

**WACANA PEMBERITAAN BOIKOT TERHADAP PRODUK ISRAEL DI**

**MEDIA CNBC INDONESIA DAN SINDONEWS.COM**

**(Berita Edisi November 2023)**

**SKRIPSI**

**oleh:**

**Muhammad Nazid Arham**

**20201700411027**



**UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM**  
**Mojokerto**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN USHULUDDIN**

**UNIVERSITAS KH ABDUL CHALIM**

**MOJOKERTO**

**2024**

**WACANA PEMBERITAAN BOIKOT TERHADAP PRODUK ISRAEL DI  
MEDIA CNBC INDONESIA DAN SINDONEWS.COM  
(Berita Edisi November 2023)**

Skripsi

Diajukan Kepada:

Fakultas Dakwah dan Ushuluddin Universitas KH. Abdul Chalim  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

Muhammad Nazid Arham  
20201700411027

**UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM  
Mojokerto**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN USHULUDDIN**

**UNIVERSITAS KH ABDUL CHALIM**

**MOJOKERTO**

**2024**

## ABSTRAK

**Arham, Muhammad Nazid. Wacana Pemberitaan Boikot Terhadap Produk Israel di Media CNBC Indonesia dan Sindonews.com (Berita Edisi November 2023).** Skripsi. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ushuluddin Universitas KH. Abdul Chalim, Pembimbing : Imam Safi'i, M. Kom. I

---

**Kata Kunci : Israel-Palestina, Analisis Wacana Kritis, Gerakan Boikot Produk, Media Pemberitaan, Norman Fairclough**

Israel dan Palestina adalah dua negara yang selalu menjadi perbincangan publik. Konflik yang terus berlarut-larut antara Palestina dan Israel merupakan konflik yang kompleks akan kepentingan. Pemberitaan terakhir tentang masalah ini berfokus pada upaya penekanan global terhadap Israel melalui gerakan boikot produk. Pernyataan ini menarik perhatian dan memicu perdebatan di kalangan masyarakat serta menjadi sorotan di berbagai media, terutama di CNBC Indonesia dan Sindonews.com. Namun tanpa disadari, media juga memiliki peran aktif dalam membangun makna dan realitas.

Untuk memahami produksi teks berita pada kedua media, kita perlu menganalisis teks berita secara kritis. Hal ini mengundang pertanyaan yakni Bagaimana analisis wacana kritis pada pemberitaan boikot produk Israel di media CNBC Indonesia dan Sindonews.com. Untuk menjawab rumusan masalah ini, peneliti menggunakan Teori Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough yang mengintegrasikan analisis wacana yang didasarkan pada linguistik, pemikiran sosial, politik dan secara umum diintegrasikan pada perubahan sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wacana pemberitaan Boikot pada media CNBC Indonesia disajikan secara objektif sedangkan pada Sindonews.com wacana pemberitaannya lebih pada kajian kritis melalui sudut pandang tokoh. CNBC Indonesia dalam proses produksi teks pemberitaan menggunakan kata-kata yang mengandung makna koherensi terkait dengan gerakan boikot sebagai dukungan solidaritas dan dampaknya bagi Israel. Sementara media Sindonews.com dalam produksi teks berita memilih kata-kata yang menggambarkan efektivitas dengan menyajikan sudut pandang politik, ekonomi, agama, dan moral. Dalam praktik sosial budaya, nilai etis dan identitas kolektif yang didapatkan dari teks berita bermakna untuk memperkuat solidaritas.

## ABSTRACT

**Arham, Muhammad Nazid. Discourse On The News Of The Boycott Of Israeli Products in CNBC Indonesia and Sindonews.com Media (November 2023 Edition News).** Thesis. Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Da'wah and Ushuluddin, KH University. Abdul Chalim, Supervisor : Imam Safi'i, M. Kom. I

---

**Keywords : Israel-Palestina, Critical Discourse Analysis, Product Boycott Movement , News Media, Norman Fairclough**

Israel and Palestine are two countries that have always been a public conversation. The ongoing conflict between Palestine and Israel is a complex conflict of interests. The latest news on the issue focused on efforts to put global pressure on Israel through the product boycott movement. This statement attracted attention and sparked debate among the public and became a spotlight in various media, especially on CNBC Indonesia and Sindonews.com. But without realizing it, the media also has an active role in building meaning and reality.

To understand the production of news texts in both media, we need to critically analyze news texts. This raises the question, namely how to analyze the critical discourse on the news of the boycott of Israeli products in the CNBC Indonesia and Sindonews.com media. To answer the formulation of this problem, the researcher uses the Norman Fairclough Model Critical Discourse Analysis Theory which integrates discourse analysis based on linguistics, social thought, in general integrated into social change politics and.

The results of this study show that the discourse on the news of the Boycott on CNBC media Indonesia presented objectively, while in Sindonews.com the discourse of the news is more about critical studies through the perspective of figures. CNBC Indonesia in the process of producing news texts uses words that contain the meaning of coherence related to the boycott movement as a support for solidarity and its impact on Israel. Meanwhile, the Sindonews.com media in the production of news texts chooses words that describe effectiveness by presenting political, economic, religious, and moral viewpoints. In socio-cultural practices, the ethical values and collective identity then solidarity obtained from news texts are meaningful to strengthen.

## مستخلص البحث

أرحام ، محمد نزيد. خطاب حول أخبار مقاطعة المنتجات الإسرائيلية في أخبار المستهلك وقناة الأعمال إندونيسيا ووسائل الإعلام سيندونوس. جوم (أخبار طبعة نوفمبر ٢٠٢٣). اطروحه. برنامج دراسة الاتصال والإذاعة الإسلامية، كلية الدعوة و عش الدين، جامعة كياهي الحاج عبد الحليم، ناظر: الإمام

الشافعي، ماجستير الاتصال الإسلامي

الكلمات المفتاحية: إسرائيل وفلسطين، تحليل الخطاب النقدي، حركة مقاطعة المنتجات ، وسائل الإعلام الإخبارية، نورمان فيركلو

إسرائيل وفلسطين دولتان كانتا دائما محادثة عامة. إن الصراع المستمر بين فلسطين وإسرائيل هو تضارب معقد في المصالح. ركزت آخر الأخبار حول هذه القضية على الجهود المبذولة لممارسة ضغط عالمي على إسرائيل من خلال حركة مقاطعة المنتجات. جذب هذا البيان الانتباه وأثار جدلا بين الجمهور وأصبح محط الضوء في وسائل الإعلام المختلفة ، وخاصة على أخبار المستهلك وقناة الأعمال إندونيسيا و سيندونوس. جوم ولكن دون أن تدرك ذلك ، تلعب وسائل الإعلام أيضا دورا نشطا في بناء المعنى والواقع.

لهم إنتاج النصوص الإخبارية في كلا الوسييلتين ، نحتاج إلى تحليل نقدي للنصوص الإخبارية. وهذا يثير السؤال التالي، وهو كيفية تحليل الخطاب النقدي حول أخبار مقاطعة المنتجات الإسرائيلية في قناة أخبار المستهلك وقناة الأعمال الإندونيسيا ووسائل الإعلام سيندونوس. جوم. للإجابة على صياغة هذه المشكلة ، يستخدم الباحث نموذج نورمان فيركلو لنظرية تحليل الخطاب النقدي الذي يدمج تحليل الخطاب القائم على اللغويات والفكر الاجتماعي والسياسة وبشكل عام مدمج في التغيير الاجتماعي.

تظهر نتائج هذه الدراسة أن الخطاب حول أخبار المقاطعة على وسائل الإعلام المستهلك وقناة الأعمال إندونيسيا قدم بموضوعية ، بينما في سيندونوس. جوم خطاب الأخبار هو أكثر حول الدراسات النقدية من خلال منظور الأرقام. تستخدم المستهلك وقناة الأعمال إندونيسيا في عملية إنتاج النصوص الإخبارية كلمات تحتوي على معنى التماسك المتعلق بحركة المقاطعة كدعم للتضامن وتأثيره على إسرائيل. وفي الوقت نفسه، تختار وسائل الإعلام سيندونوس. جوم في إنتاج النصوص الإخبارية الكلمات التي تصف الفعالية من خلال تقديم وجهات نظر سياسية واقتصادية ودينية وأخلاقية. في الممارسات الاجتماعية والثقافية، تعتبر القيم الأخلاقية والهوية الجماعية المكتسبة من النصوص الإخبارية ذات مغزى لتعزيز التضامن.