

**ANALISIS DAMPAK BOIKOT PRODUK PRO-ISRAEL
TERHADAP PERKEMBANGAN PASAR PRODUK LOKAL
DI INDONESIA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelara Sarjana (S-1)
Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



Disusun oleh:

**ADINDA THALIA SELSA BILA
07041382126165**

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**ANALISIS DAMPAK BOIKOT PRODUK PRO-ISRAEL TERHADAP
PERKEMBANGAN PASAR PRODUK LOKAL DI INDONESIA**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Hubungan Internasional**

**Oleh :
Adinda Thalia Setia Bila
07041382126165**

Pembimbing I

**Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003**

Tanda Tangan



Tanggal

14 Juli 2025

Pembimbing II

**Muh. Nizar Sohyb, S.IP., MA
NIP. 199301072023211022**

14 Juli 2025



**Mengotahui,
Ketua Jurusan,**

**Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**"Analisis Dampak Boikot Produk Pro-Israel Terhadap Perkembangan Pasar
Produk Lokal Di Indonesia"**

Skripsi

Oleh :

Adinda Thalía Selsa Bila

07041382126165

**Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 30 Juli 2025**

Pembimbing I:

Sofyan Effendi, S.IP., M.Si

NIP. 197705122003121003

Pembimbing II:

Muh. Nizar Sohyb, S.IP., MA

NIP. 199301072023211022

Tanda Tangan



Tanda Tangan



Penguji I :

Syuryansyah, S.IP., M.H.I

NIP. 199411262024061001

Penguji II:

Maudy Noor Fadhilia, S.H.Int., MA

NIP. 199408152023212040

Tanda Tangan



Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan,



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adinda Thalia Selsa Bila

NIM : 07041382126165

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Dampak Boikot Produk Pro-Israel Terhadap Perkembangan Pasar Produk Lokal Di Indonesia” ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Palembang, 14 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Adinda Thalia Selsa Bila

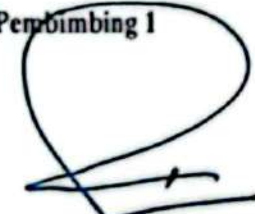
NIM. 07041382126165

ABSTRAK

Boikot merupakan aksi kolektif yang dilakukan masyarakat sebagai bentuk protes terhadap kebijakan atau entitas tertentu, dalam hal ini terhadap produk-produk yang diasosiasikan dengan Israel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak dari boikot produk pro-Israel terhadap perkembangan pasar lokal di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan kerangka teori konstruktivisme, penelitian ini mengkaji bagaimana nilai-nilai sosial, agama, serta dinamika media sosial mendorong masyarakat Indonesia untuk mengubah pola konsumsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa boikot terhadap produk pro-Israel telah membuka ruang bagi pertumbuhan produk lokal, khususnya di sektor makanan, minuman, dan gaya hidup, meskipun disertai risiko PHK dan fluktuasi ekonomi. Boikot juga mencerminkan identitas kolektif masyarakat Indonesia yang dipengaruhi oleh solidaritas terhadap Palestina. Perubahan ini menjadi momentum strategis bagi pelaku industri lokal untuk meningkatkan daya saing melalui inovasi dan kualitas produk.

Kata kunci: Boikot, Produk Pro-Israel, Konstruktivisme, Pasar Lokal, Ekonomi, Solidaritas

Pembimbing 1


Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
197705122003121003

Pembimbing 2


Muh. Nizar Sohyb, S.I.P., M.A.
199301072023211022

Palembang, 14 Juli 2025

Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya




Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
197705122003121003

ABSTRACT

A boycott is a collective action undertaken by society as a form of protest against certain policies or entities in this case, against products associated with Israel. This study aims to analyze the impact of the boycott of pro-Israel products on the development of the local market in Indonesia. Using a qualitative approach and the framework of constructivist theory, this research examines how social values, religious beliefs, and the dynamics of social media influence Indonesian society in shifting consumption patterns. The findings indicate that the boycott of pro-Israel products has created space for the growth of local products, particularly in the food, beverage, and lifestyle sectors, despite being accompanied by the risks of layoffs and economic fluctuations. The boycott also reflects the collective identity of Indonesian society, which is shaped by solidarity with Palestine. This shift represents a strategic momentum for local industry players to enhance competitiveness through innovation and product quality.

Keywords: *Boycott, Pro-Israel Products, Constructivism, Local Market, Economy, Solidarity*

Advisor 1,



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
197705122003121003

Advisor 2,



Muh. Nizar Sohyb, S.I.P., M.A.
199301072023211022



Palembang, 11 July 2026

Head of International Relations Department
Faculty of Social and Political Science
Universitas Sriwijaya



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
197705122003121003

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Analisis Dampak Boikot Produk Pro-Israel Terhadap Perkembangan Pasar Produk Lokal Di Indonesia**" dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E. M.Si, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Prof. Dr. Alfitri, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.
3. Sofyan Effendi, S.IP., M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Sofyan Effendi, S.IP., M.Si, selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Muh. Nizar Sohyb. S.IP., MA, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta nasihat yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Syuryansyah, S.IP., MA selaku Dosen Penguji I dan Miss Maudy Noor Fadhilia, S.H.Int., MA selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan selama masa perkuliahan.
7. Teman seperjuangan, Amel, Donna, Gika, Chella, Lora, Farra, Lia, Ucu, Viki, Melisa, dinda, Vindy, Ninda dan Jeli yang selalu kebersamai penulis selama perkuliahan serta memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat penulis yang sudah menemani penulis dari semester 1 hingga sekarang, Nadia, Tasha dan Dira. Terimakasih sudah kebersamai proses penulisan penelitian ini dari awal hingga akhir dan semua dukungan maupun masukan dari kalian.

9. Keluarga terkasih penulis, Mama, Papa, Cak, dan Kakak yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan kebahagiaan hingga proses penyelesaian skripsi ini. Terimakasih atas dukungan emosional maupun materil yang sudah dikeluarkan selama proses penulisan skripsi ini berlangsung.
10. Teman dekat penulis, Wira Satya Ramadhan. Terimakasih atas semua dukungan dan motivasi untuk penulis.
11. Kendaraan tersayang penulis, Bimon. Terimakasih atas semua perjalanan yang menyenangkan selama proses penelitian ini berlangsung.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini adalah hasil kolaborasi dan kontribusi dari banyak pihak. Segala kekurangan yang ada adalah tanggung jawab peneliti sendiri. Peneliti berharap karya ini dapat memberikan sumbangan kecil bagi perkembangan ilmu pengetahuan, serta bermanfaat bagi yang membacanya. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Aamiin

Palembang, 14 Juli 2025

Penulis,

Adinda Thalia Selsa Bila

DAFTAR ISI

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kerangka Teori	14
2.2.1 Teori Konstruktivisme Kognitif	14
2.2.2 Boikot	16
2.2.3 Dampak Sosial Boikot Terhadap Pasar Lokal	18
2.3 Alur Pemikiran.....	19
2.4 Argumen Penelitian	20

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	21
3.2 Definisi Konsep	21
3.2.1 Boikot	22
3.2.2 Produk Pro-Israel	22
3.2.3 Pasar Lokal	22
3.3 Fokus Penelitian.....	23
3.4 Unit Analisis	27
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	27

3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.7 Teknik Keabsahan Data	28

BAB IV

GAMBARAN UMUM	
4.1 Sejarah Terjadinya Perang Antara Palestina Dengan Israel	31
4.2 Munculnya Aksi Gerakan Boikot	34
4.3 Produk Terafiliasi Dengan Israel Yang Diboikot Di Indonesia.....	36
4.3.1 Starbucks.....	37
4.3.2 Christian Dior	39
4.3.3 Kentucky Fried Chicken (KFC)	40
4.3.4 Pizza Hut.....	42
4.3.5 McDonalds.....	43
4.3.6 Zara	45
4.3.7 Unilever	46
4.4 Produk Lokal Yang Menjadi Alternatif Dari Produk Yang Diboikot ...	48
4.4.1 Fore	48
4.4.2 Wardah.....	50
4.4.3 Richeese Factory.....	51
4.4.4 Kopi Kenangan	52
4.4.5 Kopi Tuku	54
4.4.6 Mustika Ratu.....	55
4.4.7 Hanasui	57

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Asimilasi dalam mempengaruhi dampak boikot terhadap perkembangan pasar lokal di Indonesia	60
5.1.1 Sejarah	61
5.1.2 Sosial Media	63
5.1.3 Tokoh Ulama dan Komunitas	66
5.2 Akomodasi dalam mempengaruhi dampak boikot terhadap perkembangan pasar lokal di Indonesia	70
5.2.1 Perubahan Pola Konsumsi Terhadap Produk Global Pro Israel	

.....
71

5.3 Adaptasi Kognitif dalam mempengaruhi dampak boikot terhadap perkembangan pasar lokal di Indonesia75

5.3.1 Peningkatan Pola Konsumsi Produk Lokal di Indonesia.....76

5.3.2 Perubahan Citra Produk Lokal di Mata Masyarakat Indonesia81

BAB 6

PENUTUP

6.1 Kesimpulan82

6.2 Saran83

DAFTAR PUSTAKA 85

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Definisi Boikot menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), boikot merupakan sebuah tindakan kolektif yang dilakukan dengan cara menahan diri untuk tidak menggunakan, membeli, atau berinteraksi dengan individu maupun organisasi tertentu sebagai bentuk protes atau tekanan agar terjadi perubahan; dalam praktiknya, boikot berarti aksi bersama untuk menolak segala bentuk kerja sama, baik dalam urusan perdagangan, komunikasi, partisipasi, ataupun aspek lain yang serupa, sedangkan pemboikotan sendiri merujuk pada proses atau tindakan nyata dalam melakukan boikot terhadap sesuatu, yang pada intinya bertujuan untuk mengekspresikan ketidakpuasan atau sebagai wujud protes dari pihak-pihak yang merasa dirugikan atau tidak setuju dengan kebijakan atau perilaku pihak yang diboikot (Refendy, 2022).

Perselisihan antara Israel dan Palestina adalah salah satu konflik bersenjata yang paling lama dan kompleks dalam sejarah modern dunia, di mana masalah yang mendasarinya melibatkan berbagai aspek seperti sejarah, agama, budaya, dan politik yang saling terkait dengan rumit. Salah satu penyebab utama dari ketegangan ini adalah klaim yang saling bertentangan mengenai kepemilikan tanah di wilayah Palestina, yang mencakup kawasan Jalur Gaza, Tepi Barat, dan Yerusalem Timur.

Sejarah konflik Palestina-Israel dimulai pada awal abad ke-20 ketika Kesultanan Ottoman mengalami kekalahan dari Inggris dalam Perang Dunia I, yang mengakibatkan pengambilalihan wilayah Palestina oleh Inggris. Pada tahun 1917, Deklarasi Balfour

dikeluarkan, yang mendukung pembentukan rumah nasional bagi orang Yahudi di Palestina, mendorong imigrasi bangsa Yahudi dari berbagai belahan dunia ke tanah tersebut. Selama periode ini, jumlah imigran Yahudi meningkat secara signifikan, yang menyebabkan ketegangan antara komunitas Yahudi dan Arab Palestina semakin meningkat (Zamzami, 2024). Setelah Perang Dunia II usai, mandat atas Palestina yang sebelumnya berada di tangan Inggris kemudian diambil alih oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa, yang selanjutnya mengajukan rencana pembagian wilayah tersebut menjadi dua negara, satu untuk bangsa Yahudi dan satu lagi untuk masyarakat Arab Palestina, sebagaimana tercantum dalam Resolusi PBB Nomor 181 pada tahun 1947. Akan tetapi, penolakan dari pihak Arab Palestina terhadap rencana pembagian ini justru memicu terjadinya Perang Arab-Israel pertama pada tahun 1948, yang berakhir dengan kemenangan di pihak Israel, berdirinya negara Israel, serta menyebabkan terjadinya pengungsian besar-besaran rakyat Palestina (Sumbar, 2023).

Upaya perlawanan yang dilakukan oleh Palestina telah berlangsung secara terus-menerus sejak organisasi ini berdiri pada tahun 1987, dan puncaknya terjadi pada Oktober 2023 ketika mereka meluncurkan operasi serangan besar yang dinamai “Taufan Al Aqsa,” yang melibatkan aksi penetrasi ke wilayah Israel, pengambilan sejumlah besar sandera, serta menyebabkan banyak korban jiwa di pihak Israel; peristiwa inilah yang kemudian dijadikan alasan oleh Israel untuk mendeklarasikan perang sebagai respons terhadap serangan tersebut ke Jalur Gaza, sementara dalam pernyataan resminya, Palestina menegaskan bahwa operasi Taufan Al Aqsa merupakan langkah yang diperlukan dan bentuk respons yang wajar terhadap seluruh konspirasi Israel terhadap rakyat Palestina.

Laporan-laporan mencatat bahwa serangan Palestina mengakibatkan kematian sekitar 1.139 orang dan penangkapan sekitar 240 orang sebagai tawanan. Sementara itu, Israel dan negara-negara Barat menuduh pejuang Palestina melakukan kejahatan perang selama

serangan tersebut, termasuk penyiksaan dan pemerkosaan, namun Palestina menolak tuduhan tersebut dengan menyatakan bahwa operasi mereka ditujukan untuk menyerang situs militer Israel dan menangkap tentara, dengan tujuan untuk menekan pemerintah Israel agar membebaskan ribuan warga Palestina yang ditahan di penjara Israel. (Ammar, 2024)

Tabel 1. Data korban dan kerusakan Akibat Serangan Israel di Jalur Gaza
(7 Oktober – 12 Juni 2024)

Jenis Dampak Serangan	Jumlah	Keterangan
Terbunuh	45.223	Anak-anak: 15.620 Perempuan: 10.173
Terluka	86.240	
Menjadi pengungsi	1.700.000	
Rumah yang hancur total	141.920	
Rumah yang hancur sebagian	312.000	
Jurnalis yang terbunuh	146	
Petugas medis yang dibunuh	1126	
Fasilitas publik yang hancur	467	Sekolah
	696	Masjid
	3	Gereja
	361	Fasilitas medis
	203	Situs warisan budaya
	182	Kantor media

Sumber: Euro-Med Human Right Monitor (2024)

Aikbat serangan tersebut, muncul berbagai bentuk respon diplomatik dan aksi protes bermunculan dari komunitas internasional, dengan puncaknya terjadi pada bulan November 2023 ketika negara-negara anggota Organisasi Konferensi Islam (OKI) mengadakan pertemuan khusus di Riyadh. Dalam pertemuan tersebut, yang juga dihadiri oleh Indonesia

sebagai salah satu anggota aktif, para pemimpin negara-negara OKI dengan tegas mengutuk tindakan Israel dan mendesak seluruh anggotanya untuk mengambil langkah-langkah konkret dalam merespons kejahatan perang yang dilakukan Israel. Salah satu langkah yang paling menonjol adalah kampanye Boycott, Divestment, Sanction (BDS) yang secara aktif mengorganisir gerakan pemboikotan dan penerapan sanksi sosial terhadap berbagai merek, sektor industri, dan entitas bisnis yang dianggap memberikan dukungan terhadap pendudukan Israel atas wilayah Palestina (Utama, 2023).

Indonesia sebagai negara muslim tentunya ikut merespon serangan tersebut, Berbagai demonstrasi dilakukan oleh masyarakat di kota-kota besar seperti Jakarta, Yogyakarta, dan Surabaya. Berbagai kelompok masyarakat di Indonesia menunjukkan solidaritas dan dukungan aktif terhadap perjuangan rakyat Palestina dengan mengambil beragam bentuk aksi, mulai dari kelompok-kelompok yang secara lantang menyerukan perlawanan terhadap Israel dan bahkan mengadvokasi pengiriman pasukan militer ke wilayah konflik, hingga organisasi-organisasi yang giat mengampanyekan gerakan pemboikotan terhadap berbagai produk dan merek dagang yang beredar di Indonesia yang diketahui memiliki hubungan atau afiliasi dengan kepentingan Israel dan kelompok Israel (Mariza.D, 2024).

Gambar 1.1 Gerakan Boikot Produk Pro-Israel
di Salah Satu Restoran Fast Food di Lombok



Sumber (Firmansyah, 2023)

Boikot yang dipicu oleh serangan Israel terhadap Palestina, mencerminkan solidaritas masyarakat Indonesia terhadap isu kemanusiaan dan hak asasi manusia. Namun, dampak dari aksi ini tidak hanya terbatas pada aspek moral dan politik, tetapi juga memiliki implikasi yang luas terhadap perekonomian lokal. Masyarakat Indonesia menunjukkan bahwa pilihan konsumsi mereka sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial dan keagamaan, terutama dalam merespons konflik Israel-Palestina. Gerakan boikot produk pro-Israel yang muncul pascaserangan Oktober 2023 merupakan cerminan kepedulian masyarakat, khususnya kelompok muslim, terhadap penderitaan rakyat Palestina. Dampak gerakan boikot ini cukup signifikan, dengan penjualan produk pro-Israel menurun drastis hingga 45%. Konsekuensi ekonomi yang ditimbulkan sangat nyata, seperti yang dialami PT Nestle Indonesia yang terpaksa mem-PHK 126 karyawannya pada 31 Oktober 2023 (Airlangga.A.R, 2023).

Aksi boikot terhadap berbagai produk yang dikaitkan dengan Israel telah

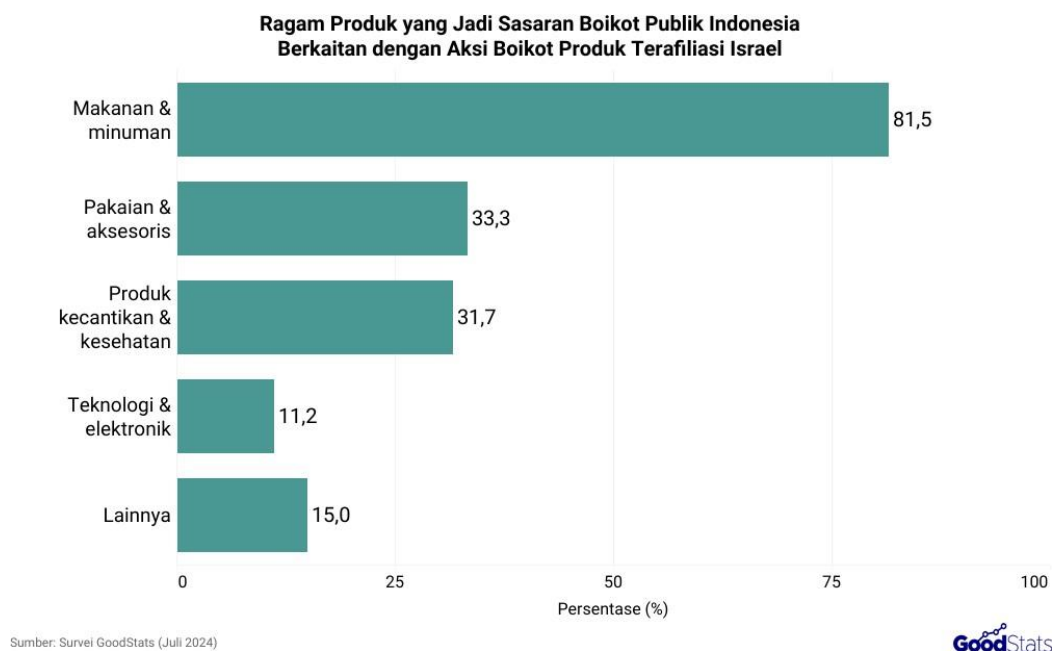
menciptakan gelombang keresahan yang mendalam, khususnya di antara berbagai perusahaan besar yang menjadi target aksi tersebut. Sejumlah merek internasional terkemuka yang beroperasi di Indonesia, seperti McDonald's, Kentucky Fried Chicken (KFC), Starbucks, Pizza Hut, dan Burger King, merasakan dampak dari gerakan boikot ini. Situasi ini memunculkan serangkaian pertanyaan yang rumit dan membutuhkan analisis mendalam terkait bagaimana gerakan boikot tersebut dapat mempengaruhi kondisi ekonomi Indonesia secara menyeluruh. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada perusahaan-perusahaan tersebut secara individual, tetapi juga menimbulkan diskusi serius mengenai potensi efek yang lebih luas terhadap berbagai sektor ekonomi di Indonesia. Meskipun demikian, aspek dampak ekonomi gerakan boikot ini masih menjadi topik perdebatan, dengan beberapa pihak berpendapat bahwa gerakan ini mungkin tidak akan memberikan dampak yang signifikan pada skala ekonomi nasional (Hidayat, 2021).

Ajakan untuk ikut melakukan Gerakan boikot di bermula ketika tersebar kabar di internet bahwa McDonald's melakukan pembagian makanan tanpa biaya kepada pasukan militer Israel, sebuah tindakan yang memicu gelombang kemarahan dan kritik keras dari berbagai pihak di seluruh dunia. Bersamaan dengan itu, Starbucks juga menjadi sasaran boikot karena persepsi yang berkembang bahwa perusahaan ini terus memberikan dukungan finansial kepada Israel. Situasi ini semakin berkembang dengan meningkatnya solidaritas internasional terhadap Palestina, terutama dari negara-negara yang berada di kawasan Timur Tengah dan wilayah-wilayah dengan populasi Muslim yang signifikan (Antoni.H, 2024). Sebagai konsekuensi dari gerakan boikot yang meluas ini, kedua perusahaan waralaba tersebut mengalami dampak finansial yang nyata, ditandai dengan penurunan signifikan dalam angka penjualan mereka di berbagai lokasi yang terkena dampak aksi boikot.

Tingkat partisipasi pengguna internet di Indonesia, yang juga dikenal sebagai

warganet atau netizen, dalam aksi boikot yang merupakan bagian dari gerakan *Boycott, Divestment, and Sanctions (BDS)* telah menciptakan dinamika yang signifikan dalam konteks gerakan sosial tersebut. Dinamika ini terlihat melalui fenomena vigilantisme digital, sebagai tindakan main hakim sendiri yang terjadi di ranah digital. Media Sosial berperan penting dalam membangun opini publik dan menyebarkan informasi dalam Gerakan boikot ini. Media sosial berfungsi sebagai platform utama untuk menyerukan boikot, menyebarkan informasi mengenai konflik Israel-Palestina, serta mengumpulkan dukungan secara massal untuk gerakan tersebut (Septiazi.R, 2023).

Gambar 1.2 Makanan & minuman yang menjadi sasaran utama produk yang diboikot warga Indonesia



Sumber (Lubis, 2024)

Produk-produk yang dianggap pro-Israel di Indonesia telah menjadi fenomena sosial dan ekonomi yang signifikan, terutama di tengah meningkatnya ketegangan geopolitik antara

Israel dan Palestina. Fenomena ini menggambarkan bagaimana preferensi konsumen dapat digerakkan oleh kesadaran sosial dan komitmen keagamaan. Perubahan pola konsumsi tidak sekadar soal ekonomi, melainkan juga ekspresi solidaritas dan protes terhadap kondisi kemanusiaan. Untuk mengatasi potensi risiko yang mungkin timbul, diperlukan pemahaman mendalam tentang dinamika sosial-keagamaan yang memengaruhi perilaku konsumen. Hal ini penting agar dampak boikot dapat dimitigasi dan tidak merugikan pihak-pihak yang tidak terlibat langsung dalam konflik.

Di Indonesia, berbagai elemen masyarakat, termasuk para pemuka agama, mahasiswa, organisasi non-pemerintah (LSM), dan aktivis sosial, telah aktif mengkampanyekan boikot terhadap produk-produk pro-Israel, terutama sejak awal tahun 2000-an. Mereka melakukan sosialisasi dan edukasi untuk mendorong masyarakat agar tidak membeli atau mengonsumsi berbagai produk dari Israel, seperti makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan layanan pariwisata. Menariknya, gerakan boikot ini ternyata memberikan dampak positif yang signifikan bagi perkembangan produk lokal di Indonesia. Dengan adanya boikot terhadap produk Israel, secara otomatis tercipta ruang pasar yang sebelumnya diisi oleh produk-produk asing tersebut, yang kini dapat dimanfaatkan oleh produk-produk dalam negeri sebagai alternatif (Mentari.C, 2023).

Kesempatan ini dimanfaatkan oleh produsen lokal untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas produk mereka. Proses ini tidak hanya membantu meningkatkan daya saing produk lokal tetapi juga memperkuat ekonomi domestik. Masyarakat semakin sadar akan pentingnya mendukung produk lokal sebagai bentuk solidaritas terhadap perjuangan Palestina serta untuk memperkuat perekonomian nasional. Dengan demikian, boikot terhadap produk Israel bukan hanya sekadar aksi protes, tetapi juga menjadi katalisator bagi pertumbuhan industri lokal yang lebih berkelanjutan di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah untuk penelitian ini yaitu “Bagaimana dampak boikot produk pro-Israel terhadap perkembangan pasar produk lokal di Indonesia?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian penulis yang berjudul “Dampak Boikot Produk Pro-israel Terhadap Perkembangan Pasar Produk Lokal di Indonesia” yaitu menganalisis bagaimana suatu gerakan boikot terhadap suatu produk dapat berdampak pada perkembangan pasar produk lokal.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman dalam studi Hubungan Internasional, khususnya terkait Gerakan boikot produk pro-israel terhadap perkembangan pasar produk lokal di Indonesia.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai dampak boikot, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

(n.d.).

Afifah Ilmi Alifya, A. K. (2024). Analisis Dampak Gerakan Boikot Produk Pro-Israel Terhadap Penjualan Starbucks dan Kopi Lokal di Indonesia.

Afrilian, D. (2025). *Detik Food*. Retrieved from <https://food.detik.com/info-kuliner/d-7998205/kopi-tuku-ekspansi-ke-eropa-kini-buka-di-amsterdam>

Agustina Ni Made Ayu Darma Pratiwi, A. A. (2024). Boikot Produk Israel Di Indonesia Berdasarkan Perjanjian Yang Dilarang Dalam Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Ahmad Helmi Nugraha, K. L. (2024). Gerakan Sosial Aksi Boikot Melalui Social Identity Model Of Collective Action Pada Isu Bela Palestina.

Alfarisi, A. (2022). Narasi Boikot Starbucks sebagai Simbol Perlawanan Digital Terhadap Penjajahan Palestina oleh Israel. *Jurnal Ilmu Komunikasi UNY*.

Alfina Lintang Faizah, C. F. (2024). Pembentukan Opini Gen Z Beragama Minoritas Melalui Gerakan Boikot Produk Pro-Israel.

Algooth Putranto, R. P. (2023). Aktivisme Digital Perspektif: Gambar Buah Semangka Sebagai Interaksi Simbolik Simpati Bagi Palestina.

Alvitalakhsmi, Dea. Ulfa, Nurist Surayya. (2025). THE INFLUENCE OF ATTITUDE TOWARDS TIKTOK CONTENT OF #BOYCOTTSTARBUCKS AND SUBJECTIVE NORMS BOYCOTT PRODUCR ORI-ISRAEL TOWARDS PURCHASE INTENTION OF STARBUCKS INDONESIA. *E JOURNAL UNZIP*.

Amin Awal Amarudin, N. R. (2024). Analisis Literasi Halal dan Preferensi Produk Yang Diboikot Pada Mahasiswa Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

Anisa Nur Hasanah, Y. L. (2023). Pengaruh Terapan Media Sosial Instagram Mengenai Produk Boikot Dan Konflik Palestina-Israel Terhadap Keputusan Pembelian Produk Boikot.

- APOLLO. (2023). *Kompasiana*. Retrieved from [kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/balawadaya/6436a02ca7e0fa4e876af273/apa-itu-intersubjektif?page=2&page_images=2](https://www.kompasiana.com/balawadaya/6436a02ca7e0fa4e876af273/apa-itu-intersubjektif?page=2&page_images=2)
- Ardhani, N. D. (2023). Analisis Dampak Boikot Pro Israel Terhadap Perekonomian di Indonesia.
- Ashari, Y. T. (2024). *Konstruksi Makna Dan Motif Cancel Culture Pelaku Boikot Pada Isu Israel-Palestina*.
- Ayu Jelita Ningrum, A. A. (2024). Vigilantisme Digital dalam Aksi Boikot Produk Israel di Media Sosial.
- Bandung, U. (2023). *UHS Dukung Gerakan Aksi Bela Palestina*.
- Bernhard, T. (2014). Kaum Muda Dan Dialog Lintas Agama.
- Boycott The Witness. (n.d.). Retrieved from <https://boycott.thewitness.news/target/dior>
- Boycott-Israel. (n.d.). Retrieved from <https://boycott-israel.org/boycott.html>
- BRIN. (2024). Retrieved from <https://mui.or.id/baca/berita/hasil-riset-brin-industri-lokal-tumbuh-pasca-mui-keluarkan-fatwa-boikot-produk-pendukung-genosida-israel>
- BRIN. (2025).
- Bugin, B. (Jakarta). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. 2004.
- Carson, T. (2023). He's Got A Rainbow Gun: Homonationalism And The Israel-Palestine Conflict.
- CBC News. (2023). Retrieved from <https://www.cbsnews.com/news/starbucks-lawsuit-union-palestinian-support/>
- Christian Dior. (2023). *Christian Dior Annual Report* .
- CJPME. (2023).
- Compas Market Insight. (2024). Retrieved from <https://compas.co.id>
- Damayanti,E, M. B. (2024). Situasi Dan Kondisi Perlawanan Terhadap Penjajahan Belanda Di

Indonesia.

Darlin Rizki, F. A. (2025). Peran Media Sosial Dalam Mendorong Perilaku Konsumen Terhadap Boikot Produk Israel.

Dempsey, J. (2025). *BBC News*. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/business-68735706>

Detik Finance. (2025). Retrieved from <https://finance.detik.com/bursa-dan-valas/d-7984130/pendapatan-toko-kopi-ini-tembus-rp-1-triliun>

Dian, A. N. (2023). Analisis Dampak Boikot Pro Israel Terhadap Perekonomian Di Indonesia.

Diany Mariza, M. H. (2024). Dampak Boikot Produk Afiliasi Pro Israel Bagi Pertumbuhan Perekonomian Di Indonesia.

Dini Riyanti, F. L. (2023). Dampak Aksi Boikot Produk Berafiliasi Israel Terhadap Pertumbuhan Produk Lokal di Era Konflik Israel-Palestina.

Doni, F. R. (2020). Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja.

Drs. Wahono Dipayana, D. M. (2018). *Perdagangan Internasional*. Yogyakarta: deepublish.

Durkheim, E. (1984). *The Division of Labor in Society*. New York.

Emilia Balfour Nurjannah, M. F. (2020). Deklarasi Balfour: Awal Mula Konflik Israel Palestina.

Ewe, K. (2024). *TIME*. Retrieved from <https://time.com/6972603/pro-palestinian-boycotts-fast-food-chains-israel-muslim-countries/>

Farhan, M. (2024). Social Boycott as a Form of Solidarity: An Analysis from the Perspective of Hadith. *Al Bukhari: Jurnal Ilmu Hadis*.

Faturohman, A. M. (2024). Analisis Pelanggaran Kolonialisme Terhadap Suatu Hak Yang Dimiliki Oleh Setiap Manusia.

Fianda Gammahendra, D. H. (2024). Pengaruh Struktur Organisasi Terhadap Efektivitas Organisasi.

Finnemore, M. Sikkink, K. (1998). *International Norm Dynamics and Political Change*.

Floretta, J. (2025). *Queer and Palestine: Cara Priscilla Yovia Melawan Lewat Bacaan*.

Fore Coffe. (2025). Retrieved from <https://fore.coffee/press-release-fore-coffee-revolutionizes-the-market-with-premium-affordable-coffee-innovations/>

Friedman, M. (1999). *Consumer boycotts: Effecting change through the marketplace and the media*.

GoodStats. (2024). Retrieved from <https://goodstats.id/article/survei-goodstats-mayoritas-warga-indonesia-dukung-aksi-boikot-produk-terafiliasi-israel-IOhHj>

Hadiat, F. N. (2022). *Konflik dan Kekerasan Israel dan Palestina*.

Hanasui. (2024). Retrieved from <https://hanasui.id>

Handayani, M. (2024). *Pengaruh Gerakan Boikot Produk Pendukung Israel Terhadap Perdagangan Saham di Indonesia*.

Hasbiyansyah, A. O. (2021). *Konflik Israel-Palestina Dalam Perspektif Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah Di Desa Tekerharjo Lamongan "Analisis Sosiologi Pengetahuan Karl Mannheim"*.

Herli Antoni, N. S. (2024). *IMPLIKASI HUKUM DAN EKONOMI GERAKAN BOIKOT PRODUK PRO-ISRAEL TERHADAP PERINDUSTRIAN DI INDONESIA*.

Hofstede, G. (2010). *Cultures Organizations: Software of the Mind*.

Hofstede, G. (2011). *Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context*.

Hopf, T. (1998). *The Promise of konstruktivism in international relations theory*.

Inditex. (2023). *Inditex Annual Report* .

Indonesia Business Post. (2025). Retrieved from <https://indonesiabusinesspost.com/3986/corporate-affairs/fore-coffee-announces-ipo-on-the-indonesia-stock-exchange>

IndoPremier Research. (2024). *IndoPremier Research Report 2024*.

- Ishom, M. I. (2021). Komite Indonesia Untuk Solidaritas Palestina (Studi Gerakan Solidaritas Palestina di Indonesia).
- Jamilah, M. (2021). Partisipasi Perempuan Israel Dalam Proses Perdamaian Israel-Palestina.
- Jawapos. (2024). Retrieved from <https://www.jawapos.com/nasional/014928842/gelar-forum-ukhuwah-islamiyah-mui-pertegas-aksi-boikot-produk-terafiliasi-israel>
- John, A. - Kleim, J. (2003). The boycott puzzle: Consumer motivations for purchase sacrifice. JOURON REPUBLIKA. (2023). Retrieved from <https://jouron.republika.co.id/posts/251216/kfc-pizza-hut-indonesia-admit-boycotting-pro-israel-products-destroying-revenue>
- Kaslam. (2024). Solidaritas Global: Gerakan Kemanusiaan Untuk Palestina di Indonesia.
- Kaslam. (2024). Solidaritas Global: Gerakan Kemanusiaan Untuk Palestina Di Indonesia.
- Katzenstein, P. J. (1996). *The Culture of National Security: Norms and Identify in World Politics*. New York.
- Khoiriyah, B. N. (2024). Analisis Dampak Ekonomi Dan Sosial Boikot Produk Pro-Israel Dalam Perspektif Hukum Islam Di Indonesia.
- Klein, J. - Smith, N. C. - John, A. (2004). Why we boycott: Consumer motivations for boycott participation. *Journal of Marketing*.
- Kontan. (2025). Retrieved from <https://investasi.kontan.co.id/news/fore-kopi-indonesia-fore-tekan-rugi-jadi-laba-sebelum-ipo-ini-faktor-pendorongnya>
- Kumparan. (2024). Retrieved from <https://kumparan.com/kumparanbisnis/terimbas-boikot-emiten-pengelola-starbucks-indonesia-mapb-rugi-rp-22-m-236II18SM1K>
- Laila I, M. M. (2024). Analisis Dampak Sosial Boikot Produk Pro-Israel.
- Laila. I, M. M. (2024). Analisis Dampak Sosial Boikot Produk Pro-Israel.
- Lapin, A. (2024). Historic Global LGBTQ Advocacy Group Boycotts Israel And Suspends Israeli Affiliate. *The Jewish News*.

- LPPOM. (2025). Retrieved from <https://halalmui.org/en/guaranteeing-quality-fore-coffee-gets-a-halal-certificate/>
- Majelis Ulama Indonesia. (2023). *Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 tentang Hukum Dukungan Terhadap Palestina dan Boikot Produk Israel*.
- Majelis Ulama Indonesia. (2023, November). *MUI Digital*. Retrieved from [mui.or.id: https://www.mui.or.id/baca/berita/sudah-terlanjur-beli-produk-pro-israel-bagaimana-hukumnya-ini-penjelasan-mui](https://www.mui.or.id/baca/berita/sudah-terlanjur-beli-produk-pro-israel-bagaimana-hukumnya-ini-penjelasan-mui)
- Margareth.A, D. B. (2024). Boikot Barang Israel: Strategi Perlawanan Dan Solidaritas Global Dalam Mendukung Perjuangan Palestina.
- McDonald's Corporation (MCD). (2024). Retrieved from <https://id.investing.com/equities/mcdonalds-financial-summary>
- Misidawati, U. R. (2024). Peran Media Sosial Terhadap Penerapan Boikot Produk Israel di Indonesia.
- MJ. (2023). *Feminis Menuntut Gencatan Senjata Israel-Palestina*.
- Mokomombang, M. A. (2023). Perilaku Boikot Dalam Perspektif Islam Serta Implementasinya Di Era Kontemporer.
- Muchsin, M. A. (2020). *Palestina dan Israel: Sejarah, Konflik dan Masa Depan*.
- Muhammad Bayquni Shihab, F. Y. (2025). Dampak Boikot Produk Terhadap Terhadap Ekonomi Negara Dalam Pandangan Islam.
- Muhammad, H. (2025). *The Polemic of the Boycott Movement Against Products Affiliated With Israel in Indonesia*.
- Muliadi. (2024). *Pemboikotan Produk Pro Israel Sebagai Bentuk Dukungan Terhadap Perjuangan Palestina Berdasarkan Fatwa DSN MUI Nomor 83 Tahun 2023 di Kota Parepare*.
- Mustika Ratu. (2023). Retrieved from <https://food.detik.com/info-kuliner/d-7998205/kopi->

tuku-ekspansi-ke-eropa-kini-buka-di-amsterdam

Napitupulu, D. (2023). Perilaku Konsumen Indonesia dalam Aksi Boikot Produk Pro-Israel. .

Jurnal Ilmu Sosial dan Politik.

Nasution, T. (2023). Perkembangan Sosial Masyarakat Pada Masa Penjajahan.

Nur, N. A. (2024). Pemboikotan Produk Pendukung Kejahatan Persepektif Maqasid al-Syariah.

Nurdiansyarani, R. E. (2023, Desember 29). Boikot Produk Israel Meningkat, Usaha dan Bisnis

Indonesia Potensi Kena Dampak.

Oktavia, M. R. (2024). Pengaruh Dampak Boikot Produk Amerika Terhadap Perekonomian Indonesia.

Phan, K. (2023). *AP News*. Retrieved from [https://apnews.com/article/bella-hadid-dior-israel-](https://apnews.com/article/bella-hadid-dior-israel-amas-war-fact-check-aabe93d8f40f0a5a226bd51af36b3343)

[amas-war-fact-check-aabe93d8f40f0a5a226bd51af36b3343](https://apnews.com/article/bella-hadid-dior-israel-amas-war-fact-check-aabe93d8f40f0a5a226bd51af36b3343)

Piaget, J. (1952). *The origins of intelligence in children*. New York.

Piaget, J. (1972). *Psychology and epistemology: Towards a theory of knowledge*.

Populix. (2023). Consumer Behavior Toward Israeli-Affiliated Brands in Indonesia.

Prasetyo, F. I. (2024). Pembentukan Opini Publik Melalui Gerakan Boikot Produk Israel.

Pratiwi, A. A. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19.

Prihandono Wibowo, R. D. (2022). Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia.

Primayudha, R. F. (2022). Konsep Boikot Dalam Alquran Dan Implementasinya (Studi Tafsir Tematik Konsep Atas Ayat-Ayat Boikot).

Prof. Yon Machmudi, P. (2024). Satu Tahun Perang di Gaza: Refleksi Sejarah Pendudukan Israel di Palestina.

PT Duta Intidaya. (2023). *Laporan Keuangan Konsolidasian PT Duta Intidaya*.

PT Hero Supermarket. (2021-2023, 2024). *Laporan Tahunan*.

PT Mitra Energi Persada 2022-2023. (2023). *Laporan Tahunan*.

PT Mustika Ratu Tbk. (2022, 2023, 2024). *Laporan Keuangan PT Mustika Ratu Tbk*.

PT WAHANA INTI MAKMUR. (2023). *LAPORAN KEUANGAN*.

Puspapertiwi, Erwina Rachmi. Nugroho, Rizal Setyo. (2024). *KOMPAS*. Retrieved from
kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2024/04/30/180000265/100-gerai-kfc-malaysia-tutup-di-tengah-aksi-boikot-produk-pro-israel>

Putriningtias, A. (2024). *MEDCOM*. Retrieved from <https://www.medcom.id/gaya/your-fashion/JKRdzn5b-survei-masyarakat-banyak-beralih-ke-produk-lokal-imbas-boikot>

Rahardyan, A. (2024). *EKONOMI*. Retrieved from [ekonomi.bisnis.com: https://ekonomi.bisnis.com/read/20240221/12/1743057/riset-populix-65-warga-ri-dukung-boikot-produk-pro-israel](https://ekonomi.bisnis.com/read/20240221/12/1743057/riset-populix-65-warga-ri-dukung-boikot-produk-pro-israel)

Rayssa Alya Zahirah, B. N. (2025). Pengaruh Dampak Boikot Produk Pro-Israel Terhadap Pendapatan Kecil Menengah di Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Rayssa Alya Zahirah, B. N. (2025). Pengaruh Dampak Boikot Produk Pro-Israel Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Provinsi Nusa Tenggara Barat.

REDDIT. (2024).

REPUBLIKA. (2023). Retrieved from <https://ekonomi.republika.co.id/berita/s4s9ue502/ramai-kosmetik-pro-zionis-wardah-pastikan-boikot-bahan-baku-terkait-israel>

Riyanti.D, F. L. (2023). Dampak Aksi Boikot Produk Berafiliasi Israel Terhadap Pertumbuhan Produk Lokal di Era Konflik Israel-Palestina.

Rizkiyah F, E. L. (2023). Konstruktivisme Sebagai Pendekatan Untuk Memahami Politik Dunia.

Rony Setyo Kurniawan, J. Z. (2024). Efektivitas Seruan Aksi Boikot Produk Pro Israel Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Bagi Produk Lokal.

Rosada, N. A. (2024). Analisis Framing Pemberitaan Konflik Israel-Palestina (Studi Pada Media

- Online CNN Indonesia dan Detik.com Periode 23 Juli-1 Agustus 2024).
- Santoso, M. B. (2016). LGBT Dalam Perspektif Hak Asasi Manusia.
- Sari, N. (2020). Peran Organisasi Masyarakat Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa.
- Sen, S. - Gurhan-Canli, Z. - Morwitz, V. G. (2001). Withholding consumption: A social dilemma perspective on consumer boycotts. *Journal of Consumer Research*.
- Septiazi, R. F., Yuliana, N. (2024). Peran Media Sosial dalam Pengaruh Kampanye Boikot Terhadap Perilaku Konsumen Muslim. *Jurnal Triwikrama*.
- Shadiqi, Muhammad Abdan. Muluk, Hamdi. Milla. Mirra Noor. (2020). Support for Palestinian among Indonesia Muslim: Religious identify and solidarity as reasons for e-petition signing.
- Siregar, H. (2022). Analisa Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila.
- Siti Nurzanna, A. M. (2025). Pengaruh Gerakan Boikot Produk Pro Israel Terhadap Perilaku Konsumen Muslim Di Kota Palembang (Studi Kasus Pada Produk Mcdonald's).
- Smith, N. (2011). *Consumers as drivers of corporate responsibility*.
- Suherman, M. F. (2024). Makna Nilai Agama Dalam Keputusan Boikot Produk (Studi Kualitatif Pada Komunitas Muslim Dan Non Muslim Di Palangka Raya).
- Suherman. Nasrida, Muhammad Farra. Ompusunggu, Dicky Perwira. Simbolon, Tiur Roida. Pratama, Andhika. (2024). Makna Nilai Agama Dalam Keputusan Boikot Produk. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*.
- Syafa Alfina, Y. T. (2024). Pengaruh Regionalitas Terhadap Motivasi Boikot Produk.
- Syifa Maulida Wijdan, W. M. (2024). Pemetaan Strategi Komunikasi Pergerakan Feminis Indonesia Di Ruang Digital.
- Tempo. (2024). Retrieved from <https://nasional.tempo.co/read/1898684/ijtima-mui-boikot-berlanjut-demi-kedaulatan-ekonomi-indonesia>
- TEMPO. (2024). Retrieved from <https://www.tempo.co/politik/mui-ungkap-dampak-aksi->

- boikot-produk-terafiliasi-israel-terhadap-produk-lokal-1183057#goog_rewarded
- TEMPO English. (2024). Retrieved from <https://en.tempo.co/read/1831045/unilever-indonesia-profit-drops-10-5-amid-israel-boycott-issues>
- The Guardian. (2022). Retrieved from <https://www.theguardian.com/business/2022/dec/15/unilever-ben-and-jerrys-ice-cream-israel-west-bank>
- Tim Dunne, M. K. (2013). *International Relations Theories: Discipline and Diversity*. Oxford University Press.
- Toba Sastrawan Manik, D. R. (2021). Eksistensi LGBT Di Indonesia Dalam Kajian Perspektif HAM, Agama dan Pancasila.
- Ulya.H, K. R. (2024). Gerakan Sosial Digital: Boikot-Divestasi-Sanksi (DBS) Terhadap Isu Israel-Palestina di Media Sosial.
- Wardhani, S. P. (2024). PENGARUH GERAKAN BOIKOT DIVESTASI SANKSI TERHADAP PERUSAHAAN PEMEGANG WARALABA DAN HAK ASASI MANUSIA.
- Warta Nusantara. (2025). Retrieved from <https://www.wartanusanantara.id>
- Wendt, A. (1992). *Anarchy is what states make of it: The social construction of power politics*.
- Wendt, A. (1992). *Anarchy is What States Make of It: The Social Construction of Power Politics*.
- Wendt, A. (1999). *Social Theory of International politics*.
- Wibowo, A. (2017). Tinjauan Teoritis Terhadap Wacana Kriminalisasi LGBT.
- Wikantoso, B. (2016). KONSEP INTERSUBJEKTIVITAS DALAM PHENOMENOLOGY OF SPIRIT KARYA HWF HEGEL.
- Wirasandi. (2019). Wanita Dalam Pendekatan Feminisme.
- Woolfolk, A. (2010). *Educational psychology*.

Youwandha, A. D. (2024). Analisis Akar Konflik Palestina-Israel.

Zahirah, Rayssa Alya. Nabila, Baiq. Winata, Nabila Azzahro. Putri, Safira. Zitri, Ilham. (2024).

Pengaruh Dampak Boikot Produk Pro Israel terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil
Menengah di Provinsi Nusa Tenggara Barat.