

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di era digital ini menjadikan media memiliki kekuatan besar untuk memengaruhi pandangan masyarakat. Selain sebagai tujuan komersial, media juga harus bertindak secara sosial dengan cara bertanggung jawab dan mempromosikan nilai-nilai sosial. Ini mencerminkan asumsi bahwa media memiliki peran budaya yang besar, yaitu media membentuk pandangan masyarakat dan pesan-pesannya dianggap penting (Kung, 2017, p. 38).

Media sosial telah menjadi platform untuk mendapatkan informasi dan berita yang relevan yang sesuai minat dan personal sehingga mempengaruhi cara manusia berpikir dan bersikap sesuai dengan preferensi. Media sosial mengirimkan pilihan berita yang dipilih oleh algoritma secara langsung ke ponsel, dan konten dapat diakses kapan dan di mana saja, semakin banyak media yang bersaing untuk mendapatkan perhatian konsumen (Kung, 2017, p. 74). Media sosial memiliki pengaruh dalam membentuk representasi sosial individu, yaitu informasi yang didapatkan melalui media sosial kerap mempengaruhi sikap dan pandangan terhadap berbagai isu. Banyak dari representasi sosial individu yang berasal dari pengetahuan yang dikomunikasikan melalui media massa

dan dijelaskan lebih lanjut untuk memahami kehidupan (Augoustinos et al., 2015, p. 161).

Indonesia saat ini menurut laporan Datareportal mengungkapkan bahwa terdapat 185,3 juta pengguna media sosial. Sementara pengguna aktif media sosial per Januari 2024 adalah 139 juta orang dan angka penetrasi atau persentase pengguna media sosial adalah 49,9% dari total jumlah populasi nasional. Dari data yang dipublikasikan, diketahui terdapat 126,8 juta pengguna media sosial yang berusia di atas 18 tahun. Salah satu media sosial yang banyak digunakan dan memiliki interaksi tinggi adalah Instagram.

Instagram telah dimanfaatkan bagi banyak pihak untuk menyebarkan informasi dan kampanye sosial yang dapat meningkatkan kesadaran dan sikap terhadap isu tertentu. Untuk membangun kesadaran, pesan harus dibuat menarik agar dapat mempengaruhi dan mengedukasi mengenai informasi yang disampaikan (Hamidah & Kussusanti, 2024). Berbagai fitur yang ada, seperti Instagram Stories, IGTV, dan Reels, memudahkan pengguna untuk berbagi konten informatif dengan cara yang menarik dan interaktif dan berpotensi membantu membentuk sikap masyarakat. Setiap individu dapat memperoleh informasi secara instan dengan jaringan digital yang memiliki pengaruh besar dalam mempengaruhi pengguna (Fanesa & Loisa, 2022).

Instagram menjadi platform untuk menyuarakan isu-isu yang ada di masyarakat. Satu isu yang kerap diperbincangkan dan menjadi perhatian oleh masyarakat Indonesia maupun global adalah isu kemanusiaan di Palestina. Data yang dirilis secara berkala oleh *Palestinian Central Bureau of Statistics (PCBS)* ini memaparkan informasi dan memberikan data jumlah warga Palestina yang menjadi korban tewas di Gaza akibat serangan Israel. Hingga tanggal 19 Februari 2025, tercatat terdapat 49.214 warga Palestina dinyatakan tewas. Angka ini menggambarkan dampak dari serangan Israel yang berlangsung selama bertahun-tahun dan mengakibatkan hilangnya nyawa termasuk masyarakat sipil dan anak-anak.

Respons terhadap isu tersebut memunculkan Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi. Berdasarkan laman resmi BDS Movement, Gerakan BDS merupakan gerakan Boikot, Divestasi, dan pemberian Sanksi yang dibuat pada tahun 2005. Gerakan ini terinspirasi oleh gerakan anti-apartheid di Afrika Selatan yang memperjuangkan untuk mengakhiri diskriminasi rasial dan ketidakadilan yang menimpa penduduk non-kulit putih. Tujuan utama Gerakan BDS adalah mendesak tindakan Israel agar mematuhi hukum internasional. BDS menegaskan prinsip bahwa rakyat Palestina memiliki hak seperti hak-hak yang sama seperti seluruh umat manusia. Gerakan ini menjadi alat perjuangan dan dukungan terhadap masyarakat Palestina dengan menekan Israel melalui pemutusan hubungan bisnis dengan perusahaan atau organisasi yang berafiliasi dengan Israel (Ula et al., 2024).

Gerakan BDS mengeluarkan sasaran target boikot dengan empat bagian. Berdasarkan laman Tempo, empat bagian produk target boikot adalah, *Consumer Boycott Target* yaitu memboikot merek yang memiliki rekam jejak perusahaan yang terbukti terlibat dalam mendukung Israel, *Divesment Targets* yaitu upaya menekan pemerintah, lembaga untuk mengeluarkan investasi dari perusahaan-perusahaan yang mendukung Israel, *Pressure (non-boycott)* yaitu seruan kampanye tekanan terhadap produk atau layanan agar menghentikan dukungannya kepada Israel, dan *Organic Boycott Targets* yaitu sasaran boikot produk karena dukungannya kepada genosida Israel.

Gerakan BDS ini secara aktif disuarakan melalui platform media sosial. Salah satunya adalah Instagram yang dapat mempengaruhi sikap masyarakat mengenai isu ini. Kini telah muncul akun-akun yang kerap membahas mengenai isu kemanusiaan dan Gerakan di BDS, salah satunya adalah akun Instagram @gerakanbds yang berfokus pada isu krisis kemanusiaan yang terjadi di Palestina. Akun instagram @gerakanbds menyajikan mengenai kampanye global yaitu BDS Movement yang dilakukan sebagai aksi protes sebagai respons terhadap serangan Israel pada Palestina. Akun @gerakanbds ini dibuat pada Bulan Mei 2021 dengan unggahan pertama yang diunggah pada 29 Mei 2021. Hingga per 20 Februari 2025 akun ini telah mengunggah 79 unggahan dan memiliki sebanyak 95.3 ribu pengikut.

Peneliti memilih akun Instagram @gerakanbds didasarkan beberapa pertimbangan yaitu, pertama, akun @gerakanbds secara aktif dan konsisten membuat *update* berkala mengenai daftar boikot seperti produk dan perusahaan yang dianggap terlibat dalam genosida Israel, kedua, memiliki tingkat keterlibatan pengguna atau *engagement* yang lebih tinggi yang ditunjukkan melalui banyaknya *followers*, *likes*, komen, dan *share* pada konten yang disajikan dibanding akun serupa lainnya, serta yang ketiga, akun Instagram @gerakanbds secara aktif membuat kegiatan-kegiatan seperti diskusi melalui Zoom Meeting dan aksi solidaritas yang mengajak *followers* agar terlibat langsung dengan gerakan. Berikut ini adalah perbandingan akun-akun Instagram sejenis yang membahas terkait isu kemanusiaan dan Gerakan BDS.

**Tabel 1. 1 Jumlah *Followers* Instagram @gerakanbds dan Akun Sejenis**

<b>Akun Instagram</b>	<b><i>Followers</i></b>	<b>Rata-Rata <i>Like</i></b>
@gerakanbds	99.713	8.275
@baikberisik	29.890	303
@bdsindonesia	3.289	186

Sumber: Data Olahan Penulis, diolah pada 14 Mei 2025 pukul 22.50

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa akun Instagram @gerakanbds memiliki *followers* berjumlah 99.713 yakni angka tersebut lebih besar dibanding akun Instagram sejenis lainnya yang juga membahas mengenai Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi di Indonesia seperti akun @baikberisik dengan 29.890 *followers* dan akun @bdsindonesia dengan 3.289 *Followers*. Besarnya jumlah *followers* pada akun @gerakanbds juga

memperlihatkan lebih banyaknya jangkauan audiens dan konten yang dibuat tersebar lebih luas.

**Gambar 1. 1 Konten Instagram @gerakanbds**



Sumber: @gerakanbds, diakses pada 2 Oktober 2024 pukul 23.30

Gambar di atas adalah salah satu konten yang diunggah oleh akun Instagram @gerakanbds. Akun Instagram @gerakanbds aktif dalam melakukan interaksi dengan para pengikutnya, contohnya ketika memberikan tanggapan atas pertanyaan yang diajukan oleh pengikutnya. Pertanyaan itu bukan dijawab secara langsung di kolom komentar, akun @gerakanbds memilih untuk memberikan jawaban pada pertanyaan yang diberikan dengan cara yang lebih menarik. Setiap pertanyaan yang didapatkan tidak hanya dijawab secara singkat, tetapi dengan cara menggabungkan pertanyaan dan jawaban dan diolah menjadi bentuk konten unggahan di Instagram yang dibuat untuk menjelaskan jawaban secara lebih mendalam dan lebih detail.

Melalui cara tersebut, akun @gerakanbds menggabungkan pertanyaan dan jawaban ke dalam format konten yang lebih menarik seperti infografis yang kemudian diunggah pada *feeds* atau membuat *highlight* yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang seringkali ditanyakan oleh pengikutnya. Informasi disampaikan dengan cara visual sehingga dapat lebih menarik perhatian dan mudah dipahami.

**Gambar 1. 2 Unggahan Konten Instagram @gerakanbds**



Sumber: @gerakabds, diakses pada 20 Februari 2025 pukul 21.43

Gambar di atas merupakan konten pada akun @gerakanbds yang berjudul "Boikot Apa Aja?". Konten ini adalah *update* terbaru dari *list* boikot yang diunggah pada tanggal 3 Desember 2024 dengan total *likes* 26.3 ribu, 408 komentar, dan 9.598 bagikan per 20 Februari 2025. Konten ini dipilih untuk diteliti adalah karena konten ini selalu diperbarui secara berkala secara konsisten memberikan *update list* boikot dengan tingkat Super Jahat dan Jangan Beli. Konten ini memberikan informasi dari riset yang dilakukan oleh tim @gerakanbds mengenai *brand target* yang memiliki kontribusi

besar dengan beberapa pertimbangan sehingga *brand* yang terdaftar dalam *list* menjadi lebih mudah untuk dihindari dan diboikot oleh masyarakat luas.

Akun instagram @gerakanbds menyajikan *list* target boikot utama pada *brand* yang memiliki kontribusi dan terlibat langsung dalam kejahatan genosida yang dilakukan Israel. *List* yang diberikan oleh @gerakanbds bertujuan untuk melakukan boikot yang lebih fokus dan terarah. Akun Instagram @gerakanbds secara aktif memberikan daftar yang terus *update* mengenai target boikot sehingga pengikutnya akan selalu mendapatkan informasi terbaru mengenai *brand-brand* yang memiliki keterlibatan langsung dengan Israel. Daftar ini disajikan dengan format infografis yang membuat informasi lebih mudah dipahami oleh para pengikut. Akun Instagram @gerakanbds juga memberikan penjelasan mengenai alasan mengapa *brand-brand* yang ada masuk ke dalam target boikot.

Mekanisme boikot yang disampaikan oleh akun @gerakanbds adalah dilakukan dengan tidak membeli barang yang memiliki afiliasi dengan Israel. Gerakan BDS ini dilakukan secara berkelanjutan hingga perusahaan-perusahaan tersebut secara terbuka menyatakan komitmen untuk menghentikan dukungan kepada Israel.

Gerakan BDS ini telah disebarakan oleh pengguna media sosial dan mendapat beragam reaksi mulai dari pro dan kontra. Masyarakat yang pro

pada gerakan ini beranggapan sebagai bentuk solidaritas terhadap perjuangan rakyat Palestina. Namun, masyarakat yang kontra khawatir bahwa gerakan boikot ini akan merugikan perekonomian Indonesia dan sulit melakukan boikot perusahaan-perusahaan yang merupakan merek besar dan ternama, serta kekhawatiran akan ancaman kehilangan pekerjaan pada tenaga kerja lokal (Ula et al., 2024).

Menghadapi kekhawatiran dan perbedaan reaksi dari gerakan BDS, maka diperlukan adanya pemahaman mendalam mengenai informasi gerakan BDS yang lebih lanjut tanpa adanya kekeliruan informasi. Hal ini dikarenakan sikap masyarakat terhadap gerakan BDS dipengaruhi oleh bagaimana media sosial memberikan informasi. Tren di media sosial memiliki dampak pada pandangan terhadap isu sosial dan politik. Gerakan-gerakan yang berkembang melalui media sosial mempengaruhi sikap masyarakat pada ketidakadilan sosial di masyarakat (Fauzy & Ratnawati, 2025). Gerakan BDS ini memiliki tujuan untuk memberikan tekanan pada Israel agar menghentikan pelanggaran HAM kepada rakyat Palestina. Informasi yang diperlukan berupa penjelasan mengenai gerakan BDS yang menyerukan dan mendorong gerakan boikot produk atau perusahaan yang mendukung Israel yaitu dengan membuat konsumen untuk membuat pilihan mengenai produk yang mereka beli dan dukung. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji bagaimana media sosial berperan dalam membentuk pemahaman dan sikap terhadap gerakan ini.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang masalah yang telah disampaikan, indentifikasi masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Pengaruh media sosial terhadap sikap kesadaran mengenai Gerakan BDS belum banyak diteliti secara khusus, terutama yang berfokus pada Instagram @gerakanbds.
- b. Pemahaman mengenai Gerakan BDS sudah menimbulkan kesadaran, tapi tingkat keterlibatan dalam tindakan secara nyata masih kurang dilakukan.

## 1.3. Rumusan Masalah

Fokus penelitian ini adalah melihat kesadaran masyarakat mengenai daftar utama gerakan BDS. Sehingga konten yang terdapat pada akun Instagram @gerakanbds mengenai gerakan BDS dapat mempengaruhi sikap *followers* mengenai kesadaran gerakan BDS dan memperjelas isu yang diangkat serta mengkampanyekan kepada masyarakat untuk menunjukkan sikap secara aktif. Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, pernyataan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana media sosial Instagram @gerakanbds mengenai Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement) terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina?

2. Bagaimana sikap *followers* Mengenai kesadaran mengenai Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement) terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina?
3. Apakah terdapat pengaruh media sosial instagram @gerakanbds terhadap sikap *followers* mengenai kesadaran Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement) terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina?

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan dan rumusan masalah sebelumnya, fokus penelitian ini adalah akun media sosial Instagram @gerakanbds yaitu konten yang diunggah pada tanggal 3 Desember 2024 mengenai informasi daftar *brand* sasaran target boikot. Karena itu, tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui media sosial Instagram @gerakanbds mengenai Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement) terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina.
2. Mengetahui sikap *followers* mengenai kesadaran Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement) terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina.
3. Mengetahui pengaruh media sosial instagram @gerakanbds terhadap sikap *followers* mengenai kesadaran Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement) terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina.

## 1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki sejumlah manfaat di dalamnya diantaranya sebagai berikut:

### 1.5.1. Manfaat Akademis

Manfaat penelitian ini secara akademis adalah diharapkan mampu memberikan kontribusi penelitian terhadap kajian studi ilmu komunikasi pada bidang komunikasi massa dan *new media*, khususnya mengenai sikap kesadaran Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement).

### 1.5.2. Manfaat Praktis

Dari segi praktis, temuan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para praktisi komunikasi, media, serta praktisi kemanusiaan. Hasil penelitian dapat berkontribusi mengenai pemanfaatan media sosial mengenai sikap kesadaran Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS Movement) terkait Pelanggaran HAM oleh Israel di Palestina.

*Intelligentia - Dignitas*