



Analisis Resepsi Netizen Muslim Indonesia dalam Serangan Umum #JulidFiSabilillah di Telegram

Ahmad Syafiq ¹

Universitas Al-Amien Preduan

Agus Saifuddin Amin ²

Universitas Islam Negeri (UIN) Madura

Penulis Korespondensi: (1) syafiq210701@gmail.com (2) 4agus100885@gmail.com

Abstract. Production is a fundamental component of economic activity that plays a strategic role. This study aims to analyze the reception of Indonesian Muslim netizens toward the movement on Telegram using Stuart Hall's reception analysis theory, as well as the factors influencing their perception in responding to Zionist Israeli attacks. The research employs a qualitative approach with audience reception analysis to understand how netizens interpret the messages they receive. Data was collected through interviews with five Indonesian Muslim netizens actively involved in this campaign. The findings indicate that the campaign is effective in mobilizing the digital solidarity of Indonesian Muslims in countering hate speech against Zionist Israel. The campaign has also been predominantly received with enthusiasm by netizens, influenced by two factors: internal and external. Internal factors such as educational background, religious understanding, personal experiences, and individual values shape how netizens interpret the campaign's messages, while external factors include community influence, social pressure, the flow of information through social media, and the socio-political relations between Indonesia and Palestine.

Keywords: Indonesia, Muslim Netizens, Telegram, #JulidFiSabilillah

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi netizen Muslim Indonesia terhadap gerakan tersebut di Telegram dengan menggunakan teori analisis resepsi Stuart Hall, serta faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mereka dalam merespons serangan Zionis Israel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan analisis resepsi audiens, yang bertujuan untuk memahami bagaimana netizen memaknai pesan yang diterima. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan lima Netizen Muslim Indonesia yang aktif dalam kampanye ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye ini efektif memobilisasi solidaritas digital Muslim Indonesia dalam melawan ujaran kebencian terhadap Zionis Israel. Kampanye ini juga dominan diterima dengan antusias oleh netizen, yang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal seperti latar belakang pendidikan, pemahaman agama, pengalaman pribadi, dan nilai-nilai yang dianut turut mempengaruhi cara netizen memaknai pesan kampanye, sementara faktor eksternal seperti pengaruh komunitas, tekanan sosial, arus informasi melalui media sosial, serta faktor sosial politik antara Indonesia-Palestina.

Kata kunci: Indonesia, Netizen Muslim, Telegram, #JulidFiSabilillah

LATAR BELAKANG

Konflik Israel-Palestina memiliki akar sejarah yang panjang, dimulai dari akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20 dengan berkembangnya gerakan Zionisme. Salah satu titik penting dalam sejarah ini adalah Deklarasi Balfour pada 2 November 1917, di mana Pemerintah Inggris mendukung aspirasi Zionis untuk mendirikan tanah air bagi orang Yahudi di Palestina. Namun, meski deklarasi tersebut menyatakan bahwa hak-hak komunitas non-Yahudi harus dijaga, Zionis Israel melanggar ketentuan ini, mengakibatkan penderitaan bagi warga Palestina (Nurjannah & Fakhrudin, 2019).

Sejak saat itu, warga Palestina telah mengalami diskriminasi, penindasan, dan pembatasan hak-hak dasar seperti kebebasan berpendapat, akses air, dan makanan. Mereka juga dihadapkan pada kekerasan, penahanan sewenang-wenang, dan pembatasan pergerakan (Greschinov, 2024). Konflik ini telah berlangsung selama puluhan tahun, dengan serangan militer Israel ke Palestina, terutama di Jalur Gaza, terjadi berulang kali. Serangan besar terjadi antara lain pada tahun 2008-2009, 2012, 2014, dan 2021, yang menyebabkan kerusakan besar dan korban jiwa yang banyak di pihak Palestina (Syari'ah dkk., 2022).

Serangan pada tahun 2023 tercatat sebagai salah satu yang paling mematikan, dengan lebih dari 10.812 korban tewas, termasuk ribuan anak-anak dan perempuan. Konflik ini tidak hanya menyebabkan banyaknya korban jiwa dan cedera, tetapi juga menghancurkan pemukiman dan infrastruktur di Palestina, serta meningkatkan angka kemiskinan secara signifikan. Meskipun telah banyak kecaman dari dunia internasional atas penindasan yang dialami warga Palestina masih terus berlangsung hingga saat ini (Arbar, 2023).

Melihat penindasan yang dialami sesama saudara muslim di Palestina, netizen muslim Indonesia merasakan juga ketidakadilan serta turut berempati atas tragedi tersebut. Menanggapi fenomena ini, netizen muslim Indonesia sepakat untuk menjadi tentara virtual untuk menyampaikan aksi protes penolakan atas penindasan yang dialami muslim di Palestina. Mengingat, Indonesia juga memiliki populasi muslim terbanyak di dunia yaitu mencapai 240,62 juta jiwa pada tahun 2023. Selain itu, penggunaan media sosial sangatlah tinggi. Terdapat ada 139 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2024. Jumlahnya setara 49,9% dari total populasi nasional (Annur, 2024). Ini menunjukkan bahwa netizen Indonesia sangatlah aktif di *platform* media sosial.

Karena tingginya penggunaan media sosial di Indonesia, netizen muslim Indonesia sangat mudah mengakses informasi tentang Palestina. Dari sinilah muncul gerakan yang memobilisasi aksi protes virtual yang dikenal dengan istilah trending #JulidFiSabilillah. Gerakan ini merupakan bentuk aksi protes yang diinisiasi oleh netizen muslim Indonesia sebagai respons terhadap penindasan Zionis Israel terhadap bangsa Palestina. Gerakan #JulidFiSabilillah ini dibentuk pada 16 November 2023 dan dipimpin oleh Erlangga Greschinov (Greschinov, 2024).

Melalui gerakan ini, netizen muslim Indonesia secara aktif menyerbu akun-akun media sosial, seperti *WhatsApp*, *Telegram*, *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube* milik tentara Israel dan akun Zionis Israel lainnya. Mereka tidak hanya memberikan komentar-komentar tajam, tetapi juga melaporkan akun-akun tersebut atas tuduhan menyebarkan kebencian atau kekerasan. Para netizen juga mengajak muslim lainnya untuk bergabung dalam aksi serupa, menjadikan ini sebagai bentuk dakwah untuk berjihad melalui media sosial (Greschinov, 2024).

Alasan saya memilih #JulidFiSabilillah sebagai judul karena dalam Islam terdapat dua golongan kafir yaitu kafir *dzimmi* dan kafir *harbi*. Adapun Zionis Israel ini termasuk kafir *harbi* yang dianggap pantas untuk diperangi karena menampakkan permusuhan bahkan penindasan yang melampaui batas terhadap kaum muslim, hal ini sejalan dengan firman Allah SWT yang memperbolehkan kaum muslim berperang apabila sikap orang-orang kafir sudah melampaui batas perikemanusiaan, sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Al-Hajj ayat 39:

أُذِنَ لِلَّذِينَ يُقَاتَلُونَ بِأَنَّهُمْ ظَلَمُوا وَإِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ نَصْرِهِمْ لَقَدِيرٌ ﴿٣٩﴾

Artinya: “Diizinkan (berperang) kepada orang-orang yang diperangi karena sesungguhnya mereka dizalimi. Sesungguhnya Allah benar-benar Mahakuasa membela mereka.” (Kemenag Republik Indonesia, 2013)

Kemudian, juga gerakan #JulidFiSabilillah ini penting untuk diteliti karena sangat berdampak kepada para Zionis Israel seperti akun mereka ditangguhkan, mereka mengunci akun sendiri karena kena mental dan tidak berani memosting hal-hal yang berhubungan dengan kebanggaan mereka terhadap Israel. Netizen muslim Indonesia juga telah menjadi bagian sejarah dalam menyuarakan kemerdekaan Palestina. Gerakan ini juga telah mendapat perhatian global, menurut Erlangga hingga saat ini negara Turki telah bergabung (Naufal, 2023).

Sebagaimana yang telah dipaparkan pada paragraf sebelumnya, gerakan #JulidFiSabilillah ada di berbagai *platform* media seperti *WhatsApp*, *Telegram*, *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube*. Sedangkan dalam penelitian ini, saya akan memilih *Telegram* karena pendiri *Telegram*, Pavel Durov menolak untuk menutup saluran *Telegram* milik kelompok perlawanan Palestina sebab menutup saluran *Telegram* Hamas dapat memperburuk situasi dalam menerima informasi tentang perkembangan di zona

konflik Israel-Palestina (Jaramaya, 2023). Ini menunjukkan bahwa *Telegram* mendukung netizen yang menyuarakan kemerdekaan Palestina.

Beranjak dari pemaparan tersebut, untuk memahami bagaimana netizen Muslim Indonesia menerima dan memaknai serangan umum dalam gerakan #JulidFiSabilillah di Telegram, diperlukan kerangka teori yang mampu menjelaskan proses penerimaan pesan oleh audiens. Dalam hal ini, pendekatan analisis resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall menjadi relevan, karena menekankan bahwa audiens tidak bersifat pasif, melainkan aktif dalam menginterpretasikan pesan berdasarkan latar belakang sosial, budaya, dan ideologi yang mereka miliki.

Seluruh uraian yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa penelitian ini menggunakan analisis resepsi audiens untuk mengkaji bagaimana netizen Muslim Indonesia merespons dan memaknai gerakan #JulidFiSabilillah di Telegram, termasuk implikasinya terhadap isu Zionisme Israel dan dinamika konflik Israel–Palestina. Fokus utama penelitian ini terletak pada analisis bentuk resepsi serta faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan pesan kampanye tersebut. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian media dan komunikasi, khususnya dalam memahami respons audiens terhadap gerakan digital. Sementara itu, secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan mengenai pola perilaku netizen dalam aktivisme digital serta menjadi rujukan bagi praktisi media, aktivis, dan peneliti dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif, sehingga pada akhirnya penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam memahami dan mengelola dinamika gerakan sosial di era digital secara lebih komprehensif.

KAJIAN TEORITIS

1. Teori Analisis Resepsi

Resepsi berasal dari kata Latin *recipere* dan kata Inggris *reception*, yang berarti penerimaan atau penyambutan pembaca. Dalam pengertian yang lebih luas, resepsi merujuk pada proses pengolahan teks dan cara pembaca memberikan makna terhadap tayangan dari media, yang pada akhirnya menghasilkan respon terhadap konten media tersebut. Secara terminologis, resepsi dapat didefinisikan sebagai ilmu keindahan yang didasarkan pada respon pembaca terhadap sebuah karya tulis. Dari pengertian ini, dapat disimpulkan bahwa resepsi adalah disiplin ilmu yang mengkaji teks atau kata, dengan

fokus pada peran pembaca dalam merespons dan bereaksi terhadap tulisan tersebut (Dwijayanti dkk., 2022).

Sedangkan, teori analisis resepsi adalah teori yang digunakan untuk mengkaji dan memahami reaksi, sikap, penerimaan, serta interpretasi audiens atau pembaca terhadap konten yang mereka lihat atau baca. Teori ini juga berasumsi bahwa audiens adalah entitas yang aktif, bukan sekadar penerima pesan media yang pasif. Dalam pandangan ini, audiens secara aktif memberikan makna pada materi media yang mereka terima, berdasarkan latar belakang pribadi, minat, dan hubungan interpersonal mereka masing-masing (Saputra dkk., 2024).

2. Analisis Resepsi Perspektif Stuart Hall

Menurut Stuart Hall, audiens memiliki perhatian utama terhadap dua hal yaitu analisis dalam konteks sosial dan politik di mana isi media diproduksi (*encoding*), dan konsumsi isi media (*decoding*) dalam kehidupan sehari-hari. Proses *encoding* tersebut dapat terjadi sekali, namun pesan yang dihasilkan dapat diakses berulang kali (Dwiputra, 2021). Misalnya fokus pengiriman pesan serangan umum #JulidFiSabilillah dalam penelitian ini adalah di mana pengirim menyandikan pikirannya dalam bentuk poster dan narasi singkat berbahasa Inggris. Meskipun poster ini hanya dikirim sekali, netizen Muslim Indonesia yang tergabung dalam grup tersebut dapat membacanya berkali-kali.

Stuart Hall juga menekankan dalam analisis resepsi tentang pentingnya perhatian individu dalam proses komunikasi massa (*decoding*), yaitu pada bagaimana mereka memberikan makna dan pemahaman yang mendalam terhadap teks-teks media, serta bagaimana mereka menginterpretasikan isi media tersebut (Dwiputra, 2021). Menurut konsep *decoding* Stuart Hall, terdapat tiga posisi utama dalam memahami bagaimana audiens memaknai sebuah pesan. Pertama, *Dominant-Hegemonic Position*, di mana audiens sepenuhnya menerima pesan media sesuai dengan ideologi dominan yang berlaku dalam masyarakat. Kedua, *Negotiated Reading*, yang menggambarkan audiens menerima ideologi dominan secara umum tetapi menolak atau menyesuaikannya dalam kasus tertentu berdasarkan budaya lokal atau perspektif pribadi. Ketiga, *Oppositional Reading*, di mana audiens secara kritis menolak atau memodifikasi pesan media dengan menggunakan perspektif alternatif yang bertentangan dengan ideologi dominan. Dalam posisi ini, audiens dapat menentang pesan media jika dianggap tidak sesuai dengan nilai-nilai atau pengetahuan yang mereka anut (Pujarama & Yustisia, 2020).

3. Teori Perbedaan Perspektif Audiens

Berdasarkan ketiga konsep posisi decoding Stuart Hall dari pemaparan tersebut, tentu pasti ada perbedaan perspektif audiens dalam menerima teks media. Maka, faktor-faktor yang mempengaruhi posisi audiens dalam menerima teks media dapat dijelaskan melalui perbedaan perspektif audiens. Melvin De Fleur dan Sandra Ball-Rokeach mengembangkan teori tentang perbedaan perspektif audiens, yang berfokus pada interaksi audiens. Tiga perspektif tersebut yang menjelaskan bagaimana audiens berinteraksi dengan dan menafsirkan pesan media adalah Teori Perbedaan Individual, Teori Perspektif Kategori Sosial, dan Teori Perspektif Hubungan. Teori Perbedaan Individual menyatakan bahwa setiap individu merespons pesan media secara berbeda, tergantung pada kondisi psikologis dan pengalaman masa lalu mereka, yang dapat menyebabkan variasi dalam interpretasi pesan. Teori Perspektif Kategori Sosial melihat bahwa kelompok sosial dengan kesamaan norma, nilai, dan sikap cenderung merespons pesan secara serupa, seperti anggota grup Telegram yang memiliki latar belakang agama atau kepedulian terhadap isu sosial yang lebih mendalam. Sedangkan, Teori Perspektif Hubungan menekankan bahwa hubungan informal antar anggota, seperti kedekatan dengan pemimpin atau individu berpengaruh dalam grup, dapat mempengaruhi cara netizen menafsirkan dan merespons pesan yang diterima (Santoso, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami makna yang dibangun oleh individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial, sebagaimana dijelaskan oleh John W. Creswell. Pendekatan yang digunakan adalah studi kasus deskriptif, dengan fokus pada respons dan partisipasi netizen Muslim Indonesia dalam gerakan serangan umum #JulidFiSabilillah di Telegram (Anggito & Johan Setiawan, 2018). Metode yang digunakan adalah analisis resepsi audiens, yang menekankan bahwa makna pesan media tidak melekat pada teks, melainkan dibentuk oleh khalayak setelah menerima pesan tersebut (Santoso, 2021). Unit analisis penelitian ini berupa pesan dalam grup Telegram #JulidFiSabilillah pada periode 1 Juni hingga 20 November 2024, yang kemudian difokuskan pada tiga poster dengan jumlah respons “like” terbanyak sebagai representasi dukungan netizen.

Selanjutnya, data dikumpulkan melalui wawancara terhadap lima informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, yaitu latar belakang pendidikan, afiliasi organisasi, gender, dan agama. Informan terdiri dari berbagai latar yang mewakili keberagaman karakteristik netizen. Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, diskusi kelompok, dan percakapan informal untuk menggali pengalaman serta respons terhadap pesan kampanye. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teori decoding Stuart Hall, dengan mengelompokkan variasi resepsi berdasarkan pendidikan, afiliasi, dan perspektif pribadi, lalu disusun menjadi tema-tema utama guna memahami pola interpretasi pesan dalam gerakan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi ini tidak berfokus pada produksi pesan dalam kampanye #JulidFiSabilillah, melainkan pada bagaimana netizen Muslim Indonesia memproduksi makna saat menerima dan menafsirkan beserta faktor-faktor penerimaan pesan yang beredar di grup *Telegram* #JulidFiSabilillah. Adapun hasil temuan peneliti sebagai berikut:

1. Kategori Penerimaan Netizen

Melihat resepsi Netizen Muslim Indonesia di atas terkait analisis resepsi netizen Muslim Indonesia dalam serangan umum #JulidFiSabilillah di *Telegram* berdasarkan kategorisasi penerimaan netizen Muslim Indonesia perspektif teori Stuart Hall mengenai analisis resepsi. Peneliti membagi audiens ke dalam tiga posisi *decoding* sesuai teori Stuart Hall yaitu *dominant-hegemonic*, *negotiated code*, dan *oppositional code*, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa netizen Muslim Indonesia yang mengikuti kampanye #JulidFiSabilillah cenderung menduduki tiga posisi *decoding* yang bervariasi, antara lain:

a. Dominant-Hegemonic

Pertama, dalam posisi *dominant-hegemonic*, ditemukan tiga informan yang sepenuhnya menerima dan mendukung gerakan #JulidFiSabilillah, yaitu Rini Nurbaety, Juwita, dan Shafiyah Namira Amalia. Mereka memaknai kampanye tersebut sebagai bentuk pembelaan terhadap kemerdekaan Palestina, terutama karena keberadaan Masjid Al-Aqsha yang memiliki nilai historis dan religius sebagai kiblat pertama umat Islam. Pandangan ini sejalan

dengan pemikiran Yusuf al-Qaradawi yang menekankan bahwa Al-Aqsha merupakan simbol perjuangan dan pengorbanan umat Islam dalam mempertahankan tanah Palestina. (Yunus et al., 2018).

Selain itu, ada juga contoh penerimaan pesan kampanye dari Juwita, menurutnya kampanye ini dapat memupuk rasa *ukhuwah Islamiyah* sesama Muslim dalam bentuk saling peduli dan membela bahkan dengan saudara sesama Muslim yang belum pernah ditemui sama sekali. Para informan seluruhnya telah menunjukkan kepedulian terhadap penderitaan sesama Muslim, seperti Rini Nurbaety yang mendukung kampanye karena alasan kemanusiaan, terutama melihat korban perempuan dan anak-anak. Selain itu, gerakan #JulidFiSabilillah di Telegram dipandang sebagai bentuk dakwah digital yang relevan dengan perkembangan zaman, di mana netizen menyuarakan solidaritas terhadap Palestina. Bagi Shafiyah Namira Amalia, kampanye ini bersifat religius dan menjadi wujud amar ma'ruf nahi munkar, yang tidak hanya membangun kesadaran kolektif, tetapi juga menjadi bentuk perlawanan berbasis nilai Islam dan kemanusiaan melalui media digital.

b. *Negotiated Code*

Kedua, dalam posisi *Negotiated Code* terdapat dua netizen yang menerima pesan kampanye secara umum namun menafsirkannya sesuai pengalaman dan nilai pribadi, yaitu Erlangga Greschinov dan Icha Marselia. Erlangga memandang kampanye #JulidFiSabilillah sebagai bentuk advokasi paling praktis karena dapat dilakukan hanya melalui ponsel tanpa harus terjun langsung ke lokasi konflik, sementara Icha menafsirkan kampanye ini secara lebih luas sebagai isu kemanusiaan universal, setelah menyadari bahwa penderitaan di Palestina tidak hanya dialami oleh Muslim, tetapi juga kelompok lain tanpa memandang agama.

Pendekatan *negotiated code* dalam kampanye #JulidFiSabilillah menunjukkan bahwa netizen menerima pesan, tetapi tetap menafsirkannya sesuai pengalaman dan perspektif pribadi, seperti Erlangga Greschinov yang menilai kampanye sebagai cara praktis mendukung Palestina, serta Icha Marselia yang memaknainya sebagai isu kemanusiaan universal. Hal ini menegaskan bahwa dakwah digital tidak selalu diterima secara utuh, sehingga

agar lebih efektif, kampanye perlu dikembangkan dengan pendekatan modern seperti konten berbasis data, visual menarik, dan kolaborasi dengan figur publik agar mampu menjangkau audiens lebih luas serta membangun pemahaman yang lebih mendalam dan berkelanjutan.

c. *Oppositional Code*

Ketiga, posisi *Oppositional Code* yang merupakan situasi di mana netizen memahami pesan namun sepenuhnya menolaknya, atau menafsirkannya secara bertentangan dengan maksud pengirim. Akan tetapi, dalam penelitian ini, peneliti tidak ditemukan bentuk penolakan terhadap kampanye #JulidFiSabilillah.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan

Berdasarkan tiga posisi penerimaan pesan di atas, peneliti menemukan temuan data terkait faktor-faktor yang memengaruhi netizen Muslim Indonesia dalam menerima pesan tentang serangan umum #JulidFiSabilillah di Telegram, kemudian memaknai pesan tersebut dalam dua bagian yaitu berdasarkan faktor internal dan eksternal. Faktor internal merupakan aspek yang berasal dari dalam diri individu yang memengaruhi cara menerima dan memaknai pesan, berikut faktor internal dari posisi penerimaan pesan tersebut:

a. Latar Belakang Pendidikan

Latar belakang pendidikan informan, mulai dari SLTA hingga Sarjana S-1, memengaruhi cara mereka memahami kampanye #JulidFiSabilillah. Informan dengan pendidikan tinggi cenderung lebih kritis dan analitis dalam menafsirkan pesan, sedangkan yang berpendidikan SLTA lebih mudah dipengaruhi oleh narasi sosial yang berkembang di lingkungan digital mereka.

b. Pemahaman Agama

Pemahaman agama menjadi faktor penting dalam membentuk makna terhadap kampanye ini. Erlangga Greschinov memandangnya sebagai bentuk jihad digital, sementara Rini Nurbaety menekankan pentingnya menjaga simbol-simbol Islam seperti Masjid Al-Aqsha dalam merespons isu Palestina.

c. Pengalaman Personal

Pengalaman personal turut memengaruhi cara informan memaknai kampanye. Erlangga melihatnya sebagai perjuangan praktis, Juwita menekankan ukhuwah Islamiyah, Icha Marselia memandangnya sebagai aksi kemanusiaan universal, dan Shafiyah Namira Amalia tergerak oleh sejarah solidaritas Indonesia terhadap Palestina.

d. Nilai-nilai yang Dianut

Nilai yang dianut informan membentuk sudut pandang terhadap kampanye ini. Sebagian menekankan nilai religius seperti yang disampaikan Rini dan Shafiyah, sementara yang lain seperti Erlangga dan Icha lebih mengedepankan nilai kemanusiaan universal, menunjukkan adanya perpaduan antara solidaritas keagamaan dan kemanusiaan dalam memahami gerakan digital tersebut.

Adapun faktor eksternal merupakan aspek dari luar individu yang turut membentuk penerimaan dan pemaknaan pesan, berikut faktor eksternal dari posisi penerimaan pesan tersebut:

a. Pengaruh Komunitas

Komunitas seperti #JulidFiSabilillah dan Laskar TNI berperan besar dalam membentuk cara berpikir anggota. Interaksi aktif di grup Telegram memperkuat solidaritas serta mendorong aksi kolektif, sebagaimana dirasakan oleh Rini Nurbaety dan Shafiyah Namira Amalia dalam keterlibatan mereka.

b. Tekanan Sosial

Tekanan sosial dari lingkungan komunitas mendorong individu untuk ikut serta dalam kampanye, bahkan bagi mereka yang awalnya tidak memiliki ketertarikan terhadap isu Palestina. Dorongan ini muncul dari kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok serta menjaga rasa kebersamaan dalam komunitas digital.

c. Arus Informasi Media Sosial

Arus informasi yang beredar di media sosial, khususnya Telegram, turut memengaruhi cara netizen memahami kampanye #JulidFiSabilillah. Informasi yang tersebar sering kali telah melalui proses framing tertentu dan dipengaruhi oleh figur berpengaruh seperti Erlangga Greschinov. Kondisi ini

mempermudah penyebaran narasi tertentu sekaligus membentuk opini publik secara lebih cepat dan luas di ruang digital.

d. Konteks Sosial Politik

Konteks sosial politik turut memengaruhi interpretasi netizen, terutama hubungan historis Indonesia-Palestina sejak masa kemerdekaan. Dukungan dari tokoh seperti Syekh Muhammad Amin Al-Husaini menjadi simbol solidaritas, yang memperkuat narasi perjuangan bersama dalam melawan penjajahan dan menegakkan nilai kemanusiaan serta keadilan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat disimpulkan bahwa :

1. Resepsi Netizen terhadap Kampanye #JulidFiSabilillah di Telegram
 - a. Netizen Muslim Indonesia dalam posisi *dominan-hegemonik* cenderung menerima pesan kampanye sesuai dengan maksud pengirim, yaitu sebagai bentuk solidaritas terhadap Palestina dan kritik terhadap Israel, sebagaimana ditunjukkan oleh Rini Nurbaety dan Juwita.
 - b. Hasil penelitian dalam posisi negosiasi ditemukan bahwa netizen memaknai pesan kampanye dengan menyesuaikan pada nilai dan pengalaman pribadi, seperti Erlangga Greschinov yang melihatnya sebagai perjuangan digital, serta Icha Marselia yang menekankan nilai kemanusiaan universal.
 - c. Hasil Penelitian dalam posisi oposisi menunjukkan bahwa tidak ditemukan adanya penolakan atau interpretasi yang bertentangan secara signifikan terhadap kampanye #JulidFiSabilillah.
2. Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pesan
 - a. Faktor internal meliputi latar belakang pendidikan, pemahaman agama, pengalaman pribadi, serta nilai-nilai yang dianut individu. Pendidikan yang lebih tinggi cenderung menghasilkan pemikiran yang lebih sistematis, sementara pemahaman agama dan nilai solidaritas umat Islam, seperti perlindungan terhadap Masjid Al-Aqsha, turut memengaruhi cara netizen memaknai kampanye.

- b. Faktor eksternal meliputi pengaruh komunitas, tekanan sosial, arus informasi media sosial, serta konteks sosial politik antara Indonesia dan Palestina. Interaksi dalam komunitas dan dukungan figur berpengaruh seperti Erlangga Greschinov memperkuat penerimaan pesan, sementara hubungan historis Indonesia–Palestina turut memperkaya makna solidaritas dalam kampanye tersebut.

DAFTAR REFERENSI

- Anggito, A., & Johan Setiawan. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jejak Publisher.
- Annur, C. M. (2024). Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024 [Informasi]. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Arbar, T. (2023). 9 Update Gaza: Korban Nyaris 11.000, Ekonomi Palestina Ambruk [Berita]. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20231110193746-4-488190/9-update-gaza-korban-nyaris-11000-ekonomi-palestina-ambruk>
- Dwijayanti, R. I., Olifia, S., & Wisahra, A. (2022). Resepsi Khalayak Terhadap Kampanye Diet Kantong Plastik Pada Instagram @IDDKP. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3). <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2624>
- Dwiputra, K. O. (2021). Analisis Resepsi Khalayak terhadap Pemberitaan Covid-19 di klikdokter.com. *Jurnal Komunkasi Profesional*, 5(1).
- Greschinov, E. (2024). *Julid Fi Sabilillah: Gerakan Netizen di Jagat Maya Melawan Penjajahan Zionis Israel atas Palestina*. Renebook.
- Jaramaya, R. (2023). Telegram Ogah Hapus Akun Hamas dan Akun Para Pendukung Palestina [Berita]. *Republika*. <https://internasional.republika.co.id/berita/s4rrhk335/telegram-ogah-hapus-akun-hamas-dan-akun-para-pendukung-palestina>
- Kemenag Republik Indonesia. (2013). *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Halim Publishing.
- Naufal, I. (2023). Koalisi Cyber Julid Fi Sabilillah Kian Luas, Turki Ikut Serta Perang Lawan Israel [Berita]. *inilah.com*. <https://www.inilah.com/gempur-israel-turki-kini-gabung-indonesia-dan-malaysia-dalam-gerakan-julid-fi-sabilillah>

- Nurjannah, E. P., & Fakhruddin, M. (2019). Deklarasi Balfour: Awal Mula Konflik Israel Palestina. *PERIODE: Jurnal Sejarah dan Pendidikan Sejarah*, 1(1).
- Pujarama, W., & Yustisia, I. R. (2020). *Aplikasi Metode Analisis Resepsi untuk Penelitian Gender dan Media: Untuk Peneliti Pemula dan Mahasiswa S-1*. Universitas Brawijaya Press.
- Santoso, S. (2021). Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(2), 140.
- Saputra, D., Asmarani, A., & Suryana, R. M. P. (2024). Analisis Resepsi Isu Pelecehan Seksual terhadap Pekerja Perempuan pada Film Bombshell. *Jurnal Common*, 8(1).
- Syari'ah, A., Nabilah, N., & Wijayanti, R. (2022). KEKEJAMAN ISRAEL TERHADAP RAKYAT PALESTINA: Telaah Berita-Berita CNN Indonesia Tahun 2019-2021. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(1), 58–80. <https://doi.org/10.18860/dsjpips.v1i1.1039>
- Yunus, M., Abd Wahid, & Wan Hassan. (2018). Hukum Boikot Barangan Israel Berdasarkan kepada Fiqh Al-Jihad. *Journal of Fatwa Management and Research*, 4(1).