

ABSTRAK

Oki Al Kahpi. Pattern design sebagai Media Dakwah Kontemporer (Studi Kasus Brand Fashion Elzatta)

Pattern design sebagai media dakwah kontemporer merupakan fenomena yang menarik untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses filosofis, pemaknaan, dan kesesuaian *pattern design* Elzatta sebagai media dakwah. Dengan sosoknya yang inovatif, Elzatta memiliki cara unik dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam desain *fashion*.

Tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana proses filosofis pengembangan *pattern design*, menganalisis pemaknaannya sebagai media dakwah, dan mengevaluasi kesesuaiannya dengan keinginan masyarakat. Teori yang digunakan adalah Teori Interaksi Simbolik dari George Herbert Mead (1962) yang membantu menganalisis pembentukan makna melalui interaksi sosial dengan konsep *mind*, *self*, dan *society*.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui observasi untuk mengamati secara langsung proses pengembangan *pattern design*, wawancara dengan pihak Elzatta dan beberapa *customer* Elzatta, serta dokumentasi yang meliputi foto desain, katalog produk, dan materi promosi terkait *pattern design*. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam proses filosofis, Elzatta mengembangkan *pattern design* melalui riset mendalam terhadap peradaban Islam. Pemaknaan *pattern design* sebagai media dakwah terbentuk melalui penggunaan motif arsitektur Islam yang membawa pesan moral dan spiritual dengan tetap mengikuti tren terkini. Kesesuaian dengan keinginan masyarakat tercapai melalui kemampuan *brand* dalam mengenal target market dan berinovasi sesuai minat konsumen Muslim. Implikasi yang muncul secara sosial yaitu diharapkan konsumen *fashion* Muslim selalu mengedepankan nilai-nilai Islam dalam berbusana. Penelitian ini diharapkan membuka wawasan *brand fashion* Muslim dalam mengembangkan desain yang inovatif serta dapat meningkatkan karya ilmiah di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk meningkatkan kualitas penelitian yang akan datang.

Kata Kunci: *Fashion* muslim; media dakwah; *pattern design*.

ABSTRACT

Oki Al Kahpi. *Pattern design as a Contemporary Da'wah Media (Case Study of Elzatta Fashion Brand)*

Pattern design as a contemporary propaganda medium is an interesting phenomenon to research. This research aims to find out the philosophical process, meaning and suitability of Elzatta's design patterns as a propaganda medium. With his innovative personality, Elzatta has a unique way of integrating Islamic values into fashion design.

The aim of this research is to find out the philosophical process of developing design patterns, analyze their meaning as a medium for preaching, and evaluate their suitability to the wishes of the community. The theory used is the Symbolic Interaction Theory from George Herbert Mead (1962) which helps analyze the formation of meaning through social interaction with the concepts of mind, self and society.

This research uses a constructivist paradigm through a qualitative approach with a case study method. The data collection technique used is through observation to directly observe the pattern design development process, interviews with Elzatta and several Elzatta customers, as well as documentation which includes design photos, product catalogs and promotional materials related to pattern design. Data analysis is carried out through data reduction, data presentation, and ends with drawing conclusions.

The research results show that in the philosophical process, Elzatta developed design patterns through in-depth research into Islamic civilization. The meaning of pattern design as a medium for da'wah is formed through the use of Islamic architectural motifs that carry moral and spiritual messages while still following the latest trends. Conformity with people's desires is achieved through the brand's ability to recognize the target market and innovate according to the interests of Muslim consumers. The implication that arises socially is that Muslim fashion consumers are expected to always prioritize Islamic values in clothing. It is hoped that this research will open up insights for Muslim fashion brands in developing innovative designs and can improve scientific work in the Department of Islamic Communication and Broadcasting to improve the quality of future research..

Keywords: *Da'wah media; muslim fashion; pattern design.*