

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, terdapat beberapa kesimpulan utama yang dapat ditarik. Pertama, partisipasi konsumen dalam boikot produk Israel mencakup berbagai bentuk, seperti boikot langsung terhadap produk Israel, dukungan terhadap kampanye yang mempromosikan boikot, dan penggunaan *konsumerisme politik* untuk menolak kebijakan yang melanggar hak asasi manusia. Partisipasi ini tidak hanya terbatas pada aspek konsumsi, tetapi juga menunjukkan kesadaran politik yang kuat terhadap isu-isu global, mencerminkan kepedulian terhadap keadilan dan perubahan sosial.

Kedua, alasan utama yang mendorong partisipasi konsumen dalam gerakan boikot adalah solidaritas dan kesamaan identitas nilai, di mana konsumen merasa terhubung dengan perjuangan Palestina dan menentang kebijakan Israel yang dianggap tidak adil. Banyak konsumen yang melihat konsumsi mereka sebagai protes politik, dengan tujuan mempengaruhi kebijakan dan perusahaan yang mendukung ketidakadilan, kesadaran terhadap potensi pengaruh kekuatan konsumsi yang terorganisir menjadi alasan yang kuat bagi banyak konsumen untuk berpartisipasi.

Ketiga, media sosial memainkan peran penting dalam memperluas dan memperkuat gerakan boikot dengan memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan luas. Melalui platform ini, gerakan boikot produk Israel dapat menjangkau audiens global, mengorganisir kampanye, dan memfasilitasi diskusi edukatif. Media sosial juga memberi ruang bagi individu untuk berbagi pengalaman dan menginspirasi orang lain. Secara keseluruhan, partisipasi konsumen dalam boikot dipengaruhi oleh kesadaran politik, solidaritas internasional, dan identitas nilai yang sejalan, dengan media sosial sebagai penggerak untuk memperjuangkan perubahan sosial dan politik, namun tetap harus didukung dengan aksi langsung di dunia nyata untuk mencapai keberhasilan boikot yang maksimal.

## **V.2 Saran**

Setelah melakukan proses penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yang dapat dikemukakan seperti :

### **V.2.1 Saran Akademis**

Penelitian ini masih jauh dari hasil yang sempurna. Mencakup lingkup objek yang diteliti, ke dalam informasi atau sumber data, aspek pembahasan maupun dalam struktur penulisan. Meski demikian, penelitian ini juga menyampaikan beberapa saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi bagi studi selanjutnya yang ingin mengeksplorasi lebih lanjut mengenai bentuk gerakan, partisipasi konsumen dalam gerakan boikot terhadap produk Israel, terutama dalam kerangka gerakan BDS (Boikot, Divestasi dan Sanksi).
2. Penelitian mendatang diharapkan tidak hanya fokus pada bentuk partisipasi konsumen, dan peran media sosial, tetapi lebih jauh dapat mengeksplorasi aktor aktor lain, baik perusahaan atau pemerintah dalam mendukung atau menentang gerakan boikot ini.

### **V.2.2 Saran Praktis**

Dalam temuan penelitian, terdapat beberapa saran praktis terkait strategi dan implementasi gerakan boikot dalam komunitas BDS, baik untuk organisasi atau pengikutnya. Tujuan utamanya adalah untuk memperkuat dampak gerakan boikot produk Israel dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan isu isu terkait hak asasi manusia dan keadilan sosial.

1. Mempertahankan dan mengoptimalkan aksi boikot yang telah ada merupakan langkah penting. Tujuan dari upaya ini adalah untuk memastikan berlanjutnya partisipasi dalam gerakan BDS, sekaligus memperkuat dampaknya terhadap kebijakan dan praktik yang dianggap melanggar hak asasi manusia.
2. Memperluas kerjasama dengan berbagai organisasi dan sektor. Penguatan kolaborasi dengan lembaga internasional, aktivis, dan komunitas lainnya

dapat meningkatkan jangkauan serta daya tarik gerakan ini. Dengan kerjasama yang terjalin, gerakan boikot akan menjadi lebih solid dan mampu mengakses lebih banyak sumber daya, sehingga pesan-pesan keadilan dan hak asasi manusia dapat disebarluaskan dengan lebih efektif.

3. Meningkatkan pemantauan dan evaluasi dampak boikot. Untuk memastikan bahwa boikot tersebut berdampak signifikan, penting untuk menjaga keteraturan dan efektivitas gerakan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengumpulkan data tentang seberapa banyak produk yang dipengaruhi oleh boikot, seberapa luas jangkauan informasi yang disebar, dan sejauh mana partisipasi konsumen meningkat. Dengan adanya evaluasi yang jelas, gerakan BDS dapat terus beradaptasi, memperbaiki strategi, dan meningkatkan dampak sosialnya.

