

How MUI Fatwa Changes Indonesia Mindset towards Pro-Israel Boycott Products using the Naïve Bayes Classification Method

Susi Jumiati*, Dodi Vionanda, Admi Salma

Departemen Statistika, Universitas Negeri Padang, Kota Padang, Indonesia

*Corresponding author: susijumiati27@gmail.com

Submitted : 05 November 2024

Revised : 12 November 2024

Accepted : 28 November 2024

ABSTRACT

Boycotting pro-Israel products has become a popular topic on social media, both in Indonesia and globally. This research aims to analyze the sentiments of Indonesian using the Naive Bayes classification method regarding the boycott before and after the issuance of MUI Fatwa No.83/2023. Through sentiment and word cloud analysis of 3327 tweets, it was found that discussions remained consistent and were not influenced by MUI Fatwa. The sentiment of the majority of Indonesian regarding the boycott of pro-Israel products is positive, with full support for this action. MUI Fatwa has had an impact on the sentiment of Indonesian, as can be seen from the increase in positive sentiment after the fatwa was released. Word cloud analysis shows that both before and after November 8, 2023, the top one word that appears in the word distribution is exactly the same, namely 'boycott'. This similarity shows that the discussion topics that developed on the Twitter platform remained consistent, both before and after the release of MUI Fatwa Indonesian netizens have uniformly discussed boycotting products that support Israel as a form of rejection of the genocide carried out by that country in Gaza, Palestine.

Keywords: *Boycott, MUI fatwa, Naïve Bayes classification method, Sentiment analysis, Word Cloud*



This is an open access article under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2022 by author and Universitas Negeri Padang.

I. PENDAHULUAN

Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah beberapa kali mengeluarkan fatwa terkait boikot produk Israel, terutama dalam konteks dukungan terhadap Palestina (Munandar & Firdaus, 2023). Fatwa Nomor 83 yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tahun 2023 mempertegas dukungan terhadap perjuangan Palestina dengan mendorong aksi boikot. Dalam fatwa ini, MUI menetapkan bahwa mendukung kemerdekaan Palestina dari agresi Israel adalah kewajiban, serta mengimbau umat islam untuk menghindari produk dan transaksi yang berhubungan dengan Israel dan mendukung penjajahan serta zionisme. Setelah fatwa ini dirilis, berbagai reaksi muncul di media sosial terutama di Twitter atau X, dimana masyarakat aktif menyuarakan pendapat mereka terkait boikot produk Israel, baik sebelum maupun setelah terbitnya fatwa tersebut.

Dalam ranah ekonomi, Indonesia telah mengadopsi kegiatan boikot sebagai bentuk perlawanan terhadap negara yang melakukan penindasan. Sebagai contoh, boikot terhadap produk dan jasa produk Israel dilakukan untuk menghentikan agresi negara tersebut dan menekan agar menarik pasukannya dari Gaza. Tujuan dari boikot ini adalah memberikan dorongan ekonomi dan politik agar negara yang diboikot mematuhi hukum internasional (El Saha, 2023). Meskipun sejarah boikot sudah ada sejak tahun 1920-an, ada beberapa pendapat menyebutkan bahwa praktik ini dimulai pada awal tahun 1950-an, setelah pertemuan anggota Liga Arab di Damaskus pada tahun 1957. Pada abad ke-19, kampanye boikot dilakukan untuk menghambat imigrasi Yahudi dengan mencegah penjualan tanah di Palestina kepada mereka. Sejak tahun 1948, produk dan layanan dari Israel juga mulai diboikot (Bin Mohd Yunus, 2015). Pada Mei 1951, Liga Arab membentuk Kantor Pusat Boikot di Damaskus untuk mengatur cara dan kegiatan boikot tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami perkembangan diskusi dan sentimen masyarakat sebelum dan sesudah rilis Fatwa MUI Nomor 83/2023. Isu boikot produk Israel dan fatwa tersebut masih menjadi topik hangat hingga saat

ini, sehingga dipilih sebagai fokus penelitian dengan target pengguna Twitter di Indonesia. Kajian ini penting dilakukan karena literatur terkait aksi boikot produk tersebut masih terbatas. Penelitian ini menggunakan analisis sentimen dengan metode Naïve Bayes Classification. Beberapa penelitian terdahulu pernah melakukan penelitian mengenai analisis sentimen dengan metode naïve bayes classification (Troussas et al, 2013; Parven dan Pandey, 2016; Rahat et al, 2019).

Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu memperluas pemahaman tentang bagaimana netizen di Indonesia berpartisipasi dalam diskusi dan perdebatan terkait dengan isu Palestina dan Israel, serta bagaimana sentimen mereka terhadap boikot produk Israel. Melalui analisis sentimen ini, diharapkan dapat terungkap sejauh mana pengaruh fatwa MUI dalam membentuk sikap dan tindakan masyarakat terkait isu boikot produk Israel. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pembuat kebijakan, akademisi, dan aktivis dalam merumuskan strategi yang efektif untuk menangani isu-isu serupa di masa mendatang.

II. METODE PENELITIAN

A. Sumber Data dan Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan google colab dengan bahasa pemrograman python untuk menganalisis data yang didapatkan melalui proses crawling. Data tersebut kemudian akan dianalisis dengan metode klasifikasi Naïve Bayes.

Penelitian ini menggunakan data berupa teks dari unggahan pengguna di platform Twitter yang sekarang dikenal sebagai X. Posting yang akan dievaluasi harus memenuhi syarat berupa penggunaan bahasa Indonesia kemudian diterjemahkan bahasa inggris dan mengandung kata 'boikot'. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan crawling data Twitter sederhana.

Untuk mempersiapkan data analisis, dataset dibagi menjadi dua. Dataset pertama berisi 836 tweet yang diposting dari 1 Januari hingga 7 November 2023, sebelum fatwa dirilis. Sedangkan, dataset kedua berisi 2491 tweet yang diposting setelah tanggal 8 November 2023 yakni dari 8 November 2023 hingga 1 Januari 2024 yaitu setelah fatwa dirilis. Meskipun dataset kedua memiliki jangka waktu lebih singkat namun tweet yang diposting lebih banyak dibandingkan dengan dataset pertama.

B. Teknik Analisis Data

Dua dataset yang telah terbagi akan dianalisis menggunakan pendekatan analisis sentimen dengan metode klasifikasi Naïve Bayes. Proses analisis data akan didukung oleh perangkat lunak google colab dengan Bahasa pemrograman python. Word cloud akan digunakan sebagai bagian dari teknik analisis data karena dapat menunjukkan seberapa sering kata muncul dalam tweet pada dataset. Adapun Langkah-langkah dalam melakukan analisis sebagai berikut (Susilawati et al., 2024):

1. *Crawling Data*

Crawling data adalah proses pengumpulan data dari berbagai sumber secara otomatis melalui program komputer atau bot. Dalam konteks internet, ini sering dilakukan dengan mengunjungi situs web dan mengekstrak informasi dari halaman-halaman web tersebut. Teknik ini umumnya digunakan untuk mengumpulkan data yang luas dan terdistribusi di internet, seperti informasi dari situs web, sosial media, atau basis data online. Dalam penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari pendapat masyarakat mengenai perselisihan Palestina-Israel di *platform* Twitter atau X, yang belakangan ini semakin intens dan memunculkan pendapat tentang boikot produk. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik *crawling*, dimana data diambil menggunakan bahasa pemrograman Python sehingga terkumpul sebanyak 3327 dataset. Data ini kemudian akan melewati tahap pembersihan dan persiapan sebelum dianalisis lebih lanjut.

2. *Processing Data*

Setelah dataset yang berisi tweet terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan *preprocessing*. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menyiapkan data agar terstruktur dengan baik dan siap untuk dianalisis lebih lanjut. Tahap ini

sangat penting karena data yang diperoleh dari twitter sering kali belum terstruktur dan mengandung banyak gangguan (noise). Proses *preprocessing* mencakup beberapa langkah, yaitu *case folding*, *stopword*, *tokenizing*, dan *stemming*.

a) *Case Folding*

Case folding merupakan salah satu teknik *preprocessing* teks yang sederhana namun efektif, meskipun sering kali diabaikan. Tujuan dari *case folding* adalah untuk mengubah seluruh huruf dalam dokumen menjadi huruf kecil. Hanya huruf dari ‘a’ hingga ‘z’ yang dipertimbangkan, sementara karakter lain dihapus dan dianggap sebagai pemisah (delimiter).

b) *Stopword*

Stopword merupakan kata-kata umum yang sering muncul dalam jumlah besar dan dianggap tidak memberikan informasi penting. Contoh *stopword* dalam Bahasa Indonesia antara lain “yang”, “dan”, “di”, “dari”, dan sebagainya. Tujuan menghapus *stopword* adalah untuk lebih fokus pada kata-kata yang lebih relevan dan bermakna dalam teks.

c) *Tokenizing*

Tokenizing merupakan proses memecah teks menjadi bagian-bagian kecil yang disebut token, kemudian dapat dianalisis. Token bisa berupa kata, angka, simbol, tanda baca, dan entitas penting lainnya. Dalam pemrosesan Bahasa alami (NLP), token biasanya merujuk pada “kata”, meskipun proses *tokenizing* juga bisa dilakukan pada paragraf atau kalimat.

d) *Stemming*

Stemming merupakan proses mengubah kata menjadi bentuk dasarnya dengan menghilangkan perubahan kata. Namun, bentuk dasar yang dimaksud tidak selalu sama dengan akar kata (root word). Contohnya, kata “mendengarkan”, “dengarkan”, dan “didengarkan” akan diubah menjadi kata “dengar”.

3. Klasifikasi Naïve Bayes

Naive Bayes adalah algoritma *machine learning* yang digunakan untuk masalah klasifikasi. Algoritma ini didasarkan pada teorema probabilitas Bayes dan sering digunakan untuk klasifikasi teks, terutama ketika bekerja dengan dataset yang besar dan kompleks. Contoh penggunaannya antara lain penyaringan spam, analisis sentimen, dan klasifikasi artikel berita.

Naïve bayes dikenal tidak hanya karena kesederhanaannya, tetapi juga karena efektivitasnya. Algoritma ini sangat cepat dalam membangun model dan membuat prediksi. Naïve bayes sering menjadi pilihan pertama untuk memecahkan masalah klasifikasi teks. Proses klasifikasi melibatkan beberapa tahap, mulai dari pengambilan data setelah *preprocessing*, penerapan algoritma naïve bayes, pengujian dan penilaian hasil, analisis matriks klasifikasi hingga perhitungan tingkat akurasi data.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menggunakan analisis sentimen dengan metode klasifikasi naive bayes dari data twitter diperoleh hasil sebagai berikut:

1. *Crawling Data*

Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari pendapat masyarakat mengenai perselisihan Palestina-Israel di Twitter yang belakangan ini semakin intens dan memunculkan wacana mengenai boikot produk. Data dikumpulkan melalui teknik *crawling*, dimana data diambil menggunakan bahasa pemrograman Python yang dibagi menjadi dua dataset terpisah. Dataset pertama berisi 836 tweet yang diposting sebelum tanggal 8, yaitu sebelum fatwa dirilis, sedangkan dataset kedua berisi 2491 tweet yang diposting setelah tanggal 8, sehingga terkumpul sebanyak 3327 dataset.

	full_text	username	created_at
0	Suporter NSB 12 Resmi Cabut Boikot Kehadiran d...	officialntv_	Mon Jul 31 23:56:19 +0000 2023
1	@seterahza @bukamec1n ya untungya semua publ...	chocolat_kyo	Mon Jul 31 23:45:45 +0000 2023
2	@officialvpc Percuma ah ek di boikot ge manage...	BobotohTeddy	Mon Jul 31 23:37:45 +0000 2023
3	@vanc1Bozz @ilhampurnama887 ya uda boikot Bali...	candihambalang	Mon Jul 31 23:29:36 +0000 2023
4	Okay sampai masa untuk boikot Costa Coffee 🍷	sarinizainal	Mon Jul 31 23:12:02 +0000 2023

1	kami dh app pon korang bodo dgn isu boikot bay...	miss_rights	Sun Dec 31 23:49:55 +0000 2023
2	kpopers sebenarnya komunitas sangat intelek aw...	Raminceu	Sun Dec 31 23:40:01 +0000 2023
3	boro mo boikot emang dasarnya gapernah beli ma...	user590161	Sun Dec 31 23:36:13 +0000 2023
4	katanya rumornya nih knez kesel inazen tau sbu...	Takebytissa13	Sun Dec 31 23:29:26 +0000 2023
...

Gambar 1. Hasil *Crawling Data*

2. *Processing Data*

Selanjutnya melakukan processing data dengan Langkah-langkah yaitu normalisasi, stopwords, tokenization, dan stemming. Dari 4 langkah tersebut diperoleh hasil processing data sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil *Processing Data*

Full Text
suporter nsb 12 resmi cabut boikot hadir stadion
untung semua publik korea amp inter udah boikot...
percuma ah ek boikot ge management moal ngaden...
uda boikot bal aja kalian usah kesanarepot ban...
okay masa boikot costa coffee
dh app pon korang bodo dgn isu boikot...
kpopers sebenarnya komunitas sangat intelek aware...
boro mo boikot emang dasar gapernah beli mahal woi
kata rumor nih knez kesel inazen tau sbux korea
...

3. *Klasifikasi Naive Bayes*

Hasil analisis sentiman yang dilakukan menggunakan metode klasifikasi naive bayes terlihat seperti di dibawah ini:

Tabel 2. Hasil *Analisis Sentimen* sebelum Fatwa Rilis

Hasil Analisis Data	
Sentimen	Total
Positif	670
Netral	150
Negatif	15

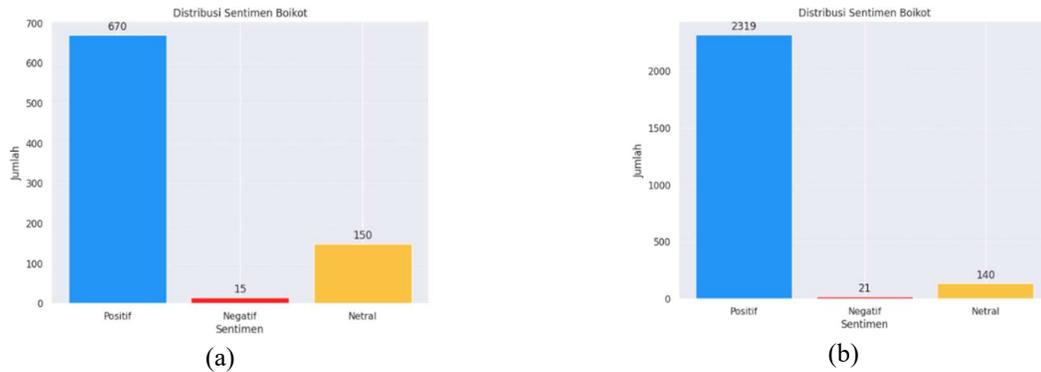
Berdasarkan hasil analisis sentimen terhadap percakapan di Twitter mengenai boikot produk Israel sebelum fatwa rilis memperlihatkan pola yang menarik dalam respons netizen. Data yang terhimpun menunjukkan bahwa mayoritas respons, sebanyak 670, dinyatakan sebagai positif, sementara 150 respons teridentifikasi sebagai netral, dan hanya 15 respons yang menggambarkan sentimen negatif. Dalam hal ini, mengindikasikan dominasi sikap yang mendukung atau bersifat pro terhadap kampanye boikot, meskipun ada sebagian kecil respons yang menunjukkan ketidakpuasan atau ketidaksetujuan terhadapnya.

Tabel 3. Hasil *Analisis Sentimen* sesudah Fatwa Rilis

Hasil Analisis Data	
Sentimen	Total
Positif	2319
Netral	140
Negatif	21

Berdasarkan analisis sentimen terhadap percakapan di Twitter mengenai boikot produk Israel setelah fatwa rilis menghasilkan temuan yang signifikan dalam respons netizen. Data yang dianalisis menunjukkan peningkatan yang mencolok dalam aspek positif, dengan jumlah respons positif mencapai 2319. Meskipun demikian, terdapat 140 respons yang diposisikan sebagai netral, menandakan keberadaan suara yang tidak memihak secara eksplisit. Selain itu, terdapat 21 respons yang diidentifikasi sebagai negatif, yang menandakan adanya fraksi minoritas yang tidak sependapat atau menentang fatwa yang dirilis.

Berdasarkan hasil analisis sentimen terhadap percakapan di Twitter mengenai boikot produk Israel sebelum dan setelah 8 November 2023 atau sesudah fatwa rilis, terjadi peningkatan sebesar sekitar 246.27% dari jumlah sentimen positif sebelum rilis fatwa hingga sesudahnya. Hal ini menunjukkan bahwa setelah fatwa yang dikeluarkan MUI, terdapat dampak yang besar terhadap respon positif atau mendukung kampanye penolakan terhadap produk Israel.



Gambar 2. (a) Distribusi Sentimen sebelum Fatwa Rilis
(b) Distribusi Sentimen sesudah Fatwa Rilis

4. Analisis Word Cloud

Analisis *word cloud* digunakan untuk menggambarkan kata-kata yang ada dalam dataset Twitter yang dianalisis. *Word cloud* ini dibagi menjadi dua periode, yaitu sebelum dan setelah 8 November 2023. Distribusi kata akan diperlihatkan untuk menjelaskan perbedaan antara kedua *word cloud* tersebut.



Gambar 3. Hasil *Word Cloud* (a) sebelum Fatwa Rilis dan (b) sesudah fatwa dirilis

Tabel 3. Hasil Analisis Sentimen Sebelum dan Sesudah Fatwa Rilis

Sebelum		Sesudah	
Frekuensi	Kata	Frekuensi	Kata
1	boikot	1	boikot
0,111	tak	0,136	mcd
0,069	nak	0,08	israel
		0,0754	produk
		0,0751	kena

Berdasarkan hasil word cloud diatas terlihat bahwa baik sebelum maupun setelah tanggal 8 November 2023, kata yang paling sering muncul dalam distribusi kata adalah 'boikot'. Kesamaan ini menunjukkan bahwa topik yang dibahas di platform Twitter atau X tetap konsisten, baik sebelum maupun setelah dikeluarkannya fatwa MUI No. 83/2023. Netizen Indonesia secara serempak membahas aksi boikot terhadap produk-produk yang mendukung Israel sebagai bentuk penolakan terhadap tindakan genosida yang dilakukan oleh negara tersebut di Gaza, Palestina. Artinya, sebelum dikeluarkannya fatwa MUI No. 83/2023 pada 8 November 2023, isu boikot terhadap produk Israel sudah menjadi topik yang hangat diperbincangkan di Twitter atau X.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, berikut adalah kesimpulan yang bisa diambil dalam penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Sebelum fatwa MUI dirilis diidentifikasi bahwa netizen Indonesia didominasi sikap yang mendukung atau bersifat pro terhadap kampanye boikot, meskipun ada sebagian kecil respons yang menunjukkan ketidakpuasan atau ketidaksetujuan terhadap boikot.
2. Setelah fatwa MUI dirilis diidentifikasi adanya peningkatan netizen Indonesia untuk mendukung kampanye boikot. Ini menunjukkan bahwa fatwa yang dikeluarkan MUI memiliki dampak yang besar terhadap sentimen positif atau bersifat pro terhadap kampanye penolakan terhadap produk Israel.
3. Berdasarkan hasil *word cloud* yang diperoleh terlihat bahwa baik sebelum maupun setelah tanggal 8 November 2023, kata yang paling sering muncul dalam distribusi kata adalah 'boikot'. Kesamaan ini menunjukkan bahwa topik yang dibahas di *platform* Twitter atau X tetap konsisten, baik sebelum maupun setelah dikeluarkannya fatwa MUI No. 83/2023. Netizen Indonesia secara serempak membahas aksi boikot terhadap produk-produk yang mendukung Israel sebagai bentuk penolakan terhadap tindakan genosida yang dilakukan oleh negara tersebut di Gaza, Palestina.

DAFTAR PUSTAKA

- Bin Mohd Yunus, A., Binti Abd Wahid, N., & Bin W Hassan, W. S. (2015). HUKUM BOIKOT BARANGAN ISRAEL BERDASARKAN KEPADA FIQH AL-JIHAD. *Jurnal Infad*, 135–160.
- El Saha, M. I. (2023). *Boikot sebagai Jihad yang Sah*. Kementerian Agama RI.
- Munandar, A., Yaasin, M. S., & Firdaus, R. A. (2023). Analisis Sentimen Netizen Indonesia Mengenai Boikot Produk. *Journal of Islamic Banking and Economic*, 26-34.
- Rian Rifki Eliandy, Amini, A., Muhammad Heriadi, En Riskinta Tumanggor, & Etti Aini Hasibuan. (2023). Konflik Palestina Dengan Israel. *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 15(1), 106–112. <https://doi.org/10.37304/jpips.v15i1.9495>
- Parveen, H., & Pandey, S. (2016, July). Sentiment analysis on Twitter Data-set using Naive Bayes algorithm. In *2016 2nd international conference on applied and theoretical computing and communication technology (iCATccT)* (pp. 416-419). IEEE.
- Rahat, A. M., Kahir, A., & Masum, A. K. M. (2019, November). Comparison of Naive Bayes and SVM Algorithm based on sentiment analysis using review dataset. In *2019 8th International Conference System Modeling and Advancement in Research Trends (SMART)* (pp. 266-270). IEEE.
- Susilawati, A. T., Lestari, N. A., & Nina, P. A. (2024). Analisis Sentimen Publik Pada Twitter Terhadap Boikot Produk Israel Menggunakan Metode Naive Bayes. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 28-33.
- Troussas, C., Virvou, M., Espinosa, K. J., Llaguno, K., & Caro, J. (2013, July). Sentiment analysis of Facebook statuses using Naive Bayes classifier for language learning. In *IISA 2013* (pp. 1-6). IEEE.