

PENGARUH NARASI GEOPOLITIK GLOBAL TERHADAP KONSUMSI LOKAL : STUDI PERSEPSI BOIKOT AQUA DI INDONESIA

Fawwaz Abdullah¹, Dhimas Rangga Salwana Hakim², Anggi Talaita Vira Virnida³,
Abdul Azis Muhammad Ilham⁴, Karisma Aulia Rosyidah⁵, Eka Pertiwi Aprilia
Puspita Ningrum⁶, Suryo Ediyono⁷

abdlhwz@student.uns.ac.id¹, dhrangga16@student.uns.ac.id², anggitalaita@student.uns.ac.id³,
abdulaazis30@student.uns.ac.id⁴, karismaauliar@student.uns.ac.id⁵,
pertiwieapn@student.uns.ac.id⁶, ediyonosuryo@staff.uns.ac.id⁷

Universitas Sebelas Maret

ABSTRAK

Konflik Palestina-Israel telah menimbulkan respons global, termasuk di Indonesia. Salah satu bentuk solidaritas yang muncul adalah aksi boikot terhadap produk yang dianggap terafiliasi dengan Israel, seperti Aqua. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh narasi geopolitik global terhadap persepsi dan perilaku konsumsi masyarakat Indonesia. Penelitian dilakukan di Indonesia dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan analisis media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa narasi konflik global membentuk persepsi negatif terhadap merek yang diasosiasikan dengan Israel, yang berujung pada perubahan pola konsumsi lokal. Sejalan dengan pernyataan Mahatma Gandhi bahwa “Konsumerisme tanpa kesadaran moral adalah salah satu dosa modern,” dapat disimpulkan bahwa isu geopolitik global mampu menggeser kecenderungan konsumsi masyarakat, meskipun produk tersebut telah lama hadir dan berkontribusi terhadap perekonomian nasional.

Kata Kunci: Boikot, Persepsi Konsumen, Geopolitik Global, Konsumsi Lokal.

ABSTRACT

The Palestine-Israel conflict has triggered global responses, including in Indonesia. One form of solidarity that has emerged is the boycott of products perceived to be affiliated with Israel, such as Aqua. This study aims to examine the influence of global geopolitical narratives on Indonesian consumers' perceptions and consumption behavior. The research was conducted in Indonesia using a descriptive qualitative approach. Data collection techniques included document analysis and social media observation. The findings show that global conflict narratives shape negative perceptions toward brands associated with Israel, ultimately leading to shifts in local consumption patterns. In line with Mahatma Gandhi's statement that "Consumerism without moral consciousness is one of the modern sins," it can be concluded that global geopolitical issues have the power to influence consumer behavior, even toward products that have long been present and contributed to the national economy.

Keywords: Boycott, Consumer Perception, Global Geopolitics, Local Consumption.

PENDAHULUAN

Konflik berkepanjangan antara Palestina dan Israel telah memberikan banyak penderitaan bagi kedua bangsa. Dampak yang dirasakan dari konflik ini tidak hanya dirasakan bagi kedua negara tersebut, namun juga berpengaruh ke beberapa negara lainnya. Israel telah melakukan beberapa penindasan yang menggemparkan dunia, dimulai dari genosida yang dilakukan terhadap warga sipil di Palestina, pemblokadean di jalur Gaza, dll. Tidak sedikit negara yang mengecam tindakan Israel terhadap Palestina, salah satunya Indonesia. Indonesia memegang prinsip kemanusiaan yang termaktub dalam Pembukaan UUD 1945 serta ideologi Pancasila bahwa penjajahan harus dihapuskan karena tidak sesuai

dengan perikemanusiaan dan perikeadilan. Bentuk dukungan Indonesia kepada Palestina adalah dengan pemboikotan produk pro-Israel. Dengan pemboikotan ini yang bertujuan sebagai tindakan protes atas ketidakadilan untuk mendukung Palestina sekaligus menjadi bentuk perlawanan dalam menentang Israel. Beberapa produk yang diboikot yakni berupa makanan, minuman, perawatan pribadi, perawatan rumah tangga, dan lainnya. Sebelumnya, pada November 2023, MUI mengeluarkan fatwa nomor 83 tahun 2023 terkait hukum dukungan terhadap perjuangan Palestina. Dalam fatwa itu, MUI merekomendasikan umat Islam untuk menghindari transaksi dan penggunaan produk yang terafiliasi Israel. Fatwa tersebut belakangan diperkuat dengan rekomendasi MUI agar orang muslim Indonesia ikut membangkitkan ekonomi nasional dengan mengonsumsi produk lokal dan menghindari produk yang terafiliasi Israel. Namun, seiring dengan berjalannya gerakan pemboikotan terhadap produk-produk yang terafiliasi dengan Israel, perekonomian domestik mulai menunjukkan adanya dampak yang signifikan. Gerakan boikot terhadap produk-produk yang diasosiasikan dengan dukungan terhadap Israel telah menjadi isu yang menimbulkan perdebatan di Indonesia. Sebagian pihak berpendapat bahwa aksi tersebut berpotensi menimbulkan gangguan terhadap stabilitas ekonomi nasional, sementara pihak lainnya menilai bahwa dampak ekonomi yang ditimbulkan relatif terbatas.

Peneliti INDEF, Ahmad Heri Firdaus, mengatakan dari segi ekonomi, aksi boikot akan lebih merugikan ekonomi Indonesia ketimbang Israel. Sebab, kebanyakan dari perusahaan-perusahaan Israel yang ingin diboikot sebenarnya memiliki lisensi dalam negeri dan sudah menyerap tenaga kerja dan sumber daya lokal. Ia menyatakan bahwa gerakan boikot itu sendiri merupakan bentuk dari pernyataan politik tegas masyarakat Indonesia yang mengecam tindakan Israel dan kepedulian mereka terhadap Palestina, namun Heri sebut risikonya terlalu besar. Ia menilai bahwa produk-produk lokal memang bisa menjadi alternatif untuk pergeseran pola konsumsi masyarakat. Namun, menurut Heri mereka belum sanggup bersaing maupun menggantikan perusahaan multinasional yang hendak diboikot. (Ahmad heri firdaus, 2023)

Wasekjen MUI Ikhsan Abdulah kemudian menyebut salah satu produk di sektor industri minuman yang diboikot adalah produk yang dihasilkan perusahaan Danone, termasuk Aqua. AQUA, brand minuman kemasan yang dimiliki Danone, menjadi sasaran boikot masyarakat Indonesia karena induk perusahaan mereka dituding mendukung Israel. Tagar #TolakDanoneAqua menjadi trending topik di media sosial X atau Twitter. Isu yang marak tersebar ini, tentunya memberikan dampak signifikan terhadap perusahaan Aqua pada pangsa pasar, kontribusi ekonomi, citra merek dan dampak pada industri AMDK.

Meskipun boikot telah menjadi subjek penelitian literatur secara spesifik mengkaji pada dampak konsumtif terhadap merek perusahaan yang dominan di pasar berkembang khususnya di Indonesia masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi disparitas dengan menganalisis bagaimana narasi geopolitik konflik Palestina-Israel membentuk persepsi konsumen terhadap AQUA dan bagaimana persepsi ini mempengaruhi perilaku konsumsi mereka

METODOLOGI

pengaruh narasi geopolitik global terhadap perilaku konsumsi lokal, khususnya pada kasus boikot terhadap produk AQUA di Indonesia. Fokus utama penelitian ini adalah pada analisis persepsi masyarakat yang terbentuk melalui narasi media terkait konflik Palestina-Israel, serta dampaknya terhadap citra merek dan perilaku konsumsi.

Sumber data dalam penelitian ini bersifat sekunder dan diperoleh dari studi literatur

berupa jurnal ilmiah, artikel opini, berita daring, serta dokumen kebijakan yang relevan, seperti fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023. Pemilihan sumber dilakukan secara purposif, dengan mempertimbangkan relevansi dan kredibilitas informasi terhadap isu boikot produk pro- Israel, khususnya yang menasar merek AQUA sebagai bagian dari perusahaan multinasional yang dituding mendukung Israel.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis terhadap publikasi yang membahas topik boikot, geopolitik, persepsi konsumen, dan pengaruh media. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif-kualitatif dengan mengacu pada tahapan analisis isi (content analysis), yakni identifikasi tema, kategorisasi informasi, dan interpretasi makna dalam konteks sosial-politik yang berkembang.

Melalui analisis ini, penelitian berupaya memahami bagaimana narasi-narasi yang berkembang di media berkontribusi terhadap konstruksi makna dan sikap konsumtif masyarakat, serta bagaimana isu geopolitik global dapat memengaruhi dinamika konsumsi lokal di Indonesia.

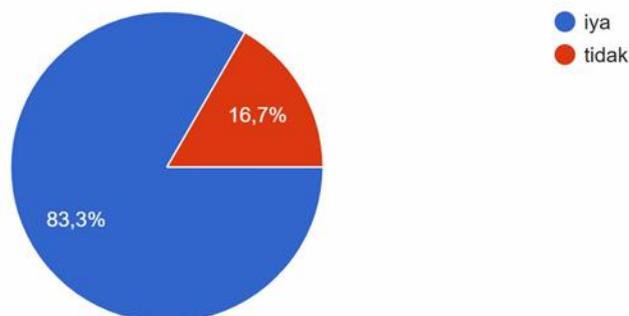
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Data yang kami kumpulkan merupakan hasil survei yang dilaksanakan di Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sebelas Maret.

apakah kamu pernah dengar berita tentang pemboikotan AQUA di Indonesia?

18 jawaban

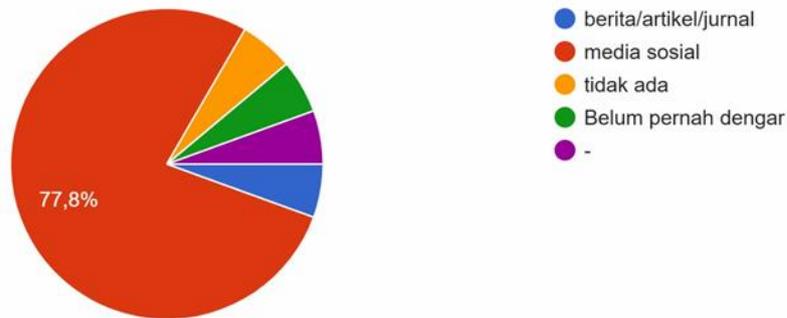


Gambar 1. Grafik responden yang mengetahui adanya isu boikot produk pro-Israel

Berdasarkan hasil survei yang ditunjukkan pada Gambar 1, terdapat sebanyak 83,3% atau 15 responden yang menyatakan bahwa pernah mendengar isu pemboikotan AQUA, 16,7% atau 3 responden menyatakan tidak pernah mendengar isu pemboikotan AQUA. Hal tersebut menunjukkan bahwa isu pemboikotan AQUA di Indonesia tersebar luas.

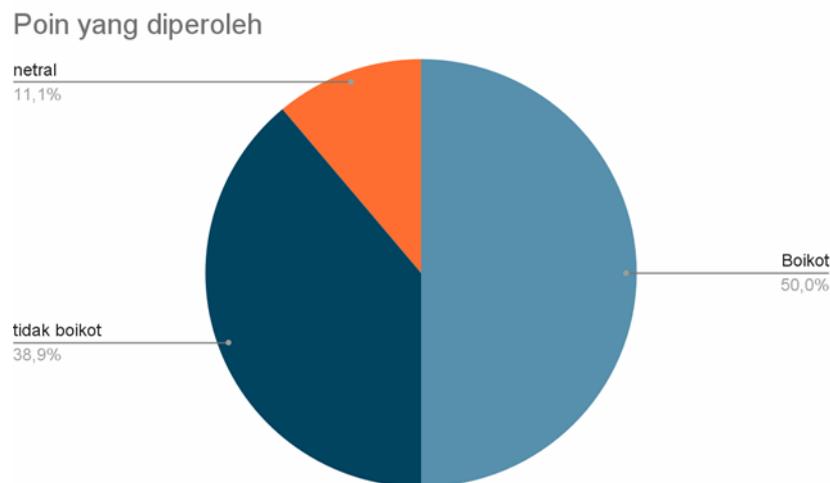
kalau pernah, sumber informasinya darimana?

18 jawaban



Gambar 2. Grafik responden yang menyatakan sumber informasi yang didapat

Berdasarkan hasil survei yang ditunjukkan pada Gambar 2, terdapat sebanyak 77,8% atau 14 responden yang menyatakan bahwa mendengar isu boikot dari media sosial, 5,6% atau 1 responden menyatakan bahwa mendengar isu boikot dari berita/artikel/jurnal, 5,6% atau 1 responden menyatakan bahwa belum pernah mendengar isu boikot, 5,6% atau 1 responden menyatakan bahwa mendengar isu boikot dari sumber lain, 5,6% atau 1 responden menyatakan bahwa tidak ada sumber yang menyatakan isu boikot. Hal tersebut menunjukkan bahwa sumber isu pemboikotan AQUA di Indonesia tersebar melalui media sosial.



Gambar 3. Grafik responden yang menyatakan langkah yang diambil setelah mendengar isu boikot

Berdasarkan hasil survei yang ditunjukkan pada Gambar 3, terdapat sebanyak 50% atau 9 responden yang menyikapi bahwa melakukan boikot, 38,9% atau 7 responden menyikapi bahwa tidak melakukan boikot, 11,1% atau 2 responden menyikapi netral. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan responden menyikapi isu pemboikotan AQUA di Indonesia dengan melakukan boikot.

Pembahasan

Media massa sangat penting karena menginformasikan kepada publik tentang Palestina, tetapi juga dapat mempengaruhi keyakinan masyarakat. Media mempengaruhi

apa yang orang ketahui, bagaimana mereka belajar, dan bagaimana mereka berinteraksi. Media massa mempengaruhi aktivitas dan minat publik dari apa yang dilaporkan dalam berita kepada publik dan sebaliknya. Media juga memengaruhi opini dan reaksi publik terhadap apa yang ditulis oleh media. Konfrontasi Palestina-Israel telah memikat dunia dan media. Perang ini diliput karena kepentingan beritanya. Konflik adalah berita, dan ketertarikan manusia dapat membuat orang lain yang mengetahuinya menjadi perhatian. Liputan media tentang konfrontasi Hamas-Israel meliputi foto-foto dan video warga sipil. Penulisan berita berbeda untuk setiap media. Setiap media memiliki filosofi yang berbeda. Tentunya, setiap media membingkai dengan cara yang berbeda.

Analisis framing berita merupakan salah satu teknik untuk mempelajari berita media. Sobur menyatakan bahwa analisis framing mengklarifikasi cara pandang wartawan terhadap isu dan berita. Cara pandang tersebut mempengaruhi apa yang dimasukkan, apa yang ditonjolkan atau diabaikan, dan bagaimana berita itu disampaikan.

Penyebab permasalahan yang dibingkai oleh Kompas adalah Palestina yang digambarkan sebagai pemicu lahirnya konflik baru setelah gencatan senjata yang lama telah habis masa berlakunya. Selanjutnya, pada setiap perkembangan baru konflik tersebut yang menjadi penyebab masalahnya datang dari kedua belah pihak baik dari Israel maupun Palestina. Sama seperti penyebab masalahnya, pada awal-awal berita konflik ini dimuat, penilaian moral selalu Kompas dijatuhkan kepada Palestina yang secara moral dinilai sebagai pihak yang berkelakuan buruk karena keengganan mereka untuk berdamai atau sekedar menyetujui usulan gencatan senjata. Hal yang menonjol adalah bahwa, ketika yang menjadi penyebab masalahnya adalah Israel, maka Kompas kemudian membingkai nilai moral di Israel Sebagai Sebuah tindakan balasan atau mempertahankan diri dari serangan yang terlebih dahulu dilakukan oleh pihak Palestina, ada semacam dalih dari semua tindakan yang mereka lakukan sementara ketika Palestina yang menjadi penyebab masalah tidak disebut alasan penyerangannya atau dalih dilakukannya serangan tersebut. Pada beberapa bagian berita, Palestina juga digambarkan sebagai pihak yang keras dan kejam yang terlihat dari pemakaian kata-kata yang kurang enak didengar, sesekali Israel juga dibingkai dengan cara yang serupa tapi dengan intensitas yang kurang. Namun demikian, di akhir-akhir pemuatan berita konflik ini, penilaian moral Kompas cukup netral dengan menjatuhkan penilaian moral kepada kedua belah pihak yang bertikai. Hal Ini Jelas Memperlihatkan ketika salah

Media sosial di Indonesia membentuk framing masyarakat dengan mengangkat isu-isu humanisasi warga Palestina. Dari sini masyarakat mulai melakukan langkah aksi kolektif berupa (1). edukasi publik lewat webinar atau seminar dan media sosial dengan narasi kemanusiaan, (2). aksi simbolik seperti doa bersama, dan aksi diam dengan poster korban, (3) aksi nyata seperti kampanye petisi tanda tangan untuk menekan diplomatik pada PBB, dan juga aksi boikot produk yang terafiliasi dengan Israel.

Salah satu masalah paling signifikan seputar penggunaan platform media sosial seperti TikTok, X, dan Instagram untuk tujuan politik adalah maraknya misinformasi. Kemudahan penyebaran informasi palsu di platform ini diperburuk oleh desain algoritmanya, yang mengutamakan keterlibatan daripada akurasi. Saat pengguna berinteraksi dengan konten yang sejalan dengan keyakinan mereka yang sudah ada sebelumnya, mereka menjadi semakin terisolasi dalam "ruang gema" tempat pandangan yang berbeda jarang ditemui. Polarisasi ini dapat berdampak serius pada wacana demokrasi, karena individu menjadi kurang terbuka untuk berkompromi atau memahami perspektif yang berlawanan (Törnberg, 2018).

Viralnya suatu informasi berita tidak terlepas dari orang fomo dalam melakukan sesuatu atas dasar viralitas. Tanpa adanya seleksi dalam pencernaan informasi yang didapat kita akan mendapatkan informasi hanya secara sekilas, Maka dari itu, perlunya mendekonstruksikan informasi secara komprehensif dan ekstensif agar tidak mudah tergiring opini publik. Seperti halnya pada pemboikotan AQUA. Pemboikotan ini terjadi karena AQUA sebagai salah satu produk di bawah naungan perusahaan Danone yang dituding berafiliasi dengan israel, tuduhan ini diperkuat oleh pernyataan Wasekjen MUI Ikhsan Abdulah kemudian menyebut salah satu produk di sektor industri minuman yang diboikot adalah produk yang dihasilkan perusahaan Danone, termasuk Aqua.

Temuan yang didapatkan berdasarkan survei menunjukkan bahwa narasi geopolitik global mengenai konflik Palestina-Israel yang telah menyebar luas mampu membentuk persepsi bahwa boikot bukan dilandaskan oleh fakta saja, namun berlandaskan pada opini yang terbentuk dari solidaritas dengan menyorot narasi kemanusiaan. Framing ini memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumsi meskipun informasi belum tervalidasi oleh pihak yang bersangkutan.

Tindakan yang dilakukan oleh setengah responden menunjukkan bahwa geopolitik tidak hanya berdampak pada kebijakan negara, namun juga mempengaruhi pilihan konsumsi sehari-hari masyarakat. Masyarakat Indonesia melalui aksi boikot menampakkan solidaritas terhadap masyarakat Palestina sekaligus menjadi bagian dari implementasi geopolitik global.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menggunakan hasil survei responden mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya jurusan Sastra Arab menunjukkan narasi geopolitik global konflik Palestina-Israel memberikan pengaruh nyata persepsi publik dalam melakukan suatu perilaku konsumsi masyarakat. Meskipun banyak masyarakat yang tidak tergiring isu boikot produk AQUA, namun persepsi yang terbentuk dari media sosial dan kampanye aksi boikot berhasil mendorong responden dalam menentukan perilaku konsumsinya yang berdampak pada reputasi AQUA.

Dengan demikian, peristiwa aksi boikot produk pro Israel menunjukkan keterhubungan isu internasional dengan respon masyarakat lokal. Ini memperkuat bahwa geopolitik tidak terbatas pada para petinggi negara, akan tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi dan partisipasi masyarakat

Penelitian ini masih memiliki kekurangan berupa keterbatasan data yang kita dapatkan melalui survei terhadap mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya. Harapannya terhadap penelitian selanjutnya bisa memperoleh data melalui survei dengan jangkauan lebih luas. Penelitian ini tidak lepas dari kontribusi berbagai pihak, terutama para responden yang telah bersedia membagikan pandangannya, serta bimbingan dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan koreksi selama proses penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Gandhi, M. K. (2019). The Earth has enough resources for our need but not for our greed. In R. R. Tiwari (Ed.), *Indian Journal of Medical Research* (Open access, PMID: PMC6515736). Indian Council of Medical Research.
- Wikrama, A. A. N. A. W. B., & Dewi, N. P. W. K. D. (2024). Penerapan asas Wawasan Nusantara dalam penguatan geopolitik Indonesia pada pengelolaan maritim Nusantara. *Jurnal Ilmiah Cakrawarti*, 7(1), 14–30. <https://doi.org/10.47532/jic.v7i1.967>
- BBC News Indonesia. (2024, November 23). Seruan boikot Israel di media sosial, apakah akan

berdampak pada Israel? <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c3gldnyzy7ro>
Tempo.co. (2024, Oktober). Boikot menjadi respons tegas atas serangan Israel ke Palestina. Tempo.co. Diakses kembali pada 10 Juni 2025, dari <https://www.tempo.co/info-tempo/boikot-menjadi-respons-tegas-atas-serangan-israel-ke-palestina-1064816>
Ilham, P. A., Verolyna, D., & Kurnia Syaputri, I. (2024). Persepsi konsumen tentang isu boikot produk Aqua di TikTok [Skripsi Sarjana, Institut Agama Islam Negeri Curup]. E Theses IAIN Curup. <https://e-theses.iaincurup.ac.id/7344/1/POPPY%20ARIANTI%20ILHAM.pdf>.