

**DISCOURSE NETWORK ANALYSIS ISU PEMBOIKOTAN PRODUK
PRO ISRAEL DI MEDIA SOSIAL X (PERIODE WAKTU
07 OKTOBER 2023 – 30 DESEMBER 2023)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh:

Refalya Eka Putri

NIM 21102010022

Pembimbing:

Saptoni, S.Ag., M.A

NIP 197302211999031002

**JURUSAN KOMUNIKASI & PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2026



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-498/Un.02/DD/PP.00.9/03/2026

Tugas Akhir dengan judul : DISCOURSE NETWORK ANALYSIS ISU PEMBOIKOTAN PRODUK PRO ISRAEL
DI MEDIA SOSIAL X (PERIODE WAKTU 07 OKTOBER 2023- 30 DESEMBER
2023)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : REFALYA EKA PUTRI
Nomor Induk Mahasiswa : 21102010022
Telah diujikan pada : Rabu, 04 Maret 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Saptoni, S.Ag., M.A
SIGNED

Valid ID: 69b0dd1c173d5



Penguji I

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
SIGNED

Valid ID: 69b01807326ba



Penguji II

Muhamad Lutfi Habibi, M.A.
SIGNED

Valid ID: 69ae57b4b6abe



Yogyakarta, 04 Maret 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 69b0e63098886



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

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Assalamualaikum wr.wb.

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

Nama : Refalya Eka Putri
NIM : 21102010022
Judul Skripsi : Discourse Network Analysis Isu Pemboikotan Produk Pro
Israel Di Media Sosial X (Periode Waktu 07 Oktober
2023 – 30 Desember 2023)

skripsi tersebut sudah memenuhi syarat

- o Bebas dari unsur plagiarisme.
- o Hasil pemeriksaan similaritas melalui Turnitin menunjukkan tingkat kemiripan sebesar 15% dengan menggunakan setelan "small match exclusion" sepuluh kata.
- o Sistematika penulisan telah sesuai dengan Pedoman Penulisan Skripsi yang berlaku.

dan sudah dapat diajukan kepada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 26 Februari 2026

Mengetahui
Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam

Dosen Pembimbing,

Saptoni, S.Ag., M.A

NIP. 19790418 200912 2 001

Saptoni, S.Ag., M.A

NIP. 19790418 200912 2 001

- o Silakan beri tanda centang (✓) jika pernyataan telah sesuai.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Refalya Eka Putri
NIM : 21102010022
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: Discourse Network Analysis Isu Pemboikotan Produk Pro Israel Di Media Sosial X (Periode Waktu 07 Oktober 2023 – 30 Desember 2023) adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme, kecuali bagian- bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 26 Februari 2026



Refalya Eka Putri
Nim. 21102010022

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan karya tulis ini orang tua penulis, Bapak dan Ibu, serta adik tercinta, yang cintanya menjadi energi dan doanya menjadi penerang di setiap langkah penulis.

Dan untuk semua orang yang hadir memberi warna dalam proses ini, terima kasih telah membuat perjalanan ini menjadi jauh lebih bermakna.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Fa inna ma'al 'usri yusro, inna ma'al 'usri yusro.”

(QS. Al-Insyirah ayat 5-6)



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil‘alamin, segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Discourse Network Analysis Isu Pemboikotan Produk Pro Israel Di Media Sosial X (Periode Waktu 07 Oktober 2023 – 30 Desember 2023)” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu.

Penyusunan skripsi ini telah melewati proses yang penulis sadari cukup Panjang dan membuat penulis belajar banyak hal baru. Berbagai hambatan, mulai dari kelelahan hingga kebimbangan, sempat muncul selama proses berlangsung. Namun, ketertarikan untuk terus berkembang, kepekaan terhadap isu kemanusiaan, serta dukungan dari lingkungan sekitar memberikan motivasi yang membuat penulis mampu menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi Bapak Saptoni, S.Ag., M.A yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan bimbingan.
4. Dosen Pembimbing Akademik Bapak Mochammad Sinung Restendy, M.Sos yang telah memberikan arahan dan dukungan selama perkuliahan.

5. Seluruh Dosen Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan berbagi pengalaman di bangku perkuliahan.
6. Seluruh Civitas Akademika Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
7. Bapak dan Ibu tercinta, yang telah memberikan kepercayaan penuh kepada penulis untuk mengejar pendidikan setinggi mungkin. Terima kasih atas setiap doa yang tak pernah putus, atas dukungan yang diam-diam, namun selalu terasa kuat. Yang selalu mengajarkan penulis apa itu arti berjuang dan berkorban, yang menyembunyikan letih di balik senyum hangat, agar penulis tetap melihat harapan. Terima kasih ya, Bapak dan Ibu.
8. Terima kasih adikku, Fitri Nazira, yang mungkin jarang penulis ucapkan, namun selalu menjadi salah satu alasan mengapa penulis ingin menjadi teladan yang layak untuk dilihat.
9. Terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada Azizah Rahmah, teman seperjuangan sejak awal perkuliahan. Dari pencarian beasiswa hingga berbagi ruang dan cerita di kos, terima kasih telah menjadi teman yang tak pernah lelah memberi saran, semangat, dan tempat berpulang saat penulis merasa lelah.
10. Terima kasih tak terhingga, yang tak akan pernah selesai dituliskan kepada Adila Sarah Firdausa, Ella Dwi Agustine, Fadilla Nur Agisti, Rahmi Nur Azizah, Velda Rahmah Ristianti, Sarah Syakira, Hadiyya Qurrota Ayyun, Nur Allifiya Kamuktiani Putri dan Fitra Robiansyah. Terima kasih telah

menjadi tempat paling nyaman untuk menumpahkan lelah dan menjadi alasan mengapa ruang kuliah tak pernah terasa sepi.

11. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada teman-teman yang eksistensinya selalu memberikan makna di Pusat Layanan Difabel (PLD), ruang yang hangat dan penuh penerimaan. Ruang yang membantu penulis menemukan kembali potensi yang sempat diragukan dalam diri sendiri. Khususnya kepada Ibu Dwi Lestari selaku staf PLD atas bimbingan, dukungan, dan kepercayaan yang begitu berarti.

12. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Muhammad Askar Habibulloh yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam memahami teknis *crawling* data yang digunakan dalam mencari data penelitian, sehingga penelitian ini bisa diselesaikan dengan baik.

13. Terima kasih penulis sampaikan kepada setiap pihak yang namanya tak tertulis, namun jejak kebaikannya tak pernah luput dari ingatan. Untuk doa-doa yang disampaikan dalam diam, untuk perhatian yang hadir tanpa diminta, dan untuk semangat kecil yang datang tepat ketika dibutuhkan. Terima kasih telah menjadi bagian dari langkah awal ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sepenuhnya sempurna. Namun dengan segala keterbatasan, penulis berharap karya ini tetap dapat memberi manfaat dan menjadi langkah kecil menuju kontribusi yang lebih besar di masa depan.

ABSTRAK

Penelitian ini berangkat dari fenomena masifnya gerakan boikot produk berafiliasi Israel di media sosial X pasca eskalasi konflik di Gaza pada 7 Oktober 2023. Berbeda dengan tren media sosial pada umumnya, wacana boikot ini bahkan bertahan selama berbulan-bulan lamanya di lini masa masyarakat Indonesia. Berpegang pada teori *Discourse Coalitition Framework* (DCF), penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana ruang diskursus ini menjadi topik hangat dengan mengidentifikasi aktor dominan, serta memetakan konsep dan praktik diskursif yang digunakan. Dengan menggunakan metode *Discourse Network Analysis* (DNA) dan visualisasi software Gephi. Melalui *keyword* “Boikot Produk pro Israel” yang digunakan untuk mencari data di media sosial X, peneliti menemukan 8 konsep wacana yang mendominasi ruang diskursus pemboikotan produk pro Israel periode 7 Oktober – 30 Desember 2023. Salah satu konsep wacana yang melambung tinggi adalah “Ajakan Boikot produk.” Dari delapan konsep yang ada, ditemukan dua koalisi yang saling bergesekan, yaitu koalisi pro dan kontra, yang mana di dalamnya beranggotakan berbagai aktor dari latar belakang yang berbeda.

Kata Kunci: Analisis Jaringan Wacana; Gerakan Boikot; Kerangka Koalisi Diskursus; Media Sosial X



ABSTRACT

This research starts from the massive boycott movement against Israeli-affiliated products on social media X after the conflict in Gaza escalated on October 7, 2023. Unlike usual social media trends, this boycott topic lasted for months on Indonesian timelines. Based on the Discourse Coalition Framework (DCF) theory, this study aims to see how this discussion became a hot topic by identifying the main actors and mapping the concepts and practices used. This study uses the Discourse Network Analysis (DNA) method and Gephi software visualization. Using the keyword "Boikot Produk pro Israel" to search for data on X, the researcher found 8 main concepts that dominated the discussion on boycotting pro-Israel products from October 7 to December 30, 2023. One concept that stood out was the "Call to Boycott Products." From these eight concepts, two conflicting coalitions were found the pro and contra coalitions consisting of various actors from different backgrounds.

Key Words: Boycott Movement; Discourse Network Analysis (DNA); Discourse Coalition Framework (DCF); Social Media X



DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR..... | i |
| SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI | iii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | i |
| MOTTO | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| ABSTRAK | x |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR TABEL | xvi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| D. Kegunaan Penelitian..... | 7 |
| E. Kajian Pustaka..... | 7 |
| F. Kerangka Teori..... | 12 |
| G. Metode Penelitian..... | 18 |
| H. Sistematika Pembahasan | 23 |
| | |
| BAB II ISU PEMBOIKOTAN PRODUK PRO-ISRAEL DI MEDIA SOSIAL X..... | 26 |
| A. Latar Politik dan Sosial Isu Pemboikotan | 26 |
| B. Alur Perkembangan Wacana Pemboikotan di X | 31 |
| | |
| BAB III PEMETAAN JARINGAN WACANA PEMBOIKOTAN PRODUK | 37 |
| A. Visualisasi Makro Aktor Diskursus Boikot Produk Pro Israel..... | 39 |

| | |
|---|-----------|
| B. Analisis Struktur Jaringan Diskursus | 43 |
| C. Analisis Konsep Wacana Jaringan Diskursus | 51 |
| D. Koalisi Jaringan dan Praktik Diskursif Aktor | 66 |
| BAB IV PENUTUP | 89 |
| A. Kesimpulan | 89 |
| B. Saran..... | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 92 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 97 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1 Visualisasi Jaringan Komunikasi Aktor pada Isu Boikot Produk Pro Israel..... | 42 |
| Gambar 2 Diagram 7 Besar Distribusi Aktor per Klaster..... | 44 |
| Gambar 3 Visualisasi Koalisi Wacana | 51 |
| Gambar 4 Struktur Jaringan Koalisi @tanyakanrl sebagai Ruang Pertukaran Informasi | 55 |
| Gambar 5 Formasi Klaster @Muhayya__ | 58 |
| Gambar 6 Pola Interaksi Klaster @Tita83079013..... | 59 |
| Gambar 7 Visualisasi Klaster yang Dipimpin oleh @tanyarlfs | 60 |
| Gambar 8 Visualisasi Klaster @B3doel__ | 63 |
| Gambar 9 Visualisasi Klaster yang Diketahui Akun Autobase @convomfs | 64 |
| Gambar 10 Konsep Wacana Ajakan Boikot Produk Yang Mendominasi Ruang Diskursif..... | 67 |
| Gambar 11 Konsep Wacana Moral Sebagai Fans..... | 70 |
| Gambar 12 Konsep Wacana Proteksi Idol sebagai Perlawanan Terhadap Konsep Wacana Moral Sebagai Fans | 73 |
| Gambar 13 Konsep Wacana Himbauan Tidak Standar Ganda yang Fokus Pada Kritik dala Penggunaan Media Sosial..... | 75 |
| Gambar 14 Konsep Wacana Solidaritas Ekonomi Lokal..... | 77 |
| Gambar 15 Visualiasi Aktor Dalam Konsep Wacana Kritik Kebijakan Pemerintah | 78 |

Gambar 16 Konsep Wacana Skeptisisme dan Efektivitas yang Mewarnai Jaringan
Diskursus Boikot..... 79

Gambar 17 Kubu Pro Pada Konsep Wacana Hak Pilih Konsumen..... 80

Gambar 18 Kubu Kontra Pada Konsep Wacana Hak Pilih Konsumen 80



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daftar 15 Aktor dengan Nilai Degree Tertinggi dalam Diskursus..... 47

Tabel 2 Konsep Wacana dalam Diskursus Boikot dan Aktor Dominan 66



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Konflik yang terjadi antara Palestina dan Israel telah berlangsung dalam kurun waktu yang lama. Konflik ini bermula ketika Palestina jatuh ke tangan Inggris setelah kekalahan Turki Utsmani, yang sebelumnya menguasai wilayah tersebut, dalam Perang Dunia I. Kesempatan ini dimanfaatkan oleh para politisi Yahudi untuk melobi Inggris guna mendapatkan tanah Palestina.¹ Politisi Yahudi mendapatkan hasil dalam upayanya berupa Deklarasi Balfour pada tahun 1917, yang menyatakan dukungan terhadap gerakan Zionis. Namun, negara Israel baru resmi berdiri pada tahun 1948.²

Belakangan ini, konflik yang terjadi antara Palestina dan Israel kembali ramai menjadi perbincangan masyarakat. Penyebab mencuatnya konflik ini adalah serangan yang dilakukan oleh Hamas terhadap Israel menggunakan 5.000 roket pada tanggal 07 Oktober 2023.³ Serangan yang dilakukan oleh Hamas memancing respons Benjamin Netanyahu selaku Perdana Menteri Israel ini lalu menanggapi serangan itu dengan mengibarkan bendera perang kepada Hamas. Mantan Perdana

¹ Michael Alberto Imanuel Simarmata dan Nina Yuliana, "Analisis Framing Konflik Israel-Palestina Dalam Sindonews.Com Dan Cnn Indonesia," *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial* 2, no. 9 (2023): 112.

² Arthur James Balfour, "Balfour Declaration: Correspondence between Sir Arthur James Balfour and Lord Walter Rothschild" (1917), Diakses pada 06 Maret 2026, dari, <https://www.imagesonline.bl.uk/search/?searchQuery=balfour+declaration>.

³ "Analisis Framing Konflik Israel-Palestina Dalam Sindonews.Com Dan Cnn Indonesia," 117–18.

Menteri sekaligus dilakukan oleh Israel terhadap Palestina mempunyai tujuan untuk memberi perlindungan masyarakat sipil, Ehud Olmert memperbolehkan perluasan operasi militer guna mengendurkan kekuatan militer Hamas.⁴ Namun yang dilakukan Israel justru melancarkan serangan yang disebut operasi Cast Lead dan memakan banyak korban di Jalur Gaza. Kebanyakan korban yang berjatuhannya menyangkut status masyarakat sipil, sehingga dapat dikatakan bahwa serangan itu bertentangan dengan prinsip kemanusiaan. Selain masyarakat sipil, serangan yang dilakukan Israel juga menghancurkan rumah penduduk dan fasilitas umum seperti rumah sakit, sekolah, dan sebagainya.⁵

Dalam berita yang ditulis oleh jurnalis *Alliance for Peacebuilding* atau AFP, serangan yang diluncurkan Israel sejak 07 Oktober 2023 hingga 28 Maret 2025 memakan korban setidaknya 50.153 jiwa di Gaza dan 113.800 lainnya mengalami luka berat.⁶ Bertambahnya korban berjatuhannya yang selalu bisa diupdate melalui media sosial berhasil menimbulkan simpati dan mendapat ruang tersendiri di media sosial. Salah satu media sosial yang digunakan untuk menyuarakan masalah ini adalah X. Konflik Palestina dan Israel seperti menjadi kudapan hangat di setiap harinya bagi pengguna media sosial X. Berbagai tagar muncul dan menciptakan wacana secara berkala. Salah satu tagar yang melambung tinggi dan sempat

⁴ Rachel Christie, Gracia Suha Ma'rifa, dan Jedyzha Azzariel Priliska, "Analisis Konflik Israel dan Palestina Terhadap Pelanggaran Hak Asasi Manusia Dalam Perspektif Hukum Internasional," *Jurnal Kewarganegaraan* 8, no. 1 (2024): 355.

⁵ *Ibid.*

⁶ Ahmed Asmar, "Di tengah serangan Israel yang terus berlanjut, korban tewas di Gaza capai 50.200 orang," *Anadolu Ajansi*, 2025, Diakses Pada 10 Juli 2025 dari, https://www.aa.com.tr/id/dunia/di-tengah-serangan-israel-yang-terus-berlanjut-korban-tewas-di-gaza-capai-50200-orang-/3520879?utm_source=chatgpt.com.

menempati *trending topics* adalah #BoikotProdukIsrael dan tagar #AllEyesOnRafah yang menempati peringkat atas selama beberapa hari.

Tagar-tagar tersebut jelas merupakan salah satu cara untuk mengajak dan menarik perhatian masyarakat agar peduli terhadap konflik ini. Aksi boikot produk yang berafiliasi dengan Israel tidak hanya diserukan secara lantang oleh *influencer*, tetapi juga seluruh lapisan masyarakat. Penggunaan keyword “Boikot Produk Pro-Israel” dan wacana yang berkembang menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai alat efektif untuk menyebarkan informasi, membangun dukungan, mengoordinasikan aksi, serta memengaruhi pandangan publik atau bahkan keputusan penting. Hal ini dibuktikan juga dengan fenomena-fenomena boikot yang tidak hanya sekali dua kali menempati posisi trending dan mengambil alih timeline di media sosial. Sebelum adanya isu pemboikotan produk pro Isarel, bisa ditemui banyak sekali ajakan boikot yang pernah diserukan oleh masyarakat melalui ruang digital, seperti tagar #BoycottQatar yang pernah menarik respons masyarakat internasional pada tahun 2022 menjelang dimulainya Piala Dunia 2022. Aksi boikot ini berawal dari kultur Qatar yang dinilai masyarakat internasional melanggar hak asasi manusia, seperti dilarangnya LGBT yang jelas memicu amarah *supporter* kelompok LGBT dari Eropa, dilarangnya penjualan bir di stadion, dan isu pelanggaran hak asasi manusia terhadap pekerja migran guna membangun infrastruktur Piala Dunia.⁷ Seruan boikot piala dunia 2022 di Qatar ini berlangsung dalam sekitar satu bulan saja, pada 15 Oktober–14 November 2022, yang mana

⁷ Tim Redaksi, “Piala Dunia di Qatar Paling Kontroversial, Ini 6 Alasannya,” *CNBC Indonesia*, 2022, diakses pada 06 Maret 2026, dari, <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221128103612-33-391729/piala-dunia-di-qatar-paling-kontroversial-ini-6-alasannya>.

terdapat sekitar 22.000 cuitan terkait isu ini yang mampu menjangkau lebih dari 43 juta orang.⁸

Selain #BoycottQatar, ada juga aksi boikot yang diserukan terhadap Unity pada bulan September 2023 yang dipicu oleh pengumuman kebijakan kontroversial. Alasan utama gerakan aktivisme digital ini adalah rencana Unity untuk menerapkan biaya tambahan per instalasi yang dinilai sangat merugikan para pengembang game independen serta layanan berlangganan seperti Xbox Game Pass. Kebijakan yang diumumkan pada 12 September 2023 tersebut memicu kemarahan publik karena dianggap sebagai langkah sepihak yang merusak stabilitas ekonomi dan kepercayaan dalam industri pengembangan game global. Aksi protes ini berlangsung sangat masif selama beberapa minggu di bulan September dengan naiknya tagar #UnityBoycott, #UnityScandal, dan #GameDev, di mana banyak komunitas pengembang di media sosial X mengancam akan mematikan monetisasi hingga berpindah ke mesin game pesaing.⁹

Dari kedua contoh fenomena boikot di atas, terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara boikot Qatar sebagai tuan rumah Piala Dunia 2022 dan boikot Unity dengan isu pemboikot produk pro Israel di X. Gerakan boikot terhadap produk pro Israel cenderung lebih kompleks dan berlangsung dalam jangka waktu yang lebih panjang. Bahkan, isu ini tidak hanya muncul karena satu peristiwa

⁸ Montclair State University, "Study Examines Qatar World Cup Controversy and Boycott.," *Montclair State News*, 2022, diakses pada 06 Maret 2026, dari, <https://www.montclair.edu/newscenter/2022/11/18/study-examines-qatar-world-cup-controversy-and-boycott/>.

⁹ Zachary Boddy dan Jez Corden, "Unity's controversial policy changes get rolled back, as developers pledge to quit to competing game engines (UPDATE)," *Windows Central*, 2023, Diakses pada 06 Maret, dari, <https://www.windowscentral.com/gaming/unity-drops-its-free-model-for-game-developers-requiring-a-fee-per-installation-it-could-have-a-big-negative-impact-on-xbox-game-pass-too#:~:text=What you need to know,business deals around the platform.>

tertentu, tetapi terus berkembang dengan konsep wacana berbeda setiap harinya. Jika dibandingkan dengan kasus Qatar dan Unity atau fenomena boikot lainnya yang memiliki momen puncak lalu perlahan mereda setelah beberapa minggu, pembahasan mengenai boikot produk pro Israel di X justru tidak menemukan titik reda sampai saat ini. Lamanya durasi isu pemboikotan produk pro Israel di X inilah yang menjadi salah satu alasan adanya penulisan penelitian ini.

Setiap wacana yang terbentuk biasanya memiliki aktor dominan, termasuk dalam wacana mengenai pemboikotan produk Israel. Aktor dominan ini secara konsisten memposting, mengajak jejaringnya berinteraksi, dan mencoba mengubah cara pandang dengan strategi tertentu melalui cuitannya. Dalam penelitian ini, peneliti berupaya menjabarkan pernyataan-pernyataan yang disampaikan oleh aktor dominan tersebut menggunakan metode *discourse network analysis* (DNA) yang dirangkum melalui database DNA untuk membentuk suatu jaringan.

Analisis wacana bertujuan untuk menggambarkan gagasan yang berkembang, termasuk ide, argumen, dan konsep, serta menjawab pertanyaan terkait gagasan atau ide yang muncul dalam suatu isu dan bagaimana isu tersebut dirancang untuk membentuk jaringan tertentu. Sementara itu, analisis jaringan berfokus pada posisi aktor dalam jaringan, dengan hubungan antar aktor direpresentasikan melalui simpul (aktor) dan garis (relasi). Aktor dapat berupa tokoh atau topik, sementara relasi menunjukkan hubungan di antara mereka.

Metode jaringan dapat menjawab pertanyaan seperti siapa saja aktor yang terlibat dalam suatu isu, bagaimana hubungan antar aktor, serta siapa yang memiliki peran paling besar dalam menyebarkan gerakan boikot produk pro-Israel. Dengan

metode DNA, hubungan antara aktor dan wacana dapat dideskripsikan, seperti siapa yang pertama kali menyampaikan wacana tertentu dan bagaimana hubungan antar aktor dalam wacana tersebut. Selain itu, metode ini dapat mengidentifikasi kesepakatan atau pertentangan di antara aktor serta menggambarkan posisi mereka dalam suatu wacana, apakah mereka berada pada sisi yang sama atau saling berseberangan dalam perdebatan isu tersebut.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana struktur jaringan wacana yang berkembang dari isu Pemboikotan produk pro Israel di X yang terdiri dari aktor dominan, strategi para aktor dominan, serta koalisi yang terbentuk di dalamnya.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk memetakan jaringan wacana yang berkembang dari isu Pemboikotan produk pro Israel di X, yang meliputi aktor dominan, strategi apa yang dipakai oleh para aktor dalam mempertahankan dan menyebarkan argumennya kepada publik, serta melihat koalisi wacana yang terbentuk dalam pertarungan makna di X dalam kerangka Discourse Coalition Framework.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi. Peneliti juga berharap agar penelitian ini bisa menjadi rujukan relevan bagi penelitian selanjutnya terkait analisis jaringan wacana isu pemboikotan produk pro Isarel.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai dinamika penyebaran wacana boikot produk pro Israel di media sosial X dalam membentuk dan mempertahankan diskursu. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi masyarakat dan aktivis digital untuk memahami bagaimana isu sosial dapat dimobilisasi melalui jaringan percakapan di media sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu pengguna media sosial agar lebih kritis dan bijak dalam merespons berbagai isu yang berkembang di ruang digital.

E. Kajian Pustaka

Dalam beberapa tahun terakhir, X menjadi salah satu dari banyaknya media sosial yang menjadi ruang dominan untuk membicarakan isu-isu sosial dan politik. Salah satu isu besar yang pernah menjadi topik hangat di X adalah pemboikotan

produk yang terafiliasi dengan Israel.¹⁰ Isu seperti ini tidak hanya difokuskan pada persoalan membeli atau tidak membeli suatu produk, tetapi lebih dari itu, yaitu menyangkut bagaimana sikap berpihak seseorang, juga menunjukkan sikap atau pendiriannya terhadap suatu isu yang lebih besar.¹¹ Misalnya, ketika seseorang memutuskan untuk tidak membeli produk dari perusahaan tertentu, itu bisa menjadi cara untuk menunjukkan dukungan terhadap nilai-nilai kemanusiaan dan keadilan. Selain itu, sikap seperti ini sering disampaikan lewat media sosial dengan strategi penyampaian pesan yang sebelumnya sudah dipertimbangkan, baik dari segi pemilihan waktu, media, dan narasi yang digunakan, sehingga bisa menjangkau lebih banyak orang dan membangun rasa kebersamaan dalam memperjuangkan hal yang dianggap benar.¹²

Peneliti menemukan banyak penelitian yang membahas isu pemboikotan produk yang terafiliasi dengan Israel. Dari banyaknya penelitian yang terpublikasi, disebutkan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh seruan gerakan boikot di media sosial. Sebagian besar keputusan yang diambil didasari oleh faktor ideologis, etika, serta solidaritas yang tercermin dari kebutuhan untuk menunjukkan empati dan rasa persaudaraan terhadap saudara di Palestina.¹³

¹⁰ Rony Setyo Kurniawan dan Sella Holanda, "Efektivitas Seruan Aksi Boikot Produk Pro Israel Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Bagi Produk Lokal," *Valuasi, Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2024): 309.

¹¹ Costas Panagopoulos et al., "Partisan consumerism: Experimental tests of consumer reactions to corporate political activity," *Journal of Politics* 82, no. 3 (2020): 997, <https://doi.org/10.1086/707491>.

¹² Amelia Yeza Pradhipta, Lingga Yonita, dan Sarah Ayu Putri Novaria, *Crisis Communication Strategy in the Face of Consumer Boycott: Exploring the Boycott Case of Israel-affiliated Companies and Brands* (Atlantis Press SARL, 2024), 148, https://doi.org/10.2991/978-2-38476-340-5_13.

¹³ Siti Nurzanna, Ahmad Muhaimin, dan M Mifta Farid, "Pengaruh Gerakan Boikot Produk Pro Israel Terhadap Perilaku Konsumen Muslim di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Produk

Dalam perubahan perilaku konsumen dalam membeli produk, terjadi melalui tiga tahapan sosial, yaitu kepatuhan, identifikasi, dan internalisasi. Pada awalnya konsumen akan tergerak karena mendapat tekanan sosial yang disebabkan oleh konten seruan boikot di media sosial atau lingkungan sekitar. Adanya tekanan yang muncul dalam diri konsumen menunjukkan bahwa seruan gerakan boikot tidak hanya semata sebagai ajakan yang didasari standar sosial, tetapi juga membentuk kesadaran dan menjadi penyebab munculnya emosi pada diri konsumen, sehingga hati tergerak untuk melakukan aksi. Tahap selanjutnya, konsumen akan secara alami mendeklarasikan dirinya berada di suatu golongan yang memiliki visi dan misi yang sama, yaitu golongan orang-orang yang melangsungkan gerakan boikot.¹⁴

Berbeda dengan penelitian di atas, yang menyoroti dampak seruan aksi boikot dari perspektif konsumen, terdapat penelitian yang mengambil fokus dari sisi pelaku usaha, khususnya pedagang atau orang yang menjual langsung barang kepada konsumen. Dengan demikian, perspektif pedagang akan melengkapi pemahaman bagaimana dampak sosial ekonomi dari seruan aksi boikot. Tidak semua pedagang mendukung atau mengikuti seruan aksi boikot. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ilham dan Arifin pada jurnal *Analisis Persepsi Pedagang Ritel Terhadap Fenomena Boikot Produk Pro Israel* dituliskan bahwa beberapa pedagang tetap memperjualbelikan produk-produk yang masuk ke dalam daftar boikot karena menganggap bahwa melangsungkan aksi boikot adalah sebuah pilihan dan itu hak

McDonald's),” *Dialektika Komunika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah*, 2025, 212.

¹⁴ *Ibid.*, 218.

masing-masing konsumen. Beberapa pedagang juga menjelaskan bahwa tidak terlalu mengikuti aksi gerakan boikot karena merasa penjualan masih berjalan normal.¹⁵ Namun, walaupun tidak signifikan, ada beberapa pedagang yang merasakan dampak dari aksi boikot karena tinggal di lingkungan pondok pesantren. Hal ini menyebabkan pedagang terpaksa mengganti atau mengurangi stok produk yang terdaftar dalam list boikot.¹⁶

Temuan dari penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa aksi boikot memberikan dampak yang nyata terhadap perilaku masyarakat, terutama di bidang sosial ekonomi. Dalam ruang digital, respon terhadap seruan aksi boikot juga menunjukkan kecenderungan yang sama. Aksi ini cenderung mendapat respon positif dari publik. Dalam penelitian Munandar, Yaasin, dan Firdaus yang berjudul *Analisis Sentimen Netizen Indonesia Mengenai Boikot Produk* ditemukan bahwa sebelum ataupun sesudah fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 respon publik terhadap seruan aksi boikot ini stabil positif. Bahkan, setelah fatwa itu dikeluarkan, respon negatif menurun drastis, hal ini menunjukkan bahwa seruan boikot diterima secara baik oleh publik.¹⁷ Sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Prihandono Wibowo, Renitha Dwi Hapsari, dan Muhammad Chasif Ascha dengan judul *Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia*. Sasaran penelitiannya mengerucut pada respons publik terhadap Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 83 Tahun 2023 tentang boikot produk Isarel, jadi ingin

¹⁵ Ibrahim Arifin et al., “Analisis Perspsi Pedagang Ritel Terhadap Fenomena Boikot Produk Pro Israel,” *Discourse: Journal of Social Studies and Education* 1, no. 3 (2024): 199–200.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Aldi Munandar, Muhammad Syafaat Yaasin, dan Rafi Ardian Firdaus, “Analisis Sentimen Netizen Indonesia Mengenai Boikot Produk,” *Journal of Islamic Banking and Economics* 3, no. 1 (2023): 23.

melihat apakah publik mendukung atau menolak Fatwa MUI dengan mengumpulkan data melalui 393 artikel yang mencakup 140 pernyataan dari berbagai aktor di media online.¹⁸ Hasil penelitian menunjukkan adanya beberapa aktor dominan dalam mendukung Fatwa MUI, seperti Ulama, ormas Islam, pelaku UMKM, dan beberapa pondok pesantren.¹⁹

Berbeda dengan penelitian-penelitian terkait isu pemboikoton produk yang terafiliasi dengan Israel sebelumnya, penelitian ini berfokus pada pemetaan dan penggambaran perkembangan struktur wacana gerakan boikot produk pro Israel di platform X menggunakan pendekatan Discourse Network Analysis atau DNA. Fokus utama dalam penelitian ini tidak lagi membahas terkait pengaruh atau tanggapan publik terhadap seruan aksi boikot, melainkan mengkaji secara mendalam proses terbentuknya wacana, bagaimana para aktor menyebarkan wacana dan dinamika interaksi antar aktor. Dalam kerangka penelitian ini, makna boikot juga tidak dipahami secara sempit sebagai tindakan ekonomi berupa penghentian pembelian atau konsumsi produk secara langsung. Boikot dimaknai secara lebih luas sebagai bentuk ekspresi perlawanan digital yang muncul dalam media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa boikot tidak hanya terjadi dalam ranah konsumsi fisik, tetapi juga melalui produksi dan penyebaran pesan yang mengandung sikap penolakan terhadap produk atau merek tertentu.

¹⁸ Prihandono Wibowo, Renitha Dwi Hapsari, dan Muchammad Chasif Ascha, "Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia," *Journal Publicuho* 7, no. 1 (2024): 388, <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i1.371>.

¹⁹ *Ibid.*, 394.

Di ruang digital seperti X, praktik boikot dapat muncul dalam berbagai bentuk interaksi pengguna yang mencakup pernyataan sikap individu yang menyatakan tidak lagi mengonsumsi merek tertentu, penyebaran informasi mengenai alasan atau latar belakang boikot, hingga dukungan terhadap narasi boikot yang sedang berkembang dalam percakapan publik. Aktivitas-aktivitas ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana pertukaran informasi, tetapi juga berfungsi sebagai arena pembentukan makna dan mobilisasi solidaritas digital.

Dengan demikian, dalam penelitian ini setiap cuitan yang memuat unsur penolakan dan kritik terhadap produk yang dianggap memiliki afiliasi dengan Israel dipahami sebagai bagian dari praktik diskursif boikot di ruang digital. Cuitan-cuitan tersebut tidak hanya merepresentasikan sikap individual, tetapi juga menjadi bagian dari jaringan percakapan yang lebih luas yang membentuk serta memperkuat struktur wacana gerakan boikot di media sosial.

F. Kerangka Teori

Wacana selalu berkaitan dengan proses penyampaian pesan dengan menggunakan bahasa, topik, konsep, dan juga gagasan. Wacana bisa berisi kata yang menjadi kalimat dan kalimat yang menjadi teks, sehingga di dalamnya mengandung satu kesatuan makna. Artinya, wacana berisi teks yang tidak berdiri

dengan sendirinya, melainkan dilatarbelakangi oleh konteks dan bagian-bagian antar bahasa yang saling berkaitan.²⁰

Dalam kajian komunikasi, dalam meneliti teks melalui analisis wacana, sangat mungkin diteliti secara mendalam berdasarkan isi, struktur, dan konteks bahasanya. Dengan demikian, hubungan antara wacana dan kekuasaan dapat diidentifikasi melalui penggunaan bahasa. Wacana, dalam konteks ini, dapat dipahami sebagai alat yang digunakan untuk mendominasi dan mengontrol orang lain. Wacana mengandung sekumpulan makna atau pesan yang disampaikan melalui narasi, cerita, atau cara berkomunikasi. Jadi, sebuah wacana bukan hanya soal kalimat, tetapi juga bagaimana memaknai suatu isu yang di dalamnya mengandung gagasan tertentu. Gagasan ini yang diungkapkan menjadi teks dan menggunakan simbol untuk menyampaikan suatu peristiwa yang terjadi, isu, atau kasus.²¹

Dalam menyusun sebuah wacana, terdapat dua unsur yang bisa diperhatikan, yaitu unsur internal dan unsur eksternal. Unsur internal berkaitan dengan tata bahasa yang berisi kata dan kalimat. Selain itu, unsur internal wacana juga mencakup kalimat-kalimat yang saling terhubung menjadi teks. Berbeda dengan unsur internal yang *visible*, unsur eksternal dalam sebuah wacana tidak ditunjukkan secara gamblang. Unsur eksternal dalam membangun sebuah wacana biasanya meliputi implikatur, presuposisi, inferensi, konteks, dan referensi.²²

²⁰ Ahmad Fadly, *Studi Wacana (dari Linguistik hingga Praktik Sosial)*, ed. oleh Masduki Khamdan (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2022), 9–10.

²¹ Husna Natashihin dan Widiyanto, *Analisis Wacana Kebijakan Pendidikan (Konsep dan Implementasi)* (Semarang: CV. Pilar Nusantara, 2019), 3.

²² Dedy Mulyana, *Kajian Wacana: Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-prinsip Analisis Wacana* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2005), 10–11.

Saat sebuah wacana ingin dianalisis, maka langkah awal yang harus dipahami adalah memahami konteks wacana. Konteks dalam suatu wacana dipandang sebagai keadaan atau situasi yang melatarbelakangi sebuah komunikasi dan membantu dalam menafsirkan makna yang terkandung. Dengan kata lain, wacana tidak dapat dipisahkan dari konteks.²³ Tidak semua bentuk ujaran bahasa diungkapkan secara lengkap dengan kalimat yang runtut, beberapa ungkapan yang terdiri dari dua kata juga bisa dipahami maknanya jika diletakkan pada konteks yang tepat.²⁴

Pemahaman terkait konteks dalam suatu wacana juga bisa dimulai dengan memahami darimana konteks suatu wacana terbentuk. Konteks wacana terbentuk dari berbagai unsur, seperti situasi, pembicara, pendengar, waktu, tempat, adegan, topik, peristiwa, bentuk amanat, kode, dan sarana.²⁵ Oleh karena itu, dalam proses analisis wacana, pemahaman terhadap unsur-unsur tersebut menjadi penting agar makna yang terkandung di dalamnya dapat dipahami secara lebih utuh dan sesuai dengan kondisi yang melatarbelakangi.

Pemahaman terhadap wacana dan konteksnya memungkinkan peneliti untuk meneliti lebih jauh terkait proses terbentuknya suatu makna sosial dalam masyarakat. Seperti yang sudah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya, wacana tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan suatu hasil dari proses interaksi di antara

²³ Evi Tania dan Hermaliza Hermaliza, "Analisis Konteks Wacana dalam Buku Kumpulan Cerita Rakyat Daerah Se-Provinsi Riau," *J-LELC: Journal of Language Education, Linguistics, and Culture* 1, no. 1 (2021): 69, <https://doi.org/10.25299/j-lelc.2021.6155>.

²⁴ Ade Yolanda Latjuba, "Context in Discourse Analysis of Indonesian Colonial Texts," *International Journal of Social Science and Human Research* 06, no. 06 (2023): 3583, <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i6-46>.

²⁵ Tania dan Hermaliza, "Analisis Konteks Wacana dalam Buku Kumpulan Cerita Rakyat Daerah Se-Provinsi Riau," 69.

pembicara, audiens, suasana, nilai yang mendasari, dan cara serta media penyampaian pesan.²⁶ Untuk melihat seperti apa proses pembentukan wacana dan menyebar di tengah masyarakat, peneliti dapat menggunakan teori *Discourse Coalition Framework* atau DCF.

Teori DCF merupakan salah satu teori yang berkaitan erat dengan metode penelitian *Discourse Network Analysis*. Teori ini mempunyai sudut pandang yang mengatakan bahwa para aktor cukup berperan aktif dalam menciptakan, menyebarkan, dan juga mempertahankan sebuah wacana melalui tindakan seperti interaksi yang dilakukan atau menciptakan cerita dan pandangan tentang suatu masalah. Selain itu, para aktor juga akan terus berusaha memperkuat wacana yang sudah ada agar tetap relevan.²⁷

Menurut teori DCF, kebijakan publik itu tidak bisa lepas dari cara masyarakat memandang suatu masalah. Setiap kelompok punya cara pandang yang berbeda, dan mereka berusaha supaya cara pandang mereka yang jadi acuan dalam membuat kebijakan. Untuk mencapai tujuan ini, seringkali beberapa kelompok dengan pandangan yang mirip akan bergabung dan membentuk koalisi. Koalisi ini akan membuat pandangan mereka menjadi lebih kuat dan sulit untuk ditandingi.²⁸ Dalam perspektif *Discourse Coalition Framework* (DCF), wacana dipahami

²⁶ Ibnu Hamid, "Komunikasi sebagai Wacana," *Mediator* 7, no. 2 (2008): 263–64.

²⁷ Pustika Chandra Kasih, "Pertarungan Wacana Kereta Cepat Jakarta-Bandung Dalam Media Online," *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi* 8, no. 1 (2023): 23.

²⁸ Muhammad Iqbal Khatami, "Discourse Network Analysis (DNA): Aktivisme Digital dalam Perdebatan Isu 'Presiden Tiga Periode' di Twitter Discourse Network Analysis (DNA): Digital Activism in the 'Three-Term President' Debate on Twitter," *Jurnal Audience* 5, no. 01 (2022): 85.

sebagai hasil dari narasi-narasi yang dibentuk dan disuarakan secara bersama-sama oleh sejumlah aktor yang memiliki kesamaan pandangan terhadap suatu isu. Wacana bukanlah suatu teks yang berdiri dengan sendirinya, melainkan muncul dari hubungan sosial dan politik yang saling memengaruhi.²⁹ Menurut Hajer dalam penelitiannya yang berjudul *Discourse Coalitions and the Institutionalization of Practice: The Case of Acid Rain in Britain*, koalisi wacana terbentuk saat aktor-aktor tertentu menyebarkan *storyline* yang senada, yang bertujuan untuk menciptakan makna dominan di masyarakat. Koalisi ini tidak selalu bersifat formal, tetapi dapat ditemukan melalui kesamaan tujuan dan narasi yang dibawa dalam wacana tertentu.³⁰ Hajer juga menjelaskan bahwa koalisi wacana terbentuk melalui tiga unsur, ketiga unsur ini saling berkaitan untuk menciptakan suatu makna yang bisa mempengaruhi cara public memandang suatu isu.

Pertama, *storyline* atau narasi yang menghubungkan posisi dan pandangan para aktor. Narasi dapat diartikan sebagai cerita atau cara yang digunakan oleh aktor-aktor untuk menjelaskan atau menyikapi suatu isu. Narasi berfungsi untuk menyederhanakan masalah yang kompleks agar bisa dipahami dan diterima oleh lebih banyak orang. Para aktor dengan latar belakang yang berbeda bisa mempunyai tujuan yang sama karena cara menyampaikan narasinya mengandung makna yang mirip. Misalnya, dalam isu boikot, bisa saja ada yang bicara soal kemanusiaan,

²⁹ Panji Arief Sumirat dan Eriyanto Eriyanto, "Koalisi Wacana dalam Debat Pemekaran Papua: Analisis Jaringan Wacana Debat Pemekaran Tiga Provinsi Baru di Papua," *Jurnal Riset Komunikasi* 6, no. 2 (2023): 4, <https://doi.org/10.38194/jurkom.v6i2.739>.

³⁰ Maarten A. Hajer, Robert Hoppe, dan Bruce Jennings, "Discourse Coalitions and the Institutionalization of Practice: The Case of Acid Rain in Great Britain," *The Argumentative Turn in Policy Analysis and Planning*, no. August (2020): 47, <https://doi.org/10.1515/9780822381815-003>.

agama, atau ekonomi, tapi semuanya saling terhubung lewat narasi “jangan beli produk yang mendukung penjajahan”.³¹

kedua, aktor diskursif atau aktor-aktor sosial yang menyuarakan narasi. Aktor diskursif bisa berupa siapa saja, mulai dari influencer, aktivis, tokoh masyarakat, media, bahkan pengguna biasa di media sosial. Para aktor akan dapat dikatakan berkoalisi bukan karena berasal dari Lembaga yang sama, melainkan karena mempunyai tujuan dan narasi yang serupa. Misalnya, akun-akun yang menyuarakan gerakan boikot tidak hanya berasal dari lembaga keagamaan, aktor yang berasal dari lembaga keagamaan bisa berkoalisi dengan aktor yang merupakan influencer. Para aktor saling terkait karena narasi, bukan karena berasal dari lembaga yang sama.³²

Ketiga, praktik diskursif atau cara-cara yang dipakai para aktor untuk menyampaikan narasi. Praktik diskursif bisa berupa gaya bahasa, jenis konten, pilihan kata, cara menyampaikan ajakan, sampai media apa yang digunakan. Misalnya di media sosial X, praktik diskursif bisa muncul melalui penggunaan tagar, postingan dengan visual menarik, mention tokoh tertentu, atau ajakan boikot yang dibungkus dengan kata-kata emosional. Praktik diskursif menjadi strategi penting bagi para aktor, agar pesan yang disampaikan bisa lebih mudah diterima, disebarkan, dan akhirnya membentuk makna yang dominan dalam ruang publik.³³

³¹ *Ibid.*, 45.

³² Hajer, Hoppe, dan Jennings, “Discourse Coalitions and the Institutionalization of Practice: The Case of Acid Rain in Great Britain.” 45.

³³ *Ibid.*

Sesuai dengan pengertian di atas mengenai teori DCF dan juga unsur-unsur yang membangun suatu wacana, dalam penelitian ini, teori DCF digunakan untuk memetakan wacana atau isi cuitan yang sudah dikumpulkan, mengidentifikasi para aktor, mengelompokkan narasi atau storyline guna melihat koalisi yang terbentuk dan menganalisis bagaimana para aktor menyebarkan dan mempertahankan makna melalui praktik diskursif.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif bertujuan untuk memberikan penafsiran terhadap realitas atau fenomena sosial tertentu. Data yang dihasilkan tidak berbentuk statistik, melainkan deskriptif. Jenis penelitian yang diterapkan adalah penelitian kualitatif non interaktif atau sering disebut sebagai analisis dokumen. Penelitian ini mengumpulkan data secara tidak langsung, yaitu dengan cara mengumpulkan, mengidentifikasi, menganalisis, dan menggabungkan data yang berasal dari berbagai dokumen.³⁴ Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan *Discourse Network Analysis* (DNA) dengan *Discourse Coalition Framework*, sehingga hasil temuan akan disajikan dalam bentuk grafik. Grafik tersebut kemudian dijelaskan secara naratif oleh peneliti. Untuk memperoleh gambaran yang sesuai dengan fenomena nyata, data dikumpulkan dari berbagai sumber. Penggunaan metode *Discourse Network Analysis* digunakan

³⁴ Agus Triyono, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), 47–48.

untuk mengidentifikasi aktor dominan dalam penyebaran wacana boikot produk pro Israel dengan melihat metrik sentralitas, seperti *In-degree*, *Betweenness*, dan *Modularity Class*.

a. *In-Degree*

In degree merupakan bagian dari degree centrality atau sentralitas derajat. Degree centrality sendiri adalah sebuah konsep yang digunakan dalam penelitian jaringan, seperti Discourse Network Analysis untuk mengukur seberapa banyak koneksi yang dimiliki oleh sebuah node atau aktor. Dalam membaca degree centrality, bisa dianalisis melalui dua cara, yaitu dengan melihat *in degree* dan *out degree*. *In degree* digunakan untuk mengukur seberapa populer seorang aktor di dalam sebuah wacana atau dengan kata lain, *in degree* menunjukkan seberapa sering seorang aktor dilibatkan dalam sebuah diskusi melalui mention. Sedangkan *out degree* digunakan untuk melihat seberapa sering sebuah node atau aktor aktif dalam sebuah wacana dengan cara masuk ke dalam ruang diskusi orang lain atau mengirim cuitan di akun sendiri.³⁵

Peneliti menggunakan *in degree* karena penelitian ini berfokus untuk mencari aktor yang paling dominan dan dijadikan rujukan oleh aktor lain.

b. *Betweenness Centrality*

Betweenness centrality digunakan sebagai tolak ukur dalam penelitian jaringan ketika ingin mengetahui seberapa sering sebuah node atau aktor menjadi perantara bagi node lain untuk menyebarkan suatu konsep wacana. *Betweenness*

³⁵ Merry Fridha Tripalupi et al., "Kajian Resistensi Sosial Pengguna Media Sosial X Dalam Tagar # Netizenselubener Melalui Analisis Jaringan Komunikasi," *Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi* 13, no. 2 (2024): 144, <https://doi.org/10.33508/jk.v13i2.5811>.

centrality menjadi penting karena melalui konsep ini, peneliti bisa mengetahui melalui siapa saja wacana meluas di ruang digital.³⁶

c. Modularity Class

Modularity class atau koefisien kluster adalah konsep pengelompokan aktor berdasarkan kedekatan hubungan para aktor yang dilihat melalui seberapa sering aktor satu berinteraksi dengan yang lain. Jika terdapat sekelompok aktor yang sering mention satu sama lain secara intens, maka akan terlihat konsep wacana di antara mereka dan dapat dikatakan bahwa aktor-aktor tersebut berada dalam satu kelompok konsep wacana yang sama.³⁷

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah akun-akun para aktor di media sosial X yang terlibat dalam penyebaran wacana boikot produk pro Israel dalam rentang waktu awal 07 Oktober 2023 sampai 30 Desember 2023. Periode ini dipilih karena merupakan fase awal di mana wacana boikot produk pro Israel berkembang, khususnya di media sosial X. Pada periode ini juga, wacana boikot sangat aktif diperbincangkan, sehingga dapat membantu peneliti untuk melihat dinamika narasi secara lebih utuh. Adapun objek penelitiannya adalah narasi yang dipublikasikan oleh aktor terkait pemboikotan produk pro Israel di Indonesia. Cuitan yang diteliti mempunyai spesifikasi seperti cuitan yang memuat kata kunci “Boikot produk pro Israel.” Dan “Boikot Isarel”

³⁶ Dini Andiani, Dilla Aprilia, dan Siti Dwi Rahayu, “Kata Kunci: analisis jaringan sosial; SNA; Microsoft NodeXL.,” *Majamath: Jurnal Matematika dan Pendidikan Matematika* 8, no. 1 (2025): 45.

³⁷ Merry Fridha Tripalupi et al., “Kajian Resistensi Sosial Pengguna Media Sosial X Dalam Tagar # Netizenselalubenaar Melalui Analisis Jaringan Komunikasi” 13, no. 2 (2024): 147, <https://doi.org/10.33508/jk.v13i2.5811>.

3. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini berhasil dikumpulkan dengan Teknik dokumentasi. Adapun penelitian ini menggunakan sumber data dengan jenis sebagai berikut:

- a. Data primer. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini berasal dari cuitan pada aplikasi X yang mengandung kata kunci “boikot produk pro Israel” “boikot Israel” antara rentang waktu awal 07 Oktober 2023 sampai 30 Desember 2023.
- b. Data sekunder. Data sekunder merupakan informasi yang sudah tersedia sebelumnya dan telah terdokumentasi, sehingga peneliti hanya perlu menggunakannya sesuai kebutuhan. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti dokumen, catatan terkait isu Pemboikotan Produk Pro-Israel di Indonesia, serta referensi lain berupa buku, penelitian, atau artikel online yang mendukung analisis.

4. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode dokumentasi dipilih sebagai pendekatan utama untuk mengumpulkan data. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara mencari, mengumpulkan, dan menganalisis cuitan yang relevan dengan topik penelitian dengan metode *crawling* dan *scraping tweet*. Cuitan-cuitan tersebut dipilih secara purposif, yaitu dengan pertimbangan tertentu, sehingga

hanya data yang sesuai dengan tujuan penelitian yang dimasukkan dalam analisis. Dengan cara ini, peneliti dapat memperoleh data yang akurat dan mendalam, serta dapat melakukan analisis yang lebih fokus pada aspek-aspek yang dianggap penting. Berikut langkah-langkah yang peneliti gunakan dalam pengumpulan dan analisis data:

- a. Pengumpulan cuitan dengan kata kunci “boikot produk pro Israel” di bilah pencarian yang dibatasi dengan rentang waktu antara awal 07 Oktober 2023 sampai 30 Desember 2023 menggunakan metode *crawling* dengan tool Tweet Harvest.
- b. Beberapa cuitan itu kemudian akan disaring lagi sesuai relevansi berdasarkan isinya, cuitan yang dipilih adalah cuitan yang memuat aktor, gagasan, dan persetujuan (pro atau kontra terhadap permasalahan), serta ke dalam kriteria peneliti.
- c. Pernyataan yang telah disaring sesuai dengan kriteria akan disusun ke dalam software Gephi.
- d. Setelah disusun, akan dilakukan pengklasifikasian berdasarkan aktor yang berargumen pro dan kontra melalui konsep wacana para aktor.
- e. Setelah didapatkan visualisasi yang sesuai, akan dilanjutkan pemetaan yang terdiri dari pemetaan jaringan aktor, narasi yang digunakan dalam berargumen, dan koalisi antar pengguna selama rentang waktu yang sudah ditentukan dengan menggunakan kerangka DCF.

H. Sistematika Pembahasan

Penelitian dengan judul *Discourse Network Analysis Isu Pemboikotan Produk Pro Israel Di Media Sosial X (Periode Waktu 07 Oktober 2023 sampai 30 Desember 2023)* bertujuan untuk memetakan konteks isu pemboikotan produk yang terafiliasi dengan Israel dalam platform digital X. Pemetaan terdiri dari pemetaan jaringan aktor, narasi yang digunakan dalam berargumen, dan dinamika interaksi antar pengguna selama rentang waktu yang sudah ditentukan.

Bagian pertama adalah pendahuluan, yang menyajikan gambaran umum tentang masalah yang menjadi fokus peneliti, yaitu penyebaran isu pemboikotan produk pro Israel di media sosial X. Bagaimana penyebaran isu pemboikotan tersebut bisa dibidang sangat cepat dan melibatkan banyak aktor. Penjelasan tersebut dituliskan dalam latar belakang penelitian untuk memperkuat dan mendasari pentingnya penelitian ini dilakukan. Selain itu, bagian ini juga menguraikan rumusan masalah, tujuan, serta manfaat penelitian. Selanjutnya, terdapat kajian pustaka yang mencakup penelitian-penelitian sebelumnya terkait topik yang diangkat, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bagian dua yaitu gambaran umum, yang menyajikan gambaran mengenai konteks yang menjadi fokus penelitian, yaitu pemboikotan produk yang terafiliasi dengan Israel. Dilanjutkan dengan penjelasan mengapa X menjadi salah satu media sosial yang cocok digunakan dalam penelitian ini, bagaimana isu pemboikotan merambah sangat cepat di dalamnya. Bersamaan dengan penjelasan di dalam bab ini, akan disertakan pula jumlah tweet yang terpublikasi selama periode yang sudah ditentukan. Dalam bab ini, peneliti juga akan menguraikan fakta bahwa gerakan

boikot mencuat tinggi karena gerakan boikot tidak hanya dilakukan oleh satu orang, melainkan dilakukan secara bersama, artinya banyak aktor yang ikut serta membentuk narasi. Mengapa bab ini menjadi penting? Karena uraian dalam bab dua akan menjadi pengantar yang berisi aspek historis, peran masyarakat sosial dalam perkembangan isu pemboikotan di X yang memperkuat dan memperluas pandangan peneliti sekaligus pembaca, serta membantu memahami arah penelitian dengan lebih kritis.

Bagian ketiga, yaitu pembahasan yang memaparkan hasil penelitian. Hasil penelitian berfokus pada pemetaan jaringan wacana yang terbentuk dari cuitan para aktor di media sosial X. Bagian awal bab ini dimulai dengan penjelasan yang difokuskan pada pemetaan jaringan wacana seputar isu pemboikotan produk pro Israel di X, dengan menekankan pada aktor-aktor dominan, strategi wacana yang digunakan, serta pembentukan koalisi dalam isu boikot. Sub bab pertama mengidentifikasi siapa saja aktor dominan dalam wacana boikot dan bagaimana karakteristik para aktor dominan tersebut, dan bagaimana posisi dalam percakapan publik. Akan disajikan *chart* yang memperlihatkan aktor mana saja yang masuk ke dalam kategori dominan. Pada sub bab selanjutnya, akan dilakukan analisis terkait klaster dan konsep wacana tiap klaster guna menentukan apa saja konsep wacana yang muncul dalam ruang diskursus ini. Selanjutnya, peneliti lanjut menganalisis koalisi dan praktik diskursif para aktor di dalam konsep wacana yang sudah ditemukan

Bagian keempat, yaitu penutup yang memuat rangkuman kesimpulan dari keseluruhan penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, bagian ini juga

menyampaikan keterbatasan penelitian ini dan menjadi dasar untuk membuat saran dan rekomendasi.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam ruang diskursus isu boikot produk pro Isarel periode 07 Oktober - 31 Desember 2023 pada media sosial X, peneliti menyimpulkan bahwa dinamika komunikasi yang terbentuk di dalamnya merupakan hasil dari interaksi antara aktor dominan, storyline dan konsep wacana, serta praktik diskursif yang cukup kompleks. Penelitian ini menemukan bahwa aktor yang mendominasi ruang wacana pemboikotan produk pro Isarel adalah akun autobase. Ditemukan 4 akun autobase yang di dalamnya terdapat aktor dengan opini berbeda, membuat ruang diskusi semakin beragam. Hal ini menunjukkan, bahwa autobase mempunyai peran besar dalam penyebaran isu boikot produk pro Israel, terutan akun autobase @starfess yang memiliki nilai *in degree* tertinggi.

Struktur jaringan pada penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi yang dilakukan para aktor cenderung bersifat intra klaster atau sangat minim ditemukan interaksi lintas klaster. Walaupun demikian, konsep wacana yang ditemukan cukup beragam. Peneliti menemukan 8 konsep wacana dominan dalam ruang diskursus, yaitu konsep wacana “Ajakan Boikot Produk”, “Moral Sebagai Fans”, “Solidaritas Ekonomi Lokal”, “Kritik Kebijakan Pemerintah.”, “Proteksi Idol”, “Himbauan Tidak Standar Ganda”, “Skeptisisme dan Efektivitas”, dan “Hak Pilih Konsumen.” 8 konsep wacana ini merupakan

konsep wacana yang sering muncul dan sering diperbincangkan pada masa awal naiknya isu pemboikotan produk pro Israel, yaitu tanggal 07 Oktober - 31 Desember 2023. Konsep wacana yang paling mendominasi adalah konsep wacana “Ajakan Boikot Produk” yang jelas masuk ke dalam koalisi pro. Konsep wacana “Ajakan Boikot Produk” merupakan penggerak dalam ruang diskursif ini.

Kemudian, konsep wacana ini terbagi ke dalam dua kubu besar, yaitu empat koalisi pro boikot dan tiga koalisi kontra boikot, dengan satu narasi netral mengenai hak pilih konsumen. Kelompok pro boikot menjalankan praktik diskursif yang bersifat mengajak, menghimbau dengan tegas dan cenderung menekan melalui strategi beban moral. Dalam praktiknya, mereka memosisikan boikot sebagai standar moral yang harus ditaati oleh masyarakat. Sebaliknya, kelompok kontra boikot menggunakan praktik diskursif yang defensif dan sarkas untuk mematahkan argumen lawan. Mereka memanfaatkan strategi sinisme untuk mempertanyakan dampak nyata dari aksi tersebut.

Secara keseluruhan, keterkaitan antara dominansi aktor berupa autobase, beragamnya konsep wacana dan *storyline*, serta praktik diskursif yang digunakan para aktor menunjukkan bahwa media sosial X telah menjadi ruang adu argumen dan identitas yang menunjukkan bahwa tersebarnya suatu wacana tidak selalu berasal dari akun *influencer* atau tokoh publik, melainkan bisa melalui akun autobase dan tersebar karena ada gerakan kolektif dari kelompok penggemar K-Pop.

B. Saran

Dalam melakukan analisis jaringan wacana terhadap isu pemboikotan produk pro Israel periode waktu 07 Oktober – 30 Desember 2023 pada media sosial X, peneliti menetapkan batasan ruang lingkup, baik dari segi periode waktu, sumber data, maupun pendekatan analisis yang digunakan. Untuk itu, dalam sub bab ini, peneliti ingin memberikan beberapa saran yang bisa diterapkan untuk penelitian selanjutnya. Saran untuk penelitian selanjutnya terutama yang ingin menggunakan metode *Discourse Network Analysis* (DNA) dan ingin melihat suatu perkembangan wacana dengan berpegang pada teori *Discourse Coalitation Framework* atau DCF, mungkin bisa melakukan penelitian dengan berfokus pada media sosial lain yang memiliki karakteristik berbeda, seperti TikTok atau Instagram yang menyajikan konten visual melalui video atau *reels*. Perbedaan fitur yang terdapat dalam X dengan media sosial lain akan berpotensi menghasilkan gaya bahasa, praktik diskursif, dan pola klaster yang berbeda dan bisa menjadi sebuah perbandingan apik. Perbandingan ini akan memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai bagaimana sebuah wacana bisa berkembang di berbagai media sosial yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifa, Chairunnisa Fadia, dan Debby Alita. “Analisis Opini Publik Tentang Boikot Pro-Israel di Twitter Berbahasa Indonesia Menggunakan Metode SVM.” *Jurnal Informatika: Jurnal pengembangan IT* 9, no. 2 (2024): 112–20.
- Andiani, Dini, Dilla Aprilia, dan Siti Dwi Rahayu. “Kata Kunci: analisis jaringan sosial; SNA; Microsoft NodeXL.” *Majamath: Jurnal Matematika dan Pendidikan Matematika* 8, no. 1 (2025): 34–51.
- Arifin, Ibrahim, Yudha Pratama, Muh Nur Fatwa, dan Indra Kurniawan. “Analisis Perspsi Pedagang Ritel Terhadap Fenomena Boikot Produk Pro Israel.” *Discourse: Journal of Social Studies and Education* 1, no. 3 (2024): 196–202.
- Asmar, Ahmed. “Di tengah serangan Israel yang terus berlanjut, korban tewas di Gaza capai 50.200 orang.” Anadolu Ajansi, 2025. https://www.aa.com.tr/id/dunia/di-tengah-serangan-israel-yang-terus-berlanjut-korban-tewas-di-gaza-capai-50200-orang-/3520879?utm_source=chatgpt.com.
- Azus, Zilvi, Dhian Satria, dan Abdul Rezha. “Implementasi Model Bert Pada Analisis Sentimen Pengguna Twitter Terhadap Aksi Boikot Produk Israel.” *JITET: Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan* 12, no. 3 (2024): 2335–42.
- Balfour, Arthur James. Balfour Declaration: Correspondence between Sir Arthur James Balfour and Lord Walter Rothschild (1917). <https://www.imagesonline.bl.uk/search/?searchQuery=balfour+declaration>.
- Barlett, Kate. “Tuduh Genosida di Gaza, Afsel Gugat Israel ke Mahkamah Internasional.” VOA Indonesia, 2024. <https://www.voaindonesia.com/a/tuduh-genosida-di-gaza-afsel-gugat-israel-ke-mahkamah-internasional/7434693.html>.
- Baznas, Humas. “Bantuan Kemanusiaan Palestina: Dukungan Global Termasuk Indonesia.” Badan Amil Zakat Nasional, 2025. [https://baznas.go.id/artikel-show/Bantuan-Kemanusiaan-Palestina:-Dukungan-Global-Termasuk-Indonesia/1624#:~:text=Melalui berbagai lembaga kemanusiaan seperti BAZNAS%2C bantuan,kemanusiaan Palestina \(rakyat Palestina \)](https://baznas.go.id/artikel-show/Bantuan-Kemanusiaan-Palestina:-Dukungan-Global-Termasuk-Indonesia/1624#:~:text=Melalui%20berbagai%20lembaga%20kemanusiaan%20seperti%20BAZNAS%2C%20bantuan,kemanusiaan%20Palestina%20(rakyat%20Palestina)).
- Boddy, Zachary, dan Jez Corden. “Unity’s controversial policy changes get rolled back, as developers pledge to quit to competing game engines (UPDATE).” Windows Central, 2023. [https://www.windowscentral.com/gaming/unity-drops-its-free-model-for-game-developers-requiring-a-fee-per-installation-it-could-have-a-big-negative-impact-on-xbox-game-pass-too#:~:text=What you need to know,business deals around the platform](https://www.windowscentral.com/gaming/unity-drops-its-free-model-for-game-developers-requiring-a-fee-per-installation-it-could-have-a-big-negative-impact-on-xbox-game-pass-too#:~:text=What%20you%20need%20to%20know,business%20deals%20around%20the%20platform).

- Cahyo, Puji Winar, dan Muhamad Habibi. "Entity Profiling to Identify Actor Involvement in Topics of Social Media Content." *IJCCS (Indonesian Journal of Computing and Cybernetics Systems)* 14, no. 4 (2020): 417–28.
- Christie, Rachel, Gracia Suha Ma'rifa, dan Jedyzha Azzariel Priliska. "Analisis Konflik Israel dan Palestina Terhadap Pelanggaran Hak Asasi Manusia Dalam Perspektif Hukum Internasional." *Jurnal Kewarganegaraan* 8, no. 1 (2024): 349–58.
- Desiderio, Antonio, Anna Mancini, Giulio Cimini, dan Riccardo Di Clemente. "Highly engaging events reveal semantic and temporal compression in online community discourse." *arXiv Preprint*, 2025, 1–42.
- Difa, Yashinta. "Kemlu: Indonesia Tak Berencana Buka Hubungan Diplomatik dengan Israel." *Antara News*, 2024. https://www.antaraneews.com/berita/4054782/kemlu-indonesia-tak-berencana-buka-hubungan-diplomatik-dengan-israel?utm_source=chatgpt.com#google_vignette.
- Elmira, Putra. "Seruan Boikot Produk Pro Israel Ramai Menggema di Media Sosial." *Liputan6*, 2023. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5438702/seruan-boikot-produk-pro-israel-ramai-menggema-di-media-sosial>.
- Fadly, Ahmad. *Studi Wacana (dari Linguistik hingga Praktik Sosial)*. Diedit oleh Masduki Khamdan. Aceh: Syiah Kuala University Press, 2022.
- Fang, Zhichao, Rodrigo Costas, dan Paul Wouters. "User engagement with scholarly tweets of scientific papers : a large - scale and cross - disciplinary analysis." *Scientometrics* 127, no. 8 (2022): 4523–46. <https://doi.org/10.1007/s11192-022-04468-6>.
- Fitria, Kusnul. "Love vs . Principle : Fans ' Dilemma Over Idols Promoting or Collaborating With Boycotted Products." *Jurnal Komunikasi* 19, no. 2 (2025): 239–54.
- Gavlek, Assegaf. "Fatwa MUI Tentang Produk Isarel (Mendukung Israel dan Mendukung Produk Yang Dukung Israel Haram)." *HOKI: Journal of Islamic Family Law* 2, no. 1 (2024): 1–15.
- Gunawan, Imam, dan Ghina Widia. "Fatwa MUI 83/2023 vs. Hukum Perdagangan Internasional: Dinamika." *Jurnal Mitra Pengembangan Hukum* 1, no. 1 (2025): 1–10.
- Hajer, Maarten A., Robert Hoppe, dan Bruce Jennings. "Discourse Coalitions and the Institutionalization of Practice: The Case of Acid Rain in Great Britain." *The Argumentative Turn in Policy Analysis and Planning*, no. August (2020): 43. <https://doi.org/10.1515/9780822381815-003>.
- Ibnu Hamid. "Komunikasi sebagai Wacana." *Mediator* 7, no. 2 (2008): 259–67.

- Kasih, Pustika Chandra. "Pertarungan Wacana Kereta Cepat Jakarta-Bandung Dalam Media Online." *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi* 8, no. 1 (2023): 19–34.
- Khatami, Muhammad Iqbal. "Discourse Network Analysis (DNA): Aktivisme Digital dalam Perdebatan Isu 'Presiden Tiga Periode' di Twitter Discourse Network Analysis (DNA): Digital Activism in the 'Three-Term President' Debate on Twitter." *Jurnal Audience* 5, no. 01 (2022): 80–94.
- Kim, Priscilla, dan Ethan Hutt. "K-pop as a Social Movement : Case Study of BTS and Their Fandom ARMY." *Journal od Student Research* 10, no. 3 (2021): 1–15.
- Kurniawan, Rony Setyo, dan Sella Holanda. "Efektivitas Seruan Aksi Boikot Produk Pro Israel Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Bagi Produk Lokal." *Valuasi, Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2024): 306–29.
- Latjuba, Ade Yolanda. "Context in Discourse Analysis of Indonesian Colonial Texts." *International Journal of Social Science and Human Research* 06, no. 06 (2023): 3583–88. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i6-46>.
- Majelis Ulama Indonesia. "Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 tentang Hukum Dukungan terhadap Perjuangan Palestina." *Komisi Fatwa MUI*, 2023. https://fatwamui.com/storage/554/Fatwa-MUI-Nomor-83-Tahun-2023-tentang-Hukum-Dukungan-Terhadap-Perjuangan-Palestina.pdf?utm_source=chatgpt.com.
- Montclair State University. "Study Examines Qatar World Cup Controversy and Boycott." *Montclair State News*, 2022. <https://www.montclair.edu/newscenter/2022/11/18/study-examines-qatar-world-cup-controversy-and-boycott/>.
- Mulyana, Deddy. *Kajian Wacana: Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 2005.
- Munandar, Aldi, Muhammad Syafaat Yaasin, dan Rafi Ardian Firdaus. "Analisis Sentimen Netizen Indonesia Mengenai Boikot Produk." *Journal of Islamic Banking and Economics* 3, no. 1 (2023): 23–40.
- Naidu, Richa. "Unilever Making 'Drastic' Changes in Indonesia Amid Boycotts." *Reuters*, 2024. https://www.reuters.com/business/retail-consumer/unilever-making-drastic-changes-indonesia-amid-boycotts-2024-10-24/?utm_source=chatgpt.com.
- Natashihin, Husna, dan Widiyanto. *Analisis Wacana Kebijakan Pendidikan (Konsep dan Implementasi)*. Semarang: CV. Pilar Nusantara, 2019.
- Novaria, Dwi, Umi Rahmawati, Muhammad Junaid, Olivia Tahalele, dan Johni Eka. "Peran Media Sosial Terhadap Penerapan Boikot Produk Israel di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Edunomika* 8, no. 2 (2024): 1–12.

- Nurzanna, Siti, Ahmad Muhaimin, dan M Mifta Farid. “Pengaruh Gerakan Boikot Produk Pro Israel Terhadap Perilaku Konsumen Muslim di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Produk McDonald’s).” *Dialektika Komunika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah*, 2025, 207–21.
- Nushratu, Hana. “‘Lanjutkan Boikot’ Produk Terafiliasi Israel Sempat Jadi Trending di X.” DetikInet, 2024. https://inet.detik.com/cyberlife/d-7577501/lanjutkan-boikot-produk-terafiliasi-israel-semptat-jadi-trending-di-x?utm_source=chatgpt.com.
- Panagopoulos, Costas, Donald P. Green, Jonathan Krasno, Michael Schwam-Baird, dan Kyle Endres. “Partisan consumerism: Experimental tests of consumer reactions to corporate political activity.” *Journal of Politics* 82, no. 3 (2020): 996–1006. <https://doi.org/10.1086/707491>.
- Prabowo, Bayu Ade, Tri Maryani, Wida Mulyani, dan Nicolas Kevin Sulityawardhana. “Analysis of Neutral Discussion Escalation into SARA Debates on Indonesian Social Media Platforms.” *LITERACY: International Scientific Journals of Social, Education, Humanities Research* 4, no. 2 (2025): 289–301.
- Pradhipta, Amelia Yeza, Lingga Yonita, dan Sarah Ayu Putri Novaria. *Crisis Communication Strategy in the Face of Consumer Boycott: Exploring the Boycott Case of Israel-affiliated Companies and Brands*. Atlantis Press SARL, 2024. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-340-5_13.
- Putri, N A R. “Analisis Jaringan pada Media Sosial X dengan# Boikot Menggunakan Social Network Analysis.” *IJITECH: Indonesian Journal of Information ...* 01 (2024): 1–5. <https://ojisnu.isnuponorogo.org/index.php/ijitech/article/view/79%0Ahttps://ojisnu.isnuponorogo.org/index.php/ijitech/article/download/79/57>.
- Ravee, Jawahar. “Understanding Natural Language Processing (NLP) Techniques.” *Journal of Computer Science and Technology Studies* 7, no. 6 (2025): 271–78. <https://doi.org/10.32996/jcsts>.
- Reporter. “Ustaz Yusran Hadi: “Memboikot Produk Israel dan Pendukungnya Hukumnya Wajib, Mendukung Israel Hukumnya Haram.” Persatuan Islam, 2023. [https://persis.or.id/news/read/ustaz-yusran-hadi-memboikot-produk-israel-dan-pendukungnya-hukumnya-wajib-mendukung-israel-hukumnya-haram#:~:text=Adapun mendukung Israel baik secara,wajib diutamakan daripada kepentingan pribadi](https://persis.or.id/news/read/ustaz-yusran-hadi-memboikot-produk-israel-dan-pendukungnya-hukumnya-wajib-mendukung-israel-hukumnya-haram#:~:text=Adapun%20mendukung%20Israel%20baik%20secara,wajib%20diutamakan%20daripada%20kepentingan%20pribadi.).
- Simarmata, Michael Alberto Imanuel, dan Nina Yuliana. “Analisis Framing Konflik Israel-Palestina Dalam Sindonews.Com Dan Cnn Indonesia.” *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial* 2, no. 9 (2023): 111–121.
- Slamet, Swalayan. “Dampak Fatwa MUI Tentang Boikot Produk Unilever Terhadap Perubahan Omset Penjualan Produk Unilever Di” 8, no. 1 (2025).

- Sumirat, Panji Arief, dan Eriyanto Eriyanto. “Koalisi Wacana dalam Debat Pemekaran Papua: Analisis Jaringan Wacana Debat Pemekaran Tiga Provinsi Baru di Papua.” *Jurnal Riset Komunikasi* 6, no. 2 (2023): 1–17. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v6i2.739>.
- Syarif, Muhyiddin, dan Sebastian Herman. “The influence of social media on the decision to boycott Israel-affiliated products among the Muslim community in Jabodetabek.” *Journal of Islamic Economics Lariba* 10, no. 2 (2024): 813–38.
- Tania, Evi, dan Hermaliza Hermaliza. “Analisis Konteks Wacana dalam Buku Kumpulan Cerita Rakyat Daerah Se-Provinsi Riau.” *J-LELC: Journal of Language Education, Linguistics, and Culture* 1, no. 1 (2021): 67–72. <https://doi.org/10.25299/j-lelc.2021.6155>.
- Tim Redaksi. “Piala Dunia di Qatar Paling Kontroversial, Ini 6 Alasannya.” CNBC Indonesia, 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221128103612-33-391729/piala-dunia-di-qatar-paling-kontroversial-ini-6-alasannya>.
- Tripalupi, Merry Fridha, Hanifah Nur Aini, Beta Puspitaning Ayodya, dan Menur Pumpungan. “Kajian Resistensi Sosial Pengguna Media Sosial X Dalam Tagar # Netizenselalubenar Melalui Analisis Jaringan Komunikasi.” *Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi* 13, no. 2 (2024): 139–52. <https://doi.org/10.33508/jk.v13i2.5811>.
- . “Kajian Resistensi Sosial Pengguna Media Sosial X Dalam Tagar # Netizenselalubenar Melalui Analisis Jaringan Komunikasi” 13, no. 2 (2024): 139–52. <https://doi.org/10.33508/jk.v13i2.5811>.
- Triyono, Agus. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021.
- Ulfa, Nadya, dan Desi Dwi. “Politics of Participatory Culture : Indonesian NCTzen and WayZenNi Transforming Fandom for #SM_BOYCOTT_GENOCIDE.” *Alphabet: A Biannual Academic Journal on Language, Literary, and Cultural Studies* 08, no. April (2025): 12–24.
- Ulfah, Mutia, Nova Sabrina, dan Ancala Laras Putri. “Journal of Applied Business Administration Psychological Drivers of Consumer Boycott : Understanding Emotional and Social Identity Influences in Batam.” *JABA: Journal of Applied Business Administration* 9, no. 1 (2025): 36–51.
- Wibowo, Prihandono, Renitha Dwi Hapsari, dan Muchammad Chasif Ascha. “Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia.” *Journal Publicuho* 7, no. 1 (2024): 382–95. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i1.371>.