

ELITA BARBARA, ALUMNI KEDOKTERAN HEWAN
Sukses Kembangkan Brand Hijab Lokal

YOGYA (KR) - Yog-yakarta telah melahirkan berbagai kreativitas dan brand-brand kebanggaan. Banyak brand lokal asal Yogyakarta yang telah berkembang dan punya porsi tersendiri di pasar nasional, Salah satunya ELITA Kerudung, brand hijab lokal asal Yogyakarta yang fokus pada fashion wanita, khususnya muslimah.

“Produk kami tidak hanya hijab, namun juga pakaian, aksesoris, dan semua hal yang diperlukan muslimah dalam berhijab,” ungkap Elita Barbara, owner ELITA Kerudung dalam episode terbaru podcast ‘Cerita Joni’ di channel YouTube JNE ID. Cerita Joni merupakan program podcast mengenai kisah-kisah inspiratif entrepreneur dan UMKM



KR-Istimewa

Elita Barbara

di Indonesia yang ditayangkan di Youtube JNE_ID?

Elita Barbara seorang lulusan Kedokteran Hewan yang memulai usaha hijabnya pada 2011 di Yogyakarta. “Awalnya, 2011 itu sedang hype hijabers community, dan di situ saya mendapat inspirasi peluang jualan. Karena saat itu komunitas juga ikut Sunday Morning Market. Saya mulai berjualan

hijab di situ dan langsung balik modal,” ujar Elita baru-baru ini di ELITA Store Seturan, yang menjadi offline store ketiganya setelah Wirobrajan dan Jalan Kaliurang.

Keberlanjutan bisnis ELITA dari online market hingga memiliki tiga offline store, tak lepas dari peran JNE. Elita mengakui, peran ekspedisi saat awal mula bisnis hijabnya sangat membantu membantu melahirkan konsumen loyal. Layanan pick up atau jemput kiriman sangat membantu Tim Elita sehingga order online dari pelanggan dapat segera dikirim oleh JNE.

Saat ini ELITA juga terdaftar sebagai member JNE Loyalty Card (JLC), membership bagi pelanggan JNE dengan benefit pengumpulan poin. **(San)-f**

YOGYAKARTA MARRIOTT HOTEL

Tawarkan ‘1001 Nights Ramadan Delights’

YOGYA (KR) - Menyemarakkan Ramadan, Yogyakarta Marriott Hotel menawarkan sejumlah program menarik bagi para konsumennya.Salah satu program utama perayaan Ramadan di Yogyakarta Marriott Hotel adalah ‘1001 Nights Ramadan Delights’ yang terinspirasi dari kisah Seribu Satu Malam. Program tersebut menawarkan pengalaman kuliner melalui prasmanan iftar di Yogyakarta Kitchen dan Soiree Lounge & Grill.

“Yogyakarta Kitchen menyajikan prasmanan dengan berbagai hidangan khas Indonesia, Tiongkok, Timur Tengah, Eropa, Korea, India, dan hidangan internasional lainnya. Berupa hidangan Rama-

dan tradisional dan hidangan inovatif,” kata Marketing Communications Manager Yogyakarta Marriott Hotel Nanda Wongso di Yogyakarta, Rabu (5/3).

Menurut Nanda, Yogyakarta Kitchen menawarkan suasana yang nyaman untuk berbuka puasa bersama keluarga dan teman, dengan harga IDR 288.000++ per orang. Soiree



KR-Istimewa

Aneka hidangan kuliner yang ditawarkan Yogyakarta Marriott Hotel saat bulan Ramadan.

Lounge & Grill menawarkan pengalaman iftar di tepi kolam renang ikonik hotel dengan pemandangan Yogyakarta.

Menu yang disajikan adalah BBQ premium, hidangan khas Ramadan, hidangan Italia, hidangan panggang dan asap, kambing guling, sate, hidangan Korea, dan hidangan Timur Tengah. **(Ria)-f**

Kemajuan Muhammadiyah Perlu Disesuaikan Zaman

BANTUL (KR) - Muhammadiyah harus mampu menjadi Islam Wasathiyah yang berkemajuan. Dan wasathiyah di Muhammadiyah itu adalah wasathiyah yang bergerak menjadi *syuhada wa ala Nas*. Maka konteks kemajuan di Muhammadiyah itu perlu disesuaikan dengan zaman, guna mencapai level yang terbaik.

Hal tersebut dikemukakan Ketua Umum PP Muhammadiyah Haedar Nashir ketika menutup Pengajian Ramadan 1446 PP Muhammadiyah di UMY Dormitory, Selasa (4/3). Pengajian digelar 3 hari dan diikuti utusan Pimpinan Wilayah Muhammadiyah (PWM) se-Indonesia, PP Aisiyah dan pimpinan ortom dengan tema ‘Pengembangan Wasathiyah Islam Berkemajuan : Tinjauan Teologis, Ideologis dan Praksis’.

Disebutkan, Muhammadiyah dalam perkembangannya memiliki julukan ‘gerakan Islam yang modern’ dan ‘gerakan Islam yang reformis’. Gerakan ini menjadi karakter khas Muhammadiyah baik secara ideologis, teologis, maupun praksis. “Kiai Dahlan kenapa disebut sebagai pembaharu yang di luar kelaziman? Karena pembaharuannya itu adalah pembaharuan yang melampaui zaman,” jelas Haedar.

Disebutkan, Islam Wasathiyah merupakan salah satu pilar yang terdapat pada risalah Islam Berkemajuan. Sejarah dan perkembangan peradaban yang terjadi di dunia ini telah mendasari Muhammadiyah untuk menjadi organisasi yang berada di tengah. Meski berada di tengah, Muhammadiyah dapat bergerak secara dinamis dan progresif.

Sebelumnya Ketua Majelis Diktilitbang PP Muhammadiyah Bambang Setiaji dalam paparannya mengajak Muhammadiyah sebagai salah satu organisasi Islam terbesar terus mengembangkan konsep ekonomi berbasis Islam yang berorientasi pada kesejahteraan umat. Salah satu poin utama yang disampaikan Bambang adalah terkait kekuatan ekonomi Muhammadiyah yang berasal dari kemandirian finansial organisasi.

“Muhammadiyah memiliki sekitar 21 ribu Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) yang beroperasi secara independent,” tandas-

nya. Karena itu, organisasi ini harus berhati-hati dalam menjalin kerja sama dengan pihak lain agar tetap menjaga nilai-nilai kemandirian yang telah lama dibangun. Diakui, keuangan Muhammadiyah itu sangat kuat, jadi Muhammadiyah tidak boleh sembarangan dalam bekerja sama dengan pihak manapun.

Menyinggung konsep *small is beautiful* yang dikenalkan ekonom Jerman EF Schumacher menurut Bambang gagasan ini menekankan pentingnya ekonomi yang dikelola banyak pelaku usaha kecil. Muhammadiyah menurutnya dapat memanfaatkan konsep ini dengan memberdayakan lebih banyak pelaku usaha kecil agar mereka bisa berkembang dan memberikan kontribusi terhadap perekonomian umat. **(Fsy)-f**

MAHASISWA UGM

Juara 1 Kompetisi Inovasi Perlindungan Pantai



KR-Istimewa

Tim Gama Lautan Utama UGM.

pus UGM, Rabu (5/3).

Tim Gama Lautan Utama juga beranggotakan Faris Fathurrohman dan Alief Rizky Pratama (Teknik Sipil 2021) dengan mendapatkan bimbingan dari Dr Benazir ST MEng dan Muhammad Farizqi Khaldirian ST MEng.

Bintang menjelaskan, dengan menggunakan green concrete dari steel slag sebagai bahan material pemecah gelombang di-

harapkan inovasi C-Guard Breakwater ini mampu melindungi pantai dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan.

Disampaikan, setelah melalui tahapan presentasi dan pengujian model C-Guard Breakwater, Tim Gama Lautan Utama dinyatakan berhasil meraih prestasi terbaik dengan menjadi Juara pertama dalam kompetisi perlindungan pantai Dedikasi

2025. Keberhasilan Tim Gama Lautan Utama ini tidak hanya mencerminkan kemampuan teknis, tetapi memperlihatkan visi mereka dalam merancang infrastruktur yang memberikan kemanfaatan jangka panjang bagi masyarakat dan lingkungan.

Kompetisi terdiri atas dua mata lomba yakni Civil Case Inovation dan Coastal Protection Competition, dan kompetisi ini memiliki tingkat persaingan tinggi. Lima tim terbaik maju ke babak final yang diselenggarakan di Universitas Hasanudin, Makassar pada 30 Januari-2 Februari 2025. Tahap final terdiri dari dua tahapan yaitu presentasi hasil rancangan, dan pengujian model bangunan pelindung pantai dalam bentuk flume. **(Dev)-f**

FILM TERLARIS AWAL 2025

Petaka Gunung Gede Dekati 3 Juta Penonton

FILM Petaka Gunung Gede masih bergerak menuju 3 juta penonton. Hingga Senin (3/3) malam, film karya Azhar Kinoi Lubis dengan bintang Endy Arfian, Arla Ailani, Raihan Khan, Adzana Ashel dan lain-lain ini mencapai 2,8 jutaan lebih penonton.

Kabar ini dibenarkan rumah produksi Starvision Plus lewat akun Instagram, Selasa (4/3). Pencapaian membanggakan ini ditoreh film Petaka Gunung Gede setelah 26 hari tayang di bioskop. “Alhamdulillah dan terima kasih 2.800.000++ penonton sudah menemani kebersamaan Ita dan Ibunya di hari ke-26 tayang Petaka Gunung Gede. Habiskan waktu bersama orang yang disayang,” cuitnya.

Dengan torehan 2,8 jutaan penonton, Petaka Gunung Gede kini berada di puncak box office 2025. Posisi ini masih bisa berubah mengingat tahun 2025 masih akan melewati 9 bulan lagi. Angka 2,8 jutaan penonton masih bisa terus bertamabah. Situs pemerhati film Cinepoint

mengabarkan, memasuki Ramadan, Petaka Gunung Gede masih mampu mengumpulkan 20 ribuan penonton.

Petaka Gunung Gede bukan satu-satunya film Indonesia yang mampu menembus sejuta penonton lebih. Dua film lain yang lebih dulu meraih 1 juta penonton yakni 1 Kakak 7 Ponakan dan Perayaan Mati Rasa. Melansir dari Cinepoint, 1 Kakak 7 Ponakan yang dibintangi Chicco Kurniawan dan Amanda Rawles merangkul lebih dari 1,26 juta penonton. Sementara Perayaan Mati Rasa mendulang 1,33 jutaan penonton.

Tanda-tanda kesuksesan Petaka Gunung Gede sebenarnya sudah tampak sejak hari pertama penayangan, dengan meraup 170 ribuan penonton. Film ini tembus sejuta hanya dalam 6 hari lalu mencapai 2 jutaan pada hari ke-13 penayangan.

Petaka Gunung Gede menyuguhkan kisah pendakian dua sahabat, Maya Azka dan Ita, ke Gunung Gede di Jawa Barat. Pendakian berubah jadi mimpi buruk keti-



KR-Dok Instagram @endyarfian22

Dua pemeran film Petaka Gunung Gede Endy Arfian (kanan) dan Raihan Khan di sela syuting.

ka kejadian-kejadian mengerikan menimpa keduanya. Siapa dalang di balik teror dan mengapa ini terjadi?

Film ini diadaptasi dari kisah nyata pendakian Maya Azka. Saat diangkat ke layar lebar, naskahnya dipoles Upi. **(Ben)-f**

KONTEN YOUTUBE AGRIBISNIS

Inspirasi Generasi Muda

DI TENGAH perkembangan teknologi yang pesat, sektor pertanian (agribisnis) tetap menjadi pilihan pekerjaan, wirausaha yang potensial. Inspirasi ini bisa dilihat di konten YouTube CapCapung dengan konten kreator seorang Sarjana Pertanian Pukka Simbolon yang diikuti 1,95 juta subscriber.

“Konten kreatif berbasis story telling sangat menarik minat generasi muda untuk menekuni agribisnis,” ucap Pukka selaku narasumber dalam event Kumpul Konco Tani, baru-baru ini di Jogja Agro Park (JAP) Nanggulan, Kulonprogo.

Menurut Pukka, video pertanian yang menarik dan tidak kaku akan lebih disukai anak muda. “Ini adalah cara efektif untuk mengatasi krisis regenerasi petani,” ucap Puka yang mampu meraih ribuan hingga jutaan viewers di setiap videonya.

Beberapa konten CapCapung yang mencapai jutaan viewers. Di antaranya Kisah Sukses Mina Padi Untung Berlipat Bisa Beli Rumah (22 juta viewers), Cetak Sapi Lokal Terbesar Mahasiswa ini Meraup Untung Besar dan Juara Kontes Sapi Nasional (8,8 juta viewers) 1, Sukses Tanam Cabai di Atas



KR-Istimewa

Pukka Simbolon saat mengisi Inspirasi Digital saat event Kumpul Konco Tani di Jogja Agro Park (JAP) Nanggulan, Kulonprogo.

Rumah Bisa Panen Berlimpah Tiap Bulan (8,2 juta viewers) dan lainnya.

Ada 391 video yang sudah ditayangkan di YouTube. “Kegiatan Kumpul Konco Tani memiliki dampak positif bagi petani milenial. Ini adalah wadah untuk berdiskusi dan bertukar informasi terkait masalah dan solusi di sektor pertanian,”

ucap aktivis petani milenial ini. Event yang digelar Polda DIY bersama Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan (DPKP) DIY serta petani milenial dengan semangat ‘Wujudkan Ketahanan dan Swasembada Pangan, Siapkan Regenerasi SDM Pertanian Yogyakarta’.

“Pertemuan dengan edukasi digital ini sebagai langkah strategis merumuskan langkah-langkah pendampingan dan pemberdayaan petani milenial,” papar Kasubdit 2 Ditintelkam Polda DIY AKBP Sandhy WG Suawa, SP SIK MH dan Kepala DPKP DIY Ir Syam Arjayanti MPA.

Sedang Ketua Forum Komunikasi (Forkom) Petani Milenial Koordinator Wilayah (Korwil) DIY, Muhammad Lukman Nur Hakim SPT menekankan pentingnya sinergi antara petani milenial, Polda DIY dan DPKP DIY. **(Vin)-f**

PANGGUNG

RATING ‘UNDERCOVER HIGH SCHOOL’ MELEJIT
Janji Seo Kang Joon Disorot



KR-Istimewa

Seo Kang Joon

DRAMA Korea “Undercover High School” berhasil menarik perhatian penonton. Ini terbukti dengan catatan ratingnya yang melejit, meskipun hanya menayangkan 4 episode. Dengan raihan ini, Seo Kang Joon mungkin harus segera menepati janji ratingnya yang berani.

Sebelumnya, Kang Joon muncul di saluran YouTube JjanHangBro, di mana ia dengan percaya diri menyatakan, “Kalau (drama) kami mencapai 12 persen, aku akan mengajak seluruh staf (Undercover High School) untuk perjalanan ke luar negeri, aku yang traktir. Tapi sejujurnya, kalau drama ini berhasil, itu sepadan dengan setiap sen yang dikeluarkan.”

Kang Joon menegaskan kembali kata-katanya di jumpa pers drama dengan mengatakan, “Aku tidak tahu apakah aku mengatakan itu saat minum. Tetapi itu sudah beredar sekarang. Aku tidak bisa menariknya kembali. Jika mencapai 12 persen, kita harus pergi!”

Menurut Nielsen Korea pada 2 Maret, episode 4 “Undercover High School”, yang ditayangkan pada malam sebelum-

nya, mencatat rating pemirsa yang mengesankan sebesar 8,3 persen. Padahal drama ini mengawali penayangan dengan rating 5,6 persen.

Di sisi lain, “Undercover High School” mengikuti Jeong Hae Seong (Kang Joon), agen NIS yang menyamar sebagai siswa sekolah menengah untuk melacak emas batangan milik Kaisar Gojong yang hilang. Episode terbaru mengalami peningkatan rating berkat pertarungannya yang intens melawan para pengganggu di sekolah dan hubungan Hae Seong yang semakin erat dengan Oh Soo Ah (Jin Ki Joo).

Penampilan solo Kang Joon juga membuat penonton “Undercover High School” terpikat. Setelah mendaftar wajib militer pada November 2021 dan keluar wajib militer pada Mei 2023, drama ini menandai kembalinya ia ke TV setelah hampir tiga tahun. Penggemar menyukai visualnya yang ditingkatkan, adegan aksi yang sempurna, dan akting yang emosional.

Di usianya yang ke-31 tahun, Kang Joon kembali mengenakan seragam sekolah, dan sama sekali tidak canggung. Entah ia adalah siswa SMA yang sempurna di kelas atau agen rahasia yang galak dengan pakaian serba hitam selama menjalankan misi, sang aktor berhasil dalam setiap penampilannya.

Penampilannya yang bersinar setelah wajib militer membuat netizen heboh. Beberapa mengatakan, “Lupakan alur ceritanya, wajah Seo Kang Joon adalah acara utama yang sebenarnya!” **(Awh)-f**