

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Perkembangan media komunikasi semakin berkembang dengan pesatnya seiring perubahan zaman. Munculnya media-media baru dimulai dari televisi, radio, telephone kabel bahkan telephone portable seperti mobile phone dan handphone. Saat ini sudah muncul telephone dengan progam pintar yang disebut dengan smartphone. Smartphone adalah telepon genggam dengan kemampuan dan kapasitas tinggi dengan menggunakan system operasi yang digunakan untuk menjalankan program yang ada di dalam smartphone tersebut. Bahkan smartphone yang diproduksi sekarang ini bisa berfungsi seperti sebuah computer dengan perangkat lunak dan perangkat keras (Anismar, 2021). Seiring berkembangnya zaman pada saat ini *smartphone* telah menjadi bagian utama dari gaya hidup seseorang khususnya pada remaja dan juga pada mahasiswa.

Media sosial merupakan situs dimana seseorang dapat membuat hal pribadi dan terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan komunikasi. Pengaruh yang terjadi karena media sosial yaitu seperti yang terjadi di mempengaruhi kehidupan sosial kepada masyarakat. Perubahan dalam hubungan sosial atau sebagai perubahan keseimbangan hubungan sosial dan segala bentuk perubahan dalam institusi sosial di dalam masyarakat disebut mempengaruhi sistem sosial termasuk nilai sikap dan pola perilaku yang terjadi (Mardeson & Mardesci, 2022).

Dalam kita mengakses media sosial sekarang ini banyak kita lihat konflik yang terjadi di berbagai negara diantaranya ialah konflik negara Palestina-Israel. Penyebab terjadinya peristiwa konflik ini bisa jadi disebabkan oleh hal-hal yang membuat suatu negara atau wilayah yang tidak berkontribusi, seperti mengakibatkan rusaknya berbagai sarana dan prasarana yang sangat sulit dibangun atau munculnya berbagai keadaan psikologis yang tidak memihak.

Konflik biasanya terjadi ketika dua kelompok etnis atau lebih bertemu di suatu daerah atau tempat tinggal dan terjadi kontak serta interaksi di antara mereka, baik secara fisik maupun melalui simbol-simbol. Situasi sosial ini selalu muncul karena perbedaan kepentingan masing-masing suku dalam masyarakat.

Hingga sekarang ini belum ada tanda-tanda perdamaian antara Israel dan Palestina. Oleh karena itu, timbul beberapa rasa takut, kekhawatiran, dan juga trauma yang terjadi akibat konflik yang terjadi antara Israel dan Palestina. Menurut Aswir F Badjodah et al. (2021), mengatakan bahwa perang Israel-Palestina pertama kali dimulai pada tahun 1948. Perang ini dipicu oleh rencana internasional tahun 1937 yang membahayakan Palestina.

Perbedaan kepentingan tersebut, masing-masing pihak ingin mengklaim wilayahnya sendiri untuk semakin memperkuat posisi kolektifnya. Perebutan kekuasaan tidak hanya terjadi dalam komunitas kecil di dalam suatu negara, namun juga antar dua negara, dan seringkali berujung pada konflik jangka panjang antara kedua pihak.

Konflik membawa dampak yang sangat negatif terhadap kehidupan masyarakat di kedua pihak yang berkonflik. Kemudian nilai sebuah berita adalah secara psikologis setiap orang yang menyaksikan atau membaca berita tersebut akan mempunyai pikiran, perasaan atau psikologi yang melekat pada objek kejadian tersebut. Nilai informasi pokok yang terkandung adalah *human interest*, dimana pihak yang menerima informasi mengenai acara ini akan merasakan seluruh jiwa, emosi, dan simpatinya tersentuh, tidak semua peristiwa ini dianggap penting oleh sebagian besar media dalam negeri (Herman & Nurdiansa, 2010).

Menurut sejarah, Israel kekeh melakukan konflik terhadap Palestina karena ingin mendirikan negara merdeka yang bebas dari campur tangan negara lain. Pada Konferensi Sfar, Majelis Umum PBB mengeluarkan Resolusi 181 Tahun 1947 yang membagi wilayah Palestina menjadi negara Arab dan negara Yahudi. Resolusi ini memberikan kesempatan dan legitimasi

kepada kedua belah pihak untuk mendirikan negara merdeka di wilayah Palestina (Aswir F Badjodah et al., 2021).

Di sektor ekonomi, Indonesia masih terikat erat dengan produk-produk yang mendukung gerakan Israel dan sekutunya, yang terlihat dari beberapa contoh perusahaan tersebut seperti produk Unilever, Coca-Cola Company, Danone, Johnson & Johnson, dan lainnya (Yullah, 2016).

Kejadian ini menimbulkan kecaman dari berbagai lapisan masyarakat Indonesia, salah satunya dengan cara memboikot produk-produk yang mendukung kelompok zionis Israel. Gerakan pemboikotan tersebut menyebar secara luas di berbagai belahan dunia. Boikot terhadap produk kelompok zionis Israel dapat dianggap sebagai upaya warga global untuk mengekspresikan keprihatinan terhadap situasi konflik di Jalur Gaza. Boikot terhadap produk kelompok zionis Israel dianggap sebagai salah satu langkah yang efektif untuk mengecam Israel dan mendorong mereka agar menghentikan agresi militer mereka di Jalur Gaza Palestina.

Kondisi boikot ialah suatu tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi dengan menolak atau menghindari penggunaan, pembelian, atau dukungan terhadap suatu produk, layanan, perusahaan, atau negara. Hal tersebut sebagai bentuk protes atau penolakan terhadap kebijakan, tindakan, atau kondisi tertentu. Boikot bisa dilakukan sebagai respons terhadap masalah sosial, politik, ekonomi, atau lingkungan.

Boikot produk yang mendukung gerakan Israel merupakan inisiatif umat Islam yang diberikan fatwa oleh ulama-ulama internasional untuk menghadapi ketidakadilan yang dilakukan oleh pihak yang menindas umat Islam, di mana terdapat keterkaitan antara pembelian produk Israel oleh umat muslim dengan penderitaan umat muslim di negara-negara lain yang saat ini terjadi.

Berdasarkan publikasi online CNBC pada 17 November 2023, Majelis Ulama Indonesia telah mengeluarkan keputusan pelarangan bantuan ke Israel. Sebuah situs web yang

mencantumkan produk-produk dari perusahaan yang diduga mendukung penjajahan Israel di Palestina menjadi viral di media sosial. Komite Fatwa MUI akhir pekan lalu mengeluarkan Fatwa terbaru No. 83 Tahun 2023 tentang Undang-Undang Dukungan Perjuangan Palestina. Fatwa ini merekomendasikan agar umat Islam menghindari penggunaan produk yang berhubungan dengan Israel. Ketua Fatwa MUI Asrolan Niamh Shoureh, Jumat (17 November 2023), mengutip dari situs resmi MUI: “Umat Islam menentang Israel dan mereka yang mendukung posisi kolonialisme dan Zionisme, harus menahan diri untuk tidak memperdagangkan dan menggunakan produk yang terlibat dan harus menghindarinya sedapat mungkin”. Dengan ketetapan tersebut, MUI merekomendasikan agar pemerintah mengambil langkah tegas untuk mendukung perjuangan Palestina.

Seperti di daerah Aceh, mayoritas penduduknya beragama muslim yang bisa dipastikan mereka akan berpikir dua kali untuk membeli produk tersebut dikarenakan hal itu berarti mendukung terjadinya konflik antara Israel dan Palestina. Sekarang ini banyaknya masyarakat Aceh, terutama di kalangan mahasiswa mulai memboikot produk yang mendukung Israel yang diakibatkan oleh konflik yang terjadi antara Israel dan Palestina yang makin memuncak akhir-akhir ini.

Mahasiswa sering kali menjadi agen perubahan dalam masyarakat. Mereka cenderung memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap isu-isu sosial dan politik serta terlibat dalam aktivisme untuk menyuarakan pandangan mereka. Boikot produk yang mendukung gerakan Israel mencerminkan partisipasi aktif mahasiswa dalam menyuarakan penolakan terhadap tindakan Israel yang dianggap melanggar hak asasi manusia.

Pemboikotan produk Israel di kalangan mahasiswa merupakan fenomena yang muncul sebagai bentuk protes terhadap kebijakan pemerintah Israel terkait konflik di wilayah Palestina. Konflik Israel-Palestina telah menjadi isu yang memicu reaksi keras di berbagai belahan dunia, termasuk di kalangan mahasiswa Ilmu Hukum Universitas Malikussaleh. Boikot terhadap

produk yang mendukung gerakan Israel menjadi salah satu strategi yang mengekspresikan ketidakpuasan dan solidaritas terhadap rakyat Palestina.

Kampanye mengacu pada aktivitas apapun yang bersifat persuasif. Pada dasarnya kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi yang bertujuan untuk membujuk sejumlah besar kelompok sasaran. Di sini kita melihat bahwa untuk mencapai efek yang diinginkan, sangat penting siapa audiensnya dan apa yang mereka anggap penting dan tidak penting. Dengan kata lain, persuasi memerlukan eksplorasi budaya audiensnya (Felicia & Loisa, 2019).

Mengampanyekan di media sosial merupakan hal yang sangat efisien karena pada saat ini semua masyarakat pasti memiliki *smartphone*. Oleh karenanya, sangat mudah untuk mengakses informasi seperti konflik yang sedang terjadi dan juga kejadian boikot yang sedang heboh sekarang ini antara Negara Israel dan Palestina (Hariyani, 2016).

Berdasarkan observasi awal yang saya lakukan bahwa mahasiswa jurusan Ilmu Hukum sudah memilih-milih produk yang akan digunakan, seperti tidak menggunakan produk yang diboikot, berganti ke produk yang tidak diboikot, dan juga lebih memilih produk yang berasal dari Indonesia.

Melihat latar belakang yang telah ada, peneliti tertarik untuk melakukan kajian yang lebih terperinci lagi untuk mengetahui sikap mahasiswa sebagai bentuk penolakan terhadap kebijakan pemerintah Israel terkait konflik di wilayah Palestina dan dampak terkait boikot produk Israel di kalangan mahasiswa Program Studi Ilmu Hukum Universitas Malikussaleh.

Maka dengan melihat dari latar belakang yang telah ada, peneliti melihat pentingnya melakukan penelitian tentang “**Kampanye Boikot Produk Israel Melalui Media Sosial di Kalangan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Hukum Universitas Malikussaleh)**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat penulis rumuskan

yaitu :

1. Bagaimana aksi mahasiswa prodi Ilmu Hukum Universitas Malikussaleh terhadap kampanye pemboikotan produk Israel terkait konflik di wilayah Palestina melalui media sosial

### **1.3 Fokus Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi fokus penelitian

adalah:

1. Pemboikotan produk Israel berupa produk dikalangan mahasiswa yang bertujuan untuk menghindari penggunaan suatu produk.
2. Media sosial yang digunakan oleh mahasiswa prodi Ilmu Hukum Universitas Malikussaleh melalui platform Instagram, TikTok, dan Facebook.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian

ini adalah:

1. Untuk mengetahui aksi mahasiswa prodi Ilmu Hukum Universitas Malikussaleh terhadap kampanye pemboikotan produk Israel terkait konflik di wilayah Palestina melalui media social.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini dapat dibagi dua bagian yaitu:

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ilmu komunikasi, khususnya tentang kampanye boikot produk di kalangan mahasiswa.
- b. Menjadi wawasan bagi peneliti dalam lebih memahami tentang kampanye boikot produk di kalangan mahasiswa.

- c. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

- a. Hasil penelitian ini memberikan informasi dan pengetahuan kepada pembaca dalam bentuk kampanye boikot produk.
- b. Penelitian juga bisa menjadi referensi penelitian selanjutnya sebagai referensi penelitian terdahulu.
- c. Berasal dari teori-teori yang diperoleh peneliti serta menambahkan ilmu bagi yang membaca.