

Gerakan Boikot Produk Israel Sebagai Manifestasi Solidariti Sosial dalam Masyarakat Muslim Kontemporari

(The Boycott of Israeli Products Movement as a Manifestation of Social Solidarity in Contemporary Muslim Society)

Nurul Fathiah Azmy¹, Mohamad Fauzi Sukimi^{2*}

¹Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), 43600, Bangi, Selangor, Malaysia.

Email: p147236@siswa.ukm.edu.my

²Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) 43600, bangi Selangor, Malaysia.

Email: fauzi@ukm.edu.my

ABSTRAK

CORRESPONDING

AUTHOR (*):

Mohamad Fauzi Sukimi
(fauzi@ukm.edu.my)

KATA KUNCI:

Gerakan boikot
Solidariti sosial
Solidariti mekanikal
Solidariti organik
Durkheim

KEYWORDS:

Boycott movement
Social solidarity
Mechanical solidarity
Organic solidarity
Durkheim

CITATION:

Nurul Fathiah, A., & Mohamad Fauzi, S. (2026). Gerakan Boikot Israel Sebagai Manifestasi Solidariti Sosial dalam Masyarakat Muslim Kontemporari. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 11(5), e003988. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v11i5.3988>

Gerakan boikot terhadap produk Israel semakin berkembang sebagai bentuk tindakan sosial dalam kalangan masyarakat Muslim, khususnya susulan konflik Gaza yang mendapat perhatian meluas melalui media digital. Kebanyakan kajian terdahulu lebih menumpukan aspek tingkah laku pengguna, motivasi agama dan konsumerisme politik secara berasingan, manakala dimensi solidariti sosial masih kurang dibahaskan. Artikel ini bertujuan menganalisis gerakan boikot produk Israel sebagai manifestasi solidariti sosial melalui kerangka teori solidariti Émile Durkheim, khususnya solidariti mekanikal dan solidariti organik. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbentuk analisis konseptual dan sorotan literatur terhadap kajian berkaitan boikot, agama, media sosial dan konsumerisme politik dalam konteks masyarakat Muslim di Malaysia. Hasil analisis menunjukkan bahawa gerakan boikot tidak boleh dijelaskan hanya melalui satu bentuk solidariti semata-mata. Ia harus memperlihatkan gabungan antara solidariti mekanikal yang berasaskan nilai agama, identiti ummah dan emosi kemanusiaan dengan solidariti organik yang dipengaruhi pertimbangan rasional, identiti sosial, budaya pengguna dan jaringan media digital. Apa yang dapat dirumuskan, gerakan boikot dalam masyarakat Muslim kontemporari lebih tepat difahami sebagai bentuk solidariti hibrid yang mempertemukan dimensi moral-keagamaan dan rasionaliti pengguna moden dalam masyarakat digital. Oleh kerana itu, teori solidariti oleh Durkheim masih relevan dalam memahami tindakan sosial kontemporari, namun bentuk solidariti dalam masyarakat moden tidak lagi bersifat terpisah secara mutlak antara mekanikal dan organik, sebaliknya saling bersilang dalam

membentuk tindakan kolektif terhadap isu kemanusiaan global.

ABSTRACT

The boycott movement against Israeli products has increasingly developed as a form of social action among Muslim communities, particularly following the Gaza conflict which has received widespread attention through digital media. Previous studies have largely focused separately on consumer behaviour, religious motivation and political consumerism, while the dimension of social solidarity remains insufficiently explored. This article aims to analyse the Israeli products boycott movement as a manifestation of social solidarity through Émile Durkheim's theory of solidarity, particularly mechanical solidarity and organic solidarity. This study employs a qualitative approach in the form of conceptual analysis and literature review on studies related to boycotts, religion, social media and political consumerism within the context of Muslim society in Malaysia. The results of the analysis demonstrates that the boycott movement cannot be explained solely through a single form of solidarity. It must be because it shows a combination of mechanical solidarity based on religious values, ummah identity and humanitarian emotions, alongside organic solidarity influenced by rational considerations, social identity, consumer culture and digital media networks. What can be summarized is that the boycott movements in contemporary Muslim society are more accurately understood as a form of hybrid solidarity that brings together moral-religious dimensions and the rationality of modern consumers in a digital society. Therefore, Durkheim's theory of solidarity remains relevant in understanding contemporary social action; however, forms of solidarity in modern society are no longer absolutely separated between mechanical and organic solidarity, but rather intersect in shaping collective action towards global humanitarian issues.

Sumbangan/Keaslian: Kajian ini menyumbang kepada perdebatan teoritik mengenai gerakan boikot sebagai manifestasi solidariti sosial, sama ada lebih mencerminkan solidariti mekanikal berasaskan moral agama atau solidariti organik dipengaruhi rasionaliti sosial. Sumbangan utama artikel ini ialah mengembangkan konsep solidariti hibrid bagi menjelaskan persilangan antara nilai keagamaan dan rasionaliti sosial dalam masyarakat Muslim kontemporari.

1. Pengenalan

Krisis antara Israel dan Palestin bukanlah satu isu baharu dalam politik antarabangsa. Konflik yang berlarutan sejak penubuhan negara Israel pada tahun 1948 telah melahirkan pelbagai bentuk tindak balas politik, kemanusiaan dan sosial di seluruh dunia yang dahulunya lebih kepada bentuk bantahan yang secara diplomatik dan umum. Namun, dalam beberapa tahun kebelakangan ini, khususnya selepas peningkatan konflik

di Gaza pada tahun 2023, gerakan boikot terhadap produk dan syarikat yang dikaitkan dengan Israel kembali menjadi satu fenomena baru dalam konflik Palestin dan Israel. Boikot pengguna muncul sebagai satu bentuk ekspresi sosial, moral, politik dan etika yang ampuh, membolehkan masyarakat menyuarakan solidariti mereka terhadap rakyat Palestin dan melaksanakan perubahan sosial melalui pilihan penggunaan harian (Klein et al., 2004). Dalam konteks ini, pengguna tidak lagi dilihat sebagai aktor ekonomi akan tetapi juga sebagai agen moral dan sosial yang menggunakan kuasa pasaran untuk menyatakan pendirian terhadap isu ketidakadilan dan penindasan (Friedman, 1999; Sonnenfeld, 2004).

Boikot pengguna pada dasarnya merupakan suatu bentuk tindakan kolektif yang mencerminkan hubungan antara identiti sosial, moral dan solidariti masyarakat. Dari lensa sosiologi, solidariti sosial merujuk kepada mekanisme yang menyatukan individu dalam sesebuah masyarakat melalui perkongsian nilai, norma dan kepentingan bersama. Menurut Durkheim (1984), masyarakat dapat disatukan melalui dua bentuk solidariti sosial iaitu solidariti mekanikal dan solidariti organik. Solidariti mekanikal merujuk kepada kesatuan sosial yang terbentuk melalui persamaan nilai, kepercayaan agama dan gaya hidup yang sama, manakala solidariti organik pula berkembang dalam masyarakat perindustrian moden yang terikat bersama melalui saling kebergantungan, pembahagian fungsi dan pertimbangan rasional (Durkheim, 1984). Dalam konteks gerakan boikot, kedua-dua bentuk solidariti ini dapat dilihat beroperasi secara serentak dalam membentuk penyertaan pengguna terhadap kempen boikot berkaitan Israel.

Solidariti mekanikal dapat dilihat melalui pengaruh agama sebagai sumber utama norma moral dan kesedaran kolektif masyarakat. Agama secara tradisionalnya berfungsi sebagai institusi sosial yang menyediakan tingkah laku individu dan tindakan kolektif. (Durkheim, 1995). Dalam konteks Islam, prinsip seperti '*adl* (keadilan), amanah (kepercayaan), dan *maslahah* (kebaikan umum) membentuk asas moral yang menghubungkan pengguna Muslim dengan perjuangan Palestin. Melalui khutbah agama, media sosial dan jaringan komuniti Muslim, penyertaan dalam boikot sering dibingkakan sebagai suatu kewajiban moral dan simbol solidariti ummah terhadap penindasan yang berlaku di Palestin. Oleh itu, tindakan boikot bukan sekadar keputusan ekonomi, tetapi juga manifestasi identiti agama, empati kemanusiaan dan komitmen moral kolektif (Mathras et al., 2016; Ahmad Sanusi et al., 2025). Dalam keadaan ini, agama membentuk apa yang Durkheim sebut sebagai "hati nurani kolektif" iaitu kesedaran bersama yang menyatukan individu dalam tindakan sosial yang seragam.

Walau bagaimanapun, gerakan boikot dalam masyarakat moden tidak dapat dijelaskan sepenuhnya melalui dimensi moral dan agama sahaja. Dalam masyarakat kontemporari yang dipengaruhi globalisasi dan budaya pengguna, tindakan boikot turut dipengaruhi oleh pertimbangan rasional dan fungsi sosial-ekonomi. Solidariti organik pula menjelaskan bagaimana pengguna membuat keputusan berdasarkan hubungan saling bergantung dan pertimbangan praktikal seperti kewujudan produk alternatif, tekanan sosial, reputasi pengguna dan sokongan terhadap ekonomi tempatan. Dalam konteks ini, boikot boleh difahami sebagai suatu bentuk pilihan rasional di mana individu menilai untung dan rugi sosial, ekonomi dan simbolik sebelum menyertai gerakan tersebut (Coleman, 1990). Globalisasi digital turut memperkukuh bentuk solidariti ini apabila media sosial mempercepat penyebaran maklumat, mobilisasi solidariti dan pembentukan norma pengguna secara transnasional. Fenomena ini menunjukkan bahawa solidariti dalam gerakan boikot moden bukan sahaja diasaskan kepada emosi

dan moral agama, tetapi juga diperkukuh melalui jaringan sosial, trend digital dan fungsi ekonomi pengguna moden (Sonnenfeld, 2004; Castells, 2012; Mathras et al., 2016).

Dalam konteks Malaysia, gerakan boikot produk berkaitan Israel menjadi salah satu bentuk aktivisme pengguna yang paling menonjol sejak konflik Gaza 2023. Gerakan ini berkembang melangkaui protes politik kepada suatu fenomena sosial yang melibatkan institusi agama, organisasi komuniti dan platform media sosial. Keadaan ini dapat dilihat melalui perubahan ketara dalam corak penggunaan masyarakat terhadap jenama antarabangsa seperti Starbucks dan McDonald's yang menjadi sasaran utama boikot. Pada akhir tahun 2023, di mana landskap bandar di Malaysia menyaksikan perubahan visual yang ketara yang mana francais global yang biasanya sibuk, terutamanya Starbucks dan McDonald's, hampir kosong. Pada masa yang sama, kontroversi KK Mart pada tahun 2024 turut memperlihatkan bagaimana sensitiviti agama dan tekanan norma sosial mampu menggerakkan mobilisasi pengguna secara besar-besaran. Khutbah masjid, kempen NGO dan penyebaran kandungan digital melalui TikTok, Facebook dan WhatsApp memainkan peranan penting dalam membentuk solidariti pengguna serta menormalisasikan penyertaan dalam gerakan boikot sebagai suatu tindakan moral dan sosial yang wajar (Anon, 2025). Fenomena ini menunjukkan bahawa gerakan boikot di Malaysia bukan sahaja dipengaruhi oleh sentimen politik antarabangsa, tetapi turut dibentuk oleh struktur sosial, budaya agama dan dinamika masyarakat kolektivistik tempatan.

Walaupun gerakan boikot sering dikaitkan dengan solidariti kemanusiaan dan kewajipan moral agama, tindakan pengguna dalam masyarakat moden turut dipengaruhi oleh pertimbangan rasional berkaitan fungsi sosial dan ekonomi. Oleh itu, timbul perdebatan sama ada gerakan boikot sebenarnya mencerminkan solidariti mekanikal yang bersumber kepada nilai moral yang ditawarkan oleh agama ataupun solidariti organik yang berasaskan pertimbangan pilihan rasional mengenai untung dan rugi. Kebanyakan kajian terdahulu cenderung menjelaskan kedua-dua dimensi ini secara berasingan, menyebabkan hubungan antara agama, solidariti dan rasionaliti pengguna masih kurang difahami secara menyeluruh. Oleh itu, artikel ini berhujah bahawa gerakan boikot terhadap produk berkaitan Israel dapat difahami sebagai gabungan antara solidariti mekanikal dan solidariti organik. Solidariti mekanikal menyediakan asas moral, identiti kolektif dan legitimasi agama terhadap tindakan boikot, manakala solidariti organik menjelaskan dimensi rasional, fungsi ekonomi dan dinamika sosial moden yang memastikan kelangsungan gerakan tersebut. Dengan menggunakan perspektif solidariti sosial Durkheim, artikel ini bertujuan menganalisis bagaimana gerakan boikot menjadi cerminan hubungan antara agama, moral, rasionaliti dan solidariti dalam masyarakat kontemporari Malaysia.

2. Sorotan Literatur

2.1. Gerakan Boikot sebagai Tindakan Sosial dan Konsumerisme Politik

Boikot pengguna merujuk kepada tindakan individu atau kumpulan pengguna yang secara sengaja mengelakkan pembelian sesuatu produk, jenama atau perkhidmatan sebagai bentuk bantahan terhadap amalan politik, ekonomi atau sosial tertentu (Friedman, 1999; Klein, Smith, & John, 2004). Dalam masyarakat moden, boikot bukan lagi sekadar tindakan ekonomi yang bertujuan memberi tekanan kepada syarikat atau institusi, tetapi berkembang sebagai medium ekspresi moral dan politik pengguna (Friedman, 1999). Fenomena ini memperlihatkan bagaimana kuasa pasaran digunakan

sebagai instrumen tindakan kolektif untuk menyuarakan solidariti, keadilan sosial dan pendirian etika. Oleh itu, pengguna moden tidak hanya berfungsi sebagai pembeli dalam pasaran, tetapi juga sebagai agen sosial yang menggunakan pilihan penggunaan bagi mencerminkan identiti, nilai dan komitmen moral mereka.

Dalam literatur sosiologi dan kajian pengguna, fenomena ini sering dirujuk sebagai *political consumerism*, iaitu penggunaan amalan membeli atau memboikot produk sebagai bentuk penyertaan politik dalam masyarakat demokratik (Sonnenfeld, 2004). Pendekatan ini menjelaskan bahawa tindakan pengguna mempunyai dimensi sosial yang melangkaui pertimbangan utilitarian semata-mata. Pengguna menggunakan kuasa membeli untuk menyokong atau menolak sesuatu isu berdasarkan pertimbangan moral, identiti sosial dan solidariti terhadap kumpulan tertentu (Sonnenfeld, 2004; Stolle & Micheletti, 2013). Dalam konteks konflik Israel-Palestin, gerakan boikot memperlihatkan bagaimana pengguna di pelbagai negara menggunakan pasaran sebagai ruang untuk menunjukkan solidariti kemanusiaan terhadap rakyat Palestin. Oleh itu, boikot boleh difahami sebagai bentuk tindakan sosial yang mencerminkan hubungan antara moral. Identiti kolektif dan solidariti masyarakat moden (Friedman, 1999; Castells, 2012).

Walaupun banyak kajian mengenai boikot pengguna menumpukan kepada motivasi individu dan tingkah laku pengguna, kebanyakan penyelidikan terlalu masih cenderung melihat boikot dari sudut psikologi atau strategi pasaran secara berasingan. Ahmad Sanusi et al., 2025 menyatakan kebanyakan kajian yang muncul semakin mengenal pasti motivasi agama dan etika sebagai peramal dominan, terutamanya dalam budaya kolektivistis di mana kewajipan komunal mengatasi pengiraan kos-faedah individu. Pendekatan ini menyebabkan dimensi solidariti sosial dalam gerakan boikot kurang diberikan perhatian secara mendalam. Dalam konteks ini, teori solidariti sosial oleh Emile Durkheim (1984) menawarkan kerangka yang penting untuk memahami bagaimana tindakan boikot terbentuk melalui perkongsian nilai, norma dan kesedaran kolektif masyarakat.

2.2. Solidariti Sosial dalam Perspektif Durkheim

Menurut Durkheim, solidariti sosial merujuk kepada ikatan yang menyatukan individu dalam sesebuah masyarakat melalui nilai, norma dan kesedaran bersama (Durkheim, 1984; Durkheim 1995). Solidariti merupakan asas kepada kestabilan sosial kerana ia membentuk rasa kebersamaan dan tanggungjawab kolektif dalam kalangan anggota masyarakat. Solidariti sosial lebih menumpukan pada keakraban atau kesepaduan dalam sesebuah komuniti. Dalam teori sosiologi, keakraban bukan sahaja merupakan alat untuk merealisasikan cita-cita tetapi juga salah satu matlamat utama kehidupan dalam kumpulan komuniti yang sedia ada. Emile Durkheim menjelaskan bahawa konsep solidariti sosial didorong oleh pembahagian kerja, strata sosial, dan cara hidup dalam sesebuah komuniti. Dalam karya *The Division of Labor in Society*, Durkheim membahagikan solidariti kepada dua bentuk utama, iaitu solidariti mekanikal dan solidariti organik. Kedua-dua bentuk solidariti ini menjelaskan bagaimana masyarakat tradisional dan moden membentuk integrasi sosial melalui mekanisme yang berbeza.

Dalam konteks gerakan boikot, konsep solidariti sosial membantu menjelaskan bagaimana tindakan pengguna tidak hanya dipengaruhi oleh pilihan individu semata-mata, tetapi turut dibentuk oleh nilai moral, identiti kolektif dan hubungan sosial dalam masyarakat (Durkheim, 1984; Collins, 2004). Gerakan boikot terhadap produk berkaitan

Israel memperlihatkan bagaimana tindakan pengguna berkembang menjadi suatu bentuk solidariti sosial yang melibatkan agama, emosi kemanusiaan, tekanan norma sosial dan pertimbangan rasional pengguna moden (Sonnenfeld, 2004; Castells, 2012). Walaupun Durkheim membezakan solidariti mekanikal dan organik secara dikotomi, masyarakat moden memperlihatkan bahawa kedua-dua bentuk solidariti boleh wujud secara serentak dalam tindakan sosial kontemporari. Oleh itu, teori solidariti Durkheim menjadi kerangka penting dalam memahami perdebatan sama ada gerakan boikot lebih mencerminkan solidariti mekanikal yang diasaskan kepada moral agama ataupun solidariti organik yang dipengaruhi oleh fungsi sosial dan rasionaliti moden.

2.2.1. *Solidariti Mekanikal: Agama sebagai Sumber Asas Nilai dan Moral*

Solidariti mekanikal merujuk kepada bentuk integrasi sosial yang terbentuk melalui persamaan nilai, moral dan kepercayaan agama dalam masyarakat. Agama berfungsi sebagai sumber utama nilai moral yang membentuk tingkah laku sosial dan tindakan kolektif masyarakat. Menurut Durkheim (1995), masyarakat yang mempunyai solidariti mekanikal disatukan oleh "hati nurani kolektif" (*collective conscience*), iaitu sistem nilai dan kepercayaan bersama yang mengawal tingkah laku individu. Dalam keadaan ini, individu bertindak berdasarkan norma moral yang dikongsi bersama oleh komuniti mereka. Agama memainkan peranan penting dalam membentuk solidariti mekanikal kerana ia menyediakan asas moral yang menyatukan masyarakat melalui simbol, ritual dan kepercayaan kolektif.

Dalam konteks masyarakat Muslim, agama bukan sahaja berfungsi sebagai sistem kepercayaan spiritual, tetapi juga sebagai sumber norma sosial dan panduan etika dalam kehidupan seharian. Prinsip-prinsip al-Quran seperti *'adl* (keadilan), *amanah* (kepercayaan), dan *maslahah* (kepentingan umum) menetapkan imperatif moral yang mengikat dan mengubah ketakwaan peribadi menjadi kewajipan sosial (Ahmad Sanusi et al., 2025). Norma-norma agama ini berfungsi sebagai "kompas moral", membimbing keputusan pengguna ke arah penajajaran dengan kehendak Ilahi dan bukannya rasionaliti ekonomi sekular. Kajian silang budaya baru-baru ini menunjukkan pengguna beragama mempamerkan pematuhan norma yang jauh lebih kuat apabila membeli selaras dengan ajaran doktrin, mewujudkan konsistensi tingkah laku merentasi populasi Muslim global yang pelbagai. Oleh itu, penyertaan dalam gerakan boikot terhadap produk berkaitan Israel sering dibingkaikan sebagai kewajipan moral dan simbol solidariti ummah terhadap penderitaan rakyat Palestin.

Kajian terdahulu menunjukkan bahawa agama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkah laku pengguna dan pembentukan identiti moral (Mathras et al., 2016). Dalam konteks boikot, identiti keagamaan memperkukuh tekanan norma sosial apabila masyarakat mengaitkan penyertaan dalam boikot dengan komitmen terhadap nilai Islam dan solidariti kemanusiaan. Oleh itu, tindakan boikot dapat dilihat sebagai manifestasi solidariti mekanikal kerana ia diasaskan kepada persamaan moral, identiti kolektif dan kesedaran bersama dalam komuniti Muslim.

2.2.2. *Solidariti Organik: Rasionaliti dan Fungsi Sosial dalam Boikot Moden*

Berbeza dengan solidariti mekanikal, solidariti organik berkembang dalam masyarakat moden yang lebih kompleks dan berasaskan pembahagian fungsi sosial. Menurut Durkheim (1984), masyarakat moden disatukan melalui hubungan saling bergantung antara individu dan institusi sosial. Ianya di mana manusia terikat bersama melalui rasa

saling kebergantungan dengan pembahagian kerja yang kompleks iaitu setiap orang mengkhusus dalam pekerjaan yang berbeza dan mesti bergantung antara satu sama lain untuk terus hidup dan berfungsi. Dalam keadaan ini, tindakan sosial tidak hanya dipengaruhi oleh nilai moral bersama, tetapi turut dibentuk oleh pertimbangan rasional, fungsi ekonomi dan kepentingan sosial.

Dalam konteks gerakan boikot moden, pengguna tidak semestinya menyertai boikot semata-mata kerana faktor agama atau emosi kemanusiaan. Sebaliknya, pengguna turut mempertimbangkan faktor seperti kewujudan produk alternatif, reputasi sosial, sokongan terhadap produk tempatan dan kesan ekonomi terhadap syarikat sasaran. Pendekatan ini selari dengan perspektif pilihan rasional yang menjelaskan bahawa individu membuat keputusan berdasarkan pertimbangan manfaat dan kos sosial tertentu (Coleman, 1990). Oleh itu, penyertaan dalam boikot juga boleh difahami sebagai strategi sosial yang memberi manfaat simbolik, identiti pengguna dan penerimaan sosial dalam komuniti.

Selain itu, masyarakat digital moden turut memperkukuh solidariti organik melalui jaringan media sosial dan budaya pengguna global. Pengguna moden dipengaruhi oleh trend sosial, budaya “viral” dan tekanan komuniti digital dalam menentukan tindakan penggunaan mereka (Castells, 2012; Tufekci, 2017). Dalam konteks ini, solidariti tidak lagi terbatas kepada hubungan tradisional berasaskan agama semata-mata, tetapi berkembang melalui jaringan sosial yang lebih luas dan kompleks. Oleh itu, gerakan boikot moden memperlihatkan bagaimana solidariti organik dan rasionaliti pengguna turut memainkan peranan penting dalam membentuk tindakan kolektif masyarakat (Sonnenfeld, 2004; Bennett & Segerberg, 2012).

2.3. Agama sebagai Institusi Sosial dan Pembentukan Solidariti

Dalam perspektif sosiologi agama, agama merupakan institusi sosial yang berfungsi membentuk norma, identiti dan integrasi masyarakat. Émile Durkheim menegaskan bahawa agama berperanan menghasilkan kesedaran kolektif yang menyatukan masyarakat melalui simbol, ritual dan sistem kepercayaan bersama (Durkheim, 1995). Oleh itu, agama bukan sekadar sistem kepercayaan individu, tetapi juga mekanisme sosial yang membentuk tindakan kolektif dan perpaduan komuniti. Dalam masyarakat Muslim, agama berfungsi sebagai sumber legitimasi moral yang menentukan bagaimana individu memahami isu keadilan, penindasan dan tanggungjawab sosial. Kajian kontemporari menunjukkan bahawa agama masih memainkan peranan penting dalam membentuk identiti sosial dan solidariti kolektif dalam masyarakat moden, khususnya dalam konteks mobilisasi politik dan kemanusiaan Muslim (Wibisono et al., 2021).

Dalam konteks boikot Israel, agama berfungsi sebagai asas moral yang menghubungkan pengguna Muslim dengan perjuangan Palestin melalui konsep solidariti ummah. Solidariti ini merujuk kepada rasa kebersamaan dan tanggungjawab kolektif sesama Muslim tanpa mengira sempadan geografi atau kebangsaan. Oleh itu, penyertaan dalam gerakan boikot sering dibingkaikan sebagai kewajipan moral dan simbol sokongan terhadap umat Islam yang ditindas. Solidariti Muslim terhadap Palestin dibentuk melalui gabungan identiti agama, emosi kemanusiaan dan kesedaran politik global yang diperkukuh melalui media digital (Castells, 2012; Tufekci, 2017; Huda et al., 2022). Media sosial juga memainkan peranan penting dalam membentuk “digital ummah”, iaitu solidariti transnasional yang menghubungkan pengguna Muslim melalui penyebaran kandungan berkaitan Palestin secara visual dan emosional.

Selain itu, beberapa kajian tempatan turut menunjukkan bahawa agama menjadi faktor dominan dalam mempengaruhi tingkah laku pengguna Muslim di Malaysia. Kajian oleh Abdul Talib dan Hamid (2014) mendapati bahawa pengguna Muslim cenderung mengaitkan penggunaan dan boikot produk dengan tanggungjawab agama serta prinsip etika Islam. Begitu juga kajian Ishak et. al, (2018) yang menunjukkan bahawa solidariti terhadap Palestin dan pengaruh institusi agama seperti khutbah serta ceramah agama meningkatkan kecenderungan masyarakat Muslim untuk menyertai gerakan boikot. Kajian Yahaya dan Shamsul (2020) pula menjelaskan bahawa identiti Islam dan tekanan norma sosial dalam komuniti Muslim memainkan peranan penting dalam membentuk tindakan kolektif pengguna terhadap produk yang dikaitkan dengan Israel.

Globalisasi dan perkembangan teknologi komunikasi turut memperkukuh pengaruh agama dalam pembentukan solidariti sosial moden. Penyebaran kandungan digital berkaitan konflik Gaza melalui TikTok, Instagram, Facebook dan WhatsApp membolehkan pengguna mengalami penderitaan rakyat Palestin secara visual dan emosional. Menurut Castells (2012) dan Tufekci (2017), media sosial mempercepat pembentukan solidariti emosi melalui penyebaran imej, video dan naratif kemanusiaan secara berulang dalam ruang digital. Khamis (2024) turut berhujah bahawa agama dalam era digital tidak lagi terbatas kepada institusi tradisional semata-mata, tetapi berkembang melalui jaringan media sosial yang berfungsi sebagai ruang mobilisasi solidariti dan tindakan kolektif. Dalam keadaan ini, agama bukan sahaja menjadi sumber moral tradisional, tetapi juga asas kepada solidariti digital dalam masyarakat Muslim kontemporari.

2.4. Media Sosial, Globalisasi dan Solidariti Digital

Perkembangan media sosial telah mengubah cara solidariti sosial dibentuk dan disebarkan dalam masyarakat moden. Masyarakat kontemporari kini berkembang sebagai *network society* yang bergantung kepada jaringan digital dalam pembentukan identiti, komunikasi dan tindakan kolektif (Castells, 2012). Dalam konteks ini, media sosial memainkan peranan penting dalam mempercepat penyebaran maklumat, mobilisasi emosi dan pembentukan solidariti transnasional (Bennett & Segerberg, 2012; Tufekci, 2017). Perkembangan teknologi komunikasi digital menjadikan solidariti sosial lebih pantas, fleksibel dan merentasi sempadan geografi melalui jaringan media sosial global.

Gerakan boikot terhadap Israel berkembang pesat melalui platform seperti TikTok, Instagram, Facebook dan WhatsApp yang membolehkan pengguna berkongsi maklumat, video dan kempen boikot secara meluas. Penyebaran imej penderitaan rakyat Palestin bukan sahaja membentuk empati kemanusiaan, tetapi turut menghasilkan tekanan sosial untuk menyertai gerakan boikot. Menurut Castells (2012) dan Tufekci (2017), media sosial berfungsi sebagai medium penyebaran emosi kolektif yang membentuk solidariti kemanusiaan dalam ruang digital. Bukan itu sahaja, solidariti terhadap Palestin dalam kalangan pengguna Muslim berkembang melalui pembentukan *digital ummah*, iaitu jaringan solidariti transnasional yang diperkukuh melalui media sosial dan perkongsian kandungan berkaitan konflik Gaza. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana solidariti digital membentuk norma sosial baharu dalam masyarakat moden.

Selain itu, media sosial turut menjadikan gerakan boikot sebahagian daripada budaya pengguna digital dan identiti sosial generasi muda. Penyertaan dalam boikot sering dikaitkan dengan simbol moral, identiti Muslim dan kesedaran politik pengguna. Khamis

(2024) menghuraikan bahawa perkembangan internet telah mengubah landskap autoriti agama dalam masyarakat Muslim, di mana identiti keagamaan dan ekspresi sosial semakin dibentuk melalui platform media sosial. Transformasi ini menjadikan ruang digital sebagai medium baharu mobilisasi aktivisme dan pembentukan solidariti sosial dalam kalangan Muslim. Dalam konteks ini, solidariti digital bukan sahaja memperkukuh solidariti mekanikal yang berasaskan moral agama, tetapi turut mengembangkan solidariti organik melalui jaringan sosial moden, budaya pengguna global dan pertimbangan rasional pengguna dalam masyarakat digital kontemporari (Castells, 2012; Sonnenfeld, 2004).

2.4.1. Solidariti Hibrid dalam Masyarakat Digital

Perkembangan masyarakat digital kontemporari menunjukkan bahawa solidariti sosial tidak lagi boleh difahami secara terpisah antara solidariti mekanikal dan solidariti organik seperti yang dihuraikan secara klasik oleh Émile Durkheim (1984). Walaupun solidariti mekanikal diasaskan kepada persamaan nilai moral dan agama, manakala solidariti organik berkembang melalui hubungan saling bergantung dan rasionaliti sosial, kedua-dua bentuk solidariti tersebut kini sering wujud secara serentak dalam tindakan sosial moden (Collins, 2004; Alexander, 2014). Dalam konteks gerakan boikot terhadap Israel, penyertaan pengguna memperlihatkan gabungan antara komitmen moral berasaskan agama dengan pertimbangan rasional berkaitan identiti sosial, tekanan komuniti digital dan budaya pengguna moden (Sonnenfeld, 2004; Bennett & Segerberg, 2012).

Media sosial turut mempercepat pembentukan solidariti hibrid apabila pengguna bukan sahaja dipengaruhi oleh nilai agama dan emosi kemanusiaan, tetapi juga oleh jaringan sosial digital yang membentuk norma, identiti dan penerimaan sosial. Menurut Castells (2012), masyarakat moden berkembang sebagai *network society* yang membolehkan identiti kolektif dan tindakan sosial dibentuk melalui jaringan komunikasi digital. Dalam keadaan ini, solidariti terhadap Palestin berkembang bukan sahaja melalui hubungan agama tradisional, tetapi juga melalui solidariti digital yang diperkukuh oleh budaya media sosial, visual penderitaan dan mobilisasi transnasional pengguna (Khamis, 2024).

Selain itu, perkembangan *political consumerism* turut menunjukkan bahawa tindakan pengguna moden sering menggabungkan moral, identiti dan rasionaliti dalam keputusan penggunaan mereka (Sonnenfeld, 2004; Stolle & Micheletti, 2013). Pengguna menyertai boikot bukan semata-mata kerana kewajipan agama, tetapi juga kerana keinginan untuk menunjukkan identiti moral, solidariti kemanusiaan dan penyertaan dalam komuniti digital global. Oleh itu, gerakan boikot dalam masyarakat Muslim kontemporari boleh difahami sebagai manifestasi solidariti hibrid yang menggabungkan solidariti mekanikal berasaskan nilai agama dengan solidariti organik yang dipengaruhi hubungan sosial, media digital dan rasionaliti pengguna moden.

2.5. Bukti Empirikal Malaysia: Kedominan Aspek Agama

Kajian boikot Malaysia (2023-2026) memberikan bukti terkuat untuk keutamaan kausal agama. Abdullah et al. (2021) menunjukkan keagamaan mengatasi permusuhan politik secara signifikan sebagai peramal boikot, menjelaskan varians penyertaan 72% melalui dominasi sikap agama. Abdul Shukor & Emhemad Tariki (2019) mengesahkan norma subjektif Islam daripada pihak berkuasa agama menjadi perantara 68% hubungan keagamaan-boikot, dengan khutbah masjid berfungsi sebagai mekanisme penyebaran

norma utama, Tinjauan Anon (2025) mendedahkan 52% rakyat Malaysia secara aktif memboikot jenama yang berkaitan dengan geopolitik, terutamanya didorong oleh persepsi ketidakpekaan agama (63%) dan bukannya faktor ekonomi. Kontroversi KK Mart 2024 menunjukkan kitaran hayat kausal agama yang lengkap iaitu kemarahan spontan, kemudian, penyatuan normatif dan penguatkuasaan berterusan meskipun terdapat tindak balas ekonomi (Anon, 2025).

Walaupun terdapat pelbagai kajian mengenai boikot pengguna, kebanyakan penyelidikan terdahulu cenderung meneliti boikot sama ada melalui perspektif moral-keagamaan ataupun pendekatan tingkah laku pengguna secara berasingan. Keadaan ini menyebabkan dimensi solidariti sosial dalam gerakan boikot masih kurang diberikan perhatian secara menyeluruh. Selain itu, penggunaan konsep solidariti mekanikal dan solidariti organik dalam menjelaskan tindakan boikot juga masih terhad, khususnya dalam konteks masyarakat Muslim di Malaysia.

Perdebatan utama dalam memahami gerakan boikot adalah sama ada tindakan tersebut mencerminkan solidariti mekanikal yang diasaskan kepada nilai moral agama ataupun solidariti organik yang terbentuk melalui pertimbangan rasional mengenai manfaat sosial dan ekonomi. Oleh itu, artikel ini menggunakan teori solidariti Durkheim sebagai kerangka utama untuk memahami gerakan boikot sebagai manifestasi solidariti sosial dalam masyarakat kontemporari. Artikel ini berhujah bahawa gerakan boikot terhadap produk berkaitan Israel merupakan gabungan antara solidariti mekanikal yang berasaskan moral agama dan solidariti organik yang dipengaruhi oleh rasionaliti pengguna moden.

3. Metod Kajian

Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif berbentuk analisis konseptual dan sorotan literatur bagi memahami gerakan boikot sebagai manifestasi solidariti sosial dalam masyarakat Muslim kontemporari. Analisis dilakukan dengan meneliti literatur berkaitan solidariti sosial, sosiologi agama, konsumerisme politik dan gerakan boikot pengguna, khususnya dalam konteks konflik Israel-Palestin. Artikel ini turut menggunakan contoh empirikal daripada gerakan boikot di Malaysia sebagai ilustrasi bagi menjelaskan hubungan antara solidariti mekanikal, solidariti organik dan tindakan pengguna.

4. Hasil dan Perbincangan Kajian

Perbincangan ini menghujahkan bahawa gerakan boikot terhadap produk yang dikaitkan dengan Israel dalam kalangan masyarakat Muslim di Malaysia bukan sekadar ekspresi kebencian terhadap rejim tertentu, tetapi sebagai satu cerminan perdebatan sosial antara apa yang boleh dibaca sebagai solidariti tulus (berasaskan nilai agama dan identiti ummah) dan solidariti fungsional (berasaskan pertimbangan rasional, reputasi sosial dan kepentingan fungsional). Berdasarkan teori solidariti Durkheim, dua bentuk ini boleh disesuaikan dengan solidariti mekanikal dan solidariti organik, yang masing-masing memperlihatkan cara berbeza masyarakat menyusun ikatan kolektif di sekitar boikot. Dalam artikel ini, solidariti mekanikal ditafsirkan sebagai bentuk “solidariti tulus” yang berasaskan komitmen moral dan identiti agama, manakala solidariti organik dibaca sebagai “solidariti fungsional” yang melibatkan pertimbangan fungsi sosial dan rasionaliti pengguna moden.

4.1. Solidariti Tulus: Mekanikal dan Identiti Ummah

Boikot terhadap produk Israel dalam masyarakat Muslim sering dibingkai sebagai tindakan moral dan simbol solidariti dengan umat Islam yang tertindas di Palestin. Kajian empirikal menunjukkan bahawa keagamaan individu dan tekanan norma agama merupakan peramal utama penyertaan dalam boikot, mengatasi faktor politik dan ekonomi (Abdullah et al., 2021; Ahmad Sanusi et al., 2025). Dalam konteks ini, boikot mendekati ciri solidariti mekanikal iaitu berakar pada kesamaan nilai agama, rasa kesakitan kolektif terhadap penderitaan Palestin, dan identiti “ummah”.

Konflik Gaza yang disebarakan secara luas melalui media sosial turut membentuk kebangkitan emosi kolektif — simpati, kemarahan moral, dan rasa tanggungjawab kemanusiaan — yang menjadi pendorong utama tindakan boikot (Castells, 2012; Tufekci, 2017). Kajian ini menunjukkan bahawa pengguna Muslim melihat boikot bukan semata-mata sebagai tindakan ekonomi, tetapi sebagai penolakan terhadap kezaliman dan perkara amal ibadah yang diuntukkan sebagai jihad ekonomi atau jihad dengan harta. Institusi agama seperti khutbah Jumaat, ceramah, dan fatwa memainkan peranan penting dalam mengukuhkan tekanan norma tersebut, sebagaimana didapati oleh Ishak et. al, (2018) yang mendokumenkan hubungan yang signifikan antara pengaruh agama dan kecenderungan pengguna untuk memboikot produk tertentu.

Namun demikian, solidariti tulus ini tidak lagi terbentuk sepenuhnya dalam ruang fizikal tradisional. Ia turut diperluas melalui ruang digital, di mana identiti keagamaan dan moral berkongsi secara pantas, menjadikan boikot sebagai manifestasi ummah maya. Kajian mengenai solidariti digital menunjukkan bahawa pengguna Muslim di pelbagai negara membentuk perkongsian emosi, identiti dan pendirian moral terhadap Palestin melalui jaringan media sosial global yang bersifat transnasional (Castells, 2012; Huda et al., 2022; Izanee & Khairi, 2025). Dalam konteks ini, solidariti mekanikal dapat dilihat apabila gerakan boikot terus difahami sebagai manifestasi kewajipan moral berasaskan nilai agama dan identiti kolektif umat Islam, meskipun ia berlangsung dalam ruang digital yang moden dan terhubung secara global (Durkheim, 1984; Collins, 2004).

4.2. Solidariti Fungsional: Rasionaliti dan Fungsi Sosial

Di sisi lain, boikot moden juga mencerminkan solidariti fungsional, yang dapat dikaitkan dengan solidariti organik dalam kerangka Durkheim. Dalam masyarakat kompleks dan berasaskan pembahagian fungsi, individu tidak hanya bertindak atas dasar moral, tetapi turut mempertimbangkan manfaat sosial, ekonomi, dan identiti yang diperoleh daripada penyertaan dalam gerakan sosial (Sonnenfeld, 2004). Kajian mengenai tingkah laku pengguna Muslim di Malaysia menunjukkan bahawa sebahagian pengguna melihat gerakan boikot bukan hanya sebagai kewajipan agama, tetapi juga sebagai peluang untuk memperkukuh ekonomi tempatan serta menyokong produk Muslim sebagai alternatif dalam pasaran (Ishak et al., 2018; Yahaya & Shamsul, 2020).

Dalam konteks ini, pengguna moden bukan sekadar membeli atau tidak membeli, tetapi penggunaan kini berfungsi sebagai bentuk ekspresi identiti moral dan sosial pengguna. Mereka mencari produk alternatif tempatan atau *Muslim-friendly* sebagai pengganti kepada entiti yang diboikot, menjadikan boikot sebagai strategi ekonomi yang menguntungkan ekosistem ekonomi komuniti mereka sendiri. Kajian Anon (2025) mendapati bahawa majoriti penyertaan boikot di Malaysia lebih dipengaruhi oleh persepsi ketidakpekaan agama dan emosi daripada faktor ekonomi semata, tetapi di

kalangan segelintir pengguna, pertimbangan rasional tetap wujud — contohnya, sokongan kepada perniagaan tempatan, reputasi sosial, dan keperluan untuk memastikan kestabilan keluarga dan perniagaan.

Selain itu, budaya pengguna moden dan identiti sosial turut memainkan peranan. Dalam era media sosial, pengguna sering menggunakan pilihan penggunaan sebagai cara menunjukkan bahawa mereka adalah individu prihatin, moral, dan kritis secara politik (Sonnenfeld, 2004). Kajian oleh Khamis (2024) mengenai aktivisme digital dalam kalangan Muslim menunjukkan bahawa penyertaan dalam boikot acap kali dikaitkan dengan identiti moral dan status sosial — pengguna ingin “dilihat” mendukung Palestin dan menolak kezaliman, sekurang-kurangnya dalam ruang digital. Ini menunjukkan bahawa solidariti fungsional tidak semestinya bermotif kotor, tetapi boleh muncul apabila gerakan sosial menjadi medium pembentukan identiti sosial dan kepuasan moral.

4.3. Perdebatan: Antara Solidariti Tulus dan Solidariti Fungsional

Ketegangan antara solidariti tulus dan solidariti fungsional tampak nyata apabila dipandang melalui pengalaman boikot yang bermusim. Kajian Klein et al. (2004) yang membincangkan *boycott fatigue* dan kegagalan boikot berterusan dalam jangka panjang, menunjukkan bahawa kebanyakan masyarakat mula memboikot semasa tekanan emosi dan media sangat tinggi, tetapi konsistensi mereka menurun apabila tidak ada alternatif, harga terlalu tinggi, atau apabila perhatian global mereda. Kesan ini menyentuh perdebatan penting: adakah boikot itu “tulus” jika ia berhenti sewaktu ia merugikan? Atau adakah itu hanya tindakan fungsional yang bergantung pada senario ekonomi dan reputasi?

Di sini, boikot Malaysia memperlihatkan dua lajur solidariti yang saling melengkapi iaitu pada satu sisi, terdapat kumpulan pengguna yang mengekalkan komitmen walaupun mereka terpaksa menanggung beban ekonomi, yang lebih menggambarkan solidariti mekanikal dan tulus. Manakala di sisi lain pula, terdapat segmen yang memulakan boikot atas dasar simpati dan tekanan sosial, tetapi cepat berhenti apabila ia menjadi tidak praktikal, yang lebih dekat kepada solidariti fungsional.

Pendekatan ini menegaskan bahawa keberkesanan dan keberlanjutan boikot dalam masyarakat moden tidak hanya bergantung kepada kekuatan moral agama sahaja, tetapi juga kapasiti sistem sosial dan ekonomi untuk menyokong pilihan rasional pengguna (Anon, 2025). Kajian insiden KK Mart dan serangan kepada pekerja minoriti di kedai itu juga menunjukkan bahawa kemarahan moral boleh menjadi penggerak awal, tetapi keberlanjutan solidariti bergantung pada kebolehekalannya sebagai pilihan praktikal (Anon, 2025). Keadaan ini menunjukkan bahawa dalam masyarakat moden, solidariti tidak lagi bersifat stabil dan homogen sebagaimana solidariti mekanikal klasik, tetapi semakin bergantung kepada keadaan ekonomi, media dan kapasiti individu untuk mengekalkan komitmen kolektif.

4.4. Boikot Sebagai Tindakan Solidariti Hibrid

Secara keseluruhan, gerakan boikot terhadap produk Israel di Malaysia tidak boleh dibaca semata-mata sebagai solidariti mekanikal yang murni moral-agama, atau solidariti organik yang sepenuhnya rasional-fungsional. Artikel ini berhujah bahawa ia adalah fenomena hybrid di mana solidariti tulus menyediakan asas moral dan legitimasi

untuk memulakan dan mengukuhkan gerakan, manakala solidariti fungsional menyediakan mekanisme keberlanjutan melalui sokongan ekonomi tempatan, reputasi sosial dan jaringan digital.

Teori Durkheim tetap relevan dalam konteks masyarakat Malaysia, kerana ia membolehkan kita membezakan dua logik yang membentuk keputusan pengguna: komitmen terhadap nilai agama dan keadilan (mekanikal) dan pembahagian fungsi serta kepentingan sosial dalam pasaran (organik). Namun, masyarakat digital kontemporari menjadikan kedua-dua bentuk ini saling bersilang, bukan terpisah. Boikot kini cerminan bahawa masyarakat Muslim moden sedang menggabungkan iman, emosi kemanusiaan dan keperluan rasional dalam membentuk solidariti sosial yang kompleks dan berlapis.

Oleh itu, artikel ini mencadangkan bahawa gerakan boikot dalam masyarakat Muslim kontemporari perlu difahami sebagai bentuk solidariti sosial hibrid yang menggabungkan dimensi moral-keagamaan, emosi kolektif dan rasionaliti pengguna dalam masyarakat digital moden.

5. Kesimpulan

Kajian ini bermula dengan mempersoalkan sama ada gerakan boikot terhadap produk yang dikaitkan dengan Israel lebih mencerminkan solidariti tulus (berasaskan nilai moral dan agama) atau solidariti fungsional (berasaskan rasionaliti dan kepentingan fungsional). Dengan membawa masuk teori solidariti sosial Émile Durkheim, iaitu solidariti mekanikal dan solidariti organik, artikel ini menunjukkan bahawa boikot dalam kalangan masyarakat Muslim di Malaysia tidak boleh dipahami secara dikotomi, tetapi perlu dilihat sebagai fenomena hibrid yang menggabungkan kedua-dua bentuk solidariti tersebut.

Di satu sisi, solidariti mekanikal muncul melalui keagamaan, identiti ummah dan tekanan norma agama yang mengukuhkan boikot sebagai tindakan moral dan jihad ekonomi. Kajian empirikal mendapati bahawa keagamaan dan pengaruh institusi agama adalah peramal utama penyertaan dalam boikot, menunjukkan kuatnya hati nurani kolektif dalam kalangan pengguna Muslim (Abdullah et al., 2021; Ishak, et al. 2018). Di sisi lain, solidariti organik muncul apabila boikot dilihat sebagai strategi sosial dan ekonomi yang dapat menguntungkan perniagaan tempatan, meningkatkan reputasi moral di media sosial dan memperkukuh identiti pengguna moden (Khamis, 2024). Fenomena *boycott fatigue* dan insiden seperti kontroversi KK-Mart mengesahkan bahawa solidariti yang hanya berakar pada emosi atau kepentingan jangka pendek sukar dikekalkan apabila bertentangan dengan keperluan praktikal (Anon, 2025; Klein et al., 2004).

Secara teoretikal, kajian ini menegaskan bahawa teori Durkheim masih relevan dalam memahami gerakan sosial kontemporari dalam masyarakat Malaysia, meskipun konteksnya kini dipengaruhi oleh media sosial, jaringan digital dan budaya pengguna moden. Boikot menjadi locus di mana solidariti mekanikal dan organik bertemu — moral agama membentuk niat awal, sementara rasional sosial dan fungsi ekonomi menentukan kekal atau tidaknya tindakan tersebut. Secara keseluruhan, boikot terhadap produk Israel di Malaysia bukan sekadar ekspresi kemarahan atau isu “trend”, tetapi cerminan kompleks proses solidariti sosial yang menghubungkan iman, identiti, rasionaliti dan jaringan digital. Dengan memahami pertembungan ini antara solidariti mekanikal dan solidariti organik, gerakan boikot dapat difahami secara lebih kritikal

sebagai tindakan sosial yang dipengaruhi oleh moral agama, identiti kolektif dan rasionaliti pengguna moden secara serentak.

Kelulusan Etika dan Persetujuan untuk Menyertai Kajian (*Ethics Approval and Consent to Participate*)

Tidak berkenaan

Penghargaan (*Acknowledgement*)

Terima kasih kepada penyelia atas bimbingan dan tunjuk ajar sepanjang penulisan artikel ini.

Kewangan (*Funding*)

Kajian dan penerbitan ini tidak menerima sebarang tajaan atau bantuan kewangan.

Konflik Kepentingan (*Conflict of Interest*)

Penulis tidak mempunyai konflik kepentingan dalam proses penyelidikan ini.

Rujukan

- Abdul Shukor, S., & Emhemad Tariki, H. (2019). The factors influencing consumers' willingness to boycott among Malaysian Muslim youth. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 62, 319–330. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.05.02.31>
- Abdul-Talib, Asmat-Nizam & Abdul-Latif, Samshul-Amry & Alias, Nursiha. (2012). The Willingness to Boycott Among Malaysian Muslims.
- Abdullah, Zalinawati & Mohamed Anuar, Marhana & Yaacob, Mohd. (2021). The Effects of Religiosity and Attitude on Consumer Boycotts. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 11. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v11-i18/11432>
- Ahmad Tajudin, B. D. A., Eng, M. C., Jasmin, N. Z., Halil, N. A., & Wong, M. (2025). Brand boycott and Israel-Hamas War 2023: Malaysia McDonald's and Starbucks brand response and perception. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 7(25), 321-333. <https://doi.org/10.35631/AIJBES.725021>
- Ahmad Sanusi, S. W. S. B., Abu Bakar, N. R. B., & Mohamad Puad, N. A. B. (2025). Boycotting Israeli products as a form of Islamic ethical consumerism: Implications for ESG practices in Malaysia. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(9). <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2025.909000805>
- Anon. (2025, April 23). Study: Local MY brands thrive amid consumer-led brand boycotts. *Marketing-Interactive*. <https://production.marketing-interactive.com/study-local-my-brands-thrive-amid-consumer-led-brand-boycotts>
- Ateş, S. (2025). Expanding boycott repertoire: Politically motivated consumer boycotts as a reaction to brands' political alignment. *Journal of Consumer Marketing*, 42(7), 1089–1101. <https://doi.org/10.1108/JCM-11-2024-7392>

- Basir, S. N. M., Habib Sultan, N. H., Johanis, M. A., & Ibrahim, S. B. M. (2024). Solidariti palestini: kedinamikan tindakan boikot dari perspektif teori internasional identiti *Journal of Sosial. Law, Government and Communication*, 9(37), 71-84. <https://gaexcellence.com/ijlgc/article/view/1687>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739–768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Polity Press.
- Cevher, M. F. (2025). Investigating consumers' boycott behavior in the context of Israeli-Palestinian conflict: Social media, consumer animosity and perceived efficacy perspectives. *Firat University Journal of Social Sciences*, 35(2), 449-466. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.1572026>
- Cheng, H. G., & Phillips, M. R. (2014). Secondary analysis of existing data: Opportunities and implementation. *Shanghai Archives of Psychiatry*, 26(6), 371. <https://doi.org/10.11919/j.issn.1002-0829.214171>
- Collins, R. (2004). *Interaction Ritual Chains*. Princeton University Press.
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Harvard University Press.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing among Five Approaches* (3rd ed.). *Thousand Oaks, CA: SAGE*.
- Dekhil, F., Jridi, H., & Farhat, H. (2017). Effect of religiosity on the decision to participate in a boycott: The moderating effect of brand loyalty – The case of Coca-Cola. *Journal of Islamic Marketing*, 8(2), 309–328. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2013-0008>
- Devappa, Dr. M.K. (2014). The role of religion in social cohesion. *International Journal of Research and Analytical Reviews (IJRAR)*, 1(3), 360-364. <https://ijrar.org/papers/IJRAR19D5972.pdf>
- Durkheim, É. (1984). *The Division of Labor in Society* (W. D. Halls, Trans.). *Free Press*. (Original work published 1893)
- Durkheim, É. (1995). *The Elementary Forms of Religious Life* (K. E. Fields, Trans.). *Free Press*. (Original work published 1912)
- Farhan, M, Muhajirin, & Nur. S. M. (2024). Social boycott as a form of solidarity: An analysis from the perspective of hadith. *Al-Bukhari: Jurnal Ilmu Hadis*, 7(2), 109–123. <https://doi.org/10.32505/al-bukhari.v7i2.9576>
- Friedman, M. (1985). Consumer boycotts in the United States, 1970–1980: Contemporary events in historical perspective. *Journal of Consumer Affairs*, 19(1), 96–117. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.1985.tb00346.x>
- Friedman, Monroe. (1999). *Consumer Boycotts: Effecting Change Through the Marketplace and The Media*. Routledge.
- Friese, Susanne. (2000). Monroe Friedman: Consumer Boycotts: Effecting Change Through the Marketplace and the Media. *Journal of Consumer Policy*, 23(4). 493-497. <https://doi.org/10.1023/A:1007286007722>
- Izanee, M., & Khairi, I. (2025). Sumud Nusantara: Online sentiments and Islamic ethics on social media solidarity with Palestine. *e-Jurnal Penyelidikan dan Inovasi*, 12(5), 1–19. <https://doi.org/10.53840/ejpi.v12i6.307>

- Jamiran, N., & Fakhruddin, F. M. (2025). Boycott on fast food industry: A case of K Fast Food Restaurant in Yong Peng, Johor, Malaysia. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(2), 2380–2399. <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2025.9020187>
- John, A., & Klein, J. G. (2003). The boycott puzzle: Consumer motivations for boycott participation. *Marketing Letters*, 14(2), 159–171. <https://doi.org/10.1287/mnsc.49.9.1196.16569>
- Hassan, H. (2023, November 4). Malaysians boycott companies and goods with alleged ties to Israel, in support of Palestinians. *The Straits Times*. <https://www.straitstimes.com/asia/se-asia/malaysians-boycott-companies-and-goods-with-alleged-ties-to-israel-in-support-of-palestinians>
- Hassan, M. S. (2023, November 5). Don't bash them, they are just trying to make a living. *NST Online*. <https://www.nst.com.my/news/nation/2023/11/975080/dont-bash-them-they-are-justtrying-make-living>
- Huda, M. N., Nurmandi, A., Qodir, Z., Sutan, A. J., Misran, Utaminingsih, N., & Suswanta. (2022). *Social media role to support Palestinian on Palestine—Israel conflict (2021)*. In D. Mutiarin, A. Nurmandi, A. K. Paksi, & Z. Rafique (Eds.), *Proceedings of the International Conference on Sustainable Innovation on Humanities, Education, and Social Sciences (ICOSI-HESS 2022)* (pp. 901–913). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-65-7_71
- Ishak, S., Khalid, K. A. T., & Sulaiman, N. (2018). Influencing consumer boycott: Between sympathy and pragmatic. *Journal of Islamic Marketing*, 9(1), 19–35. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2016-0042>
- Khamis, S. (2024). The paradoxes of modern islamic discourses and socio-religious transformation in the digital age. *Religions*, 15(2), 207. <https://doi.org/10.3390/rel15020207>
- Klein, J. G., Smith, N. C., & John, A. (2004). Why we boycott: Consumer motivations for boycott participation. *Journal of Marketing*, 68(3), 92–109. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.3.92.34770>
- Mathras, D., Cohen, A. B., Mandel, N., & Mick, D. G. (2016). The effects of religion on consumer behavior: A conceptual framework and research agenda. *Journal of Consumer Psychology*, 26(2), 298–311. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2015.08.001>
- Maxwell, J. A. (1996). *Qualitative research design: An interactive approach*. SAGE Publications.
- Muhammad Amirul Abrar Abdullah. (2024). Military activism in Malaysia and its boycott towards McDonald's Malaysia: A case study of Palestine–Israel conflict. *Journal of Media and Information Warfare*, 17(1), 105–117. https://jmiw.uitm.edu.my/images/Journal/Vol17No1/Article_9.pdf
- Alfarisi, M. F. R., Huda, A. N., & Asharsyira, A. (2024). From fatwa to social media: Unleashing global Muslim solidarity through fatwa and digital activism movement. *Islamic Communication Journal*, 9 (1), 111–132. doi: <https://doi.org/10.21580/icj.2024.9.1.20501>.
- McDonald's Malaysia. (2014, August 08). Media statement by McDonald's Malaysia. *McDonald's® Malaysia* <https://www.mcdonalds.com.my/company/news-alert/media-statement-by-mcdonalds-malaysia>
- McDonald's Malaysia. (2024, March 22). *McDonald's Malaysia acknowledges clarification from BDS Malaysia*. <https://www.mcdonalds.com.my/bm/company/news/mcdonalds-malaysia-acknowledges-clarification-from-bds-malaysia>

- Onsarigo, T. G. (2025). Role of religion in shaping social norms in contemporary society. *Journal of Research Innovation and Implications in Education*, 9(4), 700 – 711. <https://doi.org/10.59765/pg84kt>.
- Prastika, J. L., Farihah, I., & Maknun, M. L. (2022). Solidaritas sosial masyarakat beriman di desa Penambuhan Kabupaten Pati pada masa pandemi Covid-19. *Advances in Humanities and Contemporary Studies*, 3(2), 79–91. <https://publisher.uthm.edu.my/periodicals/index.php/ahcs/article/view/9807>
- Rohid, N., Sugihartati, R., Suyanto, B., Susilo, D., & Zikri, A. (2025). Digital activism in contemporary Islamic politics: A critical analysis of social media's impact on Islamic movements. *MILRev: Metro Islamic Law Review*, 4(1), 208–233. <https://doi.org/10.32332/milrev.v4i1.10159>
- Sonnenfeld, D. (2004). Political virtue and shopping: Individuals, consumerism, and collective action by Michele Micheletti [Book review]. *American Journal of Sociology*, 110(3), 842–844. <https://doi.org/10.1086/428330>
- Sootaek, K. (2009). The ideas of solidarity in classical sociology. *Korean Journal of Social Theory*, 36, 117–145. <https://doi.org/10.37245/kjst.2009.12.36.117>
- Stolle, D., & Micheletti, M. (2013). *Political consumerism: Global responsibility in action*. Cambridge University Press.
- Symank, R. (2024). Durkheim's empire: The concept of solidarity and its colonial dimension. *American Political Science Review*, 119(3), 1361–1374. <https://doi.org/10.1017/S0003055424001023>
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. Yale University Press.
- Wibisono, S., Louis, W. R., & Jetten, J. (2024). Willingness to engage in religious collective action: The role of group identification and identity fusion. *Studies in Conflict & Terrorism*, 47(11), 1519–1532. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2022.2034217>
- Yahaya, M. A., & Shamsul, A. B. (2020). Consumer boycotts as political expression: A Malaysian perspective on the Israeli product boycott. *Asian Journal of Political Science*, 28(2), 170–188. <https://doi.org/10.1080/02185377.2020.1774908>
- Yunus, A. M., Chik, W. M. Y. W., Wahid, N. A., Daud, K. A., & Hamid, M. N. A. (2020). The concept of boycott: A general introduction. *International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences*, 10(9), 962–971. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i9/7889>
- Zakaria, S. A., Ahmad, S., & Wahid, H. (2015). Boikot McDonald: Hukum perlaksanaanya di Malaysia dan kesan terhadap guna tenaga. In *eProsiding Seminar Fiqh Semasa (SeFis) 2015* (pp. 1–10). Universiti Kebangsaan Malaysia. <https://www.ukm.my/hairun/kertas%20kerja/Prosiding-Siti-Aisyah-Binti-Zakaria-1.pdf>
- Zuhair, Q. (2024, March 22). McDonald's Malaysia withdraws defamation suit against BDS Malaysia. *The Sun*. https://thesun.my/local_news/mcdonald-s-malaysia-withdraws-defamation-suit-againstbds-malaysia-JF12248133