

MAKNA 'HALAL' DALAM IKLAN HIJAB HALAL ZOYA

Fadhilla Larasati

F1A016061

Program Studi S1 Sosiologi FISIP Unsoed

fadhilla.larasati@mhs.unsoed.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai makna halal dalam iklan hijab halal Zoya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui makna 'halal' sebagaimana yang dimaksudkan dalam iklan hijab halal Zoya. Untuk mengkaji mengenai makna halal dalam iklan hijab halal Zoya menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce dengan menganalisis tiga elemen tanda yaitu ikon, indeks, dan simbol. Hijab halal merupakan bahasa media sebagaimana yang ditunjukkan dalam iklan bahwa model berkata "proses pembuatannya halal". Halal yang di maksudkan oleh Zoya berbeda dengan konsep halal dalam agama Islam. Hijab halal hanya bahasa media. Pada agama Islam pakaian lebih berorientasi sebagai identitas & penutup aurat dengan konsep yang disebut syar'i bukan berorientasi dengan bahan pembuatan / proses pembuatan. Label halal pada iklan ini cenderung menjadi suatu komodifikasi sebab label halal yang semula menjadi pembeda antara yang diperbolehkan ataupun tidak, sudah memiliki pergeseran fungsi. Pemanfaatan budaya masyarakat dan agama sebagai kebutuhan iklan menjadi bukti komodifikasi bermain pada media dan kapitalisasi. Iklan mengalihkan nilai budaya dan agama menjadi nilai tukar untuk kepentingan media dan perusahaan. Halal yang dimaksudkan dalam iklan hijab halal Zoya memberi label untuk mem-branding suatu produk. Iklan menampilkan bahwa hijab yang sepantasnya dipilih ialah yang memiliki nilai cantik (estetika), nyaman, halal. Hal ini cukup berbeda dengan perintah dalam agama dalam kriteria hijab.

Kata kunci: Hijab, Halal, iklan dan semiotika.

ABSTRACT

This study discussed the halal meaning in Zoya halal veil advertisement. The aim of this research is to understand meaning of 'halal' as it meant in Zoya halal veil advertisement. To

check about the halal meaning in Hijab halal Zoya, researcher used qualitative method followed with Charles Sanders Peirce semiotics approach by analysing 3 elements of sign i.e. icon, index, and symbol. Hijab halal is media language as it shown in advertisement that model had been said "The making process is halal". What means halal by Zoya is different with halal concept in Islam. Hijab halal is only media language. In Islam, cloth is oriented as an identity and to cover awra that called syar'i concept rather than by its making process. Halal label in advertisement tends to be a commodification because halal label which should be as the differentiator between what is allowed or not, had shifting function. The use of Cultural society and religion as advertiser necessity became the proof of commodification taken a role to media and capitalization. Advertisement distracted cultural value and religion became exchange rate for the sake of media and corporate interest. Halal that intended in Hijab Halal Zoya gives label to brand a product. The advertisement shows that veil that deservedly chosen has the beauty (aesthetic) value, mild, halal. This is quite different with order in Islam about veil criteria.

Keywords: *Veil, Halal, advertisement and semiotics.*

A. PENDAHULUAN

Iklan pada dasarnya bertujuan mempengaruhi khalayak luas sebisa mungkin mempengaruhi audiens dari berbagai latar belakang. Namun, seiring berkembangnya waktu dan persaingan yang semakin ketat kini produsen mengkotak – kotakan konsumen berdasarkan kelas dan *background* sosialnya yang dapat menarik konsumen pada kelompok sosial tertentu yang dinilai strategis dalam hal konsumtif. Contohnya produk untuk umat Muslim dengan label – label tertentu seperti asuransi syariah, shampoo hijab, dan sebagainya.

Setiap produsen memiliki strategi *marketing* yang beraneka ragam agar penjualannya mencapai targetnya. Salah satu strategi pemasaran yang sedang *booming* digunakan oleh produsen kini ialah dengan menyematkan label halal pada produknya. Penjualan produk dengan label halal ataupun simbol – simbol keagamaan memiliki angka yang tinggi, sehingga produsen beramai – ramai mempromosikan produknya dengan simbol keagamaan khususnya label halal (Rahayu, 2018). Produk yang dikonsumsi secara oral oleh manusia bila disematkan halal dengan tujuan memudahkan konsumen muslim memilah yang diperbolehkan untuk dikonsumsi atau tidak. Hal tersebut sangat wajar. Namun, kini penyematkan label halal tidak hanya diberikan pada produk – produk