Instagram yang dianggap unggul dalam membangun identitas visual yang dapat menarik perhatian dari generasi muda. Instagram menjadi *platform* yang kuat untuk menampilkan konten visual, seperti foto, video pendek, atau kampanye dengan elemen yang kreatif, karena *platform* ini menekankan pada estetika. Tidak jauh beda dengan Twitter, fitur-fitur pada Instagram seperti tagar dan populer juga dapat membantu meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens. Maka dari itu, penting untuk memilih *platform* yang sesuai dengan strategi konten dan tujuan kampanye.<sup>49</sup>

Keempat, rencana strategis. Langkah strategis ini adalah merencanakan pendekatan komunikasi dan penyusunan konten kampanye. Menurut Yifat Vanunu dalam penelitiannya, penting sekali untuk menyelaraskan gaya komunikasi dengan identitas gerakan atau organisasi, termasuk dalam hal nada suara (*tone of voice*), gaya visual, dan jenis pesan yang akan dikomunikasikan, apakah informatif, persuasif, naratif atau emotif.<sup>50</sup> Konten yang dirancang juga harus mencerminkan nilai-nilai perjuangan dan tujuan advokasi, sekaligus juga menyesuaikan dengan karakter *platform* yang digunakan.

---

<sup>49</sup> Ibid., 59.

<sup>50</sup> Ibid., hlm. 61.

Kelima, menentukan metrik kinerja kampanye (*key performance indicators/KPI*) yang akan digunakan sebagai dasar dari evaluasi efektivitas strategi. Metrik ini dapat mencakup jumlah tayangan (*impressions*), keterlibatan (*engagement rate*), klik-tayang (CTR), jumlah pengikut baru, hingga konversi dari petisi atau partisipasi dalam aksi. Penentuan metrik ini tidak hanya penting untuk pengukuran hasil akhir, tetapi juga berfungsi sebagai alat pemantau untuk menyusun respons atau penyesuaian selama kampanye berlangsung.<sup>51</sup>

Keenam, penyusunan kalender konten (*content calendar*) untuk menjaga konsistensi dan efektivitas dalam distribusi konten. Kalender ini mencakup jadwal unggahan, tema atau topik harian, jenis konten (grafis, video, *caption*), serta momentum kampanye tertentu yang relevan secara sosial atau politis.<sup>52</sup>

Ketujuh, *engagement* dan monitoring yang aktif. Di mana organisasi secara konsisten menjawab komentar, menanggapi kritik, dan membangun relasi dengan audiens secara *real-time*. Interaksi ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan, tetapi juga memperkuat kepercayaan publik terhadap kredibilitas kampanye.<sup>53</sup>

Kedelapan, analisis hasil kampanye, dimana semua data dari metrik yang dipilih dianalisis secara menyeluruh. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui apa yang berhasil, bagian mana yang perlu ditingkatkan, serta memberikan dasar perencanaan kampanye lanjutan.<sup>54</sup>

Dalam gerakan sosial digital, advokasi tidak hanya terbatas pada intervensi langsung terhadap kebijakan, tetapi juga mencakup penyebaran informasi dan

---

<sup>51</sup> *Ibid.*, hlm. 65.

<sup>52</sup> *Ibid.*, hlm. 69.

<sup>53</sup> *Ibid.*, hlm. 72.

<sup>54</sup> *Ibid.*, 74.

mobilisasi massa. Salah satu gerakan yang mengandalkan kekuatan advokasi digital adalah Gerakan BDS, yang bertujuan untuk mendelegitimasi Israel, menekan Israel agar mematuhi hukum internasional dan mendukung hak asasi manusia warga Palestina.<sup>55</sup> Dalam mencapai tujuannya, gerakan tersebut mengimplementasikan beberapa teknik advokasi, diantaranya:

a. Kampanye Digital

Kampanye merupakan salah satu teknik advokasi yang paling efektif untuk mendukung tujuan gerakan sosial.<sup>56</sup> Kampanye dapat digunakan sebagai alat untuk menyebarkan informasi, membangun kesadaran masyarakat, dan memobilisasi dukungan dari masyarakat dengan memanfaatkan media digital.<sup>57</sup>

Kampanye yang dilakukan BDS, khususnya BDS Indonesia digunakan untuk mendorong aksi nyata masyarakat, salah satunya aksi boikot terhadap produk atau layanan dari perusahaan yang memiliki keterlibatan dengan Israel. Tekanan ekonomi yang timbul seperti penurunan pendapatan dari adanya aksi boikot, seringkali akan mendorong perusahaan untuk menarik investasinya atau bahkan memutuskan kerja sama dengan Israel guna menghindari kerugian dan menjaga citra mereka di mata konsumen.

---

<sup>55</sup> BDS, "What Is BDS?," *BDS MOVEMENT*, <https://bdsmovement.net/what-is-bds>, diakses 29 Desember 2024.

<sup>56</sup> Puti Parameswari, "Gerakan Transnasional Dan Kebijakan: Strategi Advokasi Greenpeace Detox Campaign on Fashion Di Tiongkok", *Dauliyah: Journal of Islam and International Affairs*, vol.1, no. 2, 2016, hlm. 212.

<sup>57</sup> Icca Bela Syahputri dan Katimin Katimin, "Pengaruh Aktivis Mahasiswa Dalam Perubahan Sosial Politik Di Era Digital 5.0", *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, vol.7, no. 4, 2024, hlm. 30.

## b. Petisi

Petisi adalah salah satu cara untuk mendukung melalui pernyataan tertulis untuk memberikan desakan kepada pemerintah atau pembuat kebijakan terkait isu yang diperjuangkan. Jika petisi sebelumnya ditandatangani secara manual, saat ini puluhan ribu orang dapat menandatanganinya dalam waktu singkat.<sup>58</sup> Selain itu, informasi terkait petisi tersebut juga dapat disebarluaskan melalui email dan jejaring sosial, dengan disebut sebagai petisi online.

## c. Seminar/Webinar

Seminar atau webinar merupakan pertemuan formal yang diikuti oleh banyak orang dengan melibatkan pembicara ahli atau praktisi untuk membahas suatu isu atau topik kajian.<sup>59</sup> Perbedaan antara keduanya hanya pada pelaksanaannya saja, seminar dilaksanakan secara langsung tatap muka, sedangkan webinar dilakukan secara online. Namun, keduanya memiliki fungsi dan tujuan yang sama yaitu dapat digunakan untuk mengedukasi masyarakat secara mendalam melalui penyampaian materi edukatif oleh narasumber yang berkompeten, memperkuat dukungan, dan memfasilitasi diskusi.

Teknik-teknik advokasi tersebut, tidak hanya menjadi sarana untuk menyuarakan dan memperjuangkan sebuah isu saja, namun juga menjadi alat untuk membangun kesadaran dan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan. Seperti pada teknik seminar atau webinar, kegiatan ini tidak hanya untuk

---

<sup>58</sup> Andreas Ryan Sanjaya, "Petisi Indonesia Untuk Dunia: Potret Globalisasi Gerakan Sosial Digital", *Jurnal Komunikasi*, vol.10, no. 01, 2018, hlm. 21.

<sup>59</sup> Nanang Durahman, Zeni Muhammad Noer, dan Akik Hidayat, "Aplikasi Seminar Online (Webinar) Untuk Pembinaan Wirausaha Baru", *Jurnal manajemen informatika (JUMIKA)*, vol.6, no. 2, 2019, hlm. 111.

mengedukasi, tetapi juga berfungsi sebagai strategi mobilisasi massa. BDS Indonesia dalam kegiatan webinarnya akan mengedukasi dan memberikan informasi mengenai isu Israel-Palestina, salah satunya pernah mengenai “Urgensi Pemberhentian Israel Dari Keanggotaan PBB”. Dengan menyajikan data dan narasi yang relevan, serta menghadirkan pembicara yang berkompeten, seperti aktivis dan akademisi, hal tersebut dapat menggugah emosi dan meningkatkan kesadaran audiens, sehingga akan terdorong untuk mengambil sebuah tindakan, salah satunya menandatangani petisi.

## **2. Mobilisasi Sumber Daya (*Resource Mobilization*)**

Dalam studi gerakan sosial, salah satu teori yang digunakan adalah teori mobilisasi sumber daya yang pertama kali dikenalkan oleh Anthony Oberschall.<sup>60</sup> Keberadaan teori ini mengkritik *Mass Society Theory* yang dikembangkan oleh Kornhauser, yang menyatakan bahwa gerakan sosial lahir dari keterasingan individu (*individual alienation*).<sup>61</sup> Menurut Oberschall dalam Sukmana (2016), teori tersebut tidak mampu menjelaskan apa yang sebenarnya terjadi dalam gerakan anti demokrasi, seperti Gerakan Nazi (*Nazism*) di Jerman.<sup>62</sup>

Teori mobilisasi sumber daya berfokus pada proses-proses sosial yang memungkinkan muncul dan berhasilnya suatu gerakan.<sup>63</sup> Menurut teori ini, gerakan sosial bukan sekedar hasil dari ketidakpuasan atau dorongan emosional semata, tetapi melihat bagaimana kemampuan gerakan tersebut untuk mengumpulkan,

---

<sup>60</sup> Sukmana, *Konsep Dan Teori Gerakan Sosial*, hlm. 171.

<sup>61</sup> *Ibid.*, hlm. 172.

<sup>62</sup> *Ibid.*

<sup>63</sup> *Ibid.*

mengelola dan menggunakan sumber daya yang tersedia dengan sebaik-baiknya untuk mencapai tujuan.<sup>64</sup> Aksi kolektif yang efektif tidak terjadi begitu saja, melainkan merupakan hasil dari perencanaan, koordinasi, dan strategi yang matang, yang mana hal tersebut dipengaruhi oleh faktor organisasi dan kepemimpinan. Istilah mobilisasi sendiri menurut Oberschall dalam Sukmana (2013) mengacu pada proses pembentukan individu, kelompok, asosiasi, dan organisasi dibentuk untuk mencapai tujuan bersama.<sup>65</sup>

Organisasi berperan menjaga konsistensi visi, mengatur distribusi peran, dan merumuskan strategi jangka panjang. Tak hanya itu, organisasi juga berperan untuk menarik dan menjaga keanggotaan. Menurut Oberschall dalam Sukmana (2013), semakin banyak orang yang bergabung dalam suatu organisasi dan semakin terorganisir kelompok tersebut, semakin besar juga peluang gerakan sosial tersebut berhasil.<sup>66</sup> Kelompok yang sudah terorganisasi dengan baik dan memiliki jaringan komunikasi yang kuat juga akan memudahkan penyebaran informasi dan merencanakan aksi. Selain organisasi, kepemimpinan menurut Morris dan Staggenborg dalam Sukmana (2013) juga merupakan aspek penting dalam gerakan sosial, karena mereka harus bertanggung jawab untuk mendorong komitmen, memobilisasi sumber daya, memahami dan menciptakan peluang, menyusun strategi, dan lain-lain.<sup>67</sup> Pemimpin gerakan sosial sendiri didefinisikan sebagai

---

<sup>64</sup>Oman Sukmana, “Konvergensi Antara Resource Mobilizationtheory Dan Identityoriented Theorydalam Studi Gerakan Sosial Baru”, Jurnal Sosiologi Reflektif, vol.8, no. 1, 2013, hlm. 42.

<sup>65</sup> Ibid.

<sup>66</sup> Sukmana, “Konvergensi Antara Resource Mobilizationtheory Dan Identityoriented Theorydalam Studi Gerakan Sosial Baru”, hlm. 45.

<sup>67</sup> Ibid., hlm. 46.

pembuat keputusan strategis yang mendorong dan mengorganisasi orang lain untuk berpartisipasi dalam gerakan sosial.<sup>68</sup>

Teori mobilisasi sumber daya menekankan pada pentingnya faktor-faktor struktural, seperti tersedianya sumber daya untuk kolektivitas dan posisi individu dalam jaringan sosial, serta menekankan rasionalitas tentang partisipasi dalam suatu gerakan sosial.<sup>69</sup> Keputusan seseorang untuk berpartisipasi dalam sebuah gerakan sosial tidak didasarkan pada sifat atau kecenderungan psikologis, namun sebaliknya, yaitu melalui proses pengambilan keputusan rasional yang mempertimbangkan keuntungan dan kerugian yang mungkin mereka dapatkan jika terlibat dalam gerakan tersebut.<sup>70</sup>

Menurut Canel dalam Sukmana (2016) fokus analisis dari teori mobilisasi ada pada seperangkat proses kontekstual (keputusan mengenai pengelolaan sumber daya, dinamika organisasi, dan perubahan politik) yang memungkinkan gerakan sosial untuk mengoptimalkan potensi-potensi struktural yang dimiliki untuk mencapai tujuannya. Pendekatan ini menganalisis bagaimana para aktor gerakan sosial mengembangkan strategi dan berinteraksi dengan lingkungannya untuk memperjuangkan kepentingan-kepentingan mereka.<sup>71</sup>

Tak jauh berbeda dengan Canel, Pichardo dalam Sukmana (2016) juga memiliki pendapat mengenai model analisis dalam pendekatan teori mobilisasi sumber daya, yaitu:

---

<sup>68</sup> *Ibid.*

<sup>69</sup> Sukmana, *Konsep Dan Teori Gerakan Sosial*, hlm. 172.

<sup>70</sup> *Ibid.*

<sup>71</sup> *Ibid.*, hlm.174.

Pertama, *The Political-interactive model (The Political process models)* yang dikembangkan oleh Oberschall, Tilly, Gamson, dan McAdam. Pendekatan ini menekankan bahwa keberhasilan sebuah gerakan sosial bergantung pada perubahan struktur yang memungkinkan kelompok untuk bertindak secara kolektif, adanya jaringan kerja sama, dan hubungan yang sudah terbentuk dengan kelompok-kelompok tertindas. Selain itu, keberhasilan gerakan sosial juga bergantung pada hubungan antara gerakan sosial dan sistem politik. Jika negara tersebut kuat dan represif akan menghalangi gerakan sosial untuk mencapai tujuannya, begitu juga sebaliknya.<sup>72</sup>

Kedua, *The Organization-entrepreneurial model (The Professional organizer models)* yang dikembangkan oleh McCarthy dan Zald. Pendekatan ini menekankan bahwa keberhasilan gerakan sosial sangat dipengaruhi oleh dinamika organisasi, kepemimpinan, dan pengelolaan sumber daya. Pendekatan ini menggunakan prinsip-prinsip teori pengembangan organisasi untuk menganalisis sebuah gerakan sosial dan memandang bahwa organisasi formal merupakan *carriers of social movements* atau penggerak utama gerakan sosial.<sup>73</sup>

Sebagaimana yang sudah disebutkan sebelumnya, teori mobilisasi sumber daya menilai bahwa gerakan sosial adalah aksi kolektif yang rasional, karena keikutsertaannya ditentukan berdasarkan mekanisme pengambilan keputusan. Setiap individu memiliki kecenderungan, keinginan, atau tujuan tertentu yang ingin mereka capai. Untuk mencapai hal tersebut, mereka akan mempertimbangkan

---

<sup>72</sup> *Ibid.*, hlm. 174.

<sup>73</sup> *Ibid.*, hlm. 175.

terlebih dahulu strategi mana yang paling efektif, serta keuntungan dan kerugian dari keputusan yang akan mereka ambil, karena keputusan mereka dipengaruhi oleh kondisi lingkungan yang terus berubah yang juga dapat mempengaruhi perhitungan keuntungan dan kerugiannya. Maka dari itu, diperlukan sekali untuk mengetahui sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan tersebut secara efektif dan efisien.

Menurut Edwards & McCarthy dalam Luna (2017) ada lima jenis sumber daya yang dibutuhkan oleh gerakan sosial, yaitu:

1. Sumber daya moral (*moral resources*). Sumber daya moral biasanya berasal dari luar gerakan sosial atau organisasi gerakan sosial, seperti dukungan-dukungan simpati, dukungan orang, dan tokoh-tokoh terkenal.
2. Sumber daya kultural (*cultural resources*). Sumber daya kultural dapat dilihat dari bagaimana sebuah gerakan memiliki kemampuan atau pengetahuan khusus yang dapat menjadi nilai penting bagi sebuah gerakan sosial.
3. Sumber daya organisasi-sosial (*social-organizationresources*). Sumber daya organisasi-sosial meliputi jaringan sosial dan organisasi.
4. Sumber daya manusia (*human resources*). Mobilisasi sumberdaya manusia dapat dilihat dari kualitas sumber daya manusia yang keterampilan dan keahlian.
5. Sumber daya material (*material resources*). Sumber daya material merupakan sumber daya yang bersifat modal atau finansial. Sumber daya material merupakan bagian penting, karena dari sumber daya ini eksistensi

dapat berlangsung. Dalam istilah ekonomi, sumber daya material merupakan gabungan antara modal fisik dan finansial, yang terdiri dari berbagai elemen, seperti dana, kepemilikan aset, fasilitas kerja, perlengkapan, dan kebutuhan logistik.<sup>74</sup>

## **G. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah cara untuk mendapatkan data yang dibutuhkan secara terarah dan sistematis, peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

### **1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan suatu peristiwa atau fenomena sosial. Pendekatan ini sejalan dengan definisi penelitian kualitatif, yaitu metode penelitian yang menghasilkan data dari individu dan perilaku yang diamati dalam bentuk tulisan atau lisan.<sup>75</sup>

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian adalah individu, tempat, objek, atau hal, serta data untuk variabel yang dipermasalahkan.<sup>76</sup> Subjek dari penelitian ini berjumlah 6 orang informan, yang terdiri dari 3 orang pengelola Boikot Divestasi Sanksi (BDS) Indonesia, yaitu Syaqui Hafidz, Ahmad Giri Taufik, dan Lisa Listiana, serta 3 orang audiens yang aktif dalam gerakan tersebut, yaitu Annisa Aulia Rasyidah, Danishara

---

<sup>74</sup> Luna Febriani, “Mobilisasi Sumberdaya Dalam Gerakan Literasi: (Studi Pada Gerakan *Vespa Pustaka*)”, *Society*, vol.5, no. 1 (2017), hlm. 64.

<sup>75</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 4.

<sup>76</sup> Suharsami Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), hlm. 116.

Maria Ulfa, dan HZ. Penentuan subjek (audiens) pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara tidak acak.<sup>77</sup> Teknik tersebut digunakan untuk oleh untuk memilih informan dari audiens yang sesuai dengan tujuan peneliti penelitian.

Adapun kriteria informan (audiens) pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Berusia minimal 20 tahun
- b. Aktif mengikuti atau berpartisipasi dalam kegiatan BDS Indonesia
- c. Sudah mengikuti BDS Indonesia minimal selama 1 tahun
- d. Memiliki pemahaman terhadap isu

Objek penelitian kualitatif disebut situasi sosial yang terdiri dari 3 aspek yaitu, pelaku, tempat, dan aktivitas yang berinteraksi secara sinergis.<sup>78</sup> Objek dalam penelitian ini adalah strategi mobilisasi digital yang dilakukan BDS Indonesia untuk membangun kesadaran dan keterlibatan masyarakat terhadap isu Israel-Palestina.

### **3. Instrumen Pengumpulan Data**

#### **a. Wawancara**

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang melibatkan percakapan langsung antara pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan pihak yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban.<sup>79</sup> Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2019) terdapat tiga macam

---

<sup>77</sup> Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm. 106.

<sup>78</sup> Ida Bagoes Mantra, *Filsafat Penelitian & Metode Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), hlm. 165.

<sup>79</sup> Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 186.

wawancara, yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan wawancara tidak terstruktur.<sup>80</sup>

Penelitian ini menggunakan jenis wawancara bebas terpimpin (semi terstruktur), dalam hal ini peneliti menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*) berupa draft pertanyaan, tetapi tidak dengan kalimat yang mengikat yang membatasi topik pembicaraan.

Samiaji (2021) berpendapat bahwa wawancara dapat dilakukan dengan menggunakan telepon ataupun media komunikasi elektronik yang lain, seperti *instant messaging, video conference, teleconference*, dan lain-lain.<sup>81</sup> Pewawancara dan partisipan tidak harus dalam satu lokasi.<sup>82</sup> Perbedaan ruang antara peneliti dan informan membuat peneliti dalam melakukan wawancara memanfaatkan *video conference*, seperti Zoom atau Google Meet, karena adanya perbedaan ruang antara peneliti dan informan.

#### b. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mendapatkan gambaran mengenai interaksi dan aktivitas para pengikut. Menurut Sanafiah Faisal (1990) dalam Sugiyono, observasi diklasifikasikan menjadi tiga jenis, yaitu observasi berpartisipasi (*participant observation*), observasi secara terang-terangan dan

---

<sup>80</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 233.

<sup>81</sup> Samiaji Sarosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Sleman: PT Kanisius, 2021), hlm. 21.

<sup>82</sup> *Ibid.*

tersamar (*overt observation and covert observation*), serta observasi tidak terstruktur (*unstructured observation*).<sup>83</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi non-partisipan dengan mengamati situasi, perilaku, dan interaksi dalam kegiatan yang dilakukan oleh BDS seperti webinar dan diskusi publik. Peneliti juga mengobservasi konten-konten dan komentar di masing-masing konten tersebut. Dengan begitu, peneliti dapat memperoleh pemahaman lebih tentang dinamika kelompok yang mencakup bagaimana para pengikut dan aktivis berkomunikasi, berkolaborasi, dan memobilisasi untuk mencapai tujuan bersama.

#### c. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan pengumpulan data menggunakan dokumen-dokumen yang ada yang mempunyai hubungan dengan tujuan penelitian. Dokumen dapat berupa catatan, buku, teks, jurnal, makalah, memo, surat, notulen rapat, gambar dan sebagainya.<sup>84</sup> Dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi untuk mendapatkan informasi secara tertulis seperti data dan laporan mengenai kegiatan atau program yang berhasil dicapai yang ada pada website BDS Nasional (pusat), serta tangkapan layar dari unggahan di media digital yang berkaitan dengan data yang diperlukan peneliti.

#### **4. Metode Analisa Data**

Analisa data kualitatif adalah proses mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode, dan mengkategorikan data untuk menghasilkan

---

<sup>83</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, hlm. 226.

<sup>84</sup> *Ibid.*, 240.

hasil yang relevan dengan topik atau masalah yang ingin dijawab.<sup>85</sup> Metode analisa data yang digunakan pada penelitian kali ini yaitu model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga komponen, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Aktivitas dalam analisis data, yaitu:

a. Reduksi data

Proses reduksi data melibatkan rangkuman, pemilihan elemen-elemen utama, fokus pada aspek yang penting, serta identifikasi tema dan pola.<sup>86</sup> Data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas, memudahkan proses pengumpulan data selanjutnya.

b. Penyajian data

Setelah data direduksi, selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data dilakukan dengan menampilkan informasi dalam bentuk teks deskriptif, grafik, tabel, transkrip, dan format lain yang mudah dipahami.<sup>87</sup>

c. Penarikan kesimpulan

Langkah berikutnya adalah melakukan menarik kesimpulan dan verifikasi. Peneliti menarik kesimpulan dari hasil penelitian untuk menjawab pertanyaan utama yang telah diajukan yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap.<sup>88</sup>

## 5. Keabsahan Data

Uji keabsahan data atau validitas digunakan untuk menunjukkan seberapa tepat data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan

---

<sup>85</sup> Sirajuddin Saleh, *Analisis Data Kualitatif* (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017), hlm. 69.

<sup>86</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, hlm. 247.

<sup>87</sup> *Ibid.*, 249.

<sup>88</sup> *Ibid.*, hlm. 253.

oleh peneliti.<sup>89</sup> Keabsahan data atau data yang valid terjadi ketika data yang dilaporkan oleh peneliti tidak berbeda dengan data yang sebenarnya yang terjadi di lokasi penelitian.<sup>90</sup>

Dalam kajian ini untuk memastikan keabsahan data yang ada, peneliti menggunakan metode triangulasi untuk menguji keabsahan data. Triangulasi adalah metode yang digunakan untuk memverifikasi keabsahan data dengan membandingkan sumber lain di luar data itu sendiri.<sup>91</sup> Teknik ini membantu memastikan keakuratan dan konsistensi informasi yang diperoleh, dengan membandingkan data dari berbagai sumber atau metode yang berbeda.

Meskipun wawancara merupakan teknik utama dalam memperoleh data, peneliti tidak serta merta menelan secara mentah-mentah data tersebut, melainkan menguji kebenarannya melalui observasi dan dokumentasi. Seperti pada saat pengelola menyatakan bahwa BDS Indonesia mendapatkan dukungan dari beberapa *influencer*, yang mana mereka acap kali turut serta menyuarakan gerakan BDS. Peneliti tidak langsung menganggap data tersebut valid sampai peneliti melihat sendiri bukti tersebut dengan mengamati pergerakan BDS Indonesia serta audiensnya.

Uji keabsahan yang peneliti lakukan tidak hanya mengenai data wawancara yang dibandingkan dengan hasil observasi atau dokumentasi. Peneliti juga meng-*compare* data hasil wawancara dengan wawancara lainnya, atau disebut juga

---

<sup>89</sup> *Ibid.*, hlm. 267.

<sup>90</sup> *Ibid.*

<sup>91</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 330.

triangulasi sumber. Seperti saat pengelola BDS Indonesia menyatakan bahwa kampanye dengan produk jadi yang mereka buat akan sangat memudahkan audiens untuk turut serta dalam aksi. Peneliti berusaha memverifikasi hal tersebut dari sudut pandang audiens. Dengan mengetahui dari dua sudut pandang ini, peneliti dapat melihat sejauh mana klaim yang disampaikan sesuai dengan realita di lapangan.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini akan disusun secara sistematis untuk memberikan gambaran yang jelas dan terstruktur kepada pembaca. Untuk memudahkan pembahasan, peneliti menyusun sistematika pembahasan ke dalam beberapa bab berikut:

**Bab I**, merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kajian teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

**Bab II**, membahas tentang gambaran umum BDS Indonesia yang terdiri dari sejarah, tujuan, visi misi, struktur organisasi, *platform* yang digunakan, karakteristik audiens, dan program dari BDS Indonesia

**Bab III**, membahas mengenai hasil penelitian tentang strategi mobilisasi digital yang dilakukan oleh BDS Indonesia dalam membangun kesadaran dan mendorong keterlibatan masyarakat dalam isu Israel-Palestina, beserta dampak yang diberikan terhadap berbagai aspek, seperti sosial, ekonomi, dan politik.

**Bab IV**, berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta rekomendasi atau saran dari penulis yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi BDS Indonesia untuk mengevaluasi efektivitas kegiatan dan kampanye yang telah dilakukan.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa BDS Indonesia termasuk model analisis *The Organization-entrepreneurial model (The Professional organizer models)* teori mobilisasi sumber daya yang menekankan keberhasilan sebuah gerakan itu faktor dari dinamika organisasi, kepemimpinan, dan pengelolaan sumber daya. Dengan menerapkan kepemimpinan kolektif dalam pengorganisasiannya, bukan terpusat, justru mendorong para pengelola untuk saling berkolaborasi dalam mencapai tujuannya, yaitu menghentikan impunitas dan dukungan internasional terhadap pelanggaran hukum internasional yang dilakukan terhadap bangsa Palestina.

Dalam mencapai tujuan tersebut, sudah pasti diperlukan strategi organisasi yang sistematis dan adaptif. Seperti dalam kampanye digitalnya, pengelola BDS Indonesia saling berkolaborasi dengan melibatkan tim desain grafis untuk *design* konten, *public relation* untuk membuat narasi konten, dan sosial media yang bertanggung jawab untuk menyebarkan kampanye. Hal tersebut sudah pasti dibarengi dengan kemampuan dan pengetahuan. Kampanye digital yang dilakukan pun BDS Indonesia menyesuaikan dengan kebutuhan publik, bukan lagi tentang membangun *awareness*, melainkan informasi mengenai daftar perusahaan yang diboikot, atau menjawab keresahan publik. Strategi ini dilakukan untuk memudahkan masyarakat terlibat dalam aksi yang dikampanyekan. Hal ini dapat dilihat dari keberhasilan BDS Indonesia memobilisasi massa untuk turut serta

dalam aksi boikot dan penandatanganan petisi, yang mana hal tersebut mampu memberikan tekanan ekonomi maupun perubahan kebijakan kepada pihak-pihak yang ditargetkan.

Terlihat dari beberapa perusahaan dan instansi yang pernah menjalin kerja sama dengan Israel, kini memilih melakukan divestasi, bahkan putus kontrak. Perusahaan yang menjadi target boikot BDS juga mengalami penurunan penjualan, seiring dengan masyarakat yang semakin selektif dalam mengkonsumsi sebuah produk. Pergeseran pola konsumsi ini juga secara tidak langsung meningkatkan popularitas produk lokal. Dapat dikatakan bahwa aksi boikot ini tidak hanya solidaritas untuk rakyat Palestina, tetapi juga solidaritas terhadap pelaku usaha UMKM. Selain itu, kampanye digital yang digencarkan oleh BDS Indonesia terbukti berhasil mempengaruhi kebijakan di Indonesia. Bahkan juga berkontribusi dalam mendorong perubahan kebijakan di tingkat internasional, seperti putusan PBB, melalui tekanan bersama dengan beberapa negara lainnya.

## **B. Saran**

Melihat pembahasan pada penelitian ini, tidak diragukan bahwa BDS Indonesia dengan kampanye digital yang digencarkannya berhasil memobilisasi massa secara luas untuk terlibat dalam aksi solidaritas untuk Palestina. Namun, ditemukan juga beberapa hal yang perlu ditingkatkan kembali supaya dapat menjangkau massa yang lebih luas.

1. BDS Indonesia beberapa kali kurang memanfaatkan momentum yang ada untuk memperluas jangkauannya, terutama pada saat perhatian publik meninggi. BDS Indonesia diharapkan untuk bisa lebih aktif lagi dalam membentuk kajian

yang intensif, dan responsif terhadap situasi terkini atau segala gerak laku BDS di negara lain. Oleh karena itu, untuk meningkatkan efektivitas kampanye digital, BDS Indonesia dapat membuat jadwal pengunggahan konten, karena konsistensi dalam menyebarkan informasi dapat membantu mempertahankan keterlibatan masyarakat.

2. BDS Indonesia sebenarnya telah menunjukkan respons terhadap berbagai keresahan dan pertanyaan masyarakat, khususnya melalui *platform* Twitter, yang menjadi kanal utama untuk interaksi dan penanganan isu secara real-time. Namun, aktivitas engagement mereka secara keseluruhan masih tergolong rendah dan belum merata di semua *platform* media sosial yang digunakan. Kondisi ini mengindikasikan perlunya peningkatan upaya dalam melakukan monitoring dan *engagement* yang lebih konsisten dan menyeluruh di berbagai kanal agar komunikasi dua arah dengan publik dapat terjalin dengan lebih efektif. Jika ketidakaktifan BDS Indonesia difaktori oleh kurangnya SDM yang dimiliki. Menanggapi hal tersebut, pihak pengelola bisa mengambil peluang dari audiens untuk menggalang tenaga atau dengan kata lain mengadakan rekrutmen *volunteer*, agar kampanye yang dilakukan bisa lebih aktif dan berdampak.
3. Salah satu audiens juga memandang bahwa BDS Indonesia kurang memanfaatkan datangnya dukungan dari *public figure*. Sebaiknya, BDS Indonesia dapat melanjutkan program kolaborasi dengan *public figure* seperti yang sudah dilakukan beberapa waktu lalu, yaitu diskusi publik bersama

Maxwell Savador. Program tersebut dapat membantu BDS Indonesia untuk memperluas jangkauannya.

4. Berdasarkan temuan dilapangan, diketahui belum adanya data atau laporan secara jelas mengenai dampak gerakan di tingkat nasional. Hal ini sangat penting untuk menilai sejauh mana aksi yang dilakukan memberikan pengaruh nyata, baik terhadap audiens maupun terhadap perubahan yang ingin dicapai. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar BDS Indonesia mulai mengimplementasikan sistem pengukuran dampak gerakan secara nasional. Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah menetapkan metrik kinerja kampanye (KPI), yang akan menyediakan data kuantitatif untuk menilai apakah kampanye yang dijalankan telah mencapai tujuan yang ditetapkan. Metrik ini tidak hanya berfungsi sebagai dasar untuk analisis hasil kampanye, tetapi juga penting untuk evaluasi internal, yang memungkinkan BDS Indonesia untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam strategi mereka. Selain itu, dengan adanya data yang jelas, BDS Indonesia dapat menunjukkan kepada masyarakat bahwa dukungan mereka memiliki dampak yang nyata, yang dapat meningkatkan keterlibatan dan komitmen audiens terhadap gerakan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ismail, Semiarto Aji Purwanto. *Gerakan Sosial Di Dunia Digital*. Makassar: Yayasan Antropos Indonesia, 2023.
- Anbarini, Ratih, S. Kunto Adi Wibowo, Nuryah Asri Sjarifah, and Aceng Abdullah. "Mobilizing the Digital Opinion Movement #OraSudiSumbangIKN on Twitter." *Jurnal Komunikasi* 15, no. 1 (2023): 18–36.
- Arikunto, Suharsami. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- BDS. "Colonialism and Apartheid." *BDS Movement*. Accessed January 2, 2025. <https://bdsmovement.net/colonialism-and-apartheid#>.
- . "Indicators of the BDS Movement's Global Impact: July - December 2024." *BDS Movement*. Last modified 2025. Accessed January 11, 2025. <https://bdsmovement.net/Indicators-BDS-Global-Impact-July-December-2024>.
- . "What Is BDS?" *BDS MOVEMENT*. Accessed November 4, 2024. <https://bdsmovement.net/what-is-bds>.
- Carolinna, Renada Elinna, Najamuddin Khairur Rijal, and Muhammad Fadzryl Adzmy. "Thai Protest 2020: Gagalnya Sebuah Upaya Gerakan Sosial Melawan Dominasi Militer." *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial* 7, no. 2 (2022): 153–166.
- Durahman, Nanang, Zeni Muhammad Noer, and Akik Hidayat. "Aplikasi Seminar Online (Webinar) Untuk Pembinaan Wirausaha Baru." *Jurnal manajemen informatika (JUMIKA)* 6, no. 2 (2019).
- Dwiannisa, Nada. "PENGARUH GERAKAN SOSIAL DIGITAL 'REFORMASI DIKORUPSI' DI TWITTER TERHADAP BUDAYA POLITIK GEN Z DI JAKARTA TIMUR." Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2023.
- Ema, Ema, and Luluatu Nayiroh. "Komunikasi Media Sosial Sebagai Alat

- Mobilisasi Gerakan Sosial Di Indonesia.” *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi* 9, no. 1 (2024): 221–238.
- Febriani, Luna. “Mobilisasi Sumberdaya Dalam Gerakan Literasi:(Studi Pada Gerakan Vespa Pustaka).” *Society* 5, no. 1 (2017): 59–67.
- Hasna, Sofia, and D I Komunikasi. “Tindakan Kolektif Masyarakat Jaringan Di Indonesia: Aktivisme Sosial Media Pada Aksi# Gejayanmemanggil.” *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 1 (2022): 25–34.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Ibrahim, Soha. “Enam Bulan Pertikaian Di Gaza Dalam Angka.” *BBC News Indonesia*. Last modified 2024. Accessed November 4, 2024. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c6p4yj3410vo>.
- Indonesia, BDS. “Manifesto Gerakan Boikot, Divestasi, Dan Sanksi Israel (BDS) Di Indonesia.” *Gerakanbds.Id*. Accessed January 2, 2025. <https://gerakanbds.id/siapa-kami/>.
- Javier, M. Faisal. “Gerakan BDS: Upaya Mendesak Komitmen Perusahaan Terhadap HAM.” *International NGO Forum on Indonesian Development*. Last modified 2023. Accessed November 4, 2024. <https://infid.org/gerakan-bds-upaya-mendesak-komitmen-perusahaan-terhadap-ham/>.
- Johnston, Jade, and Robyn Gulliver. *Public Interest Communication*. University of Queensland Library, 2022.
- Judijanto, Loso, and Syafril Barus. “TRANSFORMASI SOSIAL DI ERA DIGITAL DALAM PERSPEKTIF AL-QURAN: KAJIAN LITERATUR TENTANG MORAL DAN ETIKA INTERAKSI SOSIAL.” *MUSHAF JOURNAL: Jurnal Ilmu Al Quran dan Hadis* 4, no. 3 (2024): 572–581.
- Kartika, Ayu. “Gerakan Sosial Digital Â€ Warga Bantu Wargaâ€ Sebagai Respon Masyarakat Indonesia Dalam Menghadapi Pandemi.” *Brawijaya Journal of Social Science* 1, no. 1 (2021): 14–30.
- Kollewe, Julia. “McDonald’s Posts Biggest Decline in Global Sales in Four Years.” *The Guardian*. Last modified 2024. Accessed March 13, 2025. <https://www.theguardian.com/business/2024/oct/29/mcdonalds-posts-biggest-decline-in-global-sales-in-four-years>.
- Kurniawan, Harso. “Boikot Marak, Makanan Cepat Saji Lokal Diserbu.” *Investor.Id*. Last modified 2024. Accessed March 16, 2025. <https://investor.id/business/383922/boikot-marak-makanan-cepat-saji-lokal-diserbu>.
- Mahisa, Nafila Reydha, Alfian Hidayat, and Ahmad Mubarak Munir. “Analisis Gerakan Sosial Baru: Studi Kasus Gerakan Black Lives Matter Terhadap

- Pemilihan Presiden Amerika Serikat Tahun 2020.” *Indonesian Journal of Global Discourse* 3, no. 2 (2021): 48–63.
- Mantra, Ida Bagoes. *Filsafat Penelitian & Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Mardiana. “PENGARUH PEMBERIAN SANKSI TERHADAP KEDISIPLINAN GURU DI SEKOLAH MENGENGAH KEJURUAN MUHAMMADIYAH 3 TERPADU PEKANBARU.” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2018.
- Mogot, Yuni, Efendi Agus Waluyo, Olih Solihin, and Yasundari Yasundari. “Gerakan Sosial Virtual Menyikapi Tragedi Kanjuruhan.” *Dewantara: Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora* 1, no. 4 (2022): 89–97.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- . *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Nations, United. “As Israel’s Aerial Bombardments Intensify, ‘There Is No Safe Place in Gaza’, Humanitarian Affairs Chief Warns Security Council.” *United Nations*. Last modified 2024. Accessed November 4, 2024. <https://press.un.org/en/2024/sc15564.doc.htm>.
- Parameswari, Puti. “Gerakan Transnasional Dan Kebijakan: Strategi Advokasi Greenpeace Detox Campaign on Fashion Di Tiongkok.” *Dauliyah: Journal of Islam and International Affairs* 1, no. 2 (2016): 209–225.
- Pertahanan, Kementerian. “Menhan Prabowo Lepas Keberangkatan Kapal RS TNI KRI Dr Radjiman-992 Kirim Bantuan Untuk Palestina.” *Kemhan.Go.Id*. Accessed March 3, 2025. <https://www.kemhan.go.id/2024/01/18/menhan-prabowo-lepas-keberangkatan-kapal-rs-tni-kri-dr-radjiman-992-kirim-bantuan-untuk-palestina.html>.
- Primayudha, Randy Febriananta. “Konsep Boikot Dalam Alquran Dan Implementasinya (Studi Tafsir Tematik Konsep Atas Ayat-Ayat Boikot).” *UIN Sunan Ampel Surabaya* (2022).
- Putri, Inda Rizky, and Ellya Pratiwi. “Aktivisme Digital Dan Pemanfaatan Media Baru Sebagai Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat Atas Isu Lingkungan.” *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 8, no. 2 (2022): 231–246.
- Rakhman, Fajar Rizali, Rizky Wulan Ramadhani, and Ahmad Fatoni. “Gerakan Opini Digital# Indonesiaterserah Pada Media Sosial Twitter Di Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Penelitian Komunikasi* 24, no. 1 (2021).
- Ramadani, Mutiara S, Khaerudin Kurniawan, and Ahmad Fuadin. “Menguak Bias Media Dalam Pemberitaan Konflik Israel-Palestina: Sebuah Analisis Konten Kritis.” *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra* 10, no. 1 (2024):

887–905.

- Riyanti, Dini, and Fauzatul Laily Nisa. “Dampak Aksi Boikot Produk Berafiliasi Israel Terhadap Pertumbuhan Produk Lokal Di Era Konflik Israel-Palestina.” *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business* 3, no. 2 (2024): 1–13.
- Saleh, Sirajuddin. *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017.
- Sanjaya, Andreas Ryan. “Petisi Indonesia Untuk Dunia: Potret Globalisasi Gerakan Sosial Digital.” *Jurnal Komunikasi* 10, no. 01 (2018): 17–32.
- Sarosa, Samiaji. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Sleman: PT Kanisius, 2021.
- Societies, Internasional Federation of Red Cross and Red Crescent. “Elements of a Media Advocacy Campaign.” In *Road Safety Advocacy Toolkit*, 20. Switzerland: Global Road Safety Partnership, 2023.
- Sugandi, Rafid, and Riri Anggraini. “Gerakan Sosial: Aksi Bela Palestina Boikot Produk Israel Di Kota Padang 2017-2023.” *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan* 4, no. 2 (2024): 1–17.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sukmana, Oman. *Konsep Dan Teori Gerakan Sosial*. Malang: Intrans Publishing, 2016.
- . “Konvergensi Antara Resource Mobilizationtheory Dan Identityoriented Theorydalam Studi Gerakan Sosial Baru.” *Jurnal Sosiologi Reflektif* 8, no. 1 (2013): 39–62.
- Sulaiman, Afif. “Media Digital Dan Gerakan Sosial: Analisis Logika Aksi Konektif.” *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi* 5, no. 2 (2024): 1913–1920.
- Syahputri, Icca Bela, and Katimin Katimin. “Pengaruh Aktivistis Mahasiswa Dalam Perubahan Sosial Politik Di Era Digital 5.0.” *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 7, no. 4 (2024): 25–36.
- Tobing, Dies L, Gracia Feby Yeski Sitepu, Hana Tresia Sidabutar, Dewi Putri Batubara, and Puji Chairunisa. “Dampak Globalisasi Dan Digitalisasi Terhadap Partisipasi Kewarganegaraan Di Era Modern.” *MIMBAR ADMINISTRASI FISIP UNTAG Semarang* 21, no. 1 (2024): 380–396.
- UGM, Creative Hub Fisipol. “Ciptakan Lingkungan Kooperatif Melalui Kepemimpinan Kolektif.” *Chub.Fisipol.Ugm.Ac.Id*. Last modified 2022. Accessed January 15, 2025. <https://chub.fisipol.ugm.ac.id/2022/03/01/ciptakan-lingkungan-kooperatif-melalui-kepemimpinan-kolektif/>.
- Ulya, Himmatul, and Kilau Riksaning Ayu. “Gerakan Sosial Digital; Boikot-

Divestasi-Sanksi (BDS) Terhadap Isu Israel-Palestina Di Media Sosial.” In *Prosiding Seminar Nasional FISIP UNNES*, 230–238, 2023.

University, Binus. “Mengenal Divestasi Sebagai Upaya Menyelamatkan Lini Usaha.” *Accounting.Binus.Ac.Id*. Last modified 2022. <https://accounting.binus.ac.id/2022/11/22/mengenal-divestasi-sebagai-upaya-menyelamatkan-lini-usaha/>.

Vanunu, Yifat. “How To Build an Effective Social Media Marketing Campaign.” Luiss University, 2023.

Yudha, Tangguh. “McDonald’s Babak Belur Dampak Boikot.” Accessed November 16, 2024. <https://economy.okezone.com/read/2024/09/02/320/3057483/mcdonald-s-babak-belur-dampak-boikot>.

Zulfika, Afifah, and Yunus Sutejo. “Fenomena Gerakan Sosial Digital Mahasiswa Untirta Dengan Hastag# UntirtaKokPelit Di Twitter.” *ijd-demos* 3, no. 3 (2021).

Zulfikar, Fahri. “11 Gedung Sekolah Di Gaza Diserang Israel Pada September 2024, Anak-Anak Jadi Korban.” *Detik.Com*. Last modified 2024. Accessed November 4, 2024. <https://www.detik.com/edu/edutainment/d-7572668/11-gedung-sekolah-di-gaza-diserang-israel-pada-september-2024-anak-anak-jadi-korban>.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA