

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Penyajian Data

Penjelasan mengenai fatwa mencakup aspek bahasa dan terminologi. Secara bahasa, fatwa memiliki arti sebagai penjelasan atau penerangan. Dalam terminologi, fatwa didefinisikan sebagai penjelasan hukum syara' terkait permasalahan yang dihadapi oleh individu atau kelompok. Fatwa memiliki karakter responsif karena disusun untuk menjawab pertanyaan atau permintaan mengenai kasus atau peristiwa tertentu. Meskipun demikian, fatwa tidak memiliki kekuatan hukum yang mengikat. Artinya, pihak yang meminta fatwa tidak diwajibkan untuk mengikuti keputusannya. Dalam hal ini, fatwa berbeda dengan keputusan pengadilan yang bersifat mengikat secara hukum (Makmur, 2018).

Fatwa MUI nomor 83 Tahun 2023 tentang Hukum Dukungan terhadap Perjuangan Palestina, yang dikeluarkan pada 8 November 2023, menegaskan bahwa mendukung agresi Israel terhadap Palestina adalah haram. Sebaliknya, mendukung perjuangan kemerdekaan Palestina melawan agresi Israel dianggap sebagai kewajiban hukum bagi umat Islam. Salah satu cara untuk memberikan dukungan adalah dengan menyebarkan zakat, infak, atau sedekah untuk membantu perjuangan rakyat Palestina. Namun, dalam beberapa waktu terakhir, hal ini menimbulkan kontroversi dan berbagai macam persepsi di masyarakat, terutama di kalangan Gen Z.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian terhadap persepsi Gen Z terhadap fatwa MUI No.83 Tahun 2023 tentang Hukum Dukungan Terhadap Perjuangan Palestina.

Menurut Sarwono, persepsi adalah proses di mana seseorang memperoleh, menafsirkan, memilih, dan mengatur informasi yang diterima melalui indra. Proses ini dimulai ketika rangsangan dari lingkungan luar diterima oleh organ tubuh, kemudian diteruskan dan diproses oleh otak. Dengan kata lain, persepsi adalah upaya untuk memahami informasi dengan menggunakan alat indra yang kita miliki, sehingga kita dapat menginterpretasikan dan merespons dunia sekitar (Imaduddin, 2020).

Persepsi dapat dikatakan sebuah perspektif tentang masalah yang menggunakan sudut pandang tertentu untuk melihat fenomena. Persepsi sangat memengaruhi perilaku individu karena memainkan peran penting dalam menilai suatu peristiwa. Karena itu, tidak mengherankan jika berbagai pandangan atau persepsi yang berbeda-beda muncul (Sutrisno, 2023). Walgito menyatakan bahwa persepsi itu mengandung tiga komponen yang membentuk struktur sikap, yaitu komponen kognitif (komponen perseptual), komponen afektif (komponen emosional), dan komponen kognitif (komponen perilaku).

1) Komponen kognitif (komponen perseptual)

Komponen ini berkaitan dengan aspek pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap suatu objek atau fenomena. Ini mencakup cara seseorang memproses informasi yang diterima dan

bagaimana hal tersebut membentuk pandangan atau keyakinan mereka terhadap sesuatu (Rofi'ah, 2017). Komponen kognitif mencerminkan pemahaman informan tentang Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini informan yaitu Gen Z yang berasal dari kalangan mahasiswa sebagian besar menunjukkan pemahaman yang jelas mengenai isi dan tujuan fatwa tersebut. Sebagai contoh, Annisa Fitri mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“Fatwa yang berisi anjuran kepada masyarakat untuk menghindari transaksi dan penggunaan produk yang terafiliasi dengan Israel serta produk yang mendukung agresi israel ke palestina.”

Selanjutnya Farida Ariani mahasiswa dari UIN Antasari mengatakan,

“Intinya fatwa ini itu mengajak kita semua untuk memboikot produk-produk Israel. Kata MUI, mendukung Israel sama aja kayak mendukung tindakan nggak benar. Jadi, sebagai bentuk solidaritas ke Palestina, kita diajak untuk nggak beli produk-produk yang punya hubungan dengan Israel.”

Selanjutnya Alifa Rahmah mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat mengatakan,

“Bentuk dukungan dengan menggunakan produk dalam negeri sebagai bentuk dukungan terhadap ekonomi nasional sekaligus boikot produk terafiliasi Israel.”

Kemudian Siti Maharani mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat mengatakan,

“Fatwa ini menyatakan bahwa mendukung Israel, baik secara langsung melalui transaksi atau penggunaan produk yang mendukung zionisme dan penjajahan, adalah haram. MUI juga mendorong umat Islam untuk mendukung perjuangan Palestina melalui berbagai bentuk dukungan kemanusiaan, seperti donasi dan doa.”

Selanjutnya Lailatul Badriyah mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin mengatakan,

“Fatwa tersebut menyatakan haram menggunakan produk terkait Israel karena dianggap mendukung Israel.”

Selanjutnya Arini Fahriani mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin mengatakan,

“Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 mewajibkan umat Islam memboikot produk yang terafiliasi dengan Israel sebagai bentuk solidaritas terhadap Palestina. Umat diimbau mendukung produk lokal atau negara yang pro-Palestina, serta mendorong pemerintah memperkuat diplomasi demi kemerdekaan Palestina.”

Selanjutnya Siti Raudatun Jannah mahasiswa dari Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari mengatakan,

“Fatwa ini tidak secara langsung memerintahkan pemboikotan produk yang terafiliasi dengan Israel, tetapi lebih menekankan pada

hukum dukungan terhadap perjuangan Palestina."

Selanjutnya Ariefa Salsabilla Azzahra mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari mengatakan,

"Fatwa ini bertujuan untuk melemahkan ekonomi Israel dan mendukung perjuangan Palestina, dengan alasan bahwa membeli produk tersebut dapat mendukung agresi Israel. Fatwa ini juga mendorong umat Islam untuk berkontribusi melalui zakat dan bantuan kemanusiaan."

Selanjutnya Anita F mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari mengatakan,

"Fatwa yang berisi seruan untuk melakukan boikot produk yang terkait dengan israel sebagai bentuk dukungan untuk Palestina."

Informan menunjukkan pemahaman bahwa fatwa ini berfungsi sebagai bentuk dukungan umat Islam di Indonesia terhadap Palestina. Pemahaman ini diikuti oleh kesadaran bahwa fatwa bertujuan mendukung perjuangan rakyat Palestina dan memberikan tekanan kepada Israel.

2) Komponen afektif (komponen emosional)

Komponen ini mencakup perasaan atau emosi yang muncul sebagai respons terhadap objek atau fenomena yang dipersepsikan. Ini berhubungan dengan aspek suka atau tidak suka, senang atau tidak senang, dan bagaimana emosi memengaruhi sikap seseorang terhadap sesuatu (Rofi'ah, 2017).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini informan yaitu Gen Z yang berasal dari kalangan mahasiswa, secara emosional menunjukkan berbagai perasaan yang timbul setelah mengetahui fatwa ini, mulai dari senang hingga netral. Perasaan senang mendominasi karena adanya rasa solidaritas dan kepedulian terhadap Palestina. Seperti Radiana Rosada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

"Senang. Sebab, ini dilakukan demi kedamaian dan membantu perjuangan saudara di Palestina."

Selanjutnya Nasywa Hafizhah mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin mengatakan,

"Sangat senang, karena rasa empati yang sangat tinggi terhadap masyarakat di Palestina."

Selanjutnya Septia Putri Nabila mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat mengatakan,

"Senang, Setidaknya dengan adanya fatwa ini, kita dapat memberikan dukungan kepada saudara-saudara kita yang berada di Palestina."

Selanjutnya Elshinta mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat mengatakan,

"Senang, Karena fatwa ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan konflik Israel-Palestina dan mendorong simpati terhadap perjuangan Palestina."

Pandangan positif atau perasaan senang lainnya juga diungkapkan oleh informan yang merasa bahwa fatwa ini bisa menjadi salah satu cara untuk meningkatkan penjualan produk lokal sebagai produk substitusi dari produk yang di boikot. Seperti yang diungkapkan oleh Nur Khamim,

“senang, karena mungkin akan berdampak pada penjualan produk yang terafiliasi israel namun di lain sisi hal ini juga salah satu ajang untuk meningkatkan penjualan produk lokal yang bisa menjadi pilhan lain pengganti produk yang diboikot.”

Pernyataan tersebut tidak jauh berbeda dengan yang diungkapkan oleh Aulia Arum Diningrat,

“sangat senang, karena Menurutku adanya fatwa ini berpengaruh ke produk-produk luar dan pekerja yang ada di perusahaan tersebut, tapi dengan memboikot produk tersebut kita bisa lebih mengandalkan produk-produk dalam negeri, yang hal ini jelas lebih menguntungkan ekonomi negeri kita karna semakin banyak perusahaan dalam negeri yang diuntungkan maka akan semakin banyak perusahaan-perusahaan tersebut membuka lapangan pekerjaan buat masyarakat.”

Namun, tidak semua informan merasakan perasaan senang. Ada informan yang merasakan perasaan campur aduk setelah fatwa ini muncul karena barang yang disukainya masuk dalam daftar produk boikot. Seperti Ahmad Faizin mahasiswa Universitas Islam Kalimantan

Muhammad Arsyad Al Banjari yang menyatakan,

“Saya tidak senang mendapat fatwa tersebut karena produk yang saya sukai ikut kedalam pemboikotan dan menyebabkan saya merasa terhalang untuk membelinya. Di sisi lain saya juga merasa senang jika saya ikut mematuhi peraturan dari fatwa tersebut berarti saya juga ikut mendukung kemerdekaan Palestina.”

Ada juga informan yang mengkritisi fatwa ini, mempertanyakan efektivitas boikot dalam memberikan tekanan ekonomi kepada Israel terhadap dampaknya kepada perekonomian Indonesia. Seperti pernyataan dari Andriannor mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“Mengingat bahwa aksi ini memang perlu, namun jika dilakukan dengan terburu-buru maka akan berdampak pada kondisi perekonomian daerah terutama berimbas pada nasib para karyawan terkait.”

Pernyataan tersebut tidak jauh berbeda dengan Lailatul Badriyah mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“Perasaan saya campur aduk, mulai dari empati terhadap penderitaan Palestina sampai tertarik juga untuk memahami lebih jauh dampaknya.”

Namun ada beberapa informan merasa netral dengan berbagai alasan yang berbeda-beda. Contohnya Annisa Fitri yang merasa netral karena sudah terbiasa menggunakan produk yang diboikot tersebut,

Annisa mengatakan,

"Saya merasa netral saat mendengar tentang fatwa ini, karena saya sudah terbiasa dengan produk tersebut tanpa mengetahui sebelumnya bahwa produk tersebut terafiliasi dengan Israel, apalagi kebanyakan produk yang diboikot adalah produk yang sering kita gunakan sehari-hari."

Pernyataan tersebut tidak jauh berbeda dengan Muhammad Raihan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

"Saya merasa netral, karena bimbang saat ingin membeli produk yang terafiliasi dengan israel walau produknya itu sangat ingin saya beli."

Meskipun begitu, ada juga informan yang mengaku bahwa ia tidak merasa terlalu terpengaruh dengan Fatwa tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Siti Maharani,

"Saya tidak bertindak karena merasa fatwa ini tidak langsung memengaruhi kehidupan pribadi atau pekerjaan saya. Namun, saya memahami bahwa bagi sebagian orang, fatwa ini mungkin membawa dampak yang signifikan."

3) Komponen konatif (komponen perilaku atau *action component*)

Komponen ini berkaitan dengan kecenderungan atau niat seseorang untuk bertindak atau berperilaku terhadap objek yang dipersepsikan. Ini mencakup tindakan atau reaksi yang mungkin muncul berdasarkan persepsi yang dimiliki terhadap objek tersebut (Rofi'ah,

2017). Tindakan yang diambil oleh informan menunjukkan berbagai tingkat penerapan. Beberapa secara aktif mengikuti seruan fatwa dengan mengurangi konsumsi produk yang terafiliasi dengan Israel. Contohnya, Nasywa Hafizhah mengungkapkan,

"Saya mengikuti seruan tersebut, bahkan sebelum fatwa itu keluar, saya sudah pelan-pelan mengurangi pemakaian produk yang diboikot."

Selanjutnya Nur Khamim mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

"Betul saya kuat mengikuti seruan serta gerakan pemboikotan ini, karna sesama saudara muslim dan pro palestina, dan salah satu bentuk cinta kita kepada Palestina adalah bertindak untuk memboikot produk terafiliasi Israel."

Selanjutnya Radiana Rosada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

"Saya sering membagikan postingan sosial mengenai boikot ini beberapa bulan kebelakang, Ini adalah langkah kecil yang bisa saya lakukan."

Selanjutnya Siti Raudatun Jannah mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari yang mengatakan,

"iya saya mengikuti fatwa, karena saya ingin membantu palestina untuk kembali jaya dengan memperburuk perekonomian Israel walaupun tidak banyak."

Selanjutnya Ariefa Salsabilla Azzahra mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari yang mengatakan,

“saya mengikuti seruan pemboikotan sebagai rasa sayang sesama umat muslim palestina dan saya selalu mencari tahu dahulu apakah produk yang akan saya beli ter afiliasi Israel atau tidak.”

Informan lain, seperti A'malina Nur mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin juga menyatakan bahwa ia mengikuti boikot karena merasa memiliki rasa kemanusiaan,

“Karena saya seorang mahasiswa dengan ajaran yang membawa rasa peduli kemanusiaan.”

Pernyataan tersebut tidak jauh berbeda dari Annisa Fitri mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“Tentu saja saya mengikuti seruan pemboikotan itu. Karena ini bukan lagi masalah agama, tapi masalah kemanusiaan.”

Selanjutnya Elshinta mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“iya, Saya bertindak atas asas kemanusiaan”

Informan lain mengatakan masih merasa kesulitan untuk menghindari produk boikot dan secara bertahap mengurangi konsumsinya terhadap produk tersebut sebagai bentuk dukungan terhadap Palestina. Seperti yang diungkapkan oleh Farida Ariani,

“Sejujurnya saya masih menggunakan beberapa produk produk yang terafiliasi Israel, namun saya tetap megusahakan untuk

mengurangi jumlah pemakaian produk produk tersebut.”

Pernyataan tersebut tidak jauh berbeda dengan yang diungkapkan oleh Anisa Fithriana mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“ya saya mengupayakan, Enggak yang langsung taat gitu, bertahap sih. Karna kadang lupa sama apa aja produk² afiliasi israel. Tapi untuk dukungan sedekah dan doa insya Allah terus diupayakan .”

Selanjutnya Lailatul Badriyah mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“Sebenarnya saya terkadang masih menggunakan produk boikot tapi berusaha untuk mulai mengurangi.”

Namun, terdapat juga informan yang tidak mengambil tindakan langsung karena merasa fatwa ini tidak secara langsung relevan dengan kehidupan atau pekerjaannya. Contohnya Siti Maharani mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang menyatakan bahwa,

“Saya memilih untuk tidak bertindak karena saya merasa fatwa ini tidak secara langsung relevan dengan kehidupan atau pekerjaan saya, dan saya cenderung mengambil sikap netral.”

Pandangan serupa juga diungkapkan oleh Nur Armelia Rahman mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari yang menyatakan bahwa,

“Saya tidak ada kemampuan untuk mengambil tindakan pribadi atau mengikuti seperti pemboikotan.”

Ada juga informan yang menyatakan tidak mengikuti fatwa karena masih mempertimbangkan efektivitas dari fatwa. Seperti yang diungkapkan oleh Arini Fahriani mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“Saya belum mengambil tindakan, seperti mengikuti seruan pemboikotan, karena saya masih mempertimbangkan dampaknya dan efektivitasnya dalam skala yang lebih luas.”

Pembentukan persepsi tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan melalui proses yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satunya adalah faktor eksternal, seperti konteks sosial dan lingkungan sekitar yang terus-menerus berinteraksi dengan objek yang sedang dipersepsikan. Pengaruh dari luar, seperti budaya, norma sosial, atau interaksi dengan orang lain, dapat membentuk cara pandang seseorang terhadap sesuatu. Selain itu, faktor internal juga berperan penting dalam pembentukan persepsi, seperti pengalaman pribadi, nilai-nilai, dan emosi yang dimiliki individu. Semua ini berkontribusi dalam memengaruhi cara seseorang menginterpretasikan informasi dan membentuk pandangannya terhadap dunia sekitar.

Faktor internal dan eksternal yang ada pada seseorang yang memengaruhi baik berasal dari dalam diri mereka sendiri, yang menghasilkan pandangan tentang sesuatu yang dilihat, yang dapat menjadi persepsi positif atau negatif, bergantung pada sudut pandang mana seseorang menilainya. Persepsi positif akan membuat seseorang lebih tertarik untuk mengenal lebih dekat dengan subjek, yang pada gilirannya akan memicu minat terhadap objek

(Risal & Alexander, 2019).

1) Media Sosial

Media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, menjadi sarana utama bagi Gen Z untuk memperoleh informasi mengenai fatwa ini. Media sosial tidak hanya menjadi tempat informasi tetapi juga memengaruhi interpretasi mereka terhadap fatwa tersebut. Semua hal yang dilakukan GenZ terkait dengan dunia maya. Sejak kecil mereka terbiasa belajar tentang teknologi dan menggunakan perangkat canggih, yang secara tidak langsung memengaruhi cara mereka berperilaku (Wijoyo et al., 2020). Contohnya seperti Muhammad Shofy Asshidiqie mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“Saya mengetahui saat berita tersebut viral di sosial media, dan saya menyadari hal tersebut ketika melihat ataupun mendengar cerita orang lain mengenai kondisi terbaru di Palestina.”

Selanjutnya Lailatul Badriyah mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“Saya mengetahuinya, sejak fatwa ini mulai viral di media sosial”

Selanjutnya A'malina Nur mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“saya mengetahuinya sejak adanya pemberitaan di sosmed”

Selanjutnya Annisa Fitri mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“Saya sudah udah lama tau, sejak berita tersebut mulai ditampilkan di

media sosial, seperti Instagram dan tiktok.”

Selanjutnya Alifa Rahmah mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“sejak mengetahui dari sosial media seperti instagram dan tiktok. melihat keadaan yang memprihatinkan tetapi tidak dapat berbuat apa apa, mungkin dengan upaya boikot ini dapat menjadi alat yang ampuh untuk memberikan tekanan pada Israel.”

Selanjutnya Siti Maharani mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“Saya baru mengetahui tentang Fatwa ini saat menjadi perhatian setelah diumumkan serta menjadi tanggapan luas masyarakat di media sosial.”

Selanjutnya Ariefa Salsabilla Azzahra mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari yang mengatakan,

“Saya mulai mengetahui saat berita mengenai fatwa ini menyebar dengan cepat di media sosial dan berita, menarik perhatian banyak orang, terutama umat Islam di Indonesia.”

Selanjutnya Gusti Anisa Maharani mahasiwa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari yang mengatakan,

“Saya megetahui tentang fatwa semenjak banyak orang membuat status di Instagram.”

Mayoritas Informan mengetahui fatwa ini melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, menunjukkan pengaruh besar platform

digital terhadap persepsi mereka. Media sosial memberikan paparan yang intensif terhadap isu ini, sering kali membangkitkan rasa empati. Algoritma media sosial yang memprioritaskan konten viral memperkuat penyebaran fatwa ini. Konten visual dan narasi personal meningkatkan daya tarik emosional.

2) Pengaruh Lingkungan Sosial

Lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, dan tokoh agama, berperan penting dalam membentuk persepsi mereka. Dukungan dari lingkungan mendorong sebagian informan untuk lebih memahami dan mendukung fatwa ini. Contohnya seperti Nasywa Hafizhah mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“sangat memengaruhi, alhamdulillah lingkungan sekitar mendukung aksi boikot.”

Selanjutnya Muhammad Raihan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“iya, terutama di keluarga setiap saya menginginkan produk yang terafiliasi dengan israel saya selalu dibilang, apakah saya mau membantu israel.”

Selanjutnya Farida Ariani mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“Tentu saja, banyak teman dan keluarga yang mendukung adanya fatwa tersebut.”

Selanjutnya Annisa Fitri mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang

mengatakan,

“Ya, lingkungan keluarga berperan besar.”

Selanjutnya Septia Putri Nabila mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“Ya, karena dirumah kami sebisa mungkin menghindari produk-produk yang terafiliasi Israel.”

Selanjutnya Anisa Fithriana mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“keluarga sudah mulai concern mengurangi, walau kadang lupa atau tidak tahu tapi setelah di cek ternyata terafiliasi. Atau ada produk yang masih ada itu diusahakan dihabiskan. Jika habis maka tidak membeli dengan merek yang sama.”

Selanjutnya Mila Wati mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“tokoh tokoh agama memengaruhi saya untuk mendukung fatwa tersebut.”

Selanjutnya Anita F mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari yang mengatakan,

“ada tokoh yang memengaruhi saya seperti Ustadz felix Siauww, yang sampai ini kuat dalam penyampaian dakwah juang Palestina.”

Selanjutnya Ariefa Salsabilla Azzahra mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari yang mengatakan,

“yang memotivasi saya adalah orang tua saya.”

Selanjutnya Gusti Anisa Maharani mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari yang mengatakan,

“iya teman kampus sangat memengaruhi saya.”

Keluarga, teman, dan tokoh agama memengaruhi bagaimana Gen Z memandang dan merespons fatwa ini. Lingkungan yang mendukung memberikan tekanan sosial positif untuk mematuhi fatwa ini. Dukungan dari lingkungan sosial berfungsi sebagai validasi atas tindakan yang diambil, seperti memboikot produk.

3) Nilai Agama dan Solidaritas Kemanusiaan

Informan memandang fatwa ini sebagai wujud nyata dukungan terhadap Palestina dan sebagai langkah untuk menjaga nilai-nilai kemanusiaan dan keagamaan. Sebagian informan dipengaruhi oleh nilai agama yang mereka percaya. Contohnya Lailatul Badriyah mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“Karena agama dan juga rasa empati terhadap warga palestina.”

Selanjutnya Ahmad Faizin mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari yang mengatakan,

“Agama, seandainya tidak atas nama agama mungkin saya lebih menghiraukan fatwa ini.”

Selanjutnya Gusti Annisa Maharani mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari yang mengatakan,

“Di dalam Islam, kita diajarkan untuk nggak mendukung pihak yang menindas atau berbuat nggak adil. Nah, dengan boikot produk Israel,

kita jadi nggak memberikan uang atau dukungan pada negara yang dianggap bertanggung jawab atas penindasan di Palestina.”

Selanjutnya ada informan yang tindakan atau perasaannya dipengaruhi oleh rasa nilai-nilai kemanusiaan yang mereka jaga dalam diri mereka. Contohnya Radiana Rosada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“Sebab, ini dilakukan demi kedamaian dan membantu perjuangan saudara dipalestina.”

Selanjutnya A'malina Nur mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“Iya, saya senang karena fatwa ini adalah bentuk perintah sebagai rasa cinta dan peduli pada hak kemanusiaan termasuk hak bebas dalam memeluk agama.”

Selanjutnya Elshinta mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“Senang, karena bisa menghindari produk yang terafiliasi dengan israel, saya bisa ikut berkontribusi untuk tidak mendukung pihak yang memusnahkan kemanusiaan.”

Selanjutnya Annisa Fitri mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“Karena ini bukan lagi masalah agama, tapi masalah kemanusiaan.”

Selanjutnya Septia Putri Nabila mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“Saya memilih untuk bertindak atas dasar kemanusiaan.”

Pernyataan tersebut tidak jauh berbeda dengan Elshinta mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“Saya bertindak atas asas kemanusiaan”

Selanjutnya Mila Wati mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“Saya bertindak karena rasa manusiawi”

Selanjutnya Andriannor mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“saya bertindak atas dasar kemanusiaan”

Fatwa ini memiliki dimensi agama yang kuat, yaitu sebagai bentuk dukungan kepada saudara seiman di Palestina. Namun, sebagian informan juga menekankan bahwa fatwa ini adalah panggilan diri untuk keadilan dan solidaritas kemanusiaan. Kombinasi nilai agama dan kemanusiaan menciptakan motivasi ganda bagi Gen Z. Hal ini relevan karena kelompok ini cenderung menyukai gerakan sosial dengan nilai moral yang tinggi.

Persepsi adalah cara seseorang melihat atau memahami masalah atau fenomena, yang dipengaruhi oleh sudut pandangnya. Perspektif ini bisa berbeda antara individu satu dengan yang lainnya, tergantung pada pengalaman, nilai, atau kepercayaan yang mereka miliki. Karena persepsi memengaruhi cara seseorang menilai suatu peristiwa, hal ini juga berpengaruh besar terhadap perilaku mereka. Dengan kata lain, bagaimana seseorang memandang suatu situasi akan memengaruhi tindakan atau respons yang mereka ambil terhadap situasi tersebut

(Sutrisno, 2023).

Persepsi yang muncul setelah seseorang berinteraksi dengan objek bisa dibagi menjadi dua jenis yaitu positif dan negatif. Persepsi positif terjadi ketika pengetahuan atau pemahaman seseorang tentang objek tersebut mendorong mereka untuk melihat nilai atau manfaat dari objek tersebut, sehingga mereka cenderung mengambil tindakan yang mendukung atau memanfaatkannya. Sebaliknya, persepsi negatif muncul ketika pengetahuan atau pemahaman seseorang tentang objek tidak sesuai dengan harapan atau tidak menyenangkan, yang kemudian mengarah pada tanggapan yang tidak mendukung atau menghindari objek tersebut. Baik persepsi positif maupun negatif memengaruhi bagaimana seseorang bertindak terhadap objek atau situasi tersebut. Keputusan atau tindakan yang diambil sangat bergantung pada cara seseorang memandang dan menilai objek berdasarkan pengalaman atau informasi yang mereka miliki (Rofi'ah, 2017).

1) Langsung Mengikuti Fatwa

Sebagian informan menunjukkan kepatuhan penuh terhadap seruan mengenai memaksimalkan menghindari konsumsi dan penggunaan produk-produk Israel setelah mengetahui fatwa. Mereka memiliki motivasi kuat yang didasari oleh nilai religius, empati terhadap penderitaan rakyat Palestina, dan rasa solidaritas. Seperti Nasywa Hafizhah mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“saya mengikuti seruan tersebut, saya memilih bertindak untuk menyetujui fatwa ini, karena saya yakin, sedikit banyaknya tindakan saya akan membantu.”

Selanjutnya Nur Khamim mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“betul saya kuat mengikuti seruan serta gerakan pemboikotan ini, karna sesama saudara muslim dan pro palestina, dan salah satu bentuk cinta kita kepada Palestina adalah bertindak untuk memboikot produk terafiliasi Israel.”

Selanjutnya A'malina Nur mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“ya saya mengikuti, Karena saya seorang mahasiswa dengan ajaran yang membawa rasa peduli kemanusiaan.”

Selanjutnya Annisa Fitri mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“Tentu saja saya mengikuti seruan pemboikotan itu. Karena ini bukan lagi masalah agama, tapi masalah kemanusiaan.”

Selanjutnya Alifa Rahmah mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“ya tentunya saya mengikuti karena ada rasa prihatin dan bentuk kepedulian.”

Selanjutnya Juli Purnomo mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“ya tentu mengikuti berdasarkan hati nurani.”

Selanjutnya Siti Raudatun Jannah Mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari yang mengatakan,

“iya saya mengikuti nya, karena saya ingin membantu palestina untuk kembali jaya dengan memperburuk perekonomian Israel walaupun tidak banyak”

Selanjutnya Ariefa Salsabilla Azzahra mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari yang mengatakan,

“saya mengikuti seruan pemboikotan, sebagai rasa sayang sesama umat muslim palestina”

Selanjutnya Amalia mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari yang mengatakan,

“Ya mengikuti, Karena hanya ini hal kecil yang dapat saya lakukan untuk saudara kita di palestina”

2) Mengikuti Secara Bertahap

Sebagian informan mendukung fatwa, tetapi menerapkannya secara bertahap karena berbagai alasan, seperti kebiasaan konsumsi, keterbatasan informasi tentang produk yang diboikot, atau tantangan dalam mencari alternatif. Contohnya Lailatul Badriyah mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“Sebenarnya saya terkadang masih meggunakan produk boikot tapi berusaha untuk mulai mengurangi, sebagai bentuk dukungan terhadap Palestina”

Selanjutnya Farida Ariani mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“Sejujurnya saya masih menggunakan beberapa produk produk yang

terafiliasi Israel, namun saya tetap megusahakan untuk mengurangi jumlah pemakaian produk produk tersebut”

Selanjutnya Annisa Fitri mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“saya mengikuti boikot tapi karena kita sudah terbiasa dengan produk tersebut tanpa mengetahui sebelumnya bahwa produk tersebut terafilias dengan Israel, apalagi kebanyakan produk yang diboikot adalah produk yang sering kita gunakan sehari-hari”

Selanjutnya Septia Putri Nabila mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“Saya sebisa mungkin menghindari menggunakan produk-produk yang terafiliasi”

Selanjutnya Anisa Fithriana mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“Ya saya mengupayakan, Enggak yang langsung taat gitu, bertahap sih. Karna kadang lupa sama apa aja produk-produk afiliasi israel. Tapi untuk dukungan sedekah dan doa insya Allah terus diupayakan.”

Selanjutnya Ahmad Faizin mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari yang menyatakan,

“Terkadang saya mengikuti dan terkadang saya khilaf”

3) Peningkatan Dukungan terhadap Produk Lokal

Fatwa ini juga memengaruhi keputusan Gen Z untuk mendukung produk lokal sebagai alternatif dari produk yang diboikot. Hal ini didorong oleh

persepsi bahwa mendukung produk lokal sejalan dengan nilai solidaritas dan kemandirian ekonomi. Contohnya Muhammad Shofy Asshiddiqie mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang mengatakan,

“memboikoto produk tersebut bukanlah hal yang buruk bagi saya dan masih banyak produk substitusi yang lainnya. Semoga masyarakat dapat sadar dan mulai untuk menggunakan produk lokal agar meningkatkan perekonomian UMKM yang ada, tentunya juga masyarakat bisa berbangga akan produk yang dihasilkan oleh anak anak bangsa sendiri”

Pernyataan tersebut tidak jauh berbeda dengan Aulia Arum Diningrat mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“Menurutku adanya fatwa ini berpengaruh ke produk-produk luar dan pekerja yang ada di perusahaan tersebut, tapi dengan memboikot produk tersebut kita bisa lebih mengandalkan produk-produk dalam negeri, yang hal ini jelas lebih menguntungkan ekonomi negeri kita karna semakin banyak perusahaan dalam negeri yang diuntungkan maka akan semakin banyak perusahaan-perusahaan tersebut membuka lapangan pekerjaan buat masyarakat”

4) Tidak secara langsung mengikuti Fatwa

Meskipun banyak yang mendukung fatwa, sebagian informan ada yang tidak sepenuhnya mengikuti fatwa. Alasannya beragam, mulai dari sikap netral terhadap fatwa atau karena masih mempertimbangkan efektivitas dari fatwa hingga pandangan bahwa fatwa ini tidak terlalu relevan dengan kehidupan mereka. Seperti Arini Fahriani mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang

mengatakan,

“Saya belum mengambil tindakan, seperti mengikuti seruan pemboikotan, karena saya masih mempertimbangkan dampaknya dan efektivitasnya dalam skala yang lebih luas”

Selanjutnya Siti Maharani mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengatakan,

“Saya memilih untuk tidak bertindak karena saya merasa fatwa ini tidak secara langsung relevan dengan kehidupan atau pekerjaan saya, dan saya cenderung mengambil sikap netral”

Pernyataan tersebut tidak jauh berbeda dengan Nur Armelia Rahman mahasiswa Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari yang mengatakan,

“Saya tidak ada kemampuan untuk mengambil tindakan pribadi atau mengikuti seperti pemboikotan”

B. Pembahasan

1. Persepsi Gen Z terhadap Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023

Teori persepsi dari Sarwono menjelaskan bahwa persepsi adalah proses mendapatkan, menafsirkan, memilih, dan mengatur informasi yang diterima oleh indra (Imaduddin, 2020). Dari hasil penelitian persepsi genz terhadap fatwa MUI tentang Hukum Dukungan Terhadap Perjuangan Palestina, peneliti mengidentifikasi bahwa persepsi yang diberikan oleh informan sangat beragam. Dalam konteks ini, persepsi Gen Z terhadap fatwa Hukum Dukungan Terhadap Perjuangan Palestina memiliki tiga

komponen utama kognitif, afektif, dan konatif sebagaimana yang membentuk struktur sikap seperti yang dijelaskan oleh Walgito.

a. Komponen Kognitif

Komponen kognitif adalah komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, dan keyakinan, yaitu hal-hal yang berkaitan dengan bagaimana seseorang mempersepsikan suatu objek (Rofi'ah, 2017). Komponen kognitif mencerminkan pemahaman informan tentang Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini informan yaitu Gen Z yang berasal dari kalangan mahasiswa sebagian besar menunjukkan memiliki pemahaman yang cukup jelas tentang isi dan tujuan Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023, yaitu larangan penggunaan produk yang terafiliasi dengan Israel sebagai bentuk dukungan terhadap Palestina. Fatwa ini juga dipahami sebagai upaya memperkuat solidaritas dan ekonomi nasional dengan mendorong penggunaan produk lokal. Mereka melihat bahwa mendukung produk yang terafiliasi Israel berarti mendukung tindakan yang bertentangan dengan nilai kemanusiaan dan keagamaan.

Pemahaman ini menunjukkan bahwa sebagian besar Gen Z memiliki kesadaran intelektual yang cukup tinggi terhadap isi dan tujuan fatwa. Teori persepsi konstruktif Gregory mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa Persepsi adalah asumsi yang didasarkan pada pengetahuan atau pengalaman sebelumnya. Dalam lingkungan

kita, informasi (stimulus) yang diterima oleh otak seringkali ambigu. Oleh karena itu, untuk menafsirkan stimulus, kita perlu mendapatkan informasi kognitif yang lebih konkrit, yaitu pengetahuan dari pengalaman masa lalu atau pengetahuan yang kita ketahui (Apriyanti & Trihantoyo, 2022). Gen Z yang mendapatkan informasi atau pengetahuan mengenai fatwa dari media sosial.

b. Komponen afektif

Komponen afektif, yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap sesuatu. Rasa senang adalah hal yang baik atau positif, sedangkan rasa tidak senang adalah hal yang buruk atau negatif (Rofi'ah, 2017).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini informan yaitu Gen Z yang berasal dari kalangan mahasiswa, Secara emosional, mayoritas Gen Z menunjukkan rasa positif terhadap fatwa ini, seperti rasa senang dan bangga karena mendukung perjuangan Palestina serta mencerminkan empati mereka terhadap nilai kemanusiaan dan hal ini selaras dengan nilai-nilai agama Islam. Teori persepsi langsung Gibson menjelaskan bahwa emosi dapat terbentuk langsung dari informasi sensoris tanpa memerlukan proses kognitif yang lebih tinggi atau pengalaman dan pengetahuan sebelumnya (Apriyanti & Trihantoyo, 2022). Sebagai contoh, gambar atau video kondisi di Palestina yang tersebar di media sosial dapat memicu rasa empati dan solidaritas, mendorong mereka

mendukung fatwa ini secara emosional.

Namun, ada juga yang merasakan netral dan dilema karena fatwa ini melibatkan produk yang sering mereka gunakan dalam kehidupan sehari-hari, mereka merasa terbiasa menggunakan produk tersebut dan sulit diubah secara langsung. Seperti menurut Sarwono yang membagi lima faktor yang menentukan persepsi seseorang, salah satunya Faktor Kebutuhan, yaitu sangat memengaruhi persepsi seseorang terhadap rangsangan yang diterimanya karena kebanyakan orang cenderung merespon hal-hal yang penting untuk dirinya (Imaduddin, 2020).

Ada juga informan yang mengkritisi fatwa ini, mempertanyakan efektivitas boikot dalam memberikan tekanan ekonomi kepada Israel terhadap dampaknya kepada perekonomian Indonesia. Ada juga informan yang mengaku bahwa ia tidak merasa terlalu terpengaruh dengan Fatwa tersebut. Seperti menurut Robbins, persepsi dipengaruhi oleh faktor lain antara lain ialah persepsi masyarakat terhadap hukum, sosial, dan ekonomi (Sutrisno, 2023).

c. Komponen Konatif

Komponen konatif adalah komponen yang berhubungan dengan kecenderungan seseorang untuk bertindak atau berperilaku terhadap objek (Rofi'ah, 2017). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini informan yaitu Gen Z yang berasal dari kalangan mahasiswa, tindakan yang diambil oleh

informan menunjukkan berbagai tingkat penerapan. Sebagian besar mulai mengurangi atau menghindari konsumsi produk yang terafiliasi dengan Israel sebagai bentuk dukungan nyata terhadap Palestina. Beberapa lainnya mengambil langkah secara bertahap karena kesulitan menghindari produk tertentu. Ada pula yang memilih untuk tidak mengambil tindakan langsung karena merasa fatwa ini tidak relevan dengan kehidupan mereka atau masih mempertanyakan efektivitas dari boikot tersebut.

Teori persepsi sosial Schmitt dan Schmitt menyatakan bahwa persepsi merupakan faktor yang memengaruhi tindakan seseorang atau kelompok orang ketika mereka berinteraksi dengan objek di luar diri mereka sendiri. Persepsi adalah sebuah perspektif tentang masalah yang menggunakan sudut pandang tertentu untuk melihat fenomena. Persepsi sangat memengaruhi perilaku individu karena memainkan peran penting dalam menilai suatu peristiwa. Karena itu, tidak mengherankan jika berbagai pendapat yang berbeda-beda muncul (Sutrisno, 2023).

Proses persepsi melibatkan beberapa tahap yang dimulai dari stimulus (Komariyah & Farhan, 2020), yaitu ketika informasi tentang fatwa diterima melalui media sosial, ceramah agama, atau diskusi akademik. Media sosial berperan dominan dalam menyebarkan konten terkait fatwa secara luas. Selanjutnya, terjadi tahap registrasi, di mana informasi yang diterima mulai dikenali, misalnya memahami isi fatwa

sebagai langkah dukungan terhadap Palestina. Kemudian, pada tahap interpretasi, pemaknaan terhadap fatwa dipengaruhi oleh latar belakang agama, lingkungan sekitar, dan pemahaman pribadi. Akhirnya, pada tahap respon atau umpan balik, tanggapan yang muncul dapat berupa opini positif atau negatif, tindakan berupa mengikuti dan tidak mengikuti boikot, atau sikap netral terhadap fatwa.

Hasil dari persepsi ini terbagi menjadi dua yaitu persepsi positif, di mana Gen Z yang memiliki pemahaman mendalam tentang fatwa cenderung mendukung boikot secara aktif sebagai bentuk solidaritas kemanusiaan dan keagamaan; serta persepsi negatif atau netral, yang ditunjukkan oleh mereka yang merasa terhalang oleh kebiasaan konsumsi atau masih mempertanyakan efektivitas fatwa, sehingga menunjukkan sikap netral atau bahkan menolak untuk mengikuti seruan tersebut.

2. Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Persepsi Gen Z terhadap Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023

Pembentukan persepsi tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan terjadi melalui persepsi tertentu, seperti konteks sosial yang terus menerus dengan lingkungan sekitar objek itu berada atau yang disebut faktor eksternal (luar). Pengaruh internal atau dari dalam diri seseorang juga memengaruhi pembentukan persepsi.

Faktor internal dan eksternal yang ada pada seseorang yang memengaruhi baik berasal dari dalam diri mereka sendiri, yang

menghasilkan pandangan tentang sesuatu yang dilihat, yang dapat menjadi persepsi positif atau negatif, bergantung pada sudut pandang mana seseorang menilainya. Persepsi positif akan membuat seseorang lebih tertarik untuk mengenal lebih dekat dengan subjek, yang pada gilirannya akan memicu minat terhadap hal tersebut (Risal & Alexander, 2019).

Faktor pembentuk persepsi dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi faktor internal dan eksternal, yaitu:

a. Faktor internal

Faktor internal mengacu pada aspek-aspek yang berasal dari dalam individu, seperti nilai, keyakinan, dan pengalaman pribadi. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini informan yaitu Gen Z yang berasal dari kalangan mahasiswa, nilai agama menjadi faktor dominan dalam membentuk persepsi Gen Z. Fatwa ini dilihat sebagai kewajiban moral dan spiritual untuk mendukung sesama muslim yang tertindas di Palestina. Dalam teori persepsi konstruktif Richard Gregory, informasi yang diterima sering diinterpretasikan berdasarkan pengetahuan atau keyakinan sebelumnya (Apriyanti & Trihantoyo, 2022). Dalam hal ini, nilai-nilai agama yang kuat membantu Gen Z untuk memproses fatwa sebagai kewajiban moral yang harus dipatuhi.

Selain itu empati dan rasa kemanusiaan menjadi faktor penting. Gen Z yang memiliki rasa kepedulian tinggi terhadap penderitaan rakyat Palestina lebih mudah menerima fatwa ini secara positif. Ini sesuai

dengan teori persepsi langsung James Gibson, di mana pengalaman indrawi dari informasi atau gambar situasi di Palestina memberikan pengaruh emosional yang kuat tanpa membutuhkan pemrosesan kognitif yang kompleks (Apriyanti & Trihantoyo, 2022).

Pengalaman pribadi, seperti pendidikan agama sejak kecil atau keterpaparan terhadap informasi tentang konflik Israel-Palestina, juga memengaruhi cara mereka memandang fatwa ini. Teori Pareek menyoroti bahwa latar belakang dan pengalaman membentuk seleksi persepsi seseorang, yang menjelaskan mengapa individu dengan pengalaman berbeda memiliki tingkat penerimaan yang beragam terhadap fatwa (Dahlan, 2018).

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal melibatkan pengaruh dari lingkungan sosial dan media yang membentuk persepsi individu. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini informan yaitu Gen Z yang berasal dari kalangan mahasiswa, media sosial seperti Instagram dan TikTok menjadi sumber utama informasi bagi Gen Z. Algoritma *platform* ini memperkuat penyebaran konten terkait fatwa, terutama melalui narasi emosional yang viral. Sesuai teori Sarwono, perhatian individu cenderung fokus pada rangsangan yang menarik, seperti konten yang menggunakan visual dan cerita personal (Imaduddin, 2020).

Lingkungan keluarga, teman, dan tokoh agama memengaruhi

persepsi Gen Z. Dukungan dari keluarga, misalnya, memberikan dorongan untuk mematuhi fatwa ini. Menurut Robbins, situasi dan target persepsi memainkan peran penting (Sutrisno, 2023). Dalam konteks ini, keluarga dan teman-teman yang mendukung menciptakan situasi yang mendorong Gen Z untuk mematuhi fatwa sebagai bagian dari norma sosial yang diterima.

Dalam masyarakat, tekanan sosial untuk mendukung Palestina menjadi pengaruh besar. Namun, aspek ekonomi, seperti kesulitan untuk menghindari produk yang diboikot karena sudah terbiasa mengkonsumsinya dapat menjadi hambatan. Seperti menurut Robbins bahwa faktor lain yang memengaruhi persepsi, antara lain ialah persepsi masyarakat terhadap hukum, sosial, dan ekonomi (Sutrisno, 2023). Hubungan ini juga sesuai dengan teori persepsi sosial yang dikembangkan oleh Schmitt dan Schmitt, yang menyatakan bahwa proses interaksi tidak dapat dilepaskan dari cara pandang seseorang terhadap yang lainnya sehingga memunculkan persepsi masyarakat (Sutrisno, 2023).

3. Dampak Persepsi Gen Z terhadap Keputusan Memilih Produk

a. Dampak Persepsi Positif terhadap Keputusan Memilih Produk

Persepsi positif, seperti pemahaman bahwa fatwa ini bertujuan melemahkan ekonomi Israel dan mendukung Palestina, mendorong Gen Z untuk membuat keputusan yang sejalan dengan anjuran fatwa. Gen Z yang memahami dan mendukung fatwa mulai mengurangi penggunaan

produk yang terafiliasi dengan Israel. Ada pula yang melakukannya secara bertahap, terutama pada produk yang mudah digantikan dengan alternatif lokal. Teori Sarwono menjelaskan bahwa seseorang biasanya tidak akan menerima rangsangan dari semua hal di sekitarnya, tetapi hanya akan memfokuskan perhatian pada beberapa hal (Imaduddin, 2020). Dalam hal ini, Keputusan didorong oleh fokus perhatian pada rangsangan yang relevan dengan nilai dan keyakinan individu, seperti solidaritas kemanusiaan dan agama.

Sebagian Gen Z melihat fatwa ini sebagai peluang untuk mendukung produk lokal. Mereka merasa bahwa memprioritaskan produk dalam negeri tidak hanya sesuai dengan fatwa, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi bagi negara. Hal ini relevan dengan teori Pareek, yang menyatakan bahwa nilai dan kepercayaan individu memengaruhi seleksi persepsi (Dahlan, 2018), dalam hal ini produk lokal sebagai alternatif yang dianggap lebih “benar”.

b. Dampak Persepsi Negatif atau Netral terhadap Keputusan Memilih Produk

Tidak semua Gen Z merespon fatwa dengan tindakan nyata atau bertindak secara langsung. Persepsi negatif atau netral menghasilkan keputusan yang berbeda, seperti tidak memboikot produk tertentu. Gen Z yang merasa masih mempertimbangkan efektivitas fatwa atau merasa sulit menggantikan produk yang biasa digunakan cenderung mempertahankan kebiasaan konsumsi mereka. Menurut sarwono, faktor

kebutuhan sangat memengaruhi persepsi seseorang terhadap rangsangan yang diterimanya. Kebanyakan orang cenderung merespon hal-hal yang penting untuk dirinya karena mereka adalah makhluk subyektif (Imaduddin, 2020).

Beberapa Gen Z mempertanyakan apakah tindakan boikot benar-benar berdampak pada ekonomi Israel. Sikap skeptis ini sesuai dengan teori konstruktif Gregory yaitu persepsi merupakan hipotesis yang didasarkan oleh pengetahuan atau pengalaman yang diketahui sebelumnya. Pada lingkungan kita, informasi (stimulus) yang diterima oleh otak seringkali bersifat ambigu sehingga untuk menafsirkan stimulus membutuhkan informasi kognitif yang lebih konkrit (Apriyanti & Trihantoyo, 2022).

Keputusan Gen Z dalam memilih produk mencerminkan bagaimana persepsi mereka berkembang dari tahap kognitif (pemahaman), afektif (emosi), hingga konatif (tindakan). Dampak persepsi Gen Z terhadap keputusan memilih produk sangat bergantung pada pemahaman mereka terhadap fatwa dan dukungan lingkungan sosial. Media sosial menjadi penggerak utama dalam memperkuat persepsi positif. Konten viral yang mempromosikan boikot dapat memperkuat keyakinan individu untuk mematuhi fatwa. Dalam teori Gibson, informasi visual dan emosional yang diterima langsung melalui media sosial dapat memengaruhi perilaku tanpa membutuhkan proses kognitif yang kompleks. Gibson percaya bahwa di dunia nyata informasi kontekstual sudah cukup untuk membuat suatu

penilaian (Apriyanti & Trihantoyo, 2022).

Lingkungan keluarga dan teman yang mendukung fatwa memberikan tekanan sosial positif bagi Gen Z untuk membuat keputusan yang konsisten dengan persepsi mereka. Teori Robbins menyebutkan bahwa faktor situasi dengan melihat konteks objek atau peristiwa didalam hal ini sangatlah penting, karena unsur-unsur lingkungan memengaruhi persepsi dan keputusan individu (Sutrisno, 2023).