

BAB IV

REFLEKSI HASIL PENELITIAN PROPAGANDA DALAM KONFLIK

ISRAEL-PALESTINA PADA KAJIAN VISUAL DI AKUN

@GERAKANBDS_ID DI X

Bagian hasil pembahasan ini memaparkan bagaimana bentuk, makna, serta strategi visual yang digunakan oleh akun @gerakanbds_id dalam menyampaikan pesan-pesan propaganda terkait konflik Israel–Palestina di platform media sosial X (sebelumnya Twitter). Analisis difokuskan pada bagaimana elemen visual seperti gambar, warna, tipografi, dan tata letak berfungsi sebagai alat komunikasi ideologis untuk membentuk opini publik dan menggugah emosi khalayak terhadap isu kemanusiaan di Palestina. Kajian ini menelusuri bagaimana visualisasi yang ditampilkan tidak hanya berperan sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai instrumen persuasi dan resistensi terhadap dominasi narasi pro-Israel di ruang digital.

Selanjutnya, pembahasan ini menguraikan bagaimana pesan-pesan visual tersebut dikonstruksi untuk menumbuhkan solidaritas, memperkuat identitas kolektif pendukung gerakan Boycott, Divestment, and Sanctions (BDS), serta memengaruhi persepsi masyarakat terhadap konflik yang berlangsung. Melalui pendekatan analisis visual dan semiotik, hasil pembahasan menyingkap lapisan makna yang tersembunyi di balik setiap elemen visual, mulai dari simbol perjuangan, penggunaan warna yang merepresentasikan perlawanan, hingga retorika visual yang menggugah empati. Dengan demikian, bagian ini memberikan pemahaman mendalam mengenai bagaimana propaganda digital beroperasi dalam

konteks perjuangan Palestina melalui representasi visual yang strategis dan ideologis.

4.1 Refleksi Teoritis

Pada sub bab ini penulis akan menguraikan hasil temuan data penelitian yang akan dijelaskan melalui teori propaganda dan ideological Square. Temuan data dari penelitian ini merupakan hasil dari analisis Propaganda Dalam Konflik Israel-Palestina Pada Kajian Visual Di Akun @Gerakanbds_Id Di X (sebelumnya Twitter) menggunakan semiotika Roland Barthes. Refleksi teoretis ini sebagai ruang sintesis dan integrasi bagi seluruh temuan analisis semiotika visual, menempatkan bahasa visual ke dalam bingkai komunikasi ideologis melalui teori Propaganda dari Jowett & O'Donnell (2015) dan kerangka Ideological Square Teun A. van Dijk (1998). Analisis komprehensif ini menegaskan bahwa postingan visual akun @GerakanBDS_ID tidak sekadar menyajikan informasi, melainkan beroperasi sebagai mekanisme propaganda yang strategis untuk membangun solidaritas moral dan politik. Berikut ini merupakan refleksi teoritis terhadap Propaganda Dalam Konflik Israel-Palestina Pada Kajian Visual Di Akun @Gerakanbds_Id Di X.

4.1.1 Mitos dalam Ideological Square

Melalui analisis semiotika Roland Barthes, ditemukan bahwa di balik makna harfiah, tanda-tanda visual dan verbal bersinergi membentuk mitos yang dominan. Mitos ini menaturalisasi pandangan bahwa boikot adalah satu-satunya tindakan yang adil dan benar untuk melawan ketidakadilan yang dianggap sah.

Mitos inilah yang menjadi fondasi bagi analisis Ideological Square, yang bertujuan membongkar strategi polarisasi dalam wacana perlawanan. Melalui *Ideological Square* Van Dijk, diungkap bagaimana ideologi perlawanan Gerakan BDS dikonstruksi melalui strategi polarisasi wacana visual. Strategi ini bekerja dengan memisahkan secara tajam kelompok Ingroup (Kita) yang menganut nilai-nilai keadilan dan kelompok Outgroup (Mereka) yang mewakili ketidakadilan.

Secara ideologis, positif dari kita (Keadilan) diposisikan sebagai tujuan moral Ingroup Gerakan BDS Indonesia dan Aktivis Pro-Palestina. Keadilan ini didapatkan dari interpretasi semiotika atas representasi keseimbangan simetris pada Poster 1, yang mengkonotasikan tuntutan kesetaraan dan harmoni. Ini mencerminkan nilai universal seperti Sila ke-5 Pancasila, yang secara kuat memposisikan Ingroup dalam koridor moral dan etis. Sebaliknya, negatif dari mereka (Ketidakadilan) direpresentasikan sebagai entitas yang harus ditolak, yakni Struktur Kekuasaan Dominan Outgroup (Israel dan pendukungnya). Visual Tikus Berdasi dan narasi "GENOSIDA GAZA" menjadi penanda utama Ketidakadilan, yang secara ideologis mendefinisikan Outgroup sebagai sumber dari penindasan.

Strategi polarisasi ini menunjukkan penerapan *one-sided framing*, di mana penekanan pada kebaikan Ingroup dan kejahatan Outgroup membentuk dikotomi yang jelas sebagai pembenaran bagi perlawanan. Prinsip kerjanya adalah media cenderung sebagai alat pembentuk opini publik yang selektif (*filtering*) sesuai dengan nilai dan tujuan ideologis tertentu. Adapun keempat strategi *Ideological*

Square selanjutnya dijalankan secara sistematis oleh poster untuk memperkuat polarisasi wacana dan mendorong mobilisasi aksi kolektif:

1. Strategi pertama, **Peningkatan Citra Positif Kita (*Accentuate Our Positives*)**, berfokus pada pengukuhan kredibilitas moral Gerakan BDS sebagai entitas yang memperjuangkan keadilan universal. Secara semiotika, strategi ini dimanifestasikan melalui penggunaan keseimbangan simetris pada tata letak poster dan penonjolan logo BDS, yang secara konotatif menyiratkan harmoni, ketentraman, dan tuntutan akan kesetaraan. Akibatnya, secara ideologis, poster berhasil menaturalisasi gerakan ini sebagai tuntutan etis yang sah, menempatkan kelompok Ingroup sebagai pembela nilai kemanusiaan yang integritasnya tidak perlu diragukan.
2. Strategi kedua, **Peningkatan Citra Negatif Mereka (*Accentuate Their Negatives*)**, bertujuan untuk memaksimalkan representasi kejahatan dan ketidakadilan yang diasosiasikan dengan kelompok Outgroup (Israel dan pendukungnya) guna membenarkan perlawanan. Analisis semiotika menunjukkan hal ini melalui visualisasi "Tikus Berdasi" yang melambangkan korupsi dan keserakahan, serta narasi verbal "Genosida" yang sangat provokatif pada poster pertama. Dampak ideologis dari strategi ini adalah penguatan dikotomi moral yang ekstrem, di mana Outgroup diposisikan sebagai musuh yang tidak manusiawi, sehingga memberikan pembenaran mutlak bagi segala bentuk perlawanan yang dilakukan oleh BDS.

3. Strategi ketiga, **Meminimalkan Hal Negatif Kita** (*Minimize Our Negatives*), berfungsi untuk mengalihkan persepsi audiens dari keterbatasan atau kepasifan kelompok Ingroup dengan membebankan kesalahan pada kegagalan sistemik. Secara visual, strategi ini dicapai melalui penggunaan tipografi *grunge* yang menyiratkan kondisi sistem yang "rusak" atau "pecah"—sebuah kritik retorik terhadap kegagalan mekanisme formal seperti hak veto PBB dalam membawa keadilan. Secara ideologis, hal ini membebaskan Ingroup dari kesalahan atas aksi non-fisik yang diambil, menegaskan bahwa langkah radikal seperti boikot diperlukan justru karena sistem *status quo* telah gagal menegakkan keadilan.
4. Strategi keempat, **Meminimalkan Hal Positif Mereka**, bertujuan mengubah dikotomi moral menjadi mobilisasi tindakan nyata, sekaligus menutup ruang bagi narasi positif apapun dari pihak Outgroup. Inti strategi ini terlihat pada prinsip kedekatan visual (*proximity*) dalam poster kedua, di mana simbol identitas Palestina (Semangka) disandingkan secara erat dengan pita bertuliskan "BOIKOT". Penyatuan visual ini menghasilkan kesimpulan ideologis yang kuat: Boikot diposisikan sebagai satu-satunya tindakan logis, mutlak, dan tidak terelakkan untuk mengatasi ketidakadilan, mentransfer simpati audiens menjadi partisipasi kolektif yang mendesak.

Penyelarasan antara semiotika Barthes mengenai mitos duka kolektif dan Ideological Square Van Dijk menunjukkan keberhasilan poster dalam mengubah

penderitaan menjadi sumber kekuatan perlawanan. mitos duka kolektif, yang diciptakan oleh dominasi warna hitam dan narasi genosida, berfungsi sebagai sumber legitimasi moral bagi Ingroup. Mitos ini kemudian dimanfaatkan oleh strategi Ideological Square untuk memaksakan tindakan (Boikot) sebagai jalan keluar tunggal. Dengan memanfaatkan polarisasi, poster ini membangun kognisi sosial bahwa tindakan boikot adalah satu-satunya jalan untuk mengembalikan Keadilan. Hal ini menghasilkan kesimpulan ideologis yang utuh. Mitos utama yang dikonstruksi dan diperkuat oleh strategi Ideological Square adalah "Boikot adalah satu-satunya tindakan yang adil dan benar untuk melawan ketidakadilan yang dianggap sah".

4.1.2 Perlawanan Propaganda Visual

Propaganda dari Jowett & O'Donnell, (2015) berperan dalam mengklasifikasikan dan menetapkan fungsi bahwa kedua poster ini adalah alat komunikasi persuasif yang dirancang untuk memengaruhi persepsi dan tindakan audiens terhadap isu Palestina. Melalui klasifikasi Propaganda Putih, teori ini menunjukkan pesan disampaikan dengan sumber yang jelas, bertujuan membangun kredibilitas dan menggerakkan solidaritas kolektif.

Namun, teori propaganda *bukan* merupakan alat yang secara rinci menjelaskan konstruksi Mitos Dominan atau mekanisme strategi ideologis. Untuk membongkar konstruksi dan mekanisme tersebut, analisis ini menyelaraskan Semiotika Roland Barthes, yang menjelaskan bagaimana elemen visual bersinergi membentuk mitos dominan boikot adalah satu-satunya tindakan yang adil, dan Ideological Square Teun A. van Dijk, yang menjelaskan strategi polarisasi wacana

yang memetakan mitos dominan tersebut ke dalam dikotomi moral Kita (Ingroup - Keadilan) melawan Mereka (Outgroup - Ketidakadilan).

Kedua poster ini diklasifikasikan sebagai Propaganda Putih karena memenuhi kriteria utama yang ditetapkan oleh Jowett & O'Donnell (2015), yaitu memiliki sumber yang jelas dan informasi acara yang cenderung akurat, dengan tujuan membangun kredibilitas dan legitimasi moral. Hal ini terbukti dengan identifikasi sumber secara terbuka @GerakanBDS_ID, logo BDS dan penyajian detail acara yang spesifik. Poster tidak termasuk kategori Propaganda Abu-abu karena tidak ada penyembunyian sumber maupun identitas, dan tidak pula tergolong Propaganda Hitam karena tidak ditemukan upaya penipuan identitas atau fabrikasi fakta. Dengan demikian, pendekatan Propaganda Putih digunakan secara strategis untuk menjadikan pesan seruan aksi ini kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan di hadapan publik.

Temuan menunjukkan bahwa kedua poster Gerakan BDS Indonesia beroperasi secara cerdas dalam bingkai Propaganda Putih. Penggunaan Propaganda Putih di sini menjadi strategi retorik fundamental untuk membangun legitimasi moral dan kredibilitas sebelum menyalurkan pesan ideologis yang kuat, di mana sumber yang terbuka dan tata letak yang teratur menarik audiens ke dalam wacana yang disajikan sebagai kebenaran mutlak. Propaganda ini berhasil menaturalisasi sebuah Mitos Dominan bahwa "Boikot adalah satu-satunya tindakan yang adil dan benar untuk melawan ketidakadilan yang dianggap sah." Mitos ini merupakan sintesis dari berbagai tanda visual, mencakup mitos duka kolektif dominasi warna hitam yang berfungsi sebagai fondasi emosional, mitos keadilan keseimbangan

visual yang menempatkan Ingroup dalam koridor etis, dan mitos sistem yang rusak tipografi *grunge* yang memberikan pembenaran ideologis untuk menolak mekanisme formal yang gagal. Mitos Dominan ini kemudian dioperasionalkan melalui empat strategi polarisasi wacana Ideological Square Van Dijk, yang bertujuan memisahkan Kita (Ingroup) dari Mereka (Outgroup). Polarisasi moral dicapai melalui kontras visual, di mana Peningkatan Positif Kita dipadukan dengan Peningkatan Negatif Mereka, memanfaatkan transparansi visual untuk membangun citra moral Ingroup sambil memaksimalkan citra negatif Outgroup. Lebih lanjut, poster mengarahkan audiens dari kesadaran penderitaan menuju tindakan melalui strategi Aksi dan Penolakan, di mana Kedekatan Visual secara semiotika memposisikan Boikot sebagai respons yang logis dan mutlak untuk menghilangkan Ketidakadilan, diperkuat oleh Tipografi *Grunge* yang berfungsi untuk Menyingkirkan penolakan terhadap *status quo* yang pasif dan mendorong aksi kolektif sebagai jalan keluar tunggal.

Refleksi kritis terhadap Propaganda Putih ini menunjukkan bahwa kejujuran visual tidak identik dengan netralitas makna, melainkan merupakan strategi persuasi terencana. Meskipun teratur, Tata Letak adalah alat ideologis yang mengarahkan fokus audiens di mana kesatuan visual menghasilkan efek kebenaran tunggal, menutup kemungkinan tafsir lain dan memperkuat otoritas pesan. Demikian pula, penggunaan Warna yang terang-terangan dan Tipografi *Sans Serif* yang lugas menciptakan ilusi netralitas yang sebenarnya berfungsi sebagai *strategic coding*, yang membangun asosiasi emosional dan melegitimasi keberpihakan moral. Dengan demikian, Propaganda Putih dalam konteks poster BDS Indonesia

adalah bentuk persuasi yang dibungkus dengan transparansi visual untuk memperkuat legitimasi moral kampanye solidaritas. Poster ini berhasil menyalurkan penderitaan mitos duka kolektif menjadi sumber kekuatan perlawanan, membenarkan tindakan boikot sebagai jalan keluar tunggal untuk mengembalikan keadilan, sementara reduksi makna akibat kesatuan visual yang terlalu kuat berpotensi membatasi pembacaan isu politik global, karena ia mengarahkan persepsi publik hanya pada satu arah pemahaman boikot dan gencatan senjata, menjadikannya alat hegemoni simbolik yang efektif dalam mengorganisir kesadaran dan tindakan kolektif.

4.2 Refleksi Praktis

Penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana praktik propaganda dapat berfungsi secara positif sebagai alat komunikasi publik dalam konteks perjuangan kemanusiaan. Kajian terhadap poster-poster akun @GerakanBDS_ID di platform X menunjukkan bahwa propaganda tidak selalu identik dengan manipulasi atau kebohongan, sebagaimana stigma yang sering melekat pada istilah tersebut. Sebaliknya, dalam konteks gerakan solidaritas terhadap Palestina, propaganda digunakan sebagai sarana penyadaran sosial yang terbuka dan jujur yang dikategorikan sebagai *white propaganda*. Melalui pendekatan visual yang lugas dan simbolik, akun ini berhasil mengemas pesan kemanusiaan dalam bentuk yang mudah dipahami publik luas, sekaligus menggerakkan empati dan solidaritas terhadap korban kekerasan di Gaza.

Secara praktis, penelitian ini juga menunjukkan bahwa kekuatan media visual di era digital memiliki peran signifikan dalam membentuk opini publik dan mengarahkan tindakan kolektif. Poster-poster yang diunggah oleh akun @GerakanBDS_ID tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai *call to action* yang mengajak

audiens untuk terlibat secara nyata melalui kampanye boikot, dan penyebaran informasi. Visualisasi yang sederhana namun sarat makna moral membuktikan bahwa propaganda visual dapat menjadi strategi komunikasi yang mempersuasi untuk mengatasi keterbatasan teks verbal dalam menjelaskan isu-isu kompleks. Dengan demikian, temuan ini menegaskan pentingnya literasi visual dalam membaca serta memproduksi pesan-pesan yang mengandung nilai ideologis, terutama di ruang digital yang sangat cepat menyebarkan opini publik.

Selain itu, penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi aktivis, desainer grafis, dan pengelola media sosial yang terlibat dalam isu-isu kemanusiaan. Penggunaan elemen desain seperti tata letak, tipografi, warna, dan kesatuan visual terbukti berpengaruh besar terhadap daya persuasif penyampaian pesan. Desainer perlu memahami bahwa setiap elemen visual bukan sekadar aspek estetika, tetapi juga sarana representasi ideologi dan moralitas. Dengan memadukan kreativitas dan kesadaran etis, para pembuat konten dapat menghasilkan propaganda yang tidak bersifat manipulatif, tetapi justru memperkuat kesadaran kritis masyarakat. Praktik seperti ini menunjukkan bagaimana komunikasi visual dapat berperan dalam memperjuangkan nilai keadilan global tanpa kehilangan integritas moral.

Refleksi praktis dari penelitian ini menggarisbawahi pentingnya tanggung jawab sosial dalam produksi pesan digital di tengah maraknya disinformasi global. Isu konflik Israel-Palestina sering kali menjadi ajang perebutan narasi antar pihak yang memiliki kepentingan politik berbeda. Dalam konteks ini, propaganda putih yang diterapkan oleh akun @GerakanBDS_ID memberikan contoh konkret bagaimana kampanye digital dapat dijalankan dengan prinsip transparansi, akurasi, dan empati. Pendekatan seperti ini tidak hanya meningkatkan daya guna komunikasi publik, tetapi juga memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, penelitian ini mendorong

perlunya integrasi antara etika komunikasi, literasi media, dan desain visual yang bertanggung jawab sebagai fondasi utama dalam praktik propaganda di era digital.

4.3 Refleksi Sosial

Penelitian ini menunjukkan bahwa propaganda visual di media sosial, khususnya yang dilakukan oleh akun @GerakanBDS_ID, tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi politik, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi solidaritas dan kesadaran sosial masyarakat global terhadap ketidakadilan yang terjadi di Palestina. Melalui analisis terhadap elemen-elemen desain seperti tata letak, warna, tipografi, dan kesatuan visual, terlihat bahwa setiap aspek dirancang untuk menggerakkan emosi dan membentuk opini publik secara terbuka. Hal ini sejalan dengan konsep white propaganda dari Jowett dan O'Donnell (2015), di mana pesan disampaikan secara jujur dan terang-terangan untuk memengaruhi kesadaran kolektif terhadap isu kemanusiaan. Poster-poster yang dikaji tidak sekadar menyampaikan informasi, melainkan juga membangun empati publik sebagai wujud partisipasi moral terhadap penderitaan rakyat Palestina.

Dari perspektif sosial, temuan ini menggambarkan bahwa masyarakat digital kini tidak lagi menjadi penerima pasif pesan-pesan politik, tetapi berperan aktif dalam memperkuat narasi perlawanan terhadap penindasan. Melalui media sosial seperti X (sebelumnya Twitter), propaganda visual menjadi bentuk baru aktivisme digital yang memobilisasi dukungan global dengan cara yang cepat dan emosional. Fenomena ini menunjukkan bagaimana kekuatan visual dapat menembus batas geografis dan ideologis, menciptakan ruang solidaritas lintas bangsa yang sebelumnya sulit terwujud. Dengan demikian, media sosial

bertransformasi menjadi arena perjuangan simbolik di mana nilai-nilai kemanusiaan dan keadilan dinegosiasikan secara terbuka, bukan lagi sekadar platform komunikasi individual.

Secara lebih luas, penelitian ini menegaskan bahwa propaganda, dalam konteks perjuangan Palestina, tidak selalu berkonotasi negatif seperti manipulasi atau kebohongan, tetapi dapat menjadi sarana penyadaran sosial. Poster-poster di akun @GerakanBDS_ID menggunakan strategi komunikasi visual yang menonjolkan nilai moral, empati, dan keberpihakan terhadap korban, sehingga menghasilkan bentuk propaganda yang mendorong refleksi kemanusiaan. Pesan yang disampaikan tidak sekadar menyerang pihak tertentu, melainkan mengajak publik untuk merenungkan posisi mereka terhadap isu kemanusiaan global. Dengan demikian, propaganda di sini berfungsi sebagai medium untuk membangun kesadaran kritis masyarakat terhadap ketimpangan kekuasaan dan praktik kolonialisme modern yang masih berlangsung.

Refleksi sosial dari penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan media visual dalam konteks konflik Israel–Palestina tidak hanya terletak pada kemampuannya membentuk opini publik, tetapi juga pada potensinya untuk menggerakkan solidaritas moral dan kolektif. Melalui visualisasi yang kuat dan pesan yang terbuka, akun @GerakanBDS_ID berhasil membangun ruang diskursif tempat publik dapat menegaskan posisi etis mereka terhadap isu kemanusiaan. Dalam masyarakat digital yang sarat dengan informasi, bentuk propaganda seperti ini memiliki peran penting dalam menjaga empati, kesadaran sosial, dan nilai kemanusiaan tetap hidup di tengah banjir wacana politik global. Penelitian ini,

dengan demikian, memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana komunikasi visual berperan sebagai jembatan antara aktivisme, ideologi, dan kemanusiaan di era digital.