

SKRIPSI

**STRATEGI DAKWAH OWNER BRAND YASYIFA DALAM
MEMPERKENALKAN PRODUK BUSANA MUSLIM**

Oleh:

FIRNA ANNISA MARDAYANTI

NPM. 2004012006



Dosen Pembimbing : Wawan Trans Pujiyanto M.Kom.I.

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (KPI)

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH (FUAD)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

TAHUN 1445 H / 2024 M

SKRIPSI

**STRATEGI DAKWAH OWNER BRAND YASYIFA DALAM
MEMPERKENALKAN PRODUK BUSANA MUSLIM**

**Diajukan guna memenuhi tugas dan memenuhi syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

Oleh :

FIRNA ANNISA MARDAYANTI

NPM. 2004012006

Dosen Pembimbing : Wawan Trans Pujiyanto M.Kom.I.

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (KPI)

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH (FUAD)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

TAHUN 1445 H / 2024 M



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Permohonan untuk Dimunaqosyahkan**

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi yang disusun oleh:

Nama : Firna Annisa Mardayanti
NPM : 2004012006
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul Skripsi : STRATEGI DAKWAH BRAND YASYIFAA DALAM
MEMPERKENALKAN PRODUK BUSANA MUSLIM

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Mengetahui,
Ketua Program Studi KPI,



Dr. Astuti Fatminingsih, M.Sos.I
NIP. 19770218 200003 2 001

Metro, 25 Juni 2024
Dosen Pembimbing



Wawan Trans Pujiyanto, M.Kom.I
NIP. 198710032023211027

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : STRATEGI DAKWAH BRAND YASYIFAA DALAM
MEMPERKENALKAN PRODUK BUSANA MUSLIM

Nama : Firna Annisa Mardayanti

NPM : 2004012006

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas
Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 25 Juni 2024
Dosen Pembimbing



Wawan Trans Pujianto, M.Kom.I
NIP. 198710032023211027



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725), Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metroiniv.ac.id; e-mail: fuad.iaim@metroiniv.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Nomor: B-0924/In: 28-A/D/PP-00-9/09/2024

Skripsi dengan judul : STRATEGI DAKWAH OWNER BRAND YASYIFA
DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK BUSANA MUSLIM disusun oleh :
Firma Annisa Mardayanti, NPM: 2004012006, Prodi: Komunikasi dan Penyiaran
Islam telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ushuluddin, Adab dan
Dakwah pada hari/tanggal : Jum'at 28 Juni 2024

TIM PENGUJI :

Ketua Sidang : Wawan Trans Pujiyanto M.Kom.I (.....)

Penguji I : Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos. I (.....)

Penguji II : Dewi Mustika, M.Kom. I (.....)

Sekretaris : Siroy Kurniawan, M.Sos (.....)



Mengetahui

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. Aguswan Khotibul Umam, S. Ag., MA

NIP. 197308011999031001

ABSTRAK

STRATEGI DAKWAH OWNER BRAND YASYIFA DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK BUSANA MUSLIM

**Oleh :
FIRNA ANNISA MARDAYANTI**

Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar didunia. Berbusana pokok ajaran islam, karena islam sebagai agama dakwah, yaitu sesuatu yang lengkap sesuai dengan fitrah insani, agama islam menuntun seluruh aspek kehidupan manusia dan memberikan pedoman untuk mengembangkan kebudayaan yang setinggi tingginya agar manusia berbahagia di dunia dan di akhirat. Di tengah maraknya Fashion Busana muslim hadirlah *Brand* Yasyifaa yang memiliki tujuan mulia, yakni bukan hanya berbisnis, namun juga menjadi mendakwahkan serta memfasilitasi kebutuhan *fashion-fashion* bagi muslim dan muslimah. Hal ini yang sangat menarik dan unik. Oleh karena itu Peneliti berfokus pada pertanyaan penelitian “Bagaimana Brand yasyifa melakukan dakwah islam melalui busana muslim?”. Selanjutnya tujuan selaras yakni mengetahui strategi dakwah *brand* Yasyifaa melalui busana muslim.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan penelitian lapangan (*fiel research*), yang mana peneliti melakukan observasi lapangan ke lokasi dan mendapatkan data yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu; observasi, *interview*, dan dokumentasi. Subjek penelitian ini adalah tempat memperoleh keterangan dan yang menjadi subjek penelitian ini adalah Desi Aristianti dan 3 *customer* sedangkan objek penelitiannya *Brand* Yasyifaa. Selanjutnya data yang didapat dianalisis menggunakan teknik analisis pendekatan kualitatif.

Hasil dari penelitian ini yaitu diketahui strategi dakwah yang diterapkan oleh Yasyifaa dalam memperkenalkan produk busana muslim telah terbukti efektif dalam mencapai tujuan mereka. Melalui pemanfaatan media sosial, kampanye edukasi, kolaborasi dengan influencer, inovasi produk, serta pelayanan yang baik, Yasyifaa berhasil membangun brand yang tidak hanya dikenal karena kualitas produknya tetapi juga karena nilai-nilai Islami yang diusungnya. Yasyifaa menjadi contoh bagaimana sebuah brand dapat menggabungkan antara bisnis dan dakwah untuk menciptakan dampak positif yang luas di masyarakat.

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Firna Annisa Mardayanti
NPM : 2004012006
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 25 Juni 2024
Yang Menyatakan,



Firna Annisa Mardayanti
NPM. 2004012006

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾

”Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. (Q.S Al-Insyirah 94:5)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Dengan kerendahan ini penulis persembahkan hasil studi ini kepada :

1. Teruntuk orangtua saya tercinta, terkasih sayang Siti Maryam dan Bapak Daryanto yang telah mendidik sejak kecil, selalu mendoakan, memberi motivasi dan semangat, yang selalu mencurahkan kasih sayang dengan segenap jiwa dan raganya, yang tak bisa tergantikan oleh apapun dan yang tak ternilai dengan harta, serta sumber kekuatan sehingga anakmu sampai pada keberhasilan menyelesaikan studi S-I.
2. Teruntuk adikku terbaik yang Kak Firna sayangi; Muhammad Idris, Salma Khoirunnisa, dan M. Haidar Yahya yang telah banyak membantu do'a maupun materi, yang dengan tulus dan sabar. Terimakasih selalu memberikan dukungan untuk menjadi orang sukses.
3. Teruntuk sahabat-sahabat saya terimakasih sudah banyak membantu selama di perkuliahan.
4. Almamater Institut Agama Islam Negeri Metro (IAIN) Metro Lampung.
5. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri, Firna. Terima kasih sudah bertahan hingga dititik saat ini, walau seringkali putus asa atas yang di usahakan belum berhasil, namun terimakasih sudah menjadi manusia yang tidak menyerah dan terus mencoba sesulit apapun prosesnya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Dalam upaya menyelesaikan Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag PIA Rektor IAIN Metro. Dr. H. Aguswan Khotibul Umam, S.Ag, M.A Dekan Fakultas Ushuluddin Adab, dan Dakwah. Dr. Astuti Patminingsih, S.Ag, M.Sos.I Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Wawan Trans Pujiyanto, M.Kom.I Pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi.

Kritik dan saran demi perbaikan penulisan Skripsi ini sangat peneliti harapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada dan hingga akhirnya semoga hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan bagi Jurusan maupun Fakultas.

Metro, 20 Juni 2024
Peneliti,



Firna Annisa Mardayanti
NPM. 2004012006

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Penelitian Relevan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi	9
B. Dakwah.....	11
C. Strategi Dakwah	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Sumber Penelitian	22

C. Subyek dan Obyek Penelitian	23
D. Metode Pengumpulan Data	24
E. Teknik Analisis Data.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN	
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	26
B. Strategi Dakwah yang digunakan Owner Brand Yasyifaa dalam Memperkenalkan Produk Busana Muslim	30
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 4.1. Logo Brand Yasyifaa.....29
2. Gambar 4.2 Stiker Brand Yasyifaa.....39
3. Gambar 4.3 Stiker Brand Yasyifaa.....39

DAFTAR LAMPIRAN

1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian
2. Surat Keputusan (SK) Pembimbing Skripsi
3. Izin Prasurey
4. Outline
5. Alat Pengumpul Data (APD)
6. Surat Tugas Research
7. Surat Izin Research
8. Surat Balasan Research
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Surat Keterangan Bebas Pustaka
11. Surat Keterangan Bebas Plagiasi
12. Foto Dokumentasi
13. Riwayat Hidup

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar didunia, yang menjunjung tinggi nilai estetika dalam pergaulan sehari-hari. Didalam islam diajarkan begitu banyak hal dari yang terkecil hingga permasalahan yang terbesar. Berbusana yang baik tentu saja masuk ke dalam ajaran islam, karena islam sebagai agama dakwah, yaitu sesuatu yang lengkap sesuai dengan fitrah insani, agama islam menuntun seluruh aspek kehidupan manusia dan memberikan pedoman untuk mengembangkan kebudayaan yang setinggi tingginya agar manusia berbahagia di dunia dan di akhirat.¹

Dakwah bisa dilakukan dengan menggunakan banyak cara dalam kondisi yang beragam pula. Kaum muslimin wajib berusaha mengubah keadaan mereka, terutama tatkala kekufuran telah merajalela.² Dakwah adalah suatu upaya mengajak orang lain kepada kebaikan, sebagaimana yang dikatakan Amrullah Ahmad Dakwah pada hakikatnya merupakan aktualisasi imani (teologis) yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap, dan bertindak manusia dalam tataran kenyataan individual dan sosio cultural dalam rangka melaksanakan

¹ Syahrul Amin, *Menuju Persamaan Renungan Pokok Islam*, (Yogyakarta: Salahuddin Press, 1983), hlm.29n.

² Abdurrahman al-Baghdadi, *Da'wah Islam dan Masa Depan Umat*, (Bangil: AlIzzah, 1997), him. I.

terwujudnya ajaran Islam dalam segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu."³

Dakwah bukanlah aktifitas paruh waktu, dalam arti bahwa kegiatan dakwah akan terus berlangsung sampai kapanpun dan di manapun (*ji kulli waktin wazam 'anin*) selama masih ada denyut kehidupan. ⁴Semua itu termasuk kewajiban berdakwah yang telah dibebankan Allah SWT kepada seluruh kaum muslimin. Firman Allah SWT dalam QS. Ar Rad ayat 11:

لَهُر مُعَقَّبَتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ تَحْفَظُونَهُر مِّنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُر وَمَا لَهُم مِّنْ دُونِهِر مِّنْ وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya: “Baginya (manusia) ada (malaikat-malaikat) yang menyertainya secara bergiliran dari depan dan belakangnya yang menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

Dakwah merupakan kegiatan yang mempunyai cakupan yang sangat luas dan tidak monoton. Dakwah juga merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan dari pengalaman keislaman seseorang dalam lingkungan sosial

³ Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: PLP2M, 1985), cet ke-2, him. I.

⁴ Ahmad Syafi'i Ma'arif, *Membunyikan Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), Cet ke-1, h.101.

budaya yang beragam. Oleh karenanya, penyampaian pesan-pesn dakwah ini pun dapat dilakukan dengan berbagai cara sesuai keahlian dan keterampilan masing-masing pelaku dakwah, sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip dan kaidah ajaran Islam. Dakwah dapat dilakukan melalui media seni, sastra, budaya, tulisan, dan perbuatan salah satu bentuk perbuatan dakwah adalah berbusana muslimah.⁵

Saat ini, berbusana muslim/muslimah telah menjadi trend yang banyak dilakukan masyarakat, apalagi dalam momentum-momentum keagamaan seperti di saat bulan Suci Ramadhan, Hari Raya Islam, menghadiri pesta-pesta dan seterusnya. Seiring dengan semakin tingginya apresiasi masyarakat terhadap busana muslim, muncul pula nama-nama yang kemudian dikenal sebagai perancang khusus busana muslim.

Dari berbaga contoh yang di ambil ada beberapa perancang busana muslim seperti, Ida Royani, Ida Leman, Feni Mustafa pemilik rumah busana Shafira, Anne Rufaidah.⁶ Perancang busana muslim/muslimah dituntut ikut berpartisipasi dalam mensosialisasikan hasil rancangannya agar dikenal oleh masyarakat. Dengan begitu, tercapailah tujuan dakwah yakni menyampaikan pesan Islam. Dengan hadirnya desainer muslim, merupakan suatu alat bagi penyampaian pesan dakwah yang dapat dirasakan secara nyata. Melalui goresan-goresan imajinasi yang tinggi mampu melahirkan corak indah,

⁵ M. Quraish Shihab, *Jilbab, Pakaian Muslimah: pandangan Utama Masa Lalu dan Cendekiawan Kontemporer*, (Jakarta: Lenlera Hali 2004), him. 29.

⁶ [http://cybershopping.cbn.net.id/smart.asp?postid== 1 9](http://cybershopping.cbn.net.id/smart.asp?postid==19)(Busana Muslimah Dulu dan Sekarang, Smart Shop: Wed Juli 23, 2003).

anggun dan menarik namun tetap berada pada garis penetapan yang telah ditentukan oleh ajaran Islam.

Busana muslim juga berfungsi sebagai penegas identitas dan dapat memberi dampak psikologis bagi pemakainya.⁷ melalui busana, seorang muslimah mengidentifikasikan bahwa dirinya berbusana dengan tidak menyalahi ajaran syariat Islam. Lebih lagi karena wanita muslimah diperintahkan Allah untuk menutupi aural tubuhnya, sesuai dengan firman Allah dalam QS Al-Ahzab ayat 59 :

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْنَّ مِنْ جَلْبِيبِهِنَّ ذَٰلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَّحِيمًا ﴿٥٩﴾

Artinya: “Hai Nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka". Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

Sejalan dengan kemajuan teknologi dan menjamurnya media informasi maka media penyampaian dakwah pun semakin luas dan berkembang, baik berupa elektronik maupun cetak. Dalam hal ini kini tidak sedikit desainer-desainer yang berlomba-lomba berdakwah dengan cara mensosialisasikan atau menerbitkan hasil karya di sosial media melalui instagram, facebook,

⁷ M. Quraish Shihab, *Jilbab, Pakaian Muslimah: pandangan Utama Masa Lalu dan Cendekiawan Kontemporer*, (Jakarta: Lenlera Hali 2004), him. 29.

whatsapp dan sosial media lainnya. Salah satunya pendiri UMKM lokal asal Kota Metro Lampung yang bernama Desi Aristianti S.Pd yang kini berprofesi sebagai perancang busana muslim, yang tentunya sangat berperan bagi perkembangan dakwah islam selama ini.

Sebenarnya Desi Aristianti merupakan figur yang patut diteladani dalam hal aktifitas dakwahnya. Metode dakwah dan strategi dakwah beliau merupakan suatu hal yang unik sekaligus menarik untuk dikaji, sehingga dapat memberikan kontribusi positif bagi kita. Beliau seorang ibu rumah tangga yang masih mau menyempatkan diri untuk dakwah Islam melalui waktu yang sangat terbatas.

Mensosialisasikan busana muslim bukanlah hal yang mudah dan tidak dapat dipungkiri, Hidup dimasyarakat terkadang diklasifikasikan pada golongan-golongan yang ada. Klasifikasi tersebut sangat terasa sekali dikehidupan modern. Sesungguhnya dalam konsep ajaran Islam menempatkan manusia pada kedudukan yang sejajar dengan manusia lain.

Pasar yang meluas dan daya tarik yang memikat, membuat orang melirik busana muslim dari berbagai merek, dan ini menjadi tugas desainer untuk tetap dapat menjaga nilai Islam, tetapi juga berdakwah dengan mensosialisasikan busana tersebut kepada khalayak ramai, dan itu semua menjadi tantangan bagi seorang Desi Aristianti dengan Brandnya Yasyifaa untuk dapat mensosialisasikan atau memperkenalkan busana muslim rancangannya sekaligus berdakwah dikalangan masyarakat.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat judul “ STRATEGI DAKWAH OWNER BRAND YASYIFAA DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK BUSANA MUSLIM ”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam hal ini masalah yang di ambil peneliti yaitu: “Bagaimana owner *Brand* yasyifaa melakukan dakwah islam melalui busana muslim?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi dakwah Owner *brand* Yasyifaa melalui busana muslim.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan berguna untuk dapat memberikan informasi dan pengetahuan bagi studi Komunikasi dan Penyiaran Islam serta memberikan masukan bagi para pihak yang berkepentingan dan referensi untuk peneliti berikutnya.

2. Manfaat Praktis

Bisa digunakan sebagai pengetahuan bagi para peneliti dan menjadi rujukan untuk penelitian berikutnya, juga dapat menjadi acuan dalam upaya mengembangkan dakwah Islam melalui pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran produk busana muslim.

E. Penelitian Relevan

Penelitian ini mengidentifikasi perbedaan dan kesamaan dalam bidang kajian yang diteliti dengan penelitian sebelumnya. Hal ini penting untuk disampaikan oleh peneliti guna menghindari pengulangan studi pada topik yang serupa, sehingga dapat memahami aspek-aspek yang membedakan penelitian yang akan dilakukan dari penelitian sebelumnya.

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Tasha Helmi Mahindria (2014) dalam skripsi berjudul “ *Busana Muslim Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Upaya UIN Fashion Fair dalam Memasyarakatkan Busana Muslim)* ” . Persamaan dan perbedaan pada penelitian Tasha Helmi Mahindria dan penelitian yang akan dilakukan yakni sama sama menggunakan objek pembahasan Busana Muslim. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Tasha Helmi Mahindria dikaji dalam perspektif komunikasi dakwah sosial sedangkan penelitian ini menggunakan konsep perspektif komunikasi islam.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Sekuat Sanjaya (2019) dalam skripsi berjudul “*Strategi Dakwah Da’I dalam Meningkatkan Akhlakul Karimah Santri Pesantren Modern Nahdatululama diDesa Negri Agung Kecamatan Talang Padang Tanggamus*”. Persamaan pada penelitian Sekuat Sanjaya dan penelitian yang akan peneliti lakukan yakni sama sama membahas tentang strategi dakwah sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Arif Zamhari (2021) dalam skripsi yang berjudul “*Hijab Fashion Sebagai Strategi Dakwah pada Hijabers Community Jakarta*”. Penelitian dari Arif Zamhari ini bertujuan ini untuk membuktikan bahwa hijab eksis sebagai gerakan dakwah maupun gerakan gaya hidup fashion sedangkan penelitian ini fokus pada strategi dakwah yang dilakukan untuk memperkenalkan busana muslim.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

Secara bahasa strategi berasal dari kata *strategic* yang berarti menurut siasat atau rencana dan *strategy* yang berarti ilmu siasat.⁸ Menurut istilah strategi adalah rencana yang cermat mengenal kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁹ Strategi yaitu tindakan yang bersifat terus menerus, mengalami peningkatan dan dilakukan sesuai sudut pandang tentang apa yang diinginkan dan diharapkan.

Menurut Sukristono, strategi adalah sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Sedangkan menurut Hamel dan Prahalad, strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan.¹⁰

Menurut David, Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang, strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, difersifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi, dan joint venture.

⁸ John M Echols, Hasan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), hal. 701.

⁹ Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, ed. 3 cet. 3*, (Jakarta: PT Balai Pustaka, 2005), hal 423.

¹⁰ Husein Umar, *Strategi Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Utama, 2001), hal. 31.

Menurut Tjiptono, Strategi merupakan sekumpulan cara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, sebuah rencana dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

Menurut Anthony, Parrewe, dan Kacmar, Strategi adalah sebagai formulasi misi dan tujuan organisasi, termasuk didalamnya adalah rencana aksi untuk mencapai tujuan dengan secara terus terang serta mempertimbangkan kondisi persaingan dan pengaruh kekuatan dari luar organisasi yang secara langsung atau tidak berpengaruh terhadap kelangsungan organisasi.

Menurut Tjiptono, menjelaskan strategi dapat di definisikan dari dua perspektif yang berbeda, yaitu dari perspektif apa yang satu organisasi ingin lakukan dan dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan.

Sehingga dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi itu adalah suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran dalam jangka waktu yang panjang. Saat strategi telah diterapkan maka akan diketahui apakah gagal atau berhasil pada suatu tujuan tersebut, dengan beberapa pertimbangan berupa faktor faktor internal dan eksternal pada perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan sehingga mampu unggul dari pesaing-pesaingnya.

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari etimologi atau bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa 'Arab yakni *da'a*, *yad'u* atau dakwah dalam bentuk isim masdar dari *du'aa* yang keduanya mempunyai arti sama yaitu ajakan, seruan atau panggilan. Asal kata *du'aa* bisa diartikan bermacam-macam, tergantung kepada pemakainya dalam kalimat. Misalnya, *du'a* dapat diartikan memanggil atau menyeru dia. *Du'an lahu* dengan arti mendoa'kan dia atau baginya. Secara harfiah dakwah merupakan sebuah proses penyampaian informasi terkait ajaran islam maupun hal-hal dalam ajaran islam yang belum pernah diketahui sebelumnya.¹¹

Sedangkan menurut terminologi atau istilah ada beberapa pengertian, dakwah adalah mengandung upaya menyebarkan kebenaran dan mengajak orang lain untuk mempercayainya.¹² Menurut Kustadi Suhandang, dakwah adalah bahwa manusia diseru untuk mendakwahi orang lain untuk berbuat kebajikan melakukan amar makruf nahi munkar berupa kontrol sosial.¹³

Secara umum dakwah adalah mengajak atau menyeru kepada ajakan atau seruan kepada yang lebih baik.¹⁴ Begitu juga didalam al-Qur'an surat An- Nahl:125,

¹¹ Aziz dan Barriyati, "DAKWAH DAN KOMUNIKASI DALAM KONSELING LINTAS BUDAYA," 5.

¹² Mahmuddin, *Manaemen dakwah Rasulullah*, (Jakarta, Restu Ilahi, 2004), hal. 6.

¹³ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung, Remaja Rosdakarya 2013), hal. 10.

¹⁴ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 17.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ



artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalanNya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapatkan petunjuk.

Menurut pandangan Ibnu Taimiyah, dakwah merupakan suatu proses usaha untuk mengajak agar orang beriman kepada Allah, percaya apa yang telah diberitakan oleh Rasul dan taat terhadap apa yang telah diperintahkan yang meliputi dua kalimat syahadat, menegakkan salat, menunaikan zakat, puasa bulan Ramadhan, melaksanakan haji, iman kepada malaikat, kitab-kitab-Nya, hari kebangkitan, qadha dan qadar.

Menurut Al-bahy al-Khauily, dakwah adalah usaha mengubah situasi kepada yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap individu maupun masyarakat.

Menurut Ra'uf Syalaby, dakwah adalah gerakan untuk merealisasikan undang-undang (Ihya al-Nidham) Allah yang telah dituturkan pada nabi Muhammad saw.

Dakwah menurut Imam Ibnu Katsir yaitu untuk menyeru kepada manusia bahwa berdakwah adalah jalan Nabi Muhammad, tariqah beliau, sunnah beliau yaitu mengajak untuk bersaksi bahwa tiada Tuhan selain Allah yang maha esa dan tiada sekutu bagi-Nya. Dalam kitab ushulud

dakwah dijelaskan bahwa orang yang pertama kali berdakwah yaitu Nabi Muhammad.¹⁵

Allah memuliakan umat Nabi Muhammad agar menjadikan dakwah sebagai pekerjaan keseharian mereka, seperti halnya para rasul. Hal ini ditegaskan dalam Q.S Ali Imran: 110:

إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا لَنْ تُغْنِيَ عَنْهُمْ أَمْوَالُهُمْ وَلَا أَوْلَادُهُمْ مِنَ اللَّهِ شَيْئًا
وَأُولَئِكَ هُمْ وَقُودُ النَّارِ ﴿١١٠﴾

Artinya: *Kamu (umat Islam) adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.*

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa dakwah adalah seruan atau ajakan, penyampaian, pengajaran kepada umat manusia secara menyeluruh untuk menuju jalan yang benar, menyeru kepada perbuatan yang ma'ruf dan mencegah dari perbuatan yang munkar, menyerukan ajaran Islam kepada seluruh umat manusia di dunia ini, agar dapat menerapkannya sesuai dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah Rasulullah saw, sehingga dapat mencapai keselamatan dan kebahagiaan di dunia maupun di akhirat kelak

¹⁵ Anisatur Roffiah, METODE DAKWAH KYAI ABDUL MUIZ DALAM MEMBENTUK KEPERIBADIAN MUSLIM SANTRI DI PONDOK PESANTREN SALAFIYAH KARANGMALANG KANGKUNG KENDAL," 21.

2. Macam Macam Dakwah

Dakwah Islam dapat dikategorikan tiga macam¹⁶ yaitu :

a. Dakwah Bi al-lisan

Dakwah bi al-lisan adalah dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, antara lain ceramah, khutbah, diskusi, metode ini sering digunakan para da'i dan tokoh agama Islam dan lain-lain.

b. Dakwah bil – Hal

Dakwah bil-Hal yaitu dakwah dengan perbuatan nyata yang meliputi keteladanan

c. Dakwah bi al-Qalam

Dakwah bi al-Qalam adalah dakwah melalui tulisan yang dilakukan dengan cara menulis baik diinternet maupun disurat kabar.

3. Unsur Unsur Dakwah

Dari uraian sebelumnya, jelaslah bahwa keberhasilan suatu dakwah ditentukan oleh berbagai macam elemen yang terkait dengan unsur-unsur dakwah itu sendiri, yang merupakan satu kesatuan yang utuh. Adapun unsur-unsur dakwah yaitu:

a. Subjek Dakwah

Subjek dakwah yang dimaksud ialah pelaku aktivitas dakwah. Maksudnya, seorang *da'i* hendaknya mengikuti cara-cara yang telah ditempuh oleh Rasulullah, sehingga hasil yang diperoleh pun bisa mendekati kesuksesan seperti yang pernah di raih Rasulullah

¹⁶ Syamsul Munir Amin, *Tajdid al-fikrah fi al Da'wah al Islamiyah, Makalah bahasa Arab dalam perkuliahan Dakwah*, Wonosobo: Al Jami'li Ulum Al Qur'an Jawa Al Wustho, 17 Ramadhan 1424/2003 M.2-3.

saw, oleh karena itu, M. Natsir mengatakan bahwa kepribadian dan akhlak seorang da'i merupakan penentu keberhasilan seorang da'i.

b. Materi Dakwah

Materi dakwah tidak terlepas dari ajaran Islam itu sendiri, yaitu Alquran dan hadis. Seorang da'i harus memiliki pengetahuan tentang materi dakwah. Materi dakwah harus sinkron dengan keadaan masyarakat Islam sehingga tercapai sasaran yang telah ditetapkan. Seorang da'i harus mampu menunjukkan kehebatan ajaran Islam kepada masyarakat yang mudah dipahami dan dimengerti.

c. Metode Dakwah

Cara berdakwah yang baik telah dicontohkan oleh Rasulullah saw. sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Allah swt. QS. Al-Nahl ayat 125 yang merupakan kerangka acuan bagi setiap da'i, baik dalam cara berpikir maupun dalam bersikap.¹⁷

C. Strategi Dakwah

Strategi dakwah sebagai proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dakwah adalah siasat, taktik atau gerakan cepat yang ditempuh dalam rangka mencapaitujuan dakwah.

¹⁷ Alimuddin, N. (2007, April 15). *KONSEP DAKWAH DALAM ISLAM*. *Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, 4(1), 73-78.

Menurut Muh. Ali Aziz mendefinisikan strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini yaitu: Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaiannya kegiatan dakwah) termasuk menggunakan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya ataupun kekuatan. Strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja belum sampai pada tindakan. Menyampaikan materi dakwah pun bisa dilakukan dengan metode ceramah yang telah disiapkan.¹⁸

Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan, oleh karena itu sebelum penyusunan strategi maka perlu merumuskan tujuan yang jelas dapat diukur keberhasilannya. Berkaitan dengan perubahan masyarakat yang berlangsung di era globalisasi, maka perlu dikembangkan strategi dakwah Islam sebagaimana dalam buku “Dakwah Dengan Cerdas” Syech Khoiri Maulana Arabi:

1. Meletakkan paradigma tauhid dalam dakwah.

Meletakkan paradigma tauhid dalam dakwah berarti menjadikan konsep tauhid menjadi landasan utama dalam menyampaikan ajaran Islam. Dengan meletakkan paradigma tauhid sebagai dasar dalam dakwah diharapkan umat Islam dapat memiliki keyakinan yang kuat dan benar

¹⁸ Lumbu dkk., “Pemberdayaan Majelis Ta’lim al-Hidayah Lampung Tengah dalam Pencegahan paham Radikalisme dan Konflik antar Umat Beragama,” 178.

tentang keesaan Allah, serta mampu mengimplementasikan nilai-nilai tauhid dalam kehidupan sehari-hari.¹⁹

Pada dasarnya dakwah adalah usaha menyampaikan risalah tauhid yang memperjuangkan nilai-nilai kemanusiaan yang universal. Dakwah berusaha mengembangkan fitrah dan kehanifan manusia agar mampu memahami hakekat hidup yang berasal dari Allah dan kembali pada-Nya. Mengembangkan potensi atau fitrah manusia, maka dakwah tidak lain merupakan suatu proses memanusiaikan manusia dalam proses transformasi kebudayaan masyarakat yang membentuk ekosistem kehidupan. Karena itu, tauhid merupakan kekuatan kalimat yang dapat mempengaruhi pembacanya dalam teologi dakwah yang akan memperkuat strategi dakwah.

2. Perubahan masyarakat berimplikasi pada perubahan paradigmatis pemahaman agama.

Dalam Islam, perubahan masyarakat dan konteks sosial dapat berimplikasi pada perubahan paradigmatis dalam pemahaman agama. Salah satunya ijtihad yang menguraikan bagaimana Islam merespons perubahan masyarakat. Ijtihad merupakan usaha intelektual yang dilakukan oleh para ulama untuk menginterpretasikan ajaran agama sesuai dengan konteks zaman. Ini adalah mekanisme utama dalam Islam untuk menangani perubahan dan dinamika sosial.²⁰

¹⁹ Abdullah Karim “ *Realisasi Tauhid dalam Kehidupan*” Universitas Negeri Antasari, hall6

²⁰ Sultan Syarif Kasir Riau “*Konsep dan Metode Ijtihad Imam AlSyaukani*” hall,13

Dakwah sebagai gerakan transformasi sosial sering dihadapkan pada kendala-kendala kemampuan keberagaman seolah-olah sudah merupakan standar keagamaan yang final sebagaimana agama Allah. Pemahaman agama yang terlalu eksoteris dalam menerima gejala-gejala kehidupan dapat menghambat pemecahan masalah sosial yang dihadapi oleh juru dakwah itu sendiri oleh karena itu diperlukan pemikiran inovatif yang dapat mengubah kemampuan pemahaman agama dari pemahaman yang tertutup menuju pemahaman keagamaan yang terbuka.

3. Strategi yang imperatif dalam dakwah.

Dakwah Islam berorientasi pada amar ma'ruf nahi munkar. Dalam hal ini, dakwah tidak dipahami secara sempit sebagai kegiatan yang identik dengan pengajian umum atau memberikan ceramah di atas podium, lebih dari itu esensi dakwah sebetulnya adalah segala bentuk kegiatan yang mengandung unsure Amar ma'ruf nahi munkar.

Dalam pengetahuan istilah strategi beberapa ahli mengartikan bahwa:

- a. Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijak sana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.
- b. Syi'kh Ali Makhfudz, dalam kitabnya Hidayatul Mursyidin memberikan definisi dakwah sebagai berikut: dakwah Islam yaitu; mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (hidayah), menyeruh mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari

kemungkarannya, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.

- c. Hamzah Ya'qub mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) untuk mengikuti petunjuk Allah dan RasulNya.

Dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa fungsi dakwah, untuk menyebarkan Islam kepada manusia sebagai individu dan masyarakat sehingga mereka merasakan rahmat Islam sebagai rahmatan lil alamin bagi seluruh makhluk Allah.

Firman Allah QS.al-Anbiya: 108;

قُلْ إِنَّمَا يُوحَىٰ إِلَيَّ أَنَّمَا إِلَهُكُمُ إِلَهُ وَاحِدٌ ۖ فَهَلْ أُنْتُمْ مُسْلِمُونَ



Artinya: “*Sesungguhnya yang diwahyukan kepadaku adalah: “Bahwasanya Tuhanmu adalah Tuhan Yang Esa, maka hendaklah kamu berserah dari (kepada-Nya)”*”.

Dakwah berfungsi melestarikan nilai-nilai Islam dari generasi kaum muslimin berikutnya sehingga kelangsungan ajaran Islam beserta pemeluknya dari generasi ke generasi berikutnya tidak terputus. Dakwah berfungsi korektif artinya meluruskan akhlak yang bengkok, mencegah kemungkarannya dan mengeluarkan manusia dari kegelapan rohani.

Tujuan Dakwah Sebenarnya tujuan dakwah itu adalah tujuan diturunkan ajaran Islam bagi umat manusia itu sendiri, yaitu untuk

membuat manusia memiliki kualitas akidah, ibadah, serta akhlak yang tinggi. Dakwah adalah terjadinya perubahan dalam diri manusia, baik kelakuan adil maupun actual, baik 25 pribadi maupun keluarga masyarakat, *way of thinking* atau cara berpikirnya berubah, *way of life* atau cara hidupnya berubah menjadi lebih baik ditinjau dari segi kualitas maupun kuantitas.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang memberikan gambaran secara obyektif suatu masalah dalam penelitian ini. Bentuk penelitiannya adalah penelitian lapangan (*field research*), yang mana peneliti melakukan observasi lapangan ke lokasi dan mendapatkan data yang dibutuhkan. Sedangkan teknik penelitiannya bersifat deskriptif analisis, yaitu memberikan gambaran subjek dan objek penelitian sesuai judul yaitu: “*Strategi Dakwah Brand Yasyifaa dalam Memperkenalkan Produk Busana Muslim*” dengan judul tersebut peneliti dapat menjelaskan bagaimana strategi dakwah yang dilakukan owner *Brand Yasyifaa* dalam memperkenalkan produk busana muslim.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan- kegiatan, sikap- sikap, pandangan- pandangan serta proses- proses yang sedang berlangsung dan pengaruh- pengaruh dari fenomena. Sedangkan penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi,

pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Karena dengan metode penelitian ini dapat mengetahui cara pandang obyek penelitian lebih mendalam yang tidak bisa diwakili dengan angka-angka statistik.

Penelitian deskriptif kualitatif ini berupa keterangan- keterangan bukan berupa angka atau hitungan. Artinya, didalam penelitian ini berusaha mengungkap secara keseluruhan tentang “Strategi Dakwah Brand Yasyifaa dalam Memprkanalkan Produk Busana Muslim”.

B. Sumber Data

Sumber data utama penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari informan atau subyek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung pada subyek untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.²¹ Data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan owner *Brand Yasyifaa* dan Konsumen. Data tersebut dicatat melalui catatan atau melalui perekaman.

2. Sumber Data Skunder

Data skunder merupakan data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek peniliti. Data skunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia. Adapun

²¹ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 1998), Hlm. 112.

data skunder penelitian ini adalah foto hasil observasi dan dokumen dari Rumah Jahit Yasyifaa.

C. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik dalam proses pengumpulan data adapun teknik pengumpulan data itu sebagai berikut:

1. Observasi

Metode observasi berarti mengumpulkan data secara langsung dari lapangan. Data yang diobservasi dapat berupa gambaran sikap, perilaku, tindakan dan keseluruhan interaksi antar manusia. Observasi yang dilakukan peneliti dengan mengamati sekaligus terjun ke lapangan untuk memberikan gambaran awal tentang Strategi Dakwah Owner Brand Yasyifaa dalam Memperkenalkan Produk Busana Muslim.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu, pewawancara sebagai orang yang mengajukan pertanyaan dan narasumber sebagai orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan selama proses wawancara berlangsung.²²

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara dengan owner *Brand* Yasyifaa dan para Konsumen *Brand* Yasyifaa. Dalam wawancara ini peneliti akan mewawancarai 11 informan, 1 informan dari

²²Dedy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya)*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2004, Hlm. 181.

Owner Brand Yasyifaa dan 10 informan dari para konsumen *Brand* Yasyifaa.

3. Dokumentasi

Peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi untuk memperoleh informasi. Dokumentasi adalah pengumpulan data penelitian yang bisa diperoleh melalui fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip, foto, jurnal kegiatan dan sebagainya. Dokumen ini akan peneliti gunakan sebagai alat penguat data yang diperoleh dari Rumah Jahit Yasyifaa berupa foto atau hal-hal lain seperti tulisan yang terkait dengan dokumentasi.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat di pahami dengan mudah dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain.²³

Analisis data kualitatif yang digunakan ini bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan berdasarkan data-data yang diperoleh, selanjutnya mengumpulkan data kembali secara berulang-ulang sehingga dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul. Berdasarkan data yang dikumpulkan lalu hipotesis diterima, maka selanjutnya merangkai fakta-fakta yang khusus

²³ Jogiyanto Hartono, *Metoda Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset,2018), Hlm. 194

menjadi pemecahan masalah yang bersifat umum yang berkaitan tentang judul yang akan diteliti yaitu Strategi Dakwah Owner Brand Yasyifaa dalam Memperkenalkan Produk Busana Muslim.

E. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pengolahan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yang diartikan sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Triangulasi adalah suatu cara mendapatkan data dengan menggunakan metode ganda. Teknik yang digunakan peneliti pada triangulasi menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak.

Teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu sendiri, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data dalam penelitian. Peneliti menggunakan teknik triangulasi data dengan membandingkan hasil wawancara yang diperoleh melalui sumber data sebagai pembanding untuk mengecek kebenaran informasi yang didapatkan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1. Sejarah Yasyifaa

Yasyifaa adalah sebuah merek busana muslim yang didirikan oleh Desi Aristianti atau yang biasa disebut dengan Ummi Zahra pada akhir tahun 2020. Inspirasi utama pendirian Yasyifaa datang dari pengalaman pribadi Ummi Zahra dengan anak perempuannya yang diharuskan untuk mengenakan busana muslim dan menutup auratnya. Berikut adalah kisah perjalanan berdirinya Yasyifaa.

Pada awal akhir tahun 2020 Ummi Zahra menghadapi tantangan dalam mencari busana muslim yang sesuai dengan nilai-nilai Islami dan juga nyaman dipakai oleh khalayak umum seperti para perempuan. Kesulitan Ummi Zahra dalam menemukan busana muslim yang tidak hanya sopan tetapi juga nyaman dan stylish untuk para perempuan dan menjadi sumber inspirasi utama bagi dirinya. Melihat kebutuhan ini, Ummi Zahra memutuskan untuk memulai usaha busana muslim yang fokus pada kualitas, kenyamanan, dan kesesuaian dengan syariat Islam.

Pada akhir tahun 2020, Ummi Zahra resmi mendirikan Yasyifaa. Nama "Yasyifaa" diambil dari kata "Shifa" yang berarti penyembuhan, dengan harapan bahwa setiap produk yang dihasilkan tidak hanya memberikan kenyamanan fisik tetapi juga membawa ketenangan dan kedamaian bagi pemakainya.

Produk pertama yang diluncurkan oleh Yasyifaa adalah koleksi busana muslim untuk remaja dan ibu-ibu. Koleksi ini mendapatkan sambutan yang positif dari pasar karena desainnya yang inovatif dan kualitas bahan yang digunakan. Selanjutnya, Yasyifaa memperluas koleksinya dengan menambahkan busana muslim untuk couple keluarga islami dan hijab yang simple.

Seiring dengan berjalannya waktu, Yasyifaa terus berkembang dan mendapatkan tempat di hati para pelanggan. Inovasi dalam desain dan komitmen untuk mempertahankan kualitas membuat Yasyifaa semakin dikenal luas. Dan pada 29 September 2020, Yasyifaa membuka toko pertamanya di Jl Buncis No. 37 Tejoagung Metro Timur Kota Metro Lampung Ummi Zahra, diikuti dengan peluncuran toko online untuk menjangkau pelanggan di seluruh Indonesia.

Hingga saat ini, Yasyifaa terus berinovasi dan menginspirasi banyak orang dengan produk-produk busana muslim yang tidak hanya indah dan nyaman, tetapi juga mematuhi syariat Islam. Inspirasi yang berasal dari kedua anaknya telah membawa Yasyifaa menjadi salah satu merek busana muslim yang dihormati dan dicintai banyak orang. Dengan komitmen yang kuat untuk memberikan yang terbaik, Yasyifaa siap melangkah ke masa depan dengan penuh optimisme dan dedikasi.

2. Visi Misi Yasyifaa

Selain sejarah di atas , butik Yasyifaa pasti memiliki Visi & Misi, yakni diantaranya sebagai berikut:

VISI Membantu konsumen dalam hal berpenampilan sesuai syariat islam dihari spesialnya dan memberikan mutu yang baik dalam berbusana.

MISI

1. Memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan Yasyifaa dengan mengkomunikasikan keinginan pelanggan serta memberikan saran secara efektif demi tercapainya kepuasan kepada pelanggan.
2. Memperluas jaringan berbusana muslim agar dapat bersaing di pasar yang dinamis dan dapat dikenal oleh banyak konsumen.
3. Menghasilkan produk Yasyifaa yang berkualitas dengan standar mutu yang terjaga serta meningkatkan kreasi dan inovasi untuk mencapai hasil yang terbaik.

3. Profil yasyifaa



Gambar 4.1. Logo Brand Yasyifaa

Berdasarkan logo pada gambar 4.2 di atas memiliki kumpulan makna tentang merek "Yasyifaa" dengan tagline "By Ummi Zahra". Berikut adalah penjabaran arti dan makna dari logo tersebut:

1. Tulisan Arab ini merupakan representasi dari kata **ي** dan **أ** dengan Desain kaligrafi Arab yang artistik ini memberikan kesan elegan dan mengakar pada budaya Islam, menonjolkan identitas Islami dari brand Yasyifaa ini.
2. "Yasyifaa" tampaknya merupakan bentuk lain dari kata **شفاء** (Shifa) yang berarti "penyembuhan" atau "kesembuhan".²⁴ Ini mencerminkan filosofi merek yang mungkin berhubungan dengan memberikan kenyamanan, ketenangan, dan mungkin juga memperbaiki atau meningkatkan kondisi spiritual dan fisik melalui produk busana muslim.

²⁴ Nurul Hikmah "Syifa dalam Perspektif AlQuran" UIN Syarif Hidayatullah hall 56

3. Tagline “By Ummi Zahra” ini menunjukkan bahwa merek ini diproduksi atau dirancang oleh seseorang bernama Ummi Zahra. Penggunaan nama “Ummi” yang berarti “ibu” dalam bahasa Arab dapat menciptakan kesan hangat, peduli, dan penuh kasih, yang dapat meningkatkan nilai merek sebagai sesuatu yang terpercaya dan penuh perhatian.

Secara keseluruhan, logo ini mencerminkan identitas Islami yang kuat, mengusung nilai-nilai kesembuhan, kenyamanan, dan kepercayaan. Ini sangat cocok untuk merek busana muslim yang ingin menonjolkan kualitas spiritual dan fisik dari produk mereka, sekaligus menunjukkan perhatian dan cinta dari pembuatnya. Logo ini dirancang untuk menarik perhatian target pasar yang mencari produk busana muslim yang tidak hanya indah tetapi juga mengandung nilai-nilai dan filosofi Islami yang dalam.

B. STRATEGI DAKWAH YANG DIGUNAKAN BRAND YASYIFAA DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK BUSANA MUSLIM

Hampir setiap manusia diperintahkan untuk menyampaikan ajaran Allah yakni agama islam. Dimana dalam penyampaianya seseorang memiliki strategi atau cara dalam penyampaian yang berbeda beda. Ada yang mengisi ceramah di masjid atau majelis ta’lim, ada juga yang menulis pesan dakwah melalui koran atau buku yang dapat di baca oleh banyak orang dan bahkan berdakwah melalui media sosial. Seperti firman Allah dalam Q.s An-Nahl ayat 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِالتِّي هِيَ أَحْسَنُ
 إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Ayat di atas ditujukan kepada kita umat manusia untuk menyeru ke sesama manusia untuk kembali ke jalan Allah SWT. Oleh karena itu butik Yasyifaa sebagai salah satu media untuk syiar islam khususnya dalam hal berbusana muslim bagi para muslimah. Sebagaimana yang diperintahkan oleh Allah SWT bagi para muslimah untuk berbusana muslim, sebagaimana yang dijelaskan dalam Q.s Al-Ahzab ayat 59.

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْنَّ مِنْ
 جَلْبَابِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ﴿٥٩﴾

Artinya: “Wahai Nabi! Katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin, “Hendaklah mereka menutupkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali sehingga mereka tidak diganggu. Dan Allah Swt. Maha Pengampun, Maha Penyayang”

Dalam ayat ini, Rasulullah SAW. diperintahkan untuk menyampaikan kepada para istrinya dan juga sekalian wanita muslimah termasuk anak-anak perempuan beliau untuk memanjangkan jilbab mereka dengan maksud agar dikenali dan membedakan dengan perempuan non muslimah. Hikmah lain

adalah agar mereka tidak diganggu. Karena dengan mengenakan jilbab, orang lain mengetahui bahwa dia adalah seorang muslim yang baik.

Pesan al-Qur'ān ini datang menanggapi adanya gangguan kafir Quraisy terhadap para muslimah terutama para istri Nabi Muhammad saw. yang menyamakan mereka dengan budak. Karena pada masa itu, budak tidak mengenakan jilbab. Oleh karena itulah, dalam rangka melindungi kehormatan dan kenyamanan para wanita, dan ayat ini diturunkan.

Dalam ajaran Islam, sebagai seorang wanita muslimah diwajibkan untuk menutup auratnya baik di dalam rumah maupun di luar rumah. Menurut bahasa arab kata عَوْرَةٌ, berarti "نقص" kekurangan, kosong خلل dan aib pada sesuatu الشياء ال عَع وَبُ فَيَزِر. Disebut jelek atau aib dikarenakan jelek di pandang. Disebut jelek atau aib, karena jelek dipandang mata dan aib manakala terlihat. Sementara, dalam kamus, aurat diartikan sebagai bagian tubuh manusia yang tabu untuk diperlihatkan kepada orang lain kecuali terhadap muhrim, suami atau istri.²⁵

Brand Yasyifaa melakukan dakwah Islam melalui busana Muslim dengan menggabungkan nilai-nilai keislaman dan gaya hidup modern dalam desain mereka. Mereka fokus pada menciptakan pakaian yang tidak hanya memenuhi standar syariah dalam hal menutup aurat tetapi juga menarik secara estetika dan nyaman dipakai. Yasyifaa memastikan setiap produk mereka mematuhi aturan berpakaian dalam Islam, seperti pakaian yang longgar dan tidak transparan, serta menutupi seluruh tubuh kecuali wajah dan tangan.

²⁵ Muhammad Sudirman "Aurat Wanita dan Hukum Menutupnya Menurut Ajaran Islam" jurnal al-maiyyah volume 9 no.2 hall 31

Setiap perusahaan pasti memiliki perbedaan dalam menentukan metode dalam mengenalkan busana muslim. Selain itu, dalam mencapai efektivitasnya dari komunikasi akan tergantung dalam kemantapan isi pesan yang disampaikan, dan juga dengan menggunakan metode-metode penyampaiannya kepada konsumen.

Sama halnya dengan butik Yasyifaa, dalam menyampaikan dan mengenalkan busana muslimnya. Butik Yasyifaa tidak mengajak secara langsung untuk Muslimah menggunakan baju busana muslim, karena jika muslimah diajak secara langsung belum tentu banyak yang berkenan ingin menggunakan baju busana muslim tersebut. Oleh karena itu harus dengan kemauan dan kesiapan diri sendiri. Jadi butik Yasyifaa ini mengajak para konsumennya untuk hijrah secara perlahan dan tidak memaksakan kehendaknya.

Selain itu, melalui desainya butik Yasyifaa melakukan syiar busana muslim menarik perhatian muslimah diluar sana. Desain dan produk Yasyifaa dibuat dengan aturan agama islam. Dimana baju yang dibuat dan digunakan muslimah harus longgar, tidak ketat, tidak transparan serta menutup dada. Dan brand Yasyifaa sudah menerapkan hal-hal tersebut. Serta brand Yasyifaa ini menggunakan bahan-bahan yang adem, jadi dengan aturan tersebut baju busana muslim Yasyifaa tidak terasa panas walupun baju yang digunakan sangat tertutup.

Desain produk Yasyifaa dibuat sesuai dengan syariat islam, dapat dilihat pada Lampiran. Gambar di lampiran merupakan salah satu koleksi baju

busana muslim yang di buat oleh brand Yasyifaa. Seperti yang diketahui, dalam islam perempuan dilarang menggunakan baju ketat hingga membentuk lekuk tubuh dan bahan baju yang tembus pandang. Namun Yasyifaa membuat inovasi baju busana muslim sehingga bentuk tubuh perempuan tidak terlihat. Tidak hanya dalam produk baju, dalam hal jilbab pun brand Yasyifaa membuat inovasi yang menjadi tren pada zaman sekarang, dengan penggunaan hijab yang simpel dan mudah dikenakan. Produk jilbab brand Yasyifaa seperti gambar di bawah ini:

Dapat dilihat desain jilbab yang diproduksi oleh brand Yasyifaa merupakan jilbab instan yang mudah digunakan tanpa memerlukan jarum, sehingga dalam pemakainya lebih mudah dan cepat dalam menggunakannya. Desainnya pun dibuat sesuai dengan syariat islam, yakni menutup bagian dada. Serta pemilihan bahan yang digunakan Yasyifaa merupakan bahan jersey, diketahui bahwa bahan tersebut terkenal adem dan lembut.

Selain dari pada produk baju busana muslim dan jilbab, brand Yasyifaa memiliki inovasi dalam membuat desain baju. Salah satunya baju muslim keluarga. Zaman sekarang menggunakan busana muslim untuk keluarga atau yang lebih dikenal dengan busana muslim sarimbit sangat sering digunakan, baik dalam acara keluarga, acara hari raya, atau pesta. Baju muslim keluarga saat ini menjadi tren tersendiri bagi keluarga indonesia yang ingin membeli baju muslim. Seperti brand Yasyifaa yang menyediakan baju muslim keluarga tersebut dengan berbagai model, diantaranya dapat dilihat pada Lampiran.

Desain produk-produk dari brand Yasyifaa merupakan hasil karya dari pemilik brand yakni Desi Aristianti, *owner* juga membuat desain yang sesuai dengan kenyamanan mereka sendiri dalam berbusana. Desain yang dibuat tidak harus mengikuti tren yang ada pada saat ini. Tetapi, desain yang dibuat terkadang menjadi tren yang diikuti oleh orang lain di luar sana.

Produk yang dihasilkan oleh brand Yasyifaa didominasi dari bahan jersey dan katun agar dapat menyerap keringat dengan pemilihan model yang *simple* dan pastinya nyaman saat digunakan oleh *customer*. Oleh karena itu karya-karya Yasyifaa dapat diterima oleh siapapun. Busana busana Yasyifaa ini lebih dikhususkan untuk fashion muslim. Hal ini dikarenakan produk Yasyifaa di desain dengan menjaga syariat-syariat agama islam yakni dengan membuat pakaian yang tidak ketat, tidak transparan dan tidak membentuk tubuh.

Strategi komunikasi dakwah dalam melakukan penyiaran busana muslim yang dilakukan oleh brand busana muslim tentu berbeda dengan yang dilakukan oleh brand-brand busana muslim lainnya. Di dalam penelitian ini peneliti merumuskan strategi komunikasi yang dilakukan oleh brand Yasyifaa.

Dalam mencapai kesuksesan suatu strategi dakwah komunikasi tidak bisa lepas dari awal dalam merumuskan strategi komunikasi, yaitu menentukan khalayak ramai. Mengenal khalayak adalah langkah utama bagi pengusaha dalam usaha yang komunikasi yang efektif. Di dalam komunikasi khalayak tidak pasif melainkan aktif sehingga antara komunikator dan

komunikasikan tidak hanya terjadi hubungan namun terjadi pula proses saling mempengaruhi.

Dalam menyusun strategi komunikasi, brand Yasyifaa menentukan khalayaknya adalah seluruh perempuan, mulai dari remaja hingga dewasa, bahkan ibu-ibu juga bisa menjadi sasaran dalam menyiarkan busana muslim ini. Hal ini dikarenakan, saat ini semua perempuan cenderung memilih pakaian dan hijab yang mudah digunakan dan simple. Melihat target pasaran tersebut Yasyifaa memberikan inovasi busana muslim yang memiliki desain yang menjadi tren saat ini serta jilbab instan dan lebih cepat agar tidak memerlukan waktu yang lama.

Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh *owner* brand Yasyifaa yakni Desi Aristianti, yang mengatakan:

“..... Target nya memang untuk anak muda zaman sekarang dan tidak menutup kemungkinan ibu-ibu yang sangat banyak diminati dari produk Yasyifaa. Dan menurut saya produk Yasyifaa ini kalau untuk kalangan anak muda zaman sekarang dan ibu-ibu masih masuk si, karna memang desain Yasyifaa yang mengikuti tren kekinian dan cocok ke dalam semua acara”²⁶

Dalam menyusun pesan dari suatu komunikasi yang ingin disampaikan maka kita yang menyampaikan informasi tersebut harus selektif, artinya menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak. Dalam menggunakan media komunikasi pun kita harus menyesuaikannya. Jadi setiap ingin menyusun dan menggunakan media, kita harus selektif dan dapat menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak.

²⁶ Wawancara dengan Ibu Desi Aristianti sebagai *Owner brand* Yasyifaa, tanggal 24 Mei 2024, Metro.

Dengan memperhatikan kondisi khalayak ramai saat ini yang merupakan era digital, dimana banyak sekali anak muda dan bahkan ibu-ibu yang mengakses media sosial tersebut. Hal ini brand Yasyifaa pastinya melakukan penjualan secara *online* dengan melalui media sosial agar lebih mudah di akses oleh khalayak ramai dan pastinya *customer* lebih mudah menerima pesanan melalui media sosial.

Brand Yasyifaa dalam melakukan aktifitasnya, cara penjualan yang dilakukan secara langsung melalui toko namun juga menerapkan sistem online, seperti penjualan melalui media sosial. Pemasaran brand Yasyifaa lewat media *online* dianggap merupakan media yang efektif saat ini sesuai dengan perkembangan zaman saat ini. Serta banyak nya anak muda dan pastinya ibu-ibu yang menggunakan media sosial tersebut. Alat komunikasinya yang digunakan berupa *smartphone* untuk berkomunikasi, mencari informasi dan bahkan belanja melalui aplikasi *online*. Hal ini juga serupa dengan yang dikatakan salah satu *customer* Yasyifaa, yakni:

“...zaman sekarang dimana hampir semua menggunakan HP, jadi saya sebagai anak muda juga sering melihat baju-baju muslim lewat aplikasi, salah satunya seperti instagram. Dan saya sangat tertarik dengan salah satu brand yang menjual baju muslim, yakni di brand Yasyifaa. Karena peminatnya banyak dan pastinya banyak sekali model bajunya terutama untuk anak muda.”²⁷

Dalam penggunaan media, brand Yasyifaa memilih media sosial sebagai media yang alternatif sekaligus efektif yang digunakan. Hingga saat ini media yang digunakan hanya untuk mempromosikan dan melakukan

²⁷ Wawancara dengan Dinda Putri sebagai *Customer brand* Yasyifaa, tanggal 28 Mei 2024, Metro.

penjualan secara online. Adapun media-media *online* dari brand Yasyifaa dapat dilihat pada Lampiran.

Selain menggunakan media sosial brand Yasyifaa juga menyediakan pembelian secara langsung bagi *customer*. Butik Yasyifaa berada di Tejoagung, Metro Timur, Kota Metro Lampung dan buka setiap pukul 09.00 WIB Sampai 17.00 WIB. Dengan begitu *customer* dapat memilih baju yang diinginkan serta dapat mencobanya secara langsung. Berbelanja secara langsung ke butik Yasyifaa banyak sekali komentar positif dari *customer*, dengan kepuasan berbelanja di Yasyifaa. Adapun kepuasan *customer* dalam meakukan pembelian yakni:

“.....saya sangat suka berbelanja disini, karena model bajunya kekinian tetapi tetap syar’i dan enak saat digunakan. Serta harga baju-baju disini sangat ramah dikantong. Selain itu di Yasyifaa ini bukan hanya menyediakan baju untuk para perempuan, tetapi juga couple keluarga juga bisa, dan pastinya jilbab di Yasifaa ini sangat enak digunakan”²⁸

Dari beberapa strategi yang di terapkan Yasyifaa untuk mengenalkan baju busana muslimnya, brand Yasyifaa juga memiliki inovasi dalam mengemas baju yang sudah laku dijual. Salah satunya dengan memasukan stiker yang berupa *quotes* islami. Adapun contoh stiker yang diberikan saat packaging baju dapat dilihat pada Gambar 4.2 dan Gambar 4.3.

²⁸ Wawancara dengan Anjar Ashelia sebagai *Customer brand* Yasyifaa, tanggal 29 Mei 2024, Metro.



Gambar 4.2 Stiker Brand Yasyifaa



Gambar 4.3 Stiker Brand Yasyifaa

Tujuan dari adanya stiker yang berupa tulisan quotes islami adalah **Memberikan Inspirasi dan Motivasi** untuk customer, quotes islami yang mengandung pesan positif dapat memberikan inspirasi dan motivasi kepada pelanggan. Pesan-pesan ini bisa menjadi pengingat untuk tetap berpegang teguh pada nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Stiker dengan quotes Islami dapat meningkatkan nilai tambah untuk brand Yasyifaa, membuatnya lebih spesial dan berbeda dibandingkan dengan produk serupa yang berada di pasaran. Hal ini bisa menjadi salah satu cara untuk menarik minat konsumen. memasukkan quotes Islami dalam kemasan bisa membantu memperkuat identitas dan citra untuk brand Yasyifaa, sebagai brand yang tidak hanya menjual pakaian tetapi juga menyebarkan nilai-nilai Islami.

Kemasan yang berisi stiker quotes Islami bisa menjadi lebih menarik dan unik, sehingga menambah daya tarik visual dan estetika produk. Melalui stiker quotes Islami, brand dapat turut serta dalam menyebarkan dakwah dan pesan-pesan kebaikan, sehingga kontribusi dalam menyebarkan nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas.

Dengan memberikan sesuatu yang lebih seperti stiker quotes Islami, *customer* mungkin merasa lebih dihargai dan diperhatikan. Hal ini bisa meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap brand Yasyifaa tersebut. Dengan adanya komentar-komentar positif pelanggan Yasyifaa, salah satu *customer* Yasyifaa yang berkomentar dengan inovasi stiker dalam produk busana muslim ini ialah:

“.....Saya sangat menyukai stiker quotes Islami yang disertakan dalam kemasan baju Yasyifaa. Pesannya sangat menginspirasi dan membuat saya merasa lebih dekat dengan nilai-nilai Islam. Dan saya suka bagaimana Yasyifaa selalu berinovasi. Stiker quotes Islami ini membuat produk mereka semakin unik dan menarik. Serta Yasyifaa telah berkontribusi dalam menyebarkan dakwah melalui stiker quotes

Islami ini. Pesan-pesan kebaikan seperti ini sangat bermanfaat bagi kami para konsumen Yasyifaa.”²⁹

Setelah menggunakan beberapa strategi di atas, brand Yasyifaa juga selalu mengadakan kajian rutin. Kajian tersebut yang didominasi oleh ibu-ibu dan anak muda, dengan adanya kajian tersebut sangat bermanfaat untuk menambah komunikasi dan informasi terkait hal-hal positif. Diantaranya mengkaji tentang islam dan menuju jalan Allah SWT yang lebih baik. Kajian tersebut di adakan langsung oleh *owner* brand Yasyifaa yakni Desi Aristianti, kegiatan tersebut dilakukan setiap sebulan sekali di hari jum'at.

Istilah “kajian” sering digunakan dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan. Istilah ini mengacu pada suatu proses atau tindakan yang mencakup penelitian, analisis, dan evaluasi suatu topik atau subjek tertentu. Kajian biasanya digunakan dalam dunia akademik untuk mempelajari suatu masalah atau fenomena untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik. Namun, kajian dapat diterapkan di banyak bidang, salah satunya kajian dalam bidang ke islaman.

Kajian Islam penting karena dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang ajaran-ajaran agama Islam. Ini memungkinkan kita untuk memahami konteks sejarah di mana agama ini berkembang, serta faktor-faktor sosial dan budaya yang mempengaruhi interpretasi dan praktik agama ini. Kajian Islam juga membantu kita memahami etika dan hukum Islam yang menjadi dasar kehidupan sehari-hari umat Muslim.

²⁹ Wawancara dengan Rizka Octalia sebagai *Customer brand* Yasyifaa, tanggal 29 Mei 2024, Metro.

Salah satu tujuan utama kajian Islam adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang ajaran-ajaran agama Islam. Dengan mempelajari berbagai aspek agama ini, kita dapat melihat bagaimana agama Islam tidak hanya berkaitan dengan praktik keagamaan semata, tetapi juga memberikan pedoman untuk berbagai aspek kehidupan. Kajian Islam juga membantu kita memahami bagaimana agama ini berkembang dan beradaptasi dengan berbagai perubahan sosial, budaya, dan politik.

Kajian dalam Islam memiliki banyak manfaat bagi umat Muslim. *Pertama*, kajian Islam membantu umat Muslim dalam memahami ajaran agama dengan lebih baik. Dengan mempelajari ajaran Islam secara mendalam, umat Muslim dapat menjalankan ibadah mereka dengan cara yang benar dan sesuai dengan ajaran agama.

Kedua, studi Islam membantu umat Muslim dalam menghadapi berbagai kesulitan dan transformasi yang terjadi dalam kehidupan kontemporer. Umat Muslim menghadapi banyak pengaruh dan perubahan di dunia modern yang dapat mempengaruhi keyakinan dan praktik keagamaan mereka. Mereka dapat memperkuat pemahaman dan keimanan mereka dengan belajar Islam.

Ketiga, kajian Islam dapat memberikan inspirasi dan motivasi bagi umat Muslim untuk menjalani kehidupan sehari-hari. Karena mereka dapat belajar tentang nilai-nilai agama seperti kasih sayang, keadilan, kesabaran, dan keikhlasan serta solusi menghadapi berbagai tantangan dan kesulitan yang muncul dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Keutamaan-keutamaan yang telah peneliti kemukakan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa fungsi dari kajian tersebut adalah:

- 1) Sebagai sarana mengingat dan memohon ampunan dari Allah SWT.
- 2) Sebagai sarana mencari ketenangan dan ketentraman hati.
- 3) Sebagai sarana membentuk sikap dan budi pekerti yang baik serta akhlak yang mulia.

Pada analisis penelitian ini menggunakan 3 prinsip strategi komunikasi dakwah Syech Khoiri Maulana Arabi didalam bukunya yang berjudul “Dakwah Dengan Cerdas” diantaranya adalah :

1. Meletakkan paradigma tauhid dalam dakwah

Meletakkan paradigma tauhid dalam dakwah berarti menjadikan konsep tauhid menjadi landasan utama dalam menyampaikan ajaran islam. Dengan meletakkan paradigam tauhid sebagai dasar dalam dakwah diharapkan umat islam dapat memiliki keyakinan yang kuat dan benar tetang keesaan Allah, serta mampu mengimplementasikan nilai-nilai tauhid dalam kehidupan sehari-hari.³⁰

Dakwah adalah usaha menyampaikan risalah tauhid yang memperjuangkan nilai nilai kemanusiaan yang universal. Brand Yasyifaa salah satu contohnya, dengan stiker islami yang brand yasyifaa tawarkan di setiap packaging menjadi daya tarik orang membeli dan antusias memakai busana muslim. Penjualan di 2 tahun terakhir ini cukup signifikan, terhitung mencapai 2410 pcs busana muslim yang terjual.

³⁰ Abdullah Karim “ *Realisasi Tauhid dalam Kehidupan*” Universitas Negeri Antasari, hall6

Karna bukan hanya membeli tapi Brand Yasyifaa berhasil membangun veluency. Dakwah bukan hanya kata kata tapi juga bisa dilakukan dengan stiker islami yang bisa ditaruh dimana saja agar orang lain bisa membacanya, sehingga orang lain akan terguguh hatinya dari sifat yang buruk menjadi baik.

2. Perubahan masyarakat berimplikasi pada perubahan paradigmatik pemahaman agama.

Dalam Islam, perubahan masyarakat dan konteks sosial dapat berimplikasi pada perubahan paradigmatik dalam pemahaman agama. Salah satunya ijtihad yang menguraikan bagaimana Islam merespons perubahan masyarakat. Ijtihad merupakan usaha intelektual yang dilakukan oleh para ulama untuk menginterpretasikan ajaran agama sesuai dengan konteks zaman. Ini adalah mekanisme utama dalam Islam untuk menangani perubahan dan dinamika sosial.³¹

Dakwah sebagai gerakan transformasi sosial sering dihadapkan pada kendala-kendala keagamaan yang final sebagaimana agama Allah. Kehadiran Brand Yasyifa cukup berpengaruh di Lampung khususnya di Kota Metro. Kota Metro seperti banyak kota lain di Indonesia, mengalami peningkatan kesadaran beragama di kalangan warganya. Kesadaran ini tercermin dalam praktik keseharian, termasuk dalam cara berpakaian. Busana Muslim, yang mencerminkan kepatuhan terhadap ajaran agama Islam, semakin diterima dan dipandang sebagai bentuk ketaatan yang baik

³¹ Sultan Syarif Kasir Riau “*Konsep dan Metode Ijtihad Imam AlSyaukani*” hal,13

dan terhormat.

Lembaga pendidikan dan dakwah di Kota Metro telah memainkan peran penting dalam menyebarkan pemahaman tentang pentingnya busana Muslim. Pesantren, sekolah Islam, dan majelis taklim memberikan edukasi yang mendorong penerimaan busana Muslim sebagai simbol identitas dan kepatuhan agama. Pengajaran tentang tata cara berpakaian yang sesuai dengan syariah telah memperkuat kesadaran masyarakat mengenai pentingnya busana Muslim.

Terlebih dengan hadirnya Brand Yasyifaa trus merubah citra busana muslim menjadi stylish, anggun, moderen tetapi juga tidak menginggalkan syari'at Islam karna desain yang Yasyifaa hadirkan. Selain itu, Yasyifaa juga kerap membagikan pesan pesan isami yang inspiratif seperti quotes islami, tutorial memakai hijab dan berpakaian sesuai syariat islam. Dakwah bukan sebuah tindakan yang bersifat instan sekali jadi dan selese, namum merupakan proses panjang yang terus ada sebagai upaya seseorang atau kelompok dalam menyeru kebaikan. Perubahan masyarakat yang fenomenal, harusnya diimbangi dengan adanya perubahan cara dakwah yang dilakukan dengan penuh inovasi.

3. Strategi yang imperatif dalam dakwah

Dakwah islam berorientasi pada amar ma'ruf nahi munkar sebuah frasa dalam bahasa arab yang maksudnya adalah sebuah perintah untuk mengajak dan menganjurkan hal-hal yang baik dan mencegah hal-hal yang buruk bagi masyarakat.

Selain melakukan dakwah melalui busana muslim owner Brand Yasyifaa juga mengadakan berbagai kampanye edukasi secara offline, untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai busana muslim dan nilai-nilai Islami salah satunya membekali karyawan dengan ilmu agama yang diterapkan kajian sebulan sekali. Sebagai pemilik brand Yasyifaa owner menyadari bahwa bisnis bukan hanya tentang keuntungan finansial, tetapi juga tentang memberikan manfaat sosial dan spiritual. Dengan mengadakan kajian, owner mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam bisnisnya, menjadikan brand Yasyifaa sebagai platform untuk berdakwah. Hal ini menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan keagamaan yang lebih luas.

Owner Yasyifaa menjadi teladan bagi karyawan dan pelanggan dengan mengadakan kajian secara rutin. Ini menunjukkan bahwa seorang pengusaha Muslim bisa sukses secara komersial sambil tetap berkomitmen pada dakwah dan penyebaran ilmu agama. Teladan ini menginspirasi orang lain untuk menjalani kehidupan yang seimbang antara duniawi dan ukhrawi. Owner brand Yasyifaa memainkan peran penting dalam dakwah ini menunjukkan bahwa bisnis dan dakwah dapat berjalan beriringan, memberikan manfaat yang luas baik secara spiritual maupun sosial. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam operasional bisnisnya, owner Yasyifaa memberikan teladan, meningkatkan kesadaran keagamaan, membangun komunitas, memberikan nilai tambah pada produk, memberdayakan ekonomi umat, dan memanfaatkan teknologi untuk

penyebaran dakwah.

kajian ini memiliki banyak manfaat salah satunya memperkuat pemahaman dan keimanan karyawan dengan belajar islam. ini juga menjadi keperdulian owner kepada karyawan karna bukan hanya mencoba untuk mendapatkan profit oriented tapi juga melakukan pemberdayaan sumber daya manusia, karna bagaimanapun sebuah perusahaan akan berhasil jika dikelola dengan baik terlebih memakai konsep islami.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji strategi dakwah yang diterapkan oleh brand Yasyifaa dalam memperkenalkan produk busana muslim kepada masyarakat. Yasyifaa, yang didirikan oleh Ummi Zahra pada tahun 2020, mengusung nilai-nilai Islami yang kuat dan berkomitmen untuk menyediakan busana muslim yang tidak hanya sesuai dengan syariat tetapi juga nyaman dan fashionable. Berdasarkan hasil penelitian, beberapa kesimpulan dalam hal strategi dakwah diantaranya sebagai berikut:

Pertama, Yasyifaa secara efektif memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk menyebarkan pesan dakwah dan memperkenalkan produk Yasyifaa serta pesan-pesan Islami yang inspiratif seperti , tutorial hijab, dan tips berbusana muslim.

Kedua, Inovasi Yasyifaa dalam menyertakan stiker dengan quotes Islami dalam setiap kemasan produk telah memberikan nilai tambah yang signifikan.

Ketiga, Yasyifaa juga mengadakan berbagai kampanye edukasi secara offline, untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai busana muslim dan nilai-nilai Islami.

Strategi dakwah yang diterapkan oleh Yasyifaa dalam memperkenalkan produk busana muslim telah terbukti efektif dalam mencapai tujuan mereka. Melalui pemanfaatan media sosial, kampanye edukasi, kolaborasi dengan

influencer, inovasi produk, serta pelayanan yang baik, Yasyifaa berhasil membangun brand yang tidak hanya dikenal karena kualitas produknya tetapi juga karena nilai-nilai Islami yang diusungnya. Yasyifaa menjadi contoh bagaimana sebuah brand dapat menggabungkan antara bisnis dan dakwah untuk menciptakan dampak positif yang luas di masyarakat.

B. SARAN

Adapun saran-saran yang dapat Peneliti sampaikan terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ditujukan kepada pihak *brand* Yasyifaa: Agar Yasyifaa terus konsisten dalam menjaga unsur-unsur syariat islam dalam produk yang dihasilkan dalam upaya menyiarkan islam melalui busana muslim.
2. Ditujukan kepada para *customer*: untuk tetap mempertahankan jati dirinya sebagai muslimah yang taat pada aturan-aturan islam, terutama aturan dalam cara berpakaian yang harus diterapkan dalam kesehariannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman al-Baghdadi, Da'wah Islam dan Masa Depan Umat, Bangil:AlIzzah, 1997.
- Ahmad Syafi' I Ma'arif, Membunyikan Islam, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995.
- Akhmad Sagir 2015 " Dakwah Bil-Hal: Prospek dan Tantangan Da'i ", t.t.
- Alimuddin, N. 2007, April 15. Konsep Dakwah dalam Islam. Hunafa: Jurnal Studia Islamika, 4(1).
- Amrullah Ahmad, Da'wah Islam dan Perubahan Sosial, Yogyakarta: PLP2M, 1985, cet ke-2.
- Nurul Hikmah " *Syifa dalam Perspektif AlQuran* " UIN Syarif Hidayatullah Aziz, Abdul, dan Barriyati Barriyati. "Dakwah Dan Komunikasi dalam Konseling Lintas Budaya" 16, no. 19 2022.
- Husein Umar, Strategi Management in Action, Jakarta: PT Gramedia Utama, 2001.
- John M Echols, Hasan Shadily, Kamus Inggris Indonesia, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- Kustadi Suhandang,,Ilmu Dakwah, Bandung, Remaja Rosdakarya 2013.
- Karim Abdullah " *Realisasi Tauhid dalam Kehidupan* " Universitas Negri Antasari.
- Jogiyanto Hartono, *Metoda Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data*, Yogyakarta : CV. Andi Offset,2018.
- Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 1998.
- Lumbu, Aliyandi, Choirul Salim, Iktiyar Islamianingrum, dan Tanty Erlina. "Pemberdayaan Majelis Ta'lim al-Hidayah Lampung Tengah dalam Pencegahan paham Radikalisme dan Konflik antar Umat Beragama." DEDIKASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat 4, no. 2 (10 Januari 2023): 171. <https://doi.org/10.32332/d.v4i2.5412>.
- Morissan ,Teori Komunikasi Individu Hingga Massa, Jakarta, Kencana, 2013.
- M. Quraish Shihab, Jilbab, Pakaian Muslimah: pandangan Utama Masa Lalu dan Cendekiawan Kontemporer, Jakarta: Lenlera Hali 2004.

Muhammad Sudirman “*Aurat Wanita dan Hukum Menutupnya Menurut Ajaran Islam*” jurnal al-maiyyah volume 9 no.2.

Mahmuddin, Manaemen dakwah Rasulullah, Jakarta, Restu Ilahi, 2004.

Skripsi Rika Ratnasari 2018 “Metode Dakwah Bil Hal Dalam Perspektif Khalifah Umar Bin Khattab, t.t.

“Suwanti 2020 ” Dakwah Bil Hal Melalui Hijab Mahasiswi Insuri Ponorogo Tahun 2017 ”, t.t.

Syahrul Amin, Menuju Persamaan Renungan Pokok Isfam, Yogyakarta: Salahuddin Press, 1983.

Syamsul Munir Amin, Tajdid al-fikrah fi al Da’wah al Islamiyah, Makalah bahasa Arab dalam perkuliahan Dakwah, Wonosobo: Al Jami’li Ulum Al Qur’an Jawa Al Wustho, 17 Ramadhan 1424/2003 M.2-3, t.t.

Syech Khoiri Maulana Arabi, dakwah dengan cerdas, Jogja, Laksana 2017.

Tim Penyusun, Kamus Besar Bahasa Indonesia, ed. 3 cet. 3, Jakarta: PT Balai Pustaka, 2005.

Wahyu Ilahi, Komunikasi Dakwah Bandung, Remaja Rosdakarya, 2010.

Yannrva Yossi Zulkarnain, Inspirasi Busana Muslim, Depok, Puspa Suara, 2015.

LAMPIRAN

Lampiran 2 SK Pembimbing



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0473/In.28.4/D.1/PP.00.9/05/2023
 Lampiran : -
 Perihal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

15 Mei 2023

Yth.

Wawan Trans Pujiyanto, M.Kom.I

di -

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut di atas, ditunjuk sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa :

Nama : Firna Annisa Mardayanti
 NPM : 2004012006
 Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
 Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
 Judul : Strategi Komunikasi Brand Yasyifa dalam Memperkenalkan Produk Busana di Media Sosial
 Dengan ketentuan :

1 Pembimbing

Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD)

Mahasiswa

Mahasiswa melakukan bimbingan dengan ketentuan sebagai berikut :

- a Pasca seminar Proposal mahasiswa wajib melakukan pendalaman **BAB I, II dan III** kepada pembimbing
 - b Mahasiswa mengajukan surat research setelah mendapat persetujuan (ACC) **BAB I,II dan III** dari Pembimbing
 - c Pengajuan Ujian Skripsi (Munaqasyah) minimal 1 bulan setelah surat research dikeluarkan.
- 2 Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Bimbingan/Surat Penunjukan Pembimbing dikeluarkan.
 - 3 Diwajibkan mengikuti Pedoman Penulisan Skripsi yang dikeluarkan oleh Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Tahun 2018.
 - 4 Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b Isi ± 3/6 bagian.
 - c Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian surat ini disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Wakil Dekan I
 Bidang Akademik dan Kelembagaan

Khoirurrijal

Lampiran 3 *Outline*

OUTLINE

STRATEGI DAKWAH BRAND YASYIFA DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK BUSANA MUSLIM

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

NOTA DINAS

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Pengertian Strategi
- B. Dakwah
 - 1. Pengertian Dakwah
 - 2. Macam-Macam Dakwah
 - 3. Unsur-unsur Dakwah

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
 - 1. Jenis Penelitian
 - 2. Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
 - 1. Sumber Data Primer
 - 2. Sumber Data Skunder
- C. Teknik Pengumpulan Data
 - 1. Wawancara
 - 2. Dokumentasi
- D. Teknis Penjamin Keabsahan Data
- E. Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Objek Penelitian
 - 1. Sejarah Yasyifaa
 - 2. Visi Misi Yasyifaa
 - 3. Profil Yasyifaa
- B. Strategi Dakwah Yang digunakan Brand Yasyifaa dalam Memperkenalkan Produk Busana Muslim

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, 5 Maret 2024

Pembimbing

Peneliti



Wawan Trans Pujianto M, Kom.I
NIP.198710032023211027



Firna Annisa M
NPM.2004012006

Lampiran 4 Alat Pengumpul Data

ALAT PENGUMPUL DATA (APD) STRATEGI DAKWAH BRAND YASYIFA DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK BUSANA MUSLIM

PEDOMAN WAWANCARA

A. PETUNJUK PELAKSANAAN

1. Wawancara bebas terstruktur
2. Selama penelitian berlangsung, peneliti mencatat dan mendeskripsikan hasil wawancara
3. Waktu pelaksanaan wawancara sewaktu-waktu masih bisa berubah mengikuti perkembangan situasi dan kondisi lapangan

B. IDENTITAS

1. Informan : Desi Aristianti
2. Alamat : Jl. Buncis no. 37, tejoagung, ke. metro timur
kota Metro Lampung.
3. Waktu Pelaksanaan : 15 Mei - 15 Juni 2024

C. WAWANCARA

1. Owner Yasyifaa
 - a. Sejak kapan Yasyifaa berdiri ?
 - b. Apa yang menjadi inspirasi utama di balik pembentukan brand Yasyifa?
 - c. Bagaimana strategi berdakwah melalui busana muslim?
 - d. Selain memproduksi dan menjual busana muslim program apa yang biasa Yasyifaa lakukan untuk berdakwah?
 - e. Media apa saja yang digunakan Yasyifa untuk mempromosikan produk dan nilai dakwah? Apa tantangan berdakwah melalui busana muslim?
 - f. Bagaimana Yasyifa berinovasi dalam produk dan strategi dakwah untuk tetap relevan di pasar yang terus berkembang?
 - g. Apa feedback yang paling sering diterima dari konsumen Muslim mengenai produk Yasyifa?
 - h. Apa tantangan berdakwah melalui busana muslim ?
2. Konsumen Yasyifaa
 - a. Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang Rumah Jahit Yasyifaa?

- b. Apa yang membuat bapak/ibu tertarik untuk membeli produk busana Muslim dari Yasyifa?
 - c. Apakah bapak/ibu sangat menyukai desain busana muslim Yasyifaa?
 - d. Menurut bapak/ibu adakah makna setiap baju muslim yang di produksi Yasyifaa?
 - e. Apakah pesan dakwah yang disampaikan Yasyifa melalui produk mereka mempengaruhi pemahaman atau praktik keagamaan bapak/ibu?
3. Karyawan Yasifa
- a. Mengapa Anda tertarik bekerja di toko busana muslim yasyifa?
 - b. Bagaimana Anda berkontribusi dalam mengimplementasikan strategi dakwah Yasyifa?
 - c. Berikan contoh pengalaman Anda dalam memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen?
 - d. Apakah Anda memiliki pengetahuan tentang makna dari busana muslim yang di jual oleh toko yasifa ini?
 - e. Bagaimana anda mengumpulkan dan menanggapi feedback dari konsumen terkait strategi dakwah dan produk?

D. PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Sejarah Yasyifaa
2. Visi dan misi Yasyifaa

Pembimbing



Wawan Trans Pujianto, M.Kom.I
NIP.198710032023211027

Metro, 5 Maret 2024

Peneliti,



Firna Annisa M
NPM.2004012006

Lampiran 5 Surat Tugas



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0487/In.28/D.1/TL.01/05/2024

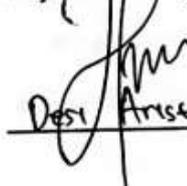
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **Firma Annisa Mardayanti**
 NPM : **2004012006**
 Semester : **8 (Delapan)**
 Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di YASYIFAA, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI DAKWAH BRAND YASYIFA DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK BUSANA MUSLIM".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

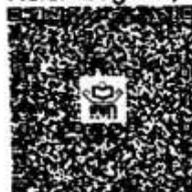
Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,
 Pejabat Setempat


 Desi Aristanti

Dikeluarkan di : Metro
 Pada Tanggal : 15 Mei 2024

Wakil Dekan Akademik dan
 Kelembagaan,



Dr. H. Khoirurrijal S.Ag, MA
 NIP 19730321 200312 1 002

Lampiran 6 Surat Izin Research



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0488/In.28/D.1/TL.00/05/2024
 Lampiran : -
 Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN YASYIFAA
 di-
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0487/In.28/D.1/TL.01/05/2024, tanggal 15 Mei 2024 atas nama saudara:

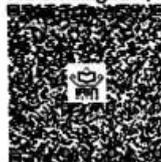
Nama : **Firma Annisa Mardayanti**
 NPM : **2004012006**
 Semester : **8 (Delapan)**
 Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Maka dengan ini kami sampaikan kepada PIMPINAN YASYIFAA bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di YASYIFAA, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI DAKWAH BRAND YASYIFA DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK BUSANA MUSLIM".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 15 Mei 2024
 Wakil Dekan Akademik dan
 Kelembagaan,



Dr. H. Khoirurrijal S.Ag, MA
 NIP 19730321 200312 1 002

Lampiran 7 Surat Balasan Research



YASYIFAA

Jalan Buncis No 37 Tejo Agung, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung
Email : yasyifaa24@gmail.com Telepon 081278815191



SURAT KETERANGAN

Nomor : UMK/.Yasyifaa/C.4/2023

Prihal : Surat Balasan Permohonan Izin Pra-Survey

Kepada Yth,
Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN METRO
Di –

Tempat

Assalamualaikum Wr, Wb

Menindak lanjuti surat permohonan izin pra-survey yang diajukan oleh :

Nama : Firna Annisa Mardayanti

NPM : 2004012006

Semester : 7 (tujuh)

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Strategi Komunikasi Brand Yasyifa Di Sosial Media Dalam Memperkenalkan Produk Busana Muslim

Dengan ini saya selaku owner Yasyifaa memberikan izin kepada yang bersangkutan untuk melaksanakan Pra-Survey di rumah jahit Yasyifaa

Demikian surat ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr, Wb.

Owner Yasyifaa

Desi Aristianti S.Pd



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Firna Annisa M
NPM : 2004012006

Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
Semester/TA : VIII/2024

No.	Hari/Tanggal	Hal yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Oct / 23	- bab 1 2 3 - Dec Sampur .	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa ybs,

Wawan Trans Pujanto, M.Kom.I

NIP. 198710032023211027

Firna Annisa M

NPM.2004012006



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Firna Annisa M
NPM : 2004012006

Fakultas/Jurusan : FUAD /KPI
Semester/TA : VIII/2024

No.	Hari/Tanggal	Hal yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	12/12/2024 6	- Pendalaman BAB I - Acc APD Outline	
1.	22/12/2024 6	Acc Bab 1 dan laporan pemahaman Bab II	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa ybs,



Wawan Trans Fujianto, M.Kom.I

NIP. 198710032023211027



Firna Annisa M

NPM.2004012006



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Firna Annisa Mardayanti

Fakultas/ Jurusan : FUAD/KPI

NPM : 2004012006

Semester/ TA : VIII/2024

No.	Hari/Tanggal	Hal yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	24/6 2024	<ul style="list-style-type: none"> - Ace. Bab 10 & 11 - Siap di muwajozsyahka - Cengkapsi syarat muwajozsyah. - Cek turuti 	

Pembimbing

Wawan Trans Pujianto, M.Kom.I
 NIP. 198710032023211027

Mahasiswa,

Firna Annisa Mardavanti
 NPM. 2004012006

Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Pustaka



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-761/In.28/S/U.1/OT.01/06/2024

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Firna Annisa Mardayanti
 NPM : 2004012006
 Fakultas / Jurusan : Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Komunikasi dan Penyiaran Islam

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 2004012006

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 25 Juni 2024

Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
 NIP.19750505 200112 1 002

Lampiran 10 Surat Keterangan Bebas Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
 Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47298; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuadainmetro@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor: 0652/In.28.4/J.1/PP.00.9/06/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I
 NIP : 197702182000032001
 Jabatan : Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menerangkan bahwa

Nama : Firna Annisa Mardayanti
 NPM : 2004012006
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Judul : Strategi Dakwah Brand Yasyifaa dalam Memperkenalkan Produk Busana Muslim

Mahasiswa tersebut, telah melaksanakan uji plagiasi Skripsi melalui program Turnitin dengan tingkat kemiripan 25 %

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 25 Juni 2024
 Ketua Program Studi KPI



Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I
 NIP. 197702182000032001

Tembusan :

1. Dekan FUAD IAIN Metro
2. Wakil Dekan I FUAD IAIN Metro
3. Kabag TU FUAD IAIN Metro
4. Arsip

DOKUMENTASI

1. Dokumentasi Logo Yaasyifa



2. Dokumentasi Desain Produk Syariat Islam Yaasyifa





3. Dokumentasi Media *Online* Yaasyifa



4. Dokumentasi Produk Hijab Yaasyifa



5. Dokumentasi Produk Busana Keluarga Islami Yaasyifa





6. Stiker Brand Yasyifaa



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap peneliti Firna Annisa Mardayanti, lahir pada tanggal 19 Mei 2001 di Desa Jatidatar Kec. Bandar Mataram Kab. Lampung Tengah. Peneliti merupakan anak pertama dari pasangan Daryanto dan Siti Maryam, peneliti pernah menempuh pendidikan di TK Pertiwi Bandar Mataram Lulus pada Tahun 2008 dan peneliti melanjutkan pendidikan di SD N Banjar Agung lulus pada Tahun 2014, setelah itu melanjutkan pendidikan di MTS Al Mubarak Bandar Mataram lulus pada Tahun 2017, peneliti melanjutkan sekolah di SMA Muhammadiyah 1 Metro lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi di IAIN Metro Lampung. Selama menempuh pendidikan peneliti banyak mendapatkan pengalaman hidup yang sangat bermanfaat baik akademik maupun nonakademik. Untuk itu peneliti mengucapkan trimakasih kepada orang tua, keluarga, dan teman teman yang telah membantu peneliti baik dari segi materi/material.