

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berpakaian syar'i adalah salah satu bentuk ketaatan seorang Muslimah kepada Allah dan merupakan implementasi dari ajaran agama Islam. Pakaian syar'i berfungsi untuk menutupi aurat, melindungi kehormatan dan martabat seorang wanita di masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari, pakaian harus berlandaskan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam Islam. Islam memberikan pedoman yang jelas bagi wanita untuk menutupi auratnya, sehingga tidak hanya menjaga diri dari pandangan negatif, tetapi juga mencerminkan identitasnya sebagai seorang Muslimah. Dengan menutup tubuh sesuai dengan tuntutan agama, seorang wanita tidak hanya melindungi diri, tetapi juga menunjukkan komitmennya terhadap nilai-nilai yang dijunjung tinggi dalam Islam. Menutupi aurat dengan pakaian yang syar'i adalah suatu kewajiban yang tidak bisa diabaikan, demi menjaga diri dan menghormati ajaran agama. (Idris, Ziaulhaq, 2022).

Isu *fashion syar'i* semakin menjadi perhatian utama di tengah berkembangnya tren busana global, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pakaian yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. *Fashion syar'i* tidak hanya berfokus pada aspek penutupan aurat, tetapi juga melibatkan nilai-nilai kesederhanaan, kehalalan, dan penghormatan terhadap nilai-nilai moral Islam. Dalam konteks ini, busana syar'i menekankan pada pakaian yang longgar, tidak transparan, dan tidak menarik perhatian berlebihan, dengan tujuan menjaga kehormatan dan martabat individu. Di Indonesia salah satu industri halal yang sangat menjanjikan adalah halal *fashion*. Terlihat dari nilai ekspor produk *fashion* dalam negeri mengalami tren yang terus meningkat sebesar 10,48%, yaitu dari US 11,28 miliar pada tahun 2012 menjadi US\$ 16,24 miliar hingga akhir 2016. Sementara itu, selama bulan Januari-Juni 2017, transaksi ekspor *fashion* yang sudah terbukukan sebesar US\$ 7,9 miliar atau setara Rp 102,7 triliun. Hal ini menciptakan peluang pasar yang besar bagi industri *fashion* yang mampu menghasilkan produk-produk yang sesuai dengan syariat Islam. Sebagai salah satu sektor ekonomi yang

berkembang pesat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang *fashion* syar'i turut berperan penting dalam memenuhi kebutuhan pasar ini. UMKM yang memproduksi *fashion* syar'i menjadi faktor kunci dalam menyediakan berbagai pilihan busana yang tidak hanya modis, tetapi juga mematuhi aturan syariat. (Srisusilawati, dkk, 2024).



Asyifa Syaree merupakan sebuah usaha *fashion* yang berfokus pada penyediaan pakaian muslim dan syar'i, berlokasi di Perum Depkes Blok A7 No.10, Kramat Utara, Kecamatan Magelang Utara, Kota Magelang, Jawa Tengah. Sebagai bagian dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tingkat menengah, Asyifa Syaree menawarkan produk dengan harga yang terjangkau, namun tetap mengedepankan desain yang elegan dan modern. Isu yang dihadapi oleh Asyifa Syaree adalah banyaknya masyarakat, terutama di Magelang, yang masih ragu untuk mengenakan pakaian syar'i. Mereka sering kali beranggapan bahwa busana syar'i identik dengan penampilan ibu-ibu, sehingga dianggap kurang menarik dan tidak modis. Untuk mengatasi hal ini, Asyifa Syaree berupaya menawarkan koleksi pakaian syar'i dengan desain yang *trendy* dan *stylish*, sehingga dapat menarik perhatian lebih banyak orang.



Gambar 1. 2 Instagram Asyifa Syarce
Sumber : <https://www.instagram.com/asyifa.syarce/>

Penulis memilih untuk mempromosikan produk Asyifa Syarce karena melihat potensi besar dalam busana Asyifa Syarce untuk dikenal oleh masyarakat umum. Melihat adanya keunikan dari produk Asyifa Syarce terletak pada variasi warna yang selalu mengikuti tren terbaru, serta pemilihan bahan kain yang berkualitas seperti kain *Wollycrepe*, *Airflow Crinkle*, *Lady Zara*, dan lain sebagainya. Bahan-bahan tersebut tidak hanya memberikan kenyamanan saat dikenakan, tetapi juga memiliki sifat yang tidak menerawang dan terasa sejuk di kulit. Desain busana yang sederhana namun elegan dengan tekstur dan pola menarik pada kain, menciptakan daya tarik dan lebih percaya diri. Fungsionalitas dari busana Asyifa Syarce membuat cocok untuk berbagai acara, mulai dari santai hingga semi-formal. Setiap koleksi juga dilengkapi dengan nama atau *brand* tersendiri yang berfungsi tidak hanya sebagai identitas produk, tetapi juga menciptakan kesan yang mudah diingat oleh konsumen.



Gambar 1. 3 Bahan Kain Asyifa Syarce

Sumber : https://www.instagram.com/asyifa_syarce



Gambar 1. 4 Detail Produk Asyifa Syarce

Sumber : https://www.instagram.com/asyifa_syarce



Gambar 1. 5 Detail Produk Asyifa Syarce

Sumber : https://www.instagram.com/asyifa_syarce

Tantangan yang dihadapi oleh Asyifa Syarce adalah menghadapi kompetisi yang semakin ketat dalam industri *fashion* syar'i, di mana banyak merek sejenis bermunculan dan rendah tingkat pengenalan merek di kalangan masyarakat. Di wilayah Magelang, meskipun terdapat sejumlah kompetitor yang juga menawarkan pakaian dengan desain serupa, seperti produk dari @gamismurahmagelang, @jmfashion_magelang, dan @gladysfashion.magelang, keberadaan produk Asyifa

Syaree masih memiliki peluang untuk menonjol. Dengan persaingan yang ketat di pasar ini, Asyifa Syaree perlu beradaptasi dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif agar produknya dapat lebih dikenal dan diterima oleh masyarakat luas.



Gambar 1. 6 Produk @gamismurahmagelang

Sumber : <https://www.instagram.com/gamismurahmagelang/>



Gambar 1. 7 Produk @jmfashion_magelang

Sumber : https://www.instagram.com/jmfashion_magelang/



Gambar 1. 8 Produk @gladyzfashion_magelang

Sumber : https://www.instagram.com/gladyzfashion_magelang/

Asyifa Syaree memanfaatkan Instagram sebagai platform promosi dan Shopee untuk transaksi jual beli. Namun, pengelolaan akun Instagram Asyifa Syaree menunjukkan kecenderungan konten yang monoton. *Feed* Instagramnya sering kali menampilkan tema yang sama berulang kali, hanya menyajikan informasi produk dalam bentuk foto tanpa adanya variasi. Tidak ada konten video yang menunjukkan detail dan keunikan setiap produk saat dikenakan. Sebagai perbandingan,

kompetitor @nadheera.luxury menampilkan *feed* yang jauh lebih menarik. Mereka menyajikan berbagai busana mulai dari yang sederhana hingga yang lebih detail, dengan kreativitas dalam menciptakan gaya yang berbeda. Adanya konten berbentuk video yang menunjukkan detail dan keunikan setiap produk saat dikenakan. Variasi tema konten yang ditawarkan menciptakan daya tarik visual yang lebih kuat dan dapat menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, salah satu tantangan yang harus dihadapi adalah mencari strategi pemasaran yang efektif, khususnya melalui pemanfaatan media sosial, terutama Instagram, sebagai alat untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk.



Gambar 1. 9 Perbandingan Feed Nadheera.Luxury

Sumber : <https://www.instagram.com/nadheera.luxury>



Gambar 1. 10 Perbandingan Feed Asyifa Syaree

Sumber : https://www.instagram.com/asyifa_syaree

Akun Shopee Asyifa Syaree sebagai platform jual beli juga menunjukkan pengelolaan yang kurang baik. Saat ini, hanya terdapat tiga jenis produk yang ditawarkan, tanpa adanya pembaruan mengenai produk lainnya. Sementara itu, Asyifa Syaree memiliki lebih dari sepuluh jenis produk yang tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan melalui Shopee belum dioptimalkan, karena tidak semua produk yang diproduksi ditampilkan, sehingga konsumen tidak mengetahui keberadaan produk lain dari Asyifa Syaree. Berdasarkan keadaan tersebut, penulis melihat bahwa adanya pemasaran yang tidak merata terhadap produk-produk dari Asyifa Syaree.



Gambar 1. 11 Shopee Asyifa Syaree
 Sumber : <https://shopee.co.id/asyifa-syaree>

Radio 92,3 MQFM Jogja adalah stasiun radio swasta yang berlokasi di Graha Universitas AMIKOM Yogyakarta gedung 1 lantai 2, tepatnya di Jalan Ringroad Utara, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Radio ini memiliki *call sign* FM5FQW yang resmi digunakan sejak 1 Februari 2006 setelah menjadi *franchisee* dari PT. Radio Madinatussalam Bandung. Radio 92,3 MQFM Jogja didirikan pada 1 Februari 2006 oleh KH. Abdullah Gymnastiar. Sebagai radio dakwah, segmentasi MQFM Jogja yaitu segmen keluarga muslim Indonesia dengan misi memberikan inspirasi dan motivasi untuk memaknai hidup serta memaknai nilai-nilai Islam dalam kehidupan.



Gambar 1. 12 Logo Radio 92,3 MQFM Jogja
 Sumber : PT. Radio Swara Sembada

Halal Lifestyle merupakan sebuah program yang secara khusus mengangkat isu-isu terkait dengan gaya hidup halal. Program Halal Lifestyle membahas beberapa segmen/tema menarik seputar gaya hidup halal, seperti Kuliner Halal,

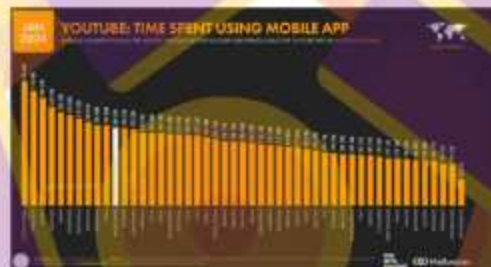
Fashion Halal, Kesehatan dan Kecantikan Halal, serta Desa Wisata Halal yang ada di Yogyakarta maupun di berbagai daerah lainnya. Sebagai editor, penulis bertanggungjawab untuk *editing* konten video, membuat ide, mengemas dengan konsep visual yang menarik untuk mendukung penyampaian informasi yang menarik bagi audiens pada episode *Fashion* Halal di program Halal Lifestyle. Pemilihan platform *YouTube* sebagai media penyebaran konten program ini didasarkan pada keunggulan *YouTube* sebagai platform video yang mudah digunakan, interaktif, dan dapat diakses melalui berbagai perangkat, sehingga dinilai sangat tepat untuk menjangkau audiens yang lebih luas dalam menyebarkan konten-konten seputar gaya hidup halal dalam program Halal Lifestyle.

Menyadari pentingnya komunikasi yang lebih mendalam kepada audiens. Penulis mulai membantu Asyifa Syaree untuk dapat memperluas promosinya melalui video promosi yaitu program Halal Lifestyle. Video ini memiliki potensi lebih besar dalam mengedukasi konsumen mengenai awal mula terbentuknya usaha, cara pemakaian yang sesuai syar'i, dan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh Asyifa Syaree. Selain itu, video promosi juga bisa digunakan untuk memperkenalkan program Halal Lifestyle, sebuah inisiatif yang mengedepankan gaya hidup halal dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam pemilihan produk *fashion*.



Gambar 1.13 Top Websites: Similarweb Ranking in Indonesian

Sumber : <https://ahortari.at/GGn5>



Gambar 1.14 Youtube: Time Spent Using Mobile App

Sumber : <https://ahortari.at/GGn5>

Berdasarkan data yang disajikan dalam kedua gambar, bahwa Indonesia memiliki peringkat yang cukup tinggi dalam hal penggunaan aplikasi YouTube di perangkat seluler. Dari gambar 1.6 terlihat bahwa YouTube menempati peringkat kedua dalam daftar situs web paling banyak dikunjungi oleh pengguna internet di Indonesia. Sementara gambar 1.7 Indonesia menempati posisi ke-9 dalam daftar negara dengan rata-rata waktu penggunaan aplikasi YouTube terlama per bulannya. Salah satu media yang sangat tepat untuk menyebarluaskan video promosi ini adalah YouTube. Platform ini memiliki jangkauan yang sangat luas dan memungkinkan Asyifa Syaree untuk menjangkau audiens yang lebih besar. YouTube juga memberikan kesempatan bagi Asyifa Syaree untuk membuat konten yang lebih kreatif dan edukatif, serta membangun interaksi yang lebih dekat dengan konsumen. Mengingat besarnya jumlah pengguna YouTube di Indonesia, platform

ini sangat efektif sebagai saluran untuk menyebarkan pesan tentang pentingnya gaya hidup halal serta memperkenalkan produk-produk Asyifa Syaree yang sesuai dengan tuntutan syariat Islam. Dengan strategi ini, Asyifa Syaree tidak hanya memperkenalkan produk mereka, tetapi juga memperkuat *brand image* sebagai pelopor gaya hidup halal di Indonesia.

1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan kebutuhan mitra untuk menghadirkan konten yang menarik dan informatif mengenai *fashion syar'i* kekinian, penulis melihat pentingnya penggunaan teknik *editing* dalam produksi video. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan pemahaman audiens terhadap gaya hidup halal yang diusung. Oleh karena itu, penulis berupaya untuk membantu mengatasi tantangan dalam pembuatan konten video yang berkualitas melalui karya ini. Rumusan masalah yang diangkat dalam skripsi ini adalah Bagaimana pengaplikasian teknik *editing* pada karya visual program Halal Lifestyle Episode Fashion Syar'i Kekinian – Asyifa Syaree di YouTube MQFM Jogja?

1.3 Tujuan

Tujuan utama dari proyek ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan peran editor dalam pembuatan konten video dalam program Halal Lifestyle. Konten video ini merupakan salah satu strategi promosi yang dilakukan oleh Asyifa Syaree untuk mempromosikan produk-produk *fashion syar'i*. Melalui program Halal Lifestyle, Asyifa Syaree berupaya untuk menyampaikan informasi dan menarik minat konsumen terhadap gaya hidup halal yang sejalan dengan ajaran agama Islam. Sebagai editor, penulis akan mengkaji bagaimana peran dan kontribusi editor dalam menghasilkan konten visual yang menarik, informatif, dan sesuai dengan konsep Halal Lifestyle untuk mendukung upaya promosi Asyifa Syaree.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Akademis

Para pembuat proyek ini diharapkan nantinya dapat mengembangkan pengetahuan dan pemahaman dalam pembuatan konten video. Ini mencakup seluruh proses produksi serta teknik *editing* yang akan dipublikasikan di media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penulis berharap laporan ini menjadi bermanfaat bagi para masyarakat luas khususnya:

1. Bagi mahasiswa khususnya Ilmu Komunikasi, hasil laporan diharapkan menjadi acuan, referensi, dan inspirasi serta dapat menambah wawasan mengenai teknik *editing* untuk pembuatan sebuah Karya Visual Program.
2. Bagi owner Asyifa Syaree, hasil Karya Visual Program yang penulis buat ini menjadi sebuah tayangan yang dapat memberikan pesan, dan juga memudahkan promosi usaha *fashionnya* kepada masyarakat luas.
3. Bagi khalayak umum, semoga Karya Visual Program tersebut dapat mendorong kesadaran akan pentingnya gaya hidup halal, melalui penyajian konten yang menarik dan edukatif.