

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau bertukar informasi satu sama lain sehingga mereka dapat saling memahami. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang mempengaruhi pemikiran, sikap, dan perilaku individu atau kelompok (Mucharam, 2022). Dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya bersifat dinamis dan dua arah, tetapi juga memainkan peran strategis dalam membentuk kesadaran sosial dan opini publik.

Selain itu, jika dilihat dari era digital, komunikasi telah berkembang menjadi alat strategis yang memungkinkan penyebaran informasi secara luas, terorganisir, dan cepat melalui berbagai platform daring dan jaringan virtual. Oleh karena itu, komunikasi berperan penting dalam membentuk kesadaran kolektif dan mendorong aksi untuk isu tertentu, seperti keadilan sosial (Fuchs, 2020).

Komunikasi strategis menjadi salah satu metode penting dalam dunia media sosial karena memberikan kesempatan bagi komunikator untuk menciptakan sebuah pesan yang bukan hanya informatif, tetapi juga menarik dan sesuai dengan nilai-nilai yang dipegang audiens, sehingga dapat juga mempengaruhi 88 dan perilaku audiens (Hallahan et al., 2007). Di Indonesia, hambatan dalam komunikasi strategis berkaitan dengan bagaimana kemampuan untuk menyampaikan pesan yang penting di tengah derasnya berbagai informasi digital, terutama dalam usaha menarik perhatian audiens yang aktif (Kriyanto, 2021). Oleh karena itu, pemahaman mengenai respons audiens menjadi penting dalam hal menilai keberhasilan dari suatu kampanye komunikasi di ruang digital.

Mengacu pada topik sebelumnya bahwa komunikasi strategis mampu membentuk opini publik dan mendorong aksi kolektif dalam berbagai isu sosial. Di Indonesia, metode ini digunakan untuk menyuarakan dukungan terhadap isu kemanusiaan, termasuk konflik Palestina-Israel. Ermawati et al. (2020), menyatakan penggunaan komunikasi digital yang tepat dapat meningkatkan

partisipasi masyarakat dalam isu-isu sosial dan hal ini menegaskan peran komunikasi dalam menggerakkan perubahan.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, komunikasi juga memainkan peran dalam memperkuat identitas budaya, terutama di negara dengan populasi Muslim terbesar seperti Indonesia. Pesan yang selaras dengan nilai budaya dan agama cenderung memiliki dampak yang lebih besar pada audiens. Komunikasi yang menonjolkan nilai-nilai etika dan spiritual terbukti berhasil meningkatkan partisipasi generasi muda, terutama Generasi Z, yaitu dalam mendukung tindakan boikot terhadap barang-barang yang memiliki hubungan dengan Israel (Rohaya et al., 2024). Namun, tujuan utama dari penelitian ini bukanlah mengenai konflik itu sendiri, melainkan cara dimana komunikasi digital dimanfaatkan dalam meningkatkan partisipasi dan juga pandangan public, serta bagaimana audiens berinteraksi dengan kampanye tersebut.

Komunikasi semacam ini relevan terhadap konteks gerakan solidaritas Palestina di Indonesia. Oleh karena itu, komunikasi berfungsi sebagai penghubung antara masalah global dan nilai-nilai lokal, terutama ketika diungkapkan melalui media yang dikenal dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, seperti platform media sosial berbasis internet (Ginting et al., 2021).

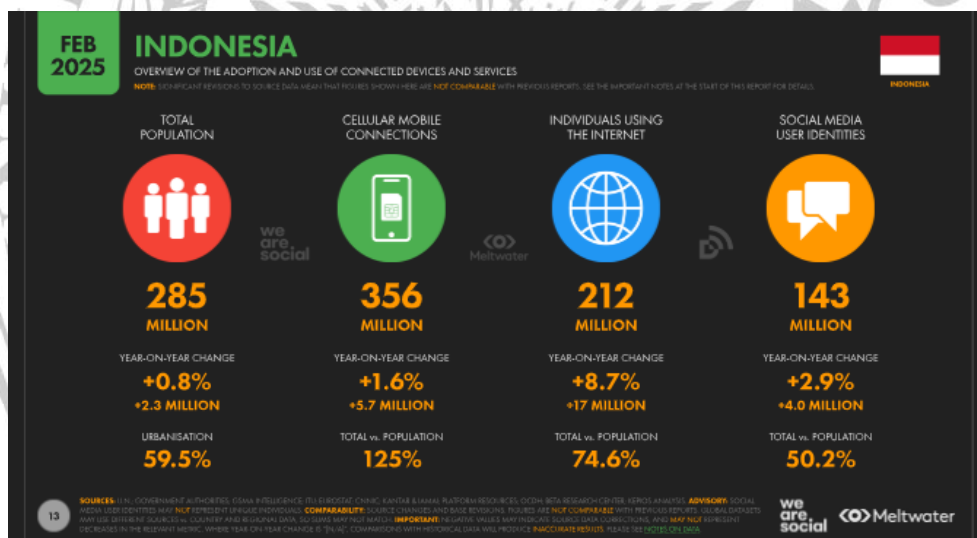
Salah satu media komunikasi yang memiliki peran penting dalam menghubungkan nilai-nilai lokal dengan masalah global adalah *New Media* atau yang sering disebut sebagai media baru. Istilah ini telah digunakan secara luas dan kehadirannya menjadi sangat penting sebagai sarana komunikasi dan juga sebagai bentuk perkembangan media massa modern yang berbasis teknologi digital dan internet. *New Media* atau media baru memiliki sifat yang fleksibel dan interaktif, dan memungkinkan komunikasi simultan dengan orang-orang dan publik (Ginting et al., 2021).

New media atau media baru memungkinkan komunikator dan komunikan untuk bertukar pesan secara cepat, terbuka, dan dinamis melalui platform online. Karena sifat ini, media sosial sangat efektif dalam menyebarkan pesan yang berbasis nilai budaya dan keagamaan (Ginting et al., 2021).

Internet sebagai *New Media* juga memungkinkan penyampaian narasi alternatif yang sering kali tidak diakomodasi oleh media arus utama. Hal ini penting untuk isu-

isu sensitif seperti konflik Palestina-Israel, di mana narasi kemanusiaan dapat disebarluaskan secara luas. Fuchs (2020) menegaskan bahwa *New Media* memberikan ruang bagi gerakan sosial untuk menyuarakan keadilan.

Selain itu, ada juga fakta dari Data Reportal di tahun 2025, menyatakan sebanyak 74,6% dari populasi Indonesia, yang telah terhubung ke internet, menjadikannya salah satu cara utama untuk mengakses dan menyebarkan suatu informasi sosial melalui platform online. Tingginya penetrasi internet menjadikan salah satu platform seperti media sosial menjadi alat yang cukup strategis untuk sebuah kampanye sosial (Tarsidi et al., 2023). Artinya, media sosial bukan hanya tempat untuk menyebarkan informasi, tetapi juga tempat untuk partisipasi publik, yang memungkinkan orang menyuarakan dukungan mereka terhadap masalah sosial dan politik (Tarsidi et al., 2023). Oleh karena itu, internet dan media sosial sangat penting untuk menumbuhkan kesadaran umum dan mendukung gerakan sosial, seperti kampanye boikot barang Israel.



Gambar 1. 1 Penetrasi internet Indonesia di tahun 2025 pada website DataReportal

[Sumber: DataReportal \(2025\)](#)

Data diatas menunjukkan jika media sosial sebagai bagian dari *new media* telah mengubah cara berkomunikasi dengan memungkinkan penyebaran pesan secara cepat, luas, dan interaktif. Platform ini tidak hanya menjadi sarana berbagi informasi, tetapi juga membentuk komunitas daring yang mendukung berbagai isu

sosial. Konten visual seperti gambar dan video di media sosial efektif dalam membangun opini publik dan menyampaikan pesan mengenai gerakan sosial secara emosional dan persuasif serta bagaimana menarik perhatian audiens di tengah banyaknya konten (Anjani dan Irwansyah, 2020).

Salah satu hal yang perlu diperhatikan adalah media sosial meningkatkan keterlibatan audiens melalui fitur seperti likes, comment, dan shares, yang memperkuat dampak terhadap pesan yang disampaikan. Di Indonesia, media sosial telah memobilisasi masyarakat untuk mendukung isu seperti solidaritas Palestina. Keterlibatan audiens di media sosial meningkat setelah Majelis Ulama Indonesia (2023) mengeluarkan Fatwa MUI No. 83/2023 yang berisikan seruan boikot terhadap produk-produk Israel sebagai bagian dari bentuk upaya untuk mendukung perjuangan Palestina. Dengan kata lain media sosial memungkinkan interaksi langsung antara pengirim pesan dan audiens dan juga semakin memperkuat efektivitas terhadap komunikasi sosial tetapi juga perlu perhatikan bahwasanya komentar di media sosial sering menunjukkan perbedaan pendapat (Munandar, 2024).

Konten visual di media sosial, seperti gambar dan video, memiliki daya tarik emosional yang kuat, membuatnya ideal untuk kampanye sosial. Konten visual di media sosial, seperti infografis dan video pendek, secara signifikan mempengaruhi persepsi dan juga sikap audiens terhadap isu sosial di Indonesia (Asmarantika et al., 2022). Media sosial digunakan untuk menyebarkan infografis dan video yang meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat. Konten visual ini menjadikan media sosial sebagai alat strategis untuk komunikasi yang berdampak pada gerakan sosial dan juga bagaimana konten visual tersebut bisa mendorong respon audiens (Asmarantika et al., 2022).

Terkait dengan hal ini, media sosial memungkinkan pembentukan solidaritas global dengan menghubungkan individu dari berbagai negara untuk mendukung isu bersama. Media sosial juga telah memobilisasi dukungan internasional untuk Palestina melalui kampanye seperti Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS). Media sosial menjadi arena perdebatan global tentang gerakan kampanye tersebut. Di Indonesia, media sosial memperkuat solidaritas dengan Palestina melalui konten yang relevan. Ini menegaskan peran media sosial dalam gerakan lintas batas

(Khairunisa et al., 2022). Salah satu media sosial yang paling terlihat dalam hal ini adalah Instagram. Awalnya, platform ini terkenal sebagai lokasi untuk membagikan gambar, foto, dan video yang disertai dengan keterangan (Sutrisno dan Mayangsari, 2021). Instagram juga secara khusus menyoroti efektivitas dalam menyampaikan pesan persuasif melalui konten visual, seperti infografis dan cerita (stories), yang meningkatkan keterlibatan audiens muda di Indonesia (Asmarantika et al., 2022). Platform ini telah menjadi alat utama untuk gerakan sosial, termasuk gerakan solidaritas Palestina, karena kemampuannya yang mampu menjangkau audiens secara luas dan interaktif. Oleh karena itu, Instagram relevan untuk analisis



komunikasi gerakan sosial di Indonesia.

Gambar 1. 2 Salah satu konten visual pada akun Instagram

Sumber: Official Instagram @gerakanbds (2024)

Fitur visual Instagram, seperti infografis dan video pendek, memungkinkan penyampaian pesan yang kompleks dalam format yang mudah dipahami. Dalam konteks mengenai gerakan boikot, Instagram digunakan untuk menyebarkan daftar produk yang harus diboikot. Konten visual di Instagram meningkatkan dukungan publik terhadap boikot dan juga fiturnya membuat Instagram menjadi platform

yang strategis untuk kampanye sosial karena sangat penting dalam memperkuat daya tarik pesan pada gerakan sosial (Munandar, 2024).

Instagram memungkinkan keterlibatan audiens melalui interaksi seperti likes, komentar, dan shares, yang mengukur dampak konten. Kampanye BDS di Instagram telah memicu diskusi publik yang luas di Indonesia. Konten kampanye boikot yang disebarluaskan melalui Instagram meningkatkan kesadaran sosial dan mempengaruhi preferensi konsumsi terhadap kelompok usia muda. Ini membuktikan kemampuan Instagram untuk mendorong partisipasi publik melalui komunikasi visual (Rohaya et al., 2024).

Penggunaan Instagram di Indonesia banyak dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan yang mencerminkan selaras dengan budaya dan nilai-nilai agama, seperti dukungan terhadap Palestina. Konten di Instagram yang menyoroti prinsip-prinsip Islam juga berkontribusi pada peningkatan dukungan terhadap BDS. Melalui Instagram, organisasi seperti @gerakanbds dapat berinteraksi dengan masyarakat setempat, inilah yang membuat Instagram menjadi platform yang penting untuk gerakan sosial berdasarkan identitas (Makrufah dan Fahrurrozi, 2024).

Instagram telah menjadi tempat bagi masyarakat untuk memperjuangkan berbagai isu sosial, termasuk dukungan untuk Palestina. Akun seperti @gerakanbds memanfaatkan Instagram untuk memberikan pendidikan kepada publik mengenai boikot terhadap produk-produk Israel. Patria Kumara (2024) menemukan bahwa 65% masyarakat Indonesia mendukung tindakan boikot, dengan banyak dari mereka terpengaruh oleh kampanye di Instagram. Gerakan ini menunjukkan betapa efektifnya menggunakan Instagram dalam menggerakkan masyarakat karena Instagram berfungsi sebagai alat utama untuk gerakan masyarakat.

Gerakan sosial di Instagram sering menimbulkan konflik dan dinamika masyarakat lainnya. Kampanye Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS) di platform ini telah memicu perdebatan tentang produk mana yang harus dihindari. Aktivitas di Instagram bahkan dapat memicu vigilantisme online atau tindakan menegakkan keadilan sendiri tanpa melalui hukum yang resmi, seperti penyebaran kebencian. Instagram tetap berhasil meningkatkan kesadaran sosial. Dinamika ini menunjukkan betapa kompleksnya gerakan digital (Ningrum dan Aminulloh,

2024).

Salah satu gerakan yang mencolok dalam dunia digital adalah Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS). Ini merupakan kampanye internasional yang dimulai pada tahun 2005 dengan maksud memberikan tekanan kepada Israel melalui boikot baik secara ekonomi maupun politik. Di Indonesia, BDS diperkenalkan melalui Instagram untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk-produk yang berkaitan dengan Israel. Gerakan ini mendapatkan respons positif, terutama setelah diterbitkannya Fatwa MUI No. 83/2023 yang memperkuat dukungan terhadap kampanye ini di kalangan komunitas Muslim di Indonesia (Makrufah dan Fahrurrozi, 2024).

Gerakan Instagram ini mencakup audiens internasional dan lokal. Kampanye BDS sudah mencapai jutaan orang di Indonesia dan secara signifikan meningkatkan dukungan untuk Palestina. Kampanye yang berlangsung di Instagram dapat mendorong keterlibatan masyarakat dalam gerakan boikot. Cakupan serta pengaruhnya menunjukkan bahwa Instagram memiliki kemungkinan besar sebagai sarana untuk gerakan sosial dalam bentuk digital (Munandar, 2024).

Hal ini menjadi relevan, komentar-komentar yang muncul di platform media sosial sering kali memberikan cerminan terhadap berbagai tanggapan, mulai dari dukungan, pertanyaan, hingga penolakan, yang menunjukkan bahwa ada kerumitan dalam tanggapan audiens terhadap pesan dari suatu kampanye sosial (Papacharissi, 2015). Artinya, komentar-komentar ini juga dapat menunjukkan tentang adanya polarisasi, yaitu munculnya dua kelompok dengan pandangan yang sangat berbeda atau bahkan bertentangan satu sama lain (Mak et al., 2024).

Walaupun begitu, kita tidak boleh melupakan salah satu tantangan terbesar dalam bidang komunikasi adalah dengan menilai seberapa efektif kampanye Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS) di Instagram karena reaksi dari audiens, seperti komentar, sering kali bervariasi, mencerminkan partisipasi atau dukungan mereka, lalu perbedaan pandangan, atau bahkan pertikain. Pentingnya penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk menganalisis apa saja kata atau istilah dominan yang muncul dalam komentar pengguna Instagram pada akun @gerakanbds terkait gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS) sehingga dapat mengevaluasi pengaruh komunikasi yang strategis dalam mendorong kesadaran dan juga partisipasi sosial

masyarakat Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Apa saja kata atau istilah dominan yang muncul dalam komentar pada akun Instagram @gerakanbds?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengidentifikasi kata atau istilah dominan yang muncul dalam komentar pengguna Instagram pada akun @gerakanbds terkait gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS)?

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Praktis

- a. Memberikan pemahaman kepada aktivis sosial, pengelola kampanye digital, dan juga ahli komunikasi tentang tren komentar serta tanggapan dari audiens terkait kampanye boikot di platform media sosial, terutama Instagram.
- b. Dapat menjadi pedoman strategis bagi profesional di bidang media sosial, tim kreatif kampanye digital, serta penggiat komunikasi sosial untuk merancang sebuah komunikasi digital yang lebih efisien dan sesuai dengan keterlibatan audiens.
- c. Bermanfaat bagi organisasi masyarakat sipil maupun institusi keagamaan agar dapat menganalisis kecenderungan terkait opini publik serta narasi solidaritas yang muncul di ruang digital.

1.5.2 Akademis

- a. Menambah sumber dalam studi ilmu komunikasi digital, terutama yang berkaitan dengan aktivisme daring, keterlibatan audiens dan juga konsumerisme politik di media sosial.
- b. Memberikan pemahaman bagi peneliti dan juga para pengajar akademik tentang bagaimana cara opini bersama dibangun melalui komentar digital terkait isu kemanusiaan.
- c. Menyediakan cara analisis yang efisien dalam penelitian komunikasi, yaitu dengan memanfaatkan pemrosesan data teks digital untuk mengenali makna dan reaksi audiens terhadap kampanye sosial.