

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif penulis bukan menuliskan apa yang dipikirkan oleh penulis itu sendiri namun berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan yang ditujukan oleh sumber data. Dengan melakukan penelitian menggunakan pendekatan deskriptif maka penulis harus memaparkan, menjelaskan, dan menggambarkan data yang sudah diperoleh oleh penulis melalui observasi dan wawancara dengan narasumber.

1. Gambaran Representasi Islam Terhadap Iklan Media Sosial Berlabel Halal

Media sosial bisa dijadikan sebagai sebuah alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Dalam komunikasi pemasaran terdapat bauran pemasaran, salah satunya adalah promosi. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi.¹

Iklan media sosial berlabel halal merupakan suatu bentuk promosi yang digunakan penjual untuk berkomunikasi dan meyakinkan kepada konsumen melalui jejaring digital yang dapat diakses melalui *Facebook*, *Instagram*, dan *Market place*, yang dimana dalam iklan tersebut bertujuan untuk mempromosikan suatu produk dengan label halal sehingga baik untuk digunakan wanita muslim.

Kehalalan akan menjadi penting dalam kajian pemasaran di Indonesia, karena saat ini konsumen akan

¹ Dinda Sekar Puspitarini, reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi", *Jurnal Common* 03, no 1 (2019): 72, <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950/1307>

memperhatikan label halal yang tertera pada produk yang diperjual belikan pada pasar. Umat muslim percaya bahwa dengan mengkonsumsi makanan yang halal akan menjadi berkah dan sehat untuk manusia, hal ini merupakan salah satu indikator dari kesadaran halal pada konsumen. Islam mengajarkan kita agar senantiasa untuk mengkonsumsi yang ada dimuka bumi yang serba halal dan baik, baik makanan dan minuman bahkan selain itu seperti kosmetik, obat-obatan dan lain-lainnya. Kosmetik dan obat-obatan keduanya disebut halal apabila bahan-bahan yang terkandung dalam keduanya harus dari bahan baku pilihan yang sesuai syariat islam dan memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia.

Label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Label halal sendiri diperoleh setelah mendapatkan sertifikat halal. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang. Adapun yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam.

Kemunculan iklan di tengah-tengah lingkup masyarakat sebenarnya sudah sangat lama. Dapat kita lihat pada iklan tulis mulai dikenal pada jaman Yunani Kuno, berisi tentang budak-budak yang lari dari majikannya atau memberitahu akan berlangsungnya pertandingan gladiator. Sedangkan Iklan pertama yang dicetak di Inggris ditemukan pada *Imperial Intelligencer* Maret 1648 Pada masa-masa itu, periklanan berkembang seiring perkembangan pers yang juga ditandai berkembangnya perusahaan periklanan dengan fungsi sederhana. Pada abad ke-18, beberapa toko di Eropa mulai berfungsi sebagai agen yang mengumpulkan iklan untuk surat kabar. Pada abad ke-19 mulai dikenal pembelian ruang iklan melalui agen perseorangan (menyalurkan lagi ke perusahaan periklanan). Setelah 1880an, perusahaan periklanan

meningkatkan fungsi dengan menawarkan konsultasi dan jasa periklanan lain. Pada peralihan menuju abad ke-20, sistem manajemen periklanan modern seperti posisi manajer iklan mulai diterapkan.²

Dalam islam iklan wajib hukumnya untuk menyampaikan semua informasi secara mendetail dan tidak boleh menyampaikan informasi yang tidak benar dan bertentangan dengan yang disampaikan dalam suatu produk yang dipromosikan. Fungsi iklan sendiri adalah sebagai suatu sarana komunikasi suatu produk terhadap konsumen dan memberi informasi yang lengkap dan sesuai dengan produk yang diiklankan dan dalam sebuah iklan tidak boleh mengarah ke hal hal yang bertentangan dengan norma kesusilaan karena iklan yang kontradiksi dengan nilai nilai kesusilaan dapat menyinggung perasaan banyak orang.

Tujuan iklan berlabel halal ini untuk menarik perhatian konsumen khususnya kaum muslim, dalam iklan-iklan berlabel halal ini terkandung pesan bahwa wanita muslim tidak lagi memiliki keterbatasan dalam mengekspresikan diri sehingga mampu mengembangkan potensi yang dimiliki dalam semua bidang. Dimana dalam iklan produk halal ini menggambarkan kehidupan wanita muslim yang *religius* namun modern dengan mengikuti perkembangan zaman.

2. Dampak Iklan Berlabel Halal Terhadap Wanita Muslim di Indonesia

Dalam sebuah kejadian pastinya terdapat suatu dampak yang diberikan baik dari segi positif dan negatif, kejadian yang dimaksud adalah *trend* iklan berlabel halal ini dimana sedang marak di Indonesia, banyak produk-produk *lifestyle* wanita muslim mengklaim bahwa produk yang dikeluarkan atau diproduksi memiliki klaim halal karena dalam proses produksi atau pembuatan produk menggunakan bahan-bahan yang tidak berbahaya

² Rika Lusri Virga, "Representasi Gaya Hidup Wanita Muslim Indonesia Dalam Iklan Televisi, *Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat* 02, no 02 (2018): 209, <https://ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/panangkar/article/view/0202-02/1486>

dan tidak najis sehingga aman dan tidak membahayakan untuk digunakan wanita muslim secara terus menerus.

Menurut Puranda & Madiawati, gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Sedangkan menurut Setiadi gaya hidup adalah secara luas diidentifikasi sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga sekitarnya.³ Iklan berlabel halal mendorong dan mendukung wanita muslim khususnya di Indonesia untuk tampil percaya diri dalam melakukan kegiatan sehari-hari dan mengembangkan potensi yang dimiliki baik dari pekerjaan dan hobi sehingga memberikan dampak dari segi sosial, dan senantiasa selalu bersyukur dengan pemberian-Nya dan ta'at dalam beragama sehingga meningkatkan keimanan sebagai seorang wanita muslim. Amalan gaya hidup Islam dapat diartikan sebagai satu cara hidup yang selari dengan ajaran Islam. Ia bersesuaian dengan konsep al-Din. Islam sebagai al-Din, bukan setakat keimanan dalam hati, tetapi juga perlu disertakan dengan amalan yang dituntut oleh Islam seta penampilan akhlak dan peribadi yang mulia yang mencakupi seluruh kehidupan harian manusia secara individu mahupun masyarakat. Gaya hidup Islam memastikan seseorang itu memiliki akidah yang benar,

³ Kurniawan Yunus Ariyono, Sukma Irdiana, Mohammad Noor Khairullah, "Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah", *Journal of Innovation Research and Knowledge* 03, no.2 (2023): 54, <https://www.bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/6019/4640>

melaksanakan amalan yang dituntut oleh Islam dan menunjukkan akhlak yang mulia.⁴

Iklan berlabel halal ini juga mendorong dan mempengaruhi keputusan pemilihan dan pembelian wanita muslim terhadap produk-produk *lifestyle*. Menurut Fathurrahman & Anggesti, mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process. Sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli⁵. Dengan label halal ini memberikan dampak terhadap pemikiran wanita khususnya muslim bahwa produk yang dijual merupakan produk yang tepat untuk seorang muslim dan dianggap mempermudah dalam menjalankan kegiatan sehari-hari dan beribadah.

B. Deskripsi Data Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan beberapa wanita muslim di Indonesia dapat di paparkan temuan penelitian sebagai berikut : Wanita muslim di representasikan sebagai perempuan yang aktif dengan beragam aktifitas. Dimana perlu adanya perhatian khusus sebagaimana yang sudah dilakukan perusahaan-perusahaan kosmetik dan pakaian wanita muslim dengan label halal guna menunjang wanita muslim untuk mengikuti trend dan gaya kekinian namun tidak melenceng atau keluar dari syari'at islam. Banyaknya produk *lifestyle* wanita muslim berlabel halal ini diharapkan dapat memberi pengaruh dalam diri

⁴ Syarifah Md Yusof, "Usahawan Wanita Muslim Berjaya: Amalan Gaya Hidup Islam", *International Journal of Islamic Business* 3, no 1 (2018): 01-18, <https://e-journal.uum.edu.my/index.php/ijib/article/view/13327/3028>

⁵ Kurniawan Yunus Ariyono, Sukma Irdiana, Mohammad Noor Khairullah, "Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah", *Journal of Innovation Research and Knowledge* 03, no.2 (2023): 55, <https://www.bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/6019/4640>

wanita muslim agar lebih taat dalam beragama, sebagaimana yang tergambarkan dalam iklan-iklan yang beredar di media sosial. Produk gaya hidup wanita muslim berlabel halal didalam iklan tersebut menggambarkan wanita muslim sebagai wanita yang aktif dan taat dalam beragama. Untuk mengetahui pengaruh wanita muslim di indonesia terhadap adanya iklan produk gaya hidup wanita muslim berlabel halal menyangkut beberapa faktor yaitu :

1. Persepsi Wanita Muslim di Indonesia Terhadap Iklan Lifestyle Berlabel Halal

Iklan pada hakikatnya adalah aktivitas menjual pesan (*selling message*) dengan menggunakan keterampilan kreatif, seperti *copywriting*, *layout*, *ilustrasi*, *tipografik*, *criptwriting* dan pembuatan film. Dengan semakin banyaknya iklan yang beredar di kalangan masyarakat, maka hanya iklan yang mempunyai daya tarik terbaiklah yang mampu diingat oleh konsumen. Masing-masing dari iklan tersebut bersaing untuk menunjukkan kualitas dan kelebihan mereknya dengan berbagai kreatifitas pengolahan pesan pada iklan. Hingga pada akhirnya, ada beberapa iklan yang dinilai tidak layak menjadi sebuah iklan dikarenakan kreatifitas yang terkandung di dalam iklan tersebut melampaui kode etik yang sudah diatur untuk periklanan.⁶ Iklan berlabel halal merupakan iklan yang mempromosikan suatu produk yang mempunyai jaminan halal dari suatu lembaga dan menneklaim bahwa bahan yang digunakan aman dan sesuai dengan syari'at islam.

a. Iklan berlabel halal sebagai pembeda antara produk yang aman dan tidak aman

Semakin ramai produk dengan label halal sebagai sebuah inovasi produk untuk menciptakan deferensiasi dengan produk lain, selain itu juga untuk menambah nilai tambah suatu produk. Namun, apakah Label Halal dan Inovasi Produk yang

⁶ Trisna Negari , Roro Retno Wulan , Itca Istia Wahyuni, "Penggunaan Kata Halal Dalam Iklan Televisi Wardah Versi Halal Dari Awal –Purity", *e-Proceeding of Management* 04, no 01 (2017):955, <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/4685/4445>

dilakukan suatu perusahaan mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Apalagi Safi merupakan merk baru yang masuk dalam pasar Indonesia. Berdasarkan data data diatas dan kenyataan yang terjadi di lingkungan masyarakat, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut sehingga didapatkanlah informasi yang akurat mengenai Pengaruh Label Halal dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang melalui survei online pada pengikut perempuan instagram @Safiindonesia.⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa narasumber, diantaranya, Narasumber berinisial SL yang masih berstatus mahasiswa ini mengatakan bahwa :

"Karena penduduk Indonesia kan mayoritas muslim jadi digunakan sebagai pembeda antara produk yang boleh dan baik di pakai atau tidak."⁸

Narasumber berinisial NW yang merupakan mahasiswi IAIN Kudus semester 5 yang juga memiliki kesibukan sebagai freelance MUA mengatakan bahwa :

"Jadi menurutku kayak semisal produk dari wardah label ini dipakai karena basic dari wardah kan islami sehingga menegaskan bahwa produk ini aman untuk muslim bahkan aman banget".⁹

Narasumber berinisial IK selaku mahasiswa jurusan kebidanan di salah satu kampus di Kudus mengatakan bahwa :

⁷ Nida Rohadatul Anisa, "Pengaruh Label Halal dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang (Survei Online pada Pengikut Instagram @Safiindonesia)", *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 2, no. 12, (2021): 2139, <https://jiss.publikasiindonesia.id/index.php/jiss/article/view/453/1339>

⁸ Narasumber 1. wawancara oleh penulis, 19 Mei, 2023, wawancara 1, transkrip.

⁹ Narasumber 2, wawancara oleh penulis. 20 Mei, 2023, wawancara 2, transkrip.

"Maknanya untuk saya label tersebut adalah sudah teruji kehalalannya dan pastinya aman untuk digunakan".¹⁰

Narasumber berinisial IA selaku murid sekolah menengah atas mengatakan :

"Dengan adanya produk tersebut memudahkan dalam pemilihan produk, apalagi saya muslimah"¹¹

Narasumber berinisial LS selaku guru di sekolah MI mengatakan bahwa :

"Produk halal dapat membedakan produk yang halal dan tidak"¹²

Dari hasil observasi dari peneliti, wanita muslim memiliki persepsi bahwa iklan berlabel halal ini iklan yang mempromosikan suatu produk yang memiliki label halal dan produk tersebut aman dan baik digunakan khususnya wanita muslim.

b. Iklan berlabel halal sebagai strategi marketing

Kehalalan akan menjadi penting dalam kajian pemasaran di Indonesia, karena saat ini konsumen akan memperhatikan label halal yang tertera pada produk yang diperjual belikan pada pasar. Umat muslim percaya bahwa dengan mengkonsumsi makanan yang halal akan menjadi berkah dan sehat untuk manusia. Kehalalan merupakan pokok utama bagi umat muslim untuk beribadah agar senantiasa manusia selalu dijalan yang benar, disamping itu kehalalan tertera dalam hadist dan Alquran. Islam mengajarkan kita agar senantiasa untuk mengkonsumsi yang ada dimuka bumi yang serba halal dan baik, baik makanan dan minuman bahkan selain itu seperti kosmetik, obat-obatan dan lain-lainnya. Kosmetik dan obat-obatan keduanya disebut halal apabila bahan-bahan yang terkandung dalam

¹⁰ Narasumber 3, wawancara oleh penulis. 20 Mei, 2023, wawancara 3, transkrip.

¹¹ Narasumber 7, wawancara oleh penulis. 10 September, 2023, wawancara 7, transkrip.

¹² Narasumber 6, wawancara oleh penulis. 12 September, 2023, wawancara 6, transkrip.

keduanya harus dari bahan baku pilihan yang sesuai syariat islam dan memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia.¹³

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan beberapa narasumber, diantaranya, narasumber berinisial WA yang masih berstatus mahasiswa IAIN Kudus jurusan KPI mengatakan bahwa:

"Makna iklan berlabel halal mungkin lebih kearah mempromosikan suatu barang atau produk dengan adanya sertifikasi halal atau label halal".¹⁴

Narasumber berinisial YA yang merupakan pekerja pabrik di kota Pati mengatakan bahwa :

"Kalo pendapat aku sih iklan yang mengiklan sesuatu barang atau jasa dan terjamin halal ya".¹⁵

Dari hasil observasi dari peneliti, wanita muslim di Indonesia cukup paham dengan makna iklan produk berlabel halal, hal tersebut terbukti dari hasil wawancara dimana jawaban-jawaban dari narasumber ini tertuju di satu arah yang menyimpulkan bahwa iklan produk halal merupakan suatu bentuk promosi suatu barang atau produk dengan label halal yang aman digunakan sebagai wanita muslimah.

2. Dampak Yang Terbentuk Oleh Iklan Lifestyle Berlabel Halal Terhadap Wanita Muslim di Indonesia Dari Segi Keimanan dan Sosial

Diera sekarang wanita muslim memiliki kebebasan dalam kehidupan era modern dimana pandangan-pandangan negatif yang membatasi wanita muslim untuk mencapai mimpinya mulai berangsur surut

¹³ Premi Wahyu Widyaningrum, Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia VI, no 2 (2016): 83-98, <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/398/367>

¹⁴ Narasumber 4, wawancara oleh penulis. 24 Juli, 2023, wawancara 4, transkrip.

¹⁵ Narasumber 5, wawancara oleh penulis. 24 Juli. 2023, wawancara 5, transkrip.

dengan munculnya pemikiran-pemikiran modern, hal tersebut membuat wanita muslim lebih percaya diri dalam mengekspresikan diri dan mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki namun harus tetap sesuai dengan syari'at yang ada dalam islam. Berikut dampak yang terbentuk dalam lifestyle berlabel halal :

a. Meningkatkan keimanan sebagai seorang muslimah

Pendidikan Pemberdayaan perempuan adalah pendidikan yang mengangkat harkat dan martabat perempuan, mewujudkan kesetaraan dan keadilan jender dalam kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Meningkatkan kualitas kesehatan, keterampilan, kewirausahaan, kepemimpinan dan pembinaan.¹⁶

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan narasumber berinisial SL mengatakan bahwa:

"Sebagai muslimah yang harus menjalankan ibadah 5 waktu dengan menggunakan produk berlabel halal ini membuat kita nggak khawatir sehingga membuat kita lebih khusyuk dalam beribadah".¹⁷

Peneliti juga mewawancarai narasumber berinisial WA mengatakan bahwa :

"Lebih khusyuk dalam beribadah tanpa harus terganggu pikiran tentang make up karena make up yang saya gunakan memiliki label halal".¹⁸

Peneliti juga mewawancarai narasumber berinisial YA mengatakan bahwa :

¹⁶ Oyoh Bariah, Iwan Hermawan, H.Tajuddin Nur, "Peran Majelis Taklim Dalam Meningkatkan Ibadah Bagi Masyarakat di Desa Telukjambe Karawang", Solusi 10, no. 21 (2011–2012): 2, <https://journal.unsika.ac.id/index.php/solusi/article/view/84/88>

¹⁷ Narasumber 1. Wawancara Oleh Penulis, 19 Mei, 2023, wawancara 1, transkrip.

¹⁸ Narasumber 4. Wawancara Oleh Penulis, 19 Mei, 2023, wawancara 4, transkrip.

“Lebih khusyuk dalam beribadah dan kaya lebih maju satu langkah sebagai muslimah yang ta’at beragama”.¹⁹

Peneliti juga mewawancarai narasumber berinisial TN mengatakan bahwa :

“Adanya label halal sangat membantu sekali biar baik digunakan”²⁰

Berdasarkan dari hasil observasi peneliti melihat bahwa dengan adanya iklan berlabel halal ini memberikan dampak dari segi keimanan yang dimana dapat di lihat dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber yang menunjukkan bahwa wanita muslim dapat lebih tenang dan khusyuk dalam beribadah sehingga mencerminkan bagaimana wanita muslim yang ta’at beragama.

- b. Iklan berlabel halal membantu dalam pemilihan produk

Label Halal dan Inovasi Produk yang dilakukan suatu perusahaan mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Apalagi Safi merupakan merk baru yang masuk dalam pasar Indonesia. Berdasarkan data data diatas dan kenyataan yang terjadi di lingkungan masyarakat.²¹

Berdasarkan wawancara peneliti juga mewawancarai narasumber berinisial NW mengatakan bahwa :

"Berhubung aku freelance MUA jadi iklan berlabel halal ini justru berdampak bisa ngebantu aku buat ngeyakinin klien bahwa

¹⁹ Narasumber 5. Wawancara Oleh Penulis, 19 Mei. 2023, wawancara 5, transkrip.

²⁰ Narasumber 8. Wawancara Oleh Penulis, 10 September, 2023, wawancara 8, transkrip.

²¹ Nida Rohadatul Anisa, “Pengaruh Label Halal dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang (Survei Online pada Pengikut Instagram @SafiIndonesia)”, *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 2, ,no. 12, (2021): 2139, <https://jiss.publikasiindonesia.id/index.php/jiss/article/view/453/1339>

²¹ Narasumber 1. Wawancara Oleh Penulis, 19 Mei. 2023, wawancara 1, transkrip.

produk yang aku pakai itu aman karena sudah ada label halal nya".²²

Peneliti juga mewawancarai narasumber berinisial IK mengatakan bahwa :

"Iklan produk halal ini sendiri berdampak lebih memudahkan saya dalam pemilihan produk yang akan saya gunakan secara rutin."²³

Narasumber berinisial LS selaku guru di sekolahan MI mengatakan bahwa :

"Biasa saja sih, kaya normal-normal aja"²⁴

Berdasarkan dari hasil observasi peneliti melihat bahwa dengan munculnya iklan berlabel halal di Indonesia, secara di sadari ataupun tidak disadari membantu wanita muslim dalam pemilihan produk sehingga mampu membuat wanita muslim khususnya di Indonesia menjadi wanita yang lebih ulet dalam menjalankan kegiatan sehari-hari,

Perkembangan trend hijab begitu signifikan, hal ini ditandai dengan adanya kreativitas anak muda bangsa Indonesia yang menciptakan kreasi jilbab. Berbusana jilbab yang lebih menarik, unik, modis dan penampilannya mengikuti trend perkembangan busana. Jilbab saat ini tidak hanya di pandang sebagai pakaian yang tertutup yang menggambarkan kesan. Keberadaan jilbab telah diterima secara luas di berbagai lingkungan dan status sosial. Hijab bukan lagi karena kewajiban tapi juga sudah menjadi trend dimana sudah meningkatnya wanita yang menggunakan hijab sebagai sebuah *trend* agar terlihat *fashionebel* dan *modis*, peneliti menganggap dengan adanya iklan berlabel halal ini bisa dijadikan sebagai pendekatan yang cukup bagus karena

²² Narasumber 2. Wawancara Oleh Penulis, 19 Mei. 2023, wawancara 2, transkrip.

²³ Narasumber 3. Wawancara Oleh Penulis, 19 Mei. 2023, wawancara 3, transkrip.

²⁴ Narasumber 6, wawancara oleh penulis. 12 September, 2023, wawancara 6, transkrip.

hakikatnya sesuatu akan lebih diterima jika pendekatannya dilakukan secara bertahap.

3. Representasi Islam Terhadap Iklan Lifestyle Berlabel Halal

Dalam pengiklanan dalam Islam diterapkan prinsip-prinsip syariat Islam yang murni supaya tidak berlaku kemudharatan dan implikasi buruk dalam perniagaan khususnya dalam kalangan pengguna dapat dielakkan dan secara tidak lansung menjadi satu medan dakwah.²⁵ Sementara dalam kajian fiqih Islam, Muhammad Djakfar memaparkan, bahwasannya kebenaran dan keakuratan informasi ketika seorang pelaku usaha mempromosikan barang dagangannya menempati kajian yang sangat signifikan. Islam tidak mengenal sebuah istilah kapitalisme klasik yang berbunyi "*caveat emptor*" atau "*let the buyer beware*" (pembelilah yang harus berhati-hati), tidak pula "*cevent vendotor*" (pelaku usahalah yang harus berhati-hati). Tetapi dalam Islam yang berlaku adalah prinsip keseimbangan (*al-ta'adul*) atau *ekuilibrium* dimana pembeli dan penjual harus berhati-hati dalam hal teori perjanjian (*nadzariyyat al-'uqud*) dalam Islam. Wanita muslim merepresentasikan iklan sebagai berikut :

a. Iklan lifestyle berlabel halal sebagai perubahan

Perkembangan trend hijab begitu signifikan, hal ini ditandai dengan adanya kreativitas anak muda bangsa Indonesia yang menciptakan kreasi jilbab. Berbusana jilbab yang lebih menarik, unik, modis dan penampilannya mengikuti trend perkembangan busana. Jilbab saat ini tidak hanya di pandang sebagai pakaian yang tertutup yang menggambarkan kesan. Keberadaan jilbab telah diterima secara luas di berbagai lingkungan dan status sosial. Hijab bukan lagi karena kewajiban tapi juga sudah menjadi trend dimana sudah meningkatnya wanita yang menggunakan hijab sebagai sebuah *trend* agar

²⁵ Nurul Najihah Binti Mohamad Shokri, "Etika Berpakaian Di Dalam Iklan Menurut Perspektif Islam", jurnal justisia 07, no 2 (2022): 440, <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Justisia/article/view/15693/pdf>

terlihat *fashionebel* dan *modis*, peneliti menganggap dengan adanya iklan berlabel halal ini bisa dijadikan sebagai pendekatan yang cukup bagus karena hakikatnya sesuatu akan lebih diterima jika pendekatannya dilakukan secara bertahap.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan narasumber berinisial SL yang masih berstatus mahasiswa ini mengatakan bahwa : "*lifestyle* wanita muslim zaman sekarang sudah beda dengan zaman kuno terus perempuan berhijab zaman sekarang sudah bisa ngelakuin apa saja, jadi ya intinya perempuan berhijab sekarang lebih bisa nunjukin dirinya itu gimana namun dalam tetap dalam ajaran-ajaran yang ada dalam agama islam".²⁶

Peneliti juga mewawancarai mengatakan narasumber berinisial NW yang merupakan mahasiswi IAIN Kudus semester 5 yang juga memiliki kesibukan sebagai freelance MUA mengatakan bahwa : "meskipun mayoritas muslim dengan adanya label halal ini malah penting karena selain ngebantu untuk meyakinkan konsumen juga bisa dijadikan patokan ke kehidupan".²⁷

Berdasarkan observasi peneliti menyimpulkan bahwa iklan berlabel halal menimbulkan perubahan dalam segi pemikiran dan menyesuaikan zaman yang dimana wanita khususnya muslim dapat lebih berkembang namun tetap dalam sebagaimana ajaran-ajaran yang ada dalam islam.

b. Iklan yang bersyari'at islam

Adapun jenis- jenis iklan produk Islami yang terdapat dalam majalah Sabili adalah iklan layanan keuangan, iklan pemasaran, iklan penerbitan, iklan layanan seluler, iklan mode atau fashion, iklan kesehatan, obat dan kosmetik Islami, iklan ziarah dan wisata Islam, iklan perumahan syariah, iklan

²⁶ Narasumber 1. Wawancara Oleh Penulis, 19 Mei. 2023, wawancara 1, transkrip.

²⁷ Narasumber 2. Wawancara Oleh Penulis, 19 Mei. 2023, wawancara 2, transkrip.

aqiqah dan hewan qurban, iklan cd,vcd dan kaset Islami, dan iklan pendidikan Islami. Kesemua iklan ini muncul dalam rubrik iklan majalah Sabili dengan beragam perusahaan- perusahaan berbeda. Kemunculan iklan disetiap edisi tahun 2000 sampai 2005 juga relatif fluktuatif yang dalam pengiklannnya pun cukup beragam, yaitu ada berjenis iklan baris, display dan advertorial. Untuk majalah Tempo iklan yang muncul lebih sedikit, yaitu iklan penerbitan, iklan layanan seluler, iklan mode atau fashion, iklan kesehatan, obat dan kosmetik Islami, iklan ziarah dan wisata Islami, serta iklan cd, vcd dan kaset Islami.²⁸

Peneliti juga mewawancarai narasumber berinisial IK selaku mahasiswa jurusan kebidanan di salah satu kampus di Kudus mengatakan bahwa :

"Produk berlabel halal berarti dari segi keimanan produk tersebut sudah dikaji tidak adanya bahan yang non halal dan memiliki unsur najis sehingga sesuai dengan syariat islam."²⁹

Peneliti juga mewawancarai narasumber berinisial WA yang masih berstatus mahasiswa IAIN Kudus jurusan KPI mengatakan bahwa :

"di Indonesia yang mayoritas islam dan maka perlunya mengenalkan produk yang cocok untuk mayoritas penduduknya"³⁰.

Peneliti juga mewawancarai narasumber berinisial YA yang merupakan pekerja pabrik di kota Pati mengatakan bahwa :

²⁸ Oyoh Bariah, Iwan Hermawan, H.Tajuddin Nur, "Peran Majelis Taklim Dalam Meningkatkan Ibadah Bagi Masyarakat di Desa Telukjambe Karawang", Solusi 10, no. 21 (2011–2012): 2, <https://journal.unsika.ac.id/index.php/solusi/article/view/84/88>

²⁹ Narasumber 3. Wawancara Oleh Penulis, 19 Mei. 2023, wawancara 3, transkrip.

³⁰ Narasumber 4. Wawancara Oleh Penulis, 19 Mei. 2023, wawancara 4, transkrip.

“Halal berarti sesuai dengan syariat Islam sehingga iklan dan produknya pasti sesuai dengan ketentuan Islam”.³¹

Berdasarkan observasi peneliti menyimpulkan bahwa wanita muslim merepresentasikan iklan berlabel halal sebagai sarana untuk mempromosikan suatu barang atau produk yang memiliki aturan-aturan dalam Islam dalam hukum mempromosikan suatu barang untuk khalayak luas sehingga tidak merugikan salah satu pihak yang bersangkutan.

C. Analisis Data Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh melalui dari tahap observasi, interview dan dokumentasi, maka peneliti akan menganalisis temuan yang ada dan mengembangkan teori yang sudah ada dari penelitian tentang Representasi Islam Dalam Iklan Media Sosial Dan Dampaknya Bagi Wanita Muslim Indonesia.

Sebagaimana dijelaskan dalam teknik analisa dalam penelitian, peneliti menggunakan analisis kualitatif dan data yang diperoleh peneliti baik melalui observasi, interview, dan dokumentasi dari pihak-pihak yang mengetahui tentang data-data yang dibutuhkan peneliti. Adapun data-datanya sebagai berikut :

1. Persepsi Wanita Muslim di Indonesia Terhadap Iklan Lifestyle Berlabel Halal

Saat peneliti melakukan observasi, Peneliti melihat adanya pandangan-pandangan yang menarik namun tetap dalam satu lingkup yang sama dalam memaknai iklan berlabel halal. Berdasarkan jawaban dari semua narasumber yang peneliti menyimpulkan bahwa :

- a. Iklan berlabel halal sebagai pembeda antara produk yang aman dan tidak aman

Produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam, yaitu tidak melibatkan penggunaan bahan haram

³¹ Narasumber 5. Wawancara Oleh Penulis, 19 Mei. 2023, wawancara 5, transkrip.

(dilarang), eksploitasi tenaga kerja atau lingkungan, dan tidak berbahaya atau dimaksudkan untuk penggunaan berbahaya. Halal outputnya juga harus halal dari prosesnya juga, karena Proses Produk Halal (PPH) merupakan rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan produk mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk (Undang-Undang No. 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal biasa disingkat dengan UU JPH). Hanzaee dan Ramezani mendefinisikan produk halal sebagai produk yang memenuhi kriteria hukum syariah, yang tidak melibatkan penggunaan zat yang dilarang (haram), tidak memanfaatkan tenaga kerja dan lingkungan. Produk ini tidak berbahaya dan tidak berbahaya bagi orang lain. Produk halal juga dilarang mengandung bahan haram apapun yang bisa berbahaya bagi manusia maupun lingkungan.³²

Konsumen muslim dituntut selektif dalam memilih produk untuk dikonsumsi. Label halal pada bungkus produk belum tentu menjamin kehalalan produk. Hal ini sesuai dengan penelitian Ali yang menyatakan bahwa baik muslim di Australia maupun di Malaysia terkadang tidak percaya begitu saja terhadap produk yang tersertifikat halal. Mereka akan meneliti lebih lanjut bahan-bahan yang tercantum dalam produk tersebut untuk memastikan bahwa produk tersebut benar-benar halal dan layak konsumsi,³³ Langkah-langkah tersebut diharapkan dapat ditiru konsumen muslim terutama wanita muslim untuk tidak percaya begitu saja dengan produk yang memiliki sertifikasi halal dan tetap

³² Hendri Hermawan Adinugraha, Wikan Isthika, Mila Sartika, "Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian", *Jurnal Homepage* 01, no 03 (2017): 181, <https://perisai.umsida.ac.id/index.php/perisai/article/view/1556/1722>

³³ Muhammad Nasrullah, "Islamic Branding, Religiustas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk", *Jurnal Hukum Islam* 13, no 2 (2015): 79-87, <http://e-journal.stain-pekalongan.ac.id/index.php/jhi>

memeriksa dan meneliti bahan-bahan yang digunakan didalam produk.

Produk berstandar halal sudah seharusnya menjadi bagian integral yang tak terpisahkan dari praktik perdagangan dan ekonomi global yang menuntut adanya standarstandar dan kualitas baku internasional untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen lintas negara. Dengan demikian aliran barang, jasa, modal, ilmu pengetahuan antar negara menjadi makin mudah. Perdagangan internasional berpengaruh sangat besar terhadap perekonomian antar negara tersebut yang dapat menciptakan iklim kondusif yang saling menguntungkan dari perdagangan timbal balik, bahkan lebih efisien dalam memproduksi dan memasarkan barang. Banyak pakar yang menyimpulkan bahwa manfaat perdagangan lintas negara melampaui manfaat persaingan militer dan perluasan wilayah.³⁴

Dari sudut pandang peneliti juga melihat bahwa persepsi wanita muslim terhadap iklan berlabel halal ini sudah benar dan sesuai dengan beberapa teori-teori yang peneliti baca di beberapa sumber refrensi. Bahwasanya iklan berlabel halal ini merupakan sebuah bentuk promosi suatu barang atau produk dengan jaminan halal, hal tersebut dapat menjadikan bertambahnya pengetahuan dan wawasan wanita muslim agar lebih pandai dan cerdas dalam memilih suatu produk khususnya produk lifestyle yang baik serta tidak melenceng dari apa yang sudah ada dalam ketentuan dan ajaran islam.

b. Iklan berlabel halal sebagai strategi marketing

Wanita muslim menganggap iklan berlabel halal ini sebagai media komunikasi antara penjual dan pembeli untuk mempromosikan suatu barang

³⁴ Wardo, Samsuri, “Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia”, *Al Maal* 2, no. 1, Juli (2020): 100, <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jieb/article/view/2803/1706>

atau produk dengan jaminan halal karena telah memperoleh klaim halal dari suatu lembaga.

Kehalalan akan menjadi penting dalam kajian pemasaran di Indonesia, karena saat ini konsumen akan memperhatikan label halal yang tertera pada produk yang diperjual belikan pada pasar. Kehalalan merupakan pokok utama bagi umat muslim untuk beribadah agar senantiasa manusia selalu dijalan yang benar, disamping itu kehalalan tertera dalam hadist dan Alquran. Islam mengajarkan kita agar senantiasa untuk mengkonsumsi yang ada dimuka bumi yang serba halal dan baik, baik makanan dan minuman bahkan selain itu seperti kosmetik, obat-obatan dan lain-lainnya. Kosmetik dan obat-obatan keduanya disebut halal apabila bahan-bahan yang terkandung dalam keduanya harus dari bahan baku pilihan yang sesuai syariat islam dan memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia.³⁵

Dari sudut pandang peneliti label halal menjadi tehnik marketing perusahaan produk yang menggunakan label halal, di Indonesia yang mayoritas penduduknya memeluk agama islam tentu jadi sasaran empuk bagi produk yang menggunakan label halal, Selain menjadi strategi marketing, labe halal juga mampu menjadi bagian integral dari strategi pemasaran mereka, dan ini dapat memberikan berbagai manfaat. Dalam dunia yang semakin terhubung dan sadar akan budaya, berikut adalah beberapa cara halal telah menjadi salah satu alat pemasaran yang paling efektif.

2. Dampak Yang Terbentuk Oleh Iklan Lifestyle Berlabel Halal Terhadap Wanita Muslim di Indonesia Dari Segi Keimanan dan Sosial

Perkembangan dalam bidang pemasaran di Indonesia semakin berkembang kearah modernisasi dan islami, hal ini dikarenakan Indonesia merupakan negara

³⁵ Premi Wahyu Widyaningrum, "Pengaruh Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, no 02 (2016): 84, <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/398/367>

muslim terbesar. Dimana diperkirakan 229 juta muslim berada di Indonesia, yaitu 87,2% dari populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 263 juta jiwa Atau 13% dari populasi muslim dunia. Dengan meningkatnya populasi dan daya beli umat Islam di era modernisasi semakin memperkuat untuk meningkatnya gaya hidup halal. Sejalan dengan ajaran Islam, umat Islam hendaklah memperhatikan pilihan apa yang akan di konsumsinya, salah satunya adalah kehalalan suatu produk. Hal ini dapat dijadikan sebagai strategi suatu perusahaan untuk memproduksi berbagai produk halal yang sesuai dengan kebutuhan umat muslim di Indonesia. . Berdasarkan jawaban dari semua narasumber yang peneliti menyimpulkan bahwa dampak yang terbentuk sebagai berikut :

a. Meningkatkan keimanan sebagai seorang Muslimah

Gaya hidup yang semakin modern, kebutuhan konsumen zaman dahulu dengan zaman sekarang jelaslah berbeda sesuai dengan gaya hidup yang diterapkan konsumen. Pada saat ini konsumen cenderung mengikuti perkembangan trend untuk segala aspek kebutuhan mulai dari kebutuhan primer hingga kebutuhan sekunder sesuai dengan gaya hidup yang diterapkan yaitu gaya hidup halal.³⁶

Peneliti menganggap pembentukan kualitas keimanan dan sosial merupakan hal penting, dimana iklan-iklan produk berlabel halal ini memberikan pesan secara tidak langsung dimana perempuan muslimah tidak lagi mempunyai batasan-batasan standart masyarakat Indonesia zaman dulu, yang memberi batasan-batasan terhadap wanita khususnya wanita muslim, hal tersebut menimbulkan rasa bersyukur dan percaya diri dalam bermasyarakat sehingga meningkatkan kualitas keimanan serta sosialisasi.

³⁶ Hoiriyah, "Pengaruh Gaya Hidup Halal dan Harga Terhadap Pembelian Ms Glow", *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, no 02 (2021): 115, <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim/article/view/11590/5905>

Perkembangan “*halal lifestyle*” yang berorientasi pada nilai-nilai Islam saat ini, menurut Yuswohady dapat dilihat dari beberapa fenomena seperti masyarakat semakin kritis dalam menilai kehalalan produk yang akan dikonsumsi, berkembangnya lembaga keuangan berbasis syariah, pertumbuhan budaya bernuansa Islam (*‘urf*), pertumbuhan industri kosmetik pemakaian busana islami, hingga meningkatnya frekuensi kunjungan ibadah haji dan umrah (atau biasa disebut dengan “*halal travel*”). Saat ini konsumen lebih selektif dan teliti dalam melakukan pembelian produk yang akan digunakannya.³⁷

Pada saat peneliti melakukan observasi peneliti melihat bahwa dengan munculnya iklan berlabel halal ini membawa sisi positif dari segi keimanan dan sosial, dimana dengan adanya hal tersebut membuat keterbukaan pemikiran masyarakat, sehingga pelaku atau juga wanita muslim ini dapat secara bebas mengekspresikan dan mengeluarkan potensi-potensi yang ada dalam dirinya sehingga secara *otomatis* membuat meningkatnya segi keimanan.

Meningkatnya keimanan dan sosialisasi yang dialami oleh wanita muslim, peneliti melihat dimana sudah seharusnya perempuan muslimah tidak hanya mengutamakan penampilan fisiknya saja, sejatinya cantik itu tidak hanya melalui busana dan make up saja tapi juga keibadianya melalui kesantunan dalam bahasa, gerak gerik, perilaku yang simpatik, pola pikir yang cerdas, dan selalu mengembangkan potensi yang dimiliki dan memiliki rasa syukur yang tiada habisnya.

Dalam al-Qur'an kata syukur dengan berbagai derivasinya disebut sebanyak 75 kali. Dalam ayat-

³⁷ Hendri Hermawan Adinugraha, Wikan Isthika, Mila Sartika, “Persepsi Label Halal Bagi Remaja Sebagai Indikator Dalam Keputusan Pembelian”, *Jurnal Homepage* 01, no 03 (2017): 181, <https://perisai.umsida.ac.id/index.php/perisai/article/view/1556/1722>

ayat itu syukur tidak hanya dipakai dalam rangka perbuatan manusia dalam mensyukuri nikmat, tetapi juga dalam rangka mengungkapkan sikap Allah terhadap apa yang dilakukan hamba-Nya. Dengan demikian, kata *syakir* (yang bersyukur) dalam bentuk *isim fa'il* atau kata syakur (yang sangat bersyukur) dalam bentuk sigat mubalagah tidak hanya dilekatkan kepada manusia, melainkan juga kepada Allah. Ada 2 ayat yang menyebut Allah sebagai Syakir dan ada 4 ayat yang menyebut Allah sebagai Syakur.¹¹ Sudah barang tentu pengertian syukur Allah berbeda dengan pengertian syukur manusia. Seperti dinyatakan oleh Muhammad 'Abduh, penyebutan Allah sebagai pihak yang bersyukur (*asy-Syakir*) tidak bisa diartikan secara hakiki, melainkan harus diartikan secara majazi (*metaforik*). Dalam pengertian bahasa, syukur berarti membalas dan mengimbangi nikmat dengan pujian dan pengakuan. Syukur manusia kepada Allah dalam istilah syara' berarti menggunakan nikmat Allah pada hal-hal yang menjadi tujuan diciptakannya nikmat itu oleh Allah (*sarf ni'amih fima khuliqat lah*).³⁸

- b. Iklan berlabel halal membantu dalam pemilihan produk

Di Indonesia atau negara dengan mayoritas Muslim, standar halal memiliki bagian yang sangat penting dalam melindungi hak-hak konsumen. Konsumen Muslim memiliki pengetahuan yang cukup tentang apa itu produk halal, setidaknya dengan mencari label halal pada kemasan produk. Pelabelan bertujuan untuk mengatur kepentingan yang berbeda yang berkisar dari kesehatan manusia, agama dan hak-hak konsumen untuk perdagangan internasional. Label halal memiliki porsi yang signifikan dalam pembelian Muslim.³⁹

³⁸ A.Malik Madany, "Syukur dalam Perspektif al-Qur'an", *Az Zarfqa* ' 7, no. 1 (2015): 3, <https://ejournal.uin-suka.ac.id/syariah/azzarfqa/article/view/1491>

³⁹ Ananya Larasati, Ikhwan Hamdani, Santi Lisnawati, "Pengaruh Label Halal Terhadap Produk Kecantikan", *Al Maal Journal of Islamic Economics and*

Muslim di Indonesia sangat selektif dalam memilih produk yang akan digunakan. Mereka tidak akan membeli barang atau produk yang diragukan. Sertifikasi halal telah menjadi sesuatu yang sangat penting untuk memenuhi standart perusahaan. Hukum pelabelan nasional dan logo harus mencari keseimbangan antara persyaratan pelabelan dan sertifikasi untuk meminimalkan hambatan perdagangan bebas. Agama memiliki pengaruh di masyarakat Indonesia. Mereka hanya ingin mengkonsumsi dan menggunakan produk dengan tanda-tanda jaminan halal resmi yang dikeluarkan oleh pemerintah. Di satu sisi, fenomena tersebut menunjukkan tingkat kesadaran tentang pelaksanaan keyakinan berdasarkan hukum Islam, di sisi lain mendorong sensitivitas mereka ketika makanan atau produk lainnya bersentuhan dengan unsur-unsur haram dan halal. Produk halal lalu mendapatkan pengakuan di seluruh dunia sebagai patokan baru untuk keamanan dan jaminan kualitas. Produk yang diproduksi dengan sertifikasi halal yang mudah diterima oleh konsumen Muslim serta konsumen dari agama-agama lain. Penerimaan ini disebabkan konsep kebajikan dari halal, yang tidak hanya mencakup kebutuhan Syariah tetapi juga aspek kebersihan, sanitasi dan keselamatan. Untuk memastikan kehalalan kepada konsumen, standar halal memperkenalkan ke industri halal serta sertifikasi halal dari organisasi Islam terpercaya. Sertifikasi halal di Indonesia ditangani oleh beberapa lembaga. Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) untuk produk makanan kemasan. Sementara itu, sertifikat halal yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) berdasarkan penilaian yang dilakukan oleh Lembaga Pengkajian

Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).⁴⁰

Saat peneliti melakukan observasi peneliti menyimpulkan bahwa label halal dalam sebuah produk memiliki daya tarik bagi bagi wanita khususnya wanita muslim, dimana peneliti melihat dengan adanya label halal tersebut mampu mempengaruhi keputusan dalam pemilihan produk, label halal diyakini bahan-bahan atau kompisisinya sudah sesuai dan aman sebagaimana dalam ajaran-ajaran islam sehingga mampu mempengaruhi keputusan pembeli.

3. Representasi Islam Terhadap Iklan Lifestyle Berlabel Halal

Representasi merupakan gambaran suatu makna mengenai suatu hal. Menurut Stuart Hall representasi merupakan peristiwa kebahasaan. Bagaimana seseorang ditampilkan dapat dijelaskan dengan menggunakan sebuah bahasa, melalui bahasalah tindakan representasi dapat ditampilkan oleh media.⁴¹ Dalam penelitian ini representasi bisa berasal dari kata-kata, tulisan, gambar bergerak atau iklan. Berikut uraian representasi islam terhadap iklan berlabel halal.

a. Iklan lifestyle berlabel halal sebagai perubahan

Melihat lingkungan sekitar saat ini, semakin banyak perempuan yang mengenakan busana muslimah. Mereka mengenakannya tidak hanya di tempat yang berhubungan dengan acara keagamaan tetapi juga di ruang-ruang publik seperti sekolah, kampus, kantor, mall. Pemakai busana muslimah juga tidak identik dengan ibu-ibu bergaya kaku dengan pakaian monoton tetapi justru didominasi perempuan muda dengan gaya pakaian yang modis dan up to date. Lalu bandingkan dengan kondisi sebelum dan

⁴⁰ Ananya Larasati, Ikhwan Hamdani, Santi Lisnawati, "Pengaruh Label Halal Terhadap Produk Kecantikan", *Al Maal Journal of Islamic Economics and Banking* 1 no 1 (2019): 48 – 64, <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jieb/article/view/1815/1155>

⁴¹ Eriyanto, Analisis Wacana: *Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: Lkis, 2001), hlm. 113.

awal tahun 1990-an, dimana perempuan yang mengenakan busana muslimah pada kesempatan umum, meskipun ada, masih sangat jarang, terlebih bagi perempuan dan remaja putri. Busana muslim, termasuk penutup kepala dan rambut bagi perempuan muslim, dianggap salah satu kewajiban yang harus dilakukan oleh muslimah. Hal tersebut menjadikan pemakai busana muslim telah merasa memiliki pencapaian tersendiri kaitannya dengan religiusitas.⁴²

Saat melakukan observasi peneliti menyimpulkan bahwa wanita muslim masa sekarang dan masa lampau sangatlah berbeda baik dari segi pemikiran dan pandangan di masyarakat, dimana wanita muslim lebih bebas dalam artian lebih leluasa dalam mengekspresikan dirinya tanpa adanya pandangan aneh dalam masyarakat yang dimana wanita dimasa lampau lebih terbatas sehingga tidak mampu mengekspresikan dan mengeluarkan bakat terbaiknya.

Dengan adanya iklan berlabel halal ini wanita muslim di Indonesia mampu meningkatkan kepercayaan diri sebagaimana yang tergambar dari iklan-iklan yang beredar yang dimana wanita muslim digambarkan sebagai wanita yang aktif dan produktif di segala bidang namun tetap dalam balutan hijab sehingga tidak meninggalkan syariat-syariat islam dimana menutup aurat sebagai kewajiban, dengan maraknya trend-trend muslim ini peneliti melihat perubahan dari wanita muslim yang semakin tertarik dengan hal-hal yang berkaitan dengan islam.

b. Iklan yang bersyari'at islam

Islam adalah agama yang sempurna serta universal ajaran Islam meliputi seluruh aspek kehidupan manusia. Tidak ada satupun sendi

⁴² Lini Yuliza, "Trend Berpakaian Masa Kini Mengubah Fungsi Busana Muslimah Di Kalangan Wanita Muslim", *Jurnal Pendidikan Profesi Guru Agama Islam* 1, no 1 (2021): 2, <http://studentjournal.iaincurup.ac.id/index.php/guau/article/view/13/13>

kehidupan manusia yang lepas dari pandangan Islam. Demikian pula Islam mengatur masalah-masalah ekonomi. Betapa banyaknya ayat-ayat al-Quran maupun hadits nabi yang mengungkapkan tentang masalah tersebut. Diantaranya Islam juga membicarakan masalah etika. Sebagai konsekuensinya dalam setiap kegiatan ekonomi, yang dilakukan seseorang harus sesuai dengan aturan-aturan yang telah ditentukan dalam Islam agar mendapat ridlo dari Allah SWT.⁴³

Sertifikasi halal merupakan standar bahwa suatu produk telah memenuhi kelayakan yang sesuai dengan dasar hukum Islam. Hal ini dapat memandu apa saja yang diperbolehkan ketika memilih produk bidang keuangan, kosmetik, makanan, pakaian, jasa, dan perbankan. Sertifikasi halal mengacu pada pengakuan resmi dari seluruh proses produksi ataupun distribusi serta praktik manajemen lainnya oleh badan resmi yang didirikan (seperti Majelis Ulama Indonesia atau disingkat MUI di Indonesia). Tujuannya adalah untuk menarik konsumen Muslim karena mereka cenderung mencari produk yang sesuai dengan resep Islam dan percaya produk ini diberkati oleh Allah.⁴⁴

Kata halal identik dengan Islam, halal menjadi salah satu pedoman dalam menjalani hidup bagi kaum muslim. Sesuatu yang diharuskan dan bukan larangan Allah perlu diperhatikan oleh umat muslim. Menurut Buang dan Hamidon halal memiliki dua makna, halal dapat merujuk pada perbuatan manusia dan benda yang masuk dalam tubuh manusia berdasarkan dalil naqli. Kehalalan merupakan

⁴³ Ahmad Edwar, "Akhlak Perilaku Iklan Dalam Prespektif Bisnis Islam", *Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam* 20, no 1 (2021): 31, file:///E:/20640-62016-1-SM%20(1).pdf

⁴⁴ Setiawan, HasbiAssidiki Mauluddi, "Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Halal Di Bandung", *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, no 2 (2019): 6, https://www.researchgate.net/profile/Setiawan-Setiawan-7/publication/338376053_PERILAKU_KONSUMEN_DALAM_MEMBELI_PRODUK_HALAL_DI_KOTA

perintah dari Allah yang diabadikan dalam Al Qur'an dan sunnah Nabi Muhammad. Menurut Azizah representasi konsep halal terkait dengan hak asasi manusia yang mementingkan kesehatan konsumen sehingga perusahaan dengan konsep halal harus memiliki informasi halal dalam kondisi perusahaan tradisional maupun modern dengan pemasaran digital.

Pemilihan konsep produk halal dapat diartikan sebagai produk yang sesuai syariat Islam. Produk halal yang diproduksi oleh sebuah perusahaan harus memiliki tolok ukur yaitu produk memiliki kualitas dan manfaat untuk lingkungan serta berperan sepanjang kehidupan manusia. Representasi konsep halal dapat dilakukan dengan menyebarkan iklan bernuansa halal yang identik dengan agama Islam meskipun merek Islam kurang signifikan dalam menarik konsumen. Penerapan ide halal dapat dilakukan melalui berbagai cara, salah satunya adalah dengan menggunakan kalimat, gambar, dan video bertema Islam. Menurut Ali produk halal merupakan perlindungan terhadap konsumen muslim berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa konsep halal yaitu Islam, sesuai perintah Allah, baik bagi kehidupan, perilaku tanpa mengandung dosa, tidak berbahaya, mementingkan kesehatan konsumen, dan bermanfaat untuk lingkungan.⁴⁵

Hasil observasi peneliti menyimpulkan bahwa pelaku dalam periklanan tidak bisa bebas tanpa batasan dalam melakukan kegiatan periklanan, harus dalam batasan-batasan yang sudah diajarkan dalam islam yang dimana dalam melakukan promosi atau mengiklankan suatu barang harus benar-benar sesuai dan akurat dengan informasi apa yang ada dalam

⁴⁵ Navi; Syahru Ridha Inaya, "Representasi Konsep Halal Pada Iklan Kosmetik Halal", *Jurnal BAPALA*, no 3 (2023):6, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/54702>

sebuah produk tersebut sehingga tidak merugikan salah satu pihak.

Telah disebutkan dalam bab sebelumnya bahwa iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk dan ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media, dengan membayar ruangan atau waktu yang disediakan media massa itu untuk menyiarkan atau mengumumkan pesan tersebut. Untuk zaman sekarang media yang digunakan oleh pelaku usaha tidak hanya berupa promosi lisan atau tulisan-tulisan saja, namun sudah menyebar pada seluruh media komunikasi dan telekomunikasi yang tersedia seperti surat kabar, televisi, faks, telepon dan internet. Perkembangan pemakaian alat promosi canggih ini, meletakkan konsumen dalam kondisi yang rawan, bahkan pada zaman sekarang konsumen dihadapkan pada apa yang dikenal dengan *consumer ignorance* yaitu ketidakmampuan konsumen menyeleksi informasi akibat kemajuan teknologi dan keragaman produk yang dipasarkan. Sehingga hal ini bisa saja disalahgunakan oleh para pelaku usaha. Atas dasar itu, konsumen harus diberi rasa aman dalam mendapatkan suatu informasi yang jujur dan bertanggung jawab.

Pada hakikatnya, iklan merupakan tindakan memuji dan mengeluelukan atas suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Tentunya, hal tersebut tidak terlepas dari pujian yang benar (*haqq*) atau yang tidak benar atau mengandung kebohongan (*ghair haqq*). Pertama, pujian yang benar (*haqq*). Dalam keadaan ini, apabila iklan yang mengandung pujian tersebut bersifat nyata dan benar, tidak mengandung unsur kebohongan maka iklan semacam ini hukumnya adalah boleh (*ja'iz*). Apalagi jika iklan tersebut mengandung informasi yang sebelumnya tidak

diketahui oleh pembeli tentang barang atau jasa yang ditawarkan.⁴⁶



⁴⁶ Syabul Bahri, “Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam”, *Epistemé* 8, no. 1 (2013): 142, <https://ejournal.uinsatu.ac.id/index.php/epis/article/view/41>