

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Konflik berkepanjangan antara Israel dan Palestina telah menjadi isu internasional yang memunculkan reaksi solidaritas dari berbagai negara, termasuk Indonesia. Bentuk solidaritas tersebut tidak hanya ditunjukkan melalui diplomasi atau bantuan kemanusiaan, tetapi juga melalui aksi boikot terhadap produk-produk yang diasosiasikan mendukung keberpihakan kepada Israel. Salah satu gerakan global yang mengusung strategi ini adalah gerakan Boycott, Divestment, and Sanctions (BDS), yang bertujuan memberikan tekanan ekonomi terhadap Israel agar menghentikan penjajahan terhadap tanah Palestina (Barghouti, 2011).

Di Indonesia, yang mayoritas penduduknya beragama Islam, dukungan terhadap Palestina bersifat luas dan mendalam. Isu Palestina bukan sekadar persoalan politik, tetapi juga dianggap sebagai isu kemanusiaan dan keagamaan. Oleh karena itu, banyak komunitas Muslim yang meresponsnya dengan cara yang religius dan simbolis, termasuk dengan memboikot produk-produk tertentu. Salah satu komunitas yang aktif dalam hal ini adalah kelompok ibu-ibu pengajian, yang memiliki posisi strategis dalam menyebarkan nilai-nilai sosial dan keagamaan di tengah masyarakat (Azhari, 2021).

Ibu-ibu pengajian tidak hanya terlibat dalam kegiatan spiritual, tetapi juga menjadi agen perubahan dalam lingkup keluarga dan komunitas. Mereka kerap menjadi sumber informasi, pengambil keputusan rumah tangga, sekaligus penggerak moral dalam komunitasnya (Mulia, 2005). Dengan peran sosial dan spiritual yang mereka miliki, persepsi ibu-ibu pengajian terhadap isu-isu seperti pemboikotan produk Israel akan sangat memengaruhi sikap kolektif masyarakat di sekitarnya (Nasrullah, 2012). Namun demikian, persepsi tersebut tidak terbentuk begitu saja. Ia terbentuk melalui proses sosialisasi nilai, interaksi sosial, dan konstruksi realitas yang dipengaruhi oleh wacana agama serta informasi yang diterima dari berbagai sumber, termasuk media sosial dan lingkungan sekitar (Berger & Luckmann, 1991; Habermas, 1984).

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010), persepsi konsumen terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh pengalaman, nilai-nilai pribadi, serta informasi yang diterima dari lingkungan sosial. Dalam hal ini, lingkungan pengajian, narasi-narasi keagamaan, dan informasi dari media sosial menjadi sumber utama pembentukan persepsi ibu-ibu pengajian. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mereka

terhadap gerakan boikot sebagai aksi sosial-politik, bukan sekadar tindakan simbolis atau emosional.

Di sisi lain, arus informasi yang tidak terkendali di media sosial membuat masyarakat sering kali menerima narasi yang tidak sepenuhnya benar atau bahkan menyesatkan. Banyak informasi terkait boikot produk Israel yang viral, namun belum tentu berdasarkan fakta dan data valid. Hal ini menimbulkan risiko bahwa persepsi ibu-ibu pengajian terhadap isu ini lebih bersifat reaktif ketimbang reflektif (Haryanto, 2022). Kondisi ini menuntut adanya kajian akademik untuk memahami bagaimana pemaknaan dan sikap mereka terbentuk. Penelitian ini penting dilakukan agar kita dapat memahami lebih dalam bagaimana gerakan sosial internasional seperti boikot terhadap produk Israel dipahami dan direspon oleh kelompok masyarakat lokal, khususnya kelompok ibu-ibu pengajian. Apakah mereka memahami konteks politik dan sejarah gerakan tersebut, atau hanya mengikutinya sebagai bentuk ekspresi solidaritas keagamaan yang tidak kritis? Ini menjadi pertanyaan utama yang mendorong dilakukannya studi ini.

Selain itu, pemahaman terhadap persepsi ibu-ibu pengajian juga penting dalam konteks perilaku konsumsi. Sebagai pengelola kebutuhan rumah tangga, keputusan mereka dalam memilih atau menolak suatu produk berimplikasi pada dinamika pasar. Oleh karena itu, persepsi mereka terhadap boikot produk Israel dapat mempengaruhi keputusan konsumsi yang berdampak ekonomi, terutama pada produk-produk yang masuk daftar boikot publik. Dari sudut pandang antropologi, persepsi terhadap boikot juga mencerminkan dinamika budaya, identitas kolektif, dan solidaritas umat. Ibu-ibu pengajian sebagai bagian dari komunitas religius memainkan peran dalam membangun narasi bersama terhadap isu global. Maka, pemahaman terhadap isu ini tidak bisa dilepaskan dari dimensi nilai, ideologi, dan pengalaman keseharian mereka dalam menjalani peran sebagai istri, ibu, dan anggota masyarakat.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang utuh mengenai bagaimana gerakan boikot dipahami oleh kelompok masyarakat yang religius dan terorganisir secara informal. Temuan ini tidak hanya penting bagi ilmu sosial dan komunikasi, tetapi juga bagi organisasi-organisasi yang ingin mengedukasi publik tentang pentingnya solidaritas yang cerdas dan berbasis informasi. Literasi kritis menjadi kunci agar gerakan seperti boikot tidak hanya menjadi simbol protes, tetapi juga alat perubahan yang efektif dan bertanggung jawab. Dengan memahami persepsi ibu-ibu pengajian secara komprehensif, penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi pada penguatan kesadaran sosial masyarakat Indonesia dalam merespons isu kemanusiaan global. Hasilnya diharapkan

bisa menjadi bahan evaluasi dan refleksi dalam membangun strategi komunikasi dan edukasi sosial yang lebih mendalam dan kontekstual, khususnya dalam gerakan solidaritas Palestina yang terus berkembang.

Melalui eksplorasi yang mendalam terhadap gerakan pemboikotan produk Israel, penelitian ini berpotensi untuk memberikan wawasan baru tentang bagaimana gerakan sosial global dapat diadaptasi dan dipahami dalam konteks lokal. Selain itu, penelitian ini juga membuka peluang untuk memahami bagaimana identitas budaya lokal, seperti yang ada di Makassar, dapat memberikan warna unik pada gerakan solidaritas global. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bersifat deskriptif tetapi juga reflektif, berkontribusi pada dialog yang lebih luas tentang bagaimana membangun solidaritas global yang inklusif, efektif, dan berkelanjutan.

Setelah melakukan riset terhadap berbagai penelitian sebelumnya, penulis menemukan beberapa studi yang relevan terkait dengan pemboikotan produk Israel. Penelitian-penelitian tersebut mencakup analisis tentang bagaimana masyarakat memaknai tindakan pemboikotan sebagai bentuk solidaritas politik, ekonomi, dan kemanusiaan. Studi-studi ini mencakup berbagai sumber seperti buku, jurnal, skripsi, serta artikel ilmiah yang memberikan wawasan tentang persepsi dan implementasi gerakan pemboikotan di berbagai tingkat, baik lokal maupun global.

Pertama, Muhammad Risqi Septiazi dkk, (2023) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Gerakan Boikot Produk Israel di Indonesia”, yang ditulis oleh Muhammad Risqi Septiazi dan rekan-rekan bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana media sosial berperan dalam mempengaruhi gerakan boikot produk-produk Israel di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan studi literatur dan wawancara untuk mengumpulkan data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki dampak signifikan dalam memperkuat kesadaran masyarakat tentang isu-isu terkait boikot. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk menyebarkan informasi, tetapi juga sebagai sarana mobilisasi dan pengorganisasian aksi boikot. Penelitian ini menggarisbawahi bahwa kegiatan boikot yang dipromosikan melalui media sosial dapat mendorong partisipasi publik dan menciptakan tekanan sosial terhadap perusahaan-perusahaan yang dianggap mendukung Israel.

Kedua, “Peran Media Sosial Terhadap Penerapan Boikot Produk Israel di Indonesia” yang ditulis oleh Dwi Novaria Misidawati, dkk (2024), tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan menganalisis pengaruh media sosial dalam memfasilitasi gerakan boikot terhadap produk yang mendukung Israel di Indonesia. Penelitian ini berfokus pada peran media

sosial dalam menyebarkan informasi, membentuk opini publik, dan menggerakkan aksi boikot di kalangan masyarakat, khususnya terkait isu kemanusiaan di Palestina. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti melakukan analisis konten pada berbagai platform media sosial seperti Twitter, Instagram, dan TikTok untuk mengidentifikasi bagaimana pengguna menyebarkan pesan dan melakukan kampanye boikot. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan aktivis, dan analisis dokumen yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran krusial dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai isu-isu terkait Palestina dan mendorong tindakan boikot. Penelitian ini menemukan bahwa kampanye boikot yang diorganisir melalui media sosial berhasil mempengaruhi perilaku konsumen, di mana banyak masyarakat Muslim di Indonesia memilih untuk tidak membeli produk yang dianggap mendukung kebijakan Israel. Selain itu, fatwa dari lembaga keagamaan seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) juga berkontribusi dalam memperkuat keputusan masyarakat untuk melakukan boikot terhadap produk-produk yang terafiliasi dengan Israel. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform komunikasi, tetapi juga sebagai alat yang efektif untuk mobilisasi sosial dan pembentukan opini publik dalam konteks isu-isu global yang kompleks.

Ketiga, Kekuatan Digital: Gerakan Warganet Atas Penolakan Genosida di Palestina yang ditulis oleh Hapni Laila Siregar dkk (2024) membahas peran penting media sosial dalam menyuarakan penolakan terhadap genosida di Palestina. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran angket kepada pengguna media sosial untuk mengumpulkan data mengenai kesadaran dan partisipasi mereka dalam gerakan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menunjukkan kesadaran tinggi mengenai isu genosida dan aktif terlibat dalam kampanye solidaritas di media sosial. Media sosial berfungsi tidak hanya sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai platform untuk mengorganisir dukungan dan aksi kemanusiaan, seperti penggalangan dana. Namun, penelitian ini juga menekankan risiko disinformasi yang dapat muncul dari penggunaan media sosial, sehingga penting untuk memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya. Dengan partisipasi aktif dalam menggunakan media sosial, masyarakat dapat mendorong gerakan kemanusiaan secara global dan meningkatkan kesadaran tentang genosida di Palestina.

Keempat, Nasution, R. (2023) dalam penelitiannya yang berjudul "Persepsi Konsumen Muslim terhadap Boikot Produk Israel di Indonesia", Nasution menganalisis bagaimana nilai-nilai keislaman memengaruhi

perilaku konsumsi masyarakat Muslim terhadap produk-produk yang dikaitkan dengan dukungan terhadap Israel. Penelitian ini menemukan bahwa solidaritas terhadap Palestina, ajakan tokoh agama, dan pengaruh media sosial menjadi faktor utama pendorong pemboikotan. Namun, respon masyarakat cenderung bersifat emosional dan belum diiringi pemahaman mendalam tentang konteks gerakan BDS (Nasution, 2023).

Kelima, Azhari, M. (2021) dalam penelitiannya yang berjudul "Peran Ibu-Ibu Pengajian dalam Meningkatkan Kesadaran Sosial di Masyarakat" menunjukkan bahwa komunitas ibu-ibu pengajian memiliki pengaruh penting dalam membentuk opini publik di lingkungan sosial mereka. Pengajian menjadi ruang sosial tempat menyampaikan nilai-nilai keagamaan, sosial, dan kemanusiaan. Meskipun penelitian ini tidak secara khusus membahas isu boikot, namun menjadi dasar penting dalam melihat bagaimana nilai solidaritas dan kesadaran sosial dikonstruksi dalam komunitas keagamaan perempuan (Azhari, 2021).

Keenam, "Perilaku Konsumsi Terhadap Boikot Produk Pro Israel" oleh Samsu Karim Sormin dan Farra Diba Maulida Malik tahun 2024, tulisan ini membahas tentang analisis mendalam mengenai bagaimana konsumen merespons seruan boikot terhadap produk-produk yang berafiliasi dengan Israel. Penelitian ini kemungkinan besar menggali faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih atau menghindari produk-produk tertentu, seperti faktor agama, politik, sosial, dan psikologis. Selain itu, jurnal ini membahas dampak dari kampanye boikot terhadap perilaku konsumen secara keseluruhan, serta tantangan dan peluang yang muncul dalam implementasi boikot produk pro-Israel. Dengan kata lain, studi ini memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana isu Palestina dan boikot produk-produk terkait dapat membentuk pola konsumsi masyarakat.

Ketujuh, "Vigilantisme Digital dalam Aksi Boikot Produk Israel di Media Sosial" oleh Ayu Jelita Ningrum dan Akhirul Aminulloh (2024) tulisan ini membahas tentang membahas bagaimana media sosial telah menjadi alat yang efektif bagi masyarakat untuk mengkoordinasikan tindakan boikot, memobilisasi dukungan, dan menuntut pertanggungjawaban moral dari perusahaan yang dianggap berkolaborasi dengan kepentingan Israel. Artikel ini memanfaatkan teori vigilantisme digital untuk menjelaskan bagaimana pengguna media sosial berpartisipasi dalam aksi boikot. Dalam artikel ini, penulis menggarisbawahi bahwa aksi ini didorong oleh perasaan tanggung jawab moral dan solidaritas terhadap Palestina, meskipun terkadang mengabaikan proses hukum yang formal.

Kedelapan, Analisis Konten Husein Basyaiban Terhadap Pemboikotan Produk-Produk yang Mendukung Israel melalui Media TikTok" oleh Nalla Shakira Nasution dan Khatibah (2024) tulisan ini membahas tentang bagaimana Husein Basyaiban, seorang konten kreator, menggunakan platform TikTok untuk mendukung kampanye boikot terhadap produk-produk yang dianggap mendukung Israel. Penelitian ini fokus pada analisis konten TikTok yang dibuat oleh Basyaiban, mengeksplorasi cara penyampaian pesan, strategi persuasif, dan respons audiens terhadap konten tersebut. Tulisan ini menyoroti pentingnya TikTok sebagai medium baru dalam mempengaruhi opini publik, khususnya di kalangan generasi muda. Husein Basyaiban dianggap berhasil memanfaatkan fitur TikTok, seperti video pendek yang interaktif, penggunaan musik dan efek visual, serta tagar yang relevan, untuk menyampaikan pesan politik dengan cara yang menarik dan mudah dipahami.

Kesembilan, Asnawati (2020) dalam penelitiannya yang berjudul "Pemahaman Mahasiswa terhadap Gerakan BDS dalam Perspektif Politik Global", Asnawati menyoroti tingkat pemahaman mahasiswa terhadap gerakan BDS (Boycott, Divestment, Sanctions). Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun banyak yang mengetahui gerakan ini secara umum, hanya sebagian kecil yang memahami tujuan, strategi, dan dampaknya terhadap perjuangan Palestina. Penelitian ini memperkuat pentingnya pendekatan edukatif dalam menyampaikan isu boikot, namun subjeknya berbeda karena berfokus pada mahasiswa, bukan komunitas pengajian.

Kesepuluh, Ilham dkk (2024) dalam skripsi berjudul "Persepsi Konsumen tentang Isu Boikot Produk Aqua di TikTok" (Institut Agama Islam Negeri Curup), penulis meneliti bagaimana isu boikot terhadap Aqua yang viral di media sosial memengaruhi persepsi dan tindakan konsumen. Meskipun fokusnya adalah pada media sosial sebagai medium penyebaran informasi, penelitian ini menekankan pentingnya literasi digital untuk mencegah disinformasi terkait isu boikot. Namun, penelitian ini bersifat kasus dan tidak menelaah persepsi kelompok keagamaan secara spesifik.

Berdasarkan studi-studi di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penelitian yang membahas boikot produk Israel berfokus pada konsumen umum, mahasiswa, atau penggunaan media sosial sebagai alat pengaruh. Belum banyak penelitian yang secara spesifik menelaah persepsi ibu-ibu pengajian sebagai kelompok keagamaan dan sosial yang aktif dalam kehidupan komunitas. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting dan memiliki novelty (kebaruan) karena memadukan kajian persepsi, isu global (boikot produk Israel), dan peran kelompok religius perempuan. Fokus pada ibu-ibu pengajian membuka ruang untuk melihat

bagaimana nilai-nilai keagamaan, solidaritas kemanusiaan, serta konsumsi sehari-hari berinteraksi dalam realitas sosial masyarakat Muslim Indonesia.

1.2. Tinjauan Pustaka

1. Peran Ibu-Ibu Pengajian dalam Masyarakat

Dalam struktur sosial masyarakat Indonesia, ibu-ibu pengajian memiliki peran yang sangat signifikan. Mereka bukan hanya pelaku utama dalam pendidikan moral dan spiritual keluarga, tetapi juga merupakan agen penyebar nilai dan norma sosial di tingkat komunitas. Aktivitas pengajian yang mereka ikuti tidak hanya berfokus pada ibadah atau pengetahuan agama, tetapi juga menjadi ruang sosial untuk berdiskusi tentang isu-isu kemasyarakatan, termasuk isu global seperti konflik Israel-Palestina.

Penelitian Azhari (2021) menunjukkan bahwa kelompok ibu-ibu pengajian sering kali menjadi rujukan utama dalam penyebaran informasi keagamaan dan sosial di lingkungan tempat tinggal mereka. Mereka memainkan peran dalam membentuk opini publik kecil di tingkat komunitas, baik melalui diskusi informal maupun kegiatan rutin. Dalam konteks ini, persepsi mereka terhadap pemboikotan produk Israel menjadi indikator penting dalam memahami bagaimana isu internasional dipahami dan disikapi oleh masyarakat akar rumput di Indonesia.

Selain itu, peran ibu-ibu pengajian juga sangat penting dalam pengambilan keputusan konsumsi rumah tangga. Mereka biasanya bertanggung jawab atas pembelian kebutuhan sehari-hari, sehingga persepsi mereka terhadap produk sangat menentukan pola konsumsi keluarga. Oleh karena itu, ketika mereka mendukung gerakan boikot, maka dampaknya terhadap pasar dan distribusi produk bisa sangat signifikan, meskipun secara individu kontribusinya kecil.

2. Kelompok Pengajian

Kelompok pengajian adalah tempat berkumpulnya jamaah untuk mempelajari ajaran Islam secara rutin. Fungsi pengajian tidak hanya terbatas pada pengajaran agama, tetapi juga sebagai ruang pembentukan pemikiran dan sikap kolektif terhadap berbagai persoalan umat. Dalam studi yang dilakukan oleh Savitri (2022), kelompok pengajian berperan sebagai medium penyebaran nilai sosial Islam yang aktual, termasuk dalam membangun solidaritas terhadap isu-isu internasional seperti konflik Palestina.

Melalui interaksi rutin dalam kelompok pengajian, para ibu-ibu saling mempengaruhi dalam menyikapi informasi, membahas nilai-nilai keislaman, dan memperkuat pemahaman bersama terhadap tindakan seperti boikot. Diskusi yang terjadi dalam pengajian memperlihatkan bahwa kelompok ini

menjadi ruang produksi wacana yang mengaitkan dimensi religius dengan tindakan sosial.

3. Agama

Agama dalam kehidupan masyarakat Muslim Indonesia tidak sekadar sebagai sistem kepercayaan spiritual, melainkan juga sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan sikap sosial. Nilai-nilai dalam Islam seperti keadilan, persaudaraan, dan menolong yang tertindas menjadi landasan kuat dalam membentuk kesadaran sosial umat. Dalam konteks pemboikotan produk Israel, ajaran agama menjadi motivasi utama dalam mengambil tindakan sebagai bentuk solidaritas.

Geertz (1973) menyebut bahwa dalam masyarakat religius, agama berfungsi sebagai kerangka simbolik yang membantu individu memahami realitas sosial dan bertindak sesuai dengan nilai-nilai yang diyakininya. Ajaran Islam tentang larangan mendukung kezaliman menjadi rujukan utama dalam ajakan untuk memboikot produk yang dikaitkan dengan Israel.

4. Solidaritas

Solidaritas adalah rasa keterikatan emosional dan moral terhadap sesama yang menjadi dasar dari kebersamaan dan empati sosial. Dalam Islam, konsep solidaritas diwujudkan melalui ukhuwah Islamiyah—persaudaraan sesama Muslim. Solidaritas ini menjadi kekuatan kolektif yang mendorong tindakan nyata seperti memberi bantuan, mendoakan, hingga memboikot produk yang mendukung pihak yang menindas umat Islam.

Munir (2022) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa solidaritas umat Islam terhadap Palestina bukan hanya dilandasi faktor ideologis keagamaan, tetapi juga karena adanya narasi global yang terus dihidupkan melalui media, ceramah, dan forum keagamaan. Dalam ruang pengajian, solidaritas menjadi tema penting yang ditekankan dalam ceramah dan menjadi dasar moral untuk tindakan seperti boikot.

5. Gerakan Boikot sebagai Strategi Sosial dan Politik

Pemboikotan merupakan salah satu bentuk aksi kolektif yang dilakukan oleh masyarakat sebagai bentuk penolakan terhadap entitas, negara, atau institusi yang dianggap melakukan ketidakadilan. Dalam sejarahnya, pemboikotan telah menjadi strategi yang efektif untuk memberikan tekanan, baik secara moral, sosial, maupun ekonomi. Salah satu bentuk pemboikotan yang terkenal secara global adalah gerakan Boycott, Divestment, and Sanctions (BDS) yang dimulai pada tahun 2005 oleh organisasi-organisasi masyarakat sipil Palestina. Tujuan utama dari gerakan ini adalah untuk mengakhiri pendudukan Israel atas wilayah

Palestina, menghentikan diskriminasi rasial terhadap warga Palestina, dan menghormati hak-hak para pengungsi Palestina sesuai hukum internasional Barghouti (2011).

Gerakan BDS mendapatkan dukungan dari berbagai komunitas internasional, termasuk di Indonesia. Bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas Muslim, dukungan terhadap Palestina bukan hanya didasarkan pada isu politik semata, tetapi juga dimaknai sebagai bagian dari kewajiban moral dan keagamaan untuk membela sesama Muslim. Oleh karena itu, pemboikotan produk Israel dipahami sebagai bentuk solidaritas kemanusiaan dan spiritual. Hal ini menunjukkan bahwa boikot bukan hanya tindakan ekonomi, melainkan juga merupakan ekspresi nilai, identitas, dan afiliasi moral yang kuat.

Menurut Tilly (2004), aksi kolektif seperti boikot muncul karena adanya kesadaran bersama terhadap suatu ketidakadilan dan adanya keinginan kolektif untuk melakukan perubahan sosial. Dalam konteks pemboikotan produk Israel, partisipasi masyarakat Indonesia menunjukkan adanya kesadaran akan ketidakadilan global serta upaya untuk mengambil peran meskipun dari jarak geografis yang jauh. Boikot menjadi sarana perlawanan simbolik terhadap kekuatan yang dianggap menindas.

6. Persepsi Konsumen Muslim dan Literasi Media

Persepsi adalah proses psikologis yang melibatkan pengenalan, pemahaman, dan penilaian terhadap suatu objek atau fenomena berdasarkan pengalaman, nilai, dan informasi yang dimiliki seseorang Schiffman & Kanuk (2010). Dalam konteks ini, persepsi ibu-ibu pengajian terhadap produk Israel dibentuk oleh kombinasi antara nilai-nilai religius, pengalaman sosial, dan informasi yang mereka terima dari berbagai sumber.

Nasution (2023) menjelaskan bahwa konsumen Muslim di Indonesia memiliki kecenderungan untuk mengaitkan pilihan konsumsi mereka dengan nilai-nilai keislaman. Mereka lebih selektif dalam memilih produk, terutama jika produk tersebut dikaitkan dengan isu-isu moral atau politik. Dalam kasus pemboikotan produk Israel, motivasi religius sering kali menjadi pendorong utama, meskipun tidak semua konsumen memiliki pemahaman yang mendalam tentang konflik yang terjadi.

Di sisi lain, maraknya informasi di media sosial membuat proses pembentukan persepsi semakin kompleks. Masyarakat, termasuk ibu-ibu pengajian, rentan terhadap penyebaran informasi yang tidak valid, hoaks, atau berita yang bersifat provokatif. Haryanto (2022) menekankan bahwa rendahnya literasi media di kalangan masyarakat menyebabkan banyak

keputusan sosial yang diambil berdasarkan informasi yang belum terverifikasi. Oleh karena itu, penting untuk melihat sejauh mana pemahaman ibu-ibu pengajian tentang gerakan boikot benar-benar berbasis pada fakta dan kesadaran kritis.

7. Teori Simbolik-Kultural

Clifford Geertz memandang bahwa budaya adalah sistem simbol yang di dalamnya manusia menafsirkan dan memberikan makna terhadap realitas sosial. Dalam pandangan ini, tindakan sosial seperti pemboikotan bukan hanya bentuk perilaku rasional semata, tetapi juga mencerminkan nilai dan simbol tertentu. Misalnya, bagi ibu-ibu pengajian, tindakan memboikot produk Israel bisa menjadi simbol solidaritas umat Islam dan bagian dari ekspresi keimanan. Dengan kata lain, tindakan tersebut mengandung makna budaya yang dalam, yang tidak hanya bisa dijelaskan dari sisi ekonomi atau politik semata Geertz (1973).

Melalui pengajian, nilai-nilai tersebut diperkuat dan direproduksi dalam diskusi keagamaan dan sosial. Simbol-simbol seperti “membela Palestina” atau “mendukung umat Islam” menjadi bagian dari narasi kolektif yang terus dibangun. Maka dari itu, persepsi ibu-ibu pengajian terhadap boikot produk Israel perlu dipahami sebagai bagian dari sistem makna yang terbentuk dalam kerangka budaya religius.

8. Teori Praktek

Pierre Bourdieu mengembangkan konsep habitus untuk menjelaskan bagaimana tindakan individu dibentuk oleh struktur sosial dan pengalaman hidup. Habitus adalah kecenderungan berpikir, merasakan, dan bertindak yang dibentuk secara sosial dan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ini, habitus ibu-ibu pengajian terbentuk melalui pengalaman religius, diskusi dalam kelompok sosial, serta paparan media sosial. Tindakan memboikot bukan semata-mata keputusan individual, tetapi merupakan hasil dari internalisasi nilai dan norma komunitas mereka Bourdieu (1990). Selain habitus, konsep modal sosial juga penting. Ibu-ibu pengajian memiliki jaringan sosial yang kuat yang memungkinkan pertukaran informasi dan pembentukan opini kolektif. Modal ini memungkinkan mereka untuk memobilisasi tindakan bersama, seperti boikot produk, sekaligus membangun konsensus dalam komunitas mereka.

9. Perspektif Antropologi Ekonomi

Antropologi ekonomi berfokus pada hubungan antara nilai budaya dan perilaku ekonomi masyarakat. Dalam hal ini, keputusan untuk membeli atau memboikot suatu produk tidak semata didasarkan pada harga atau manfaat ekonomi, tetapi juga pada nilai-nilai moral, keagamaan, dan politik. Boikot produk Israel oleh ibu-ibu pengajian dapat dipahami sebagai tindakan

ekonomi yang dilandasi oleh etika religius dan solidaritas umat Carrier (2005). Dari sudut pandang ini, konsumsi tidak hanya bersifat pragmatis tetapi juga simbolik. Produk yang diasosiasikan dengan Israel bukan hanya “barang” tetapi juga simbol dari ketidakadilan yang harus dilawan. Dengan demikian, tindakan boikot merupakan bentuk praktik budaya dan ideologis yang bermakna dalam kehidupan sosial masyarakat Muslim.

1.3. Masalah Penelitian

1. Apa saja wacana yang berkembang di kalangan ibu-ibu pengajian terkait konflik Palestina - Israel?
2. Bagaimana ibu-ibu pengajian merespon pemboikotan terhadap produk-produk terafiliasi dengan Israel?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis wacana-wacana yang berkembang di kalangan ibu-ibu pengajian terkait konflik Palestina-Israel.
2. Untuk mengetahui respons ibu-ibu pengajian terhadap gerakan pemboikotan produk-produk yang terafiliasi dengan Israel.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki nilai penting baik dari sisi teoritis maupun praktis, mengingat isu pemboikotan produk Israel merupakan bentuk ekspresi sosial yang semakin berkembang di kalangan masyarakat Muslim Indonesia. Berikut adalah rincian manfaat penelitian:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam kajian antropologi, khususnya dalam memahami bagaimana persepsi terbentuk dalam komunitas keagamaan terhadap isu global. Menurut Geertz (1973), tindakan sosial tidak bisa dilepaskan dari sistem simbolik yang hidup dalam suatu masyarakat. Dengan demikian, persepsi ibu-ibu pengajian terhadap boikot dapat menjadi cerminan konstruksi simbolik dari nilai religius dan solidaritas umat.

Selain itu, penelitian ini memperkaya studi antropologi ekonomi yang menyoroti bahwa konsumsi bukan hanya soal nilai guna, melainkan juga berkaitan dengan makna sosial dan moral Carrier (2005). Melalui studi ini, diharapkan muncul pemahaman baru tentang bagaimana nilai-nilai keagamaan memengaruhi perilaku konsumsi sebagai bentuk perlawanan simbolik terhadap ketidakadilan global.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan gambaran konkret mengenai bagaimana kelompok masyarakat seperti ibu-ibu pengajian memahami dan merespons isu pemboikotan produk Israel. Informasi ini penting bagi organisasi kemanusiaan, lembaga dakwah, maupun pemerintah dalam menyusun strategi komunikasi sosial yang berbasis fakta dan nilai Nasution (2023). Edukasi yang tepat dapat mencegah penyebaran hoaks serta mendorong partisipasi sosial yang lebih kritis dan sadar.

Selanjutnya, bagi para tokoh agama dan pembina majelis pengajian, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk merancang materi dakwah yang lebih informatif dan membangun kesadaran kolektif terhadap isu kemanusiaan internasional, termasuk dalam hal memilih produk berdasarkan prinsip etis dan keberpihakan moral Azhari (2021).

Bagi pelaku usaha dan produsen, pemahaman terhadap persepsi konsumen berbasis nilai religius sangat penting untuk mengantisipasi dinamika pasar dan menyusun strategi bisnis yang tidak hanya mengutamakan keuntungan, tetapi juga memperhatikan sensitivitas sosial masyarakat. Lebih dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mendorong masyarakat, khususnya ibu-ibu pengajian, agar memiliki kesadaran kritis dalam bertindak, tidak hanya mengikuti arus informasi di media sosial secara emosional, tetapi juga berdasarkan pemahaman yang mendalam dan tanggung jawab sosial Haryanto (2022).

BAB II METODE PENELITIAN

2.1. Jenis Penelitian (kualitatif) dan Tipe Penelitian (Etnografi)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian etnografi. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana ibu-ibu pengajian membentuk persepsi terhadap pemboikotan produk Israel, dalam konteks sosial-keagamaan mereka sehari-hari. Penelitian etnografi memberikan ruang bagi peneliti untuk mendalami kehidupan sosial kelompok tertentu, memahami makna yang mereka bangun, serta melihat praktik budaya yang berlangsung dalam konteks waktu dan tempat tertentu.

Menurut Spradley (2006), etnografi merupakan metode penelitian yang berusaha menangkap makna tindakan manusia dari sudut pandang pelaku sosial itu sendiri. Dalam pendekatan ini, peneliti bukan hanya sebagai pengamat, melainkan sebagai partisipan yang hidup berdampingan dengan informan selama periode tertentu untuk mengumpulkan data melalui pengamatan langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi sosial-budaya.

Etnografi cocok digunakan dalam penelitian ini karena ibu-ibu pengajian merupakan komunitas sosial yang memiliki rutinitas, nilai, dan interaksi yang khas. Dalam konteks pengajian, isu seperti konflik Palestina dan pemboikotan produk Israel seringkali dibicarakan sebagai bagian dari nilai solidaritas umat, moral keislaman, dan kesadaran kolektif. Oleh karena itu, pemahaman terhadap persepsi mereka tidak dapat dilepaskan dari keseluruhan sistem sosial dan keagamaan yang mereka jalani.

2.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelompok Pengajian Masjid Nurul Istiqamah, yang terletak di wilayah BTP Blok M, Kota Makassar. Lokasi ini dipilih secara purposif karena merupakan salah satu komunitas pengajian yang aktif dalam kegiatan keagamaan dan sosial, termasuk membahas isu-isu global seperti konflik Palestina-Israel. Kelompok pengajian ini terdiri dari ibu-ibu yang secara rutin mengikuti kajian setiap pekan, dan telah beberapa kali mengangkat tema keumatan serta solidaritas terhadap Palestina dalam kajian mereka.

Masjid Nurul Istiqamah menjadi pusat kegiatan keagamaan warga sekitar, khususnya bagi ibu-ibu rumah tangga yang menjadikan pengajian sebagai ruang spiritual sekaligus forum sosial. Dalam pengamatan peneliti, kelompok ini secara aktif menyampaikan opini dan diskusi seputar pemboikotan produk

yang diasosiasikan dengan Israel, menjadikannya sangat relevan untuk dijadikan lokasi penelitian etnografi.

Waktu pelaksanaan penelitian diperkirakan berlangsung selama satu bulan, tergantung intensitas kegiatan pengajian dan akses ke informan. Waktu yang cukup panjang diperlukan dalam penelitian etnografi agar peneliti dapat membangun kedekatan sosial dengan informan, sehingga proses pengumpulan data berlangsung secara alami dan mendalam.



Gambar 1 Masjid Nurul Istiqamah BTP Blok M

2.3. Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian ini, teknik penentuan informan dilakukan secara purposive sampling, yaitu teknik pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Penelitian ini secara khusus memilih ibu-ibu yang tergabung dalam kelompok pengajian sebagai subjek utama untuk mengkaji sejauh mana isu-isu global, yang selama ini sering diasosiasikan lebih menarik perhatian kaum muda dan kelompok terpelajar, juga mendapat perhatian di kalangan perempuan yang kesehariannya lebih banyak dihabiskan di ranah domestik. Meskipun para ibu rumah tangga ini cenderung memiliki aktivitas yang berpusat di dalam rumah, mereka tetap memiliki akses informasi yang memadai dan mengikuti perkembangan isu-isu aktual melalui berbagai media, baik media sosial, televisi, maupun forum pengajian itu sendiri. Dengan mempertimbangkan keterbatasan ruang lingkup dan untuk menjaga fokus penelitian, maka pemilihan kelompok pengajian yang dijadikan informan dalam

studi ini dilakukan secara acak dari sejumlah kelompok yang ada, guna memperoleh representasi yang lebih objektif dari populasi ibu-ibu pengajian secara umum.

2.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Observasi Partisipatif

Observasi ini membantu peneliti memahami makna tindakan yang mungkin tidak selalu diungkapkan secara eksplisit oleh informan. mendalam tentang nilai-nilai yang memengaruhi persepsi ibu-ibu pengajian terhadap gerakan boikot, serta bagaimana narasi keagamaan Observasi dilakukan secara partisipatif dengan menghadiri langsung kegiatan pengajian ibu-ibu di Masjid Nurul Istiqamah, yang berlokasi di kompleks BTP (Bumi Tamalanrea Permai) Blok M, Kota Makassar. Peneliti mengikuti kegiatan pengajian rutin yang dilaksanakan setiap pekan, untuk mengamati secara langsung dinamika sosial, pola interaksi, serta isi kajian yang dibahas oleh para ibu-ibu peserta pengajian. Selama observasi, peneliti mencatat berbagai hal yang muncul dalam pertemuan pengajian, termasuk tema-tema ceramah yang disampaikan oleh ustazah atau, reaksi jamaah terhadap isu-isu global seperti konflik Palestina-Israel, serta diskusi informal yang terjadi sebelum dan sesudah kajian. Salah satu hal yang diamati secara khusus adalah bagaimana wacana tentang boikot produk Israel diperkenalkan, disebarkan, dan dipahami oleh jamaah. Dengan metode ini, peneliti memperoleh pemahaman dan solidaritas diartikulasikan dalam praktik keseharian mereka.

2. Wawancara Etnografis

Wawancara etnografis dilakukan untuk menggali secara mendalam persepsi dan pemahaman ibu-ibu pengajian terhadap pemboikotan produk Israel. Wawancara ini bersifat semi-terstruktur, artinya peneliti menggunakan panduan pertanyaan utama namun tetap memberikan ruang bagi informan untuk menjelaskan pengalaman, pandangan, dan narasi pribadi mereka secara bebas.

Selama penelitian, peneliti melakukan wawancara terhadap informan, yang merupakan anggota aktif Kelompok Pengajian Masjid Nurul Istiqamah di kompleks BTP Blok M, Kota Makassar. Para informan dipilih secara purposif berdasarkan keaktifan mereka dalam mengikuti kegiatan pengajian dan keterlibatan dalam diskusi tentang isu Palestina atau ajakan boikot. Mayoritas wawancara dilakukan secara langsung sebelum dan setelah kegiatan pengajian atau area sekitar masjid, dalam suasana yang nyaman dan santai.

3. Studi Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai bahan pendukung seperti catatan kegiatan pengajian, selebaran dakwah, postingan media sosial, video ceramah, serta simbol-simbol atau narasi yang berhubungan dengan dukungan terhadap Palestina atau ajakan boikot produk Israel. Data ini akan membantu memahami konteks sosial yang memengaruhi konstruksi persepsi ibu-ibu pengajian.

2.5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi, sebagaimana yang dijelaskan oleh Spradley (2006). Proses analisis dilakukan secara bertahap dan bersifat dinamis, seiring dengan pengumpulan data di lapangan. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk menggali dan memahami makna-makna budaya yang terkandung dalam persepsi ibu-ibu pengajian terhadap pemboikotan produk Israel. Tahapan awal dari analisis dimulai dengan analisis domain, yakni mengidentifikasi kategori umum atau ranah budaya (cultural domains) yang berkaitan dengan praktik dan pemaknaan pemboikotan. Dalam tahap ini, peneliti mencari istilah atau topik-topik utama yang sering muncul dalam percakapan, seperti dukungan terhadap Palestina, larangan membeli produk Zionis, atau tanggung jawab sebagai Muslim. Selanjutnya, peneliti melakukan analisis taksonomi, yaitu menyusun hubungan hierarkis antara konsep-konsep yang telah ditemukan sebelumnya. Misalnya, dari kategori dukungan terhadap Palestina, akan ditemukan subkategori seperti donasi, doa bersama, boikot produk, atau pengajian tematik. Langkah ini membantu peneliti melihat struktur berpikir para informan dan bagaimana konsep-konsep tersebut saling terhubung. Tahap berikutnya adalah analisis komponensial, di mana peneliti membandingkan makna dari setiap elemen budaya dengan melihat perbedaan-perbedaan di antara mereka. Misalnya, membandingkan persepsi antara ibu-ibu yang mendukung penuh gerakan boikot dengan yang bersikap netral, berdasarkan dimensi seperti pemahaman agama, pengaruh media sosial, atau pertimbangan ekonomi.

Tahapan terakhir adalah analisis tema kultural, yaitu menemukan tema-tema besar yang menjadi benang merah dari seluruh data yang dikumpulkan. Tema ini mencerminkan nilai-nilai dominan dalam komunitas pengajian, seperti solidaritas umat Islam, kesalehan sosial, resistensi terhadap penindasan, serta etika konsumsi dalam Islam. Tema-tema ini kemudian digunakan untuk menyusun interpretasi akhir yang merepresentasikan pandangan kolektif ibu-ibu pengajian terhadap isu pemboikotan produk Israel. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memahami bukan hanya apa yang dikatakan oleh informan, tetapi juga mengapa dan bagaimana mereka membangun pemaknaan terhadap tindakan boikot dalam kerangka nilai-nilai keagamaan dan sosial-budaya mereka.

2.6. Etika Penelitian

Sebelum memulai penelitian ini, peneliti telah memenuhi persyaratan etika yang diperlukan, termasuk mendapatkan persetujuan etik dari universitas dan dosen pembimbing. Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti sangat memperhatikan prinsip-prinsip etika penelitian sosial dan kualitatif, terutama karena subjek penelitian merupakan kelompok masyarakat yang memiliki sensitivitas nilai keagamaan dan relasi sosial yang erat. Peneliti menyadari bahwa keterlibatan dalam komunitas ibu-ibu pengajian tidak hanya menuntut keahlian akademik, tetapi juga kesadaran etis yang tinggi dalam menjaga hubungan dan kepercayaan. Salah satu prinsip etika yang diterapkan adalah informed consent, yaitu memberikan informasi yang jelas kepada informan mengenai maksud, tujuan, dan proses penelitian sebelum wawancara atau observasi dilakukan. Peneliti menjelaskan bahwa keikutsertaan mereka bersifat sukarela dan mereka bebas untuk menolak atau mengakhiri partisipasi kapan saja tanpa konsekuensi apa pun.

Peneliti juga berkomitmen menjaga kerahasiaan dan anonimitas informan, dengan tidak menyebutkan nama asli atau identitas pribadi dalam laporan akhir. Nama-nama akan disamarkan atau diganti dengan inisial untuk melindungi privasi mereka, terutama dalam hal yang menyangkut pandangan atau sikap yang bersifat sensitif. Selain itu, selama berada di lapangan, peneliti berusaha menjaga sikap empatik dan menghormati nilai-nilai budaya dan keagamaan yang dianut oleh komunitas pengajian. Peneliti tidak akan mengintervensi atau menghakimi pandangan informan, melainkan bertindak sebagai pendengar aktif dan pengamat yang rendah hati. Kehadiran peneliti di lapangan dijaga agar tidak mengganggu aktivitas keagamaan maupun dinamika sosial komunitas tersebut.

Etika lainnya yang dipegang teguh adalah tidak mengeksploitasi data atau hubungan sosial demi kepentingan pribadi. Data yang dikumpulkan hanya digunakan untuk kepentingan akademik dan pengembangan ilmu pengetahuan, bukan untuk tujuan komersial, politis, atau yang dapat merugikan informan secara langsung maupun tidak langsung. Dengan penerapan prinsip-prinsip etika tersebut, peneliti berharap proses pengumpulan data dapat berjalan lancar, transparan, dan membangun kepercayaan dua arah, sehingga hasil penelitian mencerminkan suara autentik dari para informan serta tidak mencederai integritas komunitas yang menjadi fokus studi.