

REPRESENTASI GAYA HIDUP HALAL DALAM MEDIA SOSIAL DI KALANGAN GENERASI MILENIAL

Gunawan Aji ¹, Naila Abidah ², Hariana Reksa Zakiyya ³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan,
Pekalongan, Indonesia

Email: ¹gunawanaji@uingusdur.ac.id, ²nailaabidah@mhs.uingusdur.ac.id,

³harianareksazakiyya@mhs.uingusdur.ac.id

*gunawanaji@uingusdur.ac.id

ABSTRAK

Penerapan gaya hidup halal yang meluas di kalangan masyarakat serta penggunaan media sosial dan internet yang meluas di kalangan pelaku industri dan masyarakat juga turut mendorong pertumbuhannya. Penelitian ini dibuat untuk menganalisis bagaimana representasi gaya hidup halal dalam media sosial dikalangan generasi milenial. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder dan data primer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup halal menurut muslim Judicial Council Halaal Trust (MJCHT) merupakan tingkah laku seseorang yang dilakukan sesuai kemampuan yang dimiliki secara benar, jujur, berintegritas, berkeadilan, bermartabat, dan juga tidak menyimpang dari ajaran islam. Penggunaan media sosial di Indonesia mengalami perkembangan pesat. Melansir Data Reportal, di tahun 2023, terdapat total 167 juta pengguna media sosial. 153 diantaranya adalah generasi milenial, yang merupakan 79,5% dari total populasi. Dalam era 4.0 sekarang ini, literasi melalui media digital sangat dibutuhkan, terlebih konten mengenai halal dan syariah. Riko The Series merupakan satu bentuk perwujudan muslim yang adaptif di era digital.

Keywords—*Halal Lifestyle, Millennial, Social Media*

1. PENDAHULUAN

Umat Muslim merupakan bagian terbesar dari populasi Indonesia. Oleh karena itu, sangat penting untuk menjunjung tinggi dan melindungi gaya hidup halal. Gaya hidup halal adalah gaya hidup yang terinspirasi oleh keyakinan Islam yang mencakup berbagai aspek kehidupan sehari-hari, termasuk makan dan minum, pakaian dan kosmetik, serta pariwisata¹. Seperti yang ditunjukkan oleh implementasi atau legalisasi sertifikat halal di enam industri aktual, pertumbuhan gaya hidup halal di lingkungan Muslim juga telah merambah ke negara-negara mayoritas non-Muslim

¹ D. I. Zayyan, "Representasi Gaya Hidup Hedonisme Generasi Milenial Dalam Media Sosial Instagram," *Ilmu Komunikasi* (2008): 282.

seperti Eropa, Italia, Inggris, Amerika, Brasil, dan lainnya².

Di dunia modern, teknologi dan jaringan komunikasi berkembang dengan cepat. Perkembangan teknologi ini memiliki berbagai efek perubahan. Hukum alam seperti perubahan tidak dapat diubah. Semua wilayah di negara ini terkena dampaknya, tidak terkecuali Indonesia. Budaya global dan gaya hidup instan semakin meningkat sebagai akibat dari perkembangan teknologi yang begitu cepat. Fenomena ini berkembang sebagai akibat dari momentum globalisasi yang tak henti-hentinya. Hegemoni negara-negara kaya (Barat) terhadap negara-negara berkembang atau miskin merupakan interpretasi umum dari globalisasi. Dimulai dari cara berpakaian dan gaya hidup, makan makanan cepat saji, dan menerima berita secara instan tanpa berpikir kritis³.

Transisi digital mulai mempengaruhi semua aspek kehidupan. Media sosial adalah salah satu kemajuan digital yang paling signifikan. Semua orang tampaknya dapat berpartisipasi dalam media sosial dengan memberikan umpan balik secara terbuka. Komentar, posting ulang, dan penilaian suka/tidak suka adalah contoh masukan yang bisa diberikan. Media sosial memiliki dampak yang signifikan; media sosial dapat dengan cepat membuat seseorang menjadi terkenal dan bahkan membuat mereka membenci seseorang tanpa pernah bertemu dengannya. Media sosial memiliki pengaruh yang besar pada anak muda di Jakarta Selatan. Aspek psikologis, budaya, dan sosial dari perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh media sosial yang dekat dan mudah diakses. Secara umum, gaya hidup halal memiliki definisi yang luas, dan membeli atau mengonsumsi produk halal adalah hal yang paling sederhana dan mudah untuk dilakukan. Dalam

Gaya hidup halal mengacu pada cara hidup seseorang yang ditunjukkan oleh kegiatan, minat, dan pendapatnya terhadap produk halal baik dalam budaya Muslim maupun non-Muslim. Umat Islam tidak diragukan lagi akan terus menggunakan produk halal, baik yang berasal dari bahan maupun proses produksinya. Apalagi sekarang informasi tentang pemahaman Islam lebih banyak tersedia melalui dakwah di media sosial⁴.

Istilah millennial atau millennials mulai dicetuskan oleh William Strauss dan Neil Howe pada tahun 1987. Mereka menciptakan istilah ini pada saat anak-anak yang lahir di tahun 1982 masuk prasekolah dan media pada saat itu mulai menyebutnya sebagai kelompok yang terhubung ke millennium baru di saat lulus SMA tahun 2000. Keduanya menulis tentang kelompok ini dalam buku *Generations: The History of America's Future Generations* dan *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Karena pesatnya perkembangan media sosial. Oleh karena itu, media sosial menjadi

² N Lubis, R. H., & Izzah, "Aktor Penentu Gaya Hidup Halal Generasi Z Di Sumatera Utara.," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8(1) (2022): 97, <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3961>.

³ A. Amelia, "Muslim Generasi Millennial Dan Media Dakwah," *Duke Law Journal*, 1(1) (2019).

⁴ K. R. R. Adinegoro, "Relasi Media Sosial Dan Pasar Dalam Perubahan Nilai Publik Mengenai Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Terhadap Pandangan Gaya Hidup Halal.," *Halal Research Journal* 2(1) (2022): 1-7.

alat yang berguna untuk menyebarkan pengetahuan tentang gaya hidup halal. Generasi milenial sekarang sangat bergantung pada media sosial. Generasi yang dikenal sebagai generasi milenial ini terdiri dari orang-orang yang lahir antara tahun 1980 dan 2000. Generasi ini dikenal sebagai generasi yang aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Generasi milenial menggunakan media sosial untuk mengekspresikan diri, berbagi pengetahuan, dan menjalin hubungan dengan orang lain⁵.

Penerapan gaya hidup halal yang meluas di kalangan masyarakat serta penggunaan media sosial dan internet yang meluas di kalangan pelaku industri dan masyarakat juga turut mendorong pertumbuhannya. Menurut Paramitha dalam Prasetya (2017:173), media sosial terdiri dari sejumlah aplikasi berbasis internet yang sangat disukai oleh pengguna media sosial dan sering digunakan untuk berkomunikasi dengan satu atau beberapa khalayak tanpa terkendala oleh waktu maupun geografis. Berdasarkan informasi yang terdapat di We Are Social, terdapat 191 juta orang pengguna aktif social media di negara Indonesia pada Januari 2022. Terjadi peningkatan sebesar 12,35% dari tahun sebelumnya yang berjumlah 170 juta orang. Salah satu fenomena yang dapat dilihat banyaknya masyarakat Indonesia menggunakan social media Whatsapp, Instagram, Facebook dan Tiktok yang dimanfaatkan oleh para pebisnis untuk mengiklan produk yang mereka ingin pasarkan. Memasarkan produk melalui social media memiliki beberapa kekurangan salah satunya sulit untuk mendapatkan kepercayaan seorang konsumen yang disebabkan oleh transaksi jual-beli secara tidak langsung atau online⁶.

2. METODE

Teknik kualitatif diterapkan dalam penelitian ini. Untuk memahami bagaimana generasi milenial direpresentasikan oleh gaya hidup halal di media sosial, para peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Mereka melakukan hal ini dengan mewawancarai orang-orang yang dapat memberikan informasi tentang cara membuat konten gaya hidup halal yang menarik dan memotivasi generasi ini. Para peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif untuk meneliti isu-isu terkini dan praktik kerja yang relevan. Tujuan dari penelitian kualitatif deskriptif adalah untuk mempelajari lebih lanjut tentang situasi saat ini⁷. Jadi, peneliti akan mengumpulkan data dari informan (pelaku usaha atau content creator milenial) tentang bagaimana representasi gaya hidup halal dalam media sosial dikalangan generasi milenial. Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari data yang

⁵ R. Ramadhani, H., Nur, A., & Murniningsih, "Pengaruh Gaya Hidup Halal Dan Self-Identity Terhadap Halal Fashion Di Indonesia," *UM Magelang Conference* (2021): 537–546.

⁶ & Supaino. Harahap, R. A., Kholil, A., "Pengaruh Halal Lifestyle, Social Media, Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow," *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan* 3(1) (2022): 502–512.

⁷ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. (Jakarta: Bumi Aksara, 1999).

diperoleh oleh peneliti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data primer dan sekunder, sebagai berikut:

- a. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber data asli⁸. Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individual atau kelompok. Data primer ini dapat dikumpulkan dengan dua metode, yaitu: metode interview (wawancara) dan metode observasi.
- b. Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara⁹. Pada umumnya, data sekunder diperoleh dari riset perpustakaan yaitu dengan mengumpulkan, membaca dan memahami teori-teori dari buku artikel, jurnal, majalah, atau data dari teori internet yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu bagaimana representasi gaya hidup halal dalam media sosial dikalangan generasi milenial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Gaya Hidup Halal

Cara hidup halal saat ini semakin banyak dianut oleh umat Muslim di Indonesia dan di seluruh dunia. Halal didefinisikan dalam Islam sebagai sesuatu yang dapat dilakukan atau dikonsumsi oleh seorang Muslim. Dulu, halal hanya dikaitkan dengan makanan, minuman, dan segala sesuatu yang dikonsumsi ke dalam tubuh, namun definisi tersebut telah diperluas dan terus berkembang. Halal digunakan dalam berbagai aspek kehidupan seorang Muslim, tidak hanya dalam hal konsumsi makanan¹⁰.

Populasi Muslim kelas menengah yang terus bertambah, yang selalu sadar akan tren gaya hidup dan mencari barang dan jasa yang dapat mengekspresikan spiritualitas sesuai dengan ajaran Islam, merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap popularitas gaya hidup halal. Gaya hidup halal, yang berasal dari komunitas Muslim, semakin menarik minat beberapa kelompok karena sifatnya yang universal dan sesuai dengan sifat manusia yang selalu mengutamakan kesehatan, kebersihan, dan kenyamanan. Karena harus memenuhi persyaratan halal sejak dari sumbernya, serta selama proses produksi dan distribusi, konsumen yang mengikuti gaya hidup halal akan lebih pilih-pilih terhadap produk yang mereka gunakan. Berkembangnya bisnis halal yang tidak hanya terbatas pada makanan menjadi indikator lain bahwa gaya hidup halal tidak hanya merambah industri makanan dan minuman, tetapi juga merambah industri kosmetik, fashion, obat-obatan, pariwisata, perhotelan, keuangan, dan bahkan elektronik¹¹.

Halal sendiri menurut Professor Jonathan AJ Wilson, seorang ahli di bidang

⁸ N. Indriantoro, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen* (Yogyakarta: BPEE, 1999).

⁹ S Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar Press, 1998).

¹⁰ Prundetial Syariah, *Kenalan Dengan Halal Lifestyle Dan Penerapannya Yang Lagi Marak* (2015).

¹¹ "Halal Lifestyle Untuk Kualitas Hidup Yang Lebih Baik Ketika Gaya Hidup Dan Keberkahan Berpadu Jadi Satu.," *ISEF* (2023), <https://isef.co.id/id/artikel/halal-lifestyle-untuk-kualitas-hidup-yang-lebih-baik/>.

marketing, khususnya pasar halal yang bermukim di London, mengatakan halal is a brand, sedangkan menurut profesor marketing dari Kellogg School of Management Alexander Chernev, halal is a lifestyle branding. Lebih dari itu, Arancha Gonzalez sebagai Executive Director International Trade Center mengatakan halal is a business opportunity. Kata halal merujuk pada nash yang ada di dalam al-qur'an, halal artinya dibenarkan¹².

Sedangkan gaya hidup menurut Sumarwan, (2004:257) dalam Eka Dewi Setia Tarigan (2016:47) Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup dibentuk melalui interaksi sosial. Gaya hidup sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya yang meliputi aktivitas, minat, sikap, konsumsi dan harapan¹³.

Menurut Muslim Judicial Council Halaal Trust (MJCHT), gaya hidup halal adalah gaya hidup di mana seseorang berperilaku sesuai dengan ajaran Islam dan dilakukan dengan sebaik-baiknya. Tiga prinsip HM, yaitu memperoleh secara halal, mengonsumsi secara halal, dan menggunakan secara halal-dapat digunakan untuk menjalani gaya hidup halal. Dengan kata lain, siapa pun dapat menjalani gaya hidup halal dengan memastikan bahwa semua yang mereka hasilkan adalah halal, mulai dari bahan baku yang digunakan dalam produksi hingga pengemasan, distribusi, dan penjualan eceran produk jadi.

Gaya hidup halal adalah gaya hidup yang mematuhi peraturan halal-haram, aman, sehat, dan higienis. Ada dua cara untuk melihat gagasan halal: dari sudut pandang agama dan dari sudut pandang industri. Menurut keyakinan agama seseorang, apakah sesuatu dianggap halal atau tidak akan menentukan apakah ia diizinkan untuk mengkonsumsinya atau tidak, yang akan berdampak pada perlindungan konsumen. Dari sudut pandang industri, hal ini akan meningkatkan peluang komersial dan mengembangkan industri halal. Generasi milenial era digital lebih cenderung menggunakan barang dan jasa halal, seperti pakaian Muslim, perjalanan, kosmetik, dan berbagai lembaga keuangan syariah. Meluasnya praktik hidup halal akan meningkatkan penawaran dan permintaan akan output jasa dan produk yang halal Sektor gaya hidup halal akan secara langsung terbentuk karenanya. Di era internet, konsep gaya hidup halal semakin populer. Produk yang memiliki tanda halal akan lebih menarik bagi umat Islam daripada yang tidak¹⁴.

Perkembangan Media Sosial di Kalangan Generasi Milenial

Jejaring sosial berkembang dengan cepat seiring dengan kemajuan teknologi internet. Kini, siapa pun dan di mana pun dapat mengakses situs media sosial seperti

¹² Ali Hasan, "Bab li Kajian Pustaka," in *Bab li Kajian Pustaka 2.1.*, 2020, 6–25.

¹³ N Nurjanah, "Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang (Suatu Survey Konsumen Mie Samyang Pada Borma Dago Di Kota Bandung.," 2020.

¹⁴ Hasan, "Bab li Kajian Pustaka."

Facebook atau Twitter dengan menggunakan smartphone atau telepon genggam. Akses yang mudah dan cepat ke media sosial telah menyebabkan fenomena yang signifikan dalam pertumbuhan arus informasi, tidak hanya di negara-negara industri tetapi juga di Indonesia. Media sosial juga mulai mengambil alih fungsi media massa tradisional dalam penyebaran berita¹⁵.

Media sosial, seperti yang didefinisikan oleh Kaplan & Haenlein (2010), adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis web yang dibangun di atas dasar-dasar konseptual dan teknis dari web 2.0 dan memungkinkan produksi dan pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna. Penekanan diberikan pada kemampuan pelanggan untuk memproduksi dan menukar materi orisinal mereka sendiri dalam rangka mendorong pertumbuhan populasi yang berhasil menggunakan media online untuk membentuk asosiasi¹⁶.

Di Indonesia, penggunaan media sosial berkembang dengan cepat. Data Reportal memprediksi bahwa akan ada 167 juta pengguna media sosial aktif di seluruh dunia pada tahun 2023. Sebanyak 79,5% dari jumlah tersebut, atau 153 orang, adalah generasi milenial. Selain itu, 78,5% pengguna internet diprediksi memiliki setidaknya satu akun media sosial. Di tahun-tahun mendatang, diperkirakan nilai ini akan terus meningkat. Dengan total 139 juta pengguna pada awal tahun 2023, Youtube adalah platform media sosial paling populer di Indonesia. Facebook memiliki 119,9 juta pengguna, menempati posisi kedua. Namun demikian, jumlah ini turun 10 juta pengguna, atau 7,7%, dari tahun 2022¹⁷.

Jika dibandingkan dengan media yang lebih tradisional seperti radio dan televisi, media sosial lebih interaktif. Melalui media sosial, kita dapat melakukan percakapan langsung dengan pengguna lain dengan meninggalkan komentar di postingan mereka atau sekadar menyukai postingan tersebut. Karena tidak ada biaya pendaftaran untuk membuat akun media sosial, metode promosi alternatif ini juga merupakan yang paling murah¹⁸.

Karena media sosial menyediakan platform bagi anak-anak untuk bertukar pengetahuan, yang merupakan kunci untuk menarik perhatian bagi diri mereka sendiri, hal ini dapat membuat mereka menjadi lebih percaya diri jika mereka menggunakannya. Selain itu, mereka mungkin akan meminta komentar melalui media sosial meskipun tanggapan yang diharapkan umumnya adalah rekomendasi tidak langsung dari teman-teman di platform tersebut. Selain komentar, mereka juga menerima like pada unggahan media sosial mereka, yang memberikan kesan bahwa mereka disukai. Kepercayaan diri remaja dapat menurun jika mereka sering

¹⁵ Amalia Yunia Rahmawati., *Perkembangan Media Sosial Di Indonesia.*, 2020.

¹⁶ I. Rifandi, D. A., & Irwansyah, "Perkembangan Media Sosial Pada Humas Digital Dalam Industri 4.0. Communication Study," *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in* 7(2) (2021): 141–151.

¹⁷ A. Z Yonatan, "Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026.," 2023.

¹⁸ M. Sahid, "Penggunaan Media Sosial Dalam Peningkatan Pendaftar Mahasiswa Baru.," *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(8) (2023): 7417–7428.

menggunakan media sosial karena mereka akan merasa kurang bebas untuk mengekspresikan diri mereka dalam kehidupan nyata dibandingkan dengan yang mereka lakukan di platform ini.

Penggunaan media sosial sendiri sering digunakan sebagai alat komunikasi untuk terhubung dengan orang lain, termasuk keluarga dan teman. Mereka menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada keluarga karena mereka tidak selalu berada di sisi mereka dan membutuhkan cara untuk melakukannya. Remaja lebih cenderung menggunakan media sosial saat berbicara dengan teman karena dianggap bahwa media sosial dapat membuat teman tetap bersama meskipun tidak berada di lokasi yang sama. Mereka juga sering berinteraksi secara langsung karena mereka bertemu setiap pagi di lingkungan sekolah.

Keberadaan media sosial juga memungkinkan untuk menjalin pertemanan dengan siapa pun yang ditemui secara online, meskipun banyak anak muda yang menyalahgunakannya mengeluhkan kurangnya keterlibatan secara langsung dan percaya bahwa percakapan melalui media sosial jauh lebih menyenangkan. Remaja menjadi malas untuk berkumpul dengan teman dan keluarga karena kesibukan mereka menggunakan media social¹⁹.

Dampak buruk dari anak muda yang menggunakan media sosial secara berlebihan. Internet merupakan kebutuhan dasar bagi generasi milenial, sama halnya dengan kebutuhan sandang dan pangan yang dimiliki oleh semua anggota masyarakat. Gangguan ini berpotensi memberikan dampak pada pemikiran, keyakinan, dan perilaku generasi milenial, yang pada akhirnya berakibat pada nilai-nilai bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara yang kurang baik. Hal ini ditunjukkan dengan terjadinya pemilihan presiden dan wakil presiden serta pemilihan kepala daerah dan parlemen baru-baru ini. Ponsel pintar yang dimiliki oleh setiap milenial telah mampu membatasi penyebaran berbagai konten yang menyinggung dan bahkan kontroversial.

Mengenai keuntungan media sosial, termasuk pertumbuhan jaringan komunikasi seseorang, media sosial dapat membuat berbagai tugas sehari-hari menjadi lebih mudah dan meningkatkan tingkat aktualisasi diri seseorang. Media sosial juga dapat digunakan untuk menyebarkan pengetahuan secara efektif dan mendorong pertumbuhan kemampuan dan kepekaan social (Ahmad, 2020). Jadi kita harus lebih bijak lagi dalam menggunakan media social. Adapun manfaat media sosial:

- a) Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan.
- b) Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi.

¹⁹ S. Sapty Rahayu, F., Kristiani, L., & Fuhrensia Wersemetawar, "Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Sosial Remaja Di Kabupaten Sleman, Yogyakarta." (Kediri, 2019), <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/inotek/article/download/511/423/1241>.

- c) Sarana perencanaan, strategi dan manajemen. d) Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran²⁰.

Representasi Gaya Hidup Halal Dalam Media Sosial

Gaya hidup seseorang, yang dipengaruhi oleh standar, nilai, dan cita-cita mereka sendiri, adalah bagaimana mereka menjalani kehidupan sehari-hari. Halal mencakup cakupan yang sangat luas. Halal adalah pemenuhan kewajiban vertikal seorang Muslim kepada Tuhannya. Hidup halal dapat didefinisikan sebagai seni menjalankan bisnis sehari-hari tanpa melanggar norma-norma agama. Cara hidup ini adalah bentuk seni yang menggunakan prinsip-prinsip halal namun tetap kekinian.

Literasi media digital sangat diperlukan di era 4.0, terutama untuk konten-konten yang berkaitan dengan halal dan syariah. Riko The Series merepresentasikan bagaimana seorang Muslim di era digital dapat beradaptasi. Riko The Series merupakan salah satu alat taktis untuk mempromosikan literasi sekaligus hiburan (edutainment) yang mendorong perluasan gaya hidup halal di Indonesia.

Serial animasi anak-anak yang edukatif dengan prinsip-prinsip Islam disebut Riko The Series. Serial ini dibuat dalam tiga media yang berbeda: pertama, konten animasi 3D digital; kedua, merchandise; dan ketiga, audio berbasis aplikasi. Bentuk media yang pertama, animasi 3D, dibangun di atas situs berbagi video online Youtube. Mengapa Youtube? karena semua orang dapat menggunakan Youtube, yang saat ini merupakan situs web berbagi video yang sangat populer. sehingga Youtube menyumbang sebagian besar pangsa pasar serial ini. Selain itu, Riko The Series merilis merchandise dalam bentuk barang dengan barcode yang dapat dipindai. Sebuah suara yang menceritakan kisah tentang karakter Muslim akan keluar ketika barcode dipindai.

Kata “halal” masih sering dikaitkan dengan makanan. Halal harus dipraktikkan dalam semua aspek kehidupan sehari-hari, termasuk pakaian. Dalam bisnis fesyen, halal tidak hanya mengacu pada bahan baku yang bebas dari bahan kimia yang dilarang, tetapi juga pada proses pembuatan dan tempat kerja di sekitarnya. Aman Suparman, S.E., M.M., Presiden Direktur PT Soka Cipta Niaga, produsen kaos kaki halal pertama di dunia, menjelaskan hal ini.

PT Soka Cipta Niaga adalah perusahaan yang bergerak di bidang modest fesyen (fesyen halal). Produk yang diproduksi PT Soka Cipta Niaga yaitu kaos kaki (socks) dan produk turunanmya (inner fashion), seperti manset (handsocks), ciput (headsocks), singlet (bodysock), sarung tangan (glove) dan pakaian dalam (underwear). Produk-produk tersebut juga sudah diberi label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

²⁰ N. Junawan, H., & Laugu, “Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram Dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia.” *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(7), no. 47–51 (2020).

Bahan baku dan bahan kimia yang digunakan merupakan faktor kunci dalam bisnis fashion. PT Soka Cipta Niaga memperhatikan proses produksi barang secara menyeluruh. Dimulai dari produksi serat, penggunaan warna dan pelembut, hingga pengemasan barang jadi, menghasilkan benang yang bersih. Bersamaan dengan pasokan, mereka juga menukar instrumen yang mengandung haram dengan yang halal. Sebagai contoh, mereka menukar bulu babi di mesin penyikat dengan bulu kuda yang halal. Dengan mencetak nomor sertifikat halal pada kemasan produk, PT Soka Cipta Niaga mengiklankan barang-barangnya. Barang-barang halal juga diiklankan melalui media offline dan online, termasuk media sosial, focus group, seminar, dan talkshow²¹.

4. KESIMPULAN

Halal lifestyle atau gaya hidup halal kini tengah marak diadopsi dalam kehidupan umat Islam di Indonesia, bahkan seluruh dunia. Dalam agama Islam, halal adalah sesuatu yang boleh dikonsumsi dan dilakukan oleh seorang muslim. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup halal menurut muslim Judicial Council Halaal Trust (MJCHT) merupakan tingkah laku seseorang yang dilakukan sesuai kemampuan yang dimiliki secara benar, jujur, berintegritas, berkeadilan, bermartabat, dan juga tidak menyimpang dari ajaran islam. Teknologi internet semakin maju, media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses media sosial seperti Facebook atau Twitter dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan smartphone atau mobile phone. Penggunaan media sosial di Indonesia mengalami perkembangan pesat. Melansir Data Reportal, di tahun 2023, terdapat total 167 juta pengguna media sosial. 153 diantaranya adalah generasi milenial, yang merupakan 79,5% dari total populasi. Youtube menjadi media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan total pengguna sebesar 139 juta di awal tahun 2023. Facebook duduk di posisi kedua dengan 119,9 juta pengguna. Dengan adanya media sosial juga mampu menambah pertemanan dengan siapa saja yang ditemui di dunia maya namun banyak dari remaja yang menyalahgunakan sehingga berdampak kurangnya interaksi yang dilakukan secara tatap muka langsung dan mereka menganggap bahwa berkomunikasi melalui media sosial jauh lebih menyenangkan.

Dalam era 4.0 sekarang ini, literasi melalui media digital sangat dibutuhkan, terlebih konten mengenai halal dan syariah. Riko The Series merupakan satu bentuk perwujudan muslim yang adaptif di era digital. Sebagai konten literasi dan hiburan (edutainment), Riko The Series menjadi salah satu alat strategis untuk mendorong pertumbuhan gaya hidup halal Indonesia. Halal seringkali masih dianggap identik

²¹ Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah., "Gaya Hidup Halal Untuk Meningkatkan Kualitas Hidup Manusia." (Insight (Islamic Economy Bulletin), 2020), <https://knks.go.id/storage/upload/1605495263-Insight Edisi 12 Fin.pdf>.

dengan makanan. Padahal halal perlu diterapkan di seluruh aspek hidup manusia, termasuk aspek pakaian. Halal yang dimaksud dalam industri fesyen bukan hanya bahan baku yang tidak mengandung zat haram, tapi juga proses produksi dan lingkungan industrinya. Hal ini dijabarkan oleh Aman Suparman, S.E., M.M sebagai Direktur Utama PT Soka Cipta Niaga yang merupakan perusahaan kaos kaki halal pertama di dunia. Simpulan merupakan penegasan penulis mengenai hasil penelitian dan pembahasan. Saran hendaknya didasari oleh hasil temuan penelitian, berimplikasi praktis, dan tidak bertentangan dengan abstrak yang ada, tambahkan juga deskripsi kekurangan penelitian yang dijelaskan dalam tulisan hasil penelitian dan apa future plan-nya. Penulis dapat menuliskan ucapan terima kasih kepada individu, lembaga pemberi dana penelitian, dsb. Ucapan terima kasih ditulis sebelum Daftar Pustaka terintegrasi dalam akhir simpulan

REFERENSI

- Adinegoro, K. R. R. "Relasi Media Sosial Dan Pasar Dalam Perubahan Nilai Publik Mengenai Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Terhadap Pandangan Gaya Hidup Halal." *Halal Research Journal* 2(1) (2022): 1–7.
- Amelia, A. "Muslim Generasi Millennial Dan Media Dakwah." *Duke Law Journal*, 1(1) (2019).
- Azwar, S. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar Press, 1998.
- Harahap, R. A., Kholil, A., & Supaino. "Pengaruh Halal Lifestyle, Social Media, Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow." *Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan* 3(1) (2022): 502–512.
- Hasan, Ali. "Bab Ii Kajian Pustaka." In *Bab Ii Kajian Pustaka* 2.1., 6–25, 2020.
- Indriantoro, N. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Yogyakarta: BPEE, 1999.
- Junawan, H., & Laugu, N. "Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram Dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia." *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(7), no. 47–51 (2020).
- Lubis, R. H., & Izzah, N. "Aktor Penentu Gaya Hidup Halal Generasi Z Di Sumatera Utara." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8(1) (2022): 97.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3961>.
- Mardalis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 1999.
- Nurjanah, N. "Pengaruh Label Halal Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Samyang (Suatu Survey Konsumen Mie Samyang Pada Borma Dago Di Kota Bandung,)" 2020.
- Rahmawati., Amalia Yunia. *Perkembangan Media Sosial Di Indonesia.*, 2020.

- Ramadhani, H., Nur, A., & Murniningsih, R. "Pengaruh Gaya Hidup Halal Dan Self-Identity Terhadap Halal Fashion Di Indonesia." UM Magelang Conference (2021): 537–546.
- Rifandi, D. A., & Irwansyah, I. "Perkembangan Media Sosial Pada Humas Digital Dalam Industri 4.0. Communication Study." JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in 7(2) (2021): 141–151.
- Sahid, M. "Penggunaan Media Sosial Dalam Peningkatan Pendaftar Mahasiswa Baru." Jurnal Inovasi Penelitian, 3(8) (2023): 7417–7428.
- Sapty Rahayu, F., Kristiani, L., & Fuhrensia Wersemetawar, S. "Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Sosial Remaja Di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.," 2019. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/inotek/article/download/511/423/1241>.
- Syariah., Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan. "Gaya Hidup Halal Untuk Meningkatkan Kualitas Hidup Manusia.," 2020. [https://knks.go.id/storage/upload/1605495263-Insight Edisi 12 Fin.pdf](https://knks.go.id/storage/upload/1605495263-Insight%20Edisi%2012%20Fin.pdf).
- Syariah, Prundetial. Kenalan Dengan Halal Lifestyle Dan Penerapannya Yang Lagi Marak (2015).
- Yonatan, A. Z. "Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026.," 2023.
- Zayyan, D. I. "Representasi Gaya Hidup Hedonisme Generasi Milenial Dalam Media Sosial Instagram." Ilmu Komunikasi (2008): 282.
- "Halal Lifestyle Untuk Kualitas Hidup Yang Lebih Baik Ketika Gaya Hidup Dan Keberkahan Berpadu Jadi Satu." ISEF (2023). <https://isef.co.id/id/artikel/halal-lifestyle-untuk-kualitas-hidup-yang-lebih-baik/>.